Hochschule für Technik Stuttgart

Master-Studiengang Wirtschaftspsychologie

Vertrauen und Kommunikationsqualität als Determinanten der Change-Kommunikation unter Unsicherheit – eine experimentelle Studie

Masterthesis

zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Science

in

Wirtschaftspsychologie

Vorgelegt von:

Leon Christopher Keller

1005381

Erstprüfer:

Prof. Dr. Patrick Müller

Zweitprüferin

Prof. Dr. Katrin Allmendinger

Eingereicht am 01.07.2024

Abstract

Ein zentrales Instrument zur erfolgreichen Bewältigung organisationaler Veränderungen ist eine gelungene Change-Kommunikation. Die Kommunikation in Veränderungsprozessen ist jedoch herausfordernd und muss an die situativen Gegebenheiten des Prozesses angepasst werden. In der Kommunikationsforschung wird die Unsicherheit der Rezipient:innen als Moderator und Mediator der Veränderungskommunikation betrachtet. Die vorliegende Arbeit betrachtete im Konkreten die Rolle der Unsicherheit in den Wirkungen der Kommunikationscharakteristiken Vertrauen und Kommunikationsqualität auf die Einstellung gegenüber der Veränderung. Auf Basis verschiedener Theorien der Unsicherheitsreduktion und Urteilsbildung wurde angenommen, dass die Wirkung des Vertrauens mit zunehmender Unsicherheit verstärkt und die Wirkung der Kommunikationsqualität geschwächt wird. Zudem war anzunehmen, dass die Unsicherheit die Wirkung beider Variablen auf die Einstellung gegenüber der Veränderung partiell mediiert. Diese Wirkung wurde in einem experimentellen 2 (hohe Unsicherheit vs. niedrige Unsicherheit) x 2 (hohes vs. niedriges Vertrauen) x 2 (hohe vs. niedrige Kommunikationsqualität) Design an 201 Personen, die bereits von einem Change-Prozess betroffen waren, erforscht. Hierfür wurde ein moderiertes Mediationsmodell als Partial-Least-Squares Strukturgleichungsmodell berechnet. Die Ergebnisse bestätigten die moderierende und mediierende Rolle der Unsicherheit. Jedoch verstärkte die Unsicherheit nicht die Wirkung des Vertrauens auf die veränderungsbezogene Einstellung, sondern schwächte diese ab. Die Wirkung der Kommunikationsqualität wurde verstärkt. Die Effektstärken der Moderation waren jedoch klein und inkonsistent mit den theoretischen Annahmen. Hinsichtlich der Mediation erklärte die Unsicherheitsminderung den Effekt der Kommunikationsqualität komplett und den des Vertrauens partiell. Dies bestätigt die Unsicherheitsminderung als zentralen Mechanismus der Wirkung des Vertrauens und der Kommunikationsqualität auf die veränderungsbezogene Einstellung. Folgende Studien müssen jedoch dessen Kausalität determinieren.

Keywords: Change-Kommunikation – Vertrauen – Kommunikationsqualität – Unsicherheit – Einstellung – Moderierte Mediation – Experimentalstudie

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS V

TABELLENVERZEICHNIS VI

ANHANGSVERZEICHNIS VII

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS VIII

1 EINLEITUNG 1

1.1 PROBLEMSTELLUNG UND RELEVANZ DES THEMAS 1
1.2 ZIELSETZUNG DER ARBEIT 1
1.3 FORSCHUNGSFRAGE 3
1.4 STRUKTUR DER ARBEIT 4

2 THEORETISCHER HINTERGRUND UND STAND DER FORSCHUNG 5

2.1 GRUNDLAGEN DER CHANGE-KOMMUNIKATION 5
2.1.1 CHANGE-KOMMUNIKATION 5
2.1.2 EINSTELLUNG GEGENÜBER VERÄNDERUNGEN 6
2.1.3 VERTRAUEN IN DER CHANGE-KOMMUNIKATION 8
2.1.4 KOMMUNIKATIONSQUALITÄT IN DER CHANGE-KOMMUNIKATION 10
2.1.5 SICHERHEIT UND UNSICHERHEIT IN VERÄNDERUNGEN 11
2.2 MEDIATIONSWIRKUNG DER UNSICHERHEIT 13
2.2.1 THEORETISCHE HERLEITUNG DER MEDIATIONSWIRKUNG 14
2.2.2 HYPOTHESEN DER MEDIATIONSWIRKUNG 16
2.2.3 ZWISCHENFAZIT 18
2.3 MODERATIONSWIRKUNG DER UNSICHERHEIT 18
2.3.1 EMPIRISCHE BELEGE DER MODERATIONSWIRKUNG PERSÖNLICHER UNSICHERHEIT 18
2.3.2 INFORMATIONSVERARBEITUNG UND EINSTELLUNGSBILDUNG 19
2.3.3 WIRKUNG VON SICHERHEIT UND UNSICHERHEIT 22
2.3.4 BILDUNG VON EINSTELLUNGEN UND UNSICHERHEITSWAHRNEHMUNGEN UNTER SICHERHEIT UND UNSICHERHEIT 25
2.3.5 HYPOTHESEN DER MODERATIONSWIRKUNG 29

3 METHODISCHES VORGEHEN 32

3.1 VORGEHEN BEI DER DATENERHEBUNG 32
3.1.1 BEGRÜNDUNG DER VERFAHRENSAUSWAHL 32
3.1.2 SAMPLE UND SAMPLING 33
3.1.3 BESCHREIBUNG DES VERSUCHSABLAUFS 34

3.1.4 KONZEPTION UND VALIDIERUNG DER MATERIALIEN 37
3.1.5 AUFFÄLLIGKEITEN BEI DER DATENERHEBUNG 41
3.2 VORGEHEN DER DATENAUSWERTUNG 41

4 ERGEBNISSE 42

4.1 DATENVORBEREITUNG UND ABBRUCHSTATISTIKEN 42
4.2 DESKRIPTIVE STATISTIKEN 42
4.3 MANIPULATIONSCHECKS 44
4.4 HYPOTHESENPRÜFUNG 45
4.5 WEITERFÜHRENDE ANALYSEN 56

5 DISKUSSION 58

5.1 DISKUSSION DER ERGEBNISSE 58
5.1.1 MEDIATIONSWIRKUNG DER UNSICHERHEIT 58
5.1.2 MODERATIONSWIRKUNG DER UNSICHERHEIT 61
5.2 LIMITATIONEN 67
5.3 THEORETISCHE IMPLIKATIONEN, PRAKTISCHE IMPLIKATIONEN UND AUSBLICK 70

6 FAZIT 75

7 ANHANG 77

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG 249

8 LITERATURVERZEICHNIS 231

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Einstellungsbildungsprozess nach Albarracin et al. (2005). 7
Abbildung 2 Vermutete Wirkungsmechanismen der Mediationswirkung der Unsicherheit 14
Abbildung 3 In den Hypothesen beschriebenes Mediationsmodell 17
Abbildung 4 Regelselektion der Unified Theory of Judgement nach Kruglanski und Gigerenzer (2011) 21
Abbildung 5 Regelauswahl unter Unsicherheit entsprechend den Kriterien der Unified Theory of Judgement (Kruglanski & Gigerenzer, 2011) 27
Abbildung 6 Regelauswahl unter Sicherheit entsprechend den Kriterien der Unified The-ory of Judgement (Kruglanski & Gigerenzer, 2011) 29
Abbildung 7 Vermutete Wirkungszusammenhänge inklusive Zuordnung der Hypothesen 31
Abbildung 8 Versuchsaufbau 36
Abbildung 9 Balkendiagramm der min-max-skalierten Einstellungsmittelwerte der einzelnen Konditionen 44
Abbildung 10 Balkendiagramm der min-max-skalierten Unsicherheitsmittelwerte der einzelnen Konditionen 45
Abbildung 11 Darstellung des Pfadmodells aus Analyseschritt 1 48
Abbildung 12 Darstellung des Pfadmodells aus Analyseschritt 2 50
Abbildung 13 Simple Slopes des totalen Effekts des Vertrauens auf die veränderungsbezogene Einstellung unter Moderation der Unsicherheitskondition 51
Abbildung 14 Simple Slopes des totalen Effekts der Kommunikationsqualität auf die verän-derungsbezogene Einstellung unter Moderation der Unsicherheitskondition 52
Abbildung 15 Darstellung des Pfadmodells aus Analyseschritt 3 53
Abbildung 16 Darstellung des Pfadmodells aus Analyseschritt 4 54
Abbildung 17 Boxplot der Einstellungswerte der konträren Konditionen unter Sicherheit und Unsicherheit 55
Abbildung 18 Boxplot der Unsicherheitswerte der konträren Konditionen unter Sicherheit und Unsicherheit 56

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1 ENTSCHEIDUNGSREGELN DES VERTRAUENS UND DER KOMMUNIKATIONSQUALITÄT 20
TABELLE 2 DESKRIPTIVE STATISTIKEN DER KONDITIONEN 43
TABELLE 3 STANDARDISIERTE REGRESSIONSGEWICHTE DER AUSWERTUNGSSCHRITTE 49

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Einladungstext der Vorstudie 77
Anhang 2: Fragebogen Pre-Test 78
Anhang 3: Auswertung des Pre-Tests 91
Anhang 4: Einladungstexte Hauptstudie 98
Anhang 5: Prä-Registrierung der Hauptstudie 101
Anhang 6: Berechnung der Stichprobengröße der Hauptstudie 102
Anhang 7: Fragebogen der Hauptstudie 104
Anhang 8: Materialien der Hauptstudie 116
Anhang 9: Manipulationschecks der Hauptstudie 139
Anhang 10: Demografische Daten der Hauptstudie 146
Anhang 11: Berechnung des Gesamtmodells (Schritt 4) 149
Anhang 12: Berechnung der multiplen Regression (Schritt 1) 176
Anhang 13: Berechnung der moderierten Regression (Schritt 2) 179
Anhang 14: Berechnung der einfachen Mediation (Schritt 3) 186
Anhang 15: Moderiertes Mediationsmodell mit Moderation des c'-Pfads (Weiterführende Analysen) 191
Anhang 16: Moderiertes Mediationsmodell mit dreifach-Moderation des a-Pfads (Weiterführende Analysen) 196
Anhang 17: Berechnung der Analyseschritte 2-4 ohne hierarchische Komponente (Weiterführende Analysen) 201
Anhang 18: Berechnung der Gruppenvergleiche zur Testung von H7 und H8 217
Anhang 19: Dokumentation der KI-Verwendung 225

Abkürzungsverzeichnis

BCa	Bias-Accelerated-Bootstrapping
H	Hypothese
EF	Explorative Forschungsfrage
F	Forschungsfrage
MRU	Motivation to Reduce Uncertainty Theory
UCF	Uncertainty Catalyst Framework
UIT	Uncertainty Identity Theory
UTJ	Unified Theory of Judgement

1 Einleitung

1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas

Die Wandlungsfähigkeit wird in einer zunehmend komplexen Welt zu einer zentralen Kompetenz zukunftsfähiger Unternehmen (Beyer, Schneider, Weissenberger-Eibl, 2022). So nahm die Anzahl an Change-Prozessen durch Unternehmenszusammenschlüsse und -übernahme seit 2003 um 47% zu (Gartner, 2019). Für Organisationen sind solche Veränderungen unerlässlich, um die langfristige Überlebensfähigkeit des Unternehmens zu sichern (Stolzenberg & Heberle, 2022b). Jedoch geht der Wandel für die Mitarbeitenden mit Belastungen wie Stress (Dahl, 2011), Schlafstörungen (Greubel & Kecklund, 2011) oder Erschöpfung (McMillan & Perron, 2013) einher.

Eine Ursache dieser Belastungen ist die hohe Unsicherheit, welche aus Change-Prozessen resultiert (Bordia, Hunt, Paulsen, Tourish, DiFonzo, 2004, Melnikov, Shor, Kigli-Shemesh, Gun Usishkin & Kagan, 2013) und von Mitarbeitenden als stark belastender Zustand wahrgenommen wird (Hogg, 2007). Folglich entwickeln die betroffenen Mitarbeitenden negative Einstellungen gegenüber der Veränderung (Katsaros & Tsirikas, 2022) und neigen dazu, dieser mit Widerstand zu begegnen (Amarantou, Kazakopoulou, Chatzoudes & Chatzoglou, 2018). Damit hängt der Veränderungserfolg maßgeblich vom Umgang mit den Unsicherheiten der Mitarbeitenden ab (Allen, Jimmieson & Bordia, 2007). Hierbei kommt der Change-Kommunikation eine zentrale Bedeutung zu (Bordia, Hobman, Jones, Gallois & Callan, 2004; Stolzenberg & Heberle, 2022a). Diese kann Unsicherheiten adressieren, Mitarbeitende von der Veränderung überzeugen und damit positive Einstellungen sowie die Unterstützung der Veränderung fördern (Bordia, Hunt et al., 2004; Schulz-Knappe et al., 2019; Straatmann et al., 2018; van den Heuvel et al., 2015).

Daher ist die Gestaltung effektiver Change-Kommunikationen ein zentrales Thema in der akademischen Forschung (Bayraktar & Kabasakal, 2022; Haumer, Schlicker, Murschetz & Kolo, 2021). Im Fokus standen dahingehend vor allem die inhaltliche Ausgestaltung der Nachricht und soziale Informationen wie die Charakteristiken der kommunizierenden Person. Dabei wurden die Qualität der Kommunikationsbotschaft (Allen et al., 2007; Jimmieson et al.,

2013; van den Heuvel et al., 2017; van den Heuvel et al., 2015) und das Vertrauen in die kommunizierende Person (Allen et al., 2007; Ellis, 1992; van den Heuvel, Freese, Schalk & van Assen, 2017; van den Heuvel et al., 2015) als inhaltliche oder soziale Determinanten des Kommunikationserfolgs betrachtet (Yuan & Woodman, 2007).

Welche Rolle die Unsicherheit in der kognitiven Verarbeitung und Wirkung dieser Kommunikationscharakteristiken einnimmt, wurde in bisherigen Untersuchungen kaum berücksichtigt. Aus anderen Forschungsfeldern ist jedoch abzuleiten, dass Unsicherheit den Einfluss inhaltlicher Informationen oder sozialer Faktoren in der Kommunikation stärken oder abschwächen kann (Faraji-Rad & Pham, 2017; Janssen, 2010; Tiedens & Linton, 2001). Zudem deutet sich an, dass die Verminderung von Unsicherheit einen zentralen Wirkungsmechanismus zur Bildung veränderungsbezogener Einstellungen darstellt (Allen et al., 2007).

Dies impliziert, dass ein Verständnis der Wirkung von Unsicherheit für die effektive Veränderungskommunikation und das Fördern positiver Veränderungseinstellungen unerlässlich ist – besonders vor dem Hintergrund, dass Veränderungen für Betroffene stets mit einem Unsicherheitsempfinden verbunden sind (Allen et al., 2007; Hogg, 2007). Dennoch mangelt es weiterhin an empirisch gesicherten Ergebnissen zur Wirkung der Unsicherheit in der Verarbeitung der Change-Kommunikation.

1.2 Zielsetzung der Arbeit

Dementsprechend untersucht diese Masterthesis die Rolle der Unsicherheit in der Einstellungsbildung im Kontext der Change-Kommunikation. Diese Rolle wird exemplarisch am Verarbeitungsprozess der inhaltlichen beziehungsweise sozialen Informationen *Kommunikationsqualität* und *Vertrauen* betrachtet. Die Arbeit fokussiert insbesondere die Rolle der Unsicherheit als Moderator und Mediator der Wirkung der Change-Kommunikation. Somit betrachtet sie, inwiefern die Wahrnehmung von Unsicherheit die Wirkung der Kommunikationsqualität und des Vertrauens stärken oder schwächen kann. Zudem wird geprüft, wie das Vertrauen und die Kommunikationsqualität zur Unsicherheitsminderung beitragen können und inwieweit dieser Beitrag ihre Wirkung zur

Einstellungsbildung erklären kann. Dadurch soll die Arbeit eine empirische Basis für den wissenschaftlichen Diskurs zur Rolle der Unsicherheit in der Change-Kommunikation etablieren. Darauf basierend werden Handlungsempfehlungen für die Kommunikation in Veränderungen entwickelt, um die Unsicherheit als Einflussfaktor der Change-Kommunikation zu berücksichtigen.

Das übergeordnete Ziel ist somit die theoretische Herleitung und empirische Überprüfung der Wirkung von Unsicherheit auf die Verarbeitung der Informationen Kommunikationsqualität und Vertrauen im Kontext der Change-Kommunikation sowie eine Überprüfung des Zusammenhangs zwischen Unsicherheitsreduktion und Einstellungsbildung.

1.3 Forschungsfrage

Basierend auf dieser Zielsetzung soll diese Arbeit die folgende Forschungsfrage beantworten.

Forschungsfrage (F): Welche Rolle nimmt die Unsicherheit im Prozess der Bildung veränderungsbezogener Einstellungen durch die Informationen Kommunikationsqualität und Vertrauen im Kontext der Change-Kommunikation ein?

Wie erläutert, wird eine moderierende und mediierende Rolle der Unsicherheit vermutet. Diese Wirkungen werden nachfolgend aus empirischen Ergebnissen der Change-Kommunikation und angrenzenden Forschungsfeldern abgeleitet. Diese Herleitung wird durch Modelle der Unsicherheitsreduktion und Einstellungsbildung ergänzt. Zur Beantwortung der Forschungsfrage werden die abgeleiteten Hypothesen anschließend experimentell überprüft. Die Untersuchung findet unter nachfolgenden inhaltlichen Einschränkungen statt.

Diese Arbeit beschränkt sich auf die Betrachtung der Change-Kommunikation von Vorgesetzten an Personen, die von der Veränderung betroffen sind. Betroffene wenden sich insbesondere an ihre Vorgesetzten, um an veränderungsrelevante Informationen zu gelangen (Allen et al., 2007; van den Heuvel, Schalk, Freese & Timmerman, 2016). Damit üben Vorgesetzte einen zentralen Einfluss auf die Einstellungen ihrer Mitarbeitenden aus (van den Heuvel et al., 2016). Der Prozess der Einstellungsbildung wird auf Individualebene der Empfänger:innen untersucht. Die Rezeption der Botschaft könnte auch als

komplexer Prozess der sozialen Informationsverarbeitung betrachtet werden (Bouckenooghe, Schwarz & Minbashian, 2015; Bouckenooghe, Schwarz, Kanar & Sanders, 2021). Jedoch fehlt es bislang an belastbaren Erkenntnissen zu den individuellen kognitiven Verarbeitungsprozessen im Kontext der Unsicherheit. Ein solches Verständnis wird als elementar erachtet, um die Verarbeitungsprozesse in sozialen Strukturen zu erforschen. Diese Arbeit soll dazu beitragen, ein Grundverständnis auf der Individualebene zu etablieren. Darüber hinaus wird die Change-Kommunikation zu Beginn eines Veränderungsprozesses betrachtet. Es ist anzunehmen, dass die Kommunikation von Informationen besonders in dieser Phase von maßgeblicher Bedeutung ist (Stolzenberg & Heberle, 2022a).

1.4 Struktur der Arbeit

Kapitel 2.1 legt die theoretische Basis dieser Arbeit durch die Erläuterung von Grundlagen und Definitionen der zentralen Konstrukte und Konzepte dieser Arbeit. Daraufhin wird in Kapitel 2.2 die Mediationswirkung der Unsicherheit anhand theoretischer und empirischer Belege abgeleitet. Kapitel 2.3 fokussiert die Moderationswirkung und leitet diese ebenfalls anhand zentraler Theorien und empirischer Evidenz ab. Das methodische Vorgehen zur Überprüfung der aufgestellten Hypothesen wird in Kapitel 3 beschrieben. In Kapitel 4 folgen die Ergebnisse der Untersuchung. Dieses beschreibt die Daten deskriptiv, prüft die Hypothesen und führt aufbauende Analysen durch. Die Ergebnisse werden in Kapitel 5 vor dem Hintergrund der theoretischen Annahmen eingeordnet. Zudem werden Limitationen der Studie benannt und theoretische sowie praktische Implikationen abgeleitet. In Kapitel 6 konkludiert die Arbeit mit einem zusammenfassenden Fazit.

2 Theoretischer Hintergrund und Stand der Forschung

Einleitend gilt es die Funktionen und Wirkungsweisen von Change-Kommunikation zu definieren. Um zu verstehen, wie die Change-Kommunikation die Einstellungen der Betroffenen beeinflusst, werden veränderungsbezogene Einstellungen definiert und deren Bildungsprozess beschrieben. Nachfolgend werden die Konzepte der Sicherheit und Unsicherheit definiert. Anschließend werden das Vertrauen und die Kommunikationsqualität erläutert und deren Wirkung zur Steigerung der Einstellung empirisch belegt. Vor diesem Hintergrund folgt eine Diskussion der mediierenden Rolle von Unsicherheit in der Bildung veränderungsbezogener Einstellungen. Daraufhin wird der moderierende Effekt der Unsicherheit in der Wirkung von Vertrauen und Kommunikationsqualität anhand theoretischer und empirischer Belege erörtert.

2.1 Grundlagen der Change-Kommunikation

Dieses Kapitel gibt einen grundlegenden Überblick über die zentralen Konstrukte dieser Arbeit.

2.1.1 Change-Kommunikation

Die Change-Kommunikation umfasst die „zielgerichtete kommunikative Gestaltung und Begleitung organisationaler Veränderungsprozesse“ (Deekeling & Arndt, 2021, S. 550). Übertragen auf die Change-Kommunikation von Führungskräften beinhaltet diese somit veränderungsbezogenen Kommunikationsmaßnahmen von Führungskräften an Mitarbeitende, Teams oder Abteilungen (Deekeling & Arndt, 2021). Die Change-Kommunikation von Führungskräften an deren Mitarbeitende erfüllt verschiedene Funktionen. Sie macht wichtige Informationen über die Veränderung zugänglich, adressiert Ängste sowie Emotionen und etabliert eine gemeinsame Gesprächsbasis (Bordia, Hunt et al., 2004; Deekeling & Arndt, 2021; Stolzenberg & Heberle, 2022a). Darüber hinaus wird sie eingesetzt, um Mitarbeitende davon zu überzeugen, dass die Veränderung notwendig und für sie vorteilhaft ist (Armenakis, Harris & Feild, 2000; Deekeling & Arndt, 2021; Kaune & Wagner, 2016; Oreg, Vakola & Armenakis, 2011; Stolzenberg & Heberle, 2022a; van den Heuvel et al., 2016). Des Weiteren können über die Change-Kommunikation Unsicherheiten

der Mitarbeitenden reduziert werden (Allen et al., 2007; Bordia, Hunt et al., 2004; Clampitt, DeKoch & Cashman, 2000).

Besonders letztere Funktionen können als zentrale Wirkungsmechanismen zur Bildung veränderungsbezogener Einstellungen betrachtet werden. So beruht die Bildung positiver Einstellungen maßgeblich darauf, wie sehr die Mitarbeitenden überzeugt sind, dass die Veränderung notwendig und für sie vorteilhaft ist (Oreg et al., 2011; van den Heuvel et al., 2016). Auch kann die Change-Kommunikation Einstellungen positiv beeinflussen, indem sie Unsicherheiten der Mitarbeitenden vermindert (Allen et al., 2007). Beide Wirkungen werden in Kapitel 2.2 im Hinblick auf die Mediationswirkung der Unsicherheit diskutiert.

Diese Diskussion erfordert jedoch eine Definition und ein grundlegendes Verständnis des Bildungsprozesses veränderungsbezogener Einstellungen. Darüber hinaus ist zu thematisieren, wie die Kommunikationsqualität und das Vertrauen in diesem Prozess wirken. Diese Aspekte werden in den folgenden Kapiteln aufgegriffen.

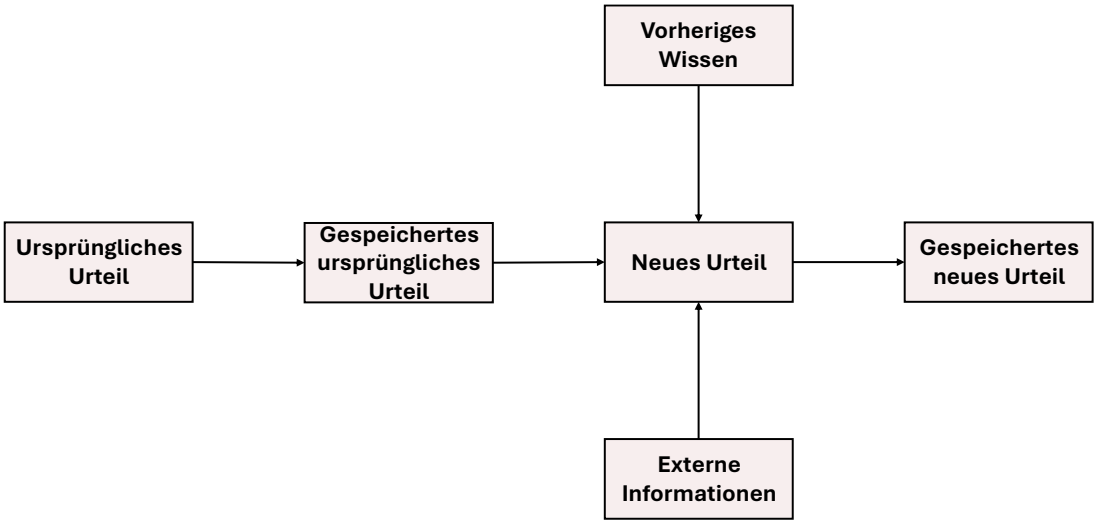
2.1.2 Einstellung gegenüber Veränderungen

Das Konstrukt der Einstellung gegenüber der Veränderung leitet sich in weiten Teilen aus der allgemeinen Einstellungsforschung ab (Piderit, 2000). Daher wird zuerst das psychologische Konstrukt der Einstellung definiert. Einstellungen sind als „eine bewertende Verknüpfung von Kognitionen und Affekten, die in Bezug auf ein Objekt empfunden werden“ (Crano & Prislin, 2006, S. 347) definiert. Diese Evaluationen eines Bezugsobjekts können entweder situativ gebildet werden oder durch vermehrte Bewertung des Bezugsobjekts im Gedächtnis abgespeichert werden (Albarracín & Shavitt, 2018; Albarracín et al., 2005).

Abbildung 1 veranschaulicht den Prozess der Einstellungsbildung. Dieser beginnt mit einer initialen Bewertung eines Bezugsobjekts (Albarracín et al., 2005). Die Bewertung kann auf einer kognitiven, affektiven oder behavioralen Ebene erfolgen (Albarracín et al., 2005; Eagly & Chaiken, 1993; Rosenberg, Hovland, McGuire, Abelson & Brehm, 1960). Das Urteil wird anschließend im Gedächtnis abgespeichert (Albarracín et al., 2005). Beim Auftreten neuer

Informationen werden diese reevaluiert, womit das neue Einstellungsurteil das alte Urteil überschreibt. Diese Urteile manifestieren sich bei erneuter Konfrontation mit dem Bezugsobjekt und sind als Einstellungen zu verstehen (Albarracín et al., 2005).

Abbildung 1
Einstellungsbildungsprozess nach Albarracin et al. (2005).



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung adaptiert von Albarracin et al. (2005, S. 6)

Einstellungen können sowohl qualitativ in der Ausprägung der Gedanken, Affekte oder Handlungsintentionen als auch quantitativ in ihrer Valenz beschrieben werden (Bouckenooghe et al., 2021; Lines, 2005). Da diese Arbeit einen quantitativen Ansatz verfolgt, sind besonders die quantifizierbaren Faktoren von Interesse.

Die Einstellung gegenüber der Veränderung wurde in der frühen Forschung häufig als Sammelbegriff für einstellungsähnliche Konstrukte wie den Widerstand oder die Offenheit gegenüber der Veränderung, verwendet (Bouckenooghe, 2010; Bouckenooghe et al., 2021; M. Choi, 2011). Die jüngere Forschung bemüht sich jedoch um eine Betrachtung in Konkordanz mit den Erkenntnissen der allgemeinen Einstellungsforschung (Bouckenooghe et al., 2021; van den Heuvel et al., 2015). Daher bedient sich diese Arbeit zur Erklärung der veränderungsbezogenen Einstellung an Erkenntnissen und Modellen der allgemeinen Einstellungsforschung. Analog dazu wird die Einstellung gegenüber

der Veränderung definiert als „Zustand, welcher sich aus kognitiven, affektiven oder behavioralen Reaktionen gegenüber einer [..] Veränderung zusammensetzt“ (Bouckenooghe et al., 2010, S. 518). Ähnlich den allgemeinen Einstellungen bilden sich auch Veränderungseinstellungen maßgeblich aus der kontinuierlichen Beurteilung, Verarbeitung und Integration von Informationen zur Veränderung (Bouckenooghe et al., 2021; M. Choi, 2011). Diese entstehen durch die individuelle Wahrnehmung der Veränderung und den Austausch mit Kolleg:innen sowie Vorgesetzen (Allen et al., 2007; Yuan & Woodman, 2007). Besonders letzterer Aspekt hebt hervor, dass Vorgesetzte einen entscheidenden Einfluss auf die Bildung von Urteilen über die Veränderung nehmen können (M. Choi, 2011; Lines, 2005, van den Heuvel et al., 2016). Auch betont dies die Wichtigkeit der Change-Kommunikation im Einstellungsbildungsprozess (Lines, 2005, van den Heuvel et al., 2016).

Folglich kann die Change-Kommunikation individuelle Urteile beeinflussen, aus welchen sich die veränderungsbezogene Einstellung zusammensetzt. Die nachfolgenden Kapitel erläutern, wie Kommunikationsqualität und Vertrauen zur Etablierung dieser Urteile wirken.

2.1.3 Vertrauen in der Change-Kommunikation

Dem Vertrauen wird in verschiedenen Fachwerken eine zentrale Rolle im Management von Veränderungen zugeschrieben (Malik, 2016). Definiert ist es als „die Bereitschaft einer Partei, sich durch die Handlungen einer anderen Partei verwundbar zu machen, basierend auf der Erwartung, dass die andere Partei eine bestimmte, für den Vertrauenden wichtige Handlung vornimmt, unabhängig von der Fähigkeit, diese andere Partei zu überwachen oder zu kontrollieren“ (Mayer, Davis & Schoorman, 1995, S. 712, übersetzt durch DeepL, Anhang 19 #8). Entsprechend umfasst der Akt des Vertrauens eine unkritische Haltung gegenüber den Handlungen einer Person basierend auf dem Glauben, dass diese vertrauenswürdig ist.

In der psychologischen Forschung wird zwischen kognitivem, affektivem, behavioralem und habitualem Vertrauen unterschieden (Hung, Dennis & Robert, 2004; Lewicki, Tomlinson & Gillespie, 2006). Vertrauen kann kognitiv durch ein sorgfältiges Abwägen von Vertrauensinformationen gebildet oder affektiv aus

oberflächlichen Persönlichkeitseigenschaften abgeleitet werden (Hung et al., 2004). Behaviorales Vertrauen beschreibt Verhaltensweisen oder Intentionen, welche sich aus dem Vertrauensurteil ergeben (Lewicki et al., 2006). Das habituale Vertrauen entwickelt sich aus der wiederholten Beurteilung der Vertrauenswürdigkeit der anderen Partei (Hung et al., 2004). Dadurch wird es im Gedächtnis abgespeichert und ist leicht und automatisch abrufbar (Hung et al., 2004). Diese Arbeit fokussiert diese habituale Form, da aus der Studie von Allen et al. (2007) abzuleiten ist, dass Mitarbeitende in Veränderungsprozessen besonders auf Vertrauensurteile zurückgreifen, welche über eine Vielzahl an Interaktionen gebildet wurden.

Zur Bildung positiver Vertrauensurteile müssen einer Person laut der Konzeption nach Mayer et al. (1995) *aufgabenspezifische Fähigkeiten*, *Wohlwollen* und *Integrität* zugeschrieben werden. Die Dimension *Fähigkeit* wird von Mayer et al. (1995) als Kompetenzen in einer für das Vertrauensurteil relevanten Domäne definiert. Unter *Wohlwollen* ist zu verstehen, dass die Vertrauensperson ohne Eigennutzen dem/der Vertrauenden gegenüber vorteilhaft handelt (Mayer et al., 1995). *Integrität* beschreibt, dass die Werte des/der Vorgesetzten mit denen der Mitarbeitenden übereinstimmen und dass der/die Vorgesetzte wertegeleitet handelt. (Mayer et al., 1995).

In der Beurteilung der Change-Kommunikation stellt das Vertrauen in die Führungskraft eine ausschlaggebende Information dar. So kann das Vertrauen in die kommunizierende Person verwendet werden, um die Glaubwürdigkeit einer Kommunikationsbotschaft zu beurteilen, ohne die tatsächliche Richtigkeit der Informationen zu prüfen (Allen et al., 2007; Sloyan & Ludema, 2010). Das Vertrauen beeinflusst demnach die veränderungsbezogene Einstellung, indem Mitarbeitende die kommunizierte Meinung vertrauter Führungskräfte unkritischer in das eigene Urteil integrieren (Allen et al., 2007; Rousseau & Tijoriwala, 1999; van den Heuvel et al., 2015).

Dieser positive Einfluss auf die veränderungsbezogenen Einstellungen wird durch verschiedene quantitative und qualitative Studien belegt (Allen et al., 2007; Amarantou, Kazakopoulou, Chatzoudes & Chatzoglou, 2018; Haqq, 2021; Men, Yue & Y. Liu, 2020; van den Heuvel et al., 2017; van den Heuvel

et al., 2016; van den Heuvel et al., 2015). Dabei weist die Forschung darauf hin, dass Aussagen und Meinungen vertrauter Quellen überzeugender wirken (Haqq, 2021; Légal, Chappé, Coiffard & Villard-Forest, 2012; Men et al., 2020; van den Heuvel et al., 2016; Zainab, Akbar & Siddiqui, 2022). Zudem zeigt sich, dass das Vertrauen über die Erhöhung der wahrgenommenen Vorteilhaftigkeit oder Notwendigkeit der Veränderung sowie über die Erfüllung des psychologischen Vertrags wirkt (van den Heuvel et al., 2016; van den Heuvel et al., 2015). Die Wirkung des Vertrauens manifestiert sich insbesondere auf der kognitiven Ebene der Einstellung (Men et al., 2020; van den Heuvel et al., 2015), wobei Oreg (2006) auch einen Effekt auf die behaviorale und affektive Ebene feststellte. Dieser positive Einfluss ist jedoch nicht über alle Studien hinweg konstant. So konnten einige Studien keinen signifikanten Einfluss des Vertrauens auf die Einstellung feststellen (Allen et al., 2007; Schulz-Knappe et al., 2019; van den Heuvel et al., 2017). Diese widersprüchlichen Ergebnisse weisen auf die Existenz von Moderatoren hin, welche in Kapitel 2.3 diskutiert werden.

2.1.4 Kommunikationsqualität in der Change-Kommunikation

Neben dem Vertrauen stellt auch die Qualität der inhaltlichen Informationen der Kommunikationsbotschaft einen zentralen Erfolgsfaktor in der Überzeugung der Mitarbeitenden dar (Jimmieson et al., 2013, van den Heuvel et al., 2016). Damit Botschaften als hochqualitativ oder überzeugend wahrgenommen werden, müssen sie die Bedenken der Mitarbeitenden angemessen adressieren und die Inhalte müssen als korrekt und nützlich erachtet werden (Jimmieson et al., 2013; K. I. Miller & Monge, 1985; V. D. Miller, J. R. Johnson & Grau, 1994). Zudem sollte die Kommunikation rechtzeitig erfolgen und die Inhalte sollten sinnvoll präsentiert werden (Jimmieson, Rafferty & Allen, 2013; K. I. Miller & Monge, 1985; V. D. Miller et al., 1994). Das bedeutet: Je besser eine Veränderungsbotschaft basierend auf diesen Eigenschaften gestaltet ist, desto überzeugender wirken deren Inhalte auf die Mitarbeitenden. Inwiefern die kommunizierte Position von Führungskräften in das eigene Urteil integriert wird, basiert damit im Gegensatz zum Vertrauen auf der Schlüssigkeit der inhaltlichen Informationen und Argumente. Auch ist die Evaluation dieser inhaltlichen Charakteristiken nicht einfach und automatisch (Todorov, Chaiken &

Henderson, 2002; Yuan & Woodman, 2007). Sie erfordert die Evaluation der erhaltenen Informationen in Relation zu bisherigen Erfahrungen oder Wissensstrukturen (Todorov et al., 2002). Diese Prozesse werden mit einer hohen Elaborationstiefe assoziiert (Carpenter, 2015; Todorov et al., 2002; Yuan & Woodman, 2007). Dennoch können Urteile über inhaltliche Informationen auch anhand oberflächlicher Charakteristiken wie der Länge oder Präsentation der Argumente abgeleitet werden (Todorov et al., 2002; Yuan & Woodman, 2007).

Diese positive Wirkung der Kommunikationsqualität auf die Einstellung gegenüber der Veränderung konnte vielfach empirisch nachgewiesen werden (Bordia, Hobman et al., 2004; Chawla & Kelloway, 2004; Nelissen & van Selm, 2008; Oreg, 2006; Oreg et al., 2011; Qian & Daniels, 2008; van den Heuvel et al., 2017; van den Heuvel et al., 2016; van den Heuvel et al., 2015; Wanberg & Banas, 2000). Dabei wirkt die Kommunikationsqualität über die Erfüllung des psychologischen Vertrags (van den Heuvel et al., 2017; van den Heuvel et al., 2015), eine Erhöhung der wahrgenommenen Notwendigkeit und Vorteilhaftigkeit der Veränderung (van den Heuvel et al., 2015; van den Heuvel et al., 2016) und durch eine Minderung der Unsicherheit (Allen et al., 2007). Anzumerken bleibt jedoch, dass einige Studien keine Effekte der Kommunikationsqualität auf die Einstellung ermitteln konnten (Amarantou et al., 2018; Schulz-Knappe et al., 2019). Auch dies lässt auf die Existenz von Moderatoren der Beziehung zwischen Kommunikationsqualität und veränderungsbezogenen Einstellungen schließen, welche in Kapitel 2.3 diskutiert werden.

2.1.5 Sicherheit und Unsicherheit in Veränderungen

Um anschließend die moderierende und mediierende Rolle der Unsicherheit im Prozess der Einstellungsbildung herzuleiten, wird der Unsicherheitsbegriff in diesem Kapitel definiert und eingegrenzt.

Veränderungsprozesse sind üblicherweise mit einem gewissen Maß an Unsicherheit verbunden (Bordia, Hobman et al., 2004, Stolzenberg & Heberle, 2022a). Die Forschung unterscheidet dabei zwischen informationeller Unsicherheit und persönlicher Unsicherheit (van den Bos & Lind, 2010). Unter informationeller Unsicherheit fehlen Individuen notwendige Informationen zur

Bildung sozialer Urteile (van den Bos & Lind, 2010). In Veränderungen wäre dies beispielsweise die Unsicherheit der Mitarbeitenden, welche Meinung ihr/e Vorgesetzte:r zur Veränderung hat. Dahingegen umfasst die persönliche Unsicherheit Zweifel an persönlichen Einstellungen sowie Unsicherheiten hinsichtlich des Selbstbilds oder Weltbilds (van den Bos & Lind, 2010). Dies wären beispielsweise Selbstzweifel oder Unsicherheiten hinsichtlich der eigenen Rolle im Unternehmen. Beide Formen sind relevante Dimensionen des Unsicherheitserlebens von Mitarbeitenden in Veränderungen. Diese Arbeit betrachtet jedoch die persönliche Unsicherheit, da sie als besonders intensiver Unsicherheitszustand definiert ist (van den Bos, Ham, Lind, Allan, van Essen & Rijpkema, 2008, van den Bos & Lind, 2010). Dadurch übt sie einen zentralen Einfluss auf den Prozess der Informationsverarbeitung aus (van den Bos & Lind, 2010).

Der Gegenpol zu persönlicher Unsicherheit kann als persönliche Sicherheit beschrieben werden. Das Konzept der persönlichen Sicherheit wird in Arbeiten des Forschungsfelds nicht näher definiert. In Abgrenzung zur persönlichen Unsicherheit kann jedoch angenommen werden, dass die persönliche Sicherheit eine gefestigte Einstellung zu sich selbst und der Welt umfasst (van den Bos & Lind, 2010).

Die Ursachen persönlicher Unsicherheiten im Kontext organisationaler Veränderungen sind vielfältig. So zeigt die qualitative Studie von Allen et al. (2007), dass aus informationellen Unsicherheiten über die Ausgestaltung der Veränderung persönliche Unsicherheiten über die Wichtigkeit der eigenen Rolle im Unternehmen resultieren können. Auch transparent und klar definierte Veränderungsmaßnahmen können neue persönliche Unsicherheiten hervorrufen. So kann beispielsweise die Implementierung neuer Hierarchie- oder Rollenstrukturen die Stabilität persönlicher Bedeutungsmuster und Identitätsstrukturen schwächen (Reissner, 2010; Williams & Sibbald, 1999). Auch im Rahmen von Kulturveränderungen werden bestehende soziale Identitäten infrage gestellt und neue Gruppenidentitäten etabliert (Hogg & Terry, 2000). Generell regen Change-Bemühungen das Hinterfragen des eigenen Selbstbilds an, transformieren Einstellungen und schwächen persönliche Bedeutungsmuster (Allen

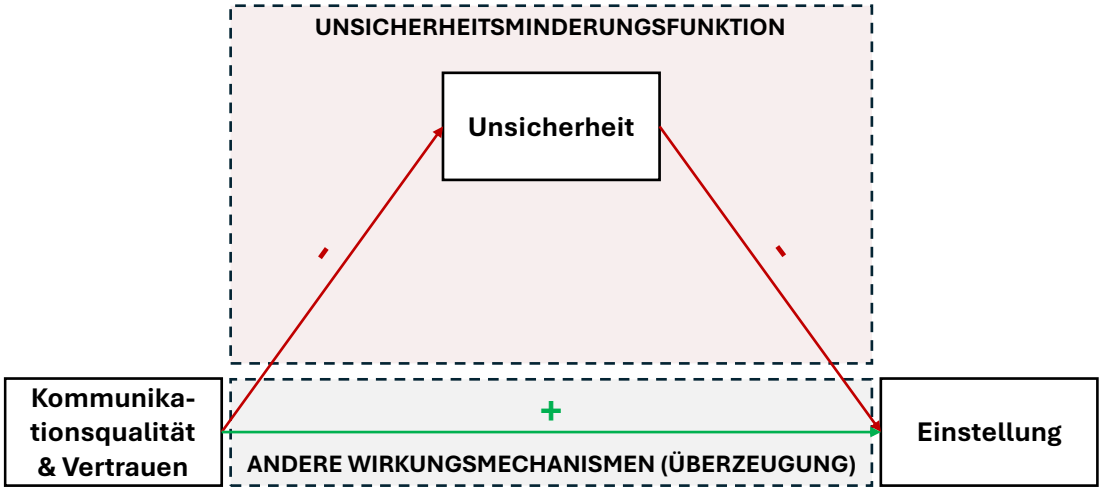
et al., 2007; Chreim, 2002; Jimmieson et al., 2013; Nelissen & van Selm, 2008; Qian & Daniels, 2008).

2.2 Mediationswirkung der Unsicherheit

Kapitel 2.1 stellte dar, dass sich die Wirksamkeit der Change-Kommunikation vor allem auf deren Überzeugungs- und Unsicherheitsminderungsfunktion zurückführen lässt. Aus den Kapiteln 2.1.3 und 2.1.4 geht hervor, dass sowohl die Kommunikationsqualität als auch das Vertrauen zentrale Informationen zur Beurteilung der Überzeugungskraft einer Nachricht darstellen. Beide wirken mitunter, indem sie die betroffenen Mitarbeitenden von der Notwendigkeit und Vorteilhaftigkeit der Veränderung überzeugen (van den Heuvel et al., 2016). Damit tragen sie maßgeblich zur Erfüllung der Überzeugungsfunktion der Change-Kommunikation bei. Jedoch ist auch empirisch abzuleiten, dass hochqualitative Kommunikation vertrauenswürdiger Kommunikator:innen zur Minderung der Unsicherheit beitragen kann. So ist die Wirkung der Kommunikationsqualität als zentraler Prädiktor der Unsicherheit in Veränderungsprozessen über verschiedene Studien hinweg nachzuweisen (Allen et al., 2007; Bordia, Hobman et al., 2004; Bordia, Hunt et al., 2004; Kramer, Dougherty & Pierce, 2004; Li, Sun, Tao & Lee, 2021). Ebenfalls ist die unsicherheitsmindernde Wirkung des Vertrauens von einigen Studien des Forschungsfelds zu belegen (Allen et al., 2007; DiFonzo & Bordia, 1998; van Dam, Verboon & Tekleab, 2021). Auch verwandte Felder lassen auf eine unsicherheitsmindernde Wirkung des Vertrauens schließen (Janssen, 2010). Beiden Faktoren spielen somit eine zentrale Rolle in der Erfüllung der Unsicherheitsminderungsfunktion. Kapitel 2.1 deutete bereits an, dass der Prozess der Unsicherheitsminderung vermutlich einen zentralen Wirkungsmechanismus in der Bildung veränderungsbezogener Einstellungen darstellt. Dabei hängt die wahrgenommene Unsicherheit in Veränderungen negativ mit der veränderungsbezogenen Einstellung zusammen (Allen et al., 2007; Katsaros & Tsirikas, 2022; Katsaros & Tsirikas, 2023). Eine Minderung der Unsicherheit wäre damit mit einer positiveren Veränderungseinstellung verbunden. Somit liegt es nahe, dass der Einfluss des Vertrauens und der Kommunikationsqualität auf die Einstellung neben anderen Wirkungsmechanismen auch durch die Unsicherheitsminderung erklärt wird. Dieser Zusammenhang ist in Abbildung 2 dargestellt.

Abbildung 2

Vermutete Wirkungsmechanismen der Mediationswirkung der Unsicherheit



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung. Die Wirkung der Unsicherheitsminderung wirkt auf dem indirekten Pfad, wobei andere Wirkungsmechanismen wie die Überzeugung den direkten Pfad erklären.

Trotz der Relevanz der Unsicherheitsminderungsfunktion in konzeptionellen oder praktischen Arbeiten (z. B. Clampitt et al., 2000) wurde die aufgestellte Mediationshypothese empirisch kaum untersucht. Lediglich die Studie von Allen et al. (2007) bekräftigt die zentrale Bedeutung der Unsicherheitsminderung im Hinblick auf die Wirkung der Kommunikationsqualität. Dabei wird der komplette Einfluss der Kommunikationsqualität auf die Einstellung gegenüber der Veränderung über die Minderung der Unsicherheit erklärt (Allen et al., 2007). Die Studie erläutert jedoch keine theoretische Fundierung dieser Mediationsbeziehung. Auch fehlt es an Studien, welche eine Mediation der Wirkung des Vertrauens über die Unsicherheit untersuchen. Diese Wirkungsbeziehungen werden nachfolgend anhand verschiedener theoretischer Konzepte der Einstellungsbildung und der persönlichen Unsicherheit hergeleitet.

2.2.1 Theoretische Herleitung der Mediationswirkung

Eine Erklärung der potenziellen Mediationswirkung liegt in der Ähnlichkeit der Prozesse der Unsicherheitsminderung und Einstellungsbildung. So wies Janssen (2010) nach, dass Informationen, welche eine hohe Relevanz zur Minderung von Unsicherheit besitzen, ebenfalls einflussreiche Prädiktoren der

organisationalen Anziehung darstellen. Die organisationale Anziehung kann dabei als Facette der Einstellung gegenüber dem Arbeitgeber verstanden werden (Highhouse, Lievens & Sinar, 2003; Madera, Dawson & Neal, 2018). Dies legt nahe, dass beide Informationsverarbeitungsprozesse eng verknüpft sind. Diese These kann durch theoretische Modelle beider Konstrukte gestützt werden. So basieren verschiedene Theorien der Unsicherheitsreduktion auf Modellen der Einstellungsbildung und Überzeugung (Hogg, 2007; Kramer, 2014). Wiederum bedienen sich verschiedene Konzeptionen der Einstellungsbildung an Konzepten der Unsicherheitsreduktion (Petty & Cacioppo, 1986; Todorov et al., 2002). Sie nehmen an, dass die Suche nach Informationen durch das Bestreben motiviert ist, Unsicherheit hinsichtlich eigener Einstellungen zu reduzieren (Petty & Cacioppo, 1986; Todorov et al., 2002). Demnach werden insbesondere Informationen verarbeitet, welche die Sicherheit von Einstellungen erhöhen (Todorov et al., 2002). Vor diesem Hintergrund kann die persönliche Unsicherheit ebenfalls als unsichere Einstellung verstanden werden. Sie umfasst die Unsicherheit hinsichtlich eigener Einstellungen sowie Unsicherheiten gegenüber dem Selbst- und Weltbild (van den Bos & Lind, 2010), welche auch als einstellungsähnliche Konstrukte zu verstehen sind (Kaplan, 1976; Stenmark, 2022). Das Reduzieren persönlicher Unsicherheit wäre damit ein Prozess, der die Sicherheit persönlicher Einstellungen erhöht. Entsprechend integrieren beide Prozesse verschiedene Informationen zur Etablierung sicherer Urteile und Einstellungen (Kramer, 2014; Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Dies legt nahe, dass Informationen wie das Vertrauen und die Kommunikationsqualität in beiden Prozessen ähnlich verarbeitet werden.

Dennoch ist nicht davon auszugehen, dass beide Prozesse identisch sind. So unterschieden sich diese hinsichtlich ihres Bezugsobjekts. Die persönliche Unsicherheit fokussiert das Selbstbild und die eigene Rolle in der Welt (van den Bos & Lind, 2010). Die Einstellung gegenüber der Veränderung bezieht sich dahingegen auf den Veränderungsprozess und die damit verbundenen persönlichen Vor- oder Nachteile (Armenakis et al., 2000; Oreg et al., 2011; van den Heuvel et al., 2016). So ist zwar eine grundlegende Ähnlichkeit beider Informationsverarbeitungsprozesse zu vermuten. Es ist jedoch nicht davon

auszugehen, dass die Unsicherheitsminderung den kompletten Prozess der Einstellungsbildung erklären kann.

Eine weitere Erklärung für die empirisch beobachtbare Verknüpfung beider Prozesse wäre, dass auch die Unsicherheitsbewertung selbst als Urteilsdimension in die Einstellungsbildung einfließt. So kann die Wahrnehmung von Unsicherheit dazu führen, dass Betroffene mehr negative Gedanken bezüglich der Veränderung haben und diese negativer beurteilen (Nery, Franco & Neiva, 2019). Ein Abbau dieser Unsicherheiten könnte demnach in weniger negativen Evaluationen der Veränderung resultieren.

Beide Erklärungsansätze diskutieren eine Verknüpfung beider Prozesse auf kognitiver Ebene. Neben diesen kognitiven Zugängen sind affektive und behaviorale Mediationswirkungen beider Informationen abzuleiten. So wird persönliche Unsicherheit als aversiver Zustand beschrieben, der negative Emotionen auslöst (van den Bos & Lind, 2010). Zudem können Unsicherheitswahrnehmungen Phasen negativer affektiver Empfindungen verlängern und verstärken (Anderson, Carleton, Diefenbach & Han, 2019; Bar-Anan, Wilson, Gilbert, 2009; Morriss, Gell & van Reekum, 2019; Wilson & Gilbert, 2008). Da Veränderungen häufig ursächlich für die Entstehung persönlicher Unsicherheit sind (Kapitel 2.1.5), kann vermutet werden, dass sich Unsicherheitsempfindungen negativ auf die affektive Einstellung gegenüber der Veränderung auswirken. Eine Minderung der Unsicherheit wäre demnach mit dem Abbau negativer Emotionen und negativer affektiver Einstellungen gegenüber der Veränderung verbunden. Auch eine behaviorale Mediationswirkung ist anzunehmen. So vermindert die Unsicherheit laut Katsaros und Tsirikas (2023) die behaviorale Unterstützung der Veränderung.

2.2.2 Hypothesen der Mediationswirkung

Um die Annahmen der Mediationswirkung der Unsicherheit empirisch zu überprüfen, werden diese im Folgenden in Hypothesen übersetzt. Zuvor gilt es, die Terminologie der persönlichen Unsicherheit näher zu definieren. Die Mediationswirkung betrachtet, wie sich eine Beeinflussung der Unsicherheit durch die Change-Kommunikation auf die Einstellung auswirkt. Damit wird also die Unsicherheit infolge der kognitiven Verarbeitung der Kommunikationsqualität und

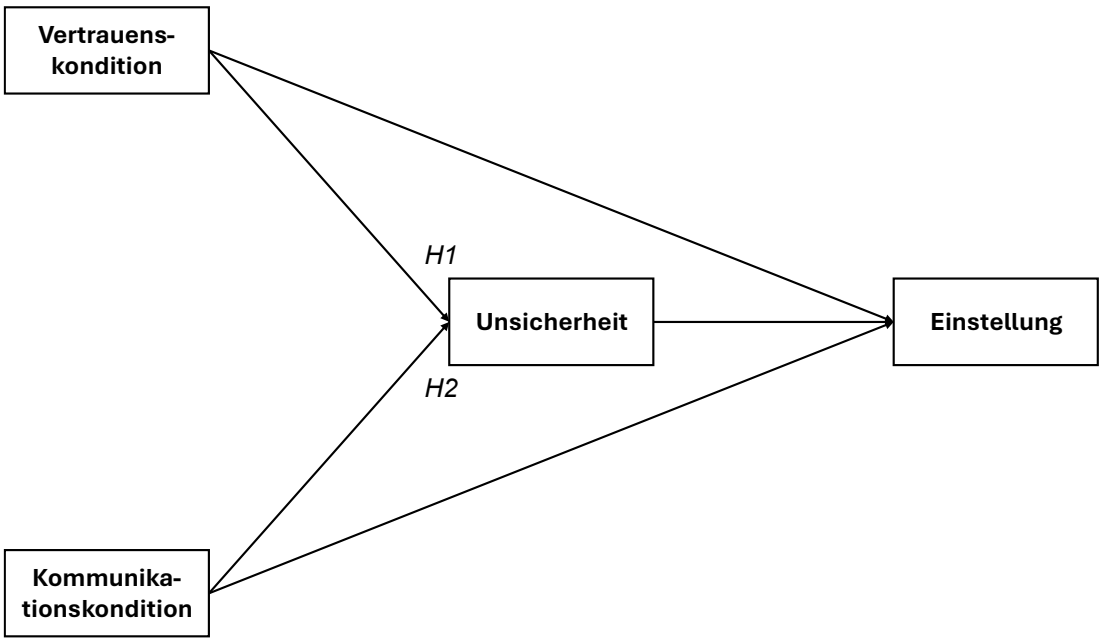
des Vertrauens betrachtet. Diese wird nachfolgend als *Unsicherheit infolge der Verarbeitung* bezeichnet. Die in Kapitel 2.3 erläuterte Moderationswirkung betrachtet dahingegen die Auswirkungen von Unsicherheit bei der Verarbeitung der Informationen und wird als *Unsicherheit bei der Verarbeitung* bezeichnet.

Wie aus den Kapiteln 2.1.3 und 2.1.4 hervorgeht, ist anzunehmen, dass die Wirkungen des Vertrauens und der Kommunikationsqualität maßgeblich über eine Minderung der Unsicherheit infolge der Verarbeitung vermittelt werden. Da jedoch anzunehmen ist, dass weitere Wirkungsmechanismen den Effekt beider Variablen erklären, ist lediglich von einer partiellen Mediation auszugehen. Diese wird in den folgenden Hypothesen beschrieben und in Abbildung 3 illustriert.

Hypothese (H) 1: Die Wirkung des Vertrauens auf die veränderungsbezogene Einstellung wird partiell über die persönliche Unsicherheit infolge der Verarbeitung mediiert. Das Vertrauen beeinflusst die persönliche Unsicherheit negativ, welche die veränderungsbezogene Einstellung negativ beeinflusst.

Abbildung 3

In den Hypothesen beschriebenes Mediationsmodell



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung. Vertrauen und Kommunikationsqualität werden später in einem Experimentaldesign manipuliert und deshalb als Konditionen bezeichnet.

Hypothese 2: Die Wirkung der Kommunikationsqualität auf die veränderungsbezogene Einstellung wird partiell über die persönliche Unsicherheit infolge der Verarbeitung mediiert. Die Kommunikationsqualität beeinflusst die persönliche Unsicherheit negativ, welche die veränderungsbezogene Einstellung negativ beeinflusst.

2.2.3 Zwischenfazit

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass kommunizierte Meinungen von Vorgesetzten eher übernommen werden, wenn der Vorgesetzte als vertraut und die Botschaft als hochqualitativ wahrgenommen wird (Allen et al., 2007). Dabei wirken die Kommunikationsqualität und das Vertrauen indirekt durch das Mindern der Unsicherheit und direkt über das Hervorheben der Notwendigkeit und Vorteilhaftigkeit der Veränderung (Allen et al., 2007; van den Heuvel et al., 2015). Die in Kapitel 2.1.3 und 2.1.4 geschilderte Inkonsistenz dieser Effekte legt jedoch die Existenz von Moderatoren nahe.

2.3 Moderationswirkung der Unsicherheit

Diese Studie betrachtet die Unsicherheit als Moderator zur Erklärung der Variation der Effekte des Vertrauens und der Kommunikationsqualität. So lassen verschiedene Studien vermuten, dass die wahrgenommene Unsicherheit die Relevanz spezifischer Informationen verstärkt oder abschwächt (Faraji-Rad & Pham, 2017; Janssen, 2010; Tiedens & Linton, 2001).

Diese potenzielle Moderationswirkung der Unsicherheit im Prozess der Einstellungsbildung und Unsicherheitsreduktion wird anschließend anhand empirischer Belege und Theorien der Einstellungsbildung und Unsicherheitsreduktion hergeleitet.

2.3.1 Empirische Belege der Moderationswirkung persönlicher Unsicherheit

Verwandte Forschungsfelder bieten eine solide Evidenz für die vermutete Moderation der Informationsverarbeitung durch die Unsicherheit. So zeigte Janssen (2010), dass Personen zur Beurteilung der Arbeitgeberattraktivität unter Unsicherheit stärker Vertrauensinformationen nutzen, während sie unter Sicherheit verstärkt inhaltliche Informationen heranziehen. Auch weitere Studien

bestätigen die erhöhte Relevanz des Vertrauens zur Urteilsbildung unter Unsicherheit (Kollock, 1994; G. Liu, Zhang, R. Huang & Wang, 2022). Dahingegen vertreten andere Experimentalstudien die Ansicht, dass Unsicherheit die Verarbeitung inhaltlicher Informationen statt sozial-kontextueller Informationen erhöht (Faraji-Rad & Pham, 2017; Tiedens & Linton, 2001). Somit widersprechen sich die Studien in der Richtung der Effekte: Sie zeigen jedoch, dass die Wahrnehmung von Unsicherheit die Verarbeitung sozialer oder inhaltlicher Informationen verstärken kann. Welche Information in ihrer Wirkung verstärkt wird, scheint kontextabhängig zu sein.

Im Kontext der Change-Kommunikation überprüfte einzig Ellis (1992) diesen Wirkungszusammenhang. Sie untersuchte, wie die Glaubwürdigkeit der kommunizierenden Person, welche eng mit dem Vertrauen verwandt ist (Perry & Mankin, 2004), die Einstellung gegenüber der Veränderung für unterschiedliche Unsicherheitsniveaus beeinflusst (Ellis, 1992). Laut der Studie beeinflusst die Glaubwürdigkeit der kommunizierenden Person die Einstellung gegenüber der Veränderung unter Unsicherheit stärker als unter Sicherheit (Ellis, 1992). Die Studie weist jedoch methodische Mängel auf, da die Experimentalmanipulationen nicht die gewünschte Wirkung zeigten (Ellis, 1992). Dennoch legt sie einen grundlegenden Einfluss der Unsicherheit auf die Informationsverarbeitung dar.

Da die empirische Basis nicht hinreichend ist, wird die potenzielle Moderationswirkung der Unsicherheit anhand theoretischer Modelle hergeleitet. Dazu erläutert die *Unified Theory of Judgement* (UTJ), unter welchen Bedingungen Informationen wie Vertrauen oder Kommunikationsqualität zur Urteilsbildung genutzt werden (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Anschließend wird anhand von Theorien der Unsicherheitsreduktion argumentiert, inwiefern die Wahrnehmung von Unsicherheit diese Bedingungen beeinflusst. Entsprechend Kapitel 2.2 wären diese Annahmen der Unsicherheitsreduktion auch auf den Prozess der Einstellungsbildung übertragbar.

2.3.2 Informationsverarbeitung und Einstellungsbildung

Wie Kapitel 2.1.2 zeigt, entstehen Einstellungen, indem Urteile über einen Bewertungsgegenstand integriert und im Gedächtnis abgespeichert werden

(Albarracín et al., 2005). Die UTJ erläutert, nach welchen Selektionskriterien Informationen zur Urteilsbildung verwendet werden (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Im Gegensatz zu den weitverbreiteten Dual Process Theorien, welche verschiedene Systeme der Informationsverarbeitung annehmen, geht die UTJ von einem einheitlichen Verarbeitungsprozess aus (Evans & Stanovich, 2013; Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Diese knüpft die Art und den Umfang der Informationsverarbeitung an eine Reihe situativer Bedingungen. Damit ermöglicht sie eine nuancierte Betrachtung des Verarbeitungsprozesses (Evans & Stanovich, 2013; Kruglanski & Gigerenzer, 2011) und wird als theoretische Basis dieser Arbeit gewählt.

Die UTJ nimmt an, dass jedem Urteil erlernte Entscheidungsregeln zugrunde liegen (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Diese können als wenn-dann-Bedingungen operationalisiert werden und modellieren den Prozess der Urteilsbildung (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Auch das Vertrauen und die Kommunikationsqualität können Entscheidungsregeln zur Beurteilung der Glaubwürdigkeit der Change-Kommunikation darstellen. Diese wurden in Tabelle 1 exemplarisch aus der Definition der Konstrukte abgeleitet (Jimmieson et al., 2013; Mayer et al., 1995).

Tabelle 1
Entscheidungsregeln des Vertrauens und der Kommunikationsqualität

Vertrauen	Kommunikationsqualität
Wenn mein/e Vorgesetzte:r mir wohlwollend gesinnt, kompetent und integer ist, entspricht seine/ihre kommunizierte Position der Wahrheit.	*Wenn die Informationen, die ich von meinem/meiner Vorgesetzten erhalte, korrekt, angemessen und nützlich sind und meine Bedenken angemessen ansprechen, entspricht seine/ihre kommunizierte Position der Wahrheit.*

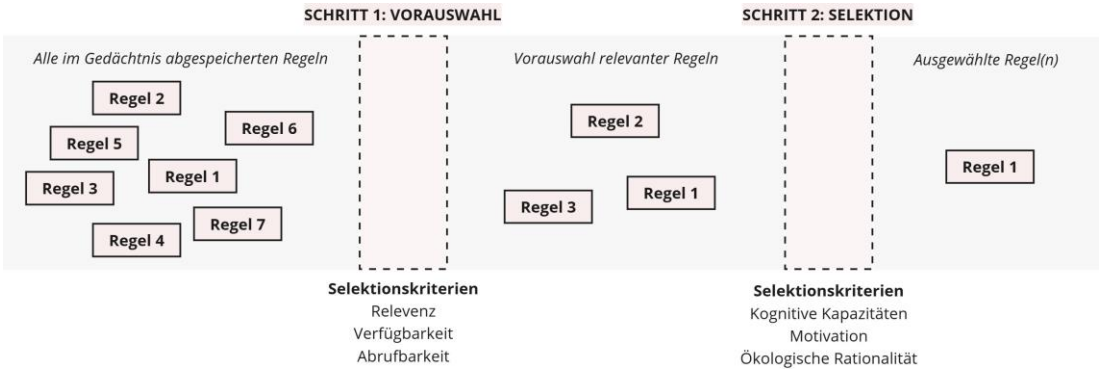
Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Jimmieson et al. (2013) und Mayer et al. (1995)

Welche Regel zur Urteilsbildung verwendet wird, entscheidet ein zweistufiger Selektionsprozess. Dieser ist in Abbildung 4 illustriert und wird nachfolgend

beschrieben (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Der erste Schritt beinhaltet die Vorauswahl aller im Gedächtnis verfügbaren und *abrufbaren* Entscheidungsregeln, die für die Urteilssituation *relevant* und *anwendbar* sind (Kruglanski & Gigerenzer, 2011; Kruglanski & Thompson, 1999). Im zweiten Schritt werden aus dieser Vorauswahl eine oder mehrere Regeln zur Urteilsbildung ausgewählt. Diese Auswahl beruht auf drei Kriterien: den *kognitiven Kapazitäten* und der *Motivation* der Person sowie der *ökologischen Rationalität* der Regel.

Abbildung 4

Regelselektion der Unified Theory of Judgement nach Kruglanski und Gigerenzer (2011)



Anmerkung. Eigene Darstellung in Anlehnung an Kruglanski & Gigerenzer (2011, S. 98-104)

Hinsichtlich der *kognitiven Kapazitäten* gilt: Je komplexer die Regel, desto mehr kognitive Kapazitäten muss ein Individuum zur Verarbeitung aufbringen (Kruglanski & Gigerenzer, 2011; Kruglanski & Thompson, 1999). Komplexe Entscheidungsregeln beanspruchen umfassende kognitive Operationen wie das Ordnen und Abwägen umfassender Informationen. Die *Motivation* lässt sich qualitativ und quantitativ unterscheiden. Qualitativ können Personen für verschiedene Verarbeitungsstile wie eine tiefgehende oder oberflächliche Verarbeitung motiviert sein. Diese Motivationen können quantitativ hoch oder niedrig ausgeprägt sein. Komplexe Entscheidungsregeln erfordern eine hohe Motivation zur tiefgehenden Informationsverarbeitung (Kruglanski & Gigerenzer, 2011; Kruglanski & Thompson, 1999). Die *ökologische Rationalität* einer Regel beschreibt, inwiefern diese dazu beiträgt, das gewünschte Informationsziel zu erfüllen (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). So sind beispielsweise zur Bildung genauer Urteile Informationen ökologisch rational, welche akkurate

Schlussfolgerungen ermöglichen (Kruglanski & Thompson, 1999). Zur Urteilsbildung wird die Regel genutzt, welche die höchste ökologische Rationalität aufweist (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Ähnelt sich die ökologische Rationalität zweier Regeln, fließt das Urteil der ökologisch rationalsten Regel primär in die Urteilsbildung ein. Dieses kann jedoch durch das Urteil der konkurrierenden Regel beeinflusst werden– insbesondere, wenn sich beide Urteile widersprechen (Kruglanski & Gigerenzer, 2011).

Die Selektionskriterien kognitive Kapazitäten, Motivation und ökologische Rationalität variieren abhängig situativer Gegebenheiten (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Daher wird im weiteren Verlauf überprüft, wie sich die Selektion der Entscheidungsregeln Vertrauen und Kommunikationsqualität unter der Wahrnehmung persönlicher Unsicherheit und Sicherheit unterscheidet. Dies erfordert eine theoretische Auseinandersetzung mit den Auswirkungen der Sicherheit und Unsicherheit auf die Parameter der UTJ. Das folgende Kapitel erläutert daher deren Wirkung.

