

Bachelorarbeit
im Bachelorstudiengang
Wirtschaftspsychologie
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm

“Dress smart – Think clear?”
Uniform Dressing als Strategie zur Stärkung des beruflichen
Selbst- & Fremdkonzepts im Kundenkontakt

Erstkorrektorin: Frau Professorin Dr. Eßbach

Zweitkorrektor: Herr Professor Dr. von Gehlen

Verfasserin: Kim Madeleine Weiß (Matrikel-Nr.: 281372)

Thema erhalten: 20.11.2025

Arbeit abgegeben: 18.03.2026

Abstract

Kleidung erfüllt im beruflichen Kontext nicht nur funktionale Zwecke, sondern kann auch psychologische Prozesse wie Selbst- und Fremdwahrnehmung beeinflussen. Die vorliegende Studie untersucht, ob sich Personen mit und ohne konsistentem beruflichen Kleidungsstil (= Uniform Dressing) hinsichtlich beruflicher Selbstkonzeptklarheit, organisationaler Identifikation und wahrgenommener Professionalität im Kontext von Kundenkontakt unterscheiden. Zudem wurde explorativ geprüft, ob sich Unterschiede in der wahrgenommenen Entscheidungsmüdigkeit zeigen. Zur Überprüfung der Hypothesen wurde eine Online-Befragung mit $N = 82$ berufstätigen Teilnehmenden durchgeführt und die Daten mittels Varianzanalysen ausgewertet. Die Ergebnisse zeigten keine signifikanten Unterschiede zwischen Personen mit und ohne konsistentem Kleidungsstil hinsichtlich Selbstkonzeptklarheit, organisationaler Identifikation und wahrgenommener Professionalität. Für die wahrgenommene Professionalität zeigte sich jedoch ein signifikanter Haupteffekt der Uniformpflicht, der entgegen der angenommenen Richtung ausfiel. Explorativ zeigte sich ein signifikanter Unterschied in der wahrgenommenen Entscheidungsmüdigkeit zwischen Personen mit und ohne Uniform Dressing.

Insgesamt deuten die Ergebnisse darauf hin, dass ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil weniger identitätsbezogene Prozesse beeinflusst, jedoch eine Rolle für die Reduktion alltäglicher Entscheidungsbelastung im Arbeitskontext spielen könnte.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Deskriptive Statistiken der Selbstkonzeptklarheit.....	23
Tabelle 2: Deskriptive Statistiken der organisationalen Identifikation..	24
Tabelle 3: Deskriptive Statistiken der wahrgenommenen Professionalität.....	25
Tabelle 4: Deskriptive Statistiken der Entscheidungsmüdigkeit.....	26
Tabelle 5: Varianzanalyse der Selbstkonzeptklarheit.....	43
Tabelle 6: Varianzanalyse der organisationalen Identifikation.....	43
Tabelle 7: Varianzanalyse der wahrgenommenen Professionalität.....	43
Tabelle 8: Varianzanalyse der Entscheidungsmüdigkeit.....	44

Inhaltsverzeichnis

ABSTRACT	2
TABELLENVERZEICHNIS	3
1 EINLEITUNG	5
2 THEORETISCHER UND EMPIRISCHER HINTERGRUND	7
2.1 Enclothed Cognition.....	7
2.2 Selbstkonzeptklarheit.....	8
2.3 Organisationale Identifikation	9
2.4 Wahrgenommene Professionalität	10
2.5 Entscheidungsmüdigkeit.....	11
3 FRAGESTELLUNG UND HYPOTHESEN	13
3.1 Selbstkonzeptklarheit und Uniform Dressing	14
3.2 Organisationale Identifikation und Uniform Dressing	14
3.3 Wahrgenommene Professionalität und Uniform Dressing	15
3.4 Selbstkonzeptklarheit in Abhängigkeit von Uniform Dressing und Kundenkontakt.....	16
3.5 Einfluss von Uniform Dressing in Abhängigkeit vom Kundenkontakt..	16
3.6 Entscheidungsmüdigkeit und Uniform Dressing	17
4 METHODE	18
4.1 Stichprobe	18
4.2 Versuchsplanung	18
4.3 Versuchsablauf.....	19
4.4 Fragebogenverfahren.....	20
4.5 Datenanalyse	22
5 ERGEBNISSE	23
6 DISKUSSION	27
6.1 Interpretation der Ergebnisse	27
6.2 Limitationen.....	30
6.3 Praktische und theoretische Implikationen	31
7 FAZIT	33
LITERATUR	34
ANHANG A – FRAGEBOGEN	36
ANHANG B - VARIANZANALYSEN	43

1 Einleitung

Schwarzer Rollkragenpullover, Jeans und Turnschuhe – über Jahre hinweg blieb der Kleidungsstil von Steve Jobs nahezu unverändert (Isaacson, 2011). Hinter dieser scheinbar einfachen Gewohnheit steht die Intention zugrunde, alltägliche Entscheidungen zu reduzieren und gleichzeitig ein konsistentes öffentliches Auftreten zu schaffen.

Kleidung erfüllt jedoch nicht nur eine funktionale Rolle. Sie fungiert auch als soziales Signal, das beeinflusst, wie Personen von anderen wahrgenommen werden und wie sie sich selbst innerhalb eines organisationalen Umfelds positionieren. Insbesondere im beruflichen Kontext kann Kleidung Verhalten, Selbstwahrnehmung und soziale Interaktionen strukturieren.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche empirisch nachweisbaren psychologischen Effekte Uniform Dressing – im Folgenden auch als konsistenter beruflicher Kleidungsstil bezeichnet – tatsächlich im beruflichen Kontext hat. Ein beruflicher konsistenter Kleidungsstil könnte dazu beitragen, die Klarheit des beruflichen Selbstbildes zu stärken (Selbstkonzeptklarheit), die Identifikation mit der Organisation zu fördern oder die wahrgenommene Professionalität gegenüber anderen zu beeinflussen. Zudem könnte ein konsistenter Kleidungsstil dazu beitragen, alltägliche Entscheidungsprozesse zu reduzieren, wodurch Entscheidungsmüdigkeit verringert wird und kognitive Ressourcen für wichtigere Aufgaben freigesetzt werden kann. Besonders relevant erscheint dieser Zusammenhang in Tätigkeiten mit direktem Kundenkontakt, da Mitarbeitende in solchen Situationen stärker sichtbar sind und als Repräsentantinnen und Repräsentanten ihre Organisation wahrgenommen werden.