2.3.3 Wirkung von Sicherheit und Unsicherheit

Die Kapitel 2.1.2 und 2.1.3 demonstrieren, dass die Auswirkungen der Unsicherheit auf die Verarbeitung inhaltlicher und sozialer Informationen über verschiedene Studien hinweg variiert. Dies könnte darin begründet sein, dass die Unsicherheit unterschiedliche Motive anregt, welche die Informationsverarbeitung in unterschiedlicher Weise beeinflussen. Zur Erläuterung dieser Motive werden nachfolgend die Uncertainty-Identity-Theory (UIT) (Hogg, 2007), das Uncertainty-Catalyst-Framework (UCF) (Janssen, 2010) und die Motivation-to-Reduce-Uncertainty-Theory (MRU) (Kramer, 2014) vorgestellt und deren Implikationen hinsichtlich der Verarbeitung der Change-Kommunikation abgeleitet.

Kapitel 2.1.5 zeigt, dass die persönliche Unsicherheit mit dem Anzweifeln persönlicher Bedeutungs- und Identitätsmuster einhergeht (Hogg, 2007). Entsprechend der UIT motivieren diese identitären und persönlichen Unsicherheiten die Identifikation mit sozialen Gruppen (Hogg, 2007). So wirkt die Identifikation mit sozialen Gruppen gemäß der UIT identitätsstiftend und gilt als primäre Maßnahme zur Verringerung persönlicher Unsicherheiten (Hogg, 2007).

Diese Prämisse wird durch verschiedene Studien und Metaanalysen bekräftigt (E. U. Choi & Hogg, 2020; Elstak, Bhatt, van Riel, Pratt & Berens, 2015; Hogg, 2007). Das UCF erweitert die Annahmen der UIT und betont, dass zur Gruppenidentifikation die Evaluation gruppeninterner Dynamiken vorausgesetzt wird, wozu besonders soziale Informationen wie das Vertrauen benötigt werden. Damit steigen die Salienz und die Motivation zur Verarbeitung sozialer Informationen unter Unsicherheit (Janssen, 2010). Diese These kann von verschiedenen Studien verifiziert werden (Janssen, 2010; Kollock, 1994; G. Liu et al., 2022). Auch Studien aus dem Change-Kontext bekräftigen die Annahmen. So werden psychologische Bedürfnisse in Veränderungen vermehrt durch soziale Bindungen befriedigt (Sadarić & Škerlavaj, 2023) und die Intensität sowie Frequenz sozialer Interaktionen nehmen zu (Lines, 2005).

Diese theoretische Perspektive erklärt die empirischen Ergebnisse, welche eine erhöhte Wirkung sozialer Vertrauensinformationen unter persönlicher Unsicherheit feststellten. Sie kann jedoch nicht erklären, wieso einige Studien eine erhöhte Verarbeitung inhaltlicher Informationen ermittelten (Baas, Dreu & Nijstad, 2012; Faraji-Rad & Pham, 2017; Merlhiot et al., 2018; Tiedens & Linton, 2001; van Horen et al., 2023). Dies verlangt die Würdigung der Perspektive, dass Unsicherheit die Verarbeitung inhaltlicher Informationen begünstigt. Die Fundierung dieses Standpunkts wird aus der MRU nach Kramer (Kramer, 1999, 2014) abgeleitet.

Entsprechend der MRU regt die Wahrnehmung von Unsicherheit eine Motivation zur Unsicherheitsminderung an (Kramer, 2014). Diese Motivation veranlasst Individuen dazu, nähere Informationen zum Gegenstand der Unsicherheit einzuholen (Kramer, 2014). Diese These deckt sich mit weiteren Unsicherheitsreduktionstheorien und empirischen Befunden (Anselme, 2010; Berger & Calabrese, 1975; Czernatowicz-Kukuczka, Jaśko & Kossowska, 2014; Guo, 2011; Rosen & Knäuper, 2009). Die Motivation zur Informationssuche entsteht laut Kramer (2014) insbesondere in äußerst unsicheren Situationen, in denen die persönliche Betroffenheit hoch ist und akkurate Informationen zur Regulierung der Unsicherheit beitragen. Persönliche Unsicherheit ist ein sehr intensiver Unsicherheitszustand (van den Bos & Lind, 2010) und es ist anzunehmen, dass Betroffene von Veränderungen eine hohe persönliche Betroffenheit

verspüren. Zudem kann Change-Kommunikation die persönliche Kontrollierbarkeit in unsicheren Veränderungssituationen erhöhen (Bordia, Hunt et al., 2004). Somit ist hinsichtlich der persönlichen Unsicherheit im Rahmen der Change-Kommunikation laut der MRU von einer hohen Motivation zur Informationssuche auszugehen. Aus der MRU geht nicht explizit hervor, welche Informationen unter Unsicherheit mit hoher Motivation verarbeitet werden. Sie nimmt jedoch an, dass sich die Informationssuche auf den Auslöser der Unsicherheit bezieht (Kramer, 2014). Kapitel 2.1.5 zeigt, dass persönliche Unsicherheit in Veränderungen aus den geänderten organisationalen Rahmenbedingungen oder den damit verbundenen informationellen Unsicherheiten resultieren kann (Allen et al., 2007). Dies legt nahe, dass Individuen ihre Unsicherheit durch das Sammeln inhaltlicher Informationen zur Veränderung reduzieren. Diese zentrale Rolle inhaltlicher Informationen zur Unsicherheitsminderung wird zudem durch verschiedene Studien belegt (Allen et al., 2007; Bordia, Hobman et al., 2004; Bordia, Hunt et al., 2004; Kramer et al., 2004; Li et al., 2021). Somit wären besonders inhaltliche Aspekte der Change-Kommunikation ökologisch rational und es bestünde eine hohe Motivation zur Verarbeitung inhaltlicher Informationen.

Demnach lässt sich anhand beider Theorien eine Aussage über die Motivation zur Informationsverarbeitung und die ökologische Rationalität beider Informationen treffen. Beide gehen davon aus, dass die Wirkung von unsicherheitsmindernden Informationen unter Unsicherheit verstärkt wird. Sie unterscheiden sich jedoch in der Annahme, ob inhaltliche oder soziale Informationen besonders unsicherheitsmindernd wirken. Wie diese Annahmen vor dem Hintergrund der UTJ integriert werden, wird im folgenden Kapitel diskutiert.

Ableitungen über die unter Unsicherheit verfügbaren kognitiven Kapazitäten sind anhand der Theorien nicht möglich und werden nachfolgend aus empirischen Studien abgeleitet. Laut van den Bos & Lind (2010) versetzt die persönliche Unsicherheit das Gehirn in einen Alarmzustand, welcher die Kapazitäten zur Informationsverarbeitung begrenzt. Die Evidenz für diese Annahme ist jedoch gemischt. So schlussfolgerten Randles, Benjamin, Martens & Heine (2018), dass die Bedrohungen persönlicher Bedeutungszusammenhänge, wie im Rahmen der persönlichen Unsicherheit, die Funktion des

Arbeitsgedächtnisses steigern. Auch Janssen (2010) schlussfolgerte, dass die persönliche Unsicherheit tiefergehende Verarbeitungsprozesse anregt. Dies deckt sich mit der allgemeinen Unsicherheitsforschung, welche mehrheitlich von einer Erhöhung kognitiver Ressourcen unter Unsicherheit ausgeht (Baas et al., 2012; Merlhiot et al., 2018; Rios, Markman, Schroeder & Dyczewski, 2014). Daher wird angenommen, dass unter persönlicher Unsicherheit gesteigerte *kognitive Kapazitäten* zur Informationsverarbeitung verfügbar sind.

Die Wirkung von Sicherheit auf die relevanten Dimensionen der UTJ kann ebenfalls aus den genannten Theorien und empirischer Forschung abgeleitet werden. Beide Theorien begründen die Motivation zur Unsicherheitsreduktion und die Salienz bestimmter Informationen in der Wahrnehmung hoher Unsicherheit (Janssen, 2010; Kramer, 2014). Unter geringer Unsicherheit beziehungsweise hoher Sicherheit nehmen beide Theorien eine geringe Motivation zur Unsicherheitsminderung an (Janssen, 2010; Kramer, 2014). Zudem ist anzunehmen, dass unter Sicherheit primär kognitiv leicht zugängliche und oberflächliche Informationen verarbeitet werden (Faraji-Rad & Pham, 2017; Kramer, 2014; Tiedens & Linton, 2001; van Horen et al., 2023) und kognitive Kapazitäten begrenzt sind (Randles et al., 2018).

2.3.4 Bildung von Einstellungen und Unsicherheitswahrnehmungen unter Sicherheit und Unsicherheit

Damit hat die Wahrnehmung von Sicherheit beziehungsweise Unsicherheit in Veränderungen vermutlich einen zentralen Einfluss auf die Parameter der UTJ. Nachfolgend werden diese Erkenntnisse in die UTJ integriert. Dies lässt Rückschlüsse auf die situative Passung der Entscheidungsregeln Vertrauen und Kommunikationsqualität unter Sicherheit und Unsicherheit zu. Daraus ist abzuleiten, wie hoch der Einfluss der Entscheidungsregeln auf die Unsicherheitsminderung ist. Wie in Kapitel 2.2. vermutet, wirken einflussreiche Informationen zur Unsicherheitsminderung ebenfalls verstärkt zur Einstellungsbildung. Daher sollten die Annahmen sowohl für den indirekten Prozess der Unsicherheitsminderung als auch für den kompletten Prozess der Einstellungsbildung gelten. Zuerst wird die Passung von Vertrauen und Kommunikationsqualität unter Unsicherheit diskutiert.

Passung der Kommunikationsqualität unter Unsicherheit

Gemäß Kapitel 2.1.4 besitzt die Kommunikationsqualität einen primär inhaltlichen Informationsgehalt (Yuan & Woodman, 2007). Entsprechend der Herleitung aus der MRU ist die *ökologische Rationalität* und *Verarbeitungsmotivation* solcher inhaltlichen Informationen unter Unsicherheit besonders hoch. Folglich ist auch anzunehmen, dass die Kriterien zur Vorauswahl der Entscheidungsregeln *Relevanz*, *Abrufbarkeit* und *Anwendbarkeit* erfüllt sind. Der soziale Informationsgehalt der Kommunikationsqualität ist dahingegen vermutlich begrenzt (Yuan & Woodman, 2007). Die hohe ökologische Rationalität und Verarbeitungsmotivation ergeben sich somit primär aus dem inhaltlichen Informationsgehalt. Auch die benötigten kognitiven Kapazitäten zur Verarbeitung der Kommunikationsqualität sind laut Kapitel 2.1.4 als hoch einzuschätzen (Todorov et al., 2002). Da die Wahrnehmung persönlicher Unsicherheiten gemäß Kapitel 2.3.3 jedoch weitere Kapazitäten freisetzt (Janssen, 2010; Randles et al., 2018), ist davon auszugehen, dass die *kognitiven Kapazitäten* zur Verarbeitung der Kommunikationsqualität ausreichen.

Passung des Vertrauens unter Unsicherheit

Kapitel 2.1.3 unterstreicht den sozialen Informationsgehalt des Vertrauens (Yuan & Woodman, 2007). Da soziale Informationen unsicherheitsmindernd wirken (Hogg, 2007; Janssen, 2010), kommt ihnen eine hohe *ökologische Rationalität* unter Unsicherheit zu und sie werden mit hoher *Motivation* verarbeitet (Janssen, 2010). Auch sind dahingehend die *Relevanz*, *Abrufbarkeit* und *Anwendbarkeit* des Vertrauens anzunehmen. Wie Kapitel 2.1.3 erläutert, ist der Abruf habitualer Vertrauensurteile automatisch und wenig komplex (Hung et al., 2004; Lewicki & Brinsfield, 2011; Lewicki et al., 2006). Es kann somit angenommen werden, dass die erhöhten *kognitiven Kapazitäten* unter persönlicher Unsicherheit (Randles et al., 2018) einen Abruf des habitualen Vertrauens ermöglichen.

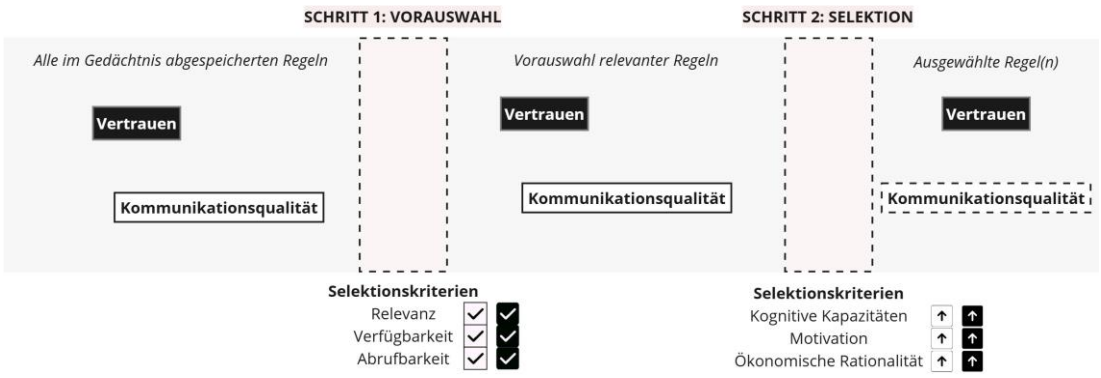
Regelauswahl unter Unsicherheit

Demnach erfüllen das Vertrauen und die Kommunikationsqualität alle Voraussetzungen für die Auswahl der Regeln unter Unsicherheit (siehe Abbildung 5).

Somit stellt sich die Frage, welche Regel primär ausgeführt wird und welche Regel einen untergeordneten Einfluss ausübt. Dazu gilt es zu beantworten, inwiefern die ökologische Rationalität inhaltlicher oder sozialer Informationen überwiegt. Die theoretische und empirische Evidenz ist hierzu begrenzt. Die meisten Studien manipulieren entweder soziale oder inhaltliche Informationen. Durch die Fixierung einer Information auf einer mittleren Ausprägung ist jedoch nicht final abzuleiten, welche Information unter Unsicherheit dominant wirkt. Lediglich Janssen (2010) manipulierte experimentell sowohl inhaltliche als auch soziale Informationen. Sie zeigte, dass die Wirkung von Vertrauensinformationen die Wirkung inhaltlicher Informationen unter persönlicher Unsicherheit dominiert (Janssen, 2010). Zwar wurde die Studie nicht im Kontext der Change-Kommunikation durchgeführt. Jedoch ist anzunehmen, dass die soziale Identifikation, welche der Vertrauenswirkung zugrunde liegt (Janssen, 2010), auch in Veränderungsprozessen besonders unsicherheitsmindernd wirkt (Elstak et al., 2015). Dies lässt vermuten, dass das Vertrauensurteil auch in der Beurteilung der Change-Kommunikation eine dominante Rolle einnimmt. Durch die starke Vertrauenswirkung dürfte der Einfluss der Kommunikationsqualität vergleichsweise niedrig ausfallen. Die Evidenz zur Fundierung dieser Annahme ist jedoch gering und die Untersuchung hat somit einen vornehmlich explorativen Charakter.

Abbildung 5

Regelauswahl unter Unsicherheit entsprechend den Kriterien der Unified Theory of Judgement (Kruglanski & Gigerenzer, 2011)



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Kruglanski & Gigerenzer (2011, S. 98-104). Beide Regeln erfüllen alle Kriterien zur Regelauswahl. Das Vertrauen wird primär ausgeführt. Das Urteil der Kommunikationsqualität hat dennoch einen untergeordneten Einfluss auf die Urteilsbildung.

Passung der Kommunikationsqualität unter Sicherheit

Wie aus Kapitel 2.3.3 hervorgeht, sind sowohl die *kognitiven Kapazitäten* als auch die *Motivation* zur Informationsverarbeitung unter Sicherheit begrenzt (Hogg, 2007; Kramer, 2014, Randles et al., 2018). Entsprechend der UTJ gilt unter niedriger Verarbeitungsmotivation ein geringer Verarbeitungsaufwand als primäres Selektionskriterium (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Die Beurteilung der Kommunikationsqualität ist überwiegend mit komplexen Beurteilungsprozessen verbunden (Todorov et al., 2002). Daher ist anzunehmen, dass unter Sicherheit keine ausreichenden *motivationalen* oder *kognitiven Kapazitäten* zur Verarbeitung bestehen. Demnach sollte die Kommunikationsqualität unter Sicherheit, ungeachtet ihrer *ökologischen Rationalität*, keinen maßgeblichen Einfluss auf die Urteilsbildung haben.

Passung des Vertrauens unter Sicherheit

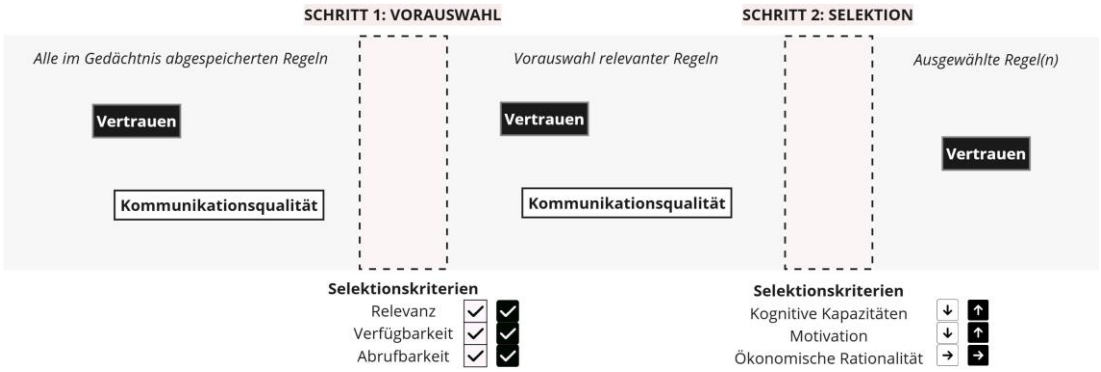
Dieselbe Logik kann auch auf die Verarbeitung des Vertrauens angewandt werden. Durch den niedrigen Verarbeitungsaufwand (Hung et al., 2004; Lewicki & Brinsfield, 2011; Lewicki et al., 2006) sollte es die Urteilsbildung unter Sicherheit primär beeinflussen. Allerdings dürfte das Vertrauen unter Sicherheit eine niedrigere Salienz bzw. *ökologische Rationalität* aufweisen (Hogg, 2007; Janssen, 2010). Daher wird angenommen, dass das Vertrauen unter Sicherheit zwar einen höheren Einfluss als die Kommunikationsqualität hat, dessen Wirkung dennoch geringer ist als im Zustand der Unsicherheit.

Regelauswahl unter Sicherheit

Somit ist anzunehmen, dass die *motivationalen* und *kognitiven Ressourcen* unter Sicherheit für die Verarbeitung des Vertrauens ausreichen, nicht aber zur Verarbeitung der Kommunikationsqualität. Daher sollte sich lediglich das Vertrauen auf die Einstellungsbildung und Unsicherheitsreduktion auswirken. Dies ist in Abbildung 6 dargestellt.

Abbildung 6

Regelauswahl unter Sicherheit entsprechend den Kriterien der Unified Theory of Judgement (Kruglanski & Gigerenzer, 2011)



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Kruglanski & Gigerenzer (2011, S. 98-104). Nur für das Vertrauen bestehen ausreichende kognitive und motivationale Kapazitäten zur Verarbeitung.

2.3.5 Hypothesen der Moderationswirkung

Kapitel 2.1.3 und 2.2 erläutern, dass die Kommunikationsqualität die Unsicherheit infolge der Verarbeitung negativ und die veränderungsbezogene Einstellung positiv beeinflusst. Es ist davon auszugehen, dass die Wirkung der Kommunikationsqualität durch die Unsicherheit bei der Verarbeitung moderiert wird. Es wird erwartet, dass die Kommunikationsqualität unter Sicherheit bei der Verarbeitung nicht signifikant zur Minderung der Unsicherheit infolge der Verarbeitung beiträgt. Unter Unsicherheit ist aufgrund der gesteigerten ökologischen Rationalität ein kleiner Effekt anzunehmen. Somit wird der negative Effekt der Kommunikationsqualität auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung (a-Pfad) vermutlich unter hoher Unsicherheit bei der Verarbeitung verstärkt. Entsprechend Kapitel 2.2 erklärt der Unsicherheitsminderungsprozess in weiten Teilen den Einstellungsbildungsprozess. Damit wäre diese Moderation auf den Gesamtprozess der Einstellungsbildung zu übertragen. Somit wird angenommen, dass die Unsicherheit bei der Verarbeitung den totalen Effekt der Kommunikationsqualität auf die veränderungsbezogene Einstellung verstärkt.

Hypothese 3: Die persönliche Unsicherheit bei der Verarbeitung moderiert die positive totale Wirkung der Kommunikationsqualität auf die veränderungsbezogene Einstellung. Die Wirkung wird mit steigender persönlicher Unsicherheit

bei der Verarbeitung positiver. Unter Sicherheit besteht keine signifikante Wirkung.

Hypothese 4: Die persönliche Unsicherheit bei der Verarbeitung moderiert die negative direkte Wirkung der Kommunikationsqualität auf die Unsicherheit in Folge der Verarbeitung. Die Wirkung wird mit steigender persönlicher Unsicherheit bei der Verarbeitung negativer. Unter Sicherheit besteht keine signifikante Wirkung.

Auch das Vertrauen wirkt sich generell negativ auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung und positiv auf die Einstellung gegenüber der Veränderung aus (siehe Kapitel 2.1.3 & 2.2). Es wird angenommen, dass die negative Wirkung des Vertrauens auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung mit steigender Unsicherheit verstärkt wird, was durch deren vermutete dominante Wirkung zu begründen ist. Ebenfalls ist anzunehmen, dass sich die Moderation der indirekten Wirkung auf den totalen Effekt überträgt. Auch hierbei wird eine Verstärkung des Effekts antizipiert.

Hypothese 5: Die persönliche Unsicherheit bei der Verarbeitung moderiert die positive totale Wirkung des Vertrauens auf die veränderungsbezogene Einstellung. Die Wirkung wird mit steigender persönlicher Unsicherheit bei der Verarbeitung positiver.

Hypothese 6: Die persönliche Unsicherheit bei der Verarbeitung moderiert die negative direkte Wirkung des Vertrauens auf die Unsicherheit in Folge der Verarbeitung. Die Wirkung wird mit steigender persönlicher Unsicherheit bei der Verarbeitung negativer.

Kapitel 2.3.4 argumentiert zudem, dass das Vertrauen in sicheren und unsicheren Verarbeitungssituationen stärker wirkt als die Kommunikationsqualität. Damit dominiert es die Wirkung der Kommunikationsqualität, wenn sich die Urteile beider Regeln widersprechen. Auch diese Annahme soll geprüft werden.

Hypothese 7: Unter Sicherheit und Unsicherheit bei der Verarbeitung haben Personen mit niedriger Kommunikationsqualität und hohem Vertrauen eine

signifikant höhere Einstellung gegenüber der Veränderung als Personen mit hoher Kommunikationsqualität und niedrigem Vertrauen.

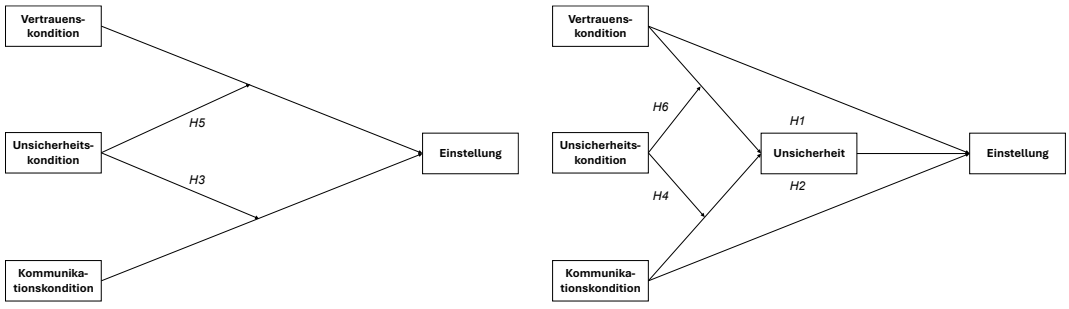
Hypothese 8: Unter Sicherheit und Unsicherheit bei der Verarbeitung haben Personen mit niedriger Kommunikationsqualität und hohem Vertrauen eine signifikant niedrigere Unsicherheit in Folge der Verarbeitung als Personen mit hoher Kommunikationsqualität und niedrigem Vertrauen.

Neben der Moderation des indirekten und totalen Effekts wird zudem eine Moderation des direkten Effekts untersucht. So ist anzunehmen, dass die unter persönlicher Unsicherheit freigesetzten kognitiven Ressourcen (Randles et al., 2018) verschiedene kognitive Prozesse begünstigen. Auf Basis der Literatur ist jedoch nicht zu begründen, wie andere Wirkungsmechanismen mit der Unsicherheit bei der Verarbeitung interagieren. Somit werden keine Hypothesen zur Moderation des direkten Pfads aufgestellt. Diese sollen jedoch anhand folgender Forschungsfrage explorativ untersucht werden.

Explorative Forschungsfrage (EF): Moderiert die persönliche Unsicherheit bei der Verarbeitung die direkte Wirkung des Vertrauens und der Kommunikationsqualität auf die veränderungsbezogene Einstellung?

Die aus den Hypothesen abgeleiteten Wirkungszusammenhänge sind nachfolgend in Abbildung 7 dargestellt. Diese werden anschließend empirisch überprüft. Die verwendete Methodik wird in Kapitel 3 erläutert.

Abbildung 7
Vermutete Wirkungszusammenhänge inklusive Zuordnung der Hypothesen



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung. Links: Moderationsmodell des totalen Effekts. Rechts: Mediationsmodell mit Moderation der a-Pfade. Das Vertrauen, die Kommunikationsqualität und die Unsicherheit bei der Verarbeitung werden experimentell manipuliert und als *Konditionen* bezeichnet. *Unsicherheit* beschreibt die Unsicherheit infolge der Verarbeitung.

3 Methodisches Vorgehen

Wie zuvor erläutert, werden die Hypothesen anhand eines Experimentaldesigns überprüft. Das gewählte Vorgehen sowie die Erhebungs- und Auswertungsmethodik werden nachfolgend beschrieben.

3.1 Vorgehen bei der Datenerhebung

Nachfolgend wird das Studiendesign zur Erhebung der Daten begründet dargelegt.

3.1.1 Begründung der Verfahrensauswahl

Alternativen zum gewählten Experimentaldesign wären die Analyse von Sekundärdaten oder eine Feldstudie an Personen, die momentan von einem Veränderungsprozess betroffen sind. Geeignete Sekundärdaten waren nicht zu lokalisieren. Eine Feldstudie wurde ebenfalls ausgeschlossen, da sie im Vergleich zum Experiment keine Ableitung von Kausalbeziehungen ermöglicht (Döring & Bortz, 2016). Darüber hinaus birgt die Komplexität und Vielschichtigkeit realer Veränderungssituationen die Gefahr, dass die Wirkungszusammenhänge konfundiert werden (Koch, Peter, Müller, 2019). Dahingegen können durch ein Experiment Effekte isoliert und Kausalitäten abgeleitet werden (Döring & Bortz, 2016). Daher wurde die Studie als Experiment konzipiert. Das nachfolgend beschriebene Experimentaldesign ist inspiriert von ähnlichen Studien, welche die Unsicherheitswirkung untersuchten (Faraji-Rad & Pham, 2017; Janssen, 2010; Tiedens & Linton, 2001).

Diese Studie wurde als 2 (persönliche Unsicherheit vs. persönliche Sicherheit) x 2 (hohe Kommunikationsqualität vs. niedrige Kommunikationsqualität) x 2 (hohes Vertrauen vs. niedriges Vertrauen) Design konzipiert. Damit konnte die vermutete Interaktion zwischen jeweils dem Vertrauen und der Kommunikationsqualität mit der persönlichen Unsicherheit überprüft werden. Das Design ermöglichte auch die Überprüfung von Hypothesen 7 und 8, indem Einstellungs- und Unsicherheitswerte in Konditionen mit unterschiedlichen Ausprägungen von Vertrauen und Kommunikationsqualität verglichen werden konnten.

Das Experiment wurde als between-subject-Design durchgeführt. Dabei wurde den Teilnehmenden jeweils eine Ausprägung der drei zweistufigen Faktoren zugewiesen, wodurch sich acht Versuchsgruppen ergaben. Dies ermöglichte eine unvoreingenommene initiale Beurteilung der Kommunikationsmaterialien (Koch et al., 2019). Eine Alternative hätte ein within-subject-design dargestellt, wobei die Teilnehmenden mehrere Kommunikationsbotschaften im Vergleich zueinander beurteilen (Koch et al., 2019). Diese Experimentalsituation ist jedoch nicht sonderlich realitätsnah und das Durchlaufen mehrerer ähnlicher Versuchskonditionen könnte Teilnehmende irritieren und ermüden (Koch et al., 2019). Das gewählte between-subject-Design geht jedoch auch mit Nachteilen wie einer hohen benötigten Teilnehmendenzahl (Koch et al., 2019) und potenziellen Ungleichheiten der Gruppen hinsichtlich personengebundener Variablen einher (Döring & Bortz, 2016).

3.1.2 Sample und Sampling

Zur Rekrutierung wurden Einladungstexte zur Studie über soziale Netzwerke, den Mailverteiler der Hochschule für Technik Stuttgart und den persönlichen Bekanntenkreis verbreitet (Einladungstexte in Anhang 4). Zudem wurde die Umfrage auf *SurveyCircle*, einem Portal zur Gewinnung von Studienteilnehmenden, gepostet (SurveyCircle, o. D.). Die Studie richtete sich an Personen, die bereits Teil eines Change-Prozesses waren oder aktuell von einem Change-Prozess betroffen sind. Diese persönlichen Erfahrungen mit Veränderungen erleichtern die Imagination eines Change-Szenarios (Bayraktar & Kabasakal, 2022). Dabei wurden Change-Prozesse in Anlehnung an Raeder (2021) wie folgt definiert: Bei einem Change-Prozess werden Strukturen und Arbeitsabläufe innerhalb einer Organisation verändert, um sich an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen. Um die Zielgruppe nicht zu eng zu fassen, inkludierte die Definition kleinere Veränderungen, wie die Einführung von Home-Office. Personen, die nicht der Zielgruppe angehörten, wurden zu Beginn der Befragung ausgefiltert. Zudem sollten die Online-Durchführung des Experiments über *UniPark* und eine Incentivierung durch die Auslobung einer gemeinnützigen Spende die Teilnahmequote erhöhen (Döring & Bortz, 2016).

Die Berechnung der Stichprobengröße orientierte sich an der Anzahl an Versuchspersonen, die benötigt werden, um die erwarteten Moderationseffekte

mit einer ausreichenden statistischen Power nachzuweisen. Der Fokus auf die Moderationseffekte war darin begründet, dass diese vermutlich die kleinsten Effektstärken aufweisen. Entsprechend den Effektgrößen der Moderationseffekte von Tiedens und Linton (2001) sowie Janssen (2010) wurde die minimale Stichprobengröße in *G-Power* 3.1 gemäß den Empfehlungen des GPower Manuals (2023) berechnet. Um die Effekte bei einer Power von .8 auf einem Signifikanzniveau von .05 nachweisen zu können, wurde eine Stichprobengröße von 212 benötigt (Berechnungen in Anhang 7). Um acht gleich große Gruppen zu erhalten, strebte die Studie eine Stichprobengröße von *N*=216 an.

3.1.3 Beschreibung des Versuchsablaufs

Das Sample wurde zu Beginn zufällig in eine Sicherheits- und Unsicherheitskondition eingeteilt. Die Sicherheitskondition absolvierte eine Sicherheitsmanipulation, wohingegen die Unsicherheitskondition eine Unsicherheitsmanipulation erhielt. Anschließend bearbeiteten beide Konditionen die *Positive and Negative Affect Scale* (PANAS) (Breyer & Bluemke, 2016) als Überbrückungsaufgabe, welche die Wirkung der Manipulationen verstärken kann (Hohman & Hogg, 2015). Nachfolgend wurde ein Szenario einer Fusion zweier Versicherungsunternehmen dargestellt. Die Teilnehmenden wurden gebeten, sich in die Situation der Mitarbeitenden des fusionierenden Unternehmens zu versetzen. Um die Wirkung der induzierten (Un-) Sicherheitswahrnehmungen auf die Verarbeitung von Change-Kommunikation zu untersuchen, lasen die Teilnehmenden anschließend eine Rede ihres Vorgesetzten Sigurd Nohr[1]. Diese Rede äußerte sich positiv zur Fusion beider Unternehmen. In der hohen Kommunikationsqualitätskondition enthielt die Rede starke Argumente für die geplante Veränderung. Die niedrige Kondition enthielt schwache Argumente. Zur Differenzierung der Vertrauenskonditionen wurden zudem die Eigenschaften Sigurd Nohrs beschrieben. In der hohen Vertrauenskondition verfügte Sigurd Nohr über vertrauenswürdige Eigenschaften, in der niedrigen Kondition wurde er als nicht vertrauenswürdig beschrieben. Um Reihenfolgeeffekte zu

[1] Sigurd Nohr ist ein norwegischer Name und wurde gewählt, um möglichst wenige Assoziationen bei den Teilnehmenden zu wecken, da bekannte Namen Vertrauensurteile beeinflussen können (L. Huang & Murnighan, 2010).

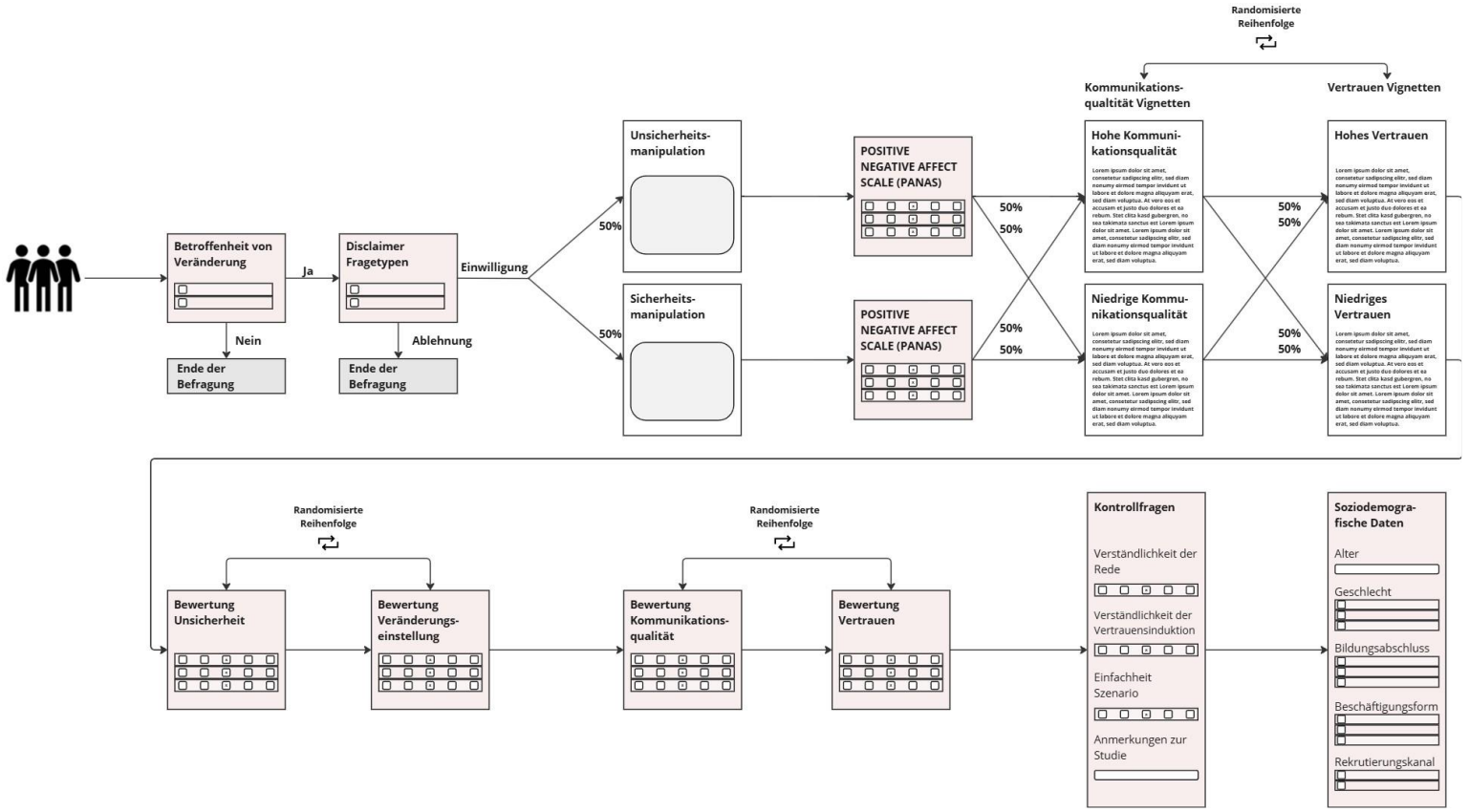
vermeiden, wurde die Abfolge von Rede und Zuschreibungen rotiert (Döring & Bortz, 2016).

Anschließend bewerteten die Teilnehmenden ihre wahrgenommene persönliche Unsicherheit und Einstellung gegenüber der Veränderung als Mitarbeitende des fusionierenden Unternehmens. Daraus ließ sich ableiten, wie sich die Vertrauenskonditionen und Qualitätskonditionen unter Sicherheit und Unsicherheit hinsichtlich ihrer Wirkung zur Unsicherheitsreduktion und Einstellungsbildung unterscheiden. Zur Vermeidung von Reihenfolgeeffekten wurden die Skalenitems und die Abfolge der Antwortblöcke rotiert (Döring & Bortz, 2016). Darauf folgte die Erhebung einiger Kontrollvariablen und soziodemografischer Daten. Dieser Ablauf ist in Abbildung 8 illustriert.

Auf eine Mehrfachmessung der Unsicherheit und der Einstellung wurde verzichtet. So erlaubt eine Messung der Einstellung und Unsicherheit vor und nach Präsentation der Kommunikationsmaterialien zwar eine Ableitung, wie sich die Einstellung und Unsicherheit entwickeln. Jedoch rät die Literatur von einem solchen Design ab, weil es die Teilnehmenden auf das Ziel der Forschung hinweisen könnte (Koch et al., 2019). Außerdem hätte dies die bereits hohe Komplexität des gewählten 2 x 2 x 2 Designs weiter gesteigert. Durch eine Einfachmessung war zwar nicht zu interpretieren, wie sich die Unsicherheits- und Einstellungswahrnehmungen im Vergleich zum Zustand vor der Kommunikation entwickeln. Dennoch war abzuleiten, wie sich die Unsicherheit infolge der Verarbeitung und die Einstellung durch eine Erhöhung des Vertrauens oder der Kommunikationsqualität verändern. Eine Beantwortung der Hypothesen war demnach mit beiden Designs möglich.

Abbildung 8

Versuchsaufbau



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung.

3.1.4 Konzeption und Validierung der Materialien

Nachfolgend werden die verwendeten Materialien beschrieben. Diese und der Fragebogen sind den Anhängen 7 und 8 zu entnehmen.

(Un-)Sicherheitsmanipulation: Die Manipulation der persönlichen Unsicherheit basierte auf Hackett und Hogg (2014). Die Wirksamkeit der Manipulation wurde in verschiedenen Studien nachgewiesen (E. U. Choi & Hogg, 2020). Diese wurden angepasst, sodass die Teilnehmenden die persönliche Unsicherheit auf den Arbeitskontext beziehen. Sie wurden aufgefordert, sich in eine Situation aus ihrem Arbeitsleben zu versetzen, in der sie sich persönlich unsicher gefühlt haben (Hackett & Hogg, 2014). Die Teilnehmenden beschrieben dann drei Aspekte, die sie in dieser Situation am meisten hinsichtlich ihrer selbst, ihrer Zukunft und ihres Platzes im Unternehmen verunsichert haben (Hackett & Hogg, 2014). Dahingegen gab die Sicherheitskondition Aspekte wieder, welche eine sichere Situation beschreiben (Hackett & Hogg, 2014). Zur Validierung der Materialien wurde ein Pre-Test an einer studentischen Stichprobe (N = 68) durchgeführt, welcher in R (Version 4.4.0) ausgewertet wurde (siehe Anhang 1-3). Ein t-Test ergab, dass sich die Unsicherheitskondition signifikant unsicherer fühlte als die Sicherheitskondition $t(53)=-2.348$, $p=.023$, $d=-.634$, $M_{Sicherheit}=5.071$, $M_{Unsicherheit}=6.108$. Analog zu anderen Studien mit experimentellen Manipulationen der persönlichen Unsicherheit, wurde im Anschluss die PANAS Kurzskala erhoben (Breyer & Bluemke, 2016).

Da eine Frage nach persönlicher Unsicherheit zu Beginn der Studie überfordernd sein kann, war mit erhöhten Abbruchquoten zu rechnen. Insbesondere ungleiche Abbruchquoten verschiedener Gruppen führen zu Verzerrungen (Zhou & Fishbach, 2016). Daher wurden die Teilnehmenden vorab darauf hingewiesen, dass die verwendeten Fragen einen hohen Leseaufwand erfordern und persönlich sein können. Sie wurden gebeten, die Befragung vor Beginn abzubrechen, falls sie ein Problem mit diesen Fragetypen haben. Diese Art von Intervention wirkte bei H. Zhou & Fishbach (2016) effektiv, um hohe und ungleiche Abbruchquoten zu vermindern.

Szenario: Das Szenario des Versuchs wurde von Bayraktar & Kabasakal (2022) adaptiert (dargestellt in Anhang 8). Dabei wurden die Teilnehmenden gebeten, sich vorzustellen, dass sie bei der Hedef Insurance angestellt sind. Dieses fiktive Unternehmen fusioniert mit der Global Insurance, wobei die Gobal Insurance die Aktienmehrheit behält und beide Unternehmen zukünftig unter dem Namen Global Insurance auftreten (Bayraktar & Kabasakal, 2022). Um die vorangegangenen (Un-) Sicherheitsmanipulationen zu verstärken und mit dem Szenario zu verknüpfen, enthielt die Szenarienbeschreibung in den verschiedenen Unsicherheitskonditionen weitere Informationen über den persönlichen Gemütszustand. Das Sicherheitsszenario inkludierte eine Selbstaffirmation, dass sich die Mitarbeitenden hinsichtlich der Folgen der Fusion sicher sind. Das Unsicherheitsszenario enthielt den Zusatz, dass sich die Teilnehmenden hinsichtlich der Konsequenzen der Fusion unsicher sind. Das Szenario stellte die Grundlage für die Rezeption der nachfolgenden Vignetten zur Manipulation der Kommunikationsqualität und des Vertrauens dar (Bayraktar & Kabasakal, 2022).

Variation der Kommunikationsqualität: Da zur Manipulation der Kommunikationsqualität keine Materialien öffentlich zugänglich waren, mussten eigene Vignetten erstellt werden. Das Vorgehen und die verwendeten Materialien sind Anhang 8 zu entnehmen. Die Vignetten basierten auf den von Bayraktar und Kabasakal (2022) konzipierten und freundlicherweise bereitgestellten Versuchsmaterialien. Das dort manipulierte Konzept der rationalen Change-Kommunikation weist Schnittmengen mit der Kommunikationsqualität auf. Für die hohe Qualitätskondition wurde die Vignette der rationalen Change-Kommunikation mithilfe von DeepL (Anhang 19 #13) übersetzt, leicht gekürzt und durch verschiedene Aspekte der hochqualitativen Change-Kommunikation (siehe Armenakis et al., 2000; Barrett, 2002; Christensen, 2014; Husain, 2013; Jimmieson et al., 2013; Kramlinger, 1998) ergänzt. Die Vignette niedriger Qualität entsprach diesen Aspekten zu einem möglichst geringen Maß und enthielt weitestgehend irrelevante Argumente. Die geäußerte Meinung des Kommunikators wurde in beiden Texten im Wortlaut identisch und an prominenten Stellen des Textes platziert. Lediglich die Argumente zur Begründung dieser Meinung unterschieden sich. Dies war darin begründet, dass die Kapitel 2.1.3 und 2.1.4

davon ausgehen, dass das Vertrauen und die Kommunikationsqualität als Indikatoren für die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Aussagen der Führungskraft wirken. Durch die identische Formulierung wurden unabhängig der Versuchskondition die gleichen Aussagen evaluiert. Die prominente Platzierung im Text ermöglichte zudem die Wahrnehmung der Statements bei niedriger Verarbeitungsmotivation. Zudem waren beide Texte gleich lang, enthielten ähnlich viele Ich-Botschaften und waren mit einem Flesch-Index von 30 ähnlich verständlich formuliert (Flesch, 1986). Um eine möglichst niedrigschwellige Teilnahme zu ermöglichen, wurde die Rede als Text und nicht als Audioaufnahme in die Umfrage eingebettet. Im Pre-Test waren die Mittelwerte der Kommunikationsqualität in der hohen Kondition signifikant höher als in der niedrigen Kondition, $t(61)=-5.134$, $p<0.001$, $d=-1.295$, $M_{Niedrig}=3.100$, $M_{Hoch}=4.066$ (Anhang 3). Dies bestätigte die Wirkung der Materialien.

Variation des Vertrauens: Die Manipulation des Vertrauens wurde von Janssen (2010) adaptiert. Diese führt Zitate von Kolleg:innen an, welche die Führungskraft beschreiben (Janssen, 2010). Die Beschreibungen basieren auf den Vertrauensaspekten nach R. C. Mayer et al. (1995). In der hohen Vertrauenskondition wurde die Führungskraft entsprechend diesen Eigenschaften als vertrauenswürdig und in der niedrigen Vertrauenskondition als nicht vertrauenswürdig dargestellt (Janssen, 2010). Auch diese Vignetten wurden als Text in die Umfrage eingebettet. Mit 70 Wörtern waren diese deutlich kürzer als die Vignetten der Kommunikationsqualität (ca. 420 Wörter). Damit war zu erwarten, dass die Vertrauensurteile analog zum habitualen Vertrauen leicht verarbeitet werden können (Hung et al., 2004; Kruglanski & Gigerenzer, 2011; Kruglanski & Thompson, 1999; Todorov et al., 2002). Auch die Wirkung dieser Manipulation wurde im Pre-Test bestätigt, $t(60)=-6.963$, $p<0.001$, $d=-1.792$, $M_{niedrig}=2.167$, $M_{hoch}=3.146$.

Abhängige Variablen: Die persönliche Unsicherheit wurde über eine deutsche Übersetzung der neunstufigen Skala nach Rast et al. (2012) erhoben. Diese wurde analog zur Unsicherheitsmanipulation auf den Arbeitskontext angepasst (siehe Anhang 8). Im Pre-Test wies die Skala eine hohe interne Konsistenz auf ($\alpha = .946$). Die Einstellung gegenüber der Veränderung wurde über die deutsche Validierung der Change-Atittude Skala (Oreg, 2006) nach Hower,

Pfaff, Kowalski, Wensing & Ansmann (2019) erfasst. Diese misst die Veränderungseinstellung auf den Dimensionen affektiv, kognitiv und behavioral anhand von je drei Items auf einer vierstufigen Skala (Hower et al., 2019). Nach Anmerkungen aus qualitativen Pre-Tests wurde zur besseren Bewertbarkeit die siebenstufige Skalierung der Originalskala (Oreg, 2006) übernommen. Die Items wurden ins Präsens umgeformt, wodurch sich keine Beeinträchtigung der Faktorenstruktur erwarten lässt (van den Heuvel et al., 2015). Bei Validierungen im Gesundheitssektor konnte das Instrument mittlere bis gute Fit Indizes, akzeptable Faktorladungen und annehmbare interne Konsistenzen (α = .74 - .88 für alle drei Dimensionen) aufweisen (Hower et al., 2019).

Kontrollvariablen: Um die Messung der abhängigen Variablen nicht zu verzerren, wurden die Kontrollvariablen im Anschluss an die Erhebung der abhängigen Variablen erhoben (Herzog, Francis, Clarke, 2019). Zur Überprüfung der Wirkung der Vignetten wurden die Skalen von Bordia, Hobman et al. (2004) und R.C. Mayer & Gavin (2005) genutzt. Im Pre-Test erzielten beide akzeptable bis gute interne Konsistenzen (α = .788 & .788). Wie erläutert, wurde die PANAS erhoben, welche auch eine Überprüfung ermöglichte, inwiefern die Unsicherheitsmanipulationen positive oder negative Affekte auslösen (Janssen, 2010). Zur Aufmerksamkeitsprüfung beantworteten die Teilnehmenden drei Attention Checks (Koch et al., 2019). Um die Funktionalität der Materialien zu überprüfen, wurde anhand fünfstufiger Single-Items erhoben, wie leicht es den Teilnehmenden fiel, sich in das Szenario zu versetzen und die Vignetten zu verstehen. Am Ende der Studie konnten die Teilnehmenden in einem Freitextfeld Anmerkungen zur Befragung hinterlegen. Dadurch konnten Fehlerquellen oder Verzerrungen aufgedeckt werden.

Soziodemografische Variablen: Entsprechend den Empfehlungen von Koch et al. (2019) wurden die soziodemografischen Variablen Alter, Geschlecht, Bildungsgrad (entsprechend Destatis, 2023) sowie der Rekrutierungskanal erhoben. Darüber hinaus wurde das Beschäftigungsverhältnis der Teilnehmenden abgefragt (entsprechend Saravia, 2023).

3.1.5 Auffälligkeiten bei der Datenerhebung

Das Experiment verlief weitestgehend ohne nennenswerte Auffälligkeiten. Einzig die randomisierte Einteilung der Teilnehmenden in Versuchskonditionen resultierte in unterschiedlichen Gruppengrößen. Daher wurden kleinere Gruppen nachträglich stärker befüllt, wodurch keine reine Zufallszuteilung der Gruppen garantiert werden konnte. Dies könnte personengebundene Störvariablen in das Design eingeführt haben (Hunziker & Blankenagel, 2021), welche in Kapitel 5.2 diskutiert werden.

3.2 Vorgehen der Datenauswertung

Die skizzierten Pfadmodelle wurde in SmartPLS (Version 4.1.0.2) als Partial-Least-Squares-Strukturgleichungsmodell (PLS-SEM) berechnet (Ringle, Wende & Becker, 2024). Dies war darin begründet, dass der Schätzalgorithmus von SmartPLS geringe Anforderungen an die Stichprobengröße stellt und der Zielwert von 216 Teilnehmenden nicht erreicht wurde (Hair, Hauff, Hult, Richter, Ringle & Sarstedt, 2017a). Auch hinsichtlich der kleinen beobachteten Effekte vergleichbarer Studien (Anhang 6) bot sich die Nutzung des PLS-SEM an (Hair et al., 2017a). Außerdem stellte eine Analyse der Struktur der erhobenen Daten nicht-normalverteilte Daten fest (Anhang 11 Tabellen A11.2 und A11.3.). Der in SmartPLS implementierte PLS-SEM-Algorithmus ist robust gegenüber Daten, welche nicht normalverteilt sind, und eignete sich daher für die Analyse (Hair et al., 2017a; Hair, Sarstedt, Ringle & Mena, 2012). Für die Auswertung von Hypothesen 7 und 8 wurden in R (Version 4.4.0) Mittelwertvergleiche berechnet.

4 Ergebnisse

4.1 Datenvorbereitung und Abbruchstatistiken

217 der 314 Personen, welche die Bearbeitung des Experiments begonnen haben, beendeten den Fragebogen. Die Beendigungsquote lag bei 69,11%. 44 der unvollständigen Teilnahmen sind auf eine Ausfilterung der nicht teilnahmeberechtigten Personen zurückzuführen. Die übrigen unvollständigen Teilnahmen sind in Abbrüchen begründet. Die meisten Abbrüche erfolgten bei der Bearbeitung der Unsicherheits- (*N*=9) und Sicherheitsmanipulationen (*N*=14). Eine Bereinigung der Daten wurde entsprechend a priori festgelegten Ausschlusskriterien durchgeführt (Prä-Registrierung der Studie in Anhang 5). Eine fehlende Beantwortung der Unsicherheitsmanipulationen, die falsche Beantwortung aller Attention Checks oder eine unvollständige Bearbeitung der Studie führten zum Ausschluss. Personen, welche die Studie in weniger als 7 Minuten abgeschlossen haben, wurden auf auffälliges Antwortverhalten (z. B. Straightlining) geprüft. Hierbei konnten jedoch keine auffälligen Fälle identifiziert werden. Diese Datenbereinigung resultierte in einem Ausschluss von 16 Fällen und einer Teilnehmendenzahl von *N*=201.

4.2 Deskriptive Statistiken

Im Durchschnitt waren die Teilnehmenden 27,22 Jahre alt. Die jüngste Person war 19 und die älteste 62 Jahre alt. 33,33% der Teilnehmenden waren männlich, 66,17% weiblich und 0,50% divers. Die meisten Teilnehmenden studierten zum Zeitpunkt der Befragung (*n*=120). Der Großteil der übrigen Teilnehmenden war in Vollzeit (*n*=44) oder Teilzeit (*n*=33) beschäftigt. Der höchste Bildungsabschluss der meisten Teilnehmenden war der Bachelor (*n*=120). Die Mehrheit der Teilnehmenden (*n*=152) wurde über Survey Circle rekrutiert (Dokumentation in Anhang 10).

Durch das manuelle Auffüllen der Gruppen wurde vermutet, dass dies die Gleichverteilung demografischer Merkmale beeinträchtigen könnte. Hierzu wurde über Chi-Quadrat-Tests und eine ANOVA getestet, inwiefern sich die Versuchsgruppen hinsichtlich demografischer Daten unterscheiden (Anhang 10). Auf dem 5% Niveau waren alle Tests nicht signifikant, weshalb von einer Gleichverteilung der demografischen Merkmale über die Gruppen

auszugehen ist (χ^2 >13.475 & f=1.058, p>.05). Zudem befanden sich in allen Versuchskonditionen ähnlich viele Teilnehmende, was Tabelle 2 zu entnehmen ist.

Tabelle 2
Deskriptive Statistiken der Versuchskonditionen

		Unsicherheit niedrig	Unsicherheit hoch
Vertrauen niedrig	Kommunikations-qualität niedrig	n=25 $M_{Einstellung}$=.30 $SD_{Einstellung}$=.16 $M_{Unsicherheit}$=.66 $SD_{Unsicherheit}$=.16	n=26 $M_{Einstellung}$=.30 $SD_{Einstellung}$=.15 $M_{Unsicherheit}$=.72 $SD_{Unsicherheit}$=.23
	Kommunikations-qualität hoch	n=25 $M_{Einstellung}$=.46 $SD_{Einstellung}$=.23 $M_{Unsicherheit}$=.49 $SD_{Unsicherheit}$=.23	n=26 $M_{Einstellung}$=.50 $SD_{Einstellung}$=.26 $M_{Unsicherheit}$=.53 $SD_{Unsicherheit}$=.24
Vertrauen hoch	Kommunikations-qualität niedrig	n=25 $M_{Einstellung}$=.61 $SD_{Einstellung}$=.20 $M_{Unsicherheit}$=.43 $SD_{Unsicherheit}$=.26	n=25 $M_{Einstellung}$=.42 $SD_{Einstellung}$=.19 $M_{Unsicherheit}$=.64 $SD_{Unsicherheit}$=.22
	Kommunikations-qualität hoch	n=24 $M_{Einstellung}$=.63 $SD_{Einstellung}$=.22 $M_{Unsicherheit}$=.33 $SD_{Unsicherheit}$=.19	n=25 $M_{Einstellung}$=.62 $SD_{Einstellung}$=.20 $M_{Unsicherheit}$=.33 $SD_{Unsicherheit}$=.20

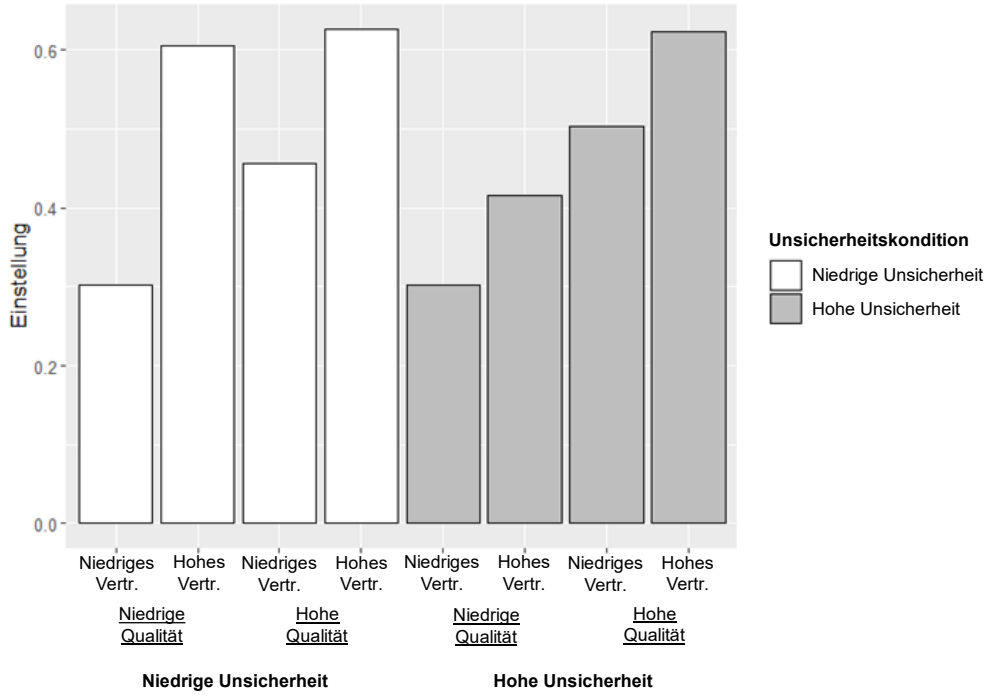
Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung

Darüber hinaus sind der Tabelle die Mittelwerte sowie Standardabweichungen der Einstellungen und Unsicherheiten der Versuchskonditionen zu entnehmen. Die Mittelwerte sind zudem in den Abbildungen 9 und 10 illustriert. Für eine einheitliche Auswertung wurden hierzu die Scores der latenten Variablen des Strukturgleichungsmodells aus SmartPLS extrahiert. SmartPLS standardisiert die Latent-Scores, womit deren Wertespanne positive und negative Werte einschließt. Zur leichteren Interpretation wurden die Werte min-max-skaliert, sodass der beobachtete Maximalwert mit 1 und der Minimalwert mit 0 codiert ist (Loukas, 2020, inspiriert von ChatGPT 3.5, Anhang 19 #10). Dabei weisen die Konditionen mit der Kombination aus hohem Vertrauen und hoher Kommunikationsqualität unabhängig der Unsicherheitskondition die höchsten

Einstellungs- und niedrigsten Unsicherheitswerte auf. Die Teilnehmenden der Kondition *hohe Unsicherheit, niedriges Vertrauen und niedrige Kommunikationsqualität* haben dahingegen den niedrigsten Mittelwert der Einstellung und den höchsten Mittelwert der Unsicherheit.

Abbildung 9

Balkendiagramm der min-max-skalierten Einstellungsmittelwerte der einzelnen Konditionen



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung, unterstützt durch ChatGPT 3.5 (Anhang 19, #11)

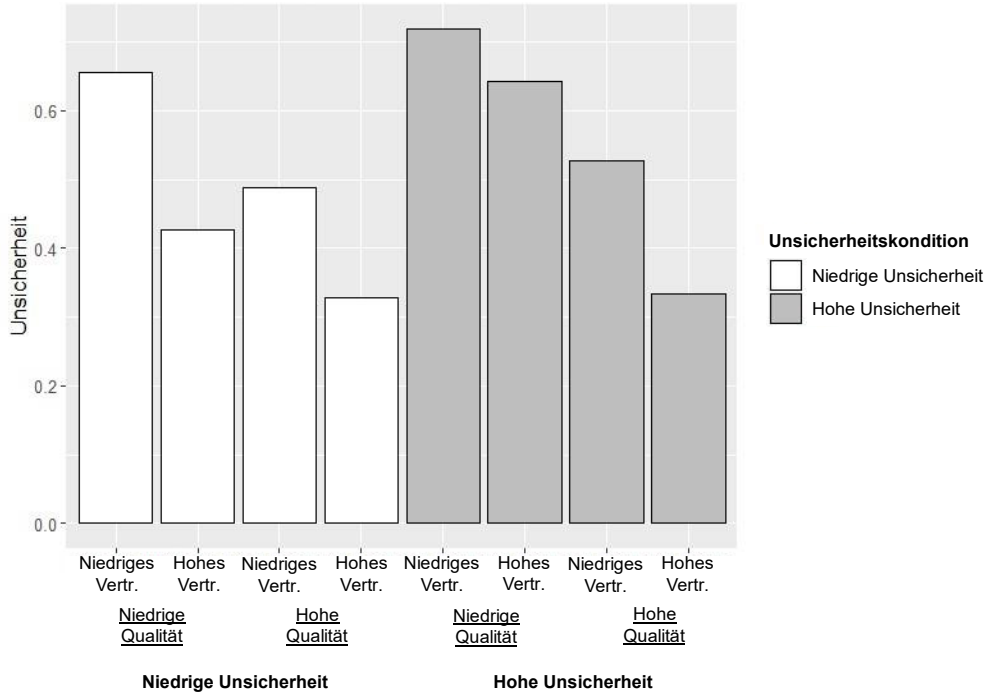
4.3 Manipulationschecks

Die Wirkung der Unsicherheitsmanipulation ($t(199)=-2.25$, $p=0.03$, $d=-0.32$), der Kommunikationsqualität-Vignette ($t(197)=-6.75$, $p<0.01$, $d=-0.96$) und der Vertrauen-Vignette ($t(199)=-9.43$, $p<0.01$, $d=-1.33$) konnte durch t-Tests bestätigt werden (Dokumentation in Anhang 9). Die durchschnittlichen Werte der Kontrollvariablen sind in den hoch ausgeprägten Konditionen signifikant höher als in den niedrigen Konditionen. Alle Manipulationen wirkten etwas schwächer als im Pre-Test (siehe Kapitel 3.1.4). Ein gepaarter t-Test ergab erwartungsgemäß, dass die Vertrauen-Vignette als signifikant verständlicher wahrgenommen wurde als die Kommunikationsqualität-Vignette ($t(200)= -5.559$, $p < .001$, $d=-.459$). Die Leichtigkeit, sich in das Szenario zu versetzen,

bewerteten die Teilnehmenden mit *M*=3.89 auf einer fünfstufigen Skala. Bis auf zwei Kommentare waren keine Hinweise auf Schwierigkeiten bei der Imagination des Szenarios zu erkennen.

Abbildung 10

Balkendiagramm der min-max-skalierten Unsicherheitsmittelwerte der einzelnen Konditionen



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung, unterstützt durch ChatGPT 3.5 (Anhang 19, #11)

Zur Identifikation potenzieller affektiver Nebenwirkungen der Unsicherheitsmanipulation wurden die PANAS-Werte beider Unsicherheitskonditionen anhand von t-Tests verglichen. Die Unsicherheitskonditionen unterscheiden sich nicht signifikant bezüglich des positiven Affekts ($t(199)=0.980$, $p=.329$, $d=.138$). Dahingegen weist die Unsicherheitskondition signifikant höhere Werte des negativen Affekts auf als die Sicherheitskondition ($t(180.6)=-2.204$, $p=.029$, $d=-.311$). Mögliche Implikationen werden in Kapitel 5.2 diskutiert.

4.4 Hypothesenprüfung

Zur Prüfung der Moderations- und Mediationshypothesen wurde ein schrittweises Analyseverfahren in Anlehnung an Baron und Kenny (1986) gewählt. In Schritt 1 wurde der totale Effekt des Vertrauens und der

Kommunikationsqualität auf die Einstellung und Unsicherheit infolge der Verarbeitung in einem Modell ohne Spezifikation des Mediationspfads ermittelt. Schritt 2 ergänzte die Moderationswirkung und gab so die totalen Moderationseffekte zur Beantwortung von H3 und H5 aus. Die Überprüfung der Mediation sowie H1 und H2 erfolgte in Schritt 3. Dabei war die Mediation der Haupteffekte über die Unsicherheit infolge der Verarbeitung von Interesse, weshalb ein Mediationsmodell exklusive der Moderationspfade getestet wurde (Becker, Cheah, Gholamzade, Ringle & Sarstedt, 2023). Schritt 4 überprüfte das komplette Mediationsmodell mit Moderation des a-Pfads und erlaubt somit eine Beantwortung von H4 und H6. Die Auswertungen sind in den Anhängen 11 bis 14 dokumentiert.

Zur Berechnung der Modelle wurden die Versuchskonditionen dummy-codiert. Werte von 0 entsprechen der niedrig ausgeprägten Kondition und Werte von 1 der hoch ausgeprägten Kondition. Die Regressionskoeffizienten drücken damit die Veränderung der abhängigen Variable bei einer Erhöhung der Versuchskondition von niedrig auf hoch aus (Luhmann, 2015). In diesem Kapitel werden die von SmartPLS ausgegebenen standardisierten Regressionskoeffizienten (β) und deren *p*-Werte berichtet. Dabei ist anzumerken, dass diese nicht komplett standardisiert sind, da SmartPLS ab der Version 4 keine Standardisierung dummy-codierter Variablen vornimmt (Cheah, Magno & Cassia, 2024; SmartPLS, 2024). Daher werden zur Interpretation der Effektstärken zusätzlich die f^2-Werte angegeben. Zur Prüfung der Modellvoraussetzungen und Ermittlung der *p*-Werte nutzt SmartPLS Bootstrapping. Alle Analysen wurden entsprechend Hair et al. (2017c) mit 5000 Subsamples und dem *Bias-Accelerated-Bootstrapping* durchgeführt. Die weiteren Algorithmuseinstellungen sind Anhang 11 zu entnehmen.

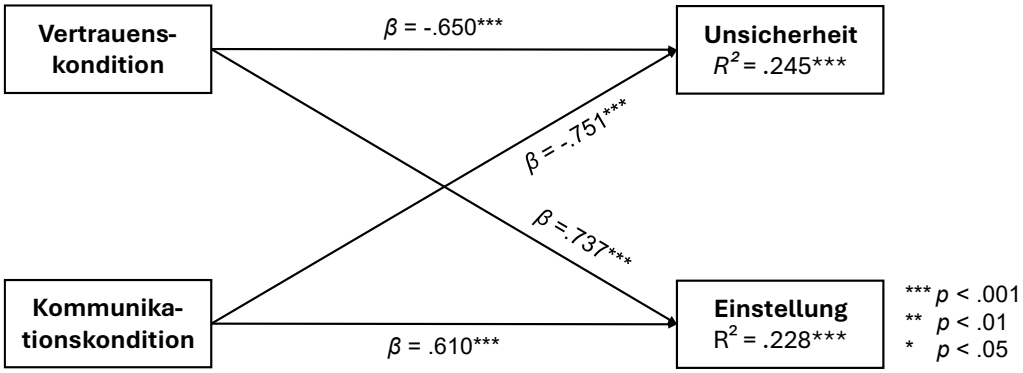
Vor der Auswertung wurde eine Prüfung der Datenstruktur und der Messmodelle entsprechend Hair et al. (2017g) vorgenommen. Eine ausführliche Dokumentation ist in Anhang 11 zu finden. Die Beurteilung der Datenstruktur ergab bis auf eine hohe Kurtosis (>1) einiger Items keine Hinweise auf eine eingeschränkte Datenqualität (Hair et al., 2017b). Diese lagen jedoch nur leicht über dem Grenzwert von 1 (Hair et al., 2017b). Zudem ist das PLS-SEM-Verfahren robust gegenüber nicht normalverteilten Daten (Hair et al., 2017a; Hair et al.,

2012). Daher war von einem Ausschluss der Items abzusehen. Die Messmodelle wurden im Kontext des Gesamtmodells in Schritt 4 geprüft. Die Prüfung sieht eine Analyse der Diskriminanzvalidität, der Reliabilität, der Multikollinearität der latenten Variablen und eine Beurteilung der Faktorladungen der Indikatoren vor (Hair et al., 2017g). Bei der Prüfung der Reliabilitäten mussten zwei Items der Unsicherheitsskala eliminiert werden, da ein Cronbach's Alpha von >.95 auf eine Redundanz der Items hinwies (Hair et al., 2017c). Die Eliminierung der Items U_4 und U_7, welche jeweils hoch mit einem anderen Item korrelieren (r>.85) und diesem auch semantisch ähneln, senkte die Reliabilitätswerte unter den Grenzwert von .95 (Hair et al., 2017c). Zudem war die Annahme der Diskriminanzvalidität zwischen affektiver und behavioraler Einstellung verletzt, da das gebootstrappte Konfidenzintervall der Heterotrait-Monotrait-Verhältnisse (HTMT) die Eins einschließt (HTMT=.964, LLCI=.859, ULCI=1.087) (Hair et al., 2017c). Das bedeutet, dass die Einstellungsdimensionen statistisch nicht hinlänglich voneinander abzugrenzen sind (Hair et al., 2017c). Nach den Empfehlungen von Hair et al. (2017c) und Becker, Klein und Wetzels (2012) wurde ein reflektiv-formatives hierarchisches Komponentenmodell berechnet, welches die drei Einstellungsdimensionen als Composite-Indikatoren einer übergeordneten Einstellungskomponente betrachtete. Die Bildung war datenbasiert und theoretisch zu begründen. So besitzt die kognitive Einstellung ebenfalls eine geringe Diskriminanzvalidität zu beiden anderen Einstellungskomponenten (HTMT=.888 & .853). Zudem entspricht die Einordnung der Einstellungskomponenten als Dimensionen der globalen Einstellung der Konzeption von Piderit (2000). Entsprechend Hair et al. (2017f) wurde das Modell als Kombination des Wiedereinsatzverfahrens und des Two-Step-Approaches gerechnet. Dabei wurden im ersten Schritt die Faktor-Scores der einzelnen Einstellungsdimensionen ermittelt, welche im zweiten Schritt als Indikatoren einer globalen Einstellungskomponente eingesetzt wurden (Hair et al., 2017f). Dadurch war jedoch keine Prüfung der Wirkungsbeziehungen auf der kognitiven, affektiven oder behavioralen Ebene möglich, sondern lediglich auf Ebene des globalen Einstellungsfaktors (Becker et al., 2012). Von einer alternativen Berechnung eines einfachen Wiedereinsatzverfahren war abzusehen, da dies die Interpretation der direkten Mediationspfade erschwert hätte (Becker et al., 2012). Für die Berechnung des hierarchischen formativen

Einstellungsfaktors wurden der Berechnungsmodus B und das Path-Gewichtungsschema gewählt (Becker et al., 2012). Eine erneute Überprüfung der Messmodelle konkludierte in einer Erfüllung der Voraussetzungen nach Hair et al. (2017g). Es ist anzumerken, dass die Berechnung des Messmodells formativer latenter Variablen mit der Aufnahme weiterer Beziehungen stark variieren kann (Hair et al., 2017d). Somit war eine starke Variation der Messwerte zwischen den Analyseschritten zu beobachten. Daher wurde die formative hierarchische Einstellungskomponente im finalen vierten Schritt berechnet und deren Faktor-Scores extrahiert. In den weiteren Schritten wurden die Faktor-Scores als Single-Item-Messung des Einstellungsfaktors verwendet. Dadurch war eine einheitliche Spezifikation der Einstellungskomponente gegeben. Tabelle 3 zeigt die Pfadkoeffizienten, deren gebootstrappte *p*-Werte, die f^2-Werte, die R^2-Werte der Analyseschritte.

Abbildung 11

Darstellung des Pfadmodells aus Analyseschritt 1



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung. Auf die Darstellung der Indikatoren wird zur Übersichtlichkeit verzichtet. Diese sind Anhang 13 zu entnehmen.

Schritt 1 prüfte die totale Wirkung der Haupteffekte auf die abhängigen Variablen *Unsicherheit infolge der Verarbeitung* und *Einstellung gegenüber der Veränderung*. Das berechnete Pfadmodell ist in Abbildung 11 dargestellt. Das Vertrauen wirkt sich signifikant positiv (β=.737, p<.001, f^2=.176) auf die Einstellung gegenüber der Veränderung und signifikant negativ (β=-.650, p<.001, f^2=.187) auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung aus. Der totale Effekt der Kommunikationsqualität ist hinsichtlich der Einstellung gegenüber der Veränderung signifikant positiv (β=.610, p<.001, f^2 =.120) und hinsichtlich der Unsicherheit infolge der Verarbeitung signifikant negativ (β=-.751, p<.001,

f^2=.140). Dies bestätigt die grundlegende Vermutung zur Wirkungsrichtung der Kommunikationsqualität und des Vertrauens.

Tabelle 3

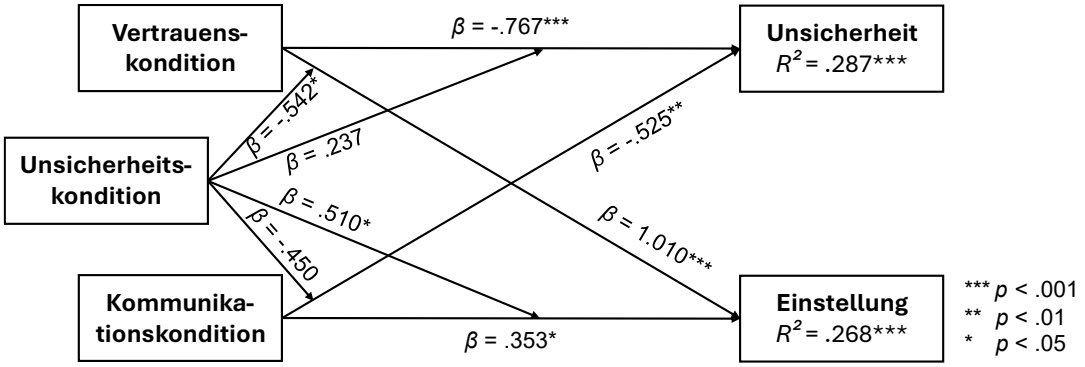
Darstellung der verschiedenen Analyseschritte

	Unsicherheit				Einstellung			
	t	*β*	*p*	f^2	*t*	*β*	*p*	f^2
Schritt 1								
KK	6.538	-.751	< .001	.187	5.116	.610	< .001	.120
VK	5.482	-.650	< .001	.140	6.313	.737	< .001	.176
R^2	.245 (*p*<.001)				.228 (*p*<.001)			
R^2_{Adj}	.238 (*p*<.001)				.220 (*p*<.001)			
Schritt 2								
KK	3.246	-.525	< .01	.048	2.081	.353	.037	.021
VK	4.635	-.767	<.001	.102	6.203	1.010	<.001	.171
UK	2.223	.424	.026	.021	.637	-.118	.524	.002
KK x UK	1.906	-.450	.057	.018	2.132	.510	.033	.022
VK x UK	.987	.237	.324	.005	2.224	-.542	.026	.025
R^2	.287 (*p*<.001)				.268 (*p*<.001)			
R^2_{Adj}	.267 (*p*<.001)				.248 (*p*<.001)			
Schritt 3								
KK	6.531	-.750	< .001	.186	1.590	.182	.112	.013
VK	5.475	-.646	< .001	.138	3.351	.368	< .01	.057
U					10.503	-.571	< .001	.469
R^2	.244 (*p*<.001)				.474 (*p*<.001)			
R^2_{Adj}	.236 (*p*<.001)				.466 (*p*<.001)			
Schritt 4								
KK	3.321	-.523	< .01	,047	1.484	.182	.138	.013
VK	4.645	-.763	< .001	.100	2.875	.368	< .01	.057
UK	2.235	.425	.025	.021				
KK x UK	1.910	-.452	.056	.018				
VK x UK	.981	.236	.327	.005				
R^2	.285 (*p*<.001)				.474 (*p*<.001)			
R^2_{Adj}	.267 (*p*<.001)				.466 (*p*<.001)			

Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung. Darstellung der Pfadgewichte, *p*-Werte (der Pfadgewichte) und f²-Werte für verschiedene Analyseschritte; VK = Vertrauenskondition, KK = Kommunikationsqualitätskondition, UK = Unsicherheitskondition, U = Unsicherheit infolge der Verarbeitung.

Schritt 2 überprüfte H3 und H5. H3 nahm an, dass der totale Effekt des *Vertrauens* auf die *veränderungsbezogene Einstellung* signifikant durch die *Unsicherheit bei der Verarbeitung* moderiert wird, sodass die Wirkung unter hoher Unsicherheit zunimmt. Das hypothesenprüfende Pfadmodell aus Schritt 2 ist in Abbildung 12 dargestellt. Die Wirkbeziehungen werden nachfolgend beschrieben.

Abbildung 12
Darstellung des Pfadmodells aus Analyseschritt 2

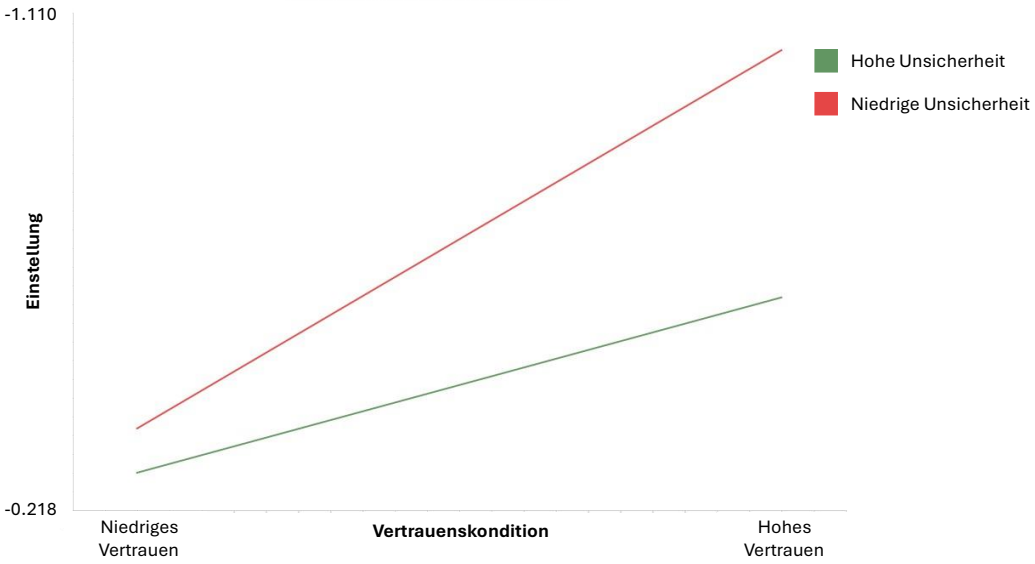


Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung.

Der Effekt des Vertrauens auf die Einstellung wird signifikant negativ moderiert (*β*=-.542, *p*<.026, f^2=.025). Die grafische Betrachtung der Simple Slopes Analysen (Abbildung 13) zeigt, dass der Effekt des Vertrauens unter Sicherheit stärker wirkt als unter Unsicherheit. Da SmartPLS keine Steigung der Slopes ausgab, wurden die bedingten direkten Effekte in SmartPLS anhand eines Multigruppenvergleichs, welcher beide Unsicherheitskonditionen separat betrachtet, ermittelt. Das Vertrauen wirkt sowohl unter Sicherheit (*β*=1.004, *p*<.001, f^2=.343) als auch unter Unsicherheit signifikant positiv auf die Einstellung (*β*=.481, *p*<.01, f^2=.076). Es zeigt sich auch hier ein abnehmender Effekt unter Unsicherheit. H3 ist daher zu verwerfen, da der Moderationseffekt nicht der erwarteten Richtung entspricht.

Abbildung 13

Simple Slopes des totalen Effekts des Vertrauens auf die veränderungsbezogene Einstellung unter Moderation der Unsicherheitskondition

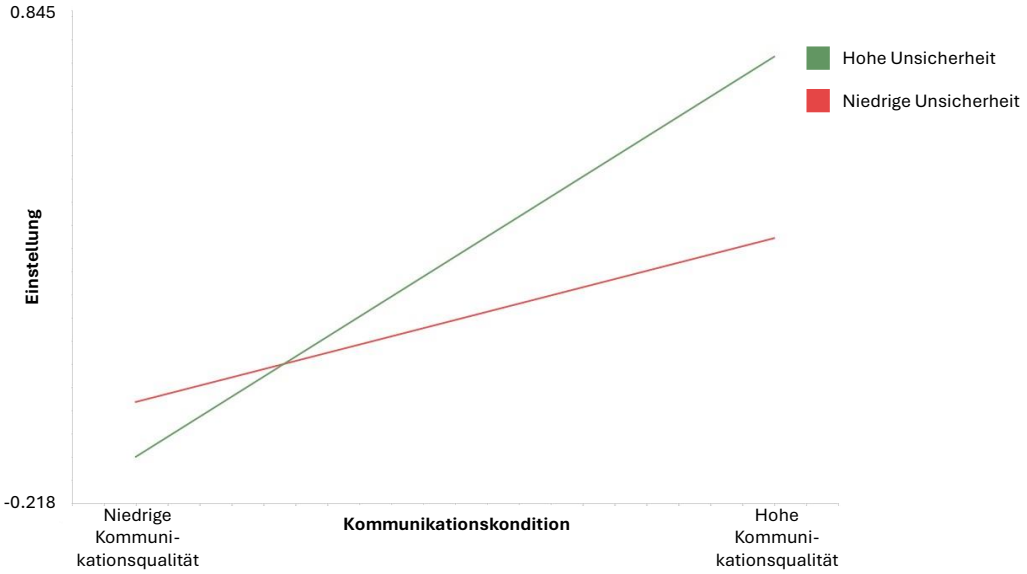


Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung. Die Werte der Einstellung wurden von SmartPLS standardisiert und nehmen daher positive und negative Werte an.

H5 nahm eine Moderation des totalen Effekts der Kommunikationsqualität auf die Einstellung an. Dabei dürfte unter Sicherheit keine signifikante totale Wirkung bestehen, wohingegen diese unter Unsicherheit signifikant werden sollte. Die Analysen bestätigen die positive Moderationswirkung des totalen Effekts (β=.510, p=.033, f^2=.022). Auch die Simple Slopes offenbaren einen steileren Anstieg der Slopes unter Unsicherheit (Abbildung 14). Die Analyse der bedingten Effekte zeigt zwar eine höhere Wirkung der Kommunikationsqualität unter Unsicherheit (β=.881, p<.001, f^2=.257) im Vergleich zur Sicherheit (β=.349, p=.040, f^2=.042). Der totale Effekt unter Sicherheit ist jedoch weiterhin signifikant. H5 kann daher nur partiell bestätigt werden.

Abbildung 14

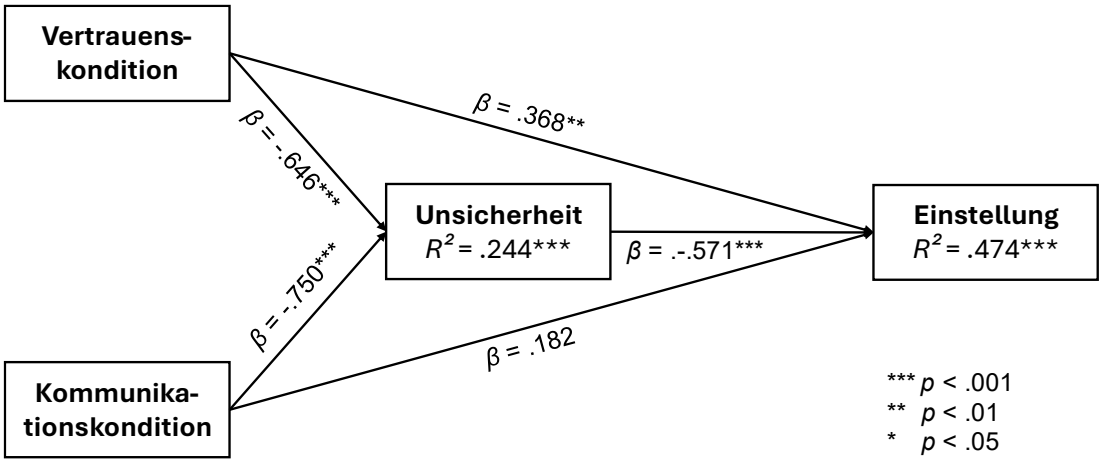
Simple Slopes des totalen Effekts der Kommunikationsqualität auf die veränderungsbezogene Einstellung unter Moderation der Unsicherheitskondition



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung. Die Werte der Einstellung wurden von SmartPLS standardisiert und nehmen daher positive und negative Werte an.

H1 und H2 wurden in Schritt 3 überprüft. Sie nahmen an, dass die Wirkung des Vertrauens (H1) und die Wirkung der Kommunikationsqualität (H2) auf die Einstellung gegenüber der Veränderung partiell über die Unsicherheit infolge der Verarbeitung mediiert werden. Schritt 1 etablierte bereits, dass beide Variablen einen totalen Effekt auf die Einstellung ausüben. Es galt nun zu testen, ob beide Variablen indirekt über die Unsicherheit infolge der Verarbeitung wirken und ob diese Wirkung den direkten Effekt auf die Einstellung reduziert (Hair et al., 2017e). Die Wirkbeziehungen aus Analyseschritt 3 sind in Abbildung 15 illustriert und werden nachfolgend beschrieben.

Abbildung 15
Darstellung des Pfadmodells aus Analyseschritt 3



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung

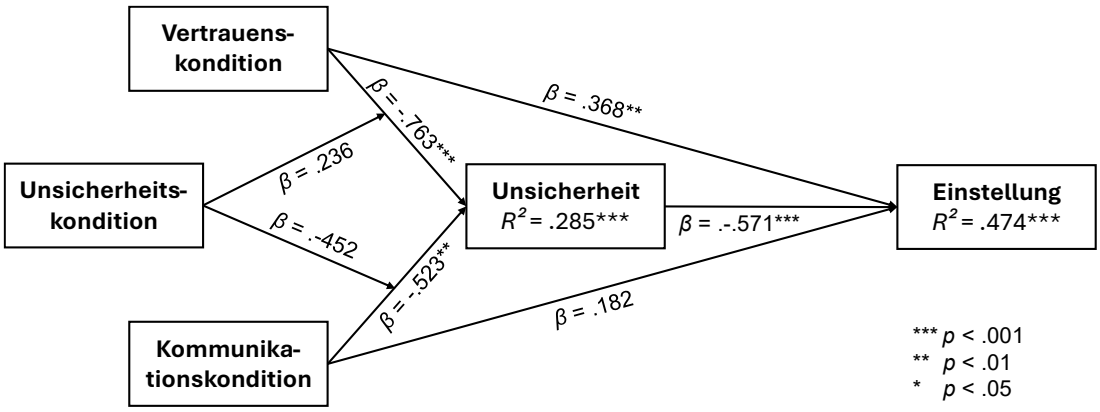
Das Vertrauen wirkt auf dem a-Pfad signifikant negativ auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung (*β* =-.646, *p*<.001, f^2=.138). Die Unsicherheit infolge der Verarbeitung beeinflusst die Einstellung gegenüber der Veränderung auf dem b-Pfad signifikant negativ (*β*=-.571, *p*<.001, f^2=.469). Der indirekte Effekt ist somit signifikant positiv (*β*=.369, *p*<.001). Durch das Einbeziehen der Mediationswirkung verkleinert sich der direkte Effekt gegenüber dem totalen Effekt, bleibt aber weiterhin signifikant (*β*=.368, *p*<.01, f^2=.057). Damit ist von einer partiellen Mediation auszugehen. H1 kann damit verifiziert werden.

Die Kommunikationsqualität beeinflusst die Unsicherheit infolge der Verarbeitung auf dem a-Pfad signifikant negativ (*β*=-.750, *p*<.001, f^2=.186). Wie berichtet, besteht auf dem b-Pfad eine signifikant negative Wirkung. Der indirekte Effekt ist damit signifikant (*β*=.428, *p*<.001). Unter Berücksichtigung der indirekten Effekte ist der direkte Effekt (c‘) nicht weiter signifikant (*β*=.182, *p*<.112, f^2=.013). Damit ist von einer kompletten Mediation der Kommunikationsqualität über die Unsicherheit infolge der Verarbeitung auszugehen und H2 kann nur partiell bestätigt werden.

In Schritt 4 wurde das komplette Mediationsmodell mit Moderation des a-Pfads berechnet, welches in Abbildung 16 dargestellt ist. H4 und H6 vermuteten, dass der a-Pfad von der Kommunikationsqualität (H4) und dem Vertrauen (H6) auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung durch die Unsicherheit bei der

Verarbeitung moderiert wird. Die Moderation war jedoch weder für die Kommunikationsqualität (β=-.452, p=.056, f^2=.018) noch für das Vertrauen (β=.236, p=.327, f^2=.005) signifikant. Somit sind H4 und H6 zu verwerfen. Dahingegen zeigten sich die in Schritt 3 beobachteten Mediationseffekte auch im Gesamtmodell, was die Beantwortung von H3 und H5 weiter fundiert.

Abbildung 16
Darstellung des Pfadmodells aus Analyseschritt 4

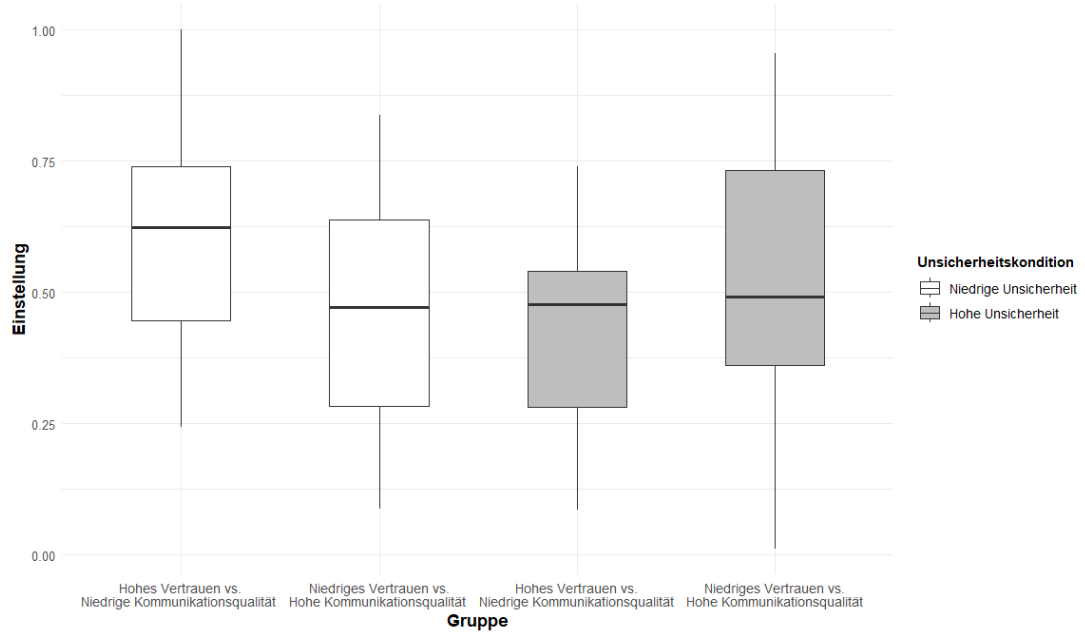


Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung.

Zur Überprüfung von H7 und H8 wurden die Gruppen, die jeweils unterschiedliche Ausprägungen des Vertrauens und der Kommunikationsqualität aufwiesen, hinsichtlich ihrer Einstellungs- und Unsicherheitswerte verglichen. Hierzu wurden t-Tests berechnet. Die Überprüfung der Voraussetzungen der Normalverteilung und Varianzhomogenität sowie eine allgemeine Dokumentation sind Anhang 18 zu entnehmen. Entsprechend den Hypothesen wurden gerichtete t-Tests durchgeführt. Unter Sicherheit hatte die Gruppe mit hohem Vertrauen und niedriger Kommunikationsqualität signifikant höhere Mittelwerte der Einstellung ($M_{HV\&NQ}$=.606) als die Gruppe mit niedrigem Vertrauen und hoher Kommunikationsqualität ($M_{NV\&HQ}$=.456, t(48)=2.520, p<.01). Dies entspricht H7. Auch aus dem Boxplot in Abbildung 17 sind unter Sicherheit höhere Einstellungswerte der Kondition mit hohem Vertrauen abzulesen.

Abbildung 17

Boxplot der Einstellungswerte der konträren Konditionen unter Sicherheit und Unsicherheit



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung, unterstützt durch ChatGPT 3.5 (Anhang 19, #11)

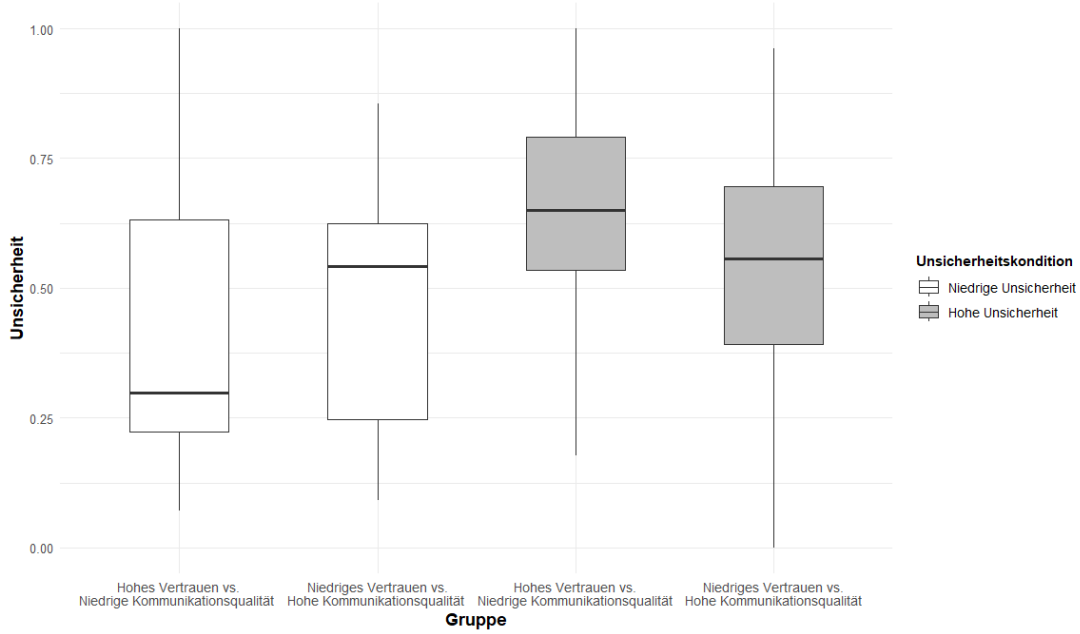
Eine ergänzende Betrachtung der bedingten totalen Effekte zeigte (Anhang 13, Tabellen A13.7 & A13.8), dass der Effekt des Vertrauens (β=.997, p<.001, f^2=.343) auf die Einstellung unter Sicherheit höher ist als der Effekt der Kommunikationsqualität (β=.349, p=.040, f^2=.042). Unter Unsicherheit wies der Shapiro-Test auf eine fehlende Normalverteilung der Einstellung in einer Gruppe hin, W=.0918, p=.047. Die Normalverteilung war aufgrund einer Gruppengröße n<30 auch nicht anhand des zentralen Grenzwerttheorems anzunehmen (Janssen & Laatz, 2010). Daher wurde der non-parametrische Wilcoxon-Test berechnet. Laut diesem weist die *hohes-Vertrauen-niedrige-Qualität-Kondition* im Vergleich zur *niedriges-Vertrauen-hohe-Qualität-Kondition* keine signifikant höheren Einstellungswerte auf (W=389, p=.887). H7 ist daher nur partiell zu bestätigen.

Hinsichtlich der Unsicherheit infolge der Verarbeitung zeigten die t-Test, weder unter Sicherheit (t(48)=-.884, p=.191) noch unter Unsicherheit signifikant höherer Werte der Gruppe mit hohem Vertrauen (t(49)=1.775, p=.959). So ergab auch eine Betrachtung der Boxplots in Abbildung 18 weder unter Sicherheit

noch Unsicherheit maßgeblich höhere Ausprägungen der Kondition mit hohem Vertrauen. H8 ist damit zu verwerfen.

Abbildung 18

Boxplot der Unsicherheitswerte der konträren Konditionen unter Sicherheit und Unsicherheit



Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung, unterstützt durch ChatGPT 3.5 (Anhang 19, #11)

4.5 Weiterführende Analysen

Durch die Berechnung des hierarchischen Komponentenmodells waren die Mediations- und Moderationswirkungen nicht mehr auf die verschiedenen Subdimensionen der Einstellung zurückzuführen. Um diese inhaltliche Nuance zu erhalten, wurden die vorigen Analyseschritte mit allen drei Komponenten der Einstellung als abhängige Variablen berechnet. Es gilt jedoch anzumerken, dass die Ergebnisse durch die Verletzung der Diskriminanzvalidität eingeschränkt sein könnten (Hair et al., 2017d). Die Berechnung und Interpretation der Ergebnisse sind in Anhang 17 dokumentiert. Zentrale Ergebnisse sind, dass die Moderation des totalen Effekts für die Kommunikationsqualität lediglich auf der affektiven und für das Vertrauen nur auf der behavioralen sowie affektiven Ebene besteht. Hinsichtlich der Mediation wird die Wirkung der Kommunikationsqualität auf die kognitive Einstellung partiell und auf die

behaviorale und affektive Einstellung komplett mediiert. Die Wirkung des Vertrauens wird auf kognitiver und behavioraler Ebene partiell und auf affektiver Ebene komplett mediiert.

EF sah zudem eine explorative Untersuchung eines Modells mit Moderation des direkten Effekts vor (Strukturmodell in Anhang 15 Abbildung A15.1). Hierzu wurde eine Moderation des c‘-Pfads der Kommunikationsqualität und des Vertrauens in Analyseschritt 4 ergänzt. Der c‘-Pfad des Vertrauens wird signifikant durch die Unsicherheit bei der Verarbeitung moderiert (β=-.413, p=.048, f^2=.020). Die Stärke des direkten Effekts des Vertrauens scheint somit mit zunehmender Unsicherheit abzunehmen. Der c‘-Pfad der Kommunikationsqualität wird nicht signifikant moderiert (β=-.257, p=.211, f^2=.008).

Zudem wurde eine dreifach-Interaktion überprüft (Anhang 16). Zur Überprüfung dieser Interaktion wurde ein Interaktionsterm des Vertrauens, der Kommunikationsqualität und der Unsicherheit bei der Verarbeitung auf dem a-Pfad ins Modell inkludiert. Das Strukturmodell ist Anhang 16 Abbildung A16.1 zu entnehmen. Der Effekt der dreifach-Interaktion auf dem a-Pfad ist nicht signifikant und somit empirisch nicht zu stützen (β=-.730, p=.131, f^2 =.012). Auch die zweifach-Interaktion zwischen Kommunikationsqualität und Vertrauen auf dem a-Pfad ist nicht signifikant (β=.236, p=.436, f^2=.003).

5 Diskussion

5.1 Diskussion der Ergebnisse

Diese Arbeit möchte die Frage beantworten, welche Rolle die persönliche Unsicherheit in der Verarbeitung der Informationen Kommunikationsqualität und Vertrauen zur Bildung von Einstellungen einnimmt. Sie vermutete, dass die persönliche Unsicherheit die Wirkung beider Informationen moderiert und mediiert. Nachfolgend wird die moderierende und mediierende Wirkung vor dem Hintergrund der empirischen Ergebnisse aus Kapitel 4 diskutiert und theoretisch eingeordnet. Um die Moderationswirkung auf dem direkten, dem indirekten und dem totalen Pfad besser nachvollziehen zu können, soll zuerst die Mediationswirkung diskutiert werden.

5.1.1 Mediationswirkung der Unsicherheit

H1 nahm eine partielle Mediationswirkung in der Wirkung des Vertrauens auf die veränderungsbezogene Einstellung über die Unsicherheit infolge der Verarbeitung an. Diese war darin begründet, dass die beobachteten Prozesse der Einstellungsbildung und Unsicherheitsminderung vermutlich Schnittmengen teilen, jedoch nicht davon auszugehen war, dass diese identisch sind. So war von weiteren Wirkungsmechanismen auszugehen, welche auf dem direkten Pfad wirken (Oreg et al., 2011; van den Heuvel et al., 2016).

Schritt 1 der Analyse zeigte, dass sich das Vertrauen wie erwartet positiv auf die Einstellung gegenüber der Veränderung auswirkt. Diese Wirkung wird, wie Schritt 3 der Analyse zeigte, sowohl über den direkten als auch indirekten Pfad vermittelt. Damit ist die angenommene partielle Mediation zu bestätigen. Auf dem indirekten Pfad steigert das Vertrauen also die Einstellung durch eine Verminderung der persönlichen Unsicherheit. Einerseits kräftigt dies die identitätsstiftende und unsicherheitsmindernde Wirkung des Vertrauens (Hogg, 2007; Janssen, 2010). Andererseits ist die Annahme, dass die Unsicherheitsminderung eine zentrale Rolle in der Einstellungsbildung im Rahmen der Change-Kommunikation darstellt, zu unterstützen. So ist die persönliche Unsicherheit infolge der Verarbeitung mit einer Effektstärke von $f^2 = .469$ der stärkste erfasste Prädiktor der veränderungsbezogenen Einstellungen.

Neben der indirekten Wirkung gilt es zudem die signifikante direkte Wirkung des Vertrauens auf die veränderungsbezogene Einstellung zu diskutieren. Somit existieren wie angenommen weitere Wirkungsmechanismen, welche die Wirkung des Vertrauens als Information der Change-Kommunikation erklären. Beide Prozesse sind demnach entsprechend den Erwartungen nicht identisch. Potenzielle Wirkungsmechanismen könnten die Wahrnehmung der Notwendigkeit und persönlichen Vorteilhaftigkeit der Veränderung darstellen (Oreg et al., 2011; van den Heuvel et al., 2016; van den Heuvel et al., 2015). Vor diesem Hintergrund ist die weiterhin signifikante direkte Wirkung des Vertrauens wenig überraschend. Denn das Vertrauen wird von van den Heuvel et al. (2016) als zentraler Einflussfaktor zur Wahrnehmung der persönlichen Vorteilhaftigkeit der Veränderung beschrieben. Diese Interpretation kann entsprechend van den Heuvel et al. (2015) die direkten Effekte auf der behavioralen und kognitiven Ebene der Einstellung erklären. Dahingegen wird der direkte Effekt auf die affektive Einstellung komplett mediiert. Sie ist damit ausschließlich auf die Unsicherheitsminderung zurückzuführen. Dies kann durch die Studie von Faraji-Rad und Pham (2017) erklärt werden. Sie demonstrierten, dass affektive Informationen besonders zur Minderung identitätsbedrohender Unsicherheiten eingesetzt werden (Faraji-Rad & Pham, 2017). Es liegt daher nahe, dass die affektive Einstellungsbildung überwiegend über den indirekten Pfad der Unsicherheitsminderung vermittelt wird. Darüber hinaus ist anzumerken, dass der direkte Effekt entsprechend der Überprüfung von EF nur unter Sicherheit bei der Verarbeitung signifikant ist (Anhang 14 Tabelle A14.8). Somit scheint sich der Einfluss der erläuterten Wirkungsmechanismen auf die Informationsverarbeitung mit zunehmender Unsicherheit zu vermindern. Begründungen hierfür sind aus den Studien von Oreg et al. (2011) und van den Heuvel et al. (2016) nicht abzuleiten, da diese die Moderationswirkung der Unsicherheit bei der Verarbeitung nicht explizit berücksichtigen. Zur fundierten Begründung dieser Annahmen benötigt es Studien, welche die Moderation weiterer Wirkungsmechanismen der Informationsverarbeitung durch die Unsicherheit bei der Verarbeitung untersuchen.

H2 vermutete, dass auch die Kommunikationsqualität die veränderungsbezogene Einstellung indirekt über die Verminderung der persönlichen

Unsicherheit sowie direkt über andere Wirkungsmechanismen positiv beeinflusst. Schritt 1 bestätigte die positive Wirkung der Kommunikationsqualität. Zudem zeigte Schritt 3 der Analyse, dass der Einfluss der Kommunikationsqualität maßgeblich über den Wirkungsmechanismus der Unsicherheitsminderung vermittelt wird. So sind höhere Ausprägungen der Kommunikationsqualität mit einer niedrigeren Unsicherheit infolge der Verarbeitung verbunden. Diese Verminderung der Unsicherheit wirkt sich wiederum positiv auf die veränderungsbezogene Einstellung aus. Damit bekräftigen die Ergebnisse die Studie von Allen et al. (2007). Ebenfalls wird die Vermutung gestützt, dass inhaltliche Informationen wie die Kommunikationsqualität zentral sind, um Unsicherheitsurteile zu bilden und die Unsicherheit zu reduzieren.

Dahingegen überrascht es, dass aus Schritt 3 der Analyse hervorging, dass die Kommunikationsqualität komplett mediiert wird und deren direkte Wirkung auf die Einstellung nicht signifikant ist. Die Wirkung der Kommunikationsqualität wird damit ausschließlich über die Unsicherheitsminderung und nicht über andere Wirkungsmechanismen vermittelt. So sollte die Kommunikationsqualität nach van den Heuvel et al. (2016) ebenfalls einen Einflussfaktor der Wirkungsmechanismen darstellen, welche auf dem direkten Pfad vermutet wurden. In ihrer qualitativen Studie ordnet die Forschungsgruppe die Rolle der Kommunikationsqualität jedoch als weniger zentral ein als die Rolle des Vertrauens (van den Heuvel et al., 2016). Dies erklärt, wieso die direkte Wirkung der Kommunikationsqualität schwächer und im Gegensatz zum Vertrauen nicht signifikant ist. Die Betrachtung der direkten Effekte kann durch die Analyse der verschiedenen Einstellungsebenen in Kapitel 4.5 nuanciert werden. So besteht auf kognitiver Ebene weiterhin ein direkter Effekt der Kommunikationsqualität. Dies erscheint schlüssig, da die Beurteilung der Notwendigkeit und Vorteilhaftigkeit der Veränderung auf Basis der Kommunikationsqualität vermutlich vorrangig mit kognitiven Operationen verbunden ist. Jedoch ist diese Ableitung vor dem Hintergrund der eingeschränkten Diskriminanzvalidität dieses Analyseschritts mit Vorsicht zu betrachten.

Im Hinblick auf die eingangs aufgestellte Forschungsfrage ist somit festzuhalten, dass die generelle Mediationswirkung der persönlichen Unsicherheit im Prozess der Einstellungsbildung bestätigt wurde. Sowohl die Wirkung des

Vertrauens als auch der Kommunikationsqualität ist maßgeblich auf deren Beitrag zur Minderung der Unsicherheit zurückzuführen. Dabei kann die gesamte Wirkung der Kommunikationsqualität über den Mediationseffekt erklärt werden. Zudem ist die Mediationswirkung der persönlichen Unsicherheit auf alle Ebenen der Einstellung zu übertragen. Somit stellt die Unsicherheitsminderung einen essenziellen Wirkungsmechanismus dar, um den Einfluss der Kommunikationsqualität und des Vertrauens auf die Einstellungsbildung zu erklären. Einschränkend ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Design keine Rückschlüsse über die Kausalität und Wirkungsrichtung der Beziehung zwischen persönlicher Unsicherheit und Einstellung zulässt. Grund dafür ist, dass die Unsicherheit in Folge der Verarbeitung gemessen und nicht manipuliert wurde (Döring & Bortz, 2016). So ist auch ein umgekehrter Wirkungspfad theoretisch erklärbar, indem Einstellungen relevante Informationen zum Abbau persönlicher Unsicherheit darstellen (Clarkson, Tormala, DeSensi & Wheeler, 2009). Auch zeigte sich in Analyseschritt 2 kein signifikanter Einfluss der manipulierten Unsicherheit bei der Verarbeitung auf die Einstellung gegenüber der Veränderung. Inwiefern Rückschlüsse auf Basis dieses Effekts sinnvoll sind, ist jedoch zweifelhaft. So wurde der Effekt der Unsicherheitsmanipulation vermutlich maßgeblich durch die Vertrauens- und Kommunikationsqualitätsvignetten vermindert. Die Kausalität der Beziehung zwischen Unsicherheit und Einstellung sollte daher in Folgestudien überprüft werden.

5.1.2 Moderationswirkung der Unsicherheit

Neben der Mediationswirkung wurde auch eine Moderationswirkung der persönlichen Unsicherheit im Prozess der Einstellungsbildung vermutet. Verschiedene empirische und theoretische Ergebnisse begründeten die Annahme, dass besonders unsichere Situationen die Verarbeitung inhaltlicher und sozialer Informationen verstärken (Kapitel 2.3). Generell kann diese moderierende Wirkung der Unsicherheit bei der Verarbeitung im Prozess der Einstellungsbildung bestätigt werden. So werden beide totale Effekte signifikant durch die Unsicherheit moderiert. Die Wirkungsrichtung der Moderationseffekte entspricht jedoch nur in Teilen den aufgestellten Hypothesen.

H5 nahm an, dass die totale Wirkung des Vertrauens durch die Unsicherheit bei der Verarbeitung moderiert wird. Unter Unsicherheit waren stärkere Effekte

des Vertrauens zu erwarten als unter Sicherheit. Diese Annahme war in einer gesteigerten ökologischen Rationalität des Vertrauens unter Unsicherheit begründet. Damit sollte das Vertrauen die primäre Entscheidungsregel zur Beurteilung der Change-Kommunikation darstellen. Unter Sicherheit war dahingegen nur eine kleine Wirkung zu erwarten. Schritt 2 der Analyse zeigte jedoch, dass der totale Effekt des Vertrauens durch die Unsicherheit bei der Verarbeitung nicht verstärkt, sondern abgeschwächt wird. Auch die zentralen Annahmen, auf denen die Ableitung des Moderationseffekts beruhte, wurden nicht bestätigt. Anstelle eines erwarteten kleinen Effekts unter Sicherheit kann der gemessene Effekt (f^2 = .343, Anhang 13 Tabelle A13.6) als moderat klassifiziert werden (Cohen, 2013). Somit wirkt das Vertrauen unter Sicherheit stärker als erwartet. Dahingegen ist der Effekt unter Unsicherheit nur als klein (f^2 = .076, Anhang 13 Tabelle A13.6) einzustufen (Cohen, 2013). Dies bricht mit den Annahmen, dass das Vertrauen unter Unsicherheit eine starke und dominante Wirkung auf die Einstellungsbildung ausübt. Bevor hierfür potenzielle Begründungen diskutiert werden, gilt es die Ergebnisse in den Kontext der Moderationswirkung der Kommunikationsqualität zu setzen.

Dabei scheinen sich die Vermutungen hinsichtlich der Moderation der totalen Wirkung der Kommunikationsqualität besser zu replizieren. Es war anzunehmen, dass die totale Wirkung der Kommunikationsqualität unter Sicherheit nicht signifikant ist und unter Unsicherheit leicht ansteigt. Gleichzeitig wurde vermutet, dass die Wirkung unter Unsicherheit durch die dominante Wirkung des Vertrauens begrenzt wird. Schritt 2 der Analyse stellte fest, dass der totale Effekt der Kommunikationsqualität entsprechend H4 mit zunehmender Unsicherheit verstärkt wird. So wirkt die Kommunikationsqualität unter Sicherheit gemäß Cohen (2013) mit einem kleinen Effekt (f^2 = .042, Anhang 13 Tabelle A13.6) und unter Unsicherheit mit einem mittleren Effekt (f^2 = .257, Anhang 13 Tabelle A13.6). Dabei sind die Effekte sowohl unter Sicherheit als auch unter Unsicherheit stärker als erwartet. So bestätigt sich die Annahme nicht, dass unter Sicherheit nicht genügend kognitive Ressourcen zur Verarbeitung der Kommunikationsqualität bestehen und diese somit keinen Effekt ausübt. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Kommunikationsqualität auch unter Einsatz oberflächlicher Verarbeitungsprozesse evaluiert werden kann. So

legen Todorov et al. (2002) nahe, dass inhaltliche Informationen auch über die Anzahl oder Länge der Argumente bewertet werden können, wenn keine ausreichenden kognitiven Kapazitäten zur Verfügung stehen.

Die kleinen Effekte der Kommunikationsqualität und die größeren Effekte des Vertrauens unter Sicherheit scheinen die dominante Wirkung des Vertrauens unter Sicherheit zu bestätigen. So verifiziert auch H7 diesen Zusammenhang, da sich das Vertrauen unter Sicherheit stärker auf die Einstellung auswirkt als die Kommunikationsqualität. Dies unterstützt die Annahme, dass weniger komplexe Informationen unter Sicherheit primär verarbeitet werden.

Unter Unsicherheit fällt jedoch der totale Effekt der Kommunikationsqualität größer und der totale Effekt des Vertrauens kleiner aus als erwartet. Dies legt nahe, dass die dominante Wirkung des Vertrauens in unsicheren Verarbeitungssituationen nicht zu bestätigen ist. So zeigte auch die Überprüfung von H7, dass das Vertrauen unter Unsicherheit bei der Verarbeitung nicht signifikant stärker auf die Einstellung wirkt als die Kommunikationsqualität. Die deskriptive Betrachtung der Effektstärken zeigte sogar eine größere Wirkung der Kommunikationsqualität unter Unsicherheit (Anhang 13 Tabelle A13.6). Aus dieser Wirkungsbeziehung ergeben sich verschiedene Implikationen. Einerseits ist dadurch die inverse Wirkungsrichtung der Moderation der totalen Vertrauenswirkung zu erklären. Durch die unerwartet starke Wirkung der Kommunikationsqualität wirkt das Vertrauen in unsicheren Verarbeitungssituationen schwächer als erwartet. Somit wird dessen Wirkung nicht verstärkt, sondern abgeschwächt. Darüber hinaus ist die Annahme, dass soziale Informationen eine höhere ökologische Rationalität zur Einstellungsbildung aufweisen, vor diesem Hintergrund anzuzweifeln. Andererseits könnte die starke Wirkung der Kommunikationsqualität auch damit begründet werden, dass sie entgegen der eingänglichen Annahmen neben einem hohen inhaltlichen Gehalt auch einen sozialen Informationsgehalt aufweist. So greifen verschiedene Konzeptionen der Kommunikationsqualität auch soziale Aspekte, wie die Unterstützung von Vorgesetzten oder das Etablieren eines Gemeinschaftsgefühls auf (Armenakis et al., 2000; Elving, 2005; Husain, 2013). Des Weiteren widerspricht der nicht signifikante Unterschied der Wirkung beider Informationen unter Unsicherheit der Prämisse der UTJ, dass stets eine Entscheidungsregel primär ausgeführt

wird (Kruglanski & Gigerenzer, 2011). Dies könnte lediglich darauf zurückzuführen sein, dass eine weitere Information, welche in der Studie nicht berücksichtigt wurde, dominant wirkt. Dennoch sollten künftige Studien, welche die Informationsverarbeitung vor dem Hintergrund der UTJ betrachten, diese Annahme weiter überprüfen.

Neben der ausbleibenden Dominanz der Vertrauenswirkung unter Unsicherheit ist eine weitere Erklärung denkbar, wieso Kapitel 4.4 die erwarteten Moderationseffekte des Vertrauens nicht nachweisen konnte. So scheinen die Unsicherheitsreduktionstheorien, welche die Moderation des totalen Effekts theoretisch fundierten, nur bedingt auf den Kontext der Change-Kommunikation übertragbar zu sein. Dies geht aus der Überprüfung von H6 hervor.

H6 nahm an, dass sich das Vertrauen unter Unsicherheit bei der Verarbeitung stärker auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung auswirkt. Die Wirkung des Vertrauens auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung unterscheidet sich jedoch nicht signifikant zwischen hoher und niedriger Unsicherheit. Damit widersprechen die Ergebnisse den Annahmen der UIT und des UCFs, welches davon ausgeht, dass das Vertrauen besonders unsicherheitsmindernd wirkt und diese Wirkung unter Unsicherheit zunimmt (Hogg, 2007; Janssen, 2010). Einerseits trägt diese Erkenntnis dazu bei, die unerwartete Wirkungsrichtung des totalen Moderationseffekts des Vertrauens zu erklären. So scheint die theoretische Basis der totalen Moderationswirkung im Kontext dieser Studie nicht replizierbar. Andererseits ergeben sich durch diese Ableitung weitere Fragen. So ist unklar, wieso sich die Vorhersagen des UCFs nicht bestätigt haben. Eine Erklärung wäre, dass sich dessen Annahmen auf den Geltungsbereich der organisationalen Anziehung beschränken. So existieren wenige Studien, welche die Annahmen des UCFs in anderen Kontexten replizierten. So könnte sich die im Experiment untersuchte Erstkommunikation eines Mergers von der Experimentalsituation von Janssen (2010) unterscheiden, da gerade im Kontext von Mergern sehr intensive Unsicherheitswahrnehmungen auftreten (Hogg, 2007). Diese Annahme kann jedoch nicht auf empirische Studien gestützt werden, da es an Studien mangelt, welche die Wirkung besonders intensiver Unsicherheitswahrnehmungen betrachten. Es bleibt jedoch spannend zu sehen, inwieweit die Annahmen der UCF durch weitere Studien auf andere

Kontexte übertragen werden können. Eine weitere Begründung, wieso sich die Annahmen des UCF nicht bestätigten, ist, dass in Veränderungsprozessen auch inhaltliche Informationen wie die Kommunikationsqualität zur Minderung persönlicher Unsicherheit beitragen. Somit wäre das Vertrauen in Veränderungsprozessen nicht die primäre Information zur Unsicherheitsminderung. Dies ist auch aus der Überprüfung von H7 abzuleiten. So unterscheidet sich die Wirkung des Vertrauens und der Kommunikationsqualität auf die Unsicherheit infolge der Verarbeitung weder in der Sicherheits- noch in der Unsicherheitskondition.

Dass das UCF den beobachteten totalen Moderationseffekt des Vertrauens nicht hinreichend erklären kann, wirft die Frage auf, durch welche alternativen Wirkungsmechanismen der Effekt zu begründen ist. Dahingehend gibt die EF Aufschluss. So war eine signifikante Moderation der direkten Wirkung des Vertrauens auf die Einstellung zu beobachten, wobei sich die direkte Wirkung unter Unsicherheit bei der Verarbeitung abschwächt. Wie in Kapitel 5.1.2 erläutert, repräsentiert dieser Pfad vermutlich Wirkungsmechanismen wie die wahrgenommene Vorteilhaftigkeit und Notwendigkeit der Veränderung. Das Kapitel diskutiert auch mögliche Wirkungsmechanismen dieser Moderationswirkung. Es lässt sich somit vermuten, dass die totale Moderationswirkung des Vertrauens vornehmlich auf Wirkungsmechanismen des direkten Pfads beruht.

Im Kontrast zur Wirkung des Vertrauens verhält sich die Moderation des totalen Effekts der Kommunikationsqualität kongruenter mit den aufgestellten Annahmen der Unsicherheitsreduktion. Vor diesem Hintergrund wirkt es überraschend, dass H5, welche den grundlegenden Mechanismus der Unsicherheitsreduktion untersucht, nicht bestätigt wurde. So steigert sich der Beitrag der Kommunikationsqualität zur Unsicherheitsminderung nicht signifikant mit steigender Unsicherheit. Eine Betrachtung der Effektstärken zeigt, dass der signifikante totale Effekt vermutlich dennoch in weiten Teilen auf die Moderation des indirekten Effekts zurückzuführen ist. Dabei ist die Moderationswirkung der Beziehung der Kommunikationsqualität und der Unsicherheit infolge der Verarbeitung an der Grenze der statistischen Signifikanz. Darüber hinaus repräsentiert die Moderation des a-Pfads mit einer Effektstärke von f^2=.018 vermutlich einen Großteil der Moderationswirkung des totalen Effekts, welche

bei f^2=.022 liegt. Auch ist die Richtung der Moderation des direkten Effekts dieselbe wie die des totalen Effekts. Somit wäre die verstärkte totale Wirkung der Kommunikationsqualität unter Unsicherheit auf eine Erhöhung ihrer unsicherheitsmindernden Wirkung zurückzuführen. Dennoch zeigt sich, dass auch die aus der MRU abgeleiteten Moderationseffekte im Kontext dieser Studie deutlich kleiner als erwartet sind. Auch dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass in Mergern generell hohe Unsicherheitswahrnehmungen herrschen (Hogg, 2007). Entsprechend der MRU bestünde somit auch in der Sicherheitskondition ein ausgeprägtes Informationsbedürfnis. Als weiteren Wirkungsmechanismus zur Erklärung der totalen Moderationseffekte diskutierte EF die Moderation des direkten Effekts. Jedoch ist die Moderation des direkten Effekts auf die veränderungsbezogene Einstellung ebenfalls nicht signifikant und die Effektstärke ist deutlich kleiner als die der Moderation des a-Pfads. Daher kann die Moderation des direkten Effekts die totale Moderationswirkung offenbar nicht zureichend erklären.

Im Hinblick auf Forschungsfrage 1 ist festzuhalten, dass die Unsicherheit eine moderierende Rolle im Prozess der Einstellungsbildung einnimmt. Dies gilt sowohl im Hinblick auf die Kommunikationsqualität als auch hinsichtlich des Vertrauens. Die Wirkung muss jedoch vor dem Hintergrund eingeordnet werden, dass die Effektstärken deutlich kleiner sind als vorab erwartet. Mit f^2-Werten von .22 und .25 sind die Werte als klein einzuordnen (Cohen, 2013) und deutlich geringer als in vergleichbaren Studien (z. B. Janssen, 2010; Tiedens & Linton, 2001). Dies stellt die praktische Relevanz der Effekte infrage. Außerdem erweisen sich die Effekte als vielschichtig und sind nicht alleinig auf den Prozess der Unsicherheitsminderung zurückzuführen. Auf welchen weiteren Wirkungsmechanismen die totale Moderationswirkung beruht, kann in Folgestudien untersucht werden.

Zudem benennt die Arbeit Vertrauen und Kommunikationsqualität als Determinanten der Change-Kommunikation unter Unsicherheit. Die Betrachtung der bedingten Effekte unter Unsicherheit zeigt, dass beide Informationen in unsicheren Situationen relevante Prädiktoren der Unsicherheit infolge der Verarbeitung und der Einstellung gegenüber der Veränderung sind. Eine

signifikante dominante Wirkung einer der beiden Informationen konnte unter Unsicherheit jedoch nicht festgestellt werden.

5.2 Limitationen

Bei der Interpretation der Ergebnisse gilt es die methodischen und inhaltlichen Limitationen dieser Studie zu beachten. Um den Geltungsbereich und die theoretische sowie praktische Relevanz der Erkenntnisse einzuschätzen, werden diese Einschränkungen diskutiert. Hierzu werden zuerst Beeinträchtigungen der internen Validität und anschließend der externen Validität thematisiert (Campbell, 1957).

Hinsichtlich der internen Validität ist anzumerken, dass die zufällige Zuteilung von Versuchspersonen in die Versuchskonditionen in ungleichen Gruppengrößen der Versuchskonditionen resultierte. Dies erforderte ein bevorzugtes Auffüllen der unterrepräsentierten Konditionen. Dadurch erhielten bis dahin wenig befüllte Gruppen ab diesem Zeitpunkt besonders viele Teilnahmen. Diese Gruppen bestanden so zu großen Teilen aus Personen, die zu einem ähnlichen Zeitpunkt teilgenommen haben. Dies könnte eine Störvariable dargestellt haben (Koch et al., 2019). Jedoch gab es zumindest auf Ebene der demografischen Variablen keine Hinweise auf eine signifikant unterschiedliche Zusammensetzung der Gruppen. Unterschiede im Antwortverhalten lassen sich dennoch nicht ausschließen.

Auch Verzerrungen durch die verwendeten Versuchsmaterialien sind zu diskutieren. So unterscheiden sich die hohen und niedrigen Vertrauenskonditionen stärker voneinander als die Kommunikationsqualitätskonditionen. Dieser Unterschied wurde in der statistischen Auswertung nicht adäquat abgebildet, da beide Konditionen von SmartPLS mit 0 = niedrig und 1 = hoch codiert wurden. Somit wurden die Effekte des Vertrauens überschätzt und die Effekte der Kommunikationsqualität unterschätzt. Hinsichtlich der Vertrauensvignette ist zudem anzumerken, dass diese zwar den leichten Abruf des habitualen Vertrauens simulierte. Dennoch erforderte die Vignette eine initiale Beurteilung des Vertrauens. Damit basierte das Vertrauensurteil potenziell auf kognitiven Verarbeitungsprozessen und bildete die Charakteristiken eines im Gedächtnis abgespeicherten habitualen Urteils (Hung et al., 2004) nicht hinreichend ab.

Neben den Vertrauens- und Kommunikationsqualitätsvignetten ist auch die Unsicherheitsmanipulation kritisch zu würdigen. Der Manipulationscheck zeigte, dass die Unsicherheitsmanipulation neben der persönlichen Unsicherheit auch den negativen Affekt erhöht. Damit sind die Moderationseffekte nicht mehr eindeutig auf die Wirkung der Unsicherheit zurückzuführen. Jedoch geht aus Definitionen der persönlichen Unsicherheit hervor, dass diese mit negativen Affekten verbunden ist (van den Bos et al., 2008). Vor diesem Hintergrund scheint die Trennung von Unsicherheitswahrnehmungen und negativen Affekten weder möglich noch theoretisch sinnvoll.

Neben den Manipulationen können auch die verwendeten Messinstrumente bemängelt werden. So mussten die Items der persönlichen Unsicherheitsskala aufgrund von Redundanzen reduziert werden. Dies könnte die Validierung der Skala beeinträchtigen. Darüber hinaus war auch die interne Konsistenz der Skala der behavioralen Einstellung niedrig (Hair et al., 2017c). Auch dies stellt infrage, wie gut die Items den inhaltlichen Kern des Konstrukts erfassen. Im Allgemeinen kann auch die Übersetzung der Skalen deren Validität verzerren (Hulin, 1987). Hinsichtlich der Messmodelle ist auch die Konstanthaltung der Latent-Scores des formativen Einstellungsfaktors kritisch zu würdigen. Zwar machte dies die Ergebnisse der untersuchten Modelle vergleichbar und ermöglichte somit eine gleichbleibende Interpretation der Einstellungskomponente. Dennoch ist die Abhängigkeit von der Modellspezifikation auch eine Charakteristik formativer latenter Variablen und ein grundlegender Bestandteil der Definition des Messmodells (Hair et al., 2017d). Diese Studie eliminierte diese Charakteristik, was die Validität des Messmodells beeinträchtigen kann. Künftige Erhebungen sollten auf Einstellungsskalen zurückgreifen, deren Dimensionen sich besser differenzieren.

Darüber hinaus könnten hohe Abbruchsquoten in Folge der Sicherheits- und Unsicherheitsmanipulationen die Datenqualität beeinflusst haben (Zhou & Fishbach, 2016). Da die Gründe für die Abbrüche nicht nachvollziehbar sind, können systematische Muster des Abbruchs nicht ausgeschlossen werden. Die Abbrüche könnten beispielsweise Personen mit hoher Unsicherheitsaversion ausfiltern und einen Attrition Bias in das Studiendesign einführen (Zhou & Fishbach, 2016). Auch gibt es wenige Fälle, in denen Attention Checks

falsch beantwortet wurden. Dies muss jedoch nicht zwingend auf eine mangelnde Datenqualität hinweisen. So könnte dies auch darauf hinweisen, dass die Personen die Materialien durch die (Un-)Sicherheitsmanipulationen weniger gründlich verarbeitet haben. Final sei angemerkt, dass bei der Berechnung des Strukturmodells eine Konfundierung der Versuchskonditionen vorlag. So wurden beispielsweise im Prädiktor Vertrauen verschiedene Unsicherheits- und Kommunikationsqualitätskonditionen kollabiert. Da jedoch die Unsicherheitskondition als Moderator im Modell berücksichtigt wurde und sich eine Interaktion zwischen Kommunikationsqualität und Vertrauen nicht nachweisen ließ, dürfte dies die Interpretation nicht maßgeblich beeinträchtigen.

Auch hinsichtlich der Übertragbarkeit und externen Validität der Ergebnisse gilt es einige Limitationen zu betrachten. So setzte sich das Sample überwiegend aus Studierenden und Frauen zusammen. Auch waren ältere Teilnehmende sowie nicht-Akademiker:innen im Sample unterrepräsentiert. Dies schränkt die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf eine Gesamtpopulation ein. Auch hinsichtlich des Studiendesigns gelten Limitationen. So wurden die Vignetten als Text und nicht als Video oder Audioaufnahme dargestellt. Die Validität der Ergebnisse steigt mit zunehmender Immersion der Vignette, weshalb die simple Darstellung als Text die Validität der Ergebnisse beeinträchtigen könnte (van Zelderen, Masters-Waage, Dries, Menges & Sanchez, 2024).

Ebenfalls sind die inhaltlichen Limitationen dieser Studie zu benennen. So untersuchte das Experiment nur eine spezifische Form von Veränderungsprojekten. Dabei wurde ein Ausschnitt einer frühen Phase eines Merger-Projekts betrachtet. Wie in Kapitel 5.1.2 diskutiert, könnte dies die Wahrnehmung der Change-Kommunikation beeinflusst haben. Es gilt die Ergebnisse in Bezug auf andere Change-Phasen und Change-Arten zu validieren. Auch wurde zur Simulation der Change-Kommunikation nur eine spezifische Ausprägung einer Rede verwendet. Es kann vermutet werden, dass Reden mit einem anderen Formulierungsstil (Sparks & Areni, 2008) oder einem anderen Framing unterschiedlich (Shen & Dillard, 2009) wahrgenommen werden. Darüber hinaus ist infrage zu stellen, inwiefern die Ergebnisse auch auf die Kommunikation negativer Informationen übertragbar sind. So ist zweifelhaft, ob eine hohe Kommunikationsqualität auch in positiven Einstellungen und geringeren

Unsicherheitswahrnehmungen resultiert, wenn über die Change-Kommunikation schwierige Themen wie der Abbau von Stellen kommuniziert werden. Dies stellt eine Forschungslücke dar, welche in Folgestudien untersucht werden sollte. Auch die Erforschung des Vertrauens beschränkte sich auf die habituale Form des Vertrauens. Habituale Urteile können jedoch auch im Rahmen von Veränderungsprozessen reevaluiert werden (van den Heuvel et al., 2015). Diese bewusste Neubewertung setzt vermutlich komplexere und aufwendigere kognitive Prozesse voraus (Hung et al., 2004; Lewicki et al., 2006). Die Wirkung des Vertrauens könnte somit abhängig der betrachteten Form variieren. Auch war im Experiment nur eine Betrachtung der Informationsverarbeitung auf Individualebene möglich. In Realsituationen basiert die Verarbeitung und Interpretation von Change-Kommunikation jedoch häufig auf sozialen Interaktionsprozessen (Bouckenooghe, 2010; Bouckenooghe et al., 2021). Diese gilt es in Folgestudien zu beachten. Auch längerfristige Auswirkungen der Unsicherheit auf die Veränderungskommunikation sind es künftig in Längsschnittstudien zu untersuchen.

5.3 Theoretische Implikationen, praktische Implikationen und Ausblick

Welchen Beitrag die Ergebnisse zum theoretischen und praktischen Diskurs der Wirkung von Change-Kommunikation leisten können, soll nachfolgend diskutiert werden. Dabei werden theoretische und praktische Implikationen erörtert und ein Ausblick auf potenzielle theoretische und praktische Handlungsfelder gegeben.

Im Allgemeinen kann die Studie zur experimentellen Evidenz der Change-Kommunikation beitragen. Während experimentelle Designs in anderen Feldern der Kommunikationswissenschaften weit verbreitet sind, ist eine experimentelle Untersuchung der Change-Kommunikation die Ausnahme. Damit kontribuiert die Studie zur Masse experimenteller Studien und ermöglicht die Ableitung kausaler Wirkungszusammenhänge. Dieser Beitrag ist insbesondere dahingehend von Bedeutung, dass eine große Menge an Studien die Wirkung der Change-Kommunikation zur Beeinflussung von Einstellungen untersucht. Nur ein Bruchteil der Studien erörtert jedoch, wieso Change-Kommunikation wirksam ist, und ein noch kleinerer Teil inkludiert diese Wirkungszusammenhänge in die empirische Untersuchung (siehe Oreg et al., 2011; van

den Heuvel et al., 2017; van den Heuvel et al., 2015 als Ausnahmen). Hierzu trägt diese Studie in zweierlei Hinsicht bei.

Einerseits bestätigt diese Studie die Wirkung der Kommunikationsqualität und des Vertrauens als Determinanten der Unsicherheit in Folge der Veränderung und der Einstellungsänderung. Diese Wirkung konnte in verschiedenen Feldstudien beobachtet werden und nun durch die Überprüfung anhand eines Experimentaldesigns in ihrer Kausalität bestätigt werden. Jedoch überprüfte sie nicht, inwiefern sich die verschiedenen Versuchskonditionen von einem Zustand unterscheiden, in welchem keine Kommunikation stattfindet. Hierbei stellt sich die Frage, ob Kommunikation niedriger Qualität von nicht vertrauenswürdigen Kommunikator:innen die Einstellung möglicherweise verschlechtert und die Unsicherheit erhöht. Dies könnte ein vielversprechendes Thema für Folgestudien darstellen. Zudem bleibt offen, welche weiteren Faktoren die Unsicherheit mindern oder die Einstellung steigern können. Der Anteil aufgeklärter Varianz beider Variablen zeigt, dass eine hohe Varianzaufklärung beider Faktoren durch weitere Variablen determiniert wird. Diese können in Folgestudien betrachtet werden. Dabei erleichtert diese Studie die weitere Erforschung der Kommunikationsqualität, indem sie Vignetten der Kommunikationsqualität konzipierte und validierte. Hierzu mangelte es bisher an zugänglichen Materialien.