Die vorliegende Bachelorarbeit untersucht daher, inwiefern ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil mit verschiedenen psychologischen Variablen im Arbeitskontext zusammenhängt.

Im Fokus stehen dabei das berufliche Selbstkonzept, die organisationale Identifikation sowie die wahrgenommene Professionalität im Kundenkontakt.

Zusätzlich wird explorativ untersucht, ob ein gleichbleibender Kleidungsstil mit geringerer Entscheidungsmüdigkeit verbunden ist.

Die Relevanz des Themas zeigt sich damit auf mehreren Ebenen. Auf individueller Ebene kann Kleidung dazu beitragen, Entscheidungsmüdigkeit zu reduzieren und ein kohärentes berufliches Selbstkonzept zu fördern. Auf organisationaler Ebene kann ein einheitlicher Kleidungsstil soziale Identifikation sowie das Zugehörigkeitsgefühl innerhalb des Teams stärken. Darüber hinaus besitzt das Thema auch eine gesellschaftliche Relevanz: Insbesondere im Kontext von New Work und moderner Unternehmenskultur stellt sich zunehmend die Frage, wie äußere Erscheinungsmerkmale und psychologische Prozesse im Arbeitskontext zusammenwirken.

2 Theoretischer und empirischer Hintergrund

Da in der vorliegenden Arbeit untersucht wird, wie Uniform Dressing das berufliche Fremd- und Selbstbild im Kundenkontakt beeinflusst, wird zunächst das Konzept der Enclothed Cognition vorgestellt. (Abschnitt 2.1). Anschließend wird in Abschnitt 2.2 der Zusammenhang zwischen Kleidung und dem beruflichen Selbstbild, insbesondere in Bezug auf die Selbstkonzeptklarheit, erläutert. Abschnitt 2.3 befasst sich mit der organisationalen Identifikation sowie der Bedeutung von Kleidung für das Zugehörigkeitsgefühl im organisationalen Kontext. Darauf aufbauend werden in Abschnitt 2.4 Prozesse der sozialen Wahrnehmung und Zuschreibung im Kundenkontakt betrachtet. Abschließend wird in Abschnitt 2.5 der Zusammenhang zwischen Kleidung und Entscheidungsmüdigkeit thematisiert.

2.1 Enclothed Cognition

Adam & Galinsky (2012) definieren Enclothed Cognition als den systematischen Einfluss von Kleidung auf die psychologischen Prozesse des Trägers. Dieser Effekt ergibt sich aus zwei zentralen Faktoren: der symbolischen Bedeutung der Kleidung sowie der tatsächlichen Erfahrung von Personen, diese Kleidung zu tragen. Kleidung fungiert dabei als symbolischer Hinweisreiz, mit dem bestimmten Rollen, Eigenschaften und Erwartungen verbunden sein können.

In einer Reihe von Experimenten untersuchten Adam und Galinsky (2012), wie sich Kleidung auf kognitive Leistungen auswirkt. Teilnehmende trugen dabei einen weißen Laborkittel, der entweder als Arztkittel oder als Malerkittel beschrieben wurde. Die Ergebnisse zeigten, dass Personen, die den als Arztkittel bezeichneten Kittel trugen, in Aufmerksamkeitstests signifikant bessere Leistungen erzielten als Teilnehmende in den anderen Bedingungen. Dieser Effekt trat jedoch nur auf, wenn sowohl die symbolische Bedeutung des Kleidungsstücks als auch das tatsächliche Tragen der Kleidung gegeben waren.

Die Befunde verdeutlichen, dass Kleidung nicht nur die Wahrnehmung durch andere beeinflusst, sondern auch Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung und das Verhalten der tragenden Person haben kann (Adam und Galinski, 2012).

Durch die Aktivierung bestimmter Rollen- oder Kompetenzassoziationen kann Kleidung dazu beitragen, dass sich Personen stärker mit den symbolisch vermittelten Eigenschaften identifizieren und ihr Verhalten entsprechend anpassen. Kleidung kann somit als situativer Hinweisreiz wirken, der kognitiven Prozesse wie Aufmerksamkeit oder Selbstregulation beeinflusst.

Diese Erkenntnisse lassen sich auch auf organisationale Kontexte übertragen. Uniformen sind häufig mit bestimmten beruflichen Rollen, Erwartungen und professionellen Normen verbunden. Durch das Tragen solcher Kleidung könnten Mitarbeitende ihre berufliche Rolle stärker internalisieren und ihr Verhalten an den damit verbundenen Erwartungen ausrichten. Vor diesem Hintergrund erscheint es plausibel, dass ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil Einfluss auf Variablen wie berufliche Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation oder die wahrgenommene Professionalität haben könnte. Darüber hinaus könnte ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil dazu beitragen, alltägliche Entscheidungsprozesse zu reduzieren und somit Entscheidungsmüdigkeit zu verringern.

Im Kontext dieser Arbeit ist insbesondere relevant, dass Uniform Dressing im Kundenkontakt nicht nur die Wahrnehmung durch andere beeinflussen kann, sondern auch Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung der Mitarbeitenden haben könnte.

2.2 Selbstkonzeptklarheit

Menschen streben nach einem stabilen und konsistenten Selbstbild, da Selbstkonzeptklarheit eine wichtige Grundlage für Orientierung und psychisches Wohlbefinden darstellt. Die Self-Concept-Clarity-Theorie (Campbell et al., 1996) geht davon aus, dass ein klar definiertes Selbst dabei hilft, Erwartungen einzuordnen und sicher in sozialen Rollen zu agieren.

Im beruflichen Kontext, der durch Rollenanforderungen und soziale Bewertungen besonders geprägt ist, können äußere Symbole als Orientierungshilfen dienen und zur Stabilisierung des Selbstkonzepts beitragen.