Andererseits identifiziert diese Studie die Unsicherheitsminderung als zentralen Wirkungsmechanismus der Change-Kommunikation. Damit kann sie die von Allen et al. (2007) ermittelte Mediationswirkung der Unsicherheit in der Beziehung zwischen der Kommunikationsqualität und Einstellungen gegenüber der Veränderung bekräftigen. Allen et al. (2007) betrachteten insbesondere berufsbezogene, strategische und implementationsbezogene Unsicherheiten. Diese Studie erweitert die Ergebnisse auf die persönliche Unsicherheit. Wie in Kapitel 5.1.1 geschildert, gilt es jedoch künftig die Wirkungsrichtung der Mediationswirkung zu bestimmen. Sollte sich die erwartete Wirkungsrichtung bewahrheiten, ist die Unsicherheitsminderung als zentraler Wirkungsmechanismus der Kommunikationsqualität und des Vertrauens in künftigen Studien zu berücksichtigen. Die verbleibende direkte Wirkung des Vertrauens lässt jedoch annehmen, dass der Prozess der Einstellungsbildung durch weitere

mentale Prozesse vermittelt wird. Inwiefern die Inklusion weiterer Mediatoren, wie die Wahrnehmung der Vorteilhaftigkeit der Veränderung, zur Erklärung des direkten Effekts beiträgt, ist in Folgestudien zu untersuchen. Dies würde das aktuell limitierte Verständnis des Informationsverarbeitungsprozesses der Change-Kommunikation erweitern und die Gestaltung wirksamer Change-Kommunikationen unterstützen.

Auch hinsichtlich der moderierenden Wirkung der Unsicherheit kann die Studie wertvolle Einblicke liefern. Damit überprüft die Studie die Ergebnisse von Tiedens und Linton (2001) sowie Janssen (2010) im Kontext der Change-Kommunikation. Dass unter Unsicherheit vornehmlich inhaltliche Informationen gestärkt und überwiegend sozial-kontextuelle Faktoren geschwächt werden, bekräftigt die Ergebnisse von Tiedens und Linton (2001). Die kleineren Effektstärken der Moderationseffekte und die widersprüchlichen Ergebnisse zu Janssen (2010) und Ellis (1992) betonen jedoch die kontextuelle Abhängigkeit der beobachteten Effekte. Damit reiht sich diese Studie in eine Vielzahl an Forschungsarbeiten ein, welche hinsichtlich der Moderationswirkung der Unsicherheit widersprüchliche Ergebnisse hervorbringen. Vor dem Hintergrund der kleinen Effektstärken des Moderationseffekts wirft dies Zweifel auf, ob die weitere Erforschung des Wirkungszusammenhangs im Kontext der Change-Kommunikation sinnvoll ist. So könnte sich die Forschung weiterer Moderatoren widmen, welche die in Kapitel 2.1.3 und 2.1.4 erwähnten Inkonsistenzen der Effekte erklären können.

Zudem sind auch praktische Implikationen abzuleiten. Es sei jedoch erneut angemerkt, dass manche der untersuchten Zusammenhänge erstmals in dieser experimentellen Studie überprüft wurden. Die praktische Relevanz der Ergebnisse sollte vor einer Anwendung in der Praxis durch Feldstudien untersucht werden. Andere Erkenntnisse basieren jedoch bereits auf extensiven Feldstudien und konnten im Rahmen der Studie weiter validiert werden. Eine solche Erkenntnis ist die Wirksamkeit des Vertrauens und der Kommunikationsqualität zur Verminderung der Unsicherheit und Verbesserung der veränderungsbezogenen Einstellungen. Vertrauenswürdige und hochqualitative Kommunikation wirkt somit besser zur Minderung von Unsicherheiten und zur Etablierung positiver Einstellungen. Mitarbeitende achten somit bei der

Beurteilung von Kommunikation stets darauf, was kommuniziert wird und wer kommuniziert. Im Aufbau von Vertrauensbeziehungen haben sich die Vertrauensdimensionen nach Mayer et al. (1995) als wirksam erwiesen. Somit sollten sich Führungskräfte zum Aufbau von Vertrauensbeziehungen gegenüber ihren Mitarbeitenden als wohlwollend, kompetent und integer präsentieren (Mayer et al., 1995). Diese Vertrauenseigenschaften einer Führungskraft führen dazu, dass Kommunikationsbotschaften weniger kritisch hinterfragt werden (Allen et al., 2007). Jedoch sollte dies Führungskräfte nicht dazu incentivieren, gegenüber ihren Mitarbeitenden falsche Versprechungen zu machen. So könnten Führungskräfte durch gebrochene Versprechen das Vertrauen ihrer Mitarbeitenden verlieren (van den Heuvel et al., 2016). Hochqualitative Botschaften können Führungskräfte auf Basis der Faktoren konzipieren, welche den Kommunikationsqualitätsvignetten zugrunde liegen. Die Botschaft sollte die Bedeutung der Veränderung für die Mitarbeitenden und die Notwendigkeit der Veränderung hervorheben und darstellen, dass die Veränderung die beste strategische Option ist (Armenakis et al., 2000; Christensen, 2014; Jimmieson et al., 2013; Kramlinger, 1998; Stolzenberg & Heberle, 2022a). Sie sollte zudem die Unterstützung durch das Management demonstrieren, an die Selbstwirksamkeit und Motivation der Mitarbeitenden appellieren und diese zur Partizipation anregen (Armenakis et al., 2000; Husain, 2013; Jimmieson et al., 2013).

Trotz der generellen Bedeutung beider Informationen scheint die Kommunikationsqualität unter Sicherheit und das Vertrauen unter Unsicherheit von geringerer Bedeutung zu sein. Dennoch ist es nicht zu empfehlen, die Gestaltung von Kommunikationsbotschaften unter Sicherheit und das Pflegen von vertrauensvollen Beziehungen unter Unsicherheit zu vernachlässigen. Hinsichtlich der Einstellungsbildung unter Sicherheit sind zwar geringe negative Folgen niedrigqualitativer Kommunikation zu erwarten, jedoch geht sie weiterhin mit einer hohen Verunsicherung der Mitarbeitenden einher. Wie im einleitenden Kapitel beschrieben, ergeben sich daraus weitere negative Effekte wie psychische Belastungen (z. B. Bordia, Hobman et al., 2004). Vor allem unter Unsicherheit scheinen Mitarbeitende jedoch den Inhalt der Botschaft genauer zu prüfen, weshalb es dahingehend unabdingbar ist, Change-Kommunikation

mit hoher Qualität zu verwenden. Das Vertrauen hat vor allem in tendenziell sicheren Veränderungssituationen eine hohe Bedeutung. Jedoch beeinflusst dieses die Rezeption von Kommunikationsbotschaften auch unter Unsicherheit, weshalb weiterhin vertrauensvolle Beziehungen gepflegt werden sollten. Auch können sich die Unsicherheitswahrnehmungen dynamisch über den Verlauf von Veränderungsprozessen verändern (Melnikov et al., 2012). Die Etablierung von Vertrauensbeziehungen benötigt jedoch Zeit (Hung et al., 2004) und kann daher in Phasen der Sicherheit nicht ohne Weiteres erzeugt werden. Daher ist es ebenfalls nicht zu empfehlen, das Etablieren vertrauensvoller Beziehungen in Veränderungen zu vernachlässigen.

Eine weitere wichtige Implikation, welche auch in einer Feldstudie zu bestätigen war (Allen et al., 2007), ist die zentrale Rolle der Verminderung von Unsicherheiten in der Einstellungsänderung von Mitarbeitenden. Um Mitarbeitende zur Unterstützung der Veränderung zu motivieren, zielen viele Ansätze der Change-Kommunikation darauf ab, diese von der Notwendigkeit der Veränderung zu überzeugen. Diese Studie zeigt jedoch, dass es ebenso zielführend, wenn nicht sogar noch zielführender sein könnte, die Unsicherheit der Mitarbeitenden zu reduzieren. Es ist damit elementar, dass sich Führungskräfte mit potenziellen Sorgen und Unsicherheiten ihrer Mitarbeitenden auseinandersetzen und diese kommunikativ glaubwürdig adressieren. Dies hebt zudem die zentrale Bedeutung der Unsicherheit in der Rezeption von Kommunikationsbotschaften der Mitarbeitenden hervor. Entsprechend Kapitel 2.1.5 sind Veränderungen stets mit der Wahrnehmung von Unsicherheit verbunden. Deren Implikationen sind demnach bei der Gestaltung eines Kommunikationskonzepts zu berücksichtigen.

6 Fazit

Diese Arbeit wurde mit der Annahme eingeleitet, dass die Unsicherheit ein potenziell entscheidender Einflussfaktor ist, den es in der Change-Kommunikation zu berücksichtigen gilt. Diese Annahme wurde in Bezug auf die Wirkung der Kommunikationscharakteristiken Vertrauen und Kommunikationsqualität auf die veränderungsbezogene Einstellung überprüft. Dabei war eine Mediations- und Moderationswirkung der persönlichen Unsicherheit theoretisch und empirisch herzuleiten. Diese Wirkungsbeziehungen wurden anschließend experimentell überprüft.

Auf Basis der Studie konnte die Mediationswirkung der persönlichen Unsicherheit bekräftigt werden. Es deutet sich an, dass die Minderung persönlicher Unsicherheit einen zentralen Wirkungsmechanismus der Change-Kommunikation darstellt. Demnach sollte dem Adressieren von Unsicherheiten über die Change-Kommunikation ein besonderes Augenmerk gelten. Jedoch bleibt offen, inwiefern die Unsicherheit als kausal für die Einstellungsänderung zu betrachten ist. Darüber hinaus stellen eine gelungene Change-Kommunikation und vertrauensvolle Beziehungen zentrale Hebel dar, um Betroffene über die Change-Kommunikation von der Veränderung zu überzeugen. Die Wirkung beider Informationen variiert jedoch mit der Ausprägung der Unsicherheit. Mit steigender Unsicherheit erhöht sich der Einfluss der Kommunikationsqualität auf veränderungsbezogene Einstellungen und verkleinert sich der Einfluss des Vertrauens. Dennoch war die beobachtete Moderationswirkung deutlich kleiner als erwartet und verhielt sich inkonsistent mit den theoretischen Annahmen. Demnach scheint die Mediationswirkung der Unsicherheit deutlich zentraler für das Verständnis der Wirkung des Vertrauens und der Kommunikationsqualität zu sein als dessen Moderationswirkung.

Das Management organisationaler Veränderungen ist komplex und erfordert die Berücksichtigung vieler verschiedener Einflussfaktoren. Wie eingangs erläutert, stellt die Change-Kommunikation ein zentrales Instrument dar, um Veränderungen zu managen, Mitarbeitende zu überzeugen und sie zur Unterstützung zu motivieren (Bordia, Hunt et al., 2004; Schulz-Knappe et al., 2019; Straatmann et al., 2018; van den Heuvel et al., 2015). Wie wirksam die

Kommunikation ist, hängt jedoch zentral von der Gestaltung der Kommunikation und den individuellen Charakteristiken der Veränderung ab. Um effektiv zu kommunizieren, benötigt es ein nuanciertes Verständnis der kognitiven Wirkungsmechanismen, welche die Verarbeitung der Change-Kommunikation determinieren. Diese werden in der Forschung noch zu selten beleuchtet. Nur wenige Studien betrachten Moderatoren oder Mediatoren der Change-Kommunikation. Hier liegt der zentrale Beitrag dieser Studie. Sie führt die persönliche Unsicherheit als Einflussfaktor und zentralen Wirkungsmechanismus der Change-Kommunikation ein. Dieser hat durch seine Omnipräsenz in Veränderungsprozessen (Bordia, Hunt et al., 2004) eine besonders hohe Relevanz. Führungskräfte sollten demnach bei der Kommunikation von Veränderungen die Unsicherheiten ihrer Mitarbeitenden verstehen und diese durch vertrauensvolle Beziehungen und hochqualitative Botschaften wirksam adressieren.

7 Anhang

Anhang 1: Einladungstext der Vorstudie

Mailverteiler der HFT

****

Online-Umfrage: Wahrnehmung von Veränderungsprozessen

Liebe Studierende,
für meine Masterthesis zum Thema "**Wahrnehmung von Veränderungsprozessen**" führe ich einen **Pre-Test** meiner Versuchsmaterialien durch.
Ich freue mich, wenn ihr euch **7-9 Minuten** Zeit nehmt, um mich dabei zu unterstützen!

Es gelten keine Teilnahmebeschränkungen und für die Teilnahme erhaltet ihr **0,5 VPS.**

Hier geht's zur Umfrage: https://ww2.unipark.de/uc/HFT_Stuttgart_Studenten/bec2/

Vielen Dank für eure Unterstützung! Wendet euch bei Fragen oder Anmerkungen gerne an mich.

Viele Grüße

Leon Keller
22kele1mwp@hft-stuttgart.de

****

Anhang 2: Fragebogen Pre-Test

Der Fragebogen war vom 08.04.2024 bis zum 11.04.2024 im Feld und wurde in UniPark programmiert und veröffentlicht.

Abbildungen A2.1

Export des Fragebogens des Pre-Tests aus UniPark

Fragebogen

1 Allgemeines Szenario und Bearbeitungshinweise [Seiten-ID: 6730180] [L]

Trigger:

Zufallstrigger - Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = hoch] - Bedingung: - Ausführungsposition: "direkt"
c_0003 = RAND (1 , 2)

Zufallstrigger - Vertrauenskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] - Bedingung: - Ausführungsposition: "direkt"
c_0001 = RAND (1 , 2)

Zufallstrigger - Kommunikationsqualität Kondition [Niedrig = 1] - Bedingung: - Ausführungsposition: "direkt"
c_0002 = RAND (1 , 2)

Wichtiger Bearbeitungshinweis

In dieser Studie wird Ihnen ein Szenario über eine Organisation vorgelegt, die einen Veränderungsprozess durchläuft.

Versetzen Sie sich bitte in die Lage eines Mitarbeitenden, der/die in dieser Organisation arbeitet. Beantworten Sie die Fragen aus dieser Perspektive und auf Basis der verfügbaren Informationen. Für diese Studie ist es sehr wichtig, dass Sie sich als Teil dieser hypothetischen Situation betrachten.

Die Namen der Organisationen sind nicht real und wurden für das Szenario erfunden.

Szenario

Sie arbeiten seit 4 Jahren für die Hedef Insurance Co.. Vor kurzem hat die Hedef Insurance Co. ihre Fusion mit der Global Insurance Co. angekündigt, einer türkisch-deutschen Partnerschaft.

Diese Fusion führte dazu, dass 49 % der Aktien der Hedef Insurance Co. gehören und 51 % der Aktien im Besitz von Global Insurance sind. Infolge der Fusion wurden Umstrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, die darauf abzielen, die beiden Unternehmen unter dem Namen Global Insurance unter einem Dach zu vereinen.

Im Folgenden lesen Sie eine Rede Ihres Vorgesetzten Sigurd Nohr über diese Veränderung sowie eine kurze Beschreibung Ihres Vorgesetzten. Im Anschluss beantworten Sie einige Fragen zu dieser Rede.

2.1 Filter Vertrauenskondition_Filter [Filter-ID: 6724315]

c_0001 Vertrauenskondition [Niedrig=1, Hoch = 2] Benutzerdefinierte Variable - Vertrauenskondition [Niedrig=1, Hoch = 2] (von Seite : System) gleich 1

2.1.1 Vertrauen niedrig [Seiten-ID: 6724480] [L]

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr wird von Ihren Kolleg:innen wie folgt beschrieben:

"Ich finde, dass Sigurd Nohr seine Mitarbeitenden nicht sehr gut behandelt."

"Ich kann mir gut vorstellen, dass Sigurd Nohr dich ausnutzen würde."

"Ich finde, Sigurd Nohr ist nicht sehr kompetent."

"Meiner Meinung nach hat Sigurd Nohr nicht viel Fachwissen."

"Ich glaube nicht, dass Sigurd Nohr seine Versprechen hält."

"Ich würde sagen, dass die Werte von Sigurd Nohr nicht mit meinen Werten übereinstimmen."

2.1.2 Abfrage Vertrauen_niedrig [Seiten-ID: 6730181] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeiter:in der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu				Stimme voll und ganz zu
Ich wünschte wirklich, ich hätte eine gute Möglichkeit, Sigurd Nohr im Blick zu behalten.	○	○	○	○	○
Wenn es nach mir ginge, würde ich Sigurd Nohr keinen Einfluss auf Dinge nehmen lassen, die mir wichtig sind.	○	○	○	○	○
Ich könnte mir vorstellen, eine Aufgabe oder ein Problem, das mir wichtig ist, an Sigurd Nohr weiterzugeben, auch wenn ich seine Handlungen nicht überwachen könnte.	○	○	○	○	○
Ich wäre bereit, meine Zukunft in diesem Unternehmen vollständig von Sigurd Nohr bestimmen zu lassen.	○	○	○	○	○
Wenn jemand die Motive von Sigurd Nohr in Frage stellen würde, würde ich dennoch an das Gute in ihm glauben.	○	○	○	○	○

2.2 Filter Vertrauenskondition_Filter [Filter-ID: 6724446]

c_0001 Vertrauenskondition [Niedrig=1, Hoch = 2] Benutzerdefinierte Variable - Vertrauenskondition [Niedrig=1, Hoch = 2] (von Seite : System) gleich 2

2.2.1 Vertrauen hoch [Seiten-ID: 6724481] [L]

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr wird von Ihren Kolleg:innen wie folgt beschrieben:

"Ich finde, dass Sigurd Nohr seine Mitarbeitenden sehr gut behandelt."

"Ich kann mir nicht vorstellen, dass Sigurd Nohr dich ausnutzen würde."

"Ich finde, Sigurd Nohr ist sehr kompetent."

"Meiner Meinung nach hat Sigurd Nohr viel Fachwissen."

"Ich glaube, dass Sigurd Nohr seine Versprechen hält."

"Ich würde sagen, dass die Werte von Sigurd Nohr mit meinen Werten übereinstimmen."

2.2.2 Abfrage Vertrauen_hoch [Seiten-ID: 6730182] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeiter:in der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu				Stimme voll und ganz zu
Ich wünschte wirklich, ich hätte eine gute Möglichkeit, Sigurd Nohr im Blick zu behalten.	○	○	○	○	○
Ich wäre bereit, meine Zukunft in diesem Unternehmen vollständig von Sigurd Nohr bestimmen zu lassen.	○	○	○	○	○
Wenn es nach mir ginge, würde ich Sigurd Nohr keinen Einfluss auf Dinge nehmen lassen, die mir wichtig sind.	○	○	○	○	○
Ich könnte mir vorstellen, eine Aufgabe oder ein Problem, das mir wichtig ist, an Sigurd Nohr weiterzugeben, auch wenn ich seine Handlungen nicht überwachen könnte.	○	○	○	○	○
Wenn jemand die Motive von Sigurd Nohr in Frage stellen würde, würde ich dennoch an das Gute in ihm glauben.	○	○	○	○	○

2.3 Filter Qualitätskondition Filter [Filter-ID: 6724498]

c_0002 Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] Benutzerdefinierte Variable - Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] (von Seite : System) gleich 1

2.3.1 Kommunikationsqualität niedrig [Seiten-ID: 6724506] [L]

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr versammelt Sie und Ihr Team eine Woche nach Bekanntwerden der Fusion, um Sie über die anstehenden Veränderungen zu unterrichten.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Ich möchte Ihnen mitteilen, dass wir hinsichtlich eines Zusammenschlusses unseres Unternehmens vor kurzem eine Entscheidung getroffen haben. Mit der Übernahme der Aktienmehrheit durch Global Insurance werden wir von nun an unsere Operationen unter dem Dach von Global Insurance fortsetzen. Die Hedef-Insurance verzeichnete als eines der traditionsreichsten Unternehmen des Sektors im Laufe der Jahre zahlreiche Erfolge. Doch angesichts einer zunehmend bedrohlichen wirtschaftlichen Lage sahen wir uns gezwungen, Maßnahmen zur Gewährleistung unserer langfristigen Wettbewerbsfähigkeit zu erörtern. Dieser Schritt war unumgänglich, um unsere Position in der Branche zu sichern. Eine Aussage, welche strukturellen Änderungen unser Unternehmen in den kommenden Monaten erwarten, ist zu diesem Zeitpunkt nicht möglich. Gerne kann ich aber bereits einige Informationen über die Global Insurance mit Ihnen teilen.

Mit der Global Insurance haben wir einen geeigneten Partner für die weitere Zusammenarbeit gefunden. Die Global Insurance Co. wurde am 27. Mai 1995 von Joachim Riemann in München gegründet. Mit Niederlassungen in Istanbul, Stockholm, Lyon, Barcelona, Warschau, Prag und Innsbruck ist das Unternehmen in verschiedenen europäischen Großstädten präsent. Der Hauptsitz der Global Insurance befindet sich jedoch weiterhin in München. Die Geschäftsräume an der Arnulfstraße erstrecken sich über fünf Stockwerke und zeichnen sich durch modernste Technologie, großzügige Meetingräume und ein betriebsinternes Fitnessstudio aus. Die Räumlichkeiten wurden vor vier Jahren grundsaniert und verfügen nun über eine ausgezeichnete Energieeffizienz. Jedoch wird der Standort München für den Aufgabenbereich unseres Teams lediglich eine untergeordnete Rolle spielen.

Die Global Insurance ist zudem für ihren breit gefächerten Werbeauftritt bekannt. Die Werbestrategie des Unternehmens vereint erfolgreich traditionelle und digitale Werbeformate. Eine zentrale Komponente der Werbestrategie ist eine hohe Präsenz in den sozialen Netzwerken, gepaart mit originellen Werbekampagnen. Des Weiteren engagiert sich die Global Insurance aktiv im Sponsoring diverser Sportveranstaltungen zur Erschließung neuer Zielgruppen.

Wir arbeiten derzeit an der Entwicklung gemeinsamer HR-Instrumente und eines Vorgehens zur IT-Integration sowie an der Konzeption weiterer struktureller Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit. Verstehen Sie, dass erst anschließend die Rolle diskutiert wird, die Ihnen sowie Ihren Kolleginnen und Kollegen bei der Umsetzung dieser Veränderung zukommt. Aufgrund der andauernden Gespräche können wir zum aktuellen Zeitpunkt leider keine endgültige Aussage treffen. Bitte sehen Sie daher vorerst von weiteren Nachfragen ab. Trotz der bestehenden Unsicherheiten bin ich zuversichtlich, dass wir uns an die veränderten Bedingungen anpassen werden. Als natürliche Folge des Zusammenschlusses zweier unterschiedlicher Unternehmen liegt jedoch ein arbeitsintensiver Prozess vor uns. Zeitnah sollten nähere Details über die Integration und deren Auswirkungen auf Ihren Arbeitsalltag verfügbar sein. Haben Sie bis dahin Geduld.

Ich bin davon überzeugt, dass der Zusammenschluss ein voller Erfolg sein wird und unserem Unternehmen eine glänzende Zukunft bevorsteht.

2.3.2 Abfrage Kommunikationsqualität_niedrig [Seiten-ID: 6730186] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeiter:in der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu					Stimme voll und ganz zu
Die Informationen über die Fusion wurden angemessen kommuniziert.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion erfolgten rechtzeitig.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion waren korrekt.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion waren positiv.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion waren nützlich.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion haben meine Fragen über die Veränderungen angemessen beantwortet.	○	○	○	○	○	○

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeiter:in der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme voll und ganz zu
Durch die Rede habe ich konkrete Informationen über die Fusion erhalten.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, dass meine Partizipation in der Ausgestaltung der Veränderung gewünscht ist.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, wie das Management mich im Transformationsprozess unterstützt.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, welche Veränderungen durch die Fusion auf mich persönlich zukommen.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, was die Fusion am Status quo verbessert.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, dass die Fusion die beste strategische Option für die Hedef Insurance darstellt.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat mir das Gefühl gegeben, dass ich den veränderten Anforderungen durch die Fusion gewachsen bin.	○	○	○	○	○	○	○

Wie heißt das Unternehmen, mit dem die Hedef Insurance fusioniert?

- ○ "Global Insurance"
- ○ „ZenithGuard"
- ○ „Fröhlich & Partner Versicherungen"

Wo befindet sich der im Text beschriebene Firmenhauptsitz?

- ○ München, Arnulfstraße
- ○ Paris, Rue Paul Bert
- ○ New York, 51st Ave

2.4 Filter Qualitätskondition Filter [Filter-ID: 6724499]

c_0002 Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2]	Benutzerdefinierte Variable - Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] (von Seite : System)	gleich 2

2.4.1 Kommunikationsqualität hoch [Seiten-ID: 6724507] [L]

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr versammelt Sie und Ihr Team einen Tag nach Bekanntwerden der Fusion, um Sie über die anstehenden Veränderungen zu unterrichten.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Ich möchte Ihnen mitteilen, dass wir hinsichtlich eines Zusammenschlusses unseres Unternehmens vor kurzem eine Entscheidung getroffen haben. Mit der Übernahme der Aktienmehrheit durch Global Insurance werden wir von nun an unsere Operationen unter dem Dach von Global Insurance fortsetzen. Die Hedef-Insurance verzeichnete als eines der traditionsreichsten Unternehmen des Sektors im Laufe der Jahre zahlreiche Erfolge. Aufgrund der veränderten Marktbedingungen und des zunehmenden Wettbewerbs in der Branche hatten wir jedoch in letzter Zeit mit finanziellen Schwierigkeiten zu kämpfen. Die daraus resultierende Beeinträchtigung unseres Tagesgeschäfts und der Rückgang unseres Marktanteils von 5,3 % auf 3 % haben unseren Zusammenschluss beschleunigt. Dieser Schritt war unumgänglich, um unsere Position in der Branche zu sichern und die Interessen des Unternehmens, unserer Mitarbeitenden sowie unserer Kunden zu wahren.

Mit der Global Insurance haben wir einen geeigneten Partner für die weitere Zusammenarbeit gefunden. Der Zusammenschluss mit einem wirtschaftlich starken Unternehmen gewährleistet die Zukunftssicherheit Ihrer Arbeitsplätze. In unserem Entscheidungsprozess haben wir mehrere Versicherungsunternehmen anhand von Machbarkeits- und Kosten-Nutzen-Analysen bewertet. Dabei hat sich die Global Insurance Co. durch ihre Strategie und ihren innovativen Ansatz hervorgetan. Global Insurance, ein seit 29 Jahren tätiges Unternehmen, ist in 8 Ländern Europas aktiv. Unabhängige Wirtschaftsprüfer bestätigten ihre hervorragenden Finanzen und sie ist Mitglied der weltweit bekannten Versicherungsinstitution Achilles. Daher wurde Global Insurance als die beste Wahl für unser Unternehmen erachtet. Diese Entscheidung wird sich äußerst positiv auf unser operatives Geschäft auswirken. Der Zusammenschluss wird unsere Dienstleistungsqualität, Glaubwürdigkeit sowie finanzielle Stabilität verbessern und unsere Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Auch die Erfahrung eines globalen Managementteams wird für uns von großem Vorteil sein.

Durch den Zusammenschluss bieten sich Ihnen exzellente Arbeitsbedingungen in einem expandierenden Unternehmen. Darüber hinaus arbeiten wir an einem objektiveren Leistungsbewertungssystem, genauer definierten Aufgabenbereichen und einem benutzerfreundlicheren ERP-Programm für Sie. Wir versichern Ihnen, dass es während dieses Prozesses keine Entlassungen geben wird. Auch Ihre Gehälter und Sozialleistungen werden nicht gekürzt. Als natürliche Folge des Zusammenschlusses zweier unterschiedlicher Unternehmen liegt jedoch ein arbeitsintensiver Prozess vor uns.

Sie alle verfügen über die notwendige Kompetenz und Erfahrung, um die Herausforderungen der Übergangsphase zu meistern. Ich bin überzeugt, dass Sie sich leicht an das neue System anpassen werden, wenn Sie bedacht und entschlossen arbeiten. Um unsere Ziele zu erreichen, sind Ihre Unterstützung und Ihr Input von unermesslicher Bedeutung. Es ist uns ein Anliegen, dass Sie Teil dieses Wandels sind und ihn aktiv mitgestalten. Das Management wird Ihnen durch das Angebot von Kommunikationsmaterialien und Schulungen die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen, um den Wandel erfolgreich zu gestalten.

Ich bin davon überzeugt, dass der Zusammenschluss ein voller Erfolg sein wird und unserem Unternehmen eine glänzende Zukunft bevorsteht.

2.4.2 Abfrage Kommunikationsqualität_hoch [Seiten-ID: 6730187] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeiter:in der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu					Stimme voll und ganz zu
Die Informationen über die Fusion waren positiv.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion wurden angemessen kommuniziert.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion erfolgten rechtzeitig.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion waren korrekt.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion waren nützlich.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion haben meine Fragen über die Veränderungen angemessen beantwortet.	○	○	○	○	○	○

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeiter:in der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme voll und ganz zu
Die Rede hat erläutert, dass die Fusion die beste strategische Option für die Hedef Insurance darstellt.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, dass meine Partizipation in der Ausgestaltung der Veränderung gewünscht ist.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, was die Fusion am Status quo verbessert.	○	○	○	○	○	○	○
Durch die Rede habe ich konkrete Informationen über die Fusion erhalten.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat mir das Gefühl gegeben, dass ich den veränderten Anforderungen durch die Fusion gewachsen bin.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, welche Veränderungen durch die Fusion auf mich persönlich zukommen.	○	○	○	○	○	○	○
Die Rede hat erläutert, wie das Management mich im Transformationsprozess unterstützt.	○	○	○	○	○	○	○

Wie heißt das Unternehmen, mit dem die Hedef Insurance fusioniert?

- ○ "Global Insurance"
- ○ „Fröhlich & Partner Versicherungen"
- ○ „ZenithGuard"

Welche Vorteile ergeben sich für die Mitarbeitenden?

- ○ Neue Büroausstattung, Renovierung der alten Räumlichkeiten und Bereitstellung von Jobrädern
- ○ Arbeitsplatzsicherheit, neues ERP-Programm und objektiveres Leistungsbewertungssystem
- ○ Kürzere Arbeitswege, betriebsinternes Fitnessstudio und Verkürzung der Wochenarbeitszeit

3 Überleitung Unsicherheitsabfrage [Seiten-ID: 6730139] [L]

Die Hälfte haben Sie geschafft!

Im Folgenden wird Ihnen eine offene Frage zu einer Situation aus Ihrem Berufsalltag gestellt. Diese können Sie aus Ihrer eigenen Perspektive beantworten und nicht aus Perspektive eines/einer Angestellten der Hedef Insurance.

Anschließend lesen Sie das eingangs erwähnte Szenario erneut durch und beantworten sieben weitere kurze Fragen.

4 Filter Szenario_Unsicherheit_Filter [Filter-ID: 6730129]

c_0003 Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = Hoch] Benutzerdefinierte Variable - Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = Hoch] (von Seite : System) gleich 2

4.1 Induktion_Unsicherheit [Seiten-ID: 6730142] [L]

Erinnern Sie sich an eine Situation aus Ihrem Arbeitsleben, in der Sie mit einer neuen und ungewohnten Situation konfrontiert waren, wie zum Beispiel beim Antritt einer neuen Stelle oder während einem Veränderungsprozess.

Nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit und denken Sie über die Aspekte nach, die Sie in dieser Situation hinsichtlich Ihres Selbstbilds, Ihrer Zukunft und Ihrem Platz im Unternehmen verunsichert haben. Bitte beschreiben Sie die drei Aspekte, die Sie am meisten verunsichert haben.

4.2 Szenario_Unsicherheit [Seiten-ID: 6724273] [L]

Wichtiger Bearbeitungshinweis

Lesen Sie sich bitte erneut das Szenario durch.
Versetzen Sie sich bitte in die Lage eines Mitarbeitenden, der/die in dieser Organisation arbeitet. Beantworten Sie die Fragen aus dieser Perspektive und auf Basis der verfügbaren Informationen. Für diese Studie ist es sehr wichtig, dass Sie sich als Teil dieser hypothetischen Situation betrachten.

Die Namen der Organisationen sind nicht real und wurden für das Szenario erfunden.

Szenario

Sie arbeiten seit 4 Jahren für die Hedef Insurance Co.. Vor kurzem hat die Hedef Insurance Co. ihre Fusion mit der Global Insurance Co. angekündigt, einer türkisch-deutschen Partnerschaft.

Diese Fusion führte dazu, dass die Hedef Insurance Co. 49 % der Aktien hält und 51 % der Aktien im Besitz von Global Insurance sind. Infolge der Fusion wurden Umstrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, die darauf abzielen, beide Unternehmen unter dem Namen Global Insurance unter einem Dach zu vereinen.

Sie sind sich bewusst, dass solche Transformationsprozesse mit weitreichenden Veränderungen verbunden sind und sind sich unsicher, was die Veränderungen für Sie persönlich und Ihre Zukunft in der Organisation bedeuten.

4.3 Abfrage Unsicherheit [Seiten-ID: 6730144] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeiter:in der Hedef Insurance.

Ich bin mir über meinen Platz in der Organisation unsicher

- Stimme überhaupt nicht zu
-
-
-
-
-
-
-
- Stimme voll und ganz zu

Ich bin mir über meine Zukunft unsicher

- Stimme überhaupt nicht zu
-
-
-
-
-
-
-
- Stimme voll und ganz zu

Ich bin mir meiner selbst nicht sicher

- Stimme überhaupt nicht zu
-
-
-
-
-
-
-
- Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meine Zukunft beunruhigt

- Stimme überhaupt nicht zu
-
-
-
-
-
-
-
- Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meinen Platz in der Organisation beunruhigt

- Stimme überhaupt nicht zu
-
-
-
-
-
-

Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meinen Platz in der Organisation besorgt

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meine Zukunft besorgt

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

5 Filter Szenario_Sicherheit_Filter [Filter-ID: 6730130]

c_0003 Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = Hoch] Benutzerdefinierte Variable - Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = Hoch] (von Seite : System) gleich 1

5.1 Induktion_Sicherheit [Seiten-ID: 6730143] [L]

Erinnern Sie sich an eine Situation aus Ihrem Arbeitsleben, in der Sie sich sicher und kompetent gefühlt haben, wie zum Beispiel nach einem erfolgreichen Abschluss eines wichtigen Projekts.

Nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit und denken Sie über die Aspekte nach, die Ihnen in dieser Situation ein sicheres Gefühl hinsichtlich Ihres Selbstbilds, Ihrer Zukunft und Ihrem Platz im Unternehmen gegeben haben. Bitte beschreiben Sie die drei Aspekte, die Ihnen die größte Sicherheit gegeben haben.

5.2 Szenario_Sicherheit [Seiten-ID: 6730131] [L]

Wichtiger Bearbeitungshinweis

Lesen Sie sich bitte erneut das Szenario durch.
Versetzen Sie sich bitte in die Lage eines Mitarbeitenden, der/die in dieser Organisation arbeitet. Beantworten Sie die Fragen aus dieser Perspektive und auf Basis der verfügbaren Informationen. Für diese Studie ist es sehr wichtig, dass Sie sich als Teil dieser hypothetischen Situation betrachten.

Die Namen der Organisationen sind nicht real und wurden für das Szenario erfunden.

Szenario

Sie arbeiten seit 4 Jahren für die Hedef Insurance Co.. Vor kurzem hat die Hedef Insurance Co. ihre Fusion mit der Global Insurance Co. angekündigt, einer türkisch-deutschen Partnerschaft.

Diese Fusion führte dazu, dass die Hedef Insurance Co. 49 % der Aktien hält und 51 % der Aktien im Besitz von Global Insurance sind. Infolge der Fusion wurden Umstrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, die darauf abzielen, beide Unternehmen unter dem Namen Global Insurance unter einem Dach zu vereinen.

Sie haben bereits Erfahrung mit solch umfassenden Veränderungsprozesse und sind überzeugt, dass Sie und Ihre Fähigkeiten von großer Bedeutung für die neu fusionierte Organisation sind.

5.3 Abfrage_Sicherheit [Seiten-ID: 6724927] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeiter:in der Hedef Insurance.

Ich bin um meinen Platz in der Organisation besorgt

- Stimme überhaupt nicht zu
-
-
-
-
-
-
-
- Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meinen Platz in der Organisation beunruhigt

- Stimme überhaupt nicht zu
-
-
-
-
-
-
-
- Stimme voll und ganz zu

Ich bin mir über meinen Platz in der Organisation unsicher

- Stimme überhaupt nicht zu
-

Stimme voll und ganz zu

Ich bin mir über meine Zukunft unsicher

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Ich bin mir meiner selbst nicht sicher

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meine Zukunft besorgt

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meine Zukunft beunruhigt

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

6 Soziodemografisch und Anmerkungen [Seiten-ID: 6730994] [L]

Anschließend benötige ich noch wenige demografische Angaben von Ihnen.

Geben Sie bitte Ihr Alter in ganzen Zahlen ein.

Mit welchem Geschlecht identifizieren Sie sich?

- ○ Männlich
- ○ Weiblich
- ○ Divers

Bitte geben Sie an, was am ehesten auf Ihr aktuelles Beschäftigungsverhältnis zutrifft.

- ○ Hauptberuflich erwerbstätig, Vollzeit
- ○ Hauptberuflich erwerbstätig, Teilzeit
- ○ Schüler/-in, Student/-in
- ○ Altersrente, Pensionär/-in
- ○ Dauerhaft erwerbsunfähig
- ○ Hausarbeit, Betreuung von Kindern oder anderen Personen (Hausfrau / Hausmann)
- ○ Zurzeit arbeitslos / auf Arbeitssuche
- ○ Freiwilliger Wehrdienst, Bundesfreiwilligendienst, FSJ, FÖJ
- ○ Aus anderen Gründen aktuell nicht (hauptberuflich) erwerbstätig

Haben Sie noch Anmerkungen oder Fragen zur Umfrage?

7 VPS Abfrage [Seiten-ID: 6731007] [L]

Sind Sie Student:in der HFT Stuttgart und möchten für die Teilnahme Versuchspersonenstunden sammeln?

- ○ Ja
- ○ Nein

8 Filter VPS_Filter [Filter-ID: 6731128]

v_70 Abfrage HFT	Sind Sie Student:in der HFT Stuttgart und möchten für die Teilnahme Versuchspersonenstunden sammeln? - Abfrage HFT (von Seite 7: VPS Abfrage)	gleich 1

8.1 VPS Code [Seiten-ID: 6731134] [L]

Wenn Sie eine halbe Versuchspersonenstunde für die Teilnahme an dieser Studie erhalten wollen, geben Sie bitte jetzt Ihren Versuchspersonenstundencode ein. Der Versuchspersonencode ist eine Kombination aus Buchstaben und Zahlen, die sich aus folgenden Daten ergibt:

Für BACHELOR-Studierende

- Die letzten beiden Buchstaben des Vornamens der Mutter (In Großbuchstaben, z.B. AN)
- Die Ersten beiden Buchstaben des Geburtsortes (In Großbuchstaben, z.B. NG)
- Der Tag Ihrer Geburt (im Format XX, z.B. 09)
- Anzahl der Geschwister (Anzahl, z.B. 1)
- Der Tag der Geburt Ihrer Mutter (im Format XX, z.B. 09)

Für MASTER-Studierende

- Die letzten beiden Buchstaben des Vornamens der Mutter (In Großbuchstaben, z.B. AN)
- Die Ersten beiden Buchstaben des Geburtsortes (In Großbuchstaben, z.B. NG)
- Der Tag Ihrer Geburt (im Format XX, z.B. 09)
- Anzahl der Geschwister (Anzahl, z.B. 1)
- Der Tag der Geburt Ihrer Mutter (im Format XX, z.B. 09)
- Der Buchstabe M als Kennzeichnung für Master-Studierende

Bitte geben Sie hier Ihren VPS Code ein

9 Endseite [Seiten-ID: 6724233] [L]

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Mit Ihren Daten aus dem Pre-Test kann ich die Wirkung meiner verwendeten Versuchsmaterialien validieren. Im Rahmen des Pre-Tests wurden folgende Materialien überprüft:

- Vertrauen gegenüber der Führungskraft (Hoch vs. Niedrig)
- Qualität der Veränderungskommunikation (Hoch vs. Niedrig)
- Beeinflussung der persönlichen Unischerheit (Sicherheit vs. Unsicherheit)

Sie wurden zufällig in Gruppen eingeteilt, die jeweils eine Ausprägung der Materialien erhalten und bewertet haben.

Bitte nehmen Sie nicht mehr an meiner Hauptstudie zum Thema "Wahrnehmung von Veränderungskommunikation" teil, da Sie bereits mit den verwendeten Materialien vertraut sind und dies die Ergebnisse verzerren kann.

Ihre Antworten wurden gespeichert und Sie können das Browserfenster nun schließen.

Anhang 3: Auswertung des Pre-Tests

Interne Konsistenzen der Skalen

Tabelle A3.1

Interne Konsistenz der Kommunikationsqualität-Skala

```
Cronbach's alpha for the 'Data_Kommq' data-set

Items: 6
Sample units: 63
alpha: 0.788
```

Die interne Konsistenz der Kommunikationsqualität-Skala ist, α = .788.

Tabelle A3.2

Interne Konsistenz der Vertrauen-Skala

```
Cronbach's alpha for the 'Data_Vert' data-set

Items: 5
Sample units: 63
alpha: 0.778
```

Die interne Konsistenz der Vertrauen-Skala ist, α = .788.

Tabelle A3.3

Interne Konsistenz der Unsicherheit Skala

```
Cronbach's alpha for the 'Data_Uns' data-set

Items: 7
Sample units: 55
alpha: 0.946
```

Die interne Konsistenz der Vertrauen-Skala ist, α = .946. Alle Skalen weisen eine ausreichende interne Konsistenz auf und können für die Hauptstudie verwendet werden (Hair et al., 2017c).

Manipulationscheck Vertrauensvignette

Tabelle A3.4

Levene Test auf Varianzhomogenität der Vertrauenskonditionen hinsichtlich der Vertrauenswerte

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
      Df F value Pr(>F)
group  1  2.0699 0.1553
      61
```

Tabelle A3.5

Shapiro Test auf Normalverteilung der Vertrauenswerte in der niedrigen Vertrauenskondition

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Pre_test$Vertrauen[Pre_test$Vertrauenskond == 1]
W = 0.94307, p-value = 0.06336
```

Tabelle A3.5

Shapiro Test auf Normalverteilung der Vertrauenswerte in der hohen Vertrauenskondition

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Pre_test$Vertrauen[Pre_test$Vertrauenskond == 2]
W = 0.94655, p-value = 0.1923
```

Sowohl der Levene Test auf Varianzhomogenität als auch der Shapiro Test auf Normalverteilung in beiden Gruppen sind nicht signifikant ($p > .05$), weshalb eine Normalverteilung des Vertrauens und eine Varianzhomogenität der Gruppen angenommen werden kann.

Tabelle A3.6

t-Test auf der Vertrauenskonditionen hinsichtlich der Vertrauenswerte

```
        Two Sample t-test

data:  Pre_test$Vertrauen by Pre_test$Vertrauenskond
t = -6.9629, df = 60, p-value = 2.894e-09
alternative hypothesis: true difference in means between group 1 and g
roup 2 is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -1.2608728 -0.6981016
sample estimates:
mean in group 1 mean in group 2
       2.166667        3.146154
```

Tabelle A3.7

Effektstärkenberechnung des Mittelwertunterschied der Vertrauenskonditionen hinsichtlich der Vertrauenswerte (Cohen‘s d)

```
Cohen's d

d estimate: -1.792047 (large)
95 percent confidence interval:
    lower     upper
-2.399222 -1.184872
```

Die Mittelwerte der hohen Vertrauenskondition (group 2) sind signifikant höher als die der niedrigen Vertrauenskondition (group 1), t(60) = -6.963, p < .001, d = -1.792. Die Wirksamkeit der Manipulation kann angenommen werden.

Manipulationscheck Kommunikationsqualitätsvignette

Tabelle A3.8

Levene Test auf Varianzhomogenität der Kommunikationsqualitätskonditionen hinsichtlich der Kommunikationsqualitätswerte

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
      Df F value Pr(>F)
group  1  2.0699 0.1553
      61
```

Tabelle A3.9

Shapiro Test auf Normalverteilung der Kommunikationsqualitätswerte in der niedrigen Kommunikationsqualitätskondition

```
Shapiro-Wilk normality test

data:  Pre_test$KommQual[Pre_test$Kommkond == 1]
W = 0.93081, p-value = 0.0516
```

Tabelle A3.10

Shapiro Test auf Normalverteilung der Kommunikationsqualitätswerte in der hohen Kommunikationsqualitätskondition

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Pre_test$KommQual[Pre_test$Kommkond == 2]
W = 0.96776, p-value = 0.4208
```

Sowohl der Levene Test auf Varianzhomogenität als auch der Shapiro Test auf Normalverteilung in beiden Gruppen sind nicht signifikant (p > .05), weshalb eine Normalverteilung des Vertrauens und eine Varianzhomogenität der Gruppen angenommen werden kann.

Tabelle A3.11

t-Test auf der Kommunikationsqualitätskonditionen hinsichtlich der Kommunikationsqualitätswerte

```
      Two Sample t-test

data:  Pre_test$KommQual by Pre_test$Kommkond
t = -5.1335, df = 61, p-value = 3.137e-06
alternative hypothesis: true difference in means between group 1 and g
roup 2 is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -1.3418027 -0.5895104
sample estimates:
mean in group 1 mean in group 2
       3.100000        4.065657
```

Tabelle A3.12

Effektstärkenberechnung des Mittelwertunterschied der Kommunikationsqualitätskonditionen hinsichtlich der Kommunikationsqualitätswerte (Cohen‘s d)

```
Cohen's d

d estimate: -1.294992 (large)
95 percent confidence interval:
     lower      upper
-1.8496699 -0.7403137
```

Die Mittelwerte der hohen Kommunikationsqualitätskondition (group 2) sind signifikant höher als die der niedrigen Kommunikationsqualitätskondition (group 1), t(61) = -5.135, p < .001, d = -1.295. Die Wirksamkeit der Manipulation kann angenommen werden.

Manipulationscheck Unsicherheitsmanipulation

Tabelle A3.8

Levene Test auf Varianzhomogenität der Unsicherheitskonditionen hinsichtlich der Unsicherheitswerte

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
      Df F value Pr(>F)
group  1  0.0555 0.8147
      53
```

Tabelle A3.9

Shapiro Test auf Normalverteilung der Unsicherheitswerte in der niedrigen Unsicherheitskondition

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Daten_Unsicherheit$Pre_test.Unsicherheit[Daten_Unsicherheit$Pre
_test.Unsicherheitskond == 1]
W = 0.95957, p-value = 0.3832
```

Tabelle A3.9

Shapiro Test auf Normalverteilung der Unsicherheitswerte in der hohen Unsicherheitskondition

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Daten_Unsicherheit$Pre_test.Unsicherheit[Daten_Unsicherheit$Pre
_test.Unsicherheitskond == 2]
W = 0.97661, p-value = 0.7465
```

Sowohl der Levene Test auf Varianzhomogenität als auch der Shapiro Test auf Normalverteilung in beiden Gruppen sind nicht signifikant (p > .05), weshalb eine Normalverteilung des Vertrauens und eine Varianzhomogenität der Gruppen angenommen werden kann.

Tabelle A3.11

t-Test auf der Unsicherheitskondition hinsichtlich der Unsicherheitswerte

```
      Two Sample t-test

data:  Daten_Unsicherheit$Pre_test.Unsicherheit by Daten_Unsicherheit$
Pre_test.Unsicherheitskond
t = -2.3483, df = 53, p-value = 0.02262
alternative hypothesis: true difference in means between group 1 and g
roup 2 is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -1.9226160 -0.1512757
sample estimates:
mean in group 1 mean in group 2
       5.071429        6.108374
```

Anmerkung. Die Freiheitsgrade des Tests sind niedriger als in den anderen Tests, da die Unsicherheitskonditionen unausgeglichen waren und Teilnehmende ausgeschlossen werden mussten, welche die Bearbeitung der Unsicherheitsmanipulation übersprangen.

Tabelle A3.12

Effektstärkenberechnung des Mittelwertunterschied der Unsicherheitskondition hinsichtlich der Unsicherheitswerte (Cohen‘s d)

```
Cohen's d

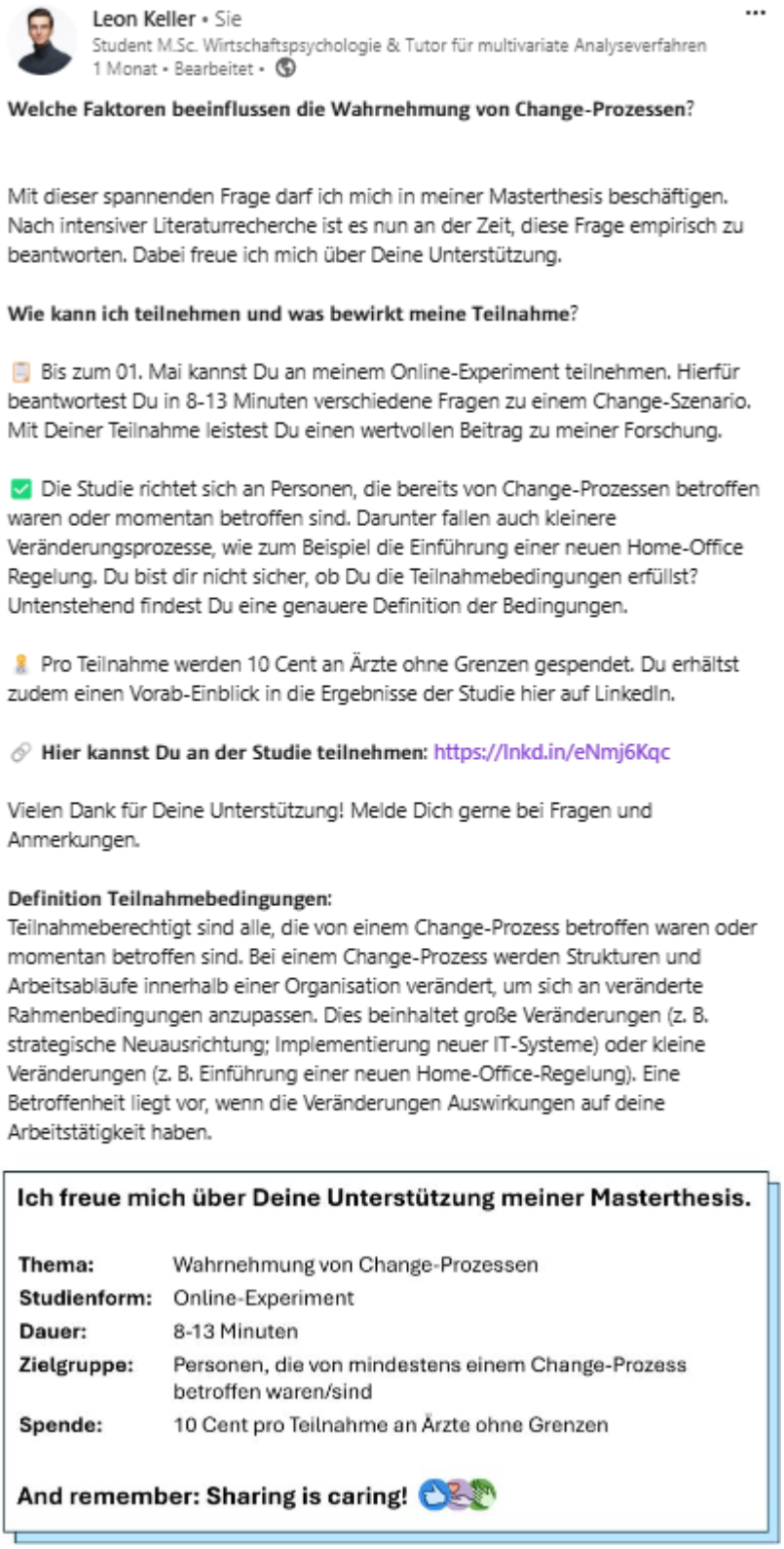
d estimate: -0.634243 (medium)
95 percent confidence interval:
      lower       upper
-1.18937188 -0.07911406
```

Die Mittelwerte der hohen Kommunikationsqualitätskondition (group 2) sind signifikant höher als die der niedrigen Kommunikationsqualitätskondition (group 1), $t(53) = -2.348$, $p = .023$, $d = -.634$. Die Wirksamkeit der Manipulation kann angenommen werden.

Anhang 4: Einladungstexte Hauptstudie

Abbildung A4.1

Einladungstext LinkedIn



Leon Keller • Sie
Student M.Sc. Wirtschaftspsychologie & Tutor für multivariate Analyseverfahren
1 Monat • Bearbeitet •

Welche Faktoren beeinflussen die Wahrnehmung von Change-Prozessen?

Mit dieser spannenden Frage darf ich mich in meiner Masterthesis beschäftigen. Nach intensiver Literaturrecherche ist es nun an der Zeit, diese Frage empirisch zu beantworten. Dabei freue ich mich über Deine Unterstützung.

Wie kann ich teilnehmen und was bewirkt meine Teilnahme?

Bis zum 01. Mai kannst Du an meinem Online-Experiment teilnehmen. Hierfür beantwortest Du in 8-13 Minuten verschiedene Fragen zu einem Change-Szenario. Mit Deiner Teilnahme leistest Du einen wertvollen Beitrag zu meiner Forschung.

Die Studie richtet sich an Personen, die bereits von Change-Prozessen betroffen waren oder momentan betroffen sind. Darunter fallen auch kleinere Veränderungsprozesse, wie zum Beispiel die Einführung einer neuen Home-Office Regelung. Du bist dir nicht sicher, ob Du die Teilnahmebedingungen erfüllst? Untenstehend findest Du eine genauere Definition der Bedingungen.

Pro Teilnahme werden 10 Cent an Ärzte ohne Grenzen gespendet. Du erhältst zudem einen Vorab-Einblick in die Ergebnisse der Studie hier auf LinkedIn.

Hier kannst Du an der Studie teilnehmen: https://lnkd.in/eNmj6Kqc

Vielen Dank für Deine Unterstützung! Melde Dich gerne bei Fragen und Anmerkungen.

Definition Teilnahmebedingungen:
Teilnahmeberechtigt sind alle, die von einem Change-Prozess betroffen waren oder momentan betroffen sind. Bei einem Change-Prozess werden Strukturen und Arbeitsabläufe innerhalb einer Organisation verändert, um sich an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen. Dies beinhaltet große Veränderungen (z. B. strategische Neuausrichtung; Implementierung neuer IT-Systeme) oder kleine Veränderungen (z. B. Einführung einer neuen Home-Office-Regelung). Eine Betroffenheit liegt vor, wenn die Veränderungen Auswirkungen auf deine Arbeitstätigkeit haben.

Ich freue mich über Deine Unterstützung meiner Masterthesis.

Thema:	Wahrnehmung von Change-Prozessen
Studienform:	Online-Experiment
Dauer:	8-13 Minuten
Zielgruppe:	Personen, die von mindestens einem Change-Prozess betroffen waren/sind
Spende:	10 Cent pro Teilnahme an Ärzte ohne Grenzen

And remember: Sharing is caring!

Abbildung A4.2

Einladungstext Mailverteiler Hochschule für Technik Stuttgart

****

Online-Experiment: Welche Faktoren prägen die Wahrnehmung von Change-Prozessen? (Hauptstudie)
Liebe Studierende,
für meine Masterthesis zum Thema "Wahrnehmung von Change-Prozessen" führe ich ein Online-Experiment durch. Ich freue mich, wenn Du dir **8-13 Minuten** Zeit nimmst, um mich dabei zu unterstützen! Für Deine Teilnahme erhältst Du als Student:in der Wirtschaftspsychologie **0,5 VPS** und ich **spende 10 Cent an Ärzte ohne Grenzen**.

Du kannst teilnehmen, wenn Du in Deiner bisherigen beruflichen Tätigkeit von **mindestens einem Change-Prozess betroffen** warst oder momentan betroffen bist. **Darunter fallen auch kleinere Veränderungsprozesse, wie zum Beispiel die Einführung einer neuen Home-Office-Regelung**. Du kannst auch teilnehmen, wenn du den Change-Prozess im Rahmen einer Werkstudententätigkeit erlebt hast. Falls Du dir nicht sicher bist, ob Du bereits von einem Change-Prozess betroffen warst, findest Du in den unten stehenden Teilnahmebedingungen eine genaue Definition von Change-Prozessen.

Bitte nimm nicht teil, wenn Du bereits den Pre-Test dieser Studie durchgeführt hast.

👉 **An der Studie teilnehmen:** https://ww2.unipark.de/uc/Masterthesis_Leon_Keller/

Vielen Dank für Deine Unterstützung! Melde Dich gerne bei Fragen, Anmerkungen oder Interesse an den Ergebnissen der Studie.

Beste Grüße

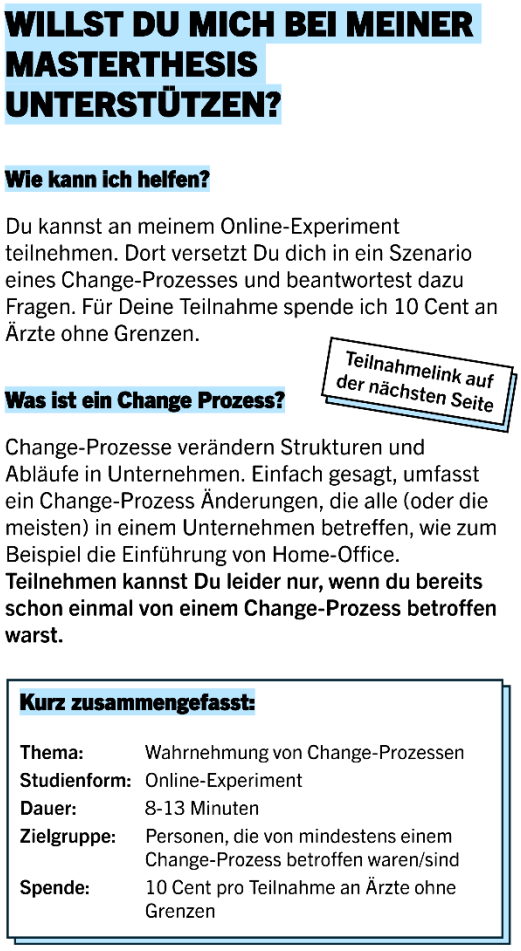
Leon Keller
22kele1mwp@hft-stuttgart.de

Definition Teilnahmebedingungen:
Teilnahmeberechtigt sind alle, die von einem Change-Prozess betroffen waren oder momentan betroffen sind. Bei einem Change-Prozess werden Strukturen und Arbeitsabläufe innerhalb einer Organisation verändert, um sich an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen. Dies beinhaltet große Veränderungen (z. B. strategische Neuausrichtung; Implementierung neuer IT-Systeme) oder kleine Veränderungen (z. B. Einführung einer neuen Home-Office-Regelung). Eine Betroffenheit liegt vor, wenn die Veränderungen Auswirkungen auf Deine Arbeitstätigkeit haben.

****

Abbildung A4.2

Einladungstext Instagram und WhatsApp



WILLST DU MICH BEI MEINER MASTERTHESIS UNTERSTÜTZEN?

Wie kann ich helfen?

Du kannst an meinem Online-Experiment teilnehmen. Dort versetzt Du dich in ein Szenario eines Change-Prozesses und beantwortest dazu Fragen. Für Deine Teilnahme spende ich 10 Cent an Ärzte ohne Grenzen.

Teilnahmelink auf der nächsten Seite

Was ist ein Change Prozess?

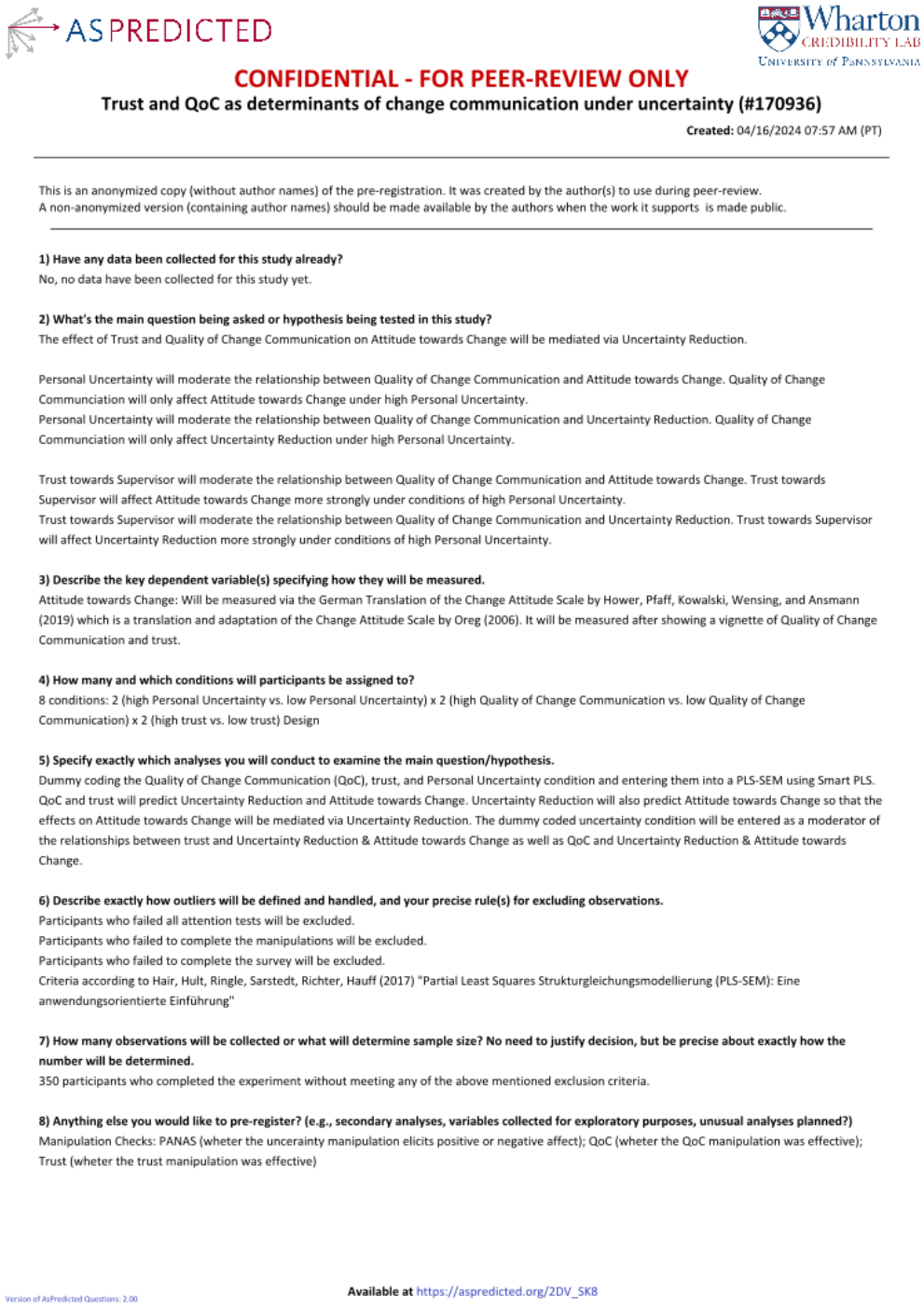
Change-Prozesse verändern Strukturen und Abläufe in Unternehmen. Einfach gesagt, umfasst ein Change-Prozess Änderungen, die alle (oder die meisten) in einem Unternehmen betreffen, wie zum Beispiel die Einführung von Home-Office.
Teilnehmen kannst Du leider nur, wenn du bereits schon einmal von einem Change-Prozess betroffen warst.

Kurz zusammengefasst:

Thema:	Wahrnehmung von Change-Prozessen
Studienform:	Online-Experiment
Dauer:	8-13 Minuten
Zielgruppe:	Personen, die von mindestens einem Change-Prozess betroffen waren/sind
Spende:	10 Cent pro Teilnahme an Ärzte ohne Grenzen

Anhang 5: Prä-Registrierung der Hauptstudie

Die Hauptstudie wurde vor der Veröffentlichung der Studie auf aspredicted.org prä-registriert: https://aspredicted.org/64gr8.pdf. Dabei wurden relevante Studienparameter vorab festgelegt und wurden der finalen Durchführung der Studie zugrunde gelegt.



ASPREDICTED

Wharton CREDIBILITY LAB University of Pennsylvania

CONFIDENTIAL - FOR PEER-REVIEW ONLY

Trust and QoC as determinants of change communication under uncertainty (#170936)

Created: 04/16/2024 07:57 AM (PT)

This is an anonymized copy (without author names) of the pre-registration. It was created by the author(s) to use during peer-review.
A non-anonymized version (containing author names) should be made available by the authors when the work it supports is made public.

1) Have any data been collected for this study already?
No, no data have been collected for this study yet.

2) What's the main question being asked or hypothesis being tested in this study?
The effect of Trust and Quality of Change Communication on Attitude towards Change will be mediated via Uncertainty Reduction.

Personal Uncertainty will moderate the relationship between Quality of Change Communication and Attitude towards Change. Quality of Change Communciation will only affect Attitude towards Change under high Personal Uncertainty.
Personal Uncertainty will moderate the relationship between Quality of Change Communication and Uncertainty Reduction. Quality of Change Communciation will only affect Uncertainty Reduction under high Personal Uncertainty.

Trust towards Supervisor will moderate the relationship between Quality of Change Communication and Attitude towards Change. Trust towards Supervisor will affect Attitude towards Change more strongly under conditions of high Personal Uncertainty.
Trust towards Supervisor will moderate the relationship between Quality of Change Communication and Uncertainty Reduction. Trust towards Supervisor will affect Uncertainty Reduction more strongly under conditions of high Personal Uncertainty.

3) Describe the key dependent variable(s) specifying how they will be measured.
Attitude towards Change: Will be measured via the German Translation of the Change Attitude Scale by Hower, Pfaff, Kowalski, Wensing, and Ansmann (2019) which is a translation and adaptation of the Change Attitude Scale by Oreg (2006). It will be measured after showing a vignette of Quality of Change Communication and trust.

4) How many and which conditions will participants be assigned to?
8 conditions: 2 (high Personal Uncertainty vs. low Personal Uncertainty) x 2 (high Quality of Change Communication vs. low Quality of Change Communication) x 2 (high trust vs. low trust) Design

5) Specify exactly which analyses you will conduct to examine the main question/hypothesis.
Dummy coding the Quality of Change Communication (QoC), trust, and Personal Uncertainty condition and entering them into a PLS-SEM using Smart PLS. QoC and trust will predict Uncertainty Reduction and Attitude towards Change. Uncertainty Reduction will also predict Attitude towards Change so that the effects on Attitude towards Change will be mediated via Uncertainty Reduction. The dummy coded uncertainty condition will be entered as a moderator of the relationships between trust and Uncertainty Reduction & Attitude towards Change as well as QoC and Uncertainty Reduction & Attitude towards Change.

6) Describe exactly how outliers will be defined and handled, and your precise rule(s) for excluding observations.
Participants who failed all attention tests will be excluded.
Participants who failed to complete the manipulations will be excluded.
Participants who failed to complete the survey will be excluded.
Criteria according to Hair, Hult, Ringle, Sarstedt, Richter, Hauff (2017) "Partial Least Squares Strukturgleichungsmodellierung (PLS-SEM): Eine anwendungsorientierte Einführung"

7) How many observations will be collected or what will determine sample size? No need to justify decision, but be precise about exactly how the number will be determined.
350 participants who completed the experiment without meeting any of the above mentioned exclusion criteria.

8) Anything else you would like to pre-register? (e.g., secondary analyses, variables collected for exploratory purposes, unusual analyses planned?)
Manipulation Checks: PANAS (wheter the uncerainty manipulation elicits positive or negative affect); QoC (wheter the QoC manipulation was effective); Trust (wheter the trust manipulation was effective)

Version of AsPredicted Questions: 2.00

Available at https://aspredicted.org/2DV_SK8

Anhang 6: Berechnung der Stichprobengröße der Hauptstudie

SmartPLS die Stichprobengröße richtet sich nach dem Pfad mit der höchsten Komplexität, d. h. nach der latenten Variable, auf die die meisten Verbindungen gerichtet sind (Hair et al., 2017a). Dies ist die Moderation des totalen Effekts in Schritt 1 der Analyse oder die Moderation des a-Pfads in Schritt 4 der Analyse, wobei auf beide 5 Pfeile gerichtet werden. Die benötigte Power zur Schätzung des Effekts lässt sich aus vergleichbaren Studien ableiten.

Tabelle A6.1
Effektstärken vergleichbarer Studien

Studie	Effektstärke
Janssen (2010)	$\eta^2 = .04$
Tiedens & Linton (2001)	$\eta^2 = .032$

Die Berechnung der benötigten Stichprobengröße soll in GPower (Version 3.1.9.7) durchgeführt werden. Hierzu wird die Effektgröße als *f²* benötigt. Entsprechend folgender Formel (Lakens, 2013) werden die Effektstärken von Janssen (2010) und Tiedens & Linton (2001) umberechnet.

$$f^2 = \frac{\eta^2}{1 - \eta^2}$$

Tabelle A6.2
f²-Effektstärken vergleichbarer Studien

Studie	Effektstärke
Janssen (2010)	0.0417
Tiedens & Linton (2001)	0.0331
Mittelwert beider Studien	0.0374

Der Mittelwert der f²-Effektstärke wurde der Powerberechnung in GPower zugrundegelegt. Hierzu wurde überprüft, wie hoch die Stichprobengröße sein muss, um den Effekt bei einer Power von .8 auf einem Signifikanzniveau von

.8 nachzuweisen. Die Anzahl der Prädiktoren wurde auf 5 festgelegt (Vertrauenskondition, Kommunikationskondition, Unsicherheitskondition, Vertrauenskondition x Unsicherheitskondition, Kommunikationskondition x Unsicherheitskondition). Die Berechnung orientierte sich am GPower (2023) Manual.

Tabelle A6.3

Sample Size Berechnung in GPower (3.1.9.7)

t tests – Linear multiple regression: Fixed model, single regression coefficient

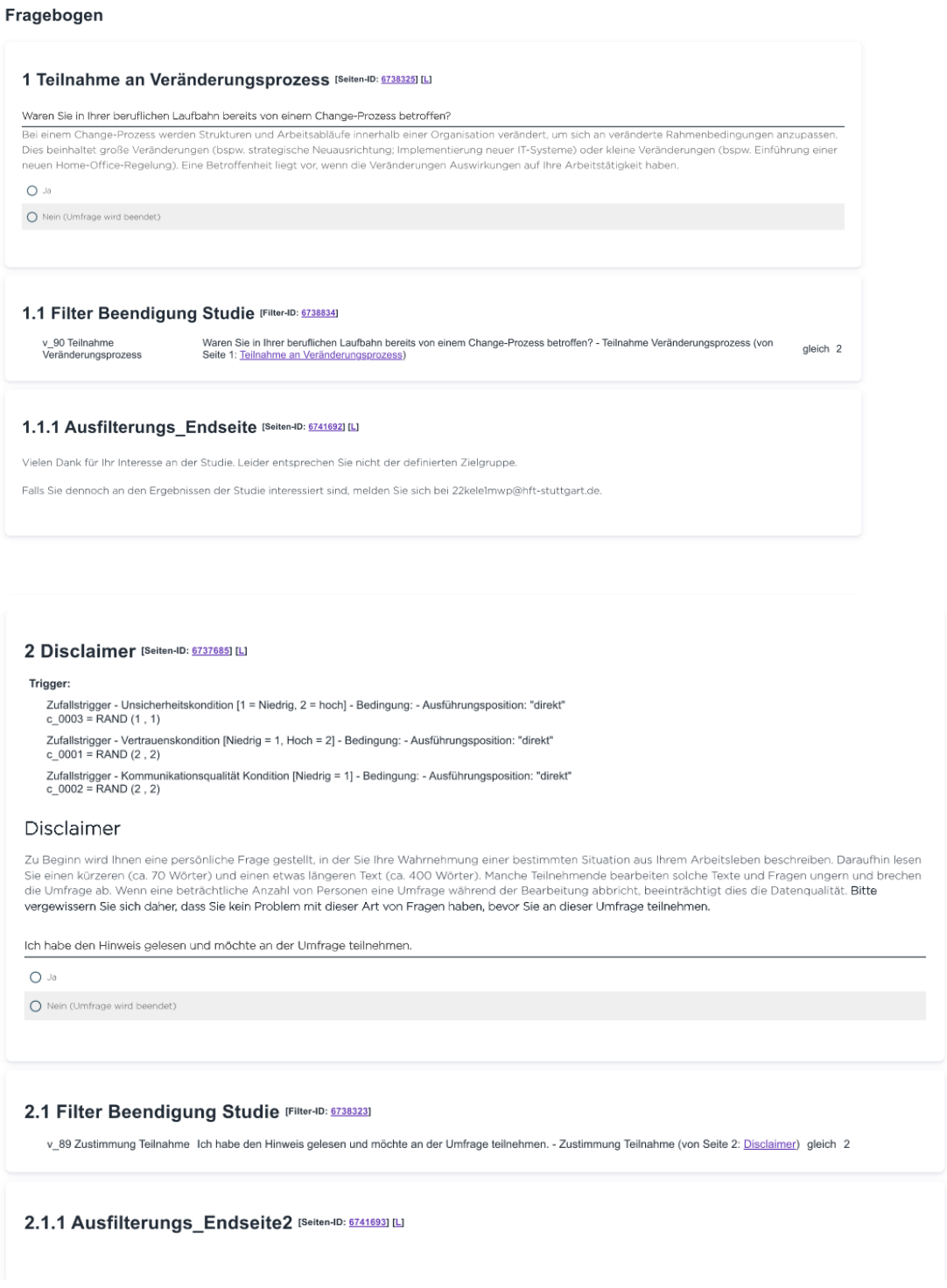
Analysis:	A priori: Compute required sample size		
Input:	Tail(s)	=	Two
	Effect size f^2	=	0.0374
	α err prob	=	0.05
	Power (1−β err prob)	=	0.8
	Number of predictors	=	5
Output:	Noncentrality parameter δ	=	2.8158125
	Critical t	=	1.9715467
	Df	=	206
	Total sample size	=	212
	Actual power	=	0.8003023

Anhang 7: Fragebogen der Hauptstudie

Der Fragebogen war vom 16.04.2024 bis zum 30.04.2024 im Feld und wurde in UniPark programmiert und veröffentlicht.

Abbildungen A7.1

Export des Fragebogens des Pre-Tests aus UniPark



Fragebogen

1 Teilnahme an Veränderungsprozess [Seiten-ID: 6738325] [L]

Waren Sie in Ihrer beruflichen Laufbahn bereits von einem Change-Prozess betroffen?

Bei einem Change-Prozess werden Strukturen und Arbeitsabläufe innerhalb einer Organisation verändert, um sich an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen. Dies beinhaltet große Veränderungen (bspw. strategische Neuausrichtung; Implementierung neuer IT-Systeme) oder kleine Veränderungen (bspw. Einführung einer neuen Home-Office-Regelung). Eine Betroffenheit liegt vor, wenn die Veränderungen Auswirkungen auf Ihre Arbeitstätigkeit haben.

- Ja
- Nein (Umfrage wird beendet)

1.1 Filter Beendigung Studie [Filter-ID: 6738834]

v_90 Teilnahme Veränderungsprozess	Waren Sie in Ihrer beruflichen Laufbahn bereits von einem Change-Prozess betroffen? - Teilnahme Veränderungsprozess (von Seite 1: Teilnahme an Veränderungsprozess)	gleich 2

1.1.1 Ausfilterungs_Endseite [Seiten-ID: 6741692] [L]

Vielen Dank für Ihr Interesse an der Studie. Leider entsprechen Sie nicht der definierten Zielgruppe.

Falls Sie dennoch an den Ergebnissen der Studie interessiert sind, melden Sie sich bei 22kele1mwp@hft-stuttgart.de.

2 Disclaimer [Seiten-ID: 6737685] [L]

Trigger:

Zufallstrigger - Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = hoch] - Bedingung: - Ausführungsposition: "direkt"
c_0003 = RAND (1 , 1)

Zufallstrigger - Vertrauenskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] - Bedingung: - Ausführungsposition: "direkt"
c_0001 = RAND (2 , 2)

Zufallstrigger - Kommunikationsqualität Kondition [Niedrig = 1] - Bedingung: - Ausführungsposition: "direkt"
c_0002 = RAND (2 , 2)

Disclaimer

Zu Beginn wird Ihnen eine persönliche Frage gestellt, in der Sie Ihre Wahrnehmung einer bestimmten Situation aus Ihrem Arbeitsleben beschreiben. Daraufhin lesen Sie einen kürzeren (ca. 70 Wörter) und einen etwas längeren Text (ca. 400 Wörter). Manche Teilnehmende bearbeiten solche Texte und Fragen ungern und brechen die Umfrage ab. Wenn eine beträchtliche Anzahl von Personen eine Umfrage während der Bearbeitung abbricht, beeinträchtigt dies die Datenqualität. Bitte vergewissern Sie sich daher, dass Sie kein Problem mit dieser Art von Fragen haben, bevor Sie an dieser Umfrage teilnehmen.

Ich habe den Hinweis gelesen und möchte an der Umfrage teilnehmen.

- Ja
- Nein (Umfrage wird beendet)

2.1 Filter Beendigung Studie [Filter-ID: 6738323]

v_89 Zustimmung Teilnahme	Ich habe den Hinweis gelesen und möchte an der Umfrage teilnehmen. - Zustimmung Teilnahme (von Seite 2: Disclaimer)	gleich 2

2.1.1 Ausfilterungs_Endseite2 [Seiten-ID: 6741693] [L]

Vielen Dank für Ihr Interesse an der Studie. Leider entsprechen Sie nicht der definierten Zielgruppe.

Falls Sie dennoch an den Ergebnissen der Studie interessiert sind, melden Sie sich bei 22kele1mwp@hft-stuttgart.de.

3 Filter Szenario_Unsicherheit_Filter [Filter-ID: 6737667]

c_0003 Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = Hoch] Benutzerdefinierte Variable - Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = Hoch] (von Seite : System) gleich 2

3.1 Induktion_Unsicherheit [Seiten-ID: 6737668] [L]

Erinnern Sie sich an eine Situation aus Ihrem Arbeitsleben, in der Sie mit einer neuen und ungewohnten Situation konfrontiert waren, wie zum Beispiel beim Antritt einer neuen Stelle oder während einem Veränderungsprozess.

Nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit und denken Sie über die Aspekte nach, die Sie in dieser Situation hinsichtlich Ihres Selbstbilds, Ihrer Zukunft und Ihrem Platz im Unternehmen verunsichert haben. Bitte beschreiben Sie die drei Aspekte, die Sie am meisten verunsichert haben.

3.2 PANAS [Seiten-ID: 6744286] [L]

Wie fühlen Sie sich im Moment...

	gar nicht	ein bisschen	einigermaßen	erheblich	äußerst
ängstlich	○	○	○	○	○
begeistert	○	○	○	○	○
bekümmert	○	○	○	○	○
entschlossen	○	○	○	○	○
angeregt	○	○	○	○	○
verärgert	○	○	○	○	○
erschrocken	○	○	○	○	○
wach	○	○	○	○	○
nervös	○	○	○	○	○
freudig erregt	○	○	○	○	○

3.3 Szenario_Unsicherheit [Seiten-ID: 6737669] [L]

Wichtiger Bearbeitungshinweis

In dieser Studie wird Ihnen ein Szenario über eine Organisation vorgelegt, die einen Change-Prozess durchläuft.

Versetzen Sie sich bitte in die Lage eines Mitarbeitenden, der/die in dieser Organisation arbeitet. Beantworten Sie die Fragen aus dieser Perspektive und auf Basis der verfügbaren Informationen. Für diese Studie ist es sehr wichtig, dass Sie sich als Teil dieser hypothetischen Situation betrachten.

Die Namen der Organisationen sind nicht real und wurden für das Szenario erfunden.

Szenario

Sie arbeiten seit 4 Jahren für die Hedef Insurance Co.. Vor kurzem hat die Hedef Insurance Co. ihre Fusion mit der Global Insurance Co. angekündigt, einer türkisch-deutschen Partnerschaft.

Diese Fusion führte dazu, dass die Hedef Insurance Co. 49 % der Aktien hält und 51 % der Aktien im Besitz von Global Insurance sind. Infolge der Fusion wurden Umstrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, die darauf abzielen, beide Unternehmen unter dem Namen Global Insurance unter einem Dach zu vereinen.

Sie sind sich bewusst, dass solche Transformationsprozesse mit weitreichenden Veränderungen verbunden sind und sind sich unsicher, was die Veränderungen für Sie persönlich und Ihre Zukunft in der Organisation bedeuten.

4 Filter Szenario_Sicherheit_Filter [Filter-ID: 6737671]

c_0003 Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = Hoch] Benutzerdefinierte Variable - Unsicherheitskondition [1 = Niedrig, 2 = Hoch] (von Seite : System) gleich 1

4.1 Induktion_Sicherheit [Seiten-ID: 6737672] [L]

Erinnern Sie sich an eine Situation aus Ihrem Arbeitsleben, in der Sie sich sicher und kompetent gefühlt haben, wie zum Beispiel nach einem erfolgreichen Abschluss eines wichtigen Projekts.

Nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit und denken Sie über die Aspekte nach, die Ihnen in dieser Situation ein sicheres Gefühl hinsichtlich Ihres Selbstbilds, Ihrer Zukunft und Ihrem Platz im Unternehmen gegeben haben. Bitte beschreiben Sie die drei Aspekte, die Ihnen die größte Sicherheit gegeben haben.

4.2 PANAS_SI [Seiten-ID: 6744291] [L]

Wie fühlen Sie sich im Moment...

	gar nicht	ein bisschen	einigermaßen	erheblich	äußerst
verärgert	○	○	○	○	○
freudig erregt	○	○	○	○	○
erschrocken	○	○	○	○	○
angeregt	○	○	○	○	○
wach	○	○	○	○	○
bekümmert	○	○	○	○	○
ängstlich	○	○	○	○	○
nervös	○	○	○	○	○
entschlossen	○	○	○	○	○
begeistert	○	○	○	○	○

4.3 Szenario_Sicherheit [Seiten-ID: 6737673] [L]

Wichtiger Bearbeitungshinweis

In dieser Studie wird Ihnen ein Szenario über eine Organisation vorgelegt, die einen Change-Prozess durchläuft.

Versetzen Sie sich bitte in die Lage eines Mitarbeitenden, der/die in dieser Organisation arbeitet. Beantworten Sie die Fragen aus dieser Perspektive und auf Basis der verfügbaren Informationen. Für diese Studie ist es sehr wichtig, dass Sie sich als Teil dieser hypothetischen Situation betrachten.

Die Namen der Organisationen sind nicht real und wurden für das Szenario erfunden.

Szenario

Sie arbeiten seit 4 Jahren für die Hedef Insurance Co.. Vor kurzem hat die Hedef Insurance Co. ihre Fusion mit der Global Insurance Co. angekündigt, einer türkisch-deutschen Partnerschaft.

Diese Fusion führte dazu, dass die Hedef Insurance Co. 49 % der Aktien hält und 51 % der Aktien im Besitz von Global Insurance sind. Infolge der Fusion wurden Umstrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, die darauf abzielen, beide Unternehmen unter dem Namen Global Insurance unter einem Dach zu vereinen.

Sie haben bereits Erfahrung mit solch umfassenden Veränderungsprozessen und sind überzeugt, dass Sie und Ihre Fähigkeiten von großer Bedeutung für die neu fusionierte Organisation sind.

5 Weiteres Vorgehen [Seiten-ID: 6746517] [L]

Im Folgenden lesen Sie eine Rede Ihres Vorgesetzten Sigurd Nohr über diese Veränderung sowie eine kurze Beschreibung Ihres Vorgesetzten. Anschließend werden Sie gebeten, einige Fragen zu Ihrer Wahrnehmung der Fusion zu beantworten.

6.1 Filter Vertrauenskondition_Filter [Filter-ID: 6737654]

c_0001 Vertrauenskondition [Niedrig=1, Hoch = 2] Benutzerdefinierte Variable - Vertrauenskondition [Niedrig=1, Hoch = 2] (von Seite : System) gleich 1

6.1.1 Vertrauen niedrig [Seiten-ID: 6737655] [L]

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr wird von Ihren Kolleg:innen wie folgt beschrieben:

"Ich finde, dass Sigurd Nohr seine Mitarbeitenden nicht sehr gut behandelt."

"Ich kann mir gut vorstellen, dass Sigurd Nohr dich ausnutzen würde."

"Ich finde, Sigurd Nohr ist nicht sehr kompetent."

"Meiner Meinung nach hat Sigurd Nohr nicht viel Fachwissen."

"Ich glaube nicht, dass Sigurd Nohr seine Versprechen hält."

"Ich würde sagen, dass die Werte von Sigurd Nohr nicht mit meinen Werten übereinstimmen."

6.2 Filter Vertrauenskondition_Filter [Filter-ID: 6737657]

c_0001 Vertrauenskondition [Niedrig=1, Hoch = 2] Benutzerdefinierte Variable - Vertrauenskondition [Niedrig=1, Hoch = 2] (von Seite : System) gleich 2

6.2.1 Vertrauen hoch [Seiten-ID: 6737658] [L]

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr wird von Ihren Kolleg:innen wie folgt beschrieben:

"Ich finde, dass Sigurd Nohr seine Mitarbeitenden sehr gut behandelt."

"Ich kann mir nicht vorstellen, dass Sigurd Nohr dich ausnutzen würde."

"Ich finde, Sigurd Nohr ist sehr kompetent."

"Meiner Meinung nach hat Sigurd Nohr viel Fachwissen."

"Ich glaube, dass Sigurd Nohr seine Versprechen hält."

"Ich würde sagen, dass die Werte von Sigurd Nohr mit meinen Werten übereinstimmen."

6.3 Filter Qualitätskondition Filter [Filter-ID: 6737660]

c_0002 Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2]	Benutzerdefinierte Variable - Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] (von Seite : System)	gleich 1

6.3.1 Kommunikationsqualität niedrig [Seiten-ID: 6737661] [L]

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr versammelt Sie und Ihr Team eine Woche nach Bekanntwerden der Fusion, um Sie über die anstehenden Veränderungen zu unterrichten.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Ich möchte Ihnen mitteilen, dass wir hinsichtlich eines Zusammenschlusses unseres Unternehmens vor kurzem eine Entscheidung getroffen haben. Mit der Übernahme der Aktienmehrheit durch Global Insurance werden wir von nun an unsere Operationen unter dem Dach von Global Insurance fortsetzen. Die Hedef-Insurance verzeichnete als eines der traditionsreichsten Unternehmen des Sektors im Laufe der Jahre zahlreiche Erfolge. Doch angesichts einer zunehmend bedrohlichen wirtschaftlichen Lage sahen wir uns gezwungen, Maßnahmen zur Gewährleistung unserer langfristigen Wettbewerbsfähigkeit zu erörtern. Dieser Schritt war unumgänglich, um unsere Position in der Branche zu sichern. Eine Aussage, welche strukturellen Änderungen unser Unternehmen in den kommenden Monaten erwarten, ist zu diesem Zeitpunkt nicht möglich. Gerne kann ich aber bereits einige Informationen über die Global Insurance mit Ihnen teilen.

Mit der Global Insurance haben wir einen geeigneten Partner für die weitere Zusammenarbeit gefunden. Die Global Insurance Co. wurde am 27. Mai 1995 von Joachim Riemann in München gegründet. Mit Niederlassungen in Istanbul, Stockholm, Lyon, Barcelona, Warschau, Prag und Innsbruck ist das Unternehmen in verschiedenen europäischen Großstädten präsent. Der Hauptsitz der Global Insurance befindet sich jedoch weiterhin in München. Die Geschäftsräume an der Arnulfstraße erstrecken sich über fünf Stockwerke und zeichnen sich durch modernste Technologie, großzügige Meetingräume und ein betriebsinternes Fitnessstudio aus. Die Räumlichkeiten wurden vor vier Jahren grundsaniert und verfügen nun über eine ausgezeichnete Energieeffizienz. Jedoch wird der Standort München für den Aufgabenbereich unseres Teams lediglich eine untergeordnete Rolle spielen.

Die Global Insurance ist zudem für ihren breit gefächerten Werbeauftritt bekannt. Die Werbestrategie des Unternehmens vereint erfolgreich traditionelle und digitale Werbeformate. Eine zentrale Komponente der Werbestrategie ist eine hohe Präsenz in den sozialen Netzwerken, gepaart mit originellen Werbekampagnen. Des Weiteren engagiert sich die Global Insurance aktiv im Sponsoring diverser Sportveranstaltungen zur Erschließung neuer Zielgruppen.

Wir arbeiten derzeit an der Entwicklung gemeinsamer HR-Instrumente und eines Vorgehens zur IT-Integration sowie an der Konzeption weiterer struktureller Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit. Verstehen Sie, dass erst anschließend die Rolle diskutiert wird, die Ihnen sowie Ihren Kolleginnen und Kollegen bei der Umsetzung dieser Veränderung zukommt. Aufgrund der andauernden Gespräche können wir zum aktuellen Zeitpunkt leider keine endgültige Aussage treffen. Bitte sehen Sie daher vorerst von weiteren Nachfragen ab. Trotz der bestehenden Unsicherheiten bin ich zuversichtlich, dass wir uns an die veränderten Bedingungen anpassen werden. Als natürliche Folge des Zusammenschlusses zweier unterschiedlicher Unternehmen liegt jedoch ein arbeitsintensiver Prozess vor uns. Zeitnah sollten nähere Details über die Integration und deren Auswirkungen auf Ihren Arbeitsalltag verfügbar sein. Haben Sie bis dahin Geduld.

Ich bin davon überzeugt, dass der Zusammenschluss ein voller Erfolg sein wird und unserem Unternehmen eine glänzende Zukunft bevorsteht.

6.4 Filter Qualitätskondition Filter [Filter-ID: 6737663]

c_0002 Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2]	Benutzerdefinierte Variable - Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] (von Seite : System)	gleich 2

6.4.1 Kommunikationsqualität hoch [Seiten-ID: 6737664] [L]

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr versammelt Sie und Ihr Team einen Tag nach Bekanntwerden der Fusion, um Sie über die anstehenden Veränderungen zu unterrichten.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Ich möchte Ihnen mitteilen, dass wir hinsichtlich eines Zusammenschlusses unseres Unternehmens vor kurzem eine Entscheidung getroffen haben. Mit der Übernahme der Aktienmehrheit durch Global Insurance werden wir von nun an unsere Operationen unter dem Dach von Global Insurance fortsetzen. Die Hedef-Insurance verzeichnete als eines der traditionsreichsten Unternehmen des Sektors im Laufe der Jahre zahlreiche Erfolge. Aufgrund der veränderten Marktbedingungen und des zunehmenden Wettbewerbs in der Branche hatten wir jedoch in letzter Zeit mit finanziellen Schwierigkeiten zu kämpfen. Die daraus resultierende Beeinträchtigung unseres Tagesgeschäfts und der Rückgang unseres Marktanteils von 5,3 % auf 3 % haben unseren Zusammenschluss beschleunigt. Dieser Schritt war unumgänglich, um unsere Position in der Branche zu sichern und die Interessen des Unternehmens, unserer Mitarbeitenden sowie unserer Kunden zu wahren.

Mit der Global Insurance haben wir einen geeigneten Partner für die weitere Zusammenarbeit gefunden. Der Zusammenschluss mit einem wirtschaftlich starken Unternehmen gewährleistet die Zukunftssicherheit Ihrer Arbeitsplätze. In unserem Entscheidungsprozess haben wir mehrere Versicherungsunternehmen anhand von Machbarkeits- und Kosten-Nutzen-Analysen bewertet. Dabei hat sich die Global Insurance Co. durch ihre Strategie und ihren innovativen Ansatz hervorgetan. Global Insurance, ein seit 29 Jahren tätiges Unternehmen, ist in 8 Ländern Europas aktiv. Unabhängige Wirtschaftsprüfer bestätigten ihre hervorragenden Finanzen und sie ist Mitglied der weltweit bekannten Versicherungsinstitution Achilles. Daher wurde Global Insurance als die beste Wahl für unser Unternehmen erachtet. Diese Entscheidung wird sich äußerst positiv auf unser operatives Geschäft auswirken. Der Zusammenschluss wird unsere Dienstleistungsqualität, Glaubwürdigkeit sowie finanzielle Stabilität verbessern und unsere Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Auch die Erfahrung eines globalen Managementteams wird für uns von großem Vorteil sein.

Durch den Zusammenschluss bieten sich Ihnen exzellente Arbeitsbedingungen in einem expandierenden Unternehmen. Darüber hinaus arbeiten wir an einem objektiveren Leistungsbewertungssystem, genauer definierten Aufgabenbereichen und einem benutzerfreundlicheren ERP-Programm für Sie. Wir versichern Ihnen, dass es während dieses Prozesses keine Entlassungen geben wird. Auch Ihre Gehälter und Sozialleistungen werden nicht gekürzt. Als natürliche Folge des Zusammenschlusses zweier unterschiedlicher Unternehmen liegt jedoch ein arbeitsintensiver Prozess vor uns.

Sie alle verfügen über die notwendige Kompetenz und Erfahrung, um die Herausforderungen der Übergangsphase zu meistern. Ich bin überzeugt, dass Sie sich leicht an das neue System anpassen werden, wenn Sie bedacht und entschlossen arbeiten. Um unsere Ziele zu erreichen, sind Ihre Unterstützung und Ihr Input von unermesslicher Bedeutung. Es ist uns ein Anliegen, dass Sie Teil dieses Wandels sind und ihn aktiv mitgestalten. Das Management wird Ihnen durch das Angebot von Kommunikationsmaterialien und Schulungen die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen, um den Wandel erfolgreich zu gestalten.

Ich bin davon überzeugt, dass der Zusammenschluss ein voller Erfolg sein wird und unserem Unternehmen eine glänzende Zukunft bevorsteht.

7.1 Abfrage Veränderungseinstellung [Seiten-ID: 6737728] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeitenden der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme voll und ganz zu
Ich beschwere mich bei Freunden über die Fusion.	○	○	○	○	○	○	○
Ich neige dazu, die Fusion abzulehnen.	○	○	○	○	○	○	○
Ich glaube, die Fusion wird meiner Abteilung zugutekommen.	○	○	○	○	○	○	○
Ich habe Angst vor der Fusion.	○	○	○	○	○	○	○
Ich äußere meine Bedenken über die Fusion gegenüber dem Management.	○	○	○	○	○	○	○
Ich protestiere gegen die Fusion.	○	○	○	○	○	○	○
Ich glaube, es ist gut, dass die Unternehmen fusionieren.	○	○	○	○	○	○	○
Ich habe ein schlechtes Gefühl bei der Fusion.	○	○	○	○	○	○	○
Ich bin offen gegenüber der Fusion.	○	○	○	○	○	○	○

7.2 Abfrage Unsicherheit [Seiten-ID: 6737729] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeitenden der Hedef Insurance.

Ich bin um meinen Platz in der Organisation beunruhigt.

○ Stimme überhaupt nicht zu

○

○

○

○

○

○

○ Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meine Zukunft besorgt.

○ Stimme überhaupt nicht zu

○

○

○

○

○

○

○

○ Stimme voll und ganz zu

Ich bin mir über meinen Platz in der Organisation unsicher.

○ Stimme überhaupt nicht zu

○

Stimme voll und ganz zu

Ich bin mir über meine Zukunft unsicher.

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meine Zukunft beunruhigt.

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Ich bin um meinen Platz in der Organisation besorgt.

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

Ich bin mir meiner selbst nicht sicher.

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

8.1 Abfrage Kommunikationsqualität [Seiten-ID: 6737811] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeitenden der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu					Stimme voll und ganz zu
Die Informationen über die Fusion waren positiv.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion wurden angemessen kommuniziert.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion haben meine Fragen über die Veränderungen angemessen beantwortet.	○	○	○	○	○	○
Bitte wählen Sie "Stimme überhaupt nicht zu" aus, um zu zeigen, dass Sie den Fragebogen aufmerksam ausfüllen.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion waren korrekt.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion erfolgten rechtzeitig.	○	○	○	○	○	○
Die Informationen über die Fusion waren nützlich.	○	○	○	○	○	○

8.2 Abfrage Vertrauen [Seiten-ID: 6737812] [L]

Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Beantworten Sie die Aussagen aus Perspektive eines/einer Mitarbeitenden der Hedef Insurance.

	Stimme überhaupt nicht zu				Stimme voll und ganz zu
Ich wäre bereit, meine Zukunft in diesem Unternehmen vollständig von Sigurd Nohr bestimmen zu lassen.	○	○	○	○	○
Ich könnte mir vorstellen, eine Aufgabe oder ein Problem, das mir wichtig ist, an Sigurd Nohr weiterzugeben, auch wenn ich seine Handlungen nicht überwachen könnte.	○	○	○	○	○
Ich wünschte wirklich, ich hätte eine gute Möglichkeit, Sigurd Nohr im Blick zu behalten.	○	○	○	○	○
Wenn es nach mir ginge, würde ich Sigurd Nohr keinen Einfluss auf Dinge nehmen lassen, die mir wichtig sind.	○	○	○	○	○
Wenn jemand die Motive von Sigurd Nohr in Frage stellen würde, würde ich dennoch an das Gute in ihm glauben.	○	○	○	○	○

9 Filter Attention_Check_Quali_niedrig [Filter-ID: 6737833]

c_0002 Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2]	Benutzerdefinierte Variable - Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] (von Seite : System)	gleich 1

9.1 Attention_Check_Quali_niedrig [Seiten-ID: 6737834] [L]

Wie heißt das Unternehmen, mit dem die Hedef Insurance fusioniert?

- ○ „Fröhlich & Partner Versicherungen"
- ○ "Global Insurance"
- ○ „ZenithGuard"

Wo befindet sich der im Text beschriebene Firmenhauptsitz?

- ○ New York, 51st Ave
- ○ Paris, Rue Paul Bert
- ○ München, Arnulfstraße

10 Filter Attention_Check_Quali_hoch [Filter-ID: 6737831]

c_0002 Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2]	Benutzerdefinierte Variable - Kommunikationsqualitätskondition [Niedrig = 1, Hoch = 2] (von Seite : System)	gleich 2

10.1 Attention_Check_Quali_hoch [Seiten-ID: 6737832] [L]

Wie heißt das Unternehmen, mit dem die Hedef Insurance fusioniert?

- ○ „ZenithGuard"
- ○ „Fröhlich & Partner Versicherungen"
- ○ "Global Insurance"

Welche Vorteile ergeben sich für die Mitarbeitenden durch die Fusion?

- ○ Arbeitsplatzsicherheit, neues ERP-Programm und objektiveres Leistungsbewertungssystem
- ○ Neue Büroausstattung, Renovierung der alten Räumlichkeiten und Bereitstellung von Jobrädern
- ○ Kürzere Arbeitswege, betriebsinternes Fitnessstudio und Verkürzung der Wochenarbeitszeit

11 Kontrollvariablen [Seiten-ID: 6741733] [L]

Wie verständlich fanden Sie die Rede von Sigurd Nohr?

- ○ Sehr schwer verständlich
- ○
- ○
- ○
- ○ Sehr einfach verständlich

Wie verständlich fanden Sie die Beschreibungen von Sigurd Nohr durch Ihre Kolleg:innen?

- ○ Sehr schwer verständlich
- ○
- ○
- ○
- ○ Sehr einfach verständlich

Wie leicht ist es Ihnen gefallen, sich in das hypothetische Szenario hineinzuversetzen?

- ○ Sehr schwer
- ○
- ○
- ○
- ○ Sehr leicht

Haben Sie noch Anmerkungen oder Fragen zur Umfrage?

12 Soziodemografisch und Anmerkungen [Seiten-ID: 6737675] [L]

Sie haben es fast geschafft. Abschließend benötige ich noch wenige demografische Angaben von Ihnen.

Geben Sie bitte Ihr Alter in ganzen Zahlen ein.

Mit welchem Geschlecht identifizieren Sie sich?

- ○ Männlich
- ○ Weiblich
- ○ Divers

Welches ist Ihr höchster beruflicher Bildungsabschluss?

- ○ Kein beruflicher Bildungsabschluss
- ○ Lehre / Berufsausbildung
- ○ Fachschulabschluss
- ○ Bachelor
- ○ Master
- ○ Diplom
- ○ Promotion
- ○ Anderer Abschluss

Bitte geben Sie an, was am ehesten auf Ihr aktuelles Beschäftigungsverhältnis zutrifft.

- ○ Hauptberuflich erwerbstätig, Vollzeit
- ○ Hauptberuflich erwerbstätig, Teilzeit
- ○ Schüler/-in, Student/-in, Auszubildende/-r
- ○ Altersrente, Pensionär/-in
- ○ Dauerhaft erwerbsunfähig
- ○ Hausarbeit, Betreuung von Kindern oder anderen Personen (Hausfrau / Hausmann)
- ○ Zurzeit arbeitslos / auf Arbeitssuche
- ○ Freiwilliger Wehrdienst, Bundesfreiwilligendienst, FSJ, FÖJ
- ○ Aus anderen Gründen aktuell nicht (hauptberuflich) erwerbstätig

Wie sind Sie auf die Studie aufmerksam geworden?

- ○ Mailverteiler der HFT Stuttgart
- ○ SurveyCircle
- ○ Soziale Medien (LinkedIn, Instagram, etc.)
- ○ Weiterleitung durch Bekannte
- ○ Andere Kanäle

13 VPS Abfrage [Seiten-ID: 6737676] [L]

Sind Sie Student:in der HFT Stuttgart und möchten für die Teilnahme Versuchspersonenstunden sammeln?

- ○ Ja
- ○ Nein

14 Filter VPS_Filter [Filter-ID: 6737677]

v_70 Abfrage HFT	Sind Sie Student:in der HFT Stuttgart und möchten für die Teilnahme Versuchspersonenstunden sammeln? - Abfrage HFT (von Seite 13: VPS Abfrage)	gleich 1

14.1 VPS Code [Seiten-ID: 6737678] [L]

Wenn Sie eine halbe Versuchspersonenstunde für die Teilnahme an dieser Studie erhalten wollen, geben Sie bitte jetzt Ihren Versuchspersonenstundencode ein. Der Versuchspersonencode ist eine Kombination aus Buchstaben und Zahlen, die sich aus folgenden Daten ergibt:

Für BACHELOR-Studierende

- Die letzten beiden Buchstaben des Vornamens der Mutter (In Großbuchstaben, z.B. AN)
- Die Ersten beiden Buchstaben des Geburtsortes (In Großbuchstaben, z.B. NG)
- Der Tag Ihrer Geburt (im Format XX, z.B. 09)
- Anzahl der Geschwister (Anzahl, z.B. 1)
- Der Tag der Geburt Ihrer Mutter (im Format XX, z.B. 09)

Für MASTER-Studierende

- Die letzten beiden Buchstaben des Vornamens der Mutter (In Großbuchstaben, z.B. AN)
- Die Ersten beiden Buchstaben des Geburtsortes (In Großbuchstaben, z.B. NG)
- Der Tag Ihrer Geburt (im Format XX, z.B. 09)
- Anzahl der Geschwister (Anzahl, z.B. 1)
- Der Tag der Geburt Ihrer Mutter (im Format XX, z.B. 09)
- Der Buchstabe M als Kennzeichnung für Master-Studierende

Bitte geben Sie hier Ihren VPS Code ein

15 Endseite [Seiten-ID: 6737679] [L]

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Mit Ihren Daten wird die Wirkung von persönlicher Unsicherheit auf die Verarbeitung der Veränderungskommunikation und Informationsverarbeitung untersucht. Hierzu wurden Sie in eine Kombination der folgenden Experimentalgruppen eingeteilt:

- Beeinflussung der persönlichen Unsicherheit (Sicherheit vs. Unsicherheit)
- Vertrauen gegenüber der Führungskraft (Hoch vs. Niedrig)
- Qualität der Veränderungskommunikation (Hoch vs. Niedrig)

Damit lässt sich ableiten, ob Personen in Veränderungsprozessen unter Unsicherheit eher soziale (Vertrauen) oder inhaltliche Informationen (Kommunikationsqualität) verarbeiten.

Für Nutzer von SurveyCircle (www.surveycircle.com): Der Survey Code lautet: TB2Y-6KES-JXPZ-222N

Ihre Antworten wurden gespeichert und Sie können das Browserfenster nun schließen.

Anhang 8: Materialien der Hauptstudie

Tabelle A8.1

Alle in der Vorstudie und Hauptstudie verwendeten Messinstrumente und Skalen

Messinstrument	Bemerkungen/ Quelle	Items	Skalierung
Skala Persönliche Unsicherheit	Wie erläutert wurde die Skala persönlicher Unsicherheit im organisationalen Kontext erhoben werden. Daher wurde das Wording einzelner Items angepasst. Die entsprechenden Stellen sind im rechts-stehenden Text kursiv markiert. Hierbei ersetzte das Wort „Organisation" das Wort „Welt". Die restliche Skala ist von Rast et al. (2012, S. 649) adaptiert und wurde mit DeepL (siehe Anhang 19 #14) übersetzt, wobei einzelne Übersetzungen angepasst wurden.	U_1: Ich bin mir meiner selbst nicht sicher U_2: Ich bin mir über meine Zukunft unsicher U_3: Ich bin um meine Zukunft beunruhigt U_4: Ich bin um meine Zukunft besorgt U_5: Ich bin mir über meinen Platz in der *Organisation* unsicher U_6: Ich bin um meinen Platz in der *Organisation* besorgt U_7: Ich bin um meinen Platz in der *Organisation* beunruhigt Rast et al. (2012, S. 649)	1 = Stimme überhaupt nicht zu 2 3 4 6 7 8 9 = Stimme voll und ganz zu
Skala Einstellung gegenüber der Veränderung	Die deutsche Validierung der Skala zur Erhebung der Einstellung gegenüber der Veränderung konnte von Hower et al. (2019) leider nicht zur Verfügung gestellt werden. Daher wurde diese aus einem öffentlich zugänglichen Ergebnisbericht von (Grylka-Bäschlin et al., 2021, S. 14–15) adaptiert. Die Formulierung der Items wurde ins Präsens umgeformt und auf den Kontext dieser Studie angepasst.	*„Kognitive Einstellung* VE_K_1: Ich glaube, es ist gut, dass die Unternehmen fusionieren. VE_K_2: Ich bin offen gegenüber der Fusion. VE_K_3: Ich glaube, die Fusion wird meiner Abteilung zugutekommen. *Affektive Einstellung* VE_A_1: Ich habe Angst vor der Fusion. VE_A_2: Ich habe ein schlechtes Gefühl bei der Fusion. VE_A_3: Ich neige dazu, die Fusion abzulehnen. *Behaviorale Einstellung* VE_B_1: Ich protestiere gegen die Fusion.	1 = Stimme überhaupt nicht zu 2 3 4 6 7 = Stimme voll und ganz zu

		VE_B_2: Ich beschwere mich bei Freunden über die Fusion. VE_B_3: Ich äußere meine Bedenken über die Fusion gegenüber dem Management. (Grylka-Bäschlin et al., 2021, S. 14–15 nach Hower et al., 2019)	
Skala Kommunikationsqualität	Die Skala wurde von Bordia, Hobman et al. (2004, S. 522) adaptiert, mit DeepL übersetzt (siehe Anhang 19 #14) und in Bezug zur Führungskraft Sigurd Nohr gesetzt. Die Items V_1 und V_3 sind negativ gepolt, sodass höhere Werte mit einem niedrigeren Vertrauen einhergehen.	V_1: Wenn es nach mir ginge, würde ich Sigurd Nohr keinen Einfluss auf Dinge nehmen lassen, die mir wichtig sind. V_2: Ich wäre bereit, meine Zukunft in diesem Unternehmen vollständig von Sigurd Nohr bestimmen zu lassen. V_3: Ich wünschte wirklich, ich hätte eine gute Möglichkeit, Sigurd Nohr im Blick zu behalten. V_4: Ich könnte mir vorstellen, eine Aufgabe oder ein Problem, das mir wichtig ist, an Sigurd Nohr weiterzugeben, auch wenn ich seine Handlungen nicht überwachen könnte. V_5: Wenn jemand die Motive von Sigurd Nohr in Frage stellen würde, würde ich dennoch an das Gute in ihm glauben. Bordia, Hobman et al. (2004, S. 522)	1 = Stimme überhaupt nicht zu 2 3 4 5 = Stimme voll und ganz zu
Skala Vertrauen	Die Skala wurde von R. C. Mayer et al. (1995, S.887) adaptiert, mit DeepL übersetzt (siehe Anhang 19 #14) und in Bezug zur Fusion gesetzt.	Q_1: Die Informationen über die Fusion waren nützlich. Q_2: Die Informationen über die Fusion haben meine Fragen über die Veränderungen angemessen beantwortet. Q_3: Die Informationen über die Fusion waren positiv. Q_4: Die Informationen über die Fusion wurden angemessen kommuniziert. Q_5: Die Informationen über die Fusion erfolgten rechtzeitig. Q_6: Die Informationen über die Fusion waren korrekt. R. C. Mayer et al. (1995, S.887)	1 = Stimme überhaupt nicht zu 2 3 4 5 6 = Stimme voll und ganz zu
PANAS-Kurzskala	Die Skala wurde unverändert von Breyer und Bluemke (2016, S. 2-3) übernommen.	„Wie fühlen Sie sich im Moment… *Positiver Affekt*	1 = gar nicht 2 = ein bisschen

		PANAS_2: freudig erregt PANAS_5: angeregt PANAS_7: entschlossen PANAS_8: wach PANAS_10: begeistert *Negativer Affekt* PANAS_1: erschrocken PANAS_3: verärgert PANAS_4: nervös PANAS_6: bekümmert PANAS_9: ängstlich“ Breyer und Bluemke (2016, S. 2-3)	3 = einigermaßen 4 = erheblich 5 = äußerst
Single-Item Erhebung Leichtigkeit der Verarbeitung der Vertrauensvignette	Das Item wurde eigens für die Studie erstellt	Wie verständlich fanden Sie die Beschreibungen von Sigurd Nohr durch Ihre Kolleg:innen?	1 = Sehr einfach verständlich 2 3 4 5 = Sehr schwer verständlich
Single-Item Erhebung Leichtigkeit der Verarbeitung der Kommunikationsqualitätsvignette	Das Item wurde eigens für die Studie erstellt	Wie verständlich fanden Sie die Rede von Sigurd Nohr?	1 = Sehr einfach verständlich 2 3 4 5 = Sehr schwer verständlich
Single-Item-Erhebung der Verständlichkeit des Szenarios	Das Item wurde eigens für die Studie erstellt	Wie leicht ist es Ihnen gefallen, sich in das hypothetische Szenario hineinzuversetzen?	1 = Sehr einfach 2 3 4 5 = Sehr schwer

Vertrauensvignetten

Es werden die Vertrauensvignetten dargestellt. Diese wurden von Janssen (2010, S. 81) adaptiert, mit DeepL übersetzt (siehe Anhang 19 #13) und auf den Kontext dieser Studie angepasst. Auf eine direkte Zitation am Text wird aus Gründen der Übersichtlichkeit verzichtet.

Vignette niedrigen Vertrauens

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr wird von Ihren Kolleg:innen wie folgt beschrieben:

"Ich finde, dass Sigurd Nohr seine Mitarbeitenden nicht sehr gut behandelt."

"Ich kann mir gut vorstellen, dass Sigurd Nohr dich ausnutzen würde."

"Ich finde, Sigurd Nohr ist nicht sehr kompetent."

"Meiner Meinung nach hat Sigurd Nohr nicht viel Fachwissen."

"Ich glaube nicht, dass Sigurd Nohr seine Versprechen hält."

"Ich würde sagen, dass die Werte von Sigurd Nohr nicht mit meinen Werten übereinstimmen."

Janssen (2010, S. 81)

Vignette hohen Vertrauens

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr wird von Ihren Kolleg:innen wie folgt beschrieben:

"Ich finde, dass Sigurd Nohr seine Mitarbeitenden sehr gut behandelt."

"Ich kann mir nicht vorstellen, dass Sigurd Nohr dich ausnutzen würde."

"Ich finde, Sigurd Nohr ist sehr kompetent."

"Meiner Meinung nach hat Sigurd Nohr viel Fachwissen."

"Ich glaube, dass Sigurd Nohr seine Versprechen hält."

"Ich würde sagen, dass die Werte von Sigurd Nohr mit meinen Werten übereinstimmen."

Janssen (2010, S. 81)

Kommunikationsqualitätsvignetten

Nachfolgend werden die Kommunikationsqualitätsvignetten dargestellt. Die Texte beruhen zu weiten Teilen auf Materialien, die von Bayraktar & Kabasakal bereitgestellt wurden (im weiteren Verlauf dieses Anhangs dargestellt). Diese wurden mit DeepL übersetzt (siehe Anhang 19 #13) und auf den Kontext dieser Studie angepasst. Zudem wurden sie sprachlich mithilfe von Chat GPT 3.5 und Languagetool.org angepasst (siehe Anhang 19 #16&17). Der Erstellvorgang ist im Nachgang erläutert. Auf eine Zitation am Text wird aus Gründen der Übersichtlichkeit verzichtet.

Vignette hoher Kommunikationsqualität

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr versammelt Sie und Ihr Team einen Tag nach Bekanntwerden der Fusion, um Sie über die anstehenden Veränderungen zu unterrichten.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Ich möchte Ihnen mitteilen, dass wir hinsichtlich eines Zusammenschlusses unseres Unternehmens vor kurzem eine Entscheidung getroffen haben. Mit der Übernahme der Aktienmehrheit durch Global Insurance werden wir von nun an unsere Operationen unter dem Dach von Global Insurance fortsetzen. Die Hedef-Insurance verzeichnete als eines der traditionsreichsten Unternehmen des Sektors im Laufe der Jahre zahlreiche Erfolge. Aufgrund der veränderten Marktbedingungen und des zunehmenden Wettbewerbs in der Branche hatten wir jedoch in letzter Zeit mit finanziellen Schwierigkeiten zu kämpfen. Die daraus resultierende Beeinträchtigung unseres Tagesgeschäfts und der Rückgang unseres Marktanteils von 5,3 % auf 3 % haben unseren Zusammenschluss beschleunigt. Dieser Schritt war unumgänglich, um unsere

Position in der Branche zu sichern und die Interessen des Unternehmens, unserer Mitarbeitenden sowie unserer Kunden zu wahren.

Mit der Global Insurance haben wir einen geeigneten Partner für die weitere Zusammenarbeit gefunden. Der Zusammenschluss mit einem wirtschaftlich starken Unternehmen gewährleistet die Zukunftssicherheit Ihrer Arbeitsplätze. In unserem Entscheidungsprozess haben wir mehrere Versicherungsunternehmen anhand von Machbarkeits- und Kosten-Nutzen-Analysen bewertet. Dabei hat sich die Global Insurance Co. durch ihre Strategie und ihren innovativen Ansatz hervorgetan. Global Insurance, ein seit 29 Jahren tätiges Unternehmen, ist in 8 Ländern Europas aktiv. Unabhängige Wirtschaftsprüfer bestätigten ihre hervorragenden Finanzen und sie ist Mitglied der weltweit bekannten Versicherungsinstitution Achilles. Daher wurde Global Insurance als die beste Wahl für unser Unternehmen erachtet. Diese Entscheidung wird sich äußerst positiv auf unser operatives Geschäft auswirken. Der Zusammenschluss wird unsere Dienstleistungsqualität, Glaubwürdigkeit sowie finanzielle Stabilität verbessern und unsere Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Auch die Erfahrung eines globalen Managementteams wird für uns von großem Vorteil sein.

Durch den Zusammenschluss bieten sich Ihnen exzellente Arbeitsbedingungen in einem expandierenden Unternehmen. Darüber hinaus arbeiten wir an einem objektiveren Leistungsbewertungssystem, genauer definierten Aufgabenbereichen und einem benutzerfreundlicheren ERP-Programm für Sie. Wir versichern Ihnen, dass es während dieses Prozesses keine Entlassungen geben wird. Auch Ihre Gehälter und Sozialleistungen werden nicht gekürzt. Als natürliche Folge des Zusammenschlusses zweier unterschiedlicher Unternehmen liegt jedoch ein arbeitsintensiver Prozess vor uns.

Sie alle verfügen über die notwendige Kompetenz und Erfahrung, um die Herausforderungen der Übergangsphase zu meistern. Ich bin überzeugt, dass Sie sich leicht an das neue System anpassen werden, wenn Sie bedacht und entschlossen arbeiten. Um unsere Ziele zu erreichen, sind Ihre Unterstützung und Ihr Input von unermesslicher Bedeutung. Es ist uns ein Anliegen, dass Sie Teil

dieses Wandels sind und ihn aktiv mitgestalten. Das Management wird Ihnen durch das Angebot von Kommunikationsmaterialien und Schulungen die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen, um den Wandel erfolgreich zu gestalten.

Ich bin davon überzeugt, dass der Zusammenschluss ein voller Erfolg sein wird und unserem Unternehmen eine glänzende Zukunft bevorsteht.

Vignette niedriger Kommunikationsqualität
Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr versammelt Sie und Ihr Team eine Woche nach Bekanntwerden der Fusion, um Sie über die anstehenden Veränderungen zu unterrichten.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Ich möchte Ihnen mitteilen, dass wir hinsichtlich eines Zusammenschlusses unseres Unternehmens vor Kurzem eine Entscheidung getroffen haben. Mit der Übernahme der Aktienmehrheit durch Global Insurance werden wir von nun an unsere Operationen unter dem Dach von Global Insurance fortsetzen. Die Hedef-Insurance verzeichnete als eines der traditionsreichsten Unternehmen des Sektors im Laufe der Jahre zahlreiche Erfolge. Doch angesichts einer zunehmend bedrohlichen wirtschaftlichen Lage sahen wir uns gezwungen, Maßnahmen zur Gewährleistung unserer langfristigen Wettbewerbsfähigkeit zu erörtern. Dieser Schritt war unumgänglich, um unsere Position in der Branche zu sichern. Eine Aussage, welche strukturellen Änderungen unser Unternehmen in den kommenden Monaten erwarten, ist zu diesem Zeitpunkt nicht möglich. Gerne kann ich aber bereits einige Informationen über die Global Insurance mit Ihnen teilen.

Mit der Global Insurance haben wir einen geeigneten Partner für die weitere Zusammenarbeit gefunden. Die Global Insurance Co. wurde am 27. Mai 1995 von Joachim Riemann in München gegründet. Mit Niederlassungen in Istanbul, Stockholm, Lyon, Barcelona, Warschau, Prag und Innsbruck ist das Unternehmen in verschiedenen europäischen Großstädten präsent. Der

Hauptsitz der Global Insurance befindet sich jedoch weiterhin in München. Die Geschäftsräume an der Arnulfstraße erstrecken sich über fünf Stockwerke und zeichnen sich durch modernste Technologie, großzügige Meetingräume und ein betriebsinternes Fitnessstudio aus. Die Räumlichkeiten wurden vor vier Jahren grundsaniert und verfügen nun über eine ausgezeichnete Energieeffizienz. Jedoch wird der Standort München für den Aufgabenbereich unseres Teams lediglich eine untergeordnete Rolle spielen.

Die Global Insurance ist zudem für ihren breit gefächerten Werbeauftritt bekannt. Die Werbestrategie des Unternehmens vereint erfolgreich traditionelle und digitale Werbeformate. Eine zentrale Komponente der Werbestrategie ist eine hohe Präsenz in den sozialen Netzwerken, gepaart mit originellen Werbekampagnen. Des Weiteren engagiert sich die Global Insurance aktiv im Sponsoring diverser Sportveranstaltungen zur Erschließung neuer Zielgruppen.
Wir arbeiten derzeit an der Entwicklung gemeinsamer HR-Instrumente und eines Vorgehens zur IT-Integration sowie an der Konzeption weiterer struktureller Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit. Verstehen Sie, dass erst anschließend die Rolle diskutiert wird, die Ihnen sowie Ihren Kolleginnen und Kollegen bei der Umsetzung dieser Veränderung zukommt. Aufgrund der andauernden Gespräche können wir zum aktuellen Zeitpunkt leider keine endgültige Aussage treffen. Bitte sehen Sie daher vorerst von weiteren Nachfragen ab. Trotz der bestehenden Unsicherheiten bin ich zuversichtlich, dass wir uns an die veränderten Bedingungen anpassen werden. Als natürliche Folge des Zusammenschlusses zweier unterschiedlicher Unternehmen liegt jedoch ein arbeitsintensiver Prozess vor uns. Zeitnah sollten nähere Details über die Integration und deren Auswirkungen auf Ihren Arbeitsalltag verfügbar sein. Haben Sie bis dahin Geduld.

Ich bin davon überzeugt, dass der Zusammenschluss ein voller Erfolg sein wird und unserem Unternehmen eine glänzende Zukunft bevorsteht.

Erstellvorgang der Kommunikationsqualitätsvignetten

Als Basis für die Kommunikationsqualitätsvignetten wurde ein Szenario nach Bayraktar & Kabasakal (2022) gewählt, welches die rationale Change-Kommunikation untersucht und im Rahmen der Studie validiert wurde. Da die rationale Change-Kommunikation Schnittmengen mit der Kommunikationsqualität aufweist, wurden die Vignetten adaptiert. Die Gestaltung der Vignetten orientiert sich zudem an den Kriterien von Hillen, van Vliet, Haes & Smets (2013), welche ursprünglich für die Konzeption von Videovignetten erstellt wurden, jedoch auf den Kontext von textbasierten Vignetten adaptiert wurden. Diese sind in folgender Tabelle dargestellt.

Tabelle A8.2

Gestaltungsaspekte der Kommunikationsqualitätsvignetten, basierend auf Vliet et al. (2013)

Aspekt	Beschreibung	Erfüllung in der Arbeit
Ableitung aus der Literatur	Das Szenario ist aus der Literatur oder ähnlichen Situationen aus der Realität abgeleitet	Das Szenario von Bayraktar & Kabasakal (2022) ist aus der Literatur und realen Szenarien abgeleitet.
Realitätsnähe des Skripts	Das Skript wirkt auf die Rezipient:innen realitätsnah.	Sowohl die Manipulation als auch die Einleitung von Bayraktar & Kabasakal (2022) wurde von Expert:innen auf die Realitätsnähe getestet und bestätigt. Der Stil und Teile der Manipulation wurden übernommen.
Einleitung in die Manipulation	Die Manipulation wird durch ein Szenario/eine Einleitung in den Kontext gesetzt	Die Einleitung wurde von Bayraktar & Kabasakal (2022) übernommen.

Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Vliet et al. (2013)

Aspekt	Beschreibung	Erfüllung in der Arbeit
Operationalisierung der Konstrukte	Die manipulierten Konstrukte werden operationalisiert, sodass eine gezielte Manipulation dieser Aspekte möglich ist	Die Kommunikationsqualität wurde basierend auf der Literatur und ähnlich zu Jimmieson et al. (2013) operationalisiert und manipuliert. Die Manipulation von Bayraktar & Kabasakal (2022) griff bereits einige dieser Aspekte auf. Fehlende Aspekte wurden ergänzt.
Ähnliche Länge	Die Szenarien sollten ähnlich lang geschrieben sein. Dafür können Füllinformationen verwendet werden, welche sich nicht maßgeblich auf die manipulierten Dimensionen auswirken. Es ist jedoch sicherzustellen, dass diese Informationen tatsächlich irrelevant sind und nicht unerwünschte Nebenwirkungen haben.	Die Läge der Manipulationen wird ähnlich gehalten. Dazu wird die Manipulation der niedrigen Kommunikationsqualität mit für die operationalisierten Aspekten irrelevanten Informationen gefüllt. Dass die Informationen tatsächlich nicht urteilsrelevant sind, wurde in mehreren qualitativen Pre-Tests iterativ geprüft.
Pre-Test der Materialien	Die Materialien können hinsichtlich der manipulierten Dimensionen gepretestet werden. Ebenfalls kann die Fähigkeit, sich in die Situation hineinzuversetzen oder die Realitätsnähe abgefragt werden.	Ein Pre-Test der Materialien wird durchgeführt.

Anmerkung. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Vliet et al. (2013)

Originaltext von Bayraktar & Kabasakal (2022)

APPENDIX D

STUDY 2. SCENARIO SAMPLES AND QUESTIONNARE IN ENGLISH

Scenario 1 (rational, secure)

Dear Participant,

- In this study, you will be provided a scenario about an organization going through a change process.
- Pleases consider yourself as an employee working in this organization. In line with the information provided to you, please answer the questions exactly as you would if you were in the same situation as an employee in this organization.
- It's very important for the results of the study that you consider yourself as a part of this hypothetical situation. The names of the organizations are not real, they have been made up for the scenario.

PLEASE READ:

You have been working for Hedef Insurance Co. for 4 years. Recently, Hedef Insurance announced its merger with Global Insurance Co., which is a Turkish-German partnership. This merger resulted with 49% of the shares belonging to Hedef Insurance and 51% shares under the ownership of Global Insurance. As a result of the merger, restructuring initiatives started with the purpose of two companies merging under a single roof with the name of Global Insurance.

First of all, please listen to your manager's speech about this change.

Then, in line with this speech, please answer the questions in the survey, considering that you were an employee in this organization.

PLEASE LISTEN:

Speech of your manager

Dear friends,

I'd like to share with you that the merger decision, which was a major current issue in our company for a while, has recently reached to a conclusion. With Global Insurance buying the majority of our shares, from now on, we will continue our operations under the roof of Global Insurance.

As you know, our company, Hedef Insurance, as one of the long established organizations in the sector, has attained numerous achievements for years. However, due to the changing

market conditions and increasing competition in the sector, we faced financial difficulties in the recent times. The adverse effect of financial difficulties on our operations and the decrease in our market share from 5.3% to 3%, made us accelerate this decision of merger.

This change has been inevitable in order to take our place among the top 5 companies in the sector again and to protect both the company's and your pecuniary and non-pecuniary advantages.

During this decision period, we evaluated several insurance companies by conducting feasibility and cost- benefit analyses. As a consequence of these evaluations, Global Insurance Co. has become prominent with its strategy, innovative approach, and portfolio structure.
Global Insurance, which is a 19 years old organization, operates in 8 countries in Europe. It has an A+ ranking in insurance financial strength rating and is a member of Achilles, the globally known insurance institution. Based on these rationales, Global Insurance has been selected as the most appropriate alternative for our company.

We'd like you to know that this merger decision will have extensive positive effects on our operations. The synergy that will emerge from the strength of the two organizations will improve our liquidity, credibility, and profitability, enhance our service quality, and strengthen our competitiveness in the sector. Also, the experience of a global management team will definitely have a lot of advantages.

As an outcome of this change, you, our employees, will have a working environment where you will be able to work more effectively in a growing company. In addition, we are working on a more objective performance evaluation system, more accurately defined job roles, and a new and more user friendly ERP program for you.

During this process, we can ensure you that there will be no layoffs. Also, there will not be any downward changes in your salaries or fringe benefits. However, as a natural consequence of two different companies merging together, we will have a busy and tiring process ahead of us. During this period of integration, your work load and roles will significantly change.

You all have the necessary competence and experience in order to overcome the challenges of the transition period. I think that you will easily adapt to the new system by working carefully and in determination. In achieving our goals and reaching success, your support is of utmost importance. Please do not hesitate to direct your questions to us. I wish all of us an efficient period and I'm looking forward to your determination and support.

237

Diese Vignette galt es auf das Konstrukt der Kommunikationsqualität anzupassen. Da in der Studie lediglich eine hohe, jedoch keine niedrige Ausprägung rationaler Change-Kommunikation verwendet wurde, war für die niedrige Kommunikationsqualität eine weitere Vignette anzufertigen.

Erstellen der Szenarien

Zuerst wurden jedoch die Szenarien mit DeepL (siehe Anhang 19 #13) übersetzt und die Übersetzungen manuell angepasst. Auf Anmerkungen eines qualitativen Pre-Tests wurden die Instruktionen etwas verkürzt. Wie beschrieben, soll die (Un-)Sicherheitsmanipulation über die Szenarienbeschreibung mit dem Szenario verknüpft werden. Hierzu enthalten die jeweiligen Szenarien Selbstaffirmationen oder die Induktion von Selbstzweifeln hinsichtlich der Veränderung.

Szenario Sicherheit

In dieser Studie wird Ihnen ein Szenario über eine Organisation vorgelegt, die einen Veränderungsprozess durchläuft.

Versetzen Sie sich bitte in die Lage eines Mitarbeiters, der in dieser Organisation arbeitet. Beantworten Sie die Fragen entsprechend den Ihnen zur Verfügung gestellten Informationen, wie wenn Sie ein/e Mitarbeiter:in dieser Organisation wären.

Es ist für die Ergebnisse der Studie sehr wichtig, dass Sie sich selbst als Teil dieser hypothetischen Situation betrachten. Die Namen der Organisationen sind nicht real und wurden für das Szenario erfunden.

Sie arbeiten seit 4 Jahren für die Hedef Insurance Co.. Vor Kurzem hat die Hedef Insurance Co. ihre Fusion mit der Global Insurance Co. angekündigt, einer türkisch-deutschen Partnerschaft.

Diese Fusion führte dazu, dass die Hedef Insurance Co. 49 % der Aktien hält und 51 % der Aktien im Besitz von Global Insurance sind. Infolge der Fusion wurden Umstrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, die darauf abzielen, beide Unternehmen unter dem Namen Global Insurance unter einem Dach zu vereinen.

Sie haben bereits Erfahrung mit solch umfassenden Veränderungsprozessen und sind überzeugt, dass Sie und Ihre Fähigkeiten von großer Bedeutung für die neu fusionierte Organisation sind.

Im Folgenden lesen Sie eine Rede Ihres Vorgesetzten Sigurd Nohr über diese Veränderung sowie eine kurze Beschreibung Ihres Vorgesetzten. Im Anschluss beantworten Sie einige Fragen zu dieser Rede aus Perspektive eines/einer Angestellten dieses Unternehmens.

Szenario Unsicherheit
In dieser Studie wird Ihnen ein Szenario über eine Organisation vorgelegt, die einen Veränderungsprozess durchläuft.

Versetzen Sie sich bitte in die Lage eines Mitarbeiters, der in dieser Organisation arbeitet. Beantworten Sie die Fragen entsprechend den Ihnen zur Verfügung gestellten Informationen, wie wenn Sie ein/e Mitarbeiter:in dieser Organisation wären.

Es ist für die Ergebnisse der Studie sehr wichtig, dass Sie sich selbst als Teil dieser hypothetischen Situation betrachten. Die Namen der Organisationen sind nicht real und wurden für das Szenario erfunden.

Sie arbeiten seit 4 Jahren für die Hedef Insurance Co.. Vor Kurzem hat die Hedef Insurance Co. ihre Fusion mit der Global Insurance Co. angekündigt, einer türkisch-deutschen Partnerschaft.

Diese Fusion führte dazu, dass die Hedef Insurance Co. 49 % der Aktien hält und 51 % der Aktien im Besitz von Global Insurance sind. Infolge der Fusion wurden Umstrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, die darauf abzielen, beide Unternehmen unter dem Namen Global Insurance unter einem Dach zu vereinen.

Sie sind sich bewusst, dass solche Transformationsprozesse mit weitreichenden Veränderungen verbunden sind und sind sich unsicher, was die Veränderungen für Sie persönlich und Ihre Zukunft in der Organisation bedeuten.

Im Folgenden lesen Sie eine Rede Ihres Vorgesetzten Sigurd Nohr über diese Veränderung sowie eine kurze Beschreibung Ihres Vorgesetzten. Im Anschluss beantworten Sie einige Fragen zu dieser Rede aus Perspektive eines/einer Angestellten dieses Unternehmens.

Erstellung der Vignette hoher Kommunikationsqualität

Zur Gestaltung von Kommunikationsmaterialien mit hoher Qualität wurde eine Literaturrecherche durchgeführt. Als Basis wurden die Kriterien von Armenakis, Harris, und Feild (2000) verwendet, welche auch als Basis der Gestaltung der Vignetten von Jimmieson et al. (2013) dienen. Weitere Aspekte wurden Barrett, 2002; Christensen, 2014; Husain, 2013; Jimmieson et al., 2013 sowie Kramlinger, 1998 entnommen. Die Kriterien zur Erstellung von Kommunikationsmaterialien hoher Qualität sind nachfolgend dargestellt.

Gesamtkriterien hohe Kommunikationsqualität:

- *Dicrepancy:* Die Kommunikation zeigt auf, inwiefern sich der Status Quo von der potenziellen Zukunftsvision der Veränderung unterscheidet, und hebt damit die Notwendigkeit der Veränderung hervor (Armenakis et al., 2000).
- *Appropriateness:* Die Kommunikation erläutert, dass die geplante Veränderung die beste Option zur Lösung der Probleme des Unternehmens und der beste Weg in die Zukunft ist (Armenakis et al., 2000; Jimmeison et al., 2013; Kramlinger, 1999).
- *Personal Valence:* Die Kommunikation erläutert die direkten Implikationen, welche sich aus der Veränderung für die einzelnen Mitarbeitenden persönlich ergeben (Armenakis et al., 2000; Jimmieson et al., 2013).
- *Principal Support:* Die Kommunikation zeigt auf, wie das Management oder ihre Führungskraft die Veränderung unterstützt (Armenakis et al., 2000; Jimmieson et al., 2013).
- *Efficiacy:* Die Kommunikation sollte Selbstwirksamkeit bei den Mitarbeitenden erwecken, dass diese die nötigen Fähigkeiten und Eigenschaften haben, um die Veränderung zu bewältigen (Armenakis et al., 2000).
- *Motivation:* Die Change-Kommunikation mobilisiert die Mitarbeitenden, sich an der Veränderung zu beteiligen und zum Erfolg der Veränderung mitzuwirken (Barrett, 2002; Husain, 2013).
- Partizipation: Die Kommunikation lädt die Mitarbeitenden ein, sich an der Veränderung zu beteiligen und diese mitzugestalten (Christensen, 2014; Husain, 2013).

Der Text von Bayraktar & Kabasakal (2022) wurde entsprechend diesen Kriterien geclustert. Kriterien, die noch nicht aufgegriffen wurden, wurden ergänzt. Da diese Arbeit die Wirkung der Kommunikationsqualität als Indikator für die Glaubwürdigkeit der Meinung der kommunizierenden Person untersucht, wurde die Meinung des Vorgesetzten an prominenten Stellen im Text platziert. Diese sind nachfolgend kursiv markiert. Um eine Vergleichbarkeit der hoch und niedrig ausgeprägten Kommunikationsqualitätsvignette sicherzustellen, wurden diese Passagen in beiden Texten identisch gehalten und an vergleichbaren Stellen platziert. Neben den genannten Aspekten wurde auch der Aspekt der Rechtzeitigkeit der Kommunikation (Jimmieson et al., 2013) aufgegriffen. So wurde der Text damit eingeleitet, dass die Kommunikation ein Tag nach Bekanntwerden der Fusion erfolgt.