Forschung im Bereich der Kleidungspsychologie zeigt zudem, dass das Tragen bestimmter Kleidung mit Veränderungen in der Selbstwahrnehmung, Kompetenzgefühl und Rollenverständnis einhergehen kann.

So berichten Personen, dass sie sich in beruflich angemessener Kleidung kompetenter, sicherer und professioneller zu fühlen, während unangemessene Kleidung mit Unsicherheit und geringerem Autoritätsgefühl verbunden sein kann (Johnson et al., 2014).

Überträgt man diese Erkenntnisse auf den Arbeitsalltag, lässt sich annehmen, dass ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil dazu beitragen kann, die eigene berufliche Rolle klarer zu definieren und Unsicherheiten im Selbstbild zu reduzieren. Uniform Dressing würde somit nicht nur eine äußere Struktur schaffen, sondern auch eine innere Stabilisierung des beruflichen Selbstkonzepts begünstigen.

2.3 Organisationale Identifikation

Neben der individuellen Selbstwahrnehmung spielt im Arbeitskontext auch die Zugehörigkeit zu einer Organisation eine zentrale Rolle für Identität und Verhalten. Die Social Identity Theory (Tajfel & Turner, 1979) geht davon aus, dass Menschen einen Teil ihres Selbstkonzepts aus der Mitgliedschaft in sozialen Gruppen ableiten.

Durch Prozesse sozialer Kategorisierung definieren sich Individuen daher nicht nur über persönliche Eigenschaften, sondern auch über ihre Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen. Organisationen können in diesem Zusammenhang zu wichtigen Identitätsquellen werden, insbesondere wenn die Zugehörigkeit sichtbar und sozial bedeutsam ist.

Ashforth und Mael (1989) übertrugen diese Überlegungen auf organisationale Kontexte und beschreiben organisationale Identifikation als den Prozess, bei dem Personen sich selbst in Bezug auf ihre Organisation definieren. Ein zentraler Mechanismus besteht darin, dass sichtbare Symbole und gemeinsame Merkmale dazu beitragen, Gruppengrenzen zu verdeutlichen und ein Gefühl von Zugehörigkeit zu fördern. Solche Marker können beispielsweise organisationale Werte, Logos oder auch äußerlich sichtbare Merkmale sein. In diesem Zusammenhang kann auch Kleidung als sichtbares Gruppensymbol fungieren, da sie soziale Rollen und Gruppenzugehörigkeiten signalisiert. (Johnson et al, 2014).

Im organisationalen Kontext können Uniformen somit als äußerer Hinweisreiz fungieren, der Mitarbeitende mit ihrer beruflichen Rolle und mit ihrer Organisation verbindet.

Durch das Tragen ähnlicher oder einheitlicher Kleidung könnten Mitarbeitende nicht nur von außen stärker als Teil einer Organisation wahrgenommen werden, sondern auch selbst ein stärkeres Gefühl der Zugehörigkeit entwickeln.

Übertragen auf das Konzept des Uniform Dressings lässt sich daher annehmen, dass ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil zur Wahrnehmung organisationaler Zugehörigkeit beitragen kann. Wenn Mitarbeitende regelmäßig in einem konsistenten beruflichen Kleidungsstil auftreten, kann dies als symbolische Verbindung zur beruflichen Rolle und zum organisationalen Kontext wirken. Besonders in Tätigkeiten mit hoher sozialer Sichtbarkeit, etwa im direkten Kundenkontakt, könnte ein solcher Kleidungsstil das Gefühl verstärken, das Unternehmen nach außen zu repräsentieren und Teil eines größeren organisationalen Zusammenhangs zu sein.

Vor diesem Hintergrund erscheint es plausibel, dass Uniform Dressing nicht nur das individuelle Selbstkonzept beeinflusst, sondern auch mit einer stärkeren organisationalen Identifikation einhergehen kann.

2.4 Wahrgenommene Professionalität

Neben der Identifikation mit der eigenen Organisation spielt im Arbeitskontext auch die soziale Wahrnehmung durch andere eine zentrale Rolle. Mitarbeitende treten insbesondere in kundenbezogenen Tätigkeiten nicht nur als Individuen auf, sondern auch als Repräsentantinnen und Repräsentanten ihrer Organisation. In solchen Situationen gewinnt die äußere Erscheinung an Bedeutung, da sie als sichtbarer Hinweisreiz für die Einschätzung beruflicher Kompetenz und Professionalität dienen kann. Kleidung fungiert dabei als soziales Signal, das Informationen über Status, Rollenverständnis und berufliche Identität vermittelt (Johnson et al, 2014). Aus sozialpsychologischer Perspektive können solche symbolischen Hinweisreize Wahrnehmungsprozesse beeinflussen und Erwartungen an Kompetenz oder Professionalität aktivieren (Adam & Galinsky, 2012; Gruber et al., 2023).

Entsprechend zeigen empirische Studien zur sozialen Bedeutung von Kleidung, dass berufliche Kleidung die Zuschreibung von Kompetenz, Autorität und Vertrauenswürdigkeit beeinflussen kann. So fühlen sich Personen in formeller oder

arbeitsangemessener Kleidung nicht nur selbst professioneller, sondern werden auch eher als kompetent und leistungsfähig wahrgenommen (Johnson et al., 2014).

Darüber hinaus weist Forschung zu organisationaler Kleidung darauf hin, dass Uniformen die Wahrnehmung von Mitarbeitenden stärker mit dem jeweiligen Unternehmen verknüpfen. Kundinnen und Kunden schreiben uniformierten Beschäftigten eher Verantwortung für Serviceergebnisse zu und nehmen sie deutlicher als Repräsentanten der Organisation wahr (Smith et al., 2020). Damit kann Kleidung als visuelle Heuristik verstanden werden, anhand derer externe Beobachtende soziale Rollen und organisationale Zugehörigkeit einschätzen können.

Überträgt man diese Befunde auf das Konzept des Uniform Dressings, lässt sich annehmen, dass auch ein konsistenter, wiedererkennbarer Kleidungsstil die externe Wahrnehmung beeinflussen kann. Insbesondere in Situationen mit direktem Kundenkontakt, in denen Mitarbeitende als Repräsentantinnen und Repräsentanten ihres Unternehmens auftreten, könnte ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil dazu beitragen, wahrgenommene Professionalität, Kompetenz und Verlässlichkeit stärker zu signalisieren. Uniform Dressing hätte damit nicht nur interne, sondern auch deutliche externe Effekte auf die soziale Wahrnehmung im Arbeitskontext.

2.5 Entscheidungsmüdigkeit

Während Kleidung im beruflichen Kontext bisher vor allem im Hinblick auf identitätsbezogene Prozesse und soziale Wahrnehmung betrachtet wurde, kann sie darüber hinaus auch im Zusammenhang mit kognitiven Prozessen des Arbeitsalltags relevant sein.

Neben möglichen Effekten auf Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation und wahrgenommene Professionalität könnte ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil auch Einfluss auf alltägliche Entscheidungsprozesse haben.

In diesem Zusammenhang spielt die kognitive Belastung wiederkehrender Entscheidungen im Alltag eine zentrale Rolle. Entscheidungsmüdigkeit beschreibt den Zustand mentaler Erschöpfung, der nach wiederholten Entscheidungsprozessen auftreten kann (Baumeister et al., 1998). Nach dem Konzept der begrenzten

Selbstkontrollressourcen können häufig Entscheidungen kognitive Ressourcen beanspruchen und die Qualität nachfolgender Entscheidungen beeinträchtigen.

Diese Überlegung wird auch häufig in zitierten Praxisbeispiele verdeutlicht, etwa durch einen standardisierten Kleidungsstil von Steve Jobs, der als Strategie zur Reduktion alltägliche Entscheidungsprozesse interpretiert wird (Isaacson, 2011).

Da die tägliche Auswahl von Kleidung eine wiederkehrende Entscheidung im Alltag darstellt, könnte ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil diesen Entscheidungsprozess vereinfachen. Durch die Etablierung fester Routinen könnten somit kognitive Ressourcen geschont und Entscheidungsmüdigkeit verändert werden. In diesem Zusammenhang wird argumentiert, dass standardisierte Routinen im Alltag dazu beitragen, die Anzahl notwendiger Entscheidungen zu reduzieren und dadurch mentale Kapazitäten für andere Aufgaben freizuhalten.

Vor diesem Hintergrund erscheint es plausibel, dass auch im beruflichen Kontext ein konsistenter Kleidungsstil mit geringerer wahrgenommener Entscheidungsmüdigkeit einhergehen könnte.

3 Fragestellung und Hypothesen

Psychologische Theorien und Forschungsergebnisse deuten darauf hin, dass Kleidung identitätsbezogene Prozesse stabilisieren, Zugehörigkeit signalisieren und soziale Zuschreibungen beeinflussen kann (Adam & Galinsky, 2012). Insbesondere im beruflichen Kontext können Uniformen oder formelle Dresscodes beispielsweise als sichtbare Symbole organisationaler Zugehörigkeit wirken und gleichzeitig Erwartungen an Professionalität und Rollenverhalten vermitteln (Ashforth & Mael, 1989). Kleidung kann somit sowohl als Symbol organisationaler Zugehörigkeit als auch als Signal für Kompetenz und Professionalität fungieren (Johnson et al., 2014).

Während frühere Forschung vor allem die Wirkung formeller Uniformen oder institutioneller Dresscodes untersucht hat (Slepian et al., 2015), richtet sich die vorliegende Arbeit auf das Konzept des Uniform Dressings. Dabei wird ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil betrachtet, der unabhängig von formalen Uniformvorgaben regelmäßig beibehalten wird und als mögliche Strategie zur Stärkung des beruflichen Selbst- und Fremdbildes verstanden werden kann.

Gerade in modernen Arbeitsumgebungen, in denen Dresscodes zunehmend informeller werden, stellt sich die Frage, ob wiederkehrende berufliche Kleidungsstile ähnliche psychologische Funktionen erfüllen können wie klassische Uniformen.

Dieser Zusammenhang ist besonders relevant für Tätigkeiten mit direktem Kundenkontakt. In solchen Situationen sind Mitarbeitende einer erhöhten sozialen Sichtbarkeit ausgesetzt und werden kontinuierlich von externen Personen wahrgenommen und bewertet. Kleidung könnte hier nicht nur das eigene berufliche Rollenverständnis stärken, sondern auch beeinflussen, wie kompetent, professionell oder repräsentativ eine Person wahrgenommen wird.

Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Studie die folgende Forschungsfrage:

Wie wirkt sich Uniform Dressing auf das berufliche Selbst- und Fremdbild im Kundenkontakt aus?

3.1 Selbstkonzeptklarheit und Uniform Dressing

Im Rahmen des Konzepts der Enclothed Cognition wird davon ausgegangen, dass Kleidung nicht nur die Wahrnehmung durch andere beeinflusst, sondern auch Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung der tragenden Person haben kann. Ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil kann dabei als symbolischer Ausdruck beruflicher Rollen fungieren und zur Stabilisierung identitätsbezogener Prozesse beitragen. Er kann als visuelle Konstante wirken, die Orientierung im Arbeitsalltag schaffen kann und das Gefühl verstärkt, eine klar definierte berufliche Rolle einzunehmen.

Personen, die regelmäßig in einem konsistenten beruflichen Kleidungsstil auftreten, könnten daher eine höhere Selbstkonzeptklarheit aufweisen als Personen mit stark variierendem Kleidungsstil. Uniform Dressing stellt somit nicht nur eine ästhetische oder organisatorische Vorgabe dar, sondern kann auch als psychologischer Anker für das berufliche Selbstverständnis wirken.

Hypothese 1:

Personen mit einem konsistenten beruflichen Kleidungsstil (Uniform Dressing) weisen eine höhere berufliche Selbstkonzeptklarheit auf als Personen mit variierendem Kleidungsstil.

3.2 Organisationale Identifikation und Uniform Dressing

Aufbauend auf den in Abschnitt 2.3 dargestellten theoretischen Überlegungen zur organisationalen Identifikation ist anzunehmen, dass sichtbare Gruppensymbole eine zentrale Rolle für die Wahrnehmung von Gruppenzugehörigkeit spielen (Ashforth & Mael, 1989).