Die Formulierung des Textes wurde durch Chat GPT 3.5 und Languagetool.org unterstützt (siehe Anhang 19 #16&17). Diese halfen beim Kürzen von Sätzen und beim Beibehalten des ursprünglichen Schreibstils.

Vignette hoher Kommunikationsqualität mit Erläuterung der Aspekte hoher Kommunikationsqualität

Ihr Vorgesetzter Sigurd Nohr versammelt Sie und Ihr Team einen Tag nach Bekanntwerden der Fusion, um Sie über die anstehenden Veränderungen zu unterrichten.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Ich möchte Ihnen mitteilen, dass wir hinsichtlich eines Zusammenschlusses unseres Unternehmens vor Kurzem eine Entscheidung getroffen haben. Mit der Übernahme der Aktienmehrheit durch Global Insurance werden wir von nun an unsere Operationen unter dem Dach von Global Insurance fortsetzen. Die Hedef-Insurance verzeichnete als eines der traditionsreichsten Unternehmen des Sektors im Laufe der Jahre zahlreiche Erfolge. Aufgrund der veränderten Marktbedingungen und des zunehmenden Wettbewerbs in der Branche hatten wir jedoch in letzter Zeit mit finanziellen Schwierigkeiten zu kämpfen. Die daraus resultierende Beeinträchtigung unseres Tagesgeschäfts und der Rückgang unseres Marktanteils von 5,3 % auf 3 % haben unseren Zusammenschluss beschleunigt. *Dieser Schritt war unumgänglich, um unsere Position in der Branche zu sichern und die Interessen des Unternehmens, unserer Mitarbeitenden sowie unserer Kunden zu wahren.* (Discrepancy und personal Valence)

Mit der Global Insurance haben wir einen geeigneten Partner für die weitere Zusammenarbeit gefunden. Der Zusammenschluss mit einem wirtschaftlich starken Unternehmen gewährleistet die Zukunftssicherheit Ihrer Arbeitsplätze. In unserem Entscheidungsprozess haben wir mehrere Versicherungsunternehmen anhand von Machbarkeits- und Kosten-Nutzen-Analysen bewertet. Dabei hat sich die Global Insurance Co. durch ihre Strategie und ihren innovativen Ansatz hervorgetan. Global Insurance, ein seit 29 Jahren tätiges Unternehmen, ist in 8 Ländern Europas aktiv. Unabhängige Wirtschaftsprüfer bestätigten ihre hervorragenden Finanzen und sie ist Mitglied der weltweit bekannten Versicherungsinstitution Achilles. Daher wurde

Global Insurance als die beste Wahl für unser Unternehmen erachtet. (Appropriateness und Personal Valence) Diese Entscheidung wird sich äußerst positiv auf unser operatives Geschäft auswirken. Der Zusammenschluss wird unsere Dienstleistungsqualität, Glaubwürdigkeit sowie finanzielle Stabilität verbessern und unsere Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Auch die Erfahrung eines globalen Managementteams wird für uns von großem Vorteil sein. (Konkrete Informationen, Appropriateness)

Durch den Zusammenschluss bieten sich Ihnen exzellente Arbeitsbedingungen in einem expandierenden Unternehmen. Darüber hinaus arbeiten wir an einem objektiveren Leistungsbewertungssystem, genauer definierten Aufgabenbereichen und einem benutzerfreundlicheren ERP-Programm für Sie. Wir versichern Ihnen, dass es während dieses Prozesses keine Entlassungen geben wird. Auch Ihre Gehälter und Sozialleistungen werden nicht gekürzt. Als natürliche Folge des Zusammenschlusses zweier unterschiedlicher Unternehmen liegt jedoch ein arbeitsintensiver Prozess vor uns. (Personal Valence)

Sie alle verfügen über die notwendige Kompetenz und Erfahrung, um die Herausforderungen der Übergangsphase zu meistern. Ich bin überzeugt, dass Sie sich leicht an das neue System anpassen werden, wenn Sie bedacht und entschlossen arbeiten. (Efficiacy und Motivation) Um unsere Ziele zu erreichen, sind Ihre Unterstützung und Ihr Input von unermesslicher Bedeutung. Es ist uns ein Anliegen, dass Sie Teil dieses Wandels sind und ihn aktiv mitgestalten. (Partizipation) Das Management wird Ihnen durch das Angebot von Kommunikationsmaterialien und Schulungen die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen, um den Wandel erfolgreich zu gestalten. (Principal Support)

Ich bin davon überzeugt, dass der Zusammenschluss ein voller Erfolg sein wird und unserem Unternehmen eine glänzende Zukunft bevorsteht.

Lesbarkeit und inhaltliche Gestaltung des Textes

Der Text sollte anhand sprachlicher Gestaltungspunkte vergleichbar mit der Vignette niedriger Qualität sein. Daher wurden bestimmte Parameter ähnlich gehalten.

Ich-Botschaften: 3
Wir-Botschaften: 6
Lesbarkeitsindex: 30 (Berechnet auf https://www.fleschindex.de/berechnen/)

Gestaltung der Vignette niedriger Kommunikationsqualität

Bayraktar & Kabasakal (2022) erstellten keine Kommunikationsmaterialien, welche eine niedrige Ausprägung rationaler Kommunikation aufweisen, sondern lediglich Materialien der emotionalen Kommunikation. Konzeptionell kann diese jedoch nicht als Kommunikation niedriger Qualität betrachtet werden. Die Vignette niedriger Kommunikationsqualität musste daher neu konzipiert werden. Dabei war zu beachten, dass diese die gleiche Länge hat (Hillen et al., 2013), jedoch die genannten Aspekte hoher Kommunikationsqualität möglichst wenig erfüllt. Hierzu wurden Füllinformationen verwendet, die keinen inhaltlichen Beitrag zum Konstrukt liefern, jedoch eine ähnliche Textlänge ermöglichen (Hillen et al., 2013). Um sicherzustellen, dass die genutzten Füllinformationen tatsächlich keine Relevanz für das Urteil haben, wurde eine Gruppe von Studierenden befragt, welche Informationen für diese nach dem Lesen des Szenarios von Relevanz wären. Diese sind nachfolgend aufgelistet.

Wichtige Informationen für Personen, die das Szenario gelesen haben

- Was genau bedeutet das für mich als AN? Werden dann zb Meetings vermehrt auf englisch sein?
- Hat das Einfluss auf mein Gehalt bzw. meine Zuschüsse?
- Was bedeutet die Umstrukturierung für mich?
- Inwiefern wird meine Abteilung betroffen sein?
- Wie wird sich das auswirken?
- Ab wann ist die Fusion?
- Werde ich meinen Arbeitsplatz behalten?

- Was ändert sich konkret für mich in meiner Abteilung?
- wann wurde die Fusion kommuniziert (von Anfang an mitgenommen, oder vor den Kopf gestoßen)
- Wie wir’s der Change Prozess weiter begleitet?

Diese Aspekte sollten demnach möglichst nicht als Füllinformationen verwendet werden. Darüber hinaus waren auch die operationalisierten Aspekte zur Gestaltung hochqualitativer Change-Kommunikation möglichst nicht oder schlecht aufzugreifen (Hillen et al., 2013). Zudem sollten die Struktur des Textes und dessen Lesbarkeit möglichst identisch sein (Hillen et al., 2013), damit beide Texte mit ähnlichem motivationalen oder kognitiven Aufwand verarbeitet werden können. Zudem wurde die Meinung der Führungskraft im Wortlaut identisch an vergleichbaren Textstellen platziert, sodass sie auch für Personen mit niedrigem Verarbeitungsmotivation, welche den Text lediglich überfliegen, erkennbar bleiben. Damit sollte gewährleistet werden, dass Personen sowohl unter Sicherheit als auch unter Unsicherheit die Meinung des Kommunikators erfassen können.

Nach mehreren qualitativen Pre-Tests und Iterationen des Textes war davon auszugehen, dass der Text ein geringes Maß an hochqualitativen Informationen beinhaltet.

Auch bei der Formulierung dieses Textes unterstützten Chat GPT 3.5 und Languagetool.org (siehe Anhang 19 #16&17). Diese halfen dabei, den Text auf eine vergleichbare Länge mit der Vignette hoher Qualität zu bringen und einen konstanten Schreibstil beider Texte zu gewährleisten.

Vignette niedriger Kommunikationsqualität:

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Ich möchte Ihnen mitteilen, dass wir hinsichtlich eines Zusammenschlusses unseres Unternehmens vor Kurzem eine Entscheidung getroffen haben. Mit der Übernahme der Aktienmehrheit durch Global Insurance werden wir von nun an unsere Operationen unter dem Dach von Global Insurance fortsetzen.

Die Hedef-Insurance verzeichnete als eines der traditionsreichsten Unternehmen des Sektors im Laufe der Jahre zahlreiche Erfolge. Doch angesichts einer zunehmend bedrohlichen wirtschaftlichen Lage sahen wir uns gezwungen, Maßnahmen zur Gewährleistung unserer langfristigen Wettbewerbsfähigkeit zu erörtern. *Dieser Schritt war unumgänglich, um unsere Position in der Branche zu sichern.* Eine Aussage, welche strukturellen Änderungen unser Unternehmen in den kommenden Monaten erwarten, ist zu diesem Zeitpunkt nicht möglich. Gerne kann ich aber bereits einige Informationen über die Global Insurance mit Ihnen teilen.

Mit der Global Insurance haben wir einen geeigneten Partner für die weitere Zusammenarbeit gefunden. Die Global Insurance Co. wurde am 27. Mai 1995 von Joachim Riemann in München gegründet. Mit Niederlassungen in Istanbul, Stockholm, Lyon, Barcelona, Warschau, Prag und Innsbruck ist das Unternehmen in verschiedenen europäischen Großstädten präsent. Der Hauptsitz der Global Insurance befindet sich jedoch weiterhin in München. Die Geschäftsräume an der Arnulfstraße erstrecken sich über fünf Stockwerke und zeichnen sich durch modernste Technologie, großzügige Meetingräume und ein betriebsinternes Fitnessstudio aus. Die Räumlichkeiten wurden vor vier Jahren grundsaniert und verfügen nun über eine ausgezeichnete Energieeffizienz. Jedoch wird der Standort München für den Aufgabenbereich unseres Teams lediglich eine untergeordnete Rolle spielen.

Die Global Insurance ist zudem für ihren breit gefächerten Werbeauftritt bekannt. Die Werbestrategie des Unternehmens vereint erfolgreich traditionelle und digitale Werbeformate. Eine zentrale Komponente der Werbestrategie ist eine hohe Präsenz in den sozialen Netzwerken, gepaart mit originellen Werbekampagnen. Des Weiteren engagiert sich die Global Insurance aktiv im Sponsoring diverser Sportveranstaltungen zur Erschließung neuer Zielgruppen.
Wir arbeiten derzeit an der Entwicklung gemeinsamer HR-Instrumente und eines Vorgehens zur IT-Integration sowie an der Konzeption weiterer struktureller Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit. Verstehen Sie, dass erst anschließend die Rolle diskutiert wird, die Ihnen sowie Ihren Kolleginnen und

Kollegen bei der Umsetzung dieser Veränderung zukommt. Aufgrund der andauernden Gespräche können wir zum aktuellen Zeitpunkt leider keine endgültige Aussage treffen. Bitte sehen Sie daher vorerst von weiteren Nachfragen ab. Trotz der bestehenden Unsicherheiten bin ich zuversichtlich, dass wir uns an die veränderten Bedingungen anpassen werden. Als natürliche Folge des Zusammenschlusses zweier unterschiedlicher Unternehmen liegt jedoch ein arbeitsintensiver Prozess vor uns. Zeitnah sollten nähere Details über die Integration und deren Auswirkungen auf Ihren Arbeitsalltag verfügbar sein. Haben Sie bis dahin Geduld.

Ich bin davon überzeugt, dass der Zusammenschluss ein voller Erfolg sein wird und unserem Unternehmen eine glänzende Zukunft bevorsteht.

Lesbarkeit und inhaltliche Gestaltung

Ich-Botschaften: 4
Wir-Botschaften: 6
Lesbarkeitsindex: 30 (Berechnet auf https://www.fleschindex.de/berechnen/)

Konzeption der Attention Checks

Um ein aufmerksames Lesen des Textes sicherzustellen, wurden am Ende der Befragung Fragen zu den Vignetten gestellt. Da sich die beiden Kommunikationen inhaltlich unterschieden, wurde eine allgemeine und Szenario-spezifische Frage in die Attention Checks eingebaut. Die Antwortoptionen in Attention Check 1 wurden mithilfe von ChatGTP 3.5 generiert (siehe Anhang 19 #17).

Attention Check 1 – niedrige Kommunikationsqualität

Wie heißen die Unternehmen, die sich zusammenschließen?

- “Global Insurance” und “Hedef Insurance”

- „Fröhlich & Partner Versicherungen“ und „Versicherungsbüro Bayer-Lang“
- „Better Safe than Sorry“ und „ZenithGuard”

Attention Check 2- niedrige Kommunikationsqualität

Wo befindet sich der im Text beschriebene Firmenhauptsitz?

- München, Arnulfstraße
- New York, 51st Ave
- Paris, Rue Paul Bert

Attention Check 1 – hohe Kommunikationsqualität

Wie heißen die Unternehmen, die sich zusammenschließen?

- “Global Insurance” und “Hedef Insurance”
- „Fröhlich & Partner Versicherungen“ und „Versicherungsbüro Bayer-Lang“
- „Better Safe than Sorry“ und „ZenithGuard”

Attention Check 2 – *hohe Kommunikationsqualität*

Welche Vorteile ergeben sich für die Mitarbeitenden?

- Arbeitsplatzsicherheit, neues ERP-Programm und objektiveres Leistungsbewertungssystem
- Neue Büroausstattung, Renovierung der alten Räumlichkeiten und Bereitstellung von Jobrädern
- Kürzere Arbeitswege, betriebsinternes Fitnessstudio und Verkürzung der Wochenarbeitszeit

Anhang 9: Manipulationschecks der Hauptstudie

Beeinflussung der Vertrauenskondition durch die Vertrauensvignetten

Tabelle A9.1

Test auf Varianzhomogenität der Vertrauenskonditionen

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
       Df F value Pr(>F)
group   1  0.7659 0.3826
      199
```

Die Voraussetzungen zum t-Test sind gegeben, da Varianzhomogenität gegeben ist, $p > .05$ und die Normalverteilung aufgrund der Gruppengröße n > 30 angenommen werden kann.

Tabelle A9.2

Berechnung des t-Tests zum Vergleich der Vertrauenswerte der Vertrauenskonditionen

```
Two Sample t-test

data:  Vertr by VertrKond
t = -9.4341, df = 199, p-value < 2.2e-16
alternative hypothesis: true difference in means between group 1 and g
roup 2 is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -1.0187261 -0.6664789
sample estimates:
mean in group 1 mean in group 2
       2.472549        3.315152
```

Tabelle A9.3

Berechnung der Cohens-d Effektstärke zum Vergleich der Vertrauenswerte der Vertrauenskonditionen

```
Cohen's d

d estimate: -1.331015 (large)
95 percent confidence interval:
    lower     upper
-1.638487 -1.023542
```

Beeinflussung der Kommunikationsqualität durch die Kommunikationsvignetten

Tabelle A9.4

Test auf Varianzhomogenität der Kommunikationsqualitätskonditionen

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
       Df F value Pr(>F)
group   1  1.2807 0.2591
      197
```

Die Voraussetzungen zum t-Test sind gegeben, da Varianzhomogenität gegeben ist, $p > .05$ und die Normalverteilung aufgrund der Gruppengröße $n > 30$ angenommen werden kann.

Tabelle A9.5

Berechnung des t-Tests zum Vergleich der Kommunikationsqualitätswerte der Kommunikationsqualitätskonditionen

```
      Two Sample t-test

data:  KommQ by KommKond
t = -6.744, df = 197, p-value = 1.67e-10
alternative hypothesis: true difference in means between group 1 and g
roup 2 is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -1.1366124 -0.6222764
sample estimates:
mean in group 1 mean in group 2
       3.055556        3.935000
```

Tabelle A9.6

Berechnung der Cohens-d Effektstärke zum Vergleich der Kommunikationsqualitätswerte der Kommunikationsqualitätskonditionen

```
Cohen's d

d estimate: -0.9561472 (large)
95 percent confidence interval:
     lower      upper
-1.2512880 -0.6610063
```

Beeinflussung der Unsicherheit durch die Unsicherheitskondition

Tabelle A9.7

Test auf Varianzhomogenität der Unsicherheitskonditionen

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
       Df F value Pr(>F)
group   1  0.6678 0.4148
      199
```

Die Voraussetzungen zum t-Test sind gegeben, da Varianzhomogenität gegeben ist, $p > .05$ und die Normalverteilung aufgrund der Gruppengröße $n > 30$ angenommen werden kann.

Tabelle A9.8

Berechnung des t-Tests zum Vergleich der Unsicherheitswerte der Unsicherheitskonditionen

```
      Two Sample t-test

data:  Unsicherheit by UnsKond
t = -2.2548, df = 199, p-value = 0.02523
alternative hypothesis: true difference in means between group 1 and g
roup 2 is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -0.59180227 -0.03960237
sample estimates:
mean in group 1 mean in group 2
     -0.1602121       0.1554902
```

Tabelle A9.9

Berechnung der Cohens-d Effektstärke zum Vergleich der Unsicherheitswerte der Unsicherheitskonditionen

```
Cohen's d

d estimate: -0.3181186 (small)
95 percent confidence interval:
      lower       upper
-0.59808559 -0.03815171
```

Beeinflussung des PANAS durch Unsicherheitskondition

Tabelle A9.10

Test auf Varianzhomogenität der Unsicherheitskonditionen hinsichtlich der positiven PANAS-Werte

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
       Df F value Pr(>F)
group   1  0.0065 0.9359
      199
```

Die Voraussetzungen zum t-Test sind gegeben, da Varianzhomogenität gegeben ist, $p > .05$ und die Normalverteilung aufgrund der Gruppengröße $n > 30$ angenommen werden kann.

Tabelle A9.11

Berechnung des t-Tests zum Vergleich der positiven PANAS-Werte der Unsicherheitskonditionen

```
      Two Sample t-test

data:  Panas_Pos by UnsKond
t = 0.97964, df = 199, p-value = 0.3285
alternative hypothesis: true difference in means between group 1 and g
roup 2 is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -0.1077944  0.3206286
sample estimates:
mean in group 1 mean in group 2
       2.818182        2.711765
```

Tabelle A9.12

Berechnung der Cohens-d Effektstärke zum Vergleich der positiven PANAS-Werte der Unsicherheitskonditionen

```
Cohen's d

d estimate: 0.1382122 (negligible)
95 percent confidence interval:
     lower      upper
-0.1403329  0.4167573
```

Die Unsicherheitskonditionen unterscheiden sich nicht signifikant hinsichtlich der positiven PANAS-Werte, $p > .05$.

Tabelle A9.13

Test auf Varianzhomogenität der Unsicherheitskonditionen hinsichtlich der negativen PANAS-Werte

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
       Df F value   Pr(>F)
group   1  7.7693 0.005834 **
      197
---
Signif. codes:  0 ‘***’ 0.001 ‘**’ 0.01 ‘*’ 0.05 ‘.’ 0.1 ‘ ’ 1
```

Die Voraussetzungen zum t-Test sind teilweise gegeben. Der Levene Test auf Varianzhomogenität wird signifikant, $p > .05$. Daher wird von Varianzheterogenität ausgegangen und der Welch-korrigierte t-Test berechnet. Die Normalverteilung kann aufgrund der Gruppengröße $n > 30$ angenommen werden kann.

Tabelle A9.14

Berechnung des t-Tests zum Vergleich der negativen PANAS-Werte der Unsicherheitskonditionen

```
      Welch Two Sample t-test

data:  Panas_Neg by UnsKond
t = -2.204, df = 180.6, p-value = 0.02879
alternative hypothesis: true difference in means between group 1 and g
roup 2 is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -0.3955970 -0.0218611
sample estimates:
mean in group 1 mean in group 2
       1.506122        1.714851
```

Tabelle A9.15

Berechnung der Cohens-d Effektstärke zum Vergleich der negativen PANAS-Werte der Unsicherheitskonditionen

```
Cohen's d

d estimate: -0.3109549 (small)
95 percent confidence interval:
      lower       upper
-0.59226505 -0.02964478
```

Der t-Test wird signifikant, $p < .05$. Es gibt demnach einen signifikanten Unterschied beider Unsicherheitskonditionen hinsichtlich ihrer negativen PANAS-Werte. Dabei die Unsicherheitskondition (group 2) signifikant höhere Werte als die Sicherheitskondition.

Unterschied der Leichtigkeit der Bearbeitung zwischen hohen und niedrigen Qualitäts- bzw. Vertrauenskonditionen

Tabelle A9.16

Test auf Varianzhomogenität der Verständlichkeit der Kommunikationsqualitätsvignette und der Vertrauensvignette

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
       Df F value Pr(>F)
group   1  0.1137 0.7362
      400
```

Die Voraussetzungen zum t-Test sind gegeben, da Varianzhomogenität gegeben ist, $p > .05$ und die Normalverteilung aufgrund der Gruppengröße $n > 30$ angenommen werden kann. Es werden zwei Werte derselben Person verglichen. Da keine Unabhängigkeit der Werte anzunehmen ist, wird ein gepaarter t-Test berechnet.

Tabelle A9.17

Berechnung des gepaarten t-Tests zum Vergleich der Verständlichkeit der Kommunikationsqualitätsvignette und der Vertrauensvignette

```
      Paired t-test

data:  Export_MT_1$Verstandlichkeit_Rede and Export_MT_1$Verstandlichk
eit_Vertrauen
t = -5.5585, df = 200, p-value = 8.629e-08
alternative hypothesis: true mean difference is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -0.5526865 -0.2632339
sample estimates:
mean difference
     -0.4079602
```

Tabelle A9.18

Mittelwerte der Verständlichkeit der Kommunikationsqualitätsvignette und der Vertrauensvignette

```
  M_Leichtigkeit_KQ M_Leichtigkeit_V
1          4.328358         3.920398
```

Tabelle A9.19

Berechnung der Cohens-d Effektstärke zum Vergleich der Verständlichkeit der Kommunikationsqualitätsvignette und der Vertrauensvignette

```
Cohen's d

d estimate: -0.4587183 (small)
95 percent confidence interval:
     lower      upper
-0.6292788 -0.2881578
```

Die Verständlichkeit der Vertrauensvignette wird signifikant höher bewertet $t(200) = -5.559$, $p < .001$, $M_{Rede} = 3.920$, $M_{Vertrauen} = 4.328$, $d = -.459$.

Anhang 10: Demografische Daten der Hauptstudie

Tabelle A10.1
Verteilung des Alters

Min	19
Max	62
Mittelwert	27.72
SD	7.12

Tabelle A10.2
Verteilung der weiteren soziodemografischen Daten

Beschäftigung	
Hauptberuflich erwerbstätig, Vollzeit	44
Hauptberuflich erwerbstätig, Teilzeit	33
Schüler/-in, Student/-in, Auszubildende/-r	120
Altersrente, Pensionär/-in	0
Dauerhaft erwerbsunfähig	0
Hausarbeit, Betreuung von Kindern oder anderen Personen (Hausfrau / Hausmann)	0
Zurzeit arbeitslos / auf Arbeitssuche	1
Freiwilliger Wehrdienst, Bundesfreiwilligendienst, FSJ, FÖJ	1
Aus anderen Gründen aktuell nicht (hauptberuflich) erwerbstätig	1
Bildungsabschluss	
Lehre / Berufsausbildung	12
Fachschulabschluss	22
Bachelor	120
Master	27
Diplom	2
Promotion	4
Kein beruflicher Bildungsabschluss	6
Anderer Abschluss	8
Geschlecht	
Männlich	67 (33,33%)
Weiblich	133 (66,17)%
Divers	1 (0,50%)
Rekrutierungskanal	
Mailverteiler der HFT Stuttgart	24
SurveyCircle	152
Soziale Medien (LinkedIn, Instagram, etc.)	9
Weiterleitung durch Bekannte	14
Andere Kanäle	2

Tabelle A10.3

χ²-Test auf Gleichverteilung der Geschlechter

```
Pearson's Chi-squared test

data:  Export_MT_1$Gruppe and Export_MT_1$Geschlecht
X-squared = 13.475, df = 14, p-value = 0.4895
```

Die Gruppen unterscheiden sich nicht signifikant hinsichtlich ihres Geschlechts.

Tabelle A10.4

χ²-Test auf Gleichverteilung des Bildungsabschlusses

```
Pearson's Chi-squared test

data:  Export_MT_1$Gruppe and Export_MT_1$Bildungsabschluss
X-squared = 41.718, df = 49, p-value = 0.7603
```

Die Gruppen unterscheiden sich nicht signifikant hinsichtlich ihres Bildungsabschlusses, $\chi^2(49) = 41.718$, $p = .760$.

Tabelle A10.5

χ²-Test auf Gleichverteilung des Rekrutierungskanals

```
Pearson's Chi-squared test

data:  Export_MT_1$Gruppe and Export_MT_1$Rekrutierungskanal
X-squared = 23.649, df = 28, p-value = 0.6999
```

Die Gruppen unterscheiden sich nicht signifikant hinsichtlich ihres Rekrutierungskanals, $\chi^2(49) = 23.649$, $p = .700$.

Tabelle A10.6

ANOVA zum Test der Auswirkung der Gruppe auf das Alter

```
                     Df Sum Sq Mean Sq F value Pr(>F)
Export_MT_1$Gruppe    7  30812    4402   1.058  0.392
Residuals           191 794589    4160
2 Beobachtungen als fehlend gelöscht
```

Die Gruppen unterscheiden sich nicht signifikant hinsichtlich ihres Alters, $f(191) = 1.058$, $p = .392$.

Alle Tests auf Abhängigkeit der demografischen Variablen und der Versuchskondition sind nicht signifikant ($p > .05$). Damit ist davon auszugehen, dass es keine beobachtbare Heterogenität der Gruppen hinsichtlich der demografischen Daten gibt.

Anhang 11: Berechnung des Gesamtmodells (Schritt 4)

Tabelle A11.1

Abkürzungen der latenten Variablen

E-HOC	Hierarchische Komponenten der Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_A	Affektive Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_B	Behaviorale Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_K	Kognitive Einstellung gegenüber der Veränderung
U	Unsicherheit infolge der Verarbeitung
UK	Unsicherheitskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
KK	Kommunikationsqualitätskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
VK	Vertrauenskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)

Prüfung des Standardmodells - Datenüberprüfung

Dabei wurden die Kriterien nach Hair et al. (2017b) überprüft. Es wurde analysiert, ob es Fälle mit vielen fehlenden Werten gibt oder inkonsistente Antwortmuster bzw. nicht normalverteilte Daten vorliegen.

Fehlende Werte

Es lagen keine fehlenden Werte auf den abhängigen Variablen vor.

Inkonsistente Antwortmuster

- Es wurde eine visuelle Überprüfung auf Straightlining aller Fälle durchgeführt, die eine kürzere Bearbeitungszeit als 7 Minuten hatten. Es wurden keine auffälligen Daten identifiziert.
- Alle Personen, die alle Attention Checks falsch beantwortet haben, wurden entsprechend a priori festgelegten Kriterien ausgeschlossen (siehe Anhang 5).

Normalverteilte Daten

Tabelle A11.2

Schiefe der Daten

Skewness							
VE_A_1	VE_A_2	VE_A_3	VE_K_1	VE_K_2	VE_K_3	VE_B_1	VE_B_2
.21	-.08	-.18	-.09	-.22	.14	-.94	.00
VE_B_3	U_1	U_2	U_3	U_4	U_5	U_6	U_7
-.44	.33	-.23	-.14	-.05	-.29	-.21	-.31

Die Schiefe für alle Items liegt unter dem Grenzwert von 1 (Hair et al., 2017b).

Tabelle A11.3

Kurtosis der Daten

Kurtosis							
VE_A_1	VE_A_2	VE_A_3	VE_K_1	VE_K_2	VE_K_3	VE_B_1	VE_B_2
-1.13	-.89	-1.09	-.75	-.63	-.42	.02	-1.11
VE_B_3	U_1	U_2	U_3	U_4	U_5	U_6	U_7
-.95	-.98	-1.03	-1.02	-1.09	-1.16	-1.16	-.95

Einige Werte haben eine erhöhte Kurtosis über dem Grenzwert von 1 (Hair et al., 2017b).

Insgesamt konnte der Analyse eine akzeptable Datenstruktur zugrunde gelegt werden.

Prüfung des Standardmodells - Definition und Berechnung des Pfadmodells

Daraufhin konnte der PLS-Algorithmus berechnet werden und weitere Voraussetzungen der Messmodelle überprüft werden. Nachfolgend sind die

gewählten Einstellungen des Algorithmus sowie des Bootstrappings dargestellt. Darüber hinaus zeigt Abbildung A11.1 das spezifizierte Modell.

Einstellungen des PLS-Algorithmus und des Bootstrappings

Entsprechend der Empfehlungen von Hair et al. (2017) wurden folgende Parameter für den PLS-Algorithmus gewählt:

- Weighting Scheme: Path
- Type of results: Standardized
- Initial weight: Default
- Missing values: Mean replacement
- Weighting vector: none

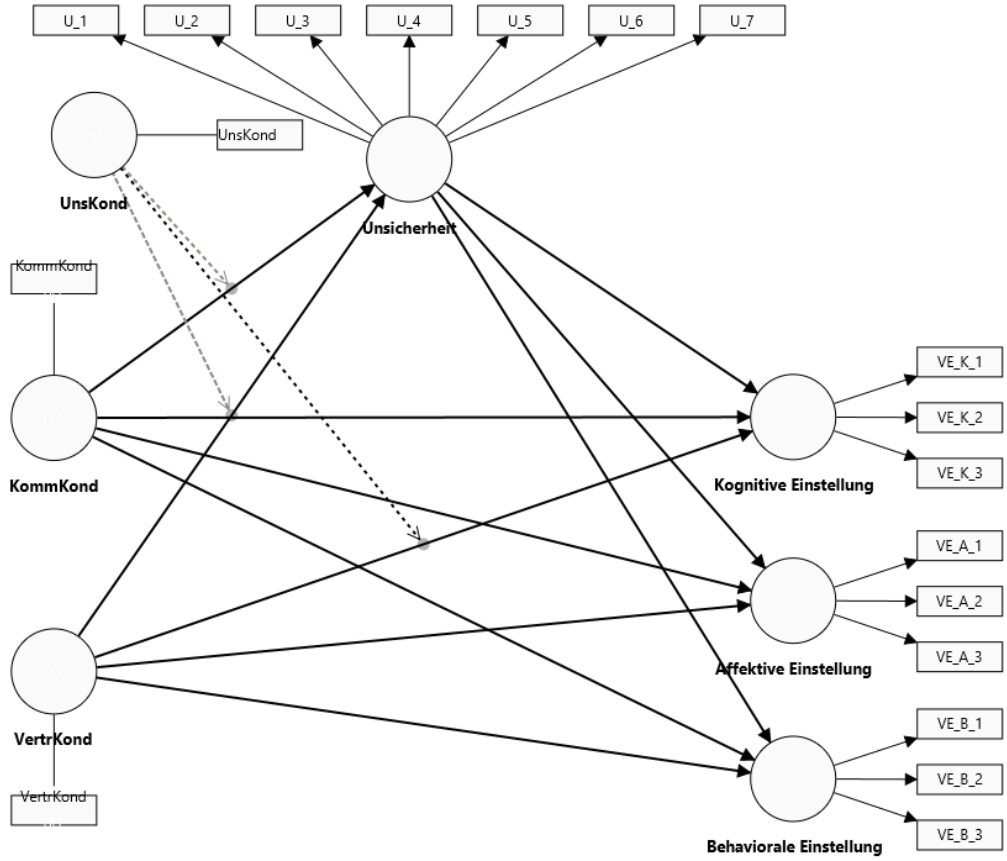
Für alle Bootstrapping Analysen wurden folgende Parameter gewählt:

- Subsamples: 5000
- Do parallel processing: False
- Amount of results: Complete (slower)
- Save results per sample: True
- Confidence interval method: Bias-corrected and accelerated bootstrap (BCa)
- Test type: Two tailed
- Significance level: .05
- Random number generator: Fixed Seed

Diese Einstellungen wurden auch für alle folgenden Analysen gewählt.

Abbildung A11.1

Eingänglich spezifiziertes Modell



Prüfung des Standardmodells - Bewertung der reflektiven Messmodelle

Die Messmodelle der latenten Variablen sind in reflektive und formative Spezifizierungen einzuteilen (Hair et al. 2017a). Bei reflektiven Messung sind Items untereinander austauschbar und als Folgen des Konstrukts zu verstehen, bei formativen Messmodellen repräsentieren die Items eine Facette des Konstrukts, welche nicht durch eine andere Facette zu ersetzen ist (Hair et al. 2017a). Da die Items der persönlichen Unsicherheitsskala teils semantisch deckungsgleich sind (siehe Anhang 8), war von einer reflektiven Spezifizierung auszugehen. Die Modellspezifikation der affektiven, kognitiven und behavioralen Veränderungseinstellung ist nicht klar definiert. Üblicherweise ist in den Sozialwissenschaften von einer reflektiven Spezifizierung auszugehen (Hair et al. 2017b). Auch der Dokumentation zur Konstruktion der englischen Originalskala nach Oreg (2006) ist keine formative Spezifikation zu entnehmen. Daher war auch hier von einer reflektiven Spezifikation auszugehen. Die anderen Konstrukte bzw. die Versuchskonditionen lagen als Single Items vor und

sind damit nicht in reflektiv oder formativ einzuteilen (Hair et al., 2017b). Für die Prüfung von Single Items schlagen Hair et al., (2017c) eine Bewertung der Kriteriumsvalidität vor. Dabei zeigten die Manipulationschecks bereits, dass die Versuchskonditionen die Zielkonstrukte valide manipulieren (Anhang 9). Die reflektiven Skalen wurden anschließend entsprechend nach Hair et al. (2017c, d) anhand der Reliabilitäten, der Faktorladungen und der Diskriminanzvalidität überprüft.

Prüfung der Cronbachs-Alpha- und Composite-Reliabilität

Tabelle A11.1

Reliabilitäten der Konstrukte

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
VE_A	0.856	0.858	0.912	0.776
VE_B	0.605	0.656	0.785	0.554
VE_K	0.815	0.823	0.890	0.729
U	0.952	0.962	0.962	0.783

Die Werte für die behaviorale Einstellung unterschreiten die Grenzwerte für nicht-explorative Studien von Hair et al. (2017c), sind aber im Kontext dieser Studie noch als akzeptabel zu beurteilen. Die Unsicherheit weist sehr hohe Reliabilitäten über dem Grenzwert von .95 (Hair et al., 2017c) hin. Dies ist ein Hinweis auf die Redundanz einzelner Items (Hair et al., 2017c). Zur Identifikation der Redundanzen ist im Folgenden eine Korrelationsmatrix der Items dargestellt.

Tabelle A11.2

Korrelationsmatrix der Items

	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7
U1	1.00						
U2	.53	1.00					
U3	.59	.80	1.00				
U4	.62	.81	.84	1.00			
U5	.53	.80	.77	.79	1.00		
U6	.55	.77	.79	.84	.85	1.00	
U7	.54	.78	.79	.78	.86	.85	1.00

Die höchsten Interkorrelationen bestehen zwischen Items 3 & 4 sowie 5, 6 & 7. Insbesondere Items 3 & 4 sowie 6 & 7 sind sich semantisch sehr ähnlich (siehe Anhang 8).

Somit sollte jeweils eins der Items entfernt werden. Es wurde die Kombination an Items gewählt, welche die Reliabilitäten am stärksten senken kann (siehe Tabelle A11.6). Dies traf auf die Kombination U4 & U7 zu, weshalb diese aus der Analyse entfernt wurden. Hair et al. (2017a) empfehlen die Verwendung von mindestens 4 Items, weshalb die weitere Reduktion der Items nicht als sinnvoll erachtet wurde. Auch hätte eine weitere Reduktion die Gefahr erhöht, die Validität der Messung zu verringern.

Tabelle A11.6

Reliabilitäten verschiedener Itemkombinationen

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Entfernung von U3 & U6	.924	.942	.943
Entfernung von U3 & U7	.925	.942	.945
Entfernung von U4 & U6	.922	.940	.942
Entfernung von U4 & U7	.922	.937	.942

Erneute Prüfung der Cronbachs-Alpha und Composite-Reliabilitäten

Tabelle A11.7

Reliabilitäten der Konstrukte

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
VE_A	0.856	0.860	0.912	0.776
VE_B	0.605	0.651	0.786	0.555
VE_K	0.815	0.824	0.890	0.729
U	0.922	0.937	0.942	0.767

Die Reliabilitäten der Skalen waren nun akzeptabel, womit die Skalen als Messmodelle für die weiteren Analysen zu nutzen waren. Darüber hinaus war für alle Konstrukten mit AVE-Werten > .5 eine ausreichende Konvergenzvalidität nachzuweisen (Hair et al., 2017c).

Prüfung der Faktorladungen zur Ermittlung der Konvergenzvalidität auf Indikatorebene

Tabelle A11.8

Faktorladungen auf Indikatorebene

	VE_A	VE_B	VE_K	KK	UK	U	VK	UK x KK	UK x VK
KK				1.000					
U_1						0.704			
U_2						0.901			
U_3						0.913			
U_5						0.920			
U_6						0.919			
UK					1.000				
VE_A_1	0.881								
VE_A_2	0.881								
VE_A_3	0.881								
VE_B_1		0.796							
VE_B_2		0.822							
VE_B_3		0.596							
VE_K_1			0.832						
VE_K_2			0.874						
VE_K_3			0.856						
VK							1.000		
UK x VK									1.000
UK x KK								1.000	

Laut Hair et al. (2017c) sollten Faktorladungen größer als .708 sein. Items mit Ladungen zwischen .4 und .7 sollten jedoch nur ausgeschlossen werden, sofern dadurch die Grenzwerte der Reliabilitäten oder der AVE erreicht werden können. Ein Ausschluss des schwach ladenden (.576) Indikators VE_B_3 führte zu keiner Verbesserung der Reliabilitäten, weshalb dieser beibehalten wurde.

Überprüfung der Diskriminanzvalidität

Die Diskriminanzvalidität kann laut Hair et al. (2017c) über die Kreuzladungen, das Fornell-Lacker-Kriterium und das Heterotrait-Monotrait-Verhältnis geprüft werden.

Tabelle A11.9

Kreuzladungen

	VE_A	VE_B	VE_K	KK	UK	U	VK	UK x KK	UK x VK
KK	0.276	0.258	0.292	1.000	0.005	-0.373	-0.005	0.586	0.003
U_1	-0.387	-0.447	-0.348	-0.253	0.111	0.704	-0.143	-0.162	-0.025
U_2	-0.577	-0.469	-0.484	-0.321	0.110	0.901	-0.267	-0.174	-0.062
U_3	-0.629	-0.542	-0.530	-0.304	0.157	0.913	-0.329	-0.126	-0.052
U_5	-0.619	-0.551	-0.521	-0.347	0.148	0.920	-0.374	-0.168	-0.094
U_6	-0.584	-0.547	-0.512	-0.398	0.158	0.919	-0.254	-0.223	-0.043
UK	-0.079	0.019	-0.139	0.005	1.000	0.158	-0.005	0.574	0.567
VE_A_1	0.881	0.681	0.580	0.210	-0.140	-0.608	0.258	0.140	-0.022
VE_A_2	0.881	0.638	0.706	0.263	-0.035	-0.574	0.317	0.197	0.104
VE_A_3	0.881	0.656	0.684	0.259	-0.027	-0.523	0.195	0.167	0.035
VE_B_1	0.470	0.796	0.430	0.203	0.143	-0.385	0.367	0.236	0.254
VE_B_2	0.807	0.822	0.690	0.238	-0.129	-0.578	0.297	0.156	0.004
VE_B_3	0.281	0.596	0.231	0.110	0.081	-0.294	0.131	0.134	0.121
VE_K_1	0.583	0.512	0.832	0.266	-0.119	-0.384	0.263	0.079	0.038
VE_K_2	0.704	0.639	0.874	0.270	-0.092	-0.511	0.309	0.134	0.106
VE_K_3	0.610	0.507	0.856	0.217	-0.145	-0.507	0.322	0.148	0.075
VK	0.294	0.373	0.351	-0.005	-0.005	-0.321	1.000	-0.003	0.584
UK x VK	0.044	0.156	0.088	0.003	0.567	-0.065	0.584	0.326	1.000
UK x KK	0.190	0.235	0.144	0.586	0.574	-0.193	-0.003	1.000	0.326

Alle Items sollten die höchsten Ladungen auf das Konstrukt haben, welchem sie zugeordnet sind (Hair et al., 2017c). Dies ist für alle Items zutreffend.

Tabelle A11.10

Fornell-Lacker-Kriterium

	AE	BE	KE	KK	UK	U	VK
VE_A	0.881						
VE_B	0.748	0.745					
VE_K	0.743	0.649	0.854				
KK	0.276	0.258	0.292	1.000			
UK	-0.079	0.019	-0.139	0.005	1.000		
U	-0.647	-0.585	-0.553	-0.373	0.158	0.876	
VK	0.294	0.373	0.351	-0.005	-0.005	-0.321	1.000

Für ausreichende Diskriminanzvalidität muss der Wert in der Diagonalen höher sein als die in der Spalte darunter liegenden Werte sowie in der Zeile links davon liegenden Werte (Hair et al., 2017c). Dies ist für alle Konstrukte der Fall.

Tabelle A11.11

Heterotrait-Monotrait-Verhältnis

	AE	BE	KE	KK	UK	U	VK	UK x KK	UK x VK
VE_A									
VE_B	0.964								
VE_K	0.888	0.853							
KK	0.300	0.316	0.325						
UK	0.082	0.203	0.154	0.005					
U	0.719	0.752	0.626	0.387	0.163				
VK	0.315	0.456	0.386	0.005	0.005	0.326			
UK x KK	0.206	0.301	0.156	0.586	0.574	0.203	0.003		
UK x VK	0.066	0.217	0.094	0.003	0.567	0.066	0.584	0.326	

Das Hauptkriterium zur Identifikation der Diskriminanzvalidität sollte jedoch das Heterotrait-Monotrait-Verhältnis sein (Hair et al., 2017c). Für ausreichende Diskriminanzvalidität müssen die Konstrukte HTMT-Verhältnisse von <.9 haben und das gebootstrappte Konfidenzintervall der HTMT-Verhältnisse darf 1 nicht einschließen (Hair et al., 2017c). Die behaviorale und affektive Einstellung überschreiten den Grenzwert von .9 deutlich.

Tabelle A11.12

Gebootstrappte Konfidenzintervalle der HTMT-Verhältnisse

	Original sample (O)	Sample mean (M)	2.5%	97.5%
VE_B <-> VE_A	0.964	0.970	0.859	1.087
VE_K <-> VE_A	0.888	0.888	0.802	0.963
VE_K <-> VE_B	0.853	0.858	0.749	0.965
KK <-> VE_A	0.300	0.301	0.156	0.438
KK <-> VE_B	0.316	0.320	0.158	0.488
KK <-> VE_K	0.325	0.327	0.177	0.468
UK <-> VE_A	0.082	0.107	0.036	0.227
UK <-> VE_B	0.203	0.211	0.105	0.339
UK <-> VE_K	0.154	0.157	0.039	0.295
UK <-> KK	0.005	0.057	0.003	0.163
U <-> VE_A	0.719	0.719	0.618	0.811
U <-> VE_B	0.752	0.755	0.626	0.878
U <-> VE_K	0.626	0.628	0.505	0.739
U <-> KK	0.387	0.388	0.261	0.508
U <-> UK	0.163	0.164	0.042	0.296
VK <-> VE_A	0.315	0.315	0.178	0.446
VK <-> VE_B	0.456	0.460	0.304	0.619
VK <-> VE_K	0.386	0.387	0.252	0.513
VK <-> KK	0.005	0.058	0.003	0.164
VK <-> UK	0.005	0.057	0.003	0.155
VK <-> U	0.326	0.327	0.193	0.457

Auch das Bias-Accelerated-Bootstrapping (5000 Subsamples) zeigt, dass das Konfidenzintervall von affektiver und behavioraler Einstellung den Wert von 1 einschließt und keine ausreichende Diskriminanzvalidität besteht. Das bedeutet, dass die Einstellungsdimensionen statistisch nicht hinlänglich voneinander abzugrenzen sind (Hair et al., 2017c). Hair et al. (2017c) empfehlen gerade bei sehr ähnlichen Konstrukten die Zusammenfassung zu einem Gesamtfaktor im Rahmen eines hierarchischen Komponentenmodells. Da beides Unterdimensionen des Einstellungskonstrukts darstellen (Piderit, 2000), wurden sie als Komponenten niedriger Ordnung unter einem globalen Einstellungskonstrukt höherer Ordnung zusammengefasst. Da auch die kognitive Einstellung im Vergleich zu beiden Konstrukten eine niedrige Diskriminanzvalidität zeigt und die Betrachtung eines kompletten Einstellungsfaktors theoretisch schlüssiger erschien, wurde auch die kognitive Einstellung als Komponente niedriger Ordnung der globalen Einstellungskomponente zugeordnet.

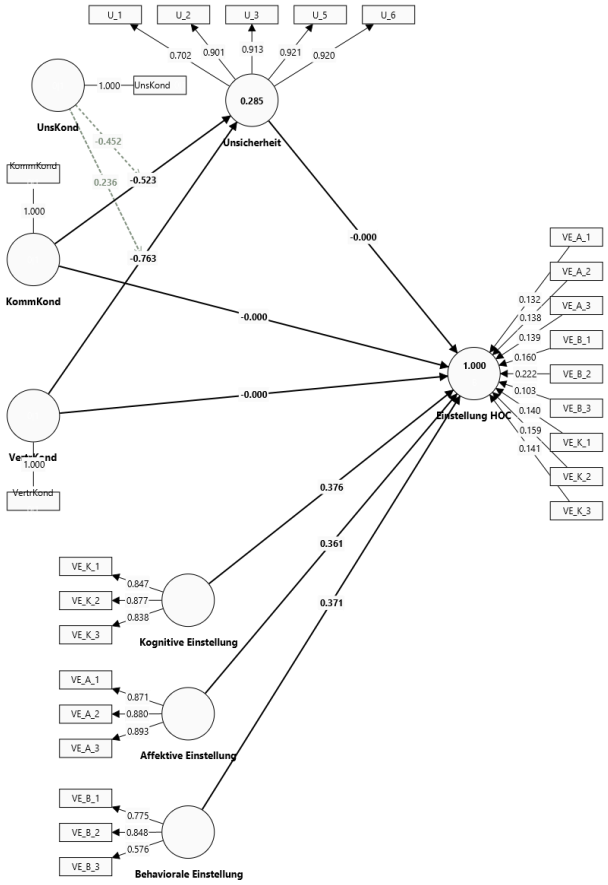
Hierzu empfehlen Hair et al. (2017f) für endogene latente Variablen eine Kombination des Verfahrens des Wiedereinsatzes und der zweistufigen hierarchischen-Komponenten-Analyse. In der ersten Stufe wurden die Messmodelle für die Komponenten niedriger Ordnung und den Gesamtfaktor spezifiziert. Hierzu wurde ein Modell erstellt, welches die Komponenten niedriger Ordnung und die Komponente höherer Ordnung inkludierte. Dazu wurden den Komponenten niedriger Ordnung deren jeweilige Items zugewiesen. Zudem wurde ein Gesamtfaktor gebildet, welcher alle Items der Komponenten niedriger Ordnung enthielt (Hair et al., 2017f). Dabei wurden Wirkungsbeziehungen von den Konstrukten niedriger Ordnung auf das Konstrukt höherer Ordnung eingezeichnet. Diese Modellspezifikationen wurden im Kontext des Gesamtmodells dargestellt, in welchem sie berechnet wurden (Hair et al., 2017f).

Zur Berechnung des hierarchischen Komponentenmodells galt es, die neu gebildeten Messmodelle der Komponenten zu spezifizieren (Hair et al., 2017f). Die Messmodelle der Einstellungskonstrukte niedriger Ordnung waren als reflektiv zu bewerten. Die Einstellungskomponente höherer Ordnung wurde durch die einzelnen Einstellungsdimensionen abgebildet. Diese Dimensionen sind nicht untereinander austauschbar (Piderit, 200). Daher war von einer formativen Spezifikation auszugehen (Hair et al., 2017b). Daraus ergab sich eine reflektiv-formative-Spezifikation des Komponentenmodells. Becker et al. (2012) zeigten dabei, dass die formative Spezifikation der Komponente höherer Ordnung und die Nutzung des Gewichtungsschemas B die genauesten Lösungen hervorruft. Dementsprechend wurde das Modell in SmartPLS modelliert. Die Spezifikation der Messmodelle und des Strukturmodells des Wiedereinsatzverfahrens im ersten Schritt ist in Abbildung 11.2 dargestellt.

Die Berechnung des zweistufigen Verfahrens erforderte jedoch die erneute Prüfung der Messmodelle der Komponenten niedriger Ordnung und der Komponente höherer Ordnung (Becker et al., 2012). Diese wird nachfolgend dokumentiert.

Abbildung A11.2

Spezifikation der Mess- und Pfadmodelle im ersten Schritt unter Verwendung des Wiedereinsatzverfahrens



Prüfung des hierarchischen Modells: Schritt 1 - Prüfung der reflektiv spezifizierten Messmodells der Faktoren erster Ordnung (affektive, behaviorale und kognitive Veränderungseinstellung)

Die Messmodelle der reflektiven Komponenten niedriger Ordnung wurden erneut anhand der Kriterien von Hair et al. (2017c) geprüft.

Tabelle A11.15

Reliablitäten der Konstrukte

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
VE_A	0.856	0.857	0.913	0.777
VE_B	0.605	0.678	0.782	0.551
VE_K	0.815	0.820	0.890	0.730
U	0.922	0.938	0.942	0.767

Tabelle A11.16

Heterotrait-Monotrait-Verhältnis

	VE_A	VE_B	VE_K	KK	UK	U	VK	UK x KK	UK x VK
VE_A									
VE_B	0.964								
VE_K	0.888	0.853							
KK	0.300	0.316	0.325						
UK	0.082	0.203	0.154	0.005					
Unsicherheit	0.719	0.752	0.626	0.387	0.163				
VK	0.315	0.456	0.386	0.005	0.005	0.326			
UK x KK	0.206	0.301	0.156	0.586	0.574	0.203	0.003		
UK x VK	0.066	0.217	0.094	0.003	0.567	0.066	0.584	0.326	

Tabelle A11.17

Gebootstrapptes Heterotrait-Monotrait-Verhältnis (BCa, 5000 Subsamples)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	2.5%	97.5%
VE_B <-> VE_A	0.964	0.970	0.859	1.087
VE_K <-> VE_A	0.888	0.888	0.802	0.963
VE_K <-> VE_B	0.853	0.858	0.749	0.965
KK <-> VE_A	0.300	0.301	0.156	0.438
KK <-> VE_B	0.316	0.320	0.158	0.488
KK <-> VE_K	0.325	0.327	0.177	0.468
UK <-> VE_A	0.082	0.107	0.036	0.227
UK <-> VE_B	0.203	0.211	0.105	0.339
UK <-> VE_K	0.154	0.157	0.039	0.295
UK <-> KK	0.005	0.057	0.003	0.163
U <-> VE_A	0.719	0.719	0.618	0.811
U <-> VE_B	0.752	0.755	0.626	0.878
U <-> VE_K	0.626	0.628	0.505	0.739
U <-> KK	0.387	0.388	0.261	0.508
U <-> UK	0.163	0.164	0.042	0.296
VK <-> VE_A	0.315	0.315	0.178	0.446
VK <-> VE_B	0.456	0.460	0.304	0.619
VK <-> VE_K	0.386	0.387	0.252	0.513
VK <-> KK	0.005	0.058	0.003	0.164
VK <-> UK	0.005	0.057	0.003	0.155
VK <-> U	0.326	0.327	0.193	0.457

Tabelle A11.18

Faktorladungen auf Indikatorebene

	AE	BE	E-HOC	KE	KK	UK	U	VK	UK x KK	UK x VK
KK					1.000					
U_1							0.702			
U_2							0.901			
U_3							0.913			
U_5							0.921			
U_6							0.920			
UK						1.000				
VE_A_1			0.790							
VE_A_1_HOC	0.871									
VE_A_2			0.823							
VE_A_2_HOC	0.880									
VE_A_3			0.829							
VE_A_3_HOC	0.893									
VE_B_1			0.621							
VE_B_1_HOC		0.775								
VE_B_2			0.864							
VE_B_2_HOC		0.848								
VE_B_3			0.400							
VE_B_3_HOC		0.576								
VE_K_1			0.723							
VE_K_1_HOC				0.847						
VE_K_2			0.825							
VE_K_2_HOC				0.877						
VE_K_3			0.728							
VE_K_3_HOC				0.838						
VK								1.000		
UK x VK									1.000	
UK x KK								1.000		

Die Ergebnisse der Analysen sind nahezu identisch der eingänglichen Prüfung der Konstrukte. Weiterhin ist die Reliabilität (Alpha = .605, Composite Reliabilität = .678) der behavioralen Einstellung mangelhaft, kann aber nach Hair et al. (2017c) noch als akzeptabel angenommen werden. Auch ist keine Diskriminanzvalidität zwischen affektiver und behavioraler Einstellung gegeben (Gebootstrapptes Konfidenzintervall beinhaltet 1). Dem sollte jedoch mit der Berechnung des hierarchischen Komponentenmodell begegnet werden.

Prüfung des Modells: Schritt 2 - Prüfung des formativ spezifizierten Messmodells des Faktors höherer Ordnung

Zur Messung formativer Messmodelle sind laut Hair et al. (2017d) die Konvergenzvalidität, die Kollinearität der Indikatoren und die Signifikanz der Indikatoren zu prüfen.

Konvergenzvalidität

Für ausreichende Konvergenzvalidität muss das Konstrukt eine hohe Korrelation mit einer alternativen Messmethode aufweisen (Hair et al., 2017d). Da die Notwendigkeit zur Berechnung einer hierarchischen-Komponenten-Analyse nicht antizipiert wurde, wurde diese nicht in die Studie inkludiert. Eine Überprüfung dieser Voraussetzung war daher nicht möglich.

Kollinearität der Indiaktoren

Die Indikatoren sollten VIF-Werte < 5 aufweisen (Hair et al., 2017d). Bei einer Betrachtung der Statistiken ist dies der Fall.

Tabelle A11.13
Kollinearität der Indikatoren

	VIF
KK	1.000
U_1	1.598
U_2	3.723
U_3	3.786
U_5	4.593
U_6	4.429
UK	1.000
VE_A_1_HOC	2.745
VE_A_1	2.059
VE_A_2_HOC	2.593
VE_A_2	2.104
VE_A_3_HOC	2.840
VE_A_3	2.272
VE_B_1_HOC	1.474
VE_B_1	1.305
VE_B_2_HOC	3.242
VE_B_2	1.232
VE_B_3_HOC	1.207
VE_B_3	1.153
VE_K_1_HOC	1.963
VE_K_1	1.807
VE_K_2_HOC	2.547
VE_K_2	1.892
VE_K_3_HOC	1.964
VE_K_3	1.727
VK	1.000
UK x KK	1.000
UK x VK	1.000
KK	1.000

Relevante und signifikante Indikatoren

Alle Indikatorgewichte sollten signifikant sein (Hair et al., 2017d). Dies ist mit Blick auf die gebootstrappten Gewichte ebenfalls der Fall. Damit ist die Eignung des Messmodells der formativen Komponente höherer Ordnung anzunehmen.

Tabelle A11.14

Indikatorgewichte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK <- KK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a
U_1 <- U	0.166	0.166	0.018	9.368	0.000
U_2 <- U	0.222	0.222	0.012	17.842	0.000
U_3 <- U	0.245	0.246	0.012	20.270	0.000
U_5 <- U	0.255	0.255	0.011	22.568	0.000
U_6 <- U	0.244	0.244	0.011	22.685	0.000
UK <- UK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a
VE_A_1_HOC -> E-HOC	0.132	0.133	0.005	25.734	0.000
VE_A_1 <- VE_A	0.367	0.367	0.010	35.924	0.000
VE_A_2_HOC -> E-HOC	0.138	0.138	0.005	25.823	0.000
VE_A_2 <- VE_A	0.383	0.382	0.010	37.174	0.000
VE_A_3_HOC -> E-HOC	0.139	0.139	0.006	25.084	0.000
VE_A_3 <- VE_A	0.385	0.385	0.012	32.952	0.000
VE_B_1_HOC -> E-HOC	0.160	0.159	0.009	18.573	0.000
VE_B_1 <- VE_B	0.430	0.429	0.024	18.287	0.000
VE_B_2_HOC -> E-HOC	0.222	0.222	0.016	13.580	0.000
VE_B_2 <- VE_B	0.598	0.599	0.039	15.311	0.000
VE_B_3_HOC -> E-HOC	0.103	0.101	0.014	7.560	0.000
VE_B_3 <- VE_B	0.277	0.273	0.037	7.462	0.000
VE_K_1_HOC -> E-HOC	0.140	0.139	0.007	20.556	0.000
VE_K_1 <- VE_K	0.372	0.371	0.016	23.688	0.000
VE_K_2_HOC -> E-HOC	0.159	0.159	0.007	22.117	0.000
VE_K_2 <- VE_K	0.424	0.424	0.016	26.096	0.000
VE_K_3_HOC -> E-HOC	0.141	0.140	0.007	21.220	0.000
VE_K_3 <- VE_K	0.374	0.374	0.015	24.286	0.000
VK <- VK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a
UK x KK -> UK x KK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a
UK x VK -> UK x VK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a

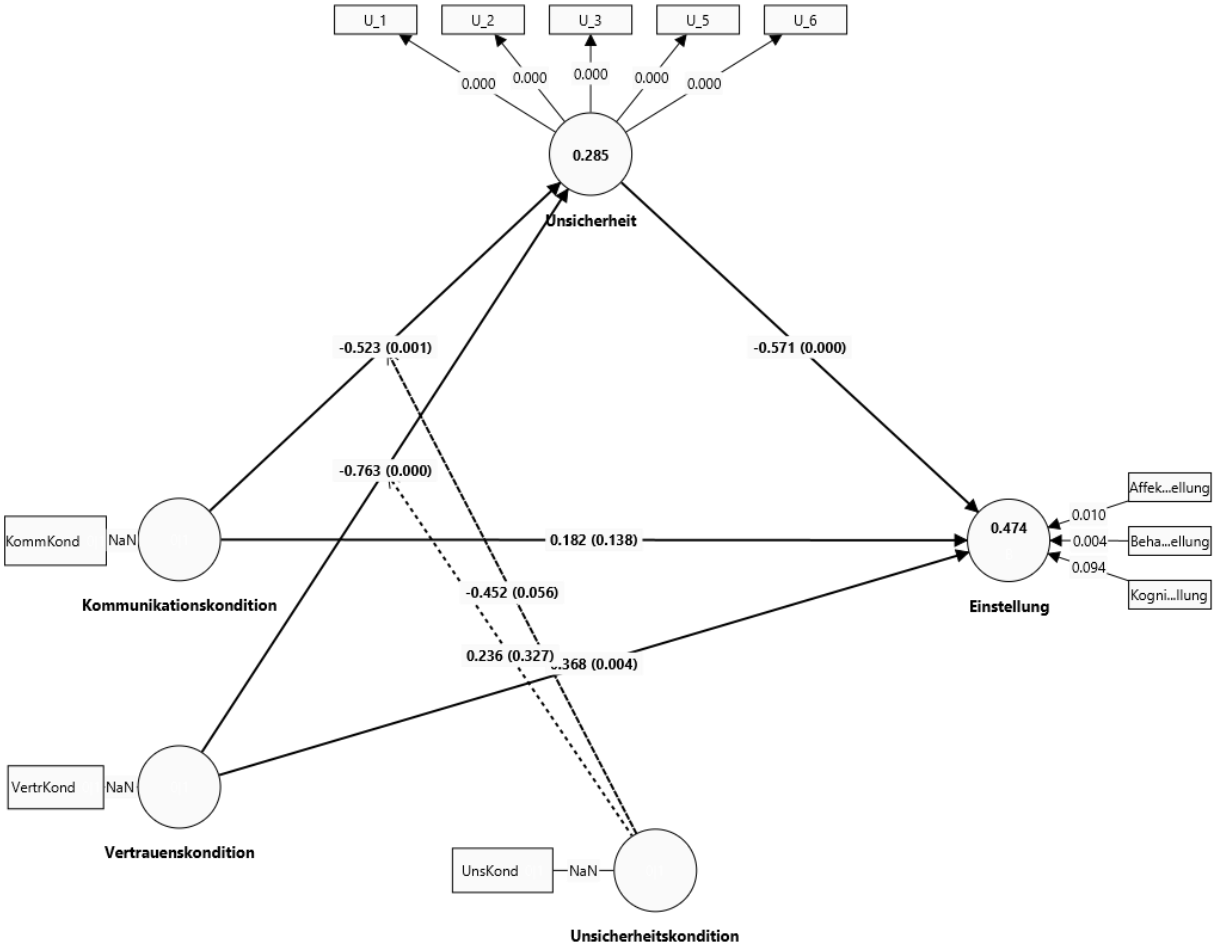
Somit scheinen sowohl die Voraussetzungen der reflektiven als auch formativen Konstrukte erfüllt zu sein. Somit konnte ein hierarchisches Komponentenmodells berechnet werden.

Entsprechend Hair et al. (2017f) konnten nun die Latent-Scores der latenten Variablen niedriger Ordnung extrahiert werden. Diese wurden anschließend als formativ spezifizierte Indikatoren der Komponenten höherer Ordnung verwendet (Hair et al. 2017f). Entsprechend Becker et al. (2012) wurde hierfür erneut das Gewichtungsschema B gewählt. Dies ist in Abbildung A11.3 dargestellt.

Spezifikation des hierarchischen Komponentenmodells

Abbildung A11.3

Modell in Schritt 4 inkl. R^2-Werte, Faktorladungen, Regressionsgewichte und gebootstrappte *p*-Werte



Das Vorgehen sah nun eine erneute Analyse des Messmodells der neu gebildeten formativen hierarchischen Komponente vor (Hair et al., 2017d).

Prüfung des hierarchischen Modells: Schritt 2 – Prüfung des formativ spezifizierten Messmodells des Faktors höherer Ordnung

Konvergenzvalidität

Wie zuvor erwähnt, war eine Prüfung der Konvergenzvalidität nicht möglich.

Kollinearität der Indikatoren

Tabelle A11.19

Kollinearität der Indikatoren

	VIF
VE_A	3.169
VE_B	2.504
VE_K	2.367
KK	1.000
U_1	1.598
U_2	3.723
U_3	3.786
U_5	4.593
U_6	4.429
UK	1.000
VK	1.000
UK x VK	1.000
UK x KK	1.000

Die VIF-Werte der Konstrukte erster Ordnung (affektive, behaviorale und kognitive Einstellung) sind kleiner als der Grenzwert von 5 (Hair et al., 2017d). Es liegt damit keine beeinträchtigende Kollinearität vor.

Relevanz und Signifikanz der Indikatoren

Tabelle A11.21

Relevanz und Signifikanz der Indikatoren (Gewichte der Indikatoren)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
VE_A -> E-HOC	0.449	0.461	0.173	2.594	0.010
VE_B -> E-HOC	0.396	0.385	0.137	2.895	0.004
VE_K -> E-HOC	0.255	0.244	0.152	1.674	0.094
VE_K <- KK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a
U_1 <- U	0.166	0.167	0.018	9.249	0.000
U_2 <- U	0.222	0.222	0.012	18.052	0.000
U_3 <- U	0.246	0.246	0.012	20.661	0.000
U_5 <- U	0.255	0.255	0.011	23.058	0.000
U_6 <- U	0.244	0.243	0.011	22.681	0.000
UK <- UK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a
VK <- VK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a
UK x KK -> UK x KK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a
UK x VK -> UK x VK	1.000	1.000	0.000	n/a	n/a

Das Gewicht der Komponenten niedriger Ordnung *kognitive Einstellung* auf die Einstellungskomponente höherer Ordnung ist auf dem 5% Niveau nicht signifikant. Hair et al. (2017d) schlagen vor, den Indikator dennoch im Modell zu belassen, wenn dessen Faktorladung > .5 ist. Aus Tabelle A11.22 ist zu entnehmen, dass dies der Fall ist.

Tabelle A11.22

Faktorladungen

	E-HOC	KK	U	UK	VK	UK x VK	UK x KK
VE_A	0.942						
VE_B	0.907						
VE_K	0.853						
KK		1.000					
U_1			0.702				
U_2			0.901				
U_3			0.913				
U_5			0.921				
U_6			0.920				
UK				1.000			
VK					1.000		
UK x KK						1.000	
UK x VK							1.000

Demnach konnte auch die Güte des neuen hierarchischen-Messmodells der Einstellung angenommen werden und zur Analyse des Strukturmodells übergegangen werden.

Analyse des hierarchischen Strukturmodells

Vorab musste die Kollinearität zwischen den latenten Variablen des Modells geprüft werden (Hair et al., 2017d). Entsprechend Tabelle A11.23 überschreitet kein VIF-Maß den Grenzwert von 5. Anschließend konnten die aufgeklärte Varianz der endogenen latenten Variablen und die Signifikanz sowie Relevanz der Pfade beurteilt werden. Die zentralen Kennwerte sind nachfolgend dargestellt. Die Ergebnisse werden in Kapitel 4.4 interpretiert.