Wenn Mitarbeitende sich als Teil eines größeren Ganzen erleben, kann dies ihre Bindung an die Organisation sowie ihr berufliches Selbstverständnis stärken. Sichtbare Symbole und gemeinsame Merkmale können diesen Prozess unterstützen, indem sie organisationale Zugehörigkeit nach außen und innen erkennbar machen.

Auch ohne formelle Uniformpflicht kann ein wiederkehrender beruflicher Stil dazu beitragen, dass sich Mitarbeitende stärker mit ihrem Unternehmen verbunden fühlen, da sie sich regelmäßig als Repräsentantinnen und Repräsentanten ihrer Organisation erleben.

Vor diesem Hintergrund ist anzunehmen, dass sich Personen mit einem konsistenten beruflichen Kleidungsstil hinsichtlich ihrer organisationalen Identifikation von Personen mit variierendem Kleidungsstil unterscheiden.

Hypothese 2:

Personen mit einem konsistenten beruflichen Kleidungsstil berichten eine stärkere organisationale Identifikation als Personen mit variierendem Kleidungsstil.

3.3 Wahrgenommene Professionalität und Uniform Dressing

Neben identitätsbezogenen Prozessen innerhalb der Organisation ist im Arbeitskontext auch relevant, wie Mitarbeitende von anderen wahrgenommen werden. Insbesondere in Tätigkeiten mit Kundenkontakt treten Beschäftigte nicht nur als Individuen, sondern auch als Repräsentantinnen und Repräsentanten ihrer Organisation auf. In solchen Situationen bilden äußere Merkmale häufig eine wichtige Grundlage für erste soziale Einschätzungen. Kleidung kann dabei als sichtbarer Hinweisreiz dienen, der Erwartungen an Kompetenz, Professionalität und Rollenverhalten vermittelt (Johnson et al., 2014).

Ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil könnte daher dazu beitragen, ein kohärentes und professionelles Erscheinungsbild zu vermitteln. Wenn Personen wiederkehrend ähnliche oder strukturierte Kleidung tragen, kann dies als Zeichen von Ordnung, Verlässlichkeit und Professionalität interpretiert werden. Besonders in Situationen mit direktem Kundenkontakt, in denen Mitarbeitende kontinuierlich von externen Personen bewertet werden, könnte ein solcher Kleidungsstil die Wahrnehmung von Kompetenz und Professionalität zusätzlich verstärken. (Johnson et al., 2014)

Vor diesem Hintergrund wird angenommen, dass sich Personen mit einem konsistenten beruflichen Kleidungsstil hinsichtlich der wahrgenommenen Professionalität von Personen mit variierendem Kleidungsstil unterscheiden.

Hypothese 3:

Personen mit konsistentem Kleidungsstil werden als kompetenter und professioneller wahrgenommen als Personen mit variierendem Kleidungsstil, insbesondere bei hohem Kundenkontakt.

3.4 Selbstkonzeptklarheit in Abhängigkeit von Uniform Dressing und Kundenkontakt

Vor dem Hintergrund der sozialen Sichtbarkeit beruflicher Rollen ist anzunehmen, dass der Einfluss von Arbeitskleidung nicht in allen Arbeitssituationen gleichermaßen ausgeprägt ist. Insbesondere in Tätigkeiten mit direktem Kundenkontakt stehen Mitarbeitende stärker im Fokus externer Beobachtung und repräsentieren ihre Organisation nach außen. In solchen Situationen kann Arbeitskleidung als symbolischer Hinweis auf professionelle Erwartungen und Rollenanforderungen besonders bedeutsam werden und die Wahrnehmung der eigenen beruflichen Rolle verstärken.

Vor diesem Hintergrund erscheint es plausibel, dass sich die Wirkung eines konsistenten beruflichen Kleidungsstils auf die berufliche Selbstkonzeptklarheit in Abhängigkeit vom Kundenkontakt unterscheidet. Insbesondere bei hohem Kundenkontakt könnte ein konsistenter Kleidungsstil stärker zur Stabilisierung des beruflichen Selbstbildes als bei geringem Kundenkontakt beitragen.

Hypothese 4:

Der Unterschied in der beruflichen Selbstkonzeptklarheit zwischen Personen mit konsistentem und variierendem beruflichen Kleidungsstil ist bei hohem Kundenkontakt stärker ausgeprägt als bei niedrigem Kundenkontakt.

3.5 Einfluss von Uniform Dressing in Abhängigkeit vom Kundenkontakt

Neben den spezifischen Effekten auf einzelne abhängige Variablen ist es plausibel, dass der Einfluss von Uniform Dressing insgesamt vom Ausmaß des Kundenkontakts abhängt. In Tätigkeiten mit hoher sozialer Sichtbarkeit sind Mitarbeitende stärker externer Beobachtung ausgesetzt und treten als Repräsentantinnen und Repräsentanten ihrer Organisation auf. In solchen Kontexten können äußere Erscheinungsmerkmale wie Arbeitskleidung eine besonders zentrale Rolle spielen.

Dies könnte sich nicht nur auf die Wahrnehmung durch andere, sondern auch auf interne Prozesse wie die berufliche Selbstkonzeptklarheit und die organisationale Identifikation auswirken. Ebenso ist anzunehmen, dass die wahrgenommene Professionalität in stärker sichtbaren Kontexten besonders sensibel auf Unterschiede im Kleidungsstil reagiert.

Daher ist anzunehmen, dass sich die Effekte von Uniform Dressing in Abhängigkeit vom Kundenkontakt unterscheiden und insbesondere bei hohem Kundenkontakt stärker ausgeprägt sind.

Hypothese 5:

Die Unterschiede zwischen Personen mit konsistentem und variierendem beruflichen Kleidungsstil in Bezug auf die abhängigen Variablen (Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation und wahrgenommene Professionalität) sind bei hohem Kundenkontakt stärker ausgeprägt als bei niedrigen Kundenkontakt.

3.6 Entscheidungsmüdigkeit und Uniform Dressing

Neben den zuvor diskutierten identitätsbezogenen und sozialen Effekten von Kleidung könnte ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil auch kognitive Prozesse im Arbeitsalltag beeinflussen. Wie im theoretischen Hintergrund beschrieben, kann ein wiederholtes Treffen von Entscheidungen zu mentaler Erschöpfung führen, die als Entscheidungsmüdigkeit bezeichnet wird (Baumeister et al., 1998).

Auch scheinbar einfache Entscheidungen im Alltag - wie die tägliche Auswahl der Arbeitskleidung - beanspruchen kognitive Ressourcen. Ein festgelegter Kleidungsstil oder das Tragen einer Uniform kann diesen Entscheidungsprozess vereinfachen, da die tägliche Auswahl entfällt oder deutlich reduziert wird. Dadurch könnten weniger Entscheidungen getroffen werden müssen, was potenziell zu einer geringeren wahrgenommenen Entscheidungsmüdigkeit führt.

Vor diesem Hintergrund wird angenommen, dass sich Personen mit und ohne konsistenten beruflichen Kleidungsstil hinsichtlich ihrer wahrgenommenen Entscheidungsmüdigkeit unterscheiden.

Hypothese 6:

Personen mit konsistentem beruflichen Kleidungsstil berichten eine geringere Entscheidungsmüdigkeit als Personen mit variierendem Kleidungsstil

4 Methode

4.1 Stichprobe

An der Studie nahmen insgesamt $N = 99$ Personen teil, wobei für die Analysen aufgrund fehlender Angaben $n = 82$ Fälle berücksichtigt werden konnten. Da nicht alle Teilnehmenden jede Frage vollständig beantworteten, variiert die Anzahl der gültigen Fälle (n) je nach Variable.

Die Teilnehmenden wurden über soziale Netzwerke, persönliche Kontakte sowie berufliche Netzwerke für die Online-Befragung rekrutiert. Die Teilnahme und der Studie erfolgte freiwillig und anonym. Voraussetzung für die Teilnahme war, dass die Personen aktuell berufstätig sind oder bereits Berufserfahrung gesammelt haben, da sich die Fragestellungen auf berufliche Kleidung und Kundenkontakt im Arbeitskontext beziehen und somit auf aktuelle bzw. reale Erfahrungen abzielen.

Das Alter der Teilnehmenden lag zwischen 17 und 64 Jahren (bei $M = 32.61$, $SD = 14.43$). Der Median lag bei 26 Jahren. Von den Befragten identifizierten sich 72 % ($n = 59$) als weiblich und 28% ($n = 23$) als männlich.

Insgesamt gaben 87,8% ($n = 72$) an, aktuell berufstätig zu sein, während 12,2% ($n = 10$) nicht berufstätig waren. Hinsichtlich des Kundenkontakts berichteten 64,2% ($n = 43$) einen hohen Kundenkontakt, während 35,8% ($n = 24$) einen niedrigen Kundenkontakt berichteten. Aufgrund fehlender Angaben lagen für diese Variable $n = 67$ gültige Fälle vor.

Darüber hinaus gaben 43,4% ($n = 43$) der Teilnehmer an, Uniform zu tragen, während 56,6% ($n = 56$) keine entsprechende Uniform trugen.

4.2 Versuchsplanung

Die Studie ist als 2×2 Between-Subjects-Design konzipiert und umfasst zwei unabhängige Variablen: Dresscode (mit Uniformpflicht vs. ohne Uniformpflicht) und Kundenkontakt (hoch vs. niedrig). Daraus ergeben sich vier Gruppen: Beschäftigte mit hohem Kundenkontakt und Uniformpflicht, Beschäftigte mit

niedrigen Kundenkontakt und Uniformpflicht, Beschäftigte mit hohem Kundenkontakt ohne Uniformpflicht sowie Beschäftigte mit niedrigen Kundenkontakt ohne Uniformpflicht.

Die Einteilung der Teilnehmenden in die Gruppen erfolgte auf Grundlage ihrer Selbstauskünfte zu Uniformpflicht und Kundenkontakt im Arbeitskontext.

Die abhängigen Variablen sind Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation, wahrgenommene Professionalität sowie explorativ Entscheidungsmüdigkeit. Die abhängigen Variablen wurden mithilfe fünfstufiger Likert-Skalen erfasst (von 1= „stimme gar nicht zu“ bis 5= „stimme voll zu“). Insgesamt beinhaltete der Fragebogen 55 Fragen, die in acht thematische Blöcke gegliedert wurden und im Anhang zu finden sind.

4.3 Versuchsaufbau

Die Datenerhebung fand von Januar bis Februar 2026 statt und erfolgte über eine standardisierte Online-Befragung auf der Plattform LimeSurvey. Der Zugangslink wurde über soziale Netzwerke sowie persönliche und berufliche Kontakte verbreitet. Die Teilnahme war freiwillig und anonym.

Nach dem Aufrufen des Umfragelinks wurden die Teilnehmenden über Ziel, Inhalt und Ablauf der Studie informiert. Sie erhielten außerdem Hinweise zum Datenschutz, zur Freiwilligkeit der Teilnahme und zur Möglichkeit, die Befragung jederzeit ohne Angabe von Gründen abzubrechen.

Im ersten Abschnitt der Befragung wurden soziodemografische Daten wie Alter, Geschlecht, aktuelle Berufstätigkeit, Länge der gesamten Berufstätigkeit und Arbeitsumgebung erfasst. Der Hauptteil der Befragung konzentrierte sich jedoch auf das berufliche Kleidungsverhalten, das Ausmaß des Kundenkontakts sowie auf abhängigen Variablen Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation und wahrgenommene Professionalität. Zusätzlich wurde explorativ die wahrgenommene Entscheidungsmüdigkeit erhoben.

Zum Abschluss der Befragung erhielten die Teilnehmenden eine kurze Danksagung sowie eine weiterführende Erläuterung des Untersuchungsziels.

Die durchschnittliche Bearbeitungszeit lag bei etwa 8 bis 10 Minuten.