Tabelle A11.23

Kollinearität der latenten Variablen

	E-HOC	KK	U	UK	VK	UK x VK	UK x KK
E-HOC							
KK	1.186		2.031				
U	1.322						
UK			2.971				
VK	1.138		2.030				
UK x VK			3.031				
UK x KK			2.992				

Tabelle A11.24

R^2 der endogenen latenten Variablen

	R-square	R-square adjusted
E-HOC	0.490	0.474
U	0.285	0.267

Tabelle A11.25

Gebootstrappte R^2-Werte der endogenen latenten Variablen

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,490	0,513	0,051	9,575	0,000
U	0,285	0,303	0,053	5,405	0,000

Tabelle A11.26

Gebootstrappte R^2_{Adj}-Werte der endogenen latenten Variablen

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E_HOC	0,474	0,498	0,053	8,988	0,000
U	0,267	0,285	0,054	4,931	0,000

Tabelle A11.27

Gebootstrappte Konfidenzintervalle, Pfadkoeffizienten und p-Werte der Pfadkoeffizienten

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0.182	0.177	0.122	1.484	0.138
KK -> U	-0.523	-0.527	0.162	3.231	0.001
U -> E-HOC	-0.571	-0.579	0.060	9.578	0.000
UK -> U	0.425	0.420	0.190	2.235	0.025
VK -> E-HOC	0.368	0.367	0.128	2.875	0.004
VK -> U	-0.763	-0.771	0.164	4.645	0.000
UK x KK -> U	-0.452	-0.452	0.237	1.910	0.056
UK x VK -> U	0.236	0.244	0.241	0.981	0.327

Tabelle A11.28

f^2-Werte der Pfade

	E-HOC	KK	U	…	…	…	…
E-HOC							
KK	0.013		0.047				
U	0.469						
UK			0.021				
VK	0.057		0.100				
UK x KK			0.018				
UK x VK			0.005				

Abbildung A11.4

Simple Slopes Analyse der Beziehung Unsicherheitskondition x Kommunikationskondition → Unsicherheit

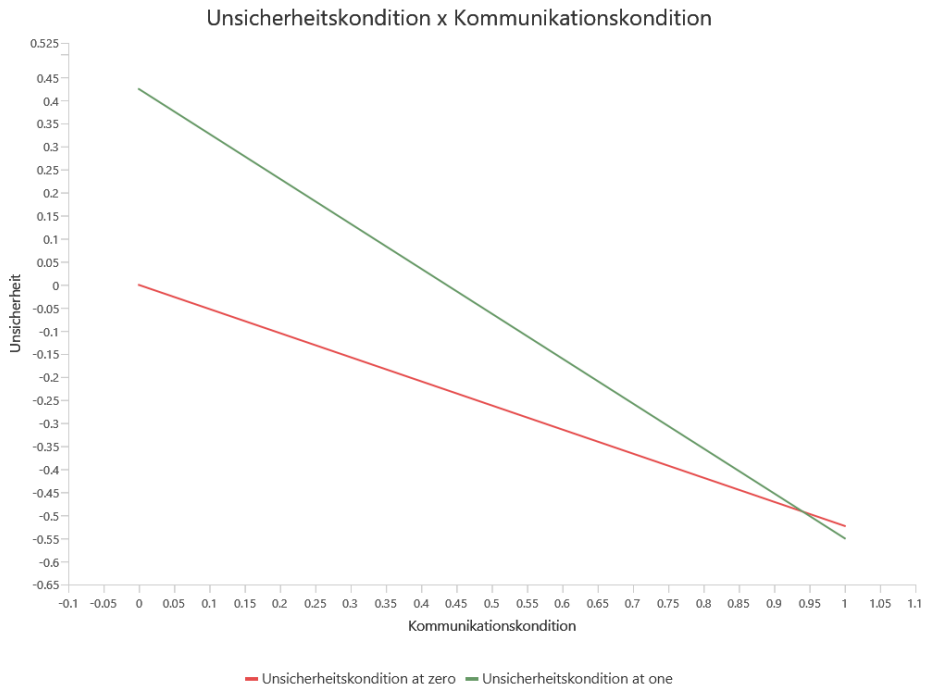


Abbildung A11.5

Simple Slopes Analyse der Beziehung Unsicherheitskondition x Kommunikationskondition → Unsicherheit

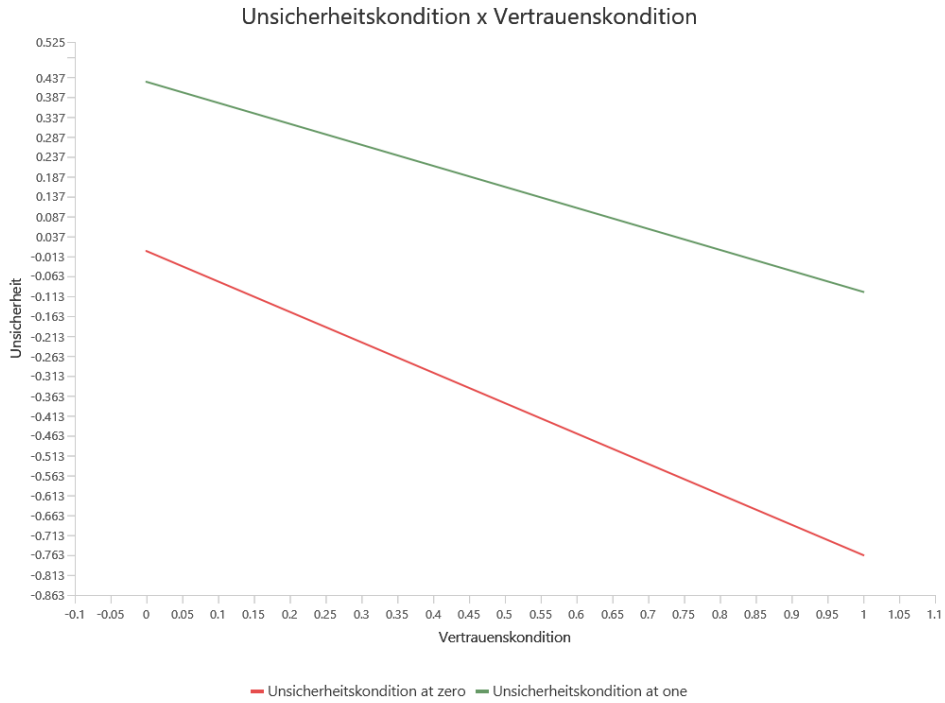


Tabelle A11.29

Gebootstrappte Konfidenzintervalle, standardisierte Regressionskoeffizienten und p-Werte der totalen Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0.480	0.482	0.144	3.330	0.001
KK -> U	-0.523	-0.527	0.162	3.231	0.001
U -> E-HOC	-0.571	-0.579	0.060	9.578	0.000
UK -> E-HOC	-0.243	-0.244	0.115	2.118	0.034
UK -> U	0.425	0.420	0.190	2.235	0.025
VK -> E-HOC	0.804	0.814	0.143	5.629	0.000
VK -> U	-0.763	-0.771	0.164	4.645	0.000
UK x KK -> E-HOC	0.258	0.264	0.145	1.780	0.075
UK x KK -> U	-0.452	-0.452	0.237	1.910	0.056
UK x VK -> E-HOC	-0.135	-0.143	0.142	0.949	0.343
UK x VK -> U	0.236	0.244	0.241	0.981	0.327

Tabelle A11.30

Gebootstrappte Konfidenzintervalle, Regressionsgewichte und p-Werte der indirekten Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0.299	0.305	0.099	3.011	0.003
UK -> E-HOC	-0.243	-0.244	0.115	2.118	0.034
VK -> E-HOC	0.436	0.447	0.108	4.048	0.000
UK x KK -> E-HOC	0.258	0.264	0.145	1.780	0.075
UK x VK -> E-HOC	-0.135	-0.143	0.142	0.949	0.343

Anhang 12: Berechnung der multiplen Regression (Schritt 1)

Tabelle A12.1

Abkürzungen der latenten Variablen

E-HOC	Hierarchische Komponenten der Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_A	Affektive Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_B	Behaviorale Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_K	Kognitive Einstellung gegenüber der Veränderung
U	Unsicherheit infolge der Verarbeitung
UK	Unsicherheitskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
KK	Kommunikationsqualitätskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
VK	Vertrauenskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)

Einstellungen des PLS-Algorithmus

Entsprechend der Empfehlungen von Hair et al. (2017)

- Weighting Scheme: Path
- Type of results: Standardized
- Initial weight: Default
- Missing values: Mean replacement
- Weighting vector: none

Einstellung des Bootstrappings:

Für alle Bootstrapping Analysen wurden folgende Parameter gewählt:

- Subsamples: 5000
- Do parallel processing: False
- Amount of results: Complete (slower)
- Save results per sample: True

- Confidence interval method: Bias-corrected and accelerated bootstrap (BCa)
- Test type: Two tailed
- Significance level: .05
- Random number generator: Fixed Seed

Tabelle A12.2

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,228	0,235	0,050	4,580	0,000
U	0,245	0,255	0,048	5,134	0,000

Tabelle A12.3

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2-Adj

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,220	0,227	0,050	4,379	0,000
U	0,238	0,247	0,048	4,925	0,000

Tabelle A12.4

Direkte bzw. totale Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,610	0,612	0,119	5,116	0,000
KK -> Unsicherheit	-0,751	-0,758	0,115	6,538	0,000
VK -> E-HOC	0,737	0,740	0,117	6,313	0,000
VK -> U	-0,650	-0,655	0,119	5,482	0,000

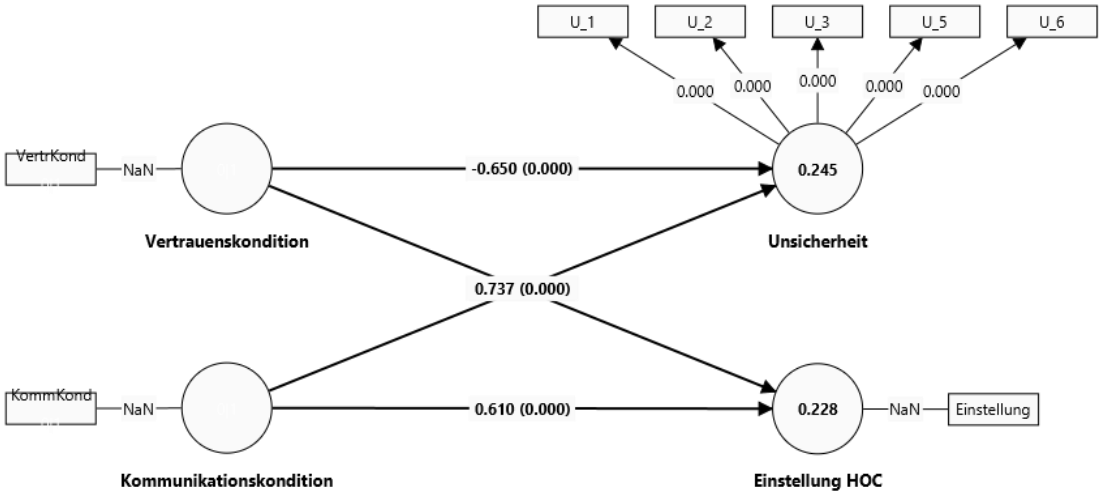
Tabelle A12.5

f²-Werte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,120	0,128	0,053	2,279	0,023
KK -> U	0,187	0,198	0,068	2,759	0,006
VK -> E-HOC	0,176	0,185	0,066	2,667	0,008
VK -> U	0,140	0,149	0,058	2,403	0,016

Abbildung A12.1

Strukturgleichungsmodell inkl. Regressionsgewichte, gebootstrappte Signifikanzwerte (5000 Subsamples, BCa) und R²-Werte



Anhang 13: Berechnung der moderierten Regression (Schritt 2)

Tabelle A13.1

Abkürzungen der latenten Variablen

E-HOC	Hierarchische Komponenten der Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_A	Affektive Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_B	Behaviorale Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_K	Kognitive Einstellung gegenüber der Veränderung
U	Unsicherheit infolge der Verarbeitung
UK	Unsicherheitskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
KK	Kommunikationsqualitätskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
VK	Vertrauenskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)

Einstellungen des PLS-Algorithmus

Entsprechend der Empfehlungen von Hair et al. (2017)

- Weighting Scheme: Path
- Type of results: Standardized
- Initial weight: Default
- Missing values: Mean replacement
- Weighting vector: none

Einstellung des Bootstrappings:

Für alle Bootstrapping Analysen wurden folgende Parameter gewählt:

- Subsamples: 5000
- Do parallel processing: False
- Amount of results: Complete (slower)
- Save results per sample: True

- Confidence interval method: Bias-corrected and accelerated bootstrap (BCa)
- Test type: Two tailed
- Significance level: .05
- Random number generator: Fixed Seed

Tabelle A13.2

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,267	0,285	0,052	5,147	0,000
U	0,287	0,306	0,052	5,475	0,000

Tabelle A13.3

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2-Adj

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,248	0,266	0,053	4,665	0,000
U	0,268	0,288	0,054	4,997	0,000

Tabelle A13.4

Direkte bzw. totale Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,353	0,356	0,170	2,081	0,037
KK -> U	-0,525	-0,532	0,162	3,246	0,001
UK -> E- HOC	-0,118	-0,109	0,186	0,637	0,524
UK -> U	0,424	0,419	0,191	2,223	0,026
VK -> E-HOC	1,010	1,018	0,163	6,203	0,000
VK -> U	-0,767	-0,776	0,165	4,635	0,000
UK x KK -> E-HOC	0,510	0,507	0,239	2,132	0,033
UK x KK -> U	-0,450	-0,449	0,236	1,906	0,057
UK x VK -> E-HOC	-0,542	-0,550	0,244	2,224	0,026
UK x VK -> U	0,237	0,245	0,241	0,987	0,324

Tabelle A13.5

f^2-Werte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,021	0,027	0,022	0,933	0,351
KK -> U	0,048	0,054	0,032	1,487	0,137
UK -> E- HOC	0,002	0,005	0,007	0,227	0,820
UK -> U	0,021	0,026	0,021	1,023	0,307
VK -> E-HOC	0,171	0,183	0,067	2,544	0,011
VK -> U	0,102	0,111	0,050	2,026	0,043
UK x KK -> E-HOC	0,022	0,027	0,023	0,980	0,327
UK x KK -> U	0,018	0,023	0,021	0,864	0,388
UK x VK -> E-HOC	0,025	0,032	0,025	0,992	0,321
UK x VK -> U	0,005	0,010	0,013	0,382	0,702

Abbildung A13.1

Strukturgleichungsmodell inkl. Regressionsgewichte, gebootstrappte Signifikanzwerte (5000 Subsamples, BCa) und R^2-Werte

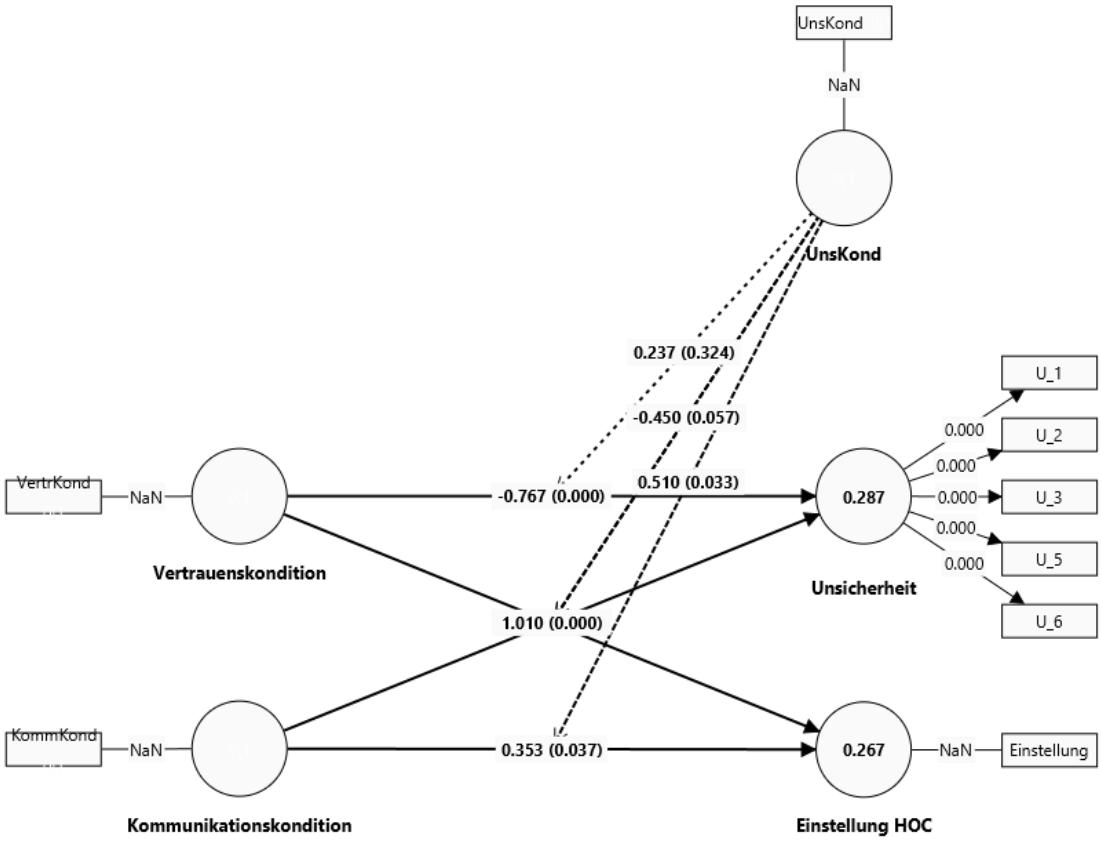


Abbildung A13.2

Simple Slopes Analyse der Beziehung Unsicherheitskondition x Kommunikationskondition → Unsicherheit

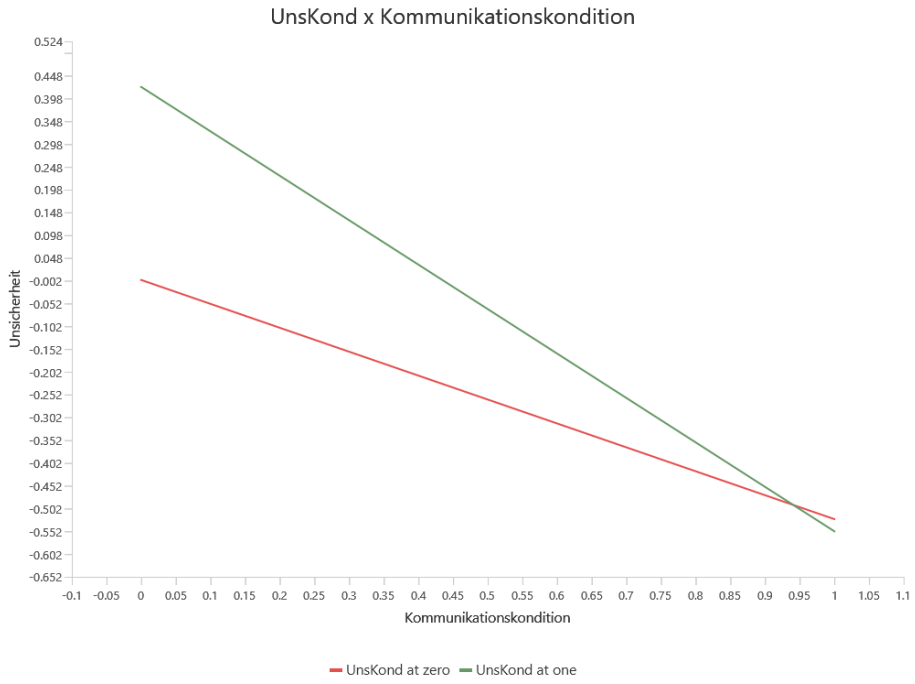


Abbildung A13.3

Simple Slopes Analyse der Beziehung Unsicherheitskondition x Kommunikationskondition → Einstellung

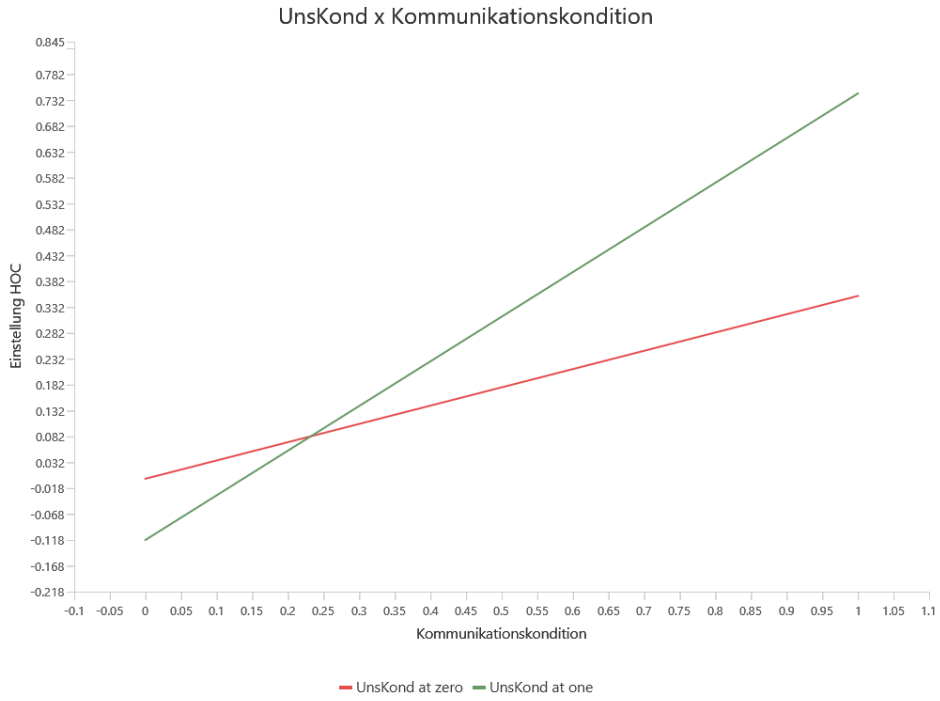


Abbildung A13.4

Simple Slopes Analyse der Beziehung Unsicherheitskondition x Vertrauenskondition → Einstellung

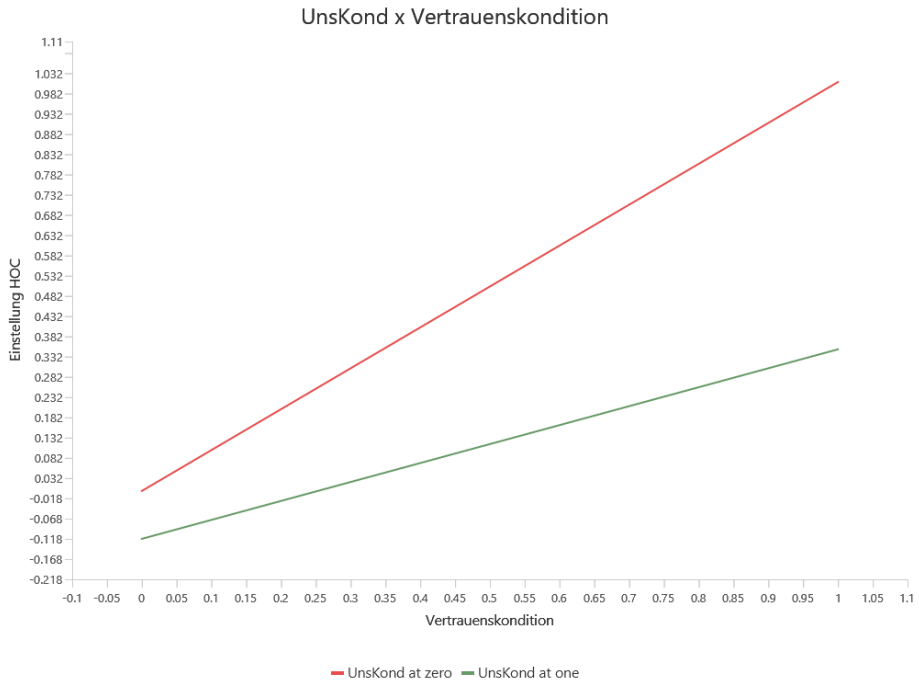
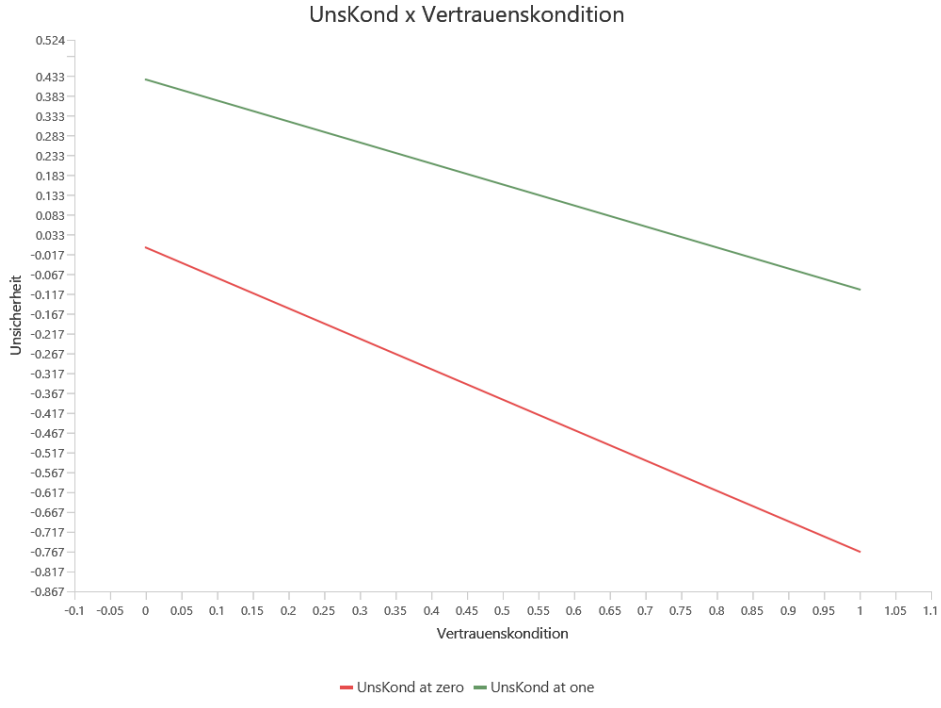


Abbildung A13.5

Simple Slopes Analyse der Beziehung Unsicherheitskondition x Vertrauenskondition → Unsicherheit



Multigruppenanalyse – Pfadkoeffizienten

Einstellungen:

- Verfahren: Bootstrapp Multigroup Analysis
- Gruppen: Niedrige Unsicherheitskondition = group 1, Hohe Unsicherheitskondition = group 2
- Type of results: Standardized
- Subsamples: 5000
- Do parallel processing: True
- Confidence interval method: bias corrected and accelerated bootstrap
- Test type: two-tailed
- Significance level: .05
- Random number generator: fixed seed
- Missing value algorithm: mean replacement

Tabelle A13.6

Direkte bzw. totale Effekte für verschiedene Ausprägungen der Unsicherheitskondition

	Original (Group_ 1)	Original (Group_ 2)	Mean (Group_ 1)	Mean (Group_ 2)	STDEV (Group_ 1)	STDEV (Group_ 2)	t value (Group_ 1)	t value (Group_ 2)	p value (Group_ 1)	p value (Group_ 2)
KK -> E-HOC	0,349	0,878	0,349	0,881	0,170	0,160	2,052	5,490	0,040	0,000
KK -> U	-0,557	-0,958	-0,564	-0,967	0,166	0,151	3,350	6,347	0,001	0,000
VK -> E-HOC	0,997	0,477	1,004	0,481	0,150	0,172	6,654	2,777	0,000	0,006
VK -> U	-0,830	-0,511	-0,845	-0,519	0,167	0,163	4,986	3,131	0,000	0,002

Tabelle A13.7

f^2-Werte für verschiedene Ausprägungen der Unsicherheitskondition

	Original (Group_ 1)	Original (Group_ 2)	Mean (Group_ 1)	Mean (Group_ 2)	STDEV (Group_ 1)	STDEV (Group_ 2)	t value (Group_ 1)	t value (Group_ 2)	p value (Group_ 1)	p value (Group_ 2)
KK -> E-HOC	-0,215	1,641	0,104	-0,215	1,641	0,104	-0,215	1,641	0,104	-0,215
KK -> U	-0,223	1,411	0,161	-0,223	1,411	0,161	-0,223	1,411	0,161	-0,223
VK -> E-HOC	0,268	1,682	0,096	0,268	1,682	0,096	0,268	1,682	0,096	0,268
VK -> U	0,137	1,009	0,316	0,137	1,009	0,316	0,137	1,009	0,316	0,137

Anhang 14: Berechnung der einfachen Mediation (Schritt 3)

Tabelle A14.1

Abkürzungen der latenten Variablen

E-HOC	Hierarchische Komponenten der Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_A	Affektive Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_B	Behaviorale Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_K	Kognitive Einstellung gegenüber der Veränderung
U	Unsicherheit infolge der Verarbeitung
UK	Unsicherheitskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
KK	Kommunikationsqualitätskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
VK	Vertrauenskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)

Einstellungen des PLS-Algorithmus

Entsprechend der Empfehlungen von Hair et al. (2017)

- Weighting Scheme: Path
- Type of results: Standardized
- Initial weight: Default
- Missing values: Mean replacement
- Weighting vector: none

Einstellung des Bootstrappings:

Für alle Bootstrapping Analysen wurden folgende Parameter gewählt:

- Subsamples: 5000
- Do parallel processing: False
- Amount of results: Complete (slower)
- Save results per sample: True

- Confidence interval method: Bias-corrected and accelerated bootstrap (BCa)
- Test type: Two tailed
- Significance level: .05
- Random number generator: Fixed Seed

Tabelle A14.2

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,474	0,483	0,053	8,925	0,000
U	0,244	0,252	0,048	5,061	0,000

Tabelle A14.3

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2-Adj

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,466	0,475	0,054	8,643	0,000
U	0,236	0,244	0,049	4,854	0,000

Tabelle A14.4

Direkte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,182	0,179	0,114	1,590	0,112
KK -> U	-0,750	-0,754	0,115	6,531	0,000
U -> E-HOC	-0,571	-0,573	0,054	10,503	0,000
VK -> E-HOC	0,368	0,367	0,110	3,351	0,001
VK -> U	-0,646	-0,650	0,118	5,475	0,000

Tabelle A14.5

Indirekte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,428	0,433	0,083	5,163	0,000
VK -> E-HOC	0,369	0,373	0,076	4,877	0,000

Tabelle A14.6

Totale Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,610	0,612	0,119	5,116	0,000
KK -> U	-0,750	-0,754	0,115	6,531	0,000
U -> E-HOC	-0,571	-0,573	0,054	10,503	0,000
VK -> E-HOC	0,737	0,740	0,117	6,313	0,000
VK -> U	-0,646	-0,650	0,118	5,475	0,000

Tabelle A14.7

f^2-Werte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,013	0,018	0,019	0,707	0,479
KK -> U	0,186	0,195	0,067	2,765	0,006
U -> E-HOC	0,469	0,489	0,128	3,659	0,000
VK -> E-HOC	0,057	0,062	0,036	1,575	0,115
VK -> U	0,138	0,147	0,058	2,401	0,016

Tabelle A14.8

Direkte Effekte für verschiedene Ausprägungen der Unsicherheitskondition

	Original (Group_ 1)	Original (Group_ 2)	Mean (Group_ 1)	Mean (Group_ 2)	STDEV (Group_ 1)	STDEV (Group_ 2)	t value (Group_ 1)	t value (Group_ 2)	p value (Group_ 1)	p value (Group_ 2)
KK -> E-HOC	-0,334	0,918	0,163	-0,334	0,918	0,163	-0,334	0,918	0,163	-0,334
KK -> U	0,399	0,038	0,076	0,399	0,038	0,076	0,399	0,038	0,076	0,399
U -> E-HOC	-0,034	0,618	0,764	-0,034	0,618	0,764	-0,034	0,618	0,764	-0,034
VK -> E-HOC	0,325	0,074	0,148	0,325	0,074	0,148	0,325	0,074	0,148	0,325
VK -> U	-0,312	0,908	0,184	-0,312	0,908	0,184	-0,312	0,908	0,184	-0,312

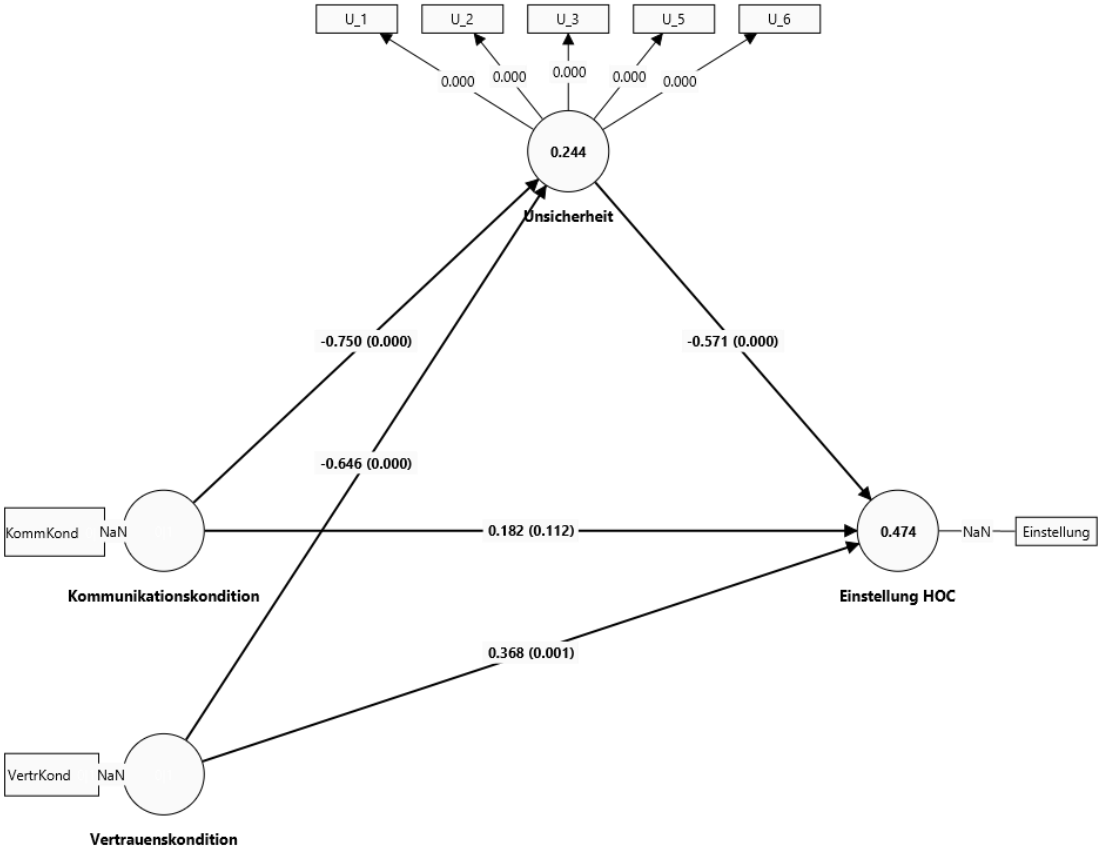
Tabelle A14.9

Totale Effekte für verschiedene Ausprägungen der Unsicherheitskondition

	Original (Group_ 1)	Original (Group_ 2)	Mean (Group_ 1)	Mean (Group_ 2)	STDEV (Group_ 1)	STDEV (Group_ 2)	t value (Group_ 1)	t value (Group_ 2)	p value (Group_ 1)	p value (Group_ 2)
KK -> E-HOC	-0,530	0,988	0,025	-0,530	0,988	0,025	-0,530	0,988	0,025	-0,530
KK -> U	0,399	0,038	0,076	0,399	0,038	0,076	0,399	0,038	0,076	0,399
U -> E-HOC	-0,034	0,618	0,764	-0,034	0,618	0,764	-0,034	0,618	0,764	-0,034
VK -> E-HOC	0,520	0,011	0,022	0,520	0,011	0,022	0,520	0,011	0,022	0,520
VK -> U	-0,312	0,908	0,184	-0,312	0,908	0,184	-0,312	0,908	0,184	-0,312

Abbildung A14.1

Strukturgleichungsmodell inkl. Regressionsgewichte, gebootstrappte Signifikanzwerte (5000 Subsamples, BCa) und R^2-Werte



Anhang 15: Moderiertes Mediationsmodell mit Moderation des c‘-Pfads (Weiterführende Analysen)

Tabelle A15.1

Abkürzungen der latenten Variablen

E-HOC	Hierarchische Komponenten der Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_A	Affektive Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_B	Behaviorale Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_K	Kognitive Einstellung gegenüber der Veränderung
U	Unsicherheit infolge der Verarbeitung
UK	Unsicherheitskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
KK	Kommunikationsqualitätskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
VK	Vertrauenskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)

Einstellungen des PLS-Algorithmus

Entsprechend der Empfehlungen von Hair et al. (2017)

- Weighting Scheme: Path
- Type of results: Standardized
- Initial weight: Default
- Missing values: Mean replacement
- Weighting vector: none

Einstellung des Bootstrappings:

Für alle Bootstrapping Analysen wurden folgende Parameter gewählt:

- Subsamples: 5000
- Do parallel processing: False
- Amount of results: Complete (slower)
- Save results per sample: True

- Confidence interval method: Bias-corrected and accelerated bootstrap (BCa)
- Test type: Two tailed
- Significance level: .05
- Random number generator: Fixed Seed

Tabelle A15.2

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,489	0,506	0,052	9,468	0,000
U	0,285	0,303	0,053	5,405	0,000

Tabelle A15.3

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2-Adj

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,474	0,490	0,053	8,888	0,000
U	0,267	0,285	0,054	4,931	0,000

Tabelle A15.4

Direkte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,061	0,060	0,144	0,427	0,670
KK -> U	-0,523	-0,527	0,162	3,231	0,001
U -> E-HOC	-0,558	-0,561	0,058	9,675	0,000
UK -> E-HOC	0,119	0,128	0,167	0,710	0,478
UK -> U	0,425	0,420	0,190	2,234	0,026
VK -> E-HOC	0,584	0,585	0,153	3,821	0,000
VK -> U	-0,763	-0,771	0,164	4,643	0,000
UK x VK -> E-HOC	-0,410	-0,414	0,209	1,968	0,049
UK x VK -> U	0,236	0,244	0,241	0,981	0,327
UK x KK -> E-HOC	0,257	0,253	0,206	1,251	0,211
UK x KK -> U	-0,452	-0,451	0,237	1,909	0,056

Tabelle A15.5

Indirekte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,292	0,296	0,098	2,973	0,003
UK -> E-HOC	-0,237	-0,237	0,113	2,098	0,036
VK -> E-HOC	0,426	0,432	0,101	4,208	0,000
UK x VK -> E-HOC	-0,132	-0,137	0,136	0,967	0,333
UK x KK -> E-HOC	0,252	0,254	0,138	1,822	0,068

Tabelle A15.6

Totale Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,353	0,356	0,170	2,081	0,037
KK -> U	-0,523	-0,527	0,162	3,231	0,001
U -> E-HOC	-0,558	-0,561	0,058	9,675	0,000
UK -> E-HOC	-0,118	-0,109	0,186	0,637	0,524
UK -> U	0,425	0,420	0,190	2,234	0,026
VK -> E-HOC	1,010	1,018	0,163	6,203	0,000
VK -> U	-0,763	-0,771	0,164	4,643	0,000
UK x VK -> E-HOC	-0,542	-0,550	0,244	2,224	0,026
UK x VK -> U	0,236	0,244	0,241	0,981	0,327
UK x KK -> E-HOC	0,510	0,507	0,239	2,132	0,033
UK x KK -> U	-0,452	-0,451	0,237	1,909	0,056

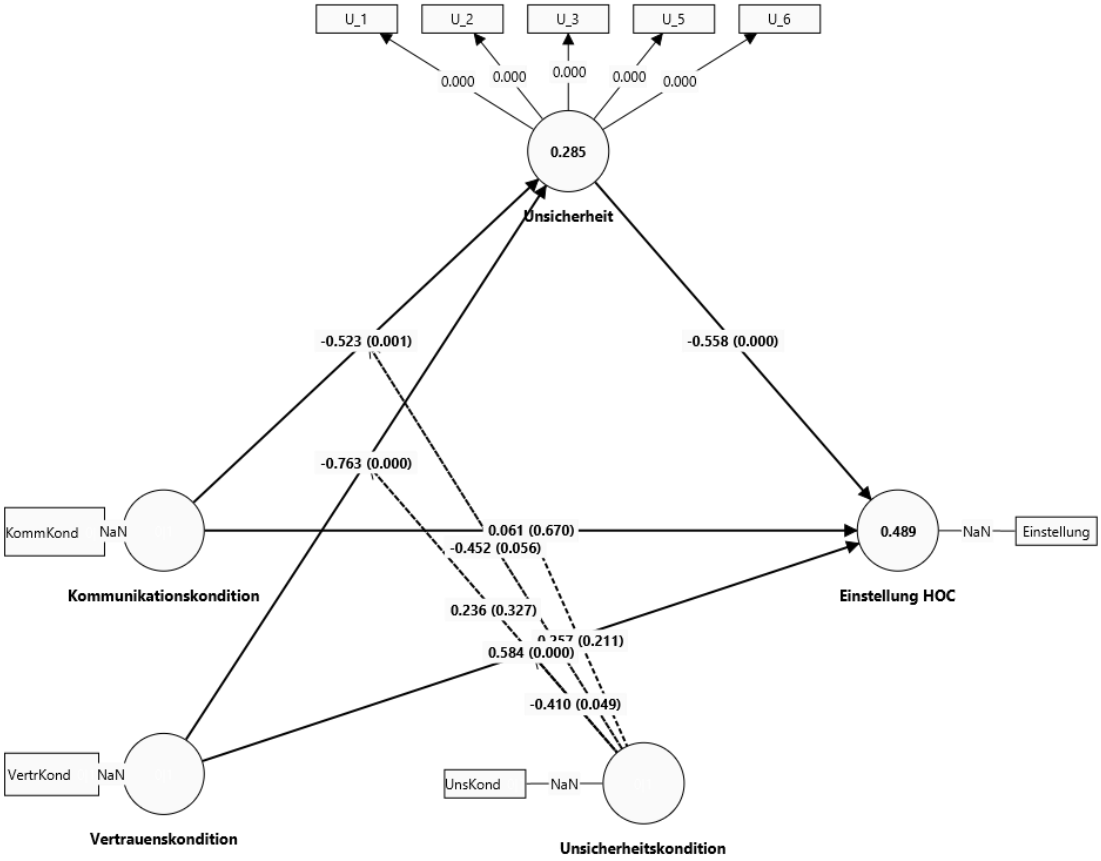
Tabelle A15.7

f^2-Werte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,001	0,006	0,008	0,107	0,915
KK -> U	0,047	0,053	0,032	1,487	0,137
U -> E-HOC	0,436	0,456	0,122	3,563	0,000
UK -> E-HOC	0,002	0,007	0,010	0,235	0,814
UK -> U	0,021	0,026	0,021	1,029	0,303
VK -> E-HOC	0,075	0,082	0,042	1,766	0,077
VK -> U	0,100	0,110	0,049	2,032	0,042
UK x VK -> E-HOC	0,020	0,027	0,023	0,892	0,372
UK x VK -> U	0,005	0,010	0,013	0,379	0,705
UK x KK -> E-HOC	0,008	0,013	0,015	0,543	0,587
UK x KK -> U	0,018	0,023	0,021	0,865	0,387

Abbildung A15.1

Strukturgleichungsmodell inkl. Regressionsgewichte, gebootstrappte Signifikanzwerte (5000 Subsamples, BCa) und R^2-Werte



Anhang 16: Moderiertes Mediationsmodell mit dreifach-Moderation des a-Pfads (Weiterführende Analysen)

Tabelle A16.1

Abkürzungen der latenten Variablen

E-HOC	Hierarchische Komponenten der Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_A	Affektive Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_B	Behaviorale Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_K	Kognitive Einstellung gegenüber der Veränderung
U	Unsicherheit infolge der Verarbeitung
UK	Unsicherheitskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
KK	Kommunikationsqualitätskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
VK	Vertrauenskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)

Einstellungen des PLS-Algorithmus

Entsprechend der Empfehlungen von Hair et al. (2017)

- Weighting Scheme: Path
- Type of results: Standardized
- Initial weight: Default
- Missing values: Mean replacement
- Weighting vector: none

Einstellung des Bootstrappings:

Für alle Bootstrapping Analysen wurden folgende Parameter gewählt:

- Subsamples: 5000
- Do parallel processing: False
- Amount of results: Complete (slower)
- Save results per sample: True

- Confidence interval method: Bias-corrected and accelerated bootstrap (BCa)
- Test type: Two tailed
- Significance level: .05
- Random number generator: Fixed Seed

Tabelle A16.2

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,445	0,451	0,055	8,143	0,000
U	0,294	0,319	0,053	5,535	0,000

Tabelle A16.3

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2-Adj

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
E-HOC	0,439	0,445	0,055	7,960	0,000
U	0,269	0,294	0,055	4,877	0,000

Tabelle A16.4

Direkte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,128	0,126	0,117	1,095	0,274
KK -> U	-0,653	-0,656	0,217	3,002	0,003
U -> E-HOC	-0,640	-0,642	0,048	13,270	0,000
UK -> U	0,245	0,241	0,209	1,173	0,241
VK -> U	-0,893	-0,901	0,233	3,840	0,000
UK x VK -> U	0,600	0,607	0,336	1,785	0,074
UK x VK x KK -> U	-0,730	-0,727	0,483	1,511	0,131
UK x KK -> U	-0,093	-0,094	0,336	0,276	0,782
VK x KK -> U	0,263	0,262	0,337	0,779	0,436

Tabelle A16.5

Indirekte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,418	0,422	0,143	2,915	0,004
UK -> E-HOC	-0,157	-0,155	0,136	1,156	0,248
VK -> E-HOC	0,572	0,580	0,162	3,540	0,000
UK x VK -> E-HOC	-0,384	-0,391	0,220	1,742	0,082
UK x VK x KK -> EHOC	0,467	0,467	0,312	1,498	0,134
UK x KK -> E-HOC	0,059	0,062	0,217	0,274	0,784
VK x KK -> E-HOC	-0,168	-0,168	0,217	0,774	0,439

Tabelle A16.6

Totale Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,546	0,548	0,171	3,197	0,001
KK -> U	-0,653	-0,656	0,217	3,002	0,003
U -> E-HOC	-0,640	-0,642	0,048	13,270	0,000
UK -> E-HOC	-0,157	-0,155	0,136	1,156	0,248
UK -> U	0,245	0,241	0,209	1,173	0,241
VK -> E-HOC	0,572	0,580	0,162	3,540	0,000
VK -> U	-0,893	-0,901	0,233	3,840	0,000
UK x VK -> E-HOC	-0,384	-0,391	0,220	1,742	0,082
UK x VK -> U	0,600	0,607	0,336	1,785	0,074
UK x VK x KK -> E-HOC	0,467	0,467	0,312	1,498	0,134
UK x VK x KK -> U	-0,730	-0,727	0,483	1,511	0,131
UK x KK -> E-HOC	0,059	0,062	0,217	0,274	0,784
UK x KK -> U	-0,093	-0,094	0,336	0,276	0,782
VK x KK -> E-HOC	-0,168	-0,168	0,217	0,774	0,439
VK x KK -> U	0,263	0,262	0,337	0,779	0,436

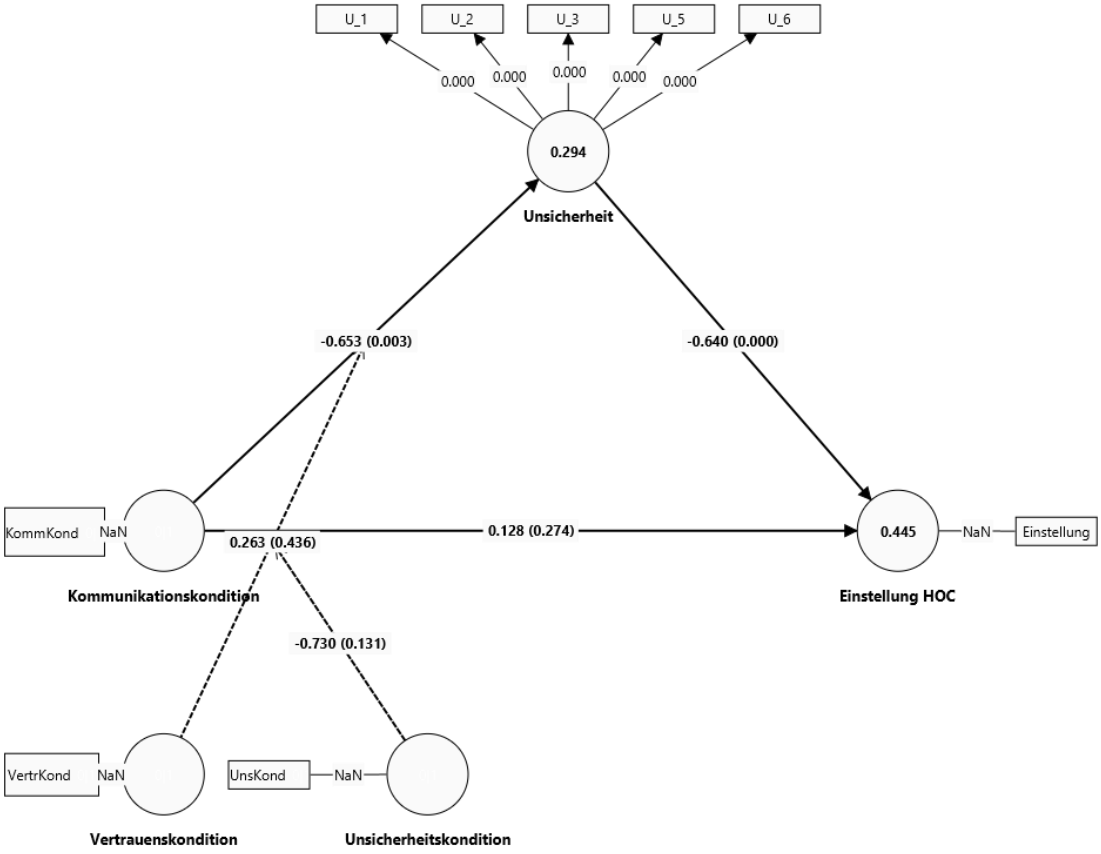
Tabelle A16.7

f^2-Werte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> E-HOC	0,006	0,012	0,014	0,447	0,655
KK -> U	0,038	0,043	0,028	1,352	0,177
U -> E-HOC	0,635	0,660	0,158	4,028	0,000
UK -> U	0,005	0,010	0,011	0,479	0,632
VK -> U	0,070	0,079	0,042	1,655	0,098
UK x VK -> U	0,016	0,022	0,020	0,798	0,425
UK x VK x KK -> U	0,012	0,017	0,018	0,655	0,513
UK x KK -> U	0,000	0,006	0,008	0,048	0,962
VK x KK -> U	0,003	0,008	0,011	0,277	0,781

Abbildung A16.1

Strukturgleichungsmodell inkl. Regressionsgewichte, gebootstrappte Signifikanzwerte (5000 Subsamples, BCa) und R^2-Werte



Anhang 17: Berechnung der Analyseschritte 2-4 ohne hierarchische Komponente (Weiterführende Analysen)

Tabelle A16.1

Abkürzungen der latenten Variablen

VE_A	Affektive Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_B	Behaviorale Einstellung gegenüber der Veränderung
VE_K	Kognitive Einstellung gegenüber der Veränderung
U	Unsicherheit infolge der Verarbeitung
UK	Unsicherheitskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
KK	Kommunikationsqualitätskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)
VK	Vertrauenskondition (0 = niedrig, 1 = hoch)

Einstellungen des PLS-Algorithmus

Entsprechend der Empfehlungen von Hair et al. (2017)

- Weighting Scheme: Path
- Type of results: Standardized
- Initial weight: Default
- Missing values: Mean replacement
- Weighting vector: none

Einstellung des Bootstrappings:

Für alle Bootstrapping Analysen wurden folgende Parameter gewählt:

- Subsamples: 5000
- Do parallel processing: False
- Amount of results: Complete (slower)
- Save results per sample: True
- Confidence interval method: Bias-corrected and accelerated bootstrap (BCa)
- Test type: Two tailed

- Significance level: .05
- Random number generator: Fixed Seed

Analyseschritt 2

Tabelle A17.2

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
VE_A	0,209	0,230	0,050	4,145	0,000
VE_B	0,247	0,272	0,053	4,679	0,000
VE_K	0,241	0,262	0,049	4,940	0,000
U	0,287	0,306	0,052	5,475	0,000

Tabelle A17.3

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2-Adj

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
VE_A	0,188	0,210	0,052	3,648	0,000
VE_B	0,228	0,253	0,054	4,206	0,000
VE_K	0,221	0,243	0,050	4,427	0,000
U	0,268	0,288	0,054	4,997	0,000

Tabelle A17.4

Direkte/Totale Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,305	0,315	0,176	1,735	0,083
KK -> VE_B	0,279	0,290	0,180	1,555	0,120
KK -> VE_K	0,422	0,429	0,165	2,550	0,011
KK -> U	-0,525	-0,532	0,162	3,246	0,001
UK -> VE_A	-0,119	-0,109	0,208	0,572	0,567
UK-> VE_B	0,088	0,100	0,226	0,389	0,697
UK-> VE_K	-0,307	-0,301	0,184	1,664	0,096
UK -> U	0,424	0,419	0,191	2,223	0,026
VK -> VE_A	0,886	0,895	0,169	5,239	0,000
VK -> VE_B	1,027	1,042	0,175	5,864	0,000
VK -> VE_K	0,843	0,853	0,156	5,397	0,000
VK -> U	-0,767	-0,776	0,165	4,635	0,000
UK x KK -> VE_A	0,504	0,498	0,248	2,030	0,042
UK x KK -> VE_B	0,476	0,466	0,246	1,935	0,053
UK x KK -> VE_K	0,337	0,336	0,242	1,393	0,164
UK x KK -> U	-0,450	-0,449	0,236	1,906	0,057
UK x VK -> VE_A	-0,574	-0,581	0,251	2,291	0,022
UK x VK -> VE_B	-0,505	-0,506	0,253	1,998	0,046
UK x VK -> VE_K	-0,281	-0,288	0,249	1,129	0,259
UK x VK -> U	0,237	0,245	0,241	0,987	0,324

Die Moderation der Kommunikationsqualität ist nur auf affektiver Ebene signifikant, $t = 2.030$, $\beta = .504$, $p = .042$.

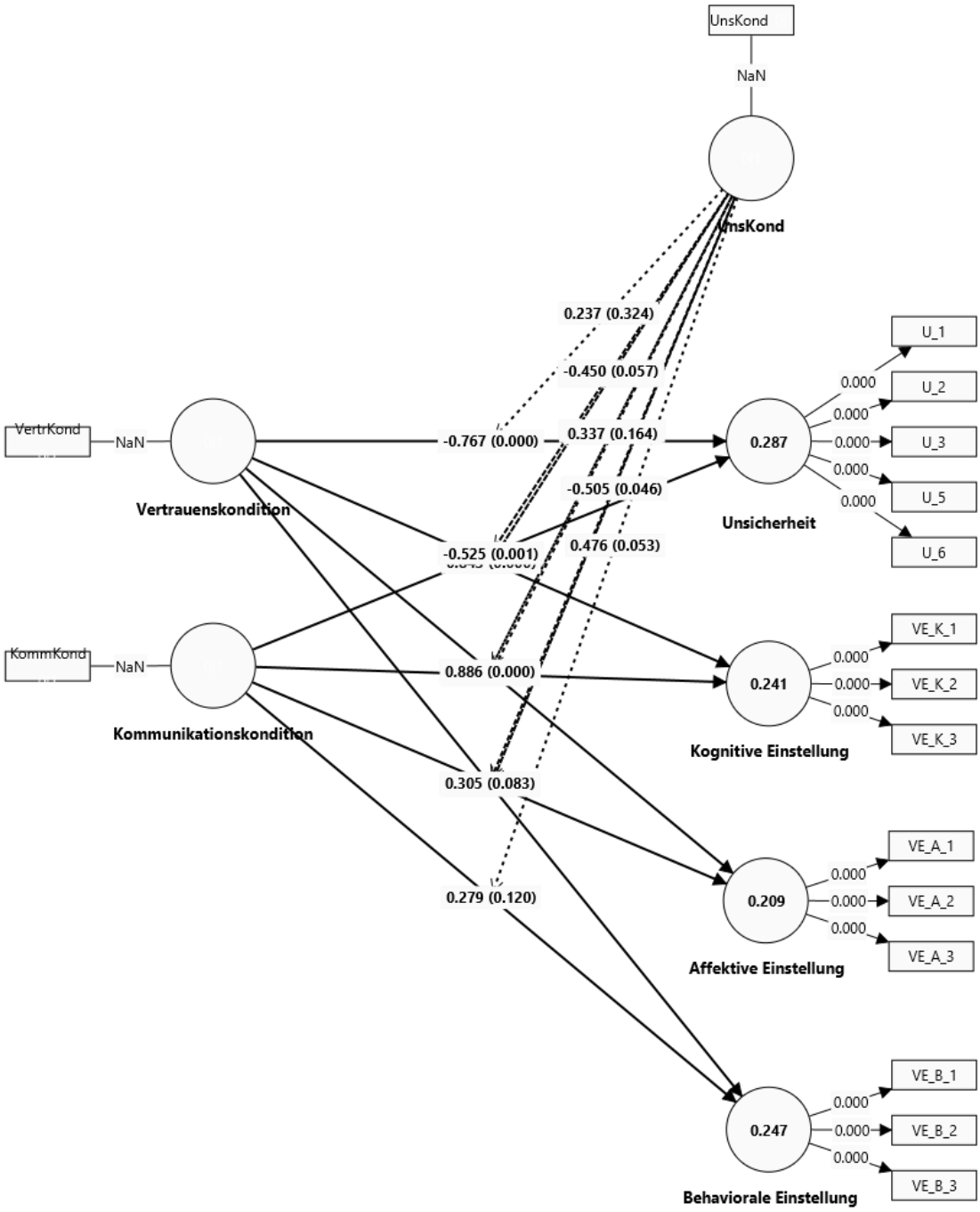
Die Moderation des Vertrauens ist nur auf der affektiven ($t = 2.291$, $\beta = -.574$, $p = .022$) und behavioralen ($t = 1.998$, $\beta = -.505$, $p = .046$) Ebene signifikant.

Tabelle A17.5
f^2-Werte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,015	0,021	0,019	0,748	0,455
KK -> VE_B	0,013	0,020	0,020	0,647	0,518
KK -> VE_K	0,029	0,035	0,025	1,137	0,256
KK -> U	0,048	0,054	0,032	1,487	0,137
UK -> VE_A	0,002	0,006	0,008	0,185	0,853
UK-> VE_B	0,001	0,007	0,010	0,084	0,933
UK-> VE_K	0,010	0,014	0,013	0,778	0,436
UK -> U	0,021	0,026	0,021	1,023	0,307
VK -> VE_A	0,122	0,133	0,055	2,203	0,028
VK -> VE_B	0,173	0,189	0,073	2,371	0,018
VK -> VE_K	0,115	0,125	0,050	2,316	0,021
VK -> U	0,102	0,111	0,050	2,026	0,043
UK x KK -> VE_A	0,020	0,025	0,022	0,929	0,353
UK x KK -> VE_B	0,019	0,024	0,021	0,884	0,377
UK x KK -> VE_K	0,009	0,014	0,015	0,607	0,544
UK x KK -> U	0,018	0,023	0,021	0,864	0,388
UK x VK -> VE_A	0,026	0,032	0,026	1,013	0,311
UK x VK -> VE_B	0,021	0,027	0,024	0,889	0,374
UK x VK -> VE_K	0,006	0,012	0,014	0,455	0,649
UK x VK -> U	0,005	0,010	0,013	0,382	0,702

Abbildung A17.1

Strukturgleichungsmodell inkl. Regressionsgewichte, gebootstrappte Signifikanzwerte (5000 Subsamples, BCa) und R^2-Werte



Analyseschritt 3

Tabelle A17.6

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
VE_A	0,430	0,441	0,057	7,561	0,000
VE_B	0,390	0,404	0,051	7,579	0,000
VE_K	0,354	0,367	0,059	6,037	0,000
U	0,243	0,251	0,048	5,051	0,000

Tabelle A17.7

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2-Adj

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
VE_A	0,421	0,432	0,058	7,298	0,000
VE_B	0,380	0,395	0,052	7,287	0,000
VE_K	0,344	0,357	0,060	5,781	0,000
U	0,236	0,244	0,049	4,843	0,000

Tabelle A17.8

Direkte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,111	0,109	0,126	0,885	0,376
KK -> VE_B	0,155	0,154	0,127	1,223	0,221
KK -> VE_K	0,262	0,263	0,122	2,135	0,033
KK -> U	-0,749	-0,753	0,115	6,534	0,000
U -> VE_A	-0,593	-0,597	0,059	10,092	0,000
U-> VE_B	-0,491	-0,495	0,058	8,443	0,000
U-> VE_K	-0,436	-0,439	0,064	6,781	0,000
VK -> VE_A	0,208	0,206	0,113	1,844	0,065
VK -> VE_B	0,431	0,434	0,125	3,452	0,001
VK -> VE_K	0,424	0,426	0,118	3,587	0,000
VK -> U	-0,645	-0,649	0,118	5,476	0,000

Der direkte Effekt der Kommunikationsqualität ist auf kognitiver Ebene signifikant, t = 2.135, β = .262, p = .033.

Der direkte Effekt des Vertrauens ist nur auf der behavioralen (t = 3.452, β = -.431, p < .01) und kognitiven (t = 3.587, β = -.424, p < .001) Ebene signifikant.

Tabelle A17.9

Indirekte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,445	0,450	0,089	4,996	0,000
KK -> VE_B	0,368	0,374	0,077	4,805	0,000
KK -> VE_K	0,327	0,331	0,073	4,493	0,000
VK -> VE_A	0,383	0,387	0,078	4,903	0,000
VK -> VE_B	0,317	0,321	0,070	4,522	0,000
VK -> VE_K	0,282	0,285	0,066	4,249	0,000

Alle indirekten Effekte sind signifikant, $p < .001$.

Tabelle A17.10

Totale Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,556	0,560	0,126	4,409	0,000
KK -> VE_B	0,523	0,527	0,123	4,234	0,000
KK -> VE_K	0,588	0,594	0,123	4,773	0,000
KK -> U	-0,749	-0,753	0,115	6,534	0,000
U -> VE_A	-0,593	-0,597	0,059	10,092	0,000
U-> VE_B	-0,491	-0,495	0,058	8,443	0,000
U-> VE_K	-0,436	-0,439	0,064	6,781	0,000
VK -> VE_A	0,591	0,593	0,123	4,808	0,000
VK -> VE_B	0,748	0,756	0,122	6,123	0,000
VK -> VE_K	0,706	0,711	0,118	5,975	0,000
VK -> U	-0,645	-0,649	0,118	5,476	0,000

Der totale Effekt der Kommunikationsqualität ist auf allen Ebenen signifikant ($t > 4.233$, $\beta > .522$, $p < .001$).

Der totale Effekt des Vertrauens ist auf allen Ebenen signifikant ($t > 4.807$, $\beta > .590$, $p < .001$).

Damit ist von einer kompletten Mediation der Kommunikationsqualität auf behavioraler und affektiver Ebene auszugehen und von einer partiellen Mediation über die kognitive Ebene.

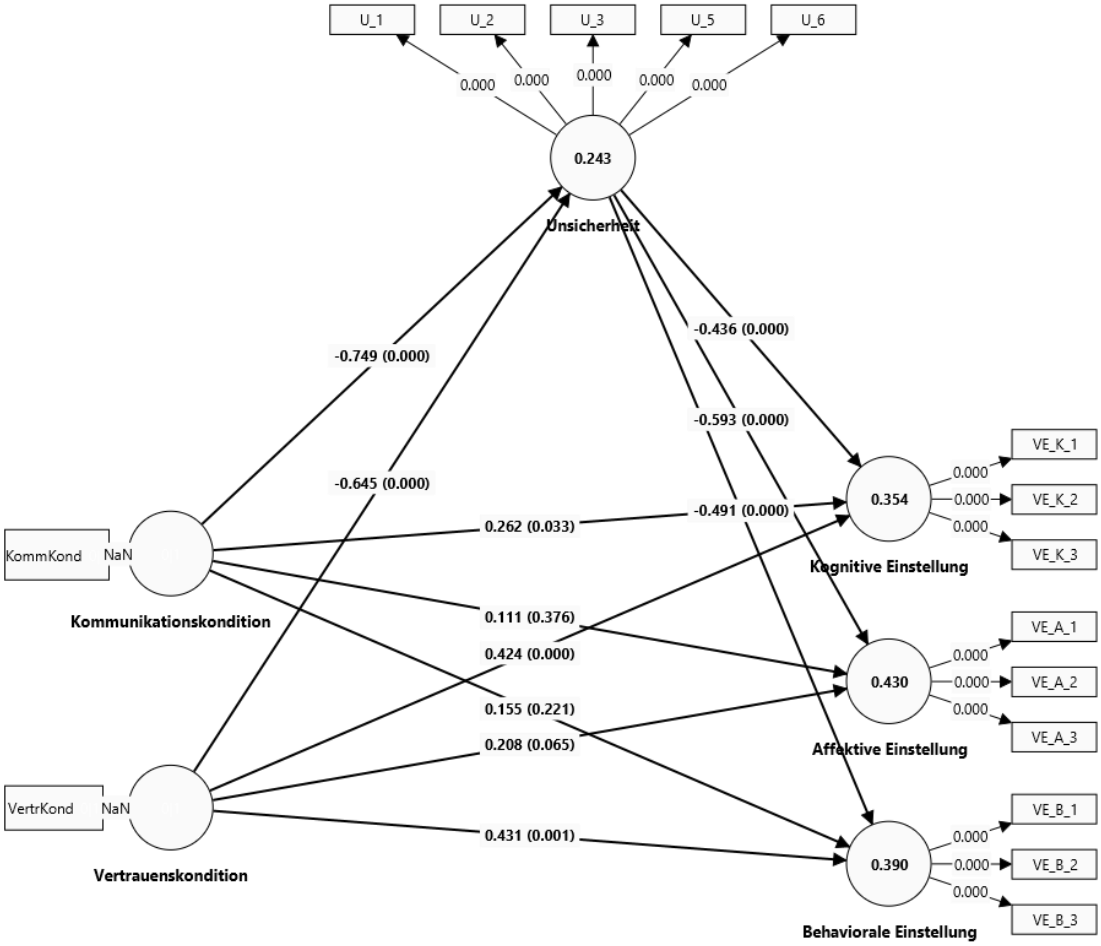
Damit ist von einer kompletten Mediation des Vertrauens auf affektiver Ebene auszugehen und von einer partiellen Mediation über die kognitive und behaviorale Ebene.