4.4 Fragebogenverfahren

Der Online-Fragebogen setzte sich aus eigens entwickelten Items sowie einigen Hintergrundfragen zur Person zusammen. Sofern nicht anders angegeben, wurden alle Items auf einer fünfstufigen Likert-Skala beantwortet (1 = „stimme gar nicht zu“ bis 5 = „stimme voll zu“). Negativ formulierte Items wurden vor der Auswertung rekodiert. Für die abhängigen Variablen wurde anschließend jeweils ein Mittelwertindex berechnet, indem die Antworten der zugehörigen Items gemittelt wurden. Hierzu wurden die Skalenwerte pro Person addiert und durch die Anzahl der Items geteilt, sodass höhere Werte durchgängig eine stärkere Ausprägung des jeweiligen Konstrukts anzeigen. Der vollständige Fragebogen ist im Anhang dargestellt.

Uniform Dressing

Uniform Dressing wurde anhand einer Selbstauskunft zur bestehenden Kleidungsregelung im Arbeitskontext erfasst. Die Teilnehmenden wurden gefragt:

„Gibt es in Ihrer aktuellen Tätigkeit eine Verpflichtung zum Tragen einer Uniform, Dienstkleidung oder zur Einhaltung eines formellen Dresscodes?“ Die Antwortoptionen lauteten Ja bzw. Nein. Auf Grundlage dieser Angaben wurde eine dichotome Variable gebildet, bei der Teilnehmende mit entsprechender Verpflichtung der Kategorie Uniformpflicht (1) und Teilnehmende ohne entsprechende Verpflichtung der Kategorie keine Uniformpflicht (0) zugeordnet wurden. Die Variable wurde als unabhängige Variable in die weiteren Analysen einbezogen.

Kundenkontakt

Der Umfang des direkten Kundenkontakts wurde anhand einer Selbstauskunft der Teilnehmenden erfasst. Die Teilnehmenden wurden gefragt, wie viel Prozent ihrer Arbeitszeit mit Kundinnen und Kunden verbringen. Die Antwortmöglichkeiten umfassten die Kategorien 0-25%, 25-50%, 50-75% und 75-100%. Zur Durchführung der Varianzanalysen wurde eine dichotome Variable gebildet. Dabei wurden die Kategorien 0-25% und 25-50% als niedriger Kundenkontakt (0) und die Kategorien 50-75% und 75-100% als hoher Kundenkontakt (1) kodiert.

Die Einteilung erfolgte zur klaren Unterscheidung zwischen geringem und hohem Kundenkontakt sowie zur Durchführung der Varianzanalysen im Rahmen des 2x2 Designs. Die Variable wurde in den weiteren Analysen als unabhängige Variable berücksichtigt.

Selbstkonzept

Zur Erfassung der beruflichen Selbstkonzeptklarheit wurden selbst entwickelte Items verwendet, die sich konzeptionell an der Self-Concept-Clarity-Skala von Campbell et al. (1996) orientieren. Die Skala bezog sich auf den beruflichen Kontext und erfasste die Klarheit, Konsistenz und Sicherheit des beruflichen Selbstbildes. Sie umfasste sieben Items, darunter: „Ich habe ein klares Gefühl dafür, welche Rolle ich in meinem beruflichen Umfeld einnehme.“ Die interne Konsistenz der Skala war zufriedenstellend (Cronbach's $\alpha = .66$). Für die weitere Analyse wurde ein Mittelwertindex berechnet, wobei höhere Werte eine höhere berufliche Selbstkonzeptklarheit anzeigen. Die Skala wurde in den weiteren Analysen als abhängige Variable berücksichtigt.

Organisationale Identifikation

Die organisationale Identifikation wurde anhand von sechs Items erfasst, die die wahrgenommene Verbundenheit mit ihrem Unternehmen, sowie das Zugehörigkeitsgefühl im Kontext der Arbeitskleidung messen sollten. Die Items umfassten Aussagen zur emotionalen Verbundenheit mit der Organisation, zum Stolz auf das Unternehmen sowie zum wahrgenommenen Einfluss einheitlicher Kleidung auf das Zugehörigkeitsgefühl im Team.

Ein Beispielitem lautet: „Ich fühle mich mit meinem Unternehmen verbunden.“

Die Items wurden zu einem Mittelwert zusammengefasst, wobei höhere Werte auf eine stärkere Identifikation mit der Organisation deuteten. Die Skala zeigte eine gute interne Konsistenz (Cronbach's $\alpha = .87$). Die Skala wurde als abhängige Variable in die weiteren Analysen einbezogen.

Wahrgenommene Professionalität

Die wahrgenommene Professionalität durch Kleidung wurde anhand von sieben selbst entwickelten Items erfasst, die den Einfluss des beruflichen Erscheinungsbildes auf Kompetenzwahrnehmung, Vertrauen und den ersten Eindruck im beruflichen Kontext erfassen. Ein Beispielitem lautet: „Ich glaube, dass andere mich aufgrund meines Kleidungsstils als kompetent einschätzen.“

Die Items wurden zu einem Gesamtwert zusammengefasst, wobei höhere Werte eine stärkere wahrgenommene Professionalität im beruflichen Kontext anzeigen.

Für die weitere Analyse wurde ein Mittelwertindex gebildet, wobei höhere Werte eine stärkere wahrgenommene Professionalität im beruflichen Kontext anzeigen. Die Skala zeigte eine hohe interne Konsistenz (Cronbach's $\alpha = .88$) und diente in den weiteren Analysen als abhängige Variable.

Entscheidungsmüdigkeit (explorativ)

Darüber hinaus wurde explorativ die wahrgenommene Entscheidungsmüdigkeit in Bezug auf die tägliche Kleiderwahl untersucht. Die Items konzentrierten sich auf den zeitlichen und mentalen Aufwand der Outfitwahl sowie auf die Entlastung durch einen festen Kleidungsstil.

Ein Beispielitem lautet: „Die tägliche Wahl meiner Arbeitskleidung kostet mich Energie.“

Für die weitere Analyse wurde ein Mittelwertindex gebildet, wobei höhere Werte eine stärkere wahrgenommene Entscheidungsmüdigkeit anzeigen. Die Skala zeigte eine akzeptable interne Konsistenz (Cronbach's $\alpha = 0.646$) und wurde explorativ als abhängige Variable in die weiteren Analysen einbezogen.