Tabelle A17.11
f^2-Werte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,005	0,010	0,014	0,334	0,738
KK -> VE_B	0,008	0,014	0,017	0,499	0,618
KK -> VE_K	0,022	0,028	0,023	0,956	0,339
KK -> U	0,186	0,195	0,067	2,769	0,006
U -> VE_A	0,467	0,492	0,135	3,464	0,001
U-> VE_B	0,299	0,317	0,089	3,361	0,001
U-> VE_K	0,223	0,239	0,085	2,627	0,009
VK -> VE_A	0,017	0,022	0,020	0,848	0,396
VK -> VE_B	0,067	0,076	0,043	1,559	0,119
VK -> VE_K	0,061	0,068	0,038	1,620	0,105
VK -> U	0,138	0,146	0,057	2,403	0,016

Abbildung A17.2

Strukturgleichungsmodell inkl. Regressionsgewichte, gebootstrappte Signifikanzwerte (5000 Subsamples, BCa) und R^2-Werte



Analyseschritt 4

Tabelle A17.12

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
VE_A	0,430	0,441	0,057	7,559	0,000
VE_B	0,390	0,404	0,051	7,580	0,000
VE_K	0,354	0,367	0,059	6,037	0,000
U	0,285	0,302	0,053	5,392	0,000

Tabelle A17.13

Gebootstrapptes (5000 Subsamples BCa) R^2-Adj

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
VE_A	0,421	0,432	0,058	7,295	0,000
VE_B	0,380	0,395	0,052	7,288	0,000
VE_K	0,344	0,357	0,060	5,781	0,000
U	0,266	0,284	0,054	4,919	0,000

Tabelle A17.14

Direkte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,111	0,109	0,126	0,885	0,376
KK -> VE_B	0,155	0,154	0,127	1,222	0,222
KK -> VE_K	0,262	0,263	0,122	2,135	0,033
KK -> U	-0,522	-0,525	0,162	3,227	0,001
U -> VE_A	-0,593	-0,597	0,059	10,087	0,000
U-> VE_B	-0,491	-0,495	0,058	8,446	0,000
U-> VE_K	-0,436	-0,439	0,064	6,780	0,000
UK -> U	0,425	0,420	0,190	2,237	0,025
VK -> VE_A	0,208	0,206	0,113	1,844	0,065
VK -> VE_B	0,431	0,434	0,125	3,452	0,001
VK -> VE_K	0,424	0,426	0,118	3,587	0,000
VK -> U	-0,762	-0,770	0,164	4,645	0,000
UK x VK -> U	0,236	0,244	0,241	0,979	0,328
UK x KK -> U	-0,452	-0,452	0,237	1,910	0,056

Tabelle A17.15

Indirekte Effekte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,310	0,314	0,102	3,024	0,003
KK -> VE_B	0,256	0,260	0,086	2,976	0,003
KK -> VE_K	0,228	0,230	0,078	2,931	0,003
UK -> VE_A	-0,252	-0,251	0,118	2,144	0,032
UK-> VE_B	-0,209	-0,208	0,097	2,161	0,031
UK-> VE_K	-0,185	-0,187	0,093	2,003	0,045
VK -> VE_A	0,452	0,460	0,110	4,127	0,000
VK -> VE_B	0,374	0,382	0,097	3,872	0,000
VK -> VE_K	0,332	0,339	0,090	3,707	0,000
UK x VK -> VE_A	-0,140	-0,148	0,147	0,953	0,341
UK x VK -> VE_B	-0,116	-0,123	0,122	0,947	0,344
UK x VK -> VE_K	-0,103	-0,108	0,109	0,942	0,346
UK x KK -> VE_A	0,268	0,272	0,149	1,803	0,071
UK x KK -> VE_B	0,222	0,226	0,124	1,788	0,074
UK x KK -> VE_K	0,197	0,201	0,114	1,735	0,083

Tabelle A17.16

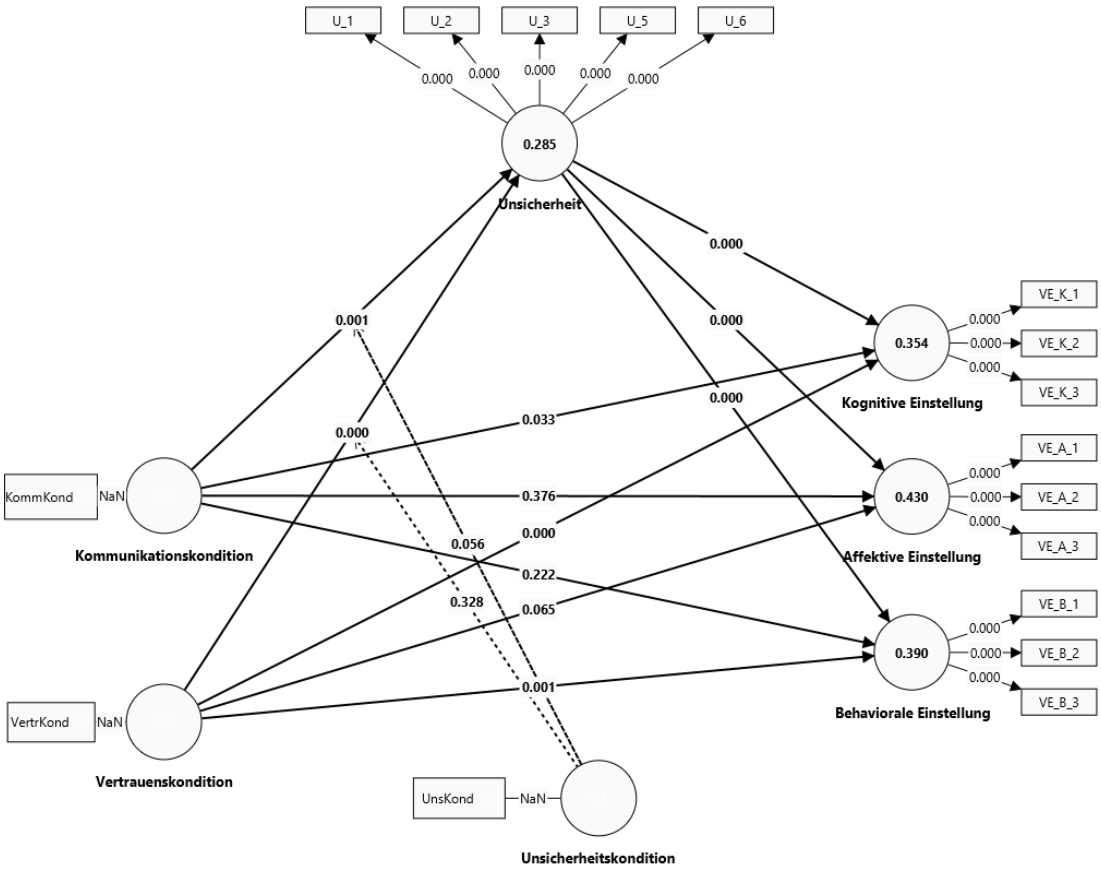
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,421	0,423	0,149	2,817	0,005
KK -> VE_B	0,411	0,414	0,140	2,930	0,003
KK -> VE_K	0,489	0,493	0,134	3,665	0,000
KK -> U	-0,522	-0,525	0,162	3,227	0,001
U -> VE_A	-0,593	-0,597	0,059	10,087	0,000
U -> VE_B	-0,491	-0,495	0,058	8,446	0,000
U -> VE_K	-0,436	-0,439	0,064	6,780	0,000
UK -> VE_A	-0,252	-0,251	0,118	2,144	0,032
UK-> VE_B	-0,209	-0,208	0,097	2,161	0,031
UK-> VE_K	-0,185	-0,187	0,093	2,003	0,045
UK -> U	0,425	0,420	0,190	2,237	0,025
VK -> VE_A	0,660	0,666	0,141	4,669	0,000
VK -> VE_B	0,805	0,817	0,134	6,021	0,000
VK -> VE_K	0,757	0,765	0,126	5,985	0,000
VK -> U	-0,762	-0,770	0,164	4,645	0,000
UK x VK -> VE_A	-0,140	-0,148	0,147	0,953	0,341
UK x VK -> VE_B	-0,116	-0,123	0,122	0,947	0,344
UK x VK -> VE_K	-0,103	-0,108	0,109	0,942	0,346
UK x VK -> U	0,236	0,244	0,241	0,979	0,328
UK x KK -> VE_A	0,268	0,272	0,149	1,803	0,071
UK x KK -> VE_B	0,222	0,226	0,124	1,788	0,074
UK x KK -> VE_K	0,197	0,201	0,114	1,735	0,083
UK x KK -> U	-0,452	-0,452	0,237	1,910	0,056

Tabelle A17.17
f^2-Werte

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statis-tics (|O/STDEV|)	P values
KK -> VE_A	0,005	0,010	0,014	0,334	0,739
KK -> VE_B	0,008	0,014	0,017	0,499	0,618
KK -> VE_K	0,022	0,028	0,023	0,956	0,339
KK -> U	0,047	0,053	0,032	1,488	0,137
U -> VE_A	0,467	0,492	0,135	3,463	0,001
U-> VE_B	0,299	0,317	0,089	3,363	0,001
U-> VE_K	0,223	0,239	0,085	2,627	0,009
UK -> U	0,021	0,026	0,021	1,031	0,303
VK -> VE_A	0,017	0,022	0,020	0,848	0,396
VK -> VE_B	0,067	0,076	0,043	1,559	0,119
VK -> VE_K	0,061	0,068	0,038	1,620	0,105
VK -> U	0,100	0,109	0,049	2,034	0,042
UK x VK -> U	0,005	0,010	0,013	0,378	0,706
UK x KK -> U	0,018	0,023	0,021	0,865	0,387

Abbildung A17.3

Strukturgleichungsmodell inkl. Regressionsgewichte, gebootstrappte Signifikanzwerte (5000 Subsamples, BCa) und R^2-Werte



Anhang 18: Berechnung der Gruppenvergleiche zur Testung von H7 und H8

Tabelle A18.1

Abkürzungen

NV	Niedriges Vertrauen
HV	Hohes Vertrauen
NQ	Niedrige Kommunikationsqualität
HQ	Hohe Kommunikationsqualität
Widerspruch_S	Variable, welche die Gruppen codiert, deren Ausprägungen unter *Sicherheit* gegensätzlich sind. Ausprägungen: HV vs. NQ (Referenzkategorie) und NV vs. HQ (Vergleichskategorie)
Widerspruch_U	Variable, welche die Gruppen codiert, deren Ausprägungen unter *Unsicherheit* gegensätzlich sind. Ausprägungen: HV vs. NQ (Referenzkategorie) und NV vs. HQ (Vergleichskategorie)

Hypothese 7 unter Sicherheit bei der Verarbeitung: Unter Sicherheit haben Personen mit niedrigem Vertrauen und hoher Kommunikationsqualität eine schlechtere Einstellung als Personen mit hohem Vertrauen und niedriger Kommunikationsqualität

Überprüfung Normalverteilung

Tabelle A18.2

Shapiro-Wilk Test Gruppe NV vs. HQ zur Überprüfung von H7b

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Export_MT_1$Einstellung_mm[Export_MT_1$Widerspruch_S == "NV vs.
HQ"]
W = 0.95314, p-value = 0.2947
```

Tabelle A18.3

Shapiro-Wilk Test Gruppe HV vs. NQ zur Überprüfung von H7b

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Export_MT_1$Einstellung_mm[Export_MT_1$Widerspruch_S == "HV vs.
NQ"]
W = 0.97962, p-value = 0.8774
```

Die Normalverteilung der Unsicherheit ist in beiden Gruppen anzunehmen, *p* > .05.

Überprüfung der Varianzhomogenität

Tabelle A18.4

Levene-Test zur Überprüfung von H7b

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
      Df F value Pr(>F)
group  1  1.3069 0.2586
      48
```

Die Varianzhomogenität beider Gruppen ist anzunehmen, *p* > .05.

Durchführung t-Test

Tabelle A18.5

Gepaarter t-Test zur Überprüfung von H7b

```
        Two Sample t-test

data:  Einstellung_mm by as.factor(Widerspruch_S)
t = 2.5197, df = 48, p-value = 0.007564
alternative hypothesis: true difference in means between group HV vs.
NQ and group NV vs. HQ is greater than 0
95 percent confidence interval:
 0.05029882        Inf
sample estimates:
mean in group HV vs. NQ mean in group NV vs. HQ
              0.6061698               0.4557358
```

Die Referenzkategorie (HV vs. NQ) hat eine signifikant niedrigere Einstellung als die Vergleichskategorie (NV vs. HQ), *p* < .05. Die Hypothese ist anzunehmen.

Hypothese 7 unter Unsicherheit bei der Verarbeitung: Unter Unsicherheit haben Personen mit niedrigem Vertrauen und hoher Kommunikationsqualität eine schlechtere Einstellung als Personen mit hohem Vertrauen und niedriger Kommunikationsqualität

Überprüfung Normalverteilung

Tabelle A18.6

Shapiro-Wilk Test Gruppe NV vs. HQ zur Überprüfung von H8b

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Export_MT_1$Einstellung_mm[Export_MT_1$Widerspruch_U == "NV vs.
HQ"]
W = 0.952, p-value = 0.2582
```

Tabelle A18.7

Shapiro-Wilk Test Gruppe HV vs. NQ zur Überprüfung von H8b

```
Shapiro-Wilk normality test

data:  Export_MT_1$Einstellung_mm[Export_MT_1$Widerspruch_U == "HV vs.
NQ"]
W = 0.91848, p-value = 0.04732
```

Die Normalverteilung der Einstellung ist in der Gruppe HV vs. NQ nicht anzunehmen, $p < .05$. Daher ist der nonparametrische Wilcoxon Test zu berechnen.

Überprüfung der Varianzhomogenität

Tabelle A18.8

Levene-Test zur Überprüfung von H8b

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
      Df F value  Pr(>F)
group  1  4.2992 0.04341 *
      49
---
Signif. codes:  0 ‘***’ 0.001 ‘**’ 0.01 ‘*’ 0.05 ‘.’ 0.1 ‘ ’ 1
```

Die Varianzhomogenität beider Gruppen ist nicht anzunehmen, $p < .05$.

Durchführung Wilcoxon Test

Tabelle A18.9

Gepaarter Wilcoxon-Test zur Überprüfung von H8b

```
Wilcoxon rank sum exact test

data:  Einstellung_mm by as.factor(Widerspruch_U)
W = 261, p-value = 0.8868
alternative hypothesis: true location shift is greater than 0
```

Die Referenzkategorie (HV vs. NQ) hat keine signifikant höhere Einstellung als die Vergleichskategorie (NV vs. HQ), $p > .05$. Die Hypothese ist abzulehnen.

Hypothese 8 unter Sicherheit bei der Verarbeitung: Unter Sicherheit nehmen Personen mit niedrigem Vertrauen und hoher Kommunikationsqualität mehr Unsicherheit wahr als Personen mit hohem Vertrauen und niedriger Kommunikationsqualität.

Überprüfung Normalverteilung

Tabelle A18.10

Shapiro-Wilk Test Gruppe NV vs. HQ zur Überprüfung von H7a

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Export_MT_1$Unsicherheit_mm[Export_MT_1$Widerspruch_S == "NV vs
. HQ"]
W = 0.93467, p-value = 0.1114
```

Tabelle A18.11

Shapiro-Wilk Test Gruppe HV vs. NQ zur Überprüfung von H7a

```
            Shapiro-Wilk normality test

data:  Export_MT_1$Unsicherheit_mm[Export_MT_1$Widerspruch_S == "HV vs
. NQ"]
W = 0.93745, p-value = 0.1292
```

Die Normalverteilung der Unsicherheit ist in beiden Gruppen anzunehmen, $p > .05$.

Überprüfung der Varianzhomogenität

Tabelle A18.12

Levene-Test zur Überprüfung von H7a

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
      Df F value Pr(>F)
group  1  0.3557 0.5537
      48
```

Die Varianzhomogenität beider Gruppen ist anzunehmen, $p > .05$.

Durchführung t-Test

Tabelle A18.13

Gepaarter t-Test zur Überprüfung von H7a

```
        Two Sample t-test

data:  Unsicherheit_mm by as.factor(Widerspruch_S)
t = -0.88361, df = 48, p-value = 0.1907
alternative hypothesis: true difference in means between group HV vs.
NQ and group NV vs. HQ is less than 0
95 percent confidence interval:
       -Inf 0.05522992
sample estimates:
mean in group HV vs. NQ mean in group NV vs. HQ
              0.4268916               0.4883845
```

Die Referenzkategorie (HV vs. NQ) hat keine signifikant niedrigere Unsicherheit als die Vergleichskategorie (NV vs. HQ), $p > .05$. Die Hypothese ist abzulehnen.

Hypothese 8 unter Unsicherheit bei der Vearbeitung: Unter Unsicherheit nehmen Personen mit niedrigem Vertrauen und hoher Kommunikationsqualität mehr Unsicherheit wahr als Personen mit hohem Vertrauen und niedriger Kommunikationsqualität

Überprüfung Normalverteilung

Tabelle A18.14

Shapiro-Wilk Test Gruppe NV vs. HQ zur Überprüfung von H8a

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Export_MT_1$Unsicherheit_mm[Export_MT_1$Widerspruch_U == "NV vs
. HQ"]
W = 0.97893, p-value = 0.8505
```

Tabelle A18.15

Shapiro-Wilk Test Gruppe HV vs. NQ zur Überprüfung von H8a

```
        Shapiro-Wilk normality test

data:  Export_MT_1$Unsicherheit_mm[Export_MT_1$Widerspruch_U == "HV vs
. NQ"]
W = 0.94933, p-value = 0.2422
```

Die Normalverteilung der Unsicherheit ist in beiden Gruppen anzunehmen, $p > .05$.

Überprüfung der Varianzhomogenität

Tabelle A18.16

Levene-Test zur Überprüfung von H8a

```
Levene's Test for Homogeneity of Variance (center = median)
      Df F value Pr(>F)
group  1  0.1238 0.7265
      49
```

Die Varianzhomogenität beider Gruppen ist anzunehmen, $p > .05$.

Durchführung t-Test

Tabelle A18.17

Gepaarter t-Test zur Überprüfung von H8a

```
        Two Sample t-test

data:  Unsicherheit_mm by as.factor(Widerspruch_U)
t = 1.7749, df = 49, p-value = 0.9589
alternative hypothesis: true difference in means between group HV vs.
NQ and group NV vs. HQ is less than 0
95 percent confidence interval:
      -Inf 0.2247029
sample estimates:
mean in group HV vs. NQ mean in group NV vs. HQ
              0.6429141                0.5273616
```

Die Referenzkategorie (HV vs. NQ) nimmt nicht weniger Unsicherheit wahr als die Vergleichskategorie (NV vs. HQ), $p > .05$. Die Hypothese ist abzulehnen.

Abbildung A18.1

Boxplot der verschiedenen Konditionen hinsichtlich ihrer Einstellungswerte

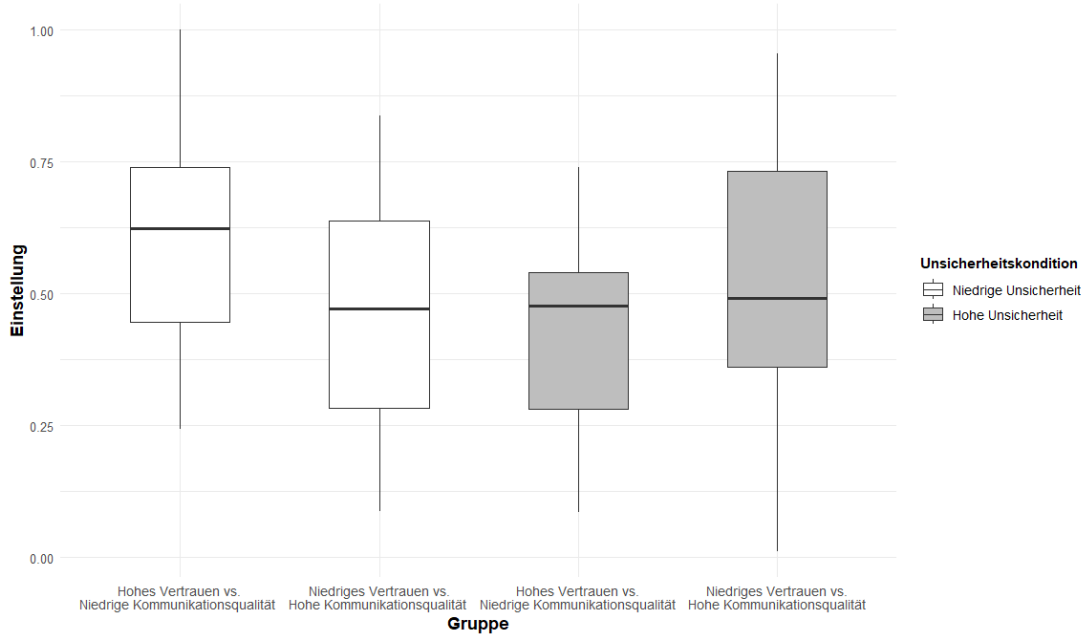
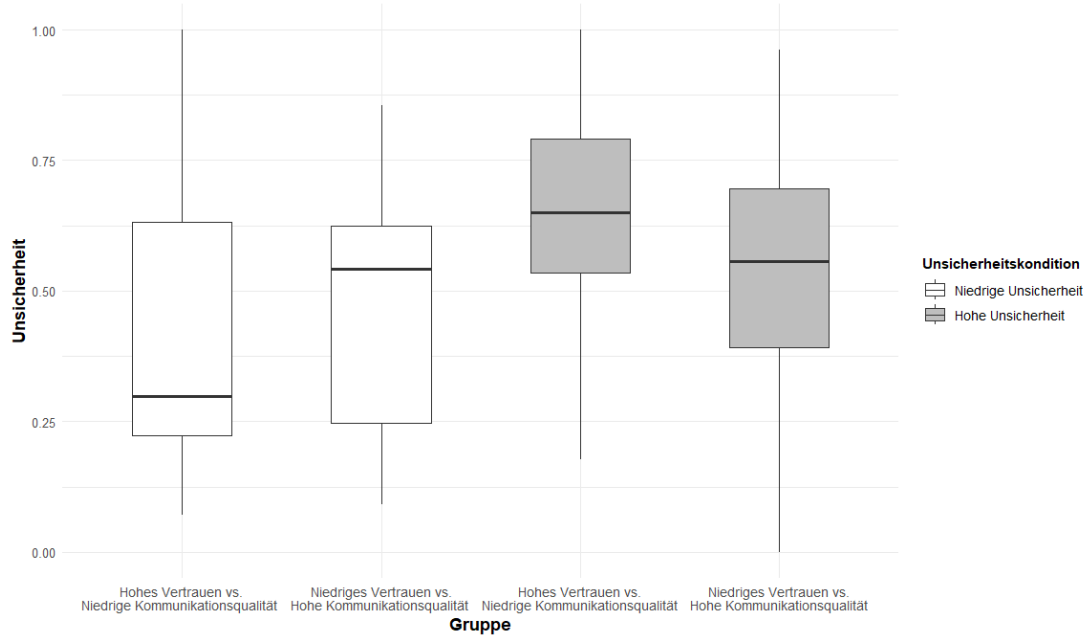


Abbildung A18.1

Boxplot der verschiedenen Konditionen hinsichtlich ihrer Unsicherheitswerte



Anhang 19: Dokumentation der KI-Verwendung

#	Betroffener Bereich / Kapitel	Verwendete KI	Zweck der Verwendung	Verwendeter Prompt
1	Komplette Arbeit /genereller Einsatz	Chat GPT 3.5 und 4	Kürzen des Textes & Formulierungsvorschläge: Die Formulierungsvorschläge wurden als Inspiration verwendet und nicht 1:1 in die Arbeit übernommen.	Beispielprompt: Ich sende dir nachfolgend einige Textpassagen. Bitte kürze diese Passagen unter Beibehaltung aller relevanten Informationen. Bitte beachte, dass der Schreibstil ähnlich zur restlichen Passage bleibt und entferne nur Füllwörter. Reduziere komplexe Satzstrukturen und priorisiere prägnante Formulierungen. Versuche auch Passivkonstruktionen in Sätzen in aktive Formulierungen umzuformulieren. Bedenke, dass es sich dabei um eine Wissenschaftliche Arbeit handelt, weshalb du einen klaren, aber dennoch formellen und wissenschaftlichen Schreibstil beibehalten solltest. Bitte achte darauf, dass du keine notwendigen Artikel weglässt. Das stört den Lesefluss und hat einen schlechten Schreibstil zur Folge.
2	Komplette Arbeit/ genereller Einsatz	Scite AI https://scite.ai/assistant	Identifikation und Recherche relevanter Literatur	Beispielprompt: How does personal Uncertainty affect the process of sensemaking?
3	Komplette Arbeit/ genereller Einsatz	Consensus https://consensus.app/	Identifikation und Recherche relevanter Literatur	Beispielprompt: How does personal Uncertainty affect the process of sensemaking?

4	Komplette Arbeit/ genereller Einsatz	Research Rabbit https://researchrabbitapp.com	Identifikation und Recherche relevanter Literatur	Basiert nicht auf Prompts: Die genutzte Literatur wurde eingegeben und die KI recherchierte zusätzlich relevante Literatur
5	Komplette Arbeit/ genereller Einsatz	Duden Mentor	Rechtschreibprüfung	Input der kompletten Arbeit
6	Komplette Arbeit/ genereller Einsatz	Rechtschreibprüfung24	Rechtschreibprüfung	Input der kompletten Arbeit
7	Komplette Arbeit/ genereller Einsatz	ChatGPT 3.5/4	Formulierung von Synonymen, um Wortwiederholungen zu vermeiden	Beispielprompt: Im folgenden werde ich dir einige Wörter schreiben. Bitte schlage mir für jedes Wort, das ich schreibe 7 Synonyme vor. Behalte im Hinterkopf, dass die Wörter für eine wissenschaftliche Arbeit benutzt werden und beziehe diese Information in die Formulierung der Synonyme ein.
8	2.1.3	DeepL	Übersetzen englischer Zitate: Die Übersetzung des Zitats wurde angepasst und optimiert	Beispielinput: “The willingness of a party to be vulnerable to the actions of another party based on the expectation that the other will perform a particular action important to the trustor, irrespective of the ability to monitor or control that other party.” (Mayer et al., 1995, S. 712)
9	4	Chat GPT 3.5/4	Rückfragen zu statistischen Konzepten, um das eigene Verständnis zu verbessern. Die Outputs finden sich jedoch nicht als Formulierungen in der	Beispielprompt: Wie heißt es, wenn zwei Unabhängige Variablen auf denselben Mediator wirken, welcher auf die selbe abhängige Variable wirkt. Zudem haben beide UV auch einen direkten Effekt auf die AV.

			Arbeit wieder, sondern dienten nur dem persönlichen Verständnis.	Was ist der Fachbegriff für diese Art von Modell?
10	4	Chat GPT 3.5/4	Umskalierung der standardisierten latenten Variablen aus SmartPLS, sodass diese interpretierbar sind. Die Antwort wurde anschließend literarisch validiert und mögliche Beeinträchtigungen der Analysen wurden in R ausgeschlossen.	Ich habe in R einen Datensatz, auf dem eine Variable von -2.5 bis 2.7 skaliert ist. Ich möchte die Variablen neu skalieren, sodass die Abstände der einzelnen Fälle proportional bleiben. Welche Methoden stehen hierfür zur Verfügung?
11	4.4	Chat GPT 3.5/4	Unterstützung bei der Diagrammerstellung (Abbildung 9, 10, 17 & 18)	Beispielprompt: Ich habe drei Versuchskonditionen mit jeweils den Ausprägungen hoch und niedrig. Für all diese Konditionen erfasse ich Werte für die Einstellung der Teilnehmenden. Ich möchte den Mittelwert geschachtelt für diese Konditionen als Balkendiagram darstellen. Das heißt ich die vier Balken der Personen aus Kondition 1 nebeneinander und dann die vier Balken der Personen aus Kondition zwei nebeneinander. Darunter soll eine Beschriftung der Konditionen stehen. Ich möchte R und ggplot verwenden. Beispielprompt 2: Ich habe vier-Versuchskonditionen. Für all diese Konditionen erfasse ich Werte für die Einstellung der Teilnehmenden. Ich möchte die vier Konditionen als Boxplot darstellen. Zudem möchte ich die Schriftgröße und Fettung der Beschriftungen anpassen.

				Bitte gib mir einen Code für R und ggplot.
12	4.2	Chat GPT 3.5/4	Umskalierung der standardisierten latenten Variablen aus SmartPLS, sodass diese interpretierbar sind. Die Antwort wurde anschließend literarisch validiert und mögliche Beeinträchtigungen der Analysen wurden in R ausgeschlossen.	Ich habe in R einen Datensatz, auf dem eine Variable von -2.5 bis 2.7 skaliert ist. Ich möchte die Variablen neu skalieren, sodass die Abstände der einzelnen Fälle proportional bleiben. Welche Methoden stehen hierfür zur Verfügung?
13	Anhang 8	DeepL	Übersetzung von englischen Versuchsmaterialien (2010)	Beispielinput der Vertrauensvignette nach Janssen (2010): „If I had my way, I wouldn't let_have any influence over issues that are important to me. I would be willing to let_have complete control over my future in this company. I really wish I had a good way to keep an eye on_. I would be comfortable giving_a task or problem which was critical to me, even if I could not monitor his/her (its) actions. If someone questioned_'s motives, I would give_ the benefit of the doubt.“ (Janssen, 2010, S. 81)
14	Anhang 8	DeepL	Übersetzung englischer Skalen. Dabei galt die Originalskala als Input und der Output von DeepL wurde	Beispielinput der Kommunikationsqualitätsskala nach Bordia, Hobman et al. (2004): “1. The information regarding the change has been useful.

			manuelle angepasst und optimiert.	2. The information regarding the change has adequately answered my questions about the changes. 3. The information regarding the change has been positive. 4. The information regarding the change has been communicated appropriately. 5. The information regarding the change has been timely. 6. The information regarding the change has been accurate." (Bordia, Hobman, et al., 2004, S. 522)
15	Anhang 8	Chat GPT 3.5	Formulierungshilfe bei der Kommunikationsqualitätsvignette niedriger Qualität. Der Output diente als Inspiration für die tatsächliche Formulierung, wurde jedoch nicht 1:1 übernommen.	Beispielprompt: Formuliere diesen Text um, sodass er etwas länger ist: "Wir befinden uns aktuell in der Erarbeitung geeigneter Kommunikationskanäle, über die Sie das Management über anstehende Veränderungen informiert. Es stehen zudem Gespräche an, welche die Rolle, die Sie, die Mitarbeitenden, in der Umsetzung der Veränderungen einnehmen werden. Aufgrund der anhaltenden Gespräche ist lässt sich hierzu leider noch keine Aussage treffen. Über die konkreten Ergebnisse der Gespräche halte ich Sie auf dem Laufenden."
16	Anhang 8	Language-tool.org	Formulierungshilfe bei der Kommunikationsqualitätsvignette niedriger Qualität. Der Output diente als Inspiration für die tatsächliche	Beispielinput: „Das Management wird Sie durch Kommunikationsmaterialien und Schulungen umfassend unterstützen, um sicherzustellen, dass Sie die notwendigen Ressourcen erhalten, um den Wandel erfolgreich zu gestalten.“

			Formulierung, wurde jedoch nicht 1:1 übernommen.	
17	Anhang 8	ChatGPT 3.5	Erstellen von fiktiven Versicherungsnamen für die Attention Checks	Prompt: „Generiere mir 5 fiktive Namen für Versicherungsdienstleister“
18	Gesamte Arbeit/ generelle Verwendung	PlagAware	(Eigen-) Plagiatsprüfung der Arbeit	Input: Kompletter Textteil und Teile des Anhangs der Masterarbeit sowie das Exposé der Masterarbeit zur Überprüfung eines Eigenplagiats.

8 Literaturverzeichnis

Albarracín, D. & Shavitt, S. (2018). Attitudes and Attitude Change. *Annual review of psychology*, *69*, 299–327. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011911

Albarracín, D., Zanna, M. P., Johnson, B. T. & Kumkale, G. T. (2005). Attitudes: Introduction and Scope. In D. Albarracín, B. T. Johnson & M. P. Zanna (Hrsg.), *The handbook of attitudes* (S. 3–19). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Allen, J., Jimmieson, N. L., Bordia, P. & Irmer, B. E. (2007). Uncertainty during Organizational Change: Managing Perceptions through Communication. *Journal of Change Management*, *7*(2), 187–210. https://doi.org/10.1080/14697010701563379

Amarantou, V., Kazakopoulou, S., Chatzoudes, D. & Chatzoglou, P. (2018). Resistance to change: an empirical investigation of its antecedents. *Journal of Organizational Change Management*, *31*(2), 426–450. https://doi.org/10.1108/jocm-05-2017-0196

Anderson, E. C., Carleton, R. N., Diefenbach, M. & Han, P. K. J. (2019). The Relationship Between Uncertainty and Affect. *Frontiers in psychology*, *10*, 2504. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02504

Anselme, P. (2010). The uncertainty processing theory of motivation. *Behavioural brain research*, *208*(2), 291–310. https://doi.org/10.1016/j.bbr.2009.12.020

Armenakis, A. A., Harris, S. G. & Feild, H. S. (2000). Making change permanent A model for institutionalizing change interventions. In A. A. Armenakis, S. G. Harris & H. S. Feild (Hrsg.), *Research in Organizational Change and Development* (Bd. 12, S. 97–128). Emerald Group Publishing Limited. https://doi.org/10.1016/S0897-3016(99)12005-6

Baas, M., Dreu, C. de & Nijstad, B. A. (2012). Emotions that associate with uncertainty lead to structured ideation. *Emotion (Washington, D.C.)*, *12*(5), 1004–1014. https://doi.org/10.1037/a0027358

Bar-Anan, Y., Wilson, T. D. & Gilbert, D. T. (2009). The feeling of uncertainty intensifies affective reactions. *Emotion (Washington, D.C.)*, *9*(1), 123–127. https://doi.org/10.1037/a0014607

Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*(6), 1173–1182. https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173

Barrett, D. J. (2002). Change communication: using strategic employee communication to facilitate major change. *Corporate Communications: An International Journal*, *7*(4), 219–231. https://doi.org/10.1108/13563280210449804

Bayraktar, S. & Kabasakal, H. (2022). Crafting a Change Message and Delivering It With Success: An Experimental Study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, *58*(1), 97–119. https://doi.org/10.1177/0021886320920361

Becker, J.-M., Cheah, J.-H., Gholamzade, R., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2023). PLS-SEM's most wanted guidance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *35*(1), 321–346. https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0474

Becker, J.-M., Klein, K. & Wetzels, M. (2012). Hierarchical Latent Variable Models in PLS-SEM: Guidelines for Using Reflective-Formative Type Models. *Long Range Planning*, *45*(5-6), 359–394. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.10.001

Berger, C. R. & Calabrese, R. J. (1975). Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Towards a Developmental Theory of Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, *1*(2), 99–112. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x

Beyer, D., Schneider, S. & Weissenberger-Eibl, M. A. (2022). Die Dimensionen der Zukunftsfähigkeit. In M. A. Weissenberger-Eibl (Hrsg.), *Zukunftsnavigator Deutschland* (S. 1–21). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-64902-2_1

Bordia, P., Hobman, E., Jones, E., Gallois, C. & Callan, V. J. (2004). Uncertainty During Organizational Change: Types, Consequences, and Management Strategies. *Journal of Business and Psychology*, *18*(4), 507–532. https://doi.org/10.1023/B:JOBU.0000028449.99127.f7

Bordia, P., Hunt, E., Paulsen, N., Tourish, D. & DiFonzo, N. (2004). Uncertainty during organizational change: Is it all about control? *European*

Journal of Work and Organizational Psychology, *13*(3), 345–365. https://doi.org/10.1080/13594320444000128

Bouckenooghe, D. (2010). Positioning Change Recipients' Attitudes Toward Change in the Organizational Change Literature. *The Journal of Applied Behavioral Science*, *46*(4), 500–531. https://doi.org/10.1177/0021886310367944

Bouckenooghe, D., M. Schwarz, G. & Minbashian, A. (2015). Herscovitch and Meyer's Three-Component model of commitment to change: Meta-analytic findings. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, *24*(4), 578–595. https://doi.org/10.1080/1359432X.2014.963059

Bouckenooghe, D., Schwarz, G. M., Kanar, A. & Sanders, K. (2021). Revisiting research on attitudes toward organizational change: Bibliometric analysis and content facet analysis. *Journal of Business Research*, *135*, 137–148. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.028

Breyer, B. & Bluemke, M. (2016). *Deutsche Version der Positive and Negative Affect Schedule PANAS (GESIS Panel).* https://doi.org/10.6102/zis242

Campbell, D. T. (1957). Factors relevant to the validity of experiments in social settings. *Psychological bulletin*, *54*(4), 297–312. https://doi.org/10.1037/h0040950

Carpenter, C. J. (2015). A Meta-Analysis of the ELM's Argument Quality × Processing Type Predictions. *Human Communication Research*, *41*(4), 501–534. https://doi.org/10.1111/hcre.12054

Chawla, A. & Kelloway, K. E. (2004). Predicting openness and commitment to change. *Leadership & Organization Development Journal*, *25*(6), 485–498. https://doi.org/10.1108/01437730410556734

Cheah, J.-H., Magno, F. & Cassia, F. (2024). Reviewing the SmartPLS 4 software: the latest features and enhancements. *Journal of Marketing Analytics*, *12*(1), 97–107. https://doi.org/10.1057/s41270-023-00266-y

Choi, E. U. & Hogg, M. A. (2020). Self-uncertainty and group identification: A meta-analysis. *Group Processes & Intergroup Relations*, *23*(4), 483–501. https://doi.org/10.1177/1368430219846990

Choi, M. (2011). Employees' attitudes toward organizational change: A literature review. *Human Resource Management*, *50*(4), 479–500. https://doi.org/10.1002/hrm.20434

Chreim, S. (2002). Influencing Organizational Identification During Major Change: A Communication- Based Perspective. *Human Relations*, *55*(9), 1117–1137. https://doi.org/10.1177/0018726702055009022

Christensen, M. (2014). Communication as a Strategic Tool in Change Processes. *International Journal of Business Communication*, *51*(4), 359–385. https://doi.org/10.1177/2329488414525442

Clampitt, P. G., DeKoch, R. J. & Cashman, T. (2000). A strategy for communicating about uncertainty. *Academy of Management Perspectives*, *14*(4), 41–57. https://doi.org/10.5465/ame.2000.3979815

Clarkson, J. J., Tormala, Z. L., DeSensi, V. L. & Wheeler, C. S. (2009). Does attitude certainty beget self-certainty? *Journal of Experimental Social Psychology*, *45*(2), 436–439. https://doi.org/10.1016/j.jesp.2008.10.004

Cohen, J. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2. Aufl.). Taylor and Francis.

Crano, W. D. & Prislin, R. (2006). Attitudes and persuasion. *Annual review of psychology*, *57*, 345–374. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.57.102904.190034

Czernatowicz-Kukuczka, A., Jaśko, K. & Kossowska, M. (2014). Need for closure and dealing with uncertainty in decision making context: The role of the behavioral inhibition system and working memory capacity. *Personality and Individual Differences*, *70*, 126–130. https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.06.013

Dahl, M. S. (2011). Organizational Change and Employee Stress. *Management Science*, *57*(2), 240–256. https://doi.org/10.1287/mnsc.1100.1273

Deekeling, Egbert; Arndt, Susanne (2021): Change-Kommunikation in Unternehmen. In: Sabine Einwiller, Sonja Sackmann und Ansgar Zerfaß (Hg.): *Handbuch Mitarbeiterkommunikation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 545–563.

DiFonzo, N. & Bordia, P. (1998). A tale of two corporations: Managing uncertainty during organizational change. *Human Resource Management*, *37*(3-4), 295–303. https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-050X(199823/24)37:3/4%3C295::AID-HRM10%3E3.0.CO;2-3

Döring, N. & Bortz, J. (2016). Untersuchungsdesign. In N. Döring & J. Bortz (Hrsg.), *Springer-Lehrbuch. Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (S. 181–220). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5_7

Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

Ellis, B. H. (1992). The Effects of Uncertainty and Source Credibility on Attitudes about Organizational Change. *Management Communication Quarterly*, *6*(1), 34–57. https://doi.org/10.1177/0893318992006001002

Elstak, M. N., Bhatt, M., van Riel, C. B. M., Pratt, M. G. & Berens, G. A. J. M. (2015). Organizational Identification during a Merger: The Role of Self-Enhancement and Uncertainty Reduction Motives during a Major Organizational Change. *Journal of Management Studies*, *52*(1), 32–62. https://doi.org/10.1111/joms.12105

Elving, W. J. (2005). The role of communication in organisational change. *Corporate Communications: An International Journal*, *10*(2), 129–138. https://doi.org/10.1108/13563280510596943

Evans, J. S. B. T. & Stanovich, K. E. (2013). Dual-Process Theories of Higher Cognition: Advancing the Debate. *Perspectives on psychological science : a journal of the Association for Psychological Science*, *8*(3), 223–241. https://doi.org/10.1177/1745691612460685

Faraji-Rad, A. & Pham, M. T. (2017). Uncertainty Increases the Reliance on Affect in Decisions. *Journal of Consumer Research*, *44*(1), 1-21. https://doi.org/10.1093/jcr/ucw073

Fichter, C. (2018). *Wirtschaftspsychologie für Bachelor*. Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-54944-5

Flesch, R. (1986). *The art of readable writing* (19. Aufl.). MacMillan.

Fritz, M. S. & Mackinnon, D. P. (2007). Required sample size to detect the mediated effect. *Psychological science*, *18*(3), 233–239. https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01882.x

Gartner. (2019). *Improving M&A Success: Part 1.* Gartner. https://www.gartner.com/en/human-resources/trends/improving-m-a-part-1

GPower. (2023). *G * Power 3.1 manual: June 1, 2023.* GPower. https://www.psychologie.hhu.de/fileadmin/redaktion/Fakultaeten/Mathematisch-Naturwissenschaftliche_Fakultaet/Psychologie/AAP/gpower/GPowerManual.pdf#page=83.04

Greubel, J. & Kecklund, G. (2011). The impact of organizational changes on work stress, sleep, recovery and health. *Industrial health*, *49*(3), 353–364. https://doi.org/10.2486/indhealth.MS1211

Grylka-Bäschlin, S., Joliat, A. & Zsindely Piroska. (01/2021). *Evaluation der Vermittlungshotline der Thurgauer Hebammen: Abschlussbericht.* Verein Thurgauer Hebammen. https://digitalcollection.zhaw.ch/bitstream/11475/21561/3/2021_Grylka-etal_Abschlussbericht-Evaluation-Vermittlungshotline-TG.pdf

Guo, B. (2011). The scope of external information-seeking under uncertainty: An individual-level study. *International Journal of Information Management*, *31*(2), 137–148. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.08.005

Hackett, J. D. & Hogg, M. A. (2014). The diversity paradox: when people who value diversity surround themselves with like-minded others. *Journal of Applied Social Psychology*, *44*(6), 415–422. https://doi.org/10.1111/jasp.12233

Hair, J. F., Hauff, S., Hult, G. T. M., Richter, N. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017a). Kapitel 1: Einführung in die Strukturgleichungsmodellierung. In J. F. Hair, S. Hauff, G. T. M. Hult, N. F. Richter, C. M. Ringle & M. Sarstedt (Hrsg.), *Partial Least Squares Strukturgleichungsmodellierung* (S. 1–30). Verlag Franz Vahlen GmbH. https://doi.org/10.15358/9783800653614-1

Hair, J. F., Hauff, S., Hult, G. T. M., Richter, N. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017b). Kapitel 2: Spezifikation des Pfadmodells und Prüfung der Daten. In J. F. Hair, S. Hauff, G. T. M. Hult, N. F. Richter, C. M. Ringle & M. Sarstedt (Hrsg.), *Partial Least Squares Strukturgleichungsmodellierung* (S. 31–68). Verlag Franz Vahlen GmbH. https://doi.org/10.15358/9783800653614-31

Hair, J. F., Hauff, S., Hult, G. T. M., Richter, N. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017c). Kapitel 4: Gütebeurteilung von PLS-SEM-Ergebnissen (Teil I). In J. F. Hair, S. Hauff, G. T. M. Hult, N. F. Richter, C. M.

Ringle & M. Sarstedt (Hrsg.), *Partial Least Squares Strukturgleichungsmodellierung* (S. 89–117). Verlag Franz Vahlen GmbH. https://doi.org/10.15358/9783800653614-89

Hair, J. F., Hauff, S., Hult, G. T. M., Richter, N. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017d). Kapitel 5: Gütebeurteilung von PLS-SEM-Ergebnissen (Teil II). In J. F. Hair, S. Hauff, G. T. M. Hult, N. F. Richter, C. M. Ringle & M. Sarstedt (Hrsg.), *Partial Least Squares Strukturgleichungsmodellierung* (S. 118–161). Verlag Franz Vahlen GmbH. https://doi.org/10.15358/9783800653614-118

Hair, J. F., Hauff, S., Hult, G. T. M., Richter, N. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017e). Kapitel 7: Mediator- und Moderatoranalysen. In J. F. Hair, S. Hauff, G. T. M. Hult, N. F. Richter, C. M. Ringle & M. Sarstedt (Hrsg.), *Partial Least Squares Strukturgleichungsmodellierung* (S. 192–231). Verlag Franz Vahlen GmbH. https://doi.org/10.15358/9783800653614-192

Hair, J. F., Hauff, S., Hult, G. T. M., Richter, N. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017f). Kapitel 8: Ausblick auf weiterführende Verfahren. In J. F. Hair, S. Hauff, G. T. M. Hult, N. F. Richter, C. M. Ringle & M. Sarstedt (Hrsg.), *Partial Least Squares Strukturgleichungsmodellierung* (S. 232–262). Verlag Franz Vahlen GmbH. https://doi.org/10.15358/9783800653614-232

Hair, J. F., Hauff, S., Hult, G. T. M., Richter, N. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (Hrsg.). (2017g). *Partial Least Squares Strukturgleichungsmodellierung*. Verlag Franz Vahlen GmbH. https://doi.org/10.15358/9783800653614

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M. & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *40*(3), 414–433. https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6

Haqq, Z. N. (2021). The Linkage between Change Communication and Behavioral Resistance to Change: Moderation Effect of Trust in Management. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, *10*(2), 86. https://doi.org/10.32833/majem.v10i2.209

Haumer, F., Schlicker, L., Murschetz, P. C. & Kolo, C. (2021). Tailor the message and change will happen? An experimental study of message tailoring as an effective communication strategy for organizational change. *Journal of Strategy and Management*, *14*(4), 426–443. https://doi.org/10.1108/JSMA-08-2020-0207

Herzog, M. H., Francis, G. & Clarke, A. (2019). *Understanding Statistics and Experimental Design: How to Not Lie with Statistics*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-03499-3

Highhouse, S., Lievens, F. & Sinar, E. F. (2003). Measuring Attraction to Organizations. *Educational and Psychological Measurement*, *63*(6), 986–1001. https://doi.org/10.1177/0013164403258403

Hillen, M. A., van Vliet, L. M., Haes, H. C. J. M. de & Smets, E. M. A. (2013). Developing and administering scripted video vignettes for experimental research of patient-provider communication. *Patient education and counseling*, *91*(3), 295–309. https://doi.org/10.1016/j.pec.2013.01.020

Hogg, M. A. (2007). Uncertainty–Identity Theory. In M. P. Zanna (Hrsg.), *Advances in Experimental Social Psychology. Advances in Experimental Social Psychology Volume 39* (Bd. 39, S. 69–126). Elsevier. https://doi.org/10.1016/s0065-2601(06)39002-8

Hogg, M. A. & Terry, D. J. (2000). Social Identity and Self-Categorization Processes in Organizational Contexts. *Academy of Management Review*, *25*(1), 121–140. https://doi.org/10.2307/259266

Hohman, Z. P. & Hogg, M. A. (2015). Fearing the uncertain: Self-uncertainty plays a role in mortality salience. *Journal of Experimental Social Psychology*, *57*, 31–42. https://doi.org/10.1016/j.jesp.2014.11.007

Hower, K. I., Pfaff, H., Kowalski, C., Wensing, M. & Ansmann, L. (2019). Measuring change attitudes in health care organizations. *Journal of health organization and management*, *33*(3), 266–285. https://doi.org/10.1108/JHOM-06-2018-0177

Hulin, C. L. (1987). A Psychometric Theory of Evaluations of Item and Scale Translations. Journal of Cross-Cultural Psychology, 18(2), 115–142. https://doi.org/10.1177/0022002187018002001

Huang, L. & Murnighan, J. K. (2010). What's in a name? Subliminally activating trusting behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *111*(1), 62–70. https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.10.002

Hung, Y.-T., Dennis, A. R. & Robert, L. (2004). Trust in virtual teams: towards an integrative model of trust formation. *Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, USA, 11-21*. https://doi.org/10.1109/hicss.2004.1265156

Hunziker, S. & Blankenagel, M. (2021). Experimental Research Design. In S. Hunziker & M. Blankenagel (Hrsg.), *Research Design in Business and Management* (S. 221–234). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-34357-6_12#DOI

Husain, Z. (2013). Effective communication brings successful organizational change. In Academy of Business and Retail Management (Hrsg.), *The Business & Management Review* (2. Aufl., Bd. 3, S. 43–50). Academy of Business and Retail Management (ABRM).

Janssen, J [Jana] (2010). Uncertainty Management by Means of Trust (Dissertation, Sozialwissenschaften)

Janssen, J [Jürgen] & Laatz, W. (2017). *Statistische Datenanalyse mit SPSS*. Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-53477-9

Jimmieson, N. L., Rafferty, A. E. & Allen, J. (2013). Quality change communication and employee responses to change: an investigation of the moderating effects of individual differences in an experimental setting. In S. Oreg, A. Michel & R. T. By (Hrsg.), *The Psychology of Organizational Change: Viewing Change from the Employee's Perspective* (S. 197–231). Cambridge University Press. https://www.researchgate.net/publication/286313832_Quality_change_communication_and_employee_responses_to_change_An_investigation_of_the_moderating_effects_of_individual_differences_in_an_experimental_setting

Kaplan, H. B. (1976). Self-attitude change and deviant behavior. *Social Psychiatry*, *11*(2), 59–67. https://doi.org/10.1007/BF00578739

Katsaros, K. K. & Tsirikas, A. N. (2022). Perceived change uncertainty and behavioral change support: the role of positive change orientation. *Journal of Organizational Change Management*, *35*(3), 511–526. https://doi.org/10.1108/jocm-01-2021-0013

Katsaros, K. K. & Tsirikas, A. (2023). Exploring behavioral change support: the role of perceived uncertainty and self- and other-interest in change. *Leadership & Organization Development Journal*, *44*(4), 503–519. https://doi.org/10.1108/LODJ-10-2021-0466

Kaune, A. & Wagner, A.-S. (2016). Grundlagen der Change Communication. In A. Kaune & A.-S. Wagner (Hrsg.), *Change Communication* (S. 29–58). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-11611-8_3

Koch, T., Peter, C. & Müller, P. (2019). *Das Experiment in der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-19754-4

Kollock, P. (1994). The Emergence of Exchange Structures: An Experimental Study of Uncertainty, Commitment, and Trust. *American Journal of Sociology*, *100*(2), 313–345. http://www.jstor.org/stable/2782072

Kotter, J. P. (2013). *Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern* (W. Seidenschwarz, Übers.) (1. Aufl.). *Business Essentials*. Vahlen. https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=2083948

Kramer, M. W. (1999). Motivation to Reduce Uncertainty. *Management Communication Quarterly*, *13*(2), 305–316. https://doi.org/10.1177/0893318999132007

Kramer, M. W. (2014). *Managing Uncertainty in Organizational Communication*. Routledge.

Kramer, M. W., Dougherty, D. S. & Pierce, T. A. (2004). Managing Uncertainty During a Corporate Acquisition. *Human Communication Research*, *30*(1), 71–101. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2004.tb00725.x

Kramlinger, T. (1998). Training & Development: How to deliver a change message. *Training and Development*, *52*(4), 44-47. https://link.gale.com/apps/doc/A20860372/AONE?u=anon~597f0f7a&sid=googleScholar&xid=c0e4ed14

Kruglanski, A. W. & Gigerenzer, G. (2011). Intuitive and deliberate judgments are based on common principles. *Psychological review*, *118*(1), 97–109. https://doi.org/10.1037/a0020762

Kruglanski, A. W. & Thompson, E. P. (1999). Persuasion by a Single Route: A View From the Unimodel. *Psychological Inquiry*, *10*(2), 83–109. https://doi.org/10.1207/S15327965PL100201

Lakens, D. (2013). Calculating and reporting effect sizes to facilitate cumulative science: a practical primer for t-tests and ANOVAs. *Frontiers in psychology*, *4*, Artikel 863. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00863

Légal, J.-B., Chappé, J., Coiffard, V. & Villard-Forest, A. (2012). Don't you know that you want to trust me? Subliminal goal priming and persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*, *48*(1), 358–360. https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.06.006

Lewicki, R. J. & Brinsfield, C. (2011). Trust as a heuristic. In W. A. Donohue, R. G. Rogan & S. Kaufman (Hrsg.), *Framing Matters: Perspectives on Negotiation Research and Practice in Communication* (S. 110–135). Peter Lang Publishing.

Lewicki, R. J., Tomlinson, E. C. & Gillespie, N. (2006). Models of Interpersonal Trust Development: Theoretical Approaches, Empirical Evidence, and Future Directions. *Journal of Management*, *32*(6), 991–1022. https://doi.org/10.1177/0149206306294405

Li, J.-Y., Sun, R., Tao, W. & Lee, Y. (2021). Employee coping with organizational change in the face of a pandemic: The role of transparent internal communication. *Public Relations Review*, *47*(1), Artikel 101984. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101984

Lines, R. (2005). The Structure and Function of Attitudes Toward Organizational Change. *Human Resource Development Review*, *4*(1), 8–32. https://doi.org/10.1177/1534484304273818

Liu, G., Zhang, T., Huang, R. & Wang, J. (2022). Intragroup trust improves the perceived military group performance by decreasing self-uncertainty. *Current Psychology*, *41*(6), 3318–3327. https://doi.org/10.1007/s12144-021-02361-8

Loukas, S. (2020). *Everything you need to know about Min-Max normalization: A Python tutorial.* Medium. https://towardsdatascience.com/everything-you-need-to-know-about-min-max-normalization-in-python-b79592732b79

Luhmann, M. (2015). *R für Einsteiger: Einführung in die Statistiksoftware für die Sozialwissenschaften* (4. Aufl.). Beltz.

Madera, J. M., Dawson, M. & Neal, J. A. (2018). Why Investing in Diversity Management Matters: Organizational Attraction and Person–Organization Fit. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *42*(6), 931–959. https://doi.org/10.1177/1096348016654973

Malik, F. F. (2016). *Managing performing living: Effective management for a new world* (J. Scherer, Übers.) (2. Aufl.). Campus.

Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, *20*(3), 709–734. https://doi.org/10.2307/258792

Mayer, R. C. & Gavin, M. B. (2005). Trust in Management and Performance: Who Minds the Shop While the Employees Watch the Boss? *Academy of Management Journal*, *48*(5), 874–888. https://doi.org/10.5465/amj.2005.18803928

McMillan, K. & Perron, A. (2013). Nurses amidst change: the concept of change fatigue offers an alternative perspective on organizational change. *Policy, politics & nursing practice*, *14*(1), 26–32. https://doi.org/10.1177/1527154413481811

Melnikov, S., Shor, R., Kigli-Shemesh, R., Gun Usishkin, M. & Kagan, I. (2013). Closing an open psychiatric ward: organizational change and its effect on staff uncertainty, self-efficacy, and professional functioning. *Perspectives in psychiatric care*, *49*(2), 103–109. https://doi.org/10.1111/ppc.12001

Men, L. R., Yue, C. A. & Liu, Y. (2020). “Vision, passion, and care:” The impact of charismatic executive leadership communication on employee trust and support for organizational change. *Public Relations Review*, *46*(3), Artikel 101927. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101927

Merlhiot, G., Mermillod, M., Le Pennec, J.-L., Dutheil, F. & Mondillon, L. (2018). Influence of uncertainty on framed decision-making with moral dilemma. *PloS one*, *13*(5), Artikel e0197923. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197923

Miller, K. I. & Monge, P. R. (1985). Social Information and Employee Axiety about Organizational Change. *Human Communication Research*, *11*(3), 365–386. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00052.x

Miller, L. S. (2023). Change Management Practices for Frontline Supervisors: A Modified Delphi Study. *CORALS Journal of Applied Research*, *01*(01), 1–20. https://doi.org/10.58593/cjar.v1i1.4

Miller, V. D., Johnson, J. R. & Grau, J. (1994). Antecedents to willingness to participate in a planned organizational change. *Journal of Applied Communication Research*, *22*(1), 59–80. https://doi.org/10.1080/00909889409365387

Morriss, J., Gell, M. & van Reekum, C. M. (2019). The uncertain brain: A coordinate based meta-analysis of the neural signatures supporting uncertainty during different contexts. *Neuroscience and biobehavioral reviews*, *96*, 241–249. https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2018.12.013

Nelissen, P. & van Selm, M. (2008). Surviving organizational change: how management communication helps balance mixed feelings. *Corporate Communications: An International Journal*, *13*(3), 306–318. https://doi.org/10.1108/13563280810893670

Nery, V. d. F., Franco, K. S. & Neiva, E. R. (2019). Attributes of the Organizational Change and Its Influence on Attitudes Toward Organizational Change and Well-Being at Work: A Longitudinal Study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, *55*(4), 477–496. https://doi.org/10.1177/0021886319848125

Oreg, S. (2006). Personality, context, and resistance to organizational change. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, *15*(1), 73–101. https://doi.org/10.1080/13594320500451247

Oreg, S., Vakola, M. & Armenakis, A. (2011). Change Recipients' Reactions to Organizational Change. *The Journal of Applied Behavioral Science*, *47*(4), 461–524. https://doi.org/10.1177/0021886310396550

Perry, R. W. & Mankin, L. D. (2004). Understanding Employee Trust in Management: Conceptual Clarification and Correlates. *Public Personnel Management*, *33*(3), 277–290. https://doi.org/10.1177/009102600403300303

Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. In R. E. Petty & J. T. Cacioppo (Hrsg.), *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change* (S. 1–24). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-4964-1_1

Piderit, S. K. (2000). Rethinking Resistance and Recognizing Ambivalence: A Multidimensional View of Attitudes Toward an Organizational Change. *Academy of Management Review*, *25*(4), 783–794. https://doi.org/10.5465/amr.2000.3707722

Qian, Y. & Daniels, T. D. (2008). A communication model of employee cynicism toward organizational change. *Corporate Communications: An International Journal*, *13*(3), 319–332. https://doi.org/10.1108/13563280810893689

Raeder, S. (2021, 26. Februar). *Organisationale Veränderung in Dorsch Lexikon der Psychologie.* Dorsch Hogrefe. https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/organisationale-veraenderung

Randles, D., Benjamin, R., Martens, J. P. & Heine, S. J. (2018). Searching for answers in an uncertain world: Meaning threats lead to increased working memory capacity. *PloS one*, *13*(10), Artikel e0204640. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0204640

Rast, D. E., Gaffney, A. M., Hogg, M. A. & Crisp, R. J. (2012). Leadership under uncertainty: When leaders who are non-prototypical group members can gain support. *Journal of Experimental Social Psychology*, *48*(3), 646–653. https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.12.013

Reissner, S. C. (2010). Change, meaning and identity at the workplace. *Journal of Organizational Change Management*, *23*(3), 287–299. https://doi.org/10.1108/09534811011049617

Ringle, C. M., Wende, S. & Becker, J.-M. (2024). *SmartPLS 4*. SmartPLS. https://www.smartpls.com/

Rios, K., Markman, K. D., Schroeder, J. & Dyczewski, E. A. (2014). A (Creative) Portrait of the Uncertain Individual: Self-Uncertainty and Individualism Enhance Creative Generation. *Personality & social psychology bulletin*, *40*(8), 1050–1062. https://doi.org/10.1177/0146167214535640

Rosen, N. O. & Knäuper, B. (2009). A little uncertainty goes a long way: state and trait differences in uncertainty interact to increase information

seeking but also increase worry. *Health communication*, *24*(3), 228–238. https://doi.org/10.1080/10410230902804125

Rosenberg, M. J., Hovland, C. I., McGuire, W. J., Abelson, R. P. & Brehm, J. W. (1960). *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components. (Yales studies in attitude and communication.)* (3. Aufl.). Yale University Press.

Rousseau, D. M. & Tijoriwala, S. A. (1999). What's a good reason to change? Motivated reasoning and social accounts in promoting organizational change. *The Journal of applied psychology*, *84*(4), 514–528. https://doi.org/10.1037/0021-9010.84.4.514

Sadarić, A. & Škerlavaj, M. (2023). Leader Idea Championing for Follower Readiness to Change or Not? A Moderated Mediation Perspective of Prosocial Sensegiving. *Journal of Change Management*, *23*(2), 200–227. https://doi.org/10.1080/14697017.2023.2191128

Saravia, A. (2023). *Standardfragenkatalog zur Erhebung soziodemographischer und krisenbezogener Variablen.* Rat für Sozial- und Wirtschafts-Daten (RatSWD). https://doi.org/10.17620/02671.76

Schulz-Knappe, C., Koch, T. & Beckert, J. (2019). The importance of communicating change. *Corporate Communications: An International Journal*, *24*(4), 670–685. https://doi.org/10.1108/ccij-04-2019-0039

Shen, L. & Dillard, J. P. (2009). Message frames interact with motivational systems to determine depth of message processing. *Health communication*, *24*(6), 504–514. https://doi.org/10.1080/10410230903104897

Sloyan, R. M. & Ludema, J. D. (2010). That's Not How I see It: How Trust in the Organization, Leadership, Process, and Outcome Influence Individual Responses to Organizational Change. In W. A. Pasmore, A. B. Shani & R. W. Woodman (Hrsg.), *Research in Organizational Change and Development. Research in Organizational Change and Development* (Bd. 18, S. 233–277). Emerald Group Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/S0897-3016(2010)0000018011

SmartPLS. (2024). *Why are results different in SmartPLS 4?* SmartPLS. https://www.smartpls.com/faq/smartpls4/different-results/

Sparks, J. R. & Areni, C. S. (2008). Style Versus Substance: Multiple Roles of Language Power in Persuasion. *Journal of Applied Social Psychology*, *38*(1), 37–60. https://doi.org/10.1111/J.1559-1816.2008.00295.X

Statistisches Bundesamt. (2023). *Bevölkerung (ab 15 Jahren): Deutschland, Jahre (bis 2019), Geschlecht, Altersgruppen, Beruflicher Bildungsabschluss.* Statistisches Bundesamt (Destatis). https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?sequenz=tabelleErgebnis&selectionname=12211-9013&transponieren=true#abreadcrumb

Stenmark, M. (2022). Worldview studies. *Religious Studies*, *58*(3), 564–582. https://doi.org/10.1017/S0034412521000135

Stolzenberg, K. & Heberle, K. (2022a). Communication. In K. Stolzenberg & K. Heberle (Hrsg.), *Change Management* (S. 89–148). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-65396-8_5

Stolzenberg, K. & Heberle, K. (2022b). Planning and Implementation of Change Management. In K. Stolzenberg & K. Heberle (Hrsg.), *Change Management* (S. 1–14). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-65396-8_1

Straatmann, T., Nolte, J. K. & Seggewiss, B. J. (2018). Psychological processes linking organizational commitment and change-supportive intentions. *Personnel Review*, *47*(2), 403–424. https://doi.org/10.1108/pr-09-2016-0230

SurveyCircle. (o. D.). *Studienteilnehmer finden. Mit SurveyCircle.* SurveyCircle. https://www.surveycircle.com/de/#surveycircle

Tiedens, L. Z. & Linton, S. (2001). Judgment under emotional certainty and uncertainty: the effects of specific emotions on information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, *81*(6), 973–988. https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.973

Todorov, A., Chaiken, S. & Henderson, M. D. (2002). The Heuristic-Systematic Model of Social Information Processing. In J. Dillard & M. Pfau (Hrsg.), *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice.* SAGE Publications, Inc. https://doi.org/10.4135/9781412976046

van Dam, K., Verboon, P. & Tekleab, A. (2021). The Impact of Middle Managers on Employees' Responses to a Merger: An LMX and Appraisal

Theory Approach. *Journal of Change Management*, *21*(4), 432–450. https://doi.org/10.1080/14697017.2021.1888772

van den Bos, K. (2007). Hot cognition and social justice judgments: The combined influence of cognitive and affective factors on the justice judgment process.

van den Bos, K., Ham, J., Lind, E. A., Simonis, M., van Essen, W. J. & Rijpkema, M. (2008). Justice and the human alarm system: The impact of exclamation points and flashing lights on the justice judgment process. *Journal of Experimental Social Psychology*, *44*(2), 201–219. https://doi.org/10.1016/j.jesp.2007.03.001

van den Bos, K. & Lind, E. (2010). The Social Psychology of Fairness and the Regulation of Personal Uncertainty. In R. M. Arkin, K. C. Oleson & P. J. Carroll (Hrsg.), *Handbook of the uncertain self* (1. Aufl.). Psychology Press.

van den Heuvel, S., Freese, C., Schalk, R. & van Assen, M. (2017). How change information influences attitudes toward change and turnover intention. *Leadership & Organization Development Journal*, *38*(3), 398–418. https://doi.org/10.1108/lodj-03-2015-0052

van den Heuvel, S., Schalk, R., Freese, C. & Timmerman, V. (2016). What ' s in it for me? A managerial perspective on the influence of the psychological contract on attitude towards change. *Journal of Organizational Change Management*, *29*(2), 263–292. https://doi.org/10.1108/JOCM-06-2015-0100

van den Heuvel, S., Schalk, R. & van Assen, M. A. L. M. (2015). Does a Well-Informed Employee Have a More Positive Attitude Toward Change? The Mediating Role of Psychological Contract Fulfillment, Trust, and Perceived Need for Change. *The Journal of Applied Behavioral Science*, *51*(3), 401–422. https://doi.org/10.1177/0021886315569507

van Horen, F., Wänke, M. & Mussweiler, T. (2023). When it pays to be clear: the appeal of concrete communication under uncertainty. *International Journal of Advertising*, *43*(3), 1–21. https://doi.org/10.1080/02650487.2023.2206689

van Zelderen, A. P. A., Masters-Waage, T. C., Dries, N., Menges, J. I. & Sanchez, D. R. (2024). Simulating Virtual Organizations for Research:

A Comparative Empirical Evaluation of Text-Based, Video, and Virtual Reality Video Vignettes. *Organizational Research Methods*, Artikel 10944281241246770. Vorab-Onlinepublikation. https://doi.org/10.1177/10944281241246770

Wanberg, C. R. & Banas, J. T. (2000). Predictors and outcomes of openness to changes in a reorganizing workplace. *The Journal of applied psychology*, *85*(1), 132–142. https://doi.org/10.1037/0021-9010.85.1.132

Williams, A. & Sibbald, B. (1999). Changing roles and identities in primary health care: exploring a culture of uncertainty. *Journal of advanced nursing*, 29(3), 737–745. https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.1999.00946.x

Wilson, T. D. & Gilbert, D. T. (2008). Explaining Away: A Model of Affective Adaptation. *Perspectives on psychological science : a journal of the Association for Psychological Science*, *3*(5), 370–386. https://doi.org/10.1111/j.1745-6924.2008.00085.x

Yuan, F. & Woodman, R. W. (2007). Formation of Expectations Regarding Change Outcomes: Integrating Information and Social Effects. In *Research in Organizational Change and Development* (Bd. 16, S. 81–104). Emerald (MCB UP). https://doi.org/10.1016/s0897-3016(06)16003-6

Zainab, B., Akbar, W. & Siddiqui, F. (2022). Impact of transformational leadership and transparent communication on employee openness to change: mediating role of employee organization trust and moderated role of change-related self-efficacy. *Leadership & Organization Development Journal*, *43*(1), 1–13. https://doi.org/10.1108/LODJ-08-2020-0355

Zhou, H. & Fishbach, A. (2016). The pitfall of experimenting on the web: How unattended selective attrition leads to surprising (yet false) research conclusions. *Journal of Personality and Social Psychology*, *111*(4), 493–504. https://doi.org/10.1037/pspa0000056

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Verwendung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst habe. Den Einsatz von Instrumenten aus dem Bereich der sog. Generativen Künstlichen Intelligenz habe ich in der Tabelle Dokumentation der KI-Verwendung im Anhang vollständig belegt. Ich habe sämtliche verwendeten Quellen erwähnt und gemäß gängiger wissenschaftlicher Regeln korrekt zitiert. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch nicht als Prüfungsleistung eingereicht und ist auch noch nicht veröffentlicht.

Stuttgart, 01.07.2024
Ort, Datum



Unterschrift