4.5 Datenanalyse

Die statistische Auswertung der Daten erfolgte mit der Software Jamovi (Version 2.7.24; jamovi project, 2023). Zur Überprüfung der Hypothesen wurden zweifaktorielle Varianzanalysen (ANOVA) durchgeführt, um die Effekte der unabhängigen Variablen Uniform Dressing (mit versus ohne Uniformpflicht) und Kundenkontakt (hoch vs. niedrig) auf die abhängigen Variablen Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation und wahrgenommene Professionalität zu untersuchen. Zusätzlich wurde explorativ der Einfluss auf Entscheidungsmüdigkeit analysiert.

5 Ergebnisse

Die vollständigen Ergebnisse der Varianzanalysen sind in Anhang B aufgeführt.

Hypothese 1 und Hypothese 4

Insgesamt lagen die Mittelwerte der Selbstkonzeptklarheit in allen Gruppen auf einem hohen Niveau (siehe Tabelle 1).

Für die Selbstkonzeptklarheit zeigte sich kein signifikanter Haupteffekt der Uniformpflicht, $F(1, 61) = 0.07$, $p = .791$, $\eta^2_p = .001$, sodass Hypothese 1 nicht unterstützt wurde.

Ebenso ergab sich kein signifikanter Haupteffekt des Kundenkontakts, $F(1, 61) = 0.98$, $p = .326$, $\eta^2_p = .016$ und es zeigte sich auch kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt. $F(1, 61) = 1.54$, $p = .220$, $\eta^2_p = .025$.

Somit wurde auch Hypothese 4, die einen stärkeren Effekt bei hohem Kundenkontakt annahm, nicht unterstützt.

Aufgrund fehlender Angaben reduzierte sich die Stichprobe für diese Analyse auf $n = 65$.

Tabelle 1

Kundenkontakt	Uniformpflicht	M	SD	N
hoch	ja	4.13	0.62	32
hoch	nein	4.41	0.52	11
niedrig	ja	4.18	0.67	7
niedrig	nein	4.00	0.73	15

Anmerkung. Die dargestellten Mittelwerte beziehen sich auf die Variable Selbstkonzeptklarheit.

Hypothese 2

Tabelle 2 zeigt die deskriptiven Statistiken der organisationalen Identifikation, getrennt nach Uniformpflicht und Kundenkontakt. Aufgrund fehlender Werte basiert die Analyse auf einer reduzierten Stichprobe ($n = 64$).

Für die organisationale Identifikation zeigte sich kein signifikanter Haupteffekt der Uniformpflicht, $F(1, 60) = 0.55, p = .461, \eta^2_p = .01$.

Auch der Haupteffekt des Kundenkontakts war nicht signifikant, $F(1, 60) = 3.03, p = .087, \eta^2_p = .05$. Darüber hinaus verfehlte die Interaktion zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt knapp das Signifikanzniveau, $F(1, 60) = 3.68, p = .060, \eta^2_p = .06$. Somit wurde Hypothese 2 nicht unterstützt.

Tabelle 2

Kundenkontakt	Uniformpflicht	M	SD	N
hoch	ja	3.74	1.00	31
hoch	nein	4.03	0.61	11
niedrig	ja	3.79	0.54	7
niedrig	nein	3.13	0.76	15

Anmerkung. Die dargestellten Mittelwerte beziehen sich auf die Variable organisationale Identifikation.

Hypothese 3

Hypothese 3 postulierte, dass sich Personen mit und ohne Uniformpflicht hinsichtlich der wahrgenommenen Professionalität unterscheiden. Tabelle 3 präsentiert die deskriptiven Statistiken der wahrgenommenen Professionalität, differenziert nach Uniformpflicht und Kundenkontakt. Aufgrund fehlender Angaben zu Kundenkontakt und wahrgenommenen Professionalität standen für die Analyse $n = 62$ Fälle zur Verfügung.

Entgegen der angenommenen Richtung wiesen Teilnehmende ohne Uniformpflicht höhere Werte der wahrgenommenen Professionalität auf als Teilnehmende mit Uniformpflicht. Dieser Unterschied zeigte sich deskriptiv insbesondere bei Teilnehmenden mit hohem Kundenkontakt.

Für die wahrgenommene Professionalität zeigte sich ein signifikanter Haupteffekt der Uniformpflicht, $F(1, 58) = 3.77, p = .013, \eta^2_p = .103$. Teilnehmende mit Uniform wiesen geringere Werte der wahrgenommenen Professionalität auf als Teilnehmende ohne Uniform.

Weder der Haupteffekt des Kundenkontakts, $F(1, 58) = 0.57, p = .452, \eta^2_p = .010$, noch die Interaktion zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt, $F(1, 58) = 0.16, p = .600, \eta^2_p = .005$, waren signifikant. Hypothese 3 wurde daher nicht unterstützt.

Tabelle 3

Kundenkontakt	Uniformpflicht	M	SD	N
hoch	ja	1.80	0.61	30
hoch	nein	2.48	1,14	11
niedrig	ja	2.08	0.54	7
niedrig	nein	2.53	0.75	14

Anmerkung. Die dargestellten Mittelwerte beziehen sich auf die Variable wahrgenommene Professionalität.

Hypothese 5

Aufbauend auf den zuvor berichteten Analysen wurde geprüft, ob ein Interaktionseffekt zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt auf die untersuchten abhängigen Variablen vorliegt. Die deskriptiven Statistiken der abhängigen Variablen sind in den Tabellen 1 bis 3 dargestellt.

Es wurde angenommen, dass sich die Effekte von Uniform Dressing in Abhängigkeit vom Ausmaß des Kundenkontakts unterscheiden und insbesondere bei hohem Kundenkontakt stärker ausfallen. Zur Überprüfung dieser Annahme wurden im Rahmen der zweifaktoriellen Varianzanalysen die Interaktionseffekte zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt betrachtet.

Für die berufliche Selbstkonzeptklarheit zeigte sich kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt, $F(1, 61) = 1.54, p = .220, \eta^2_p = .025$. Auch für die organisationale Identifikation ergab sich kein signifikanter Interaktionseffekt, $F(1, 60) = 3.68, p = .060, \eta^2_p = .058$. Ebenso zeigte sich für die wahrgenommene Professionalität kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt, $F(1, 58) = 0.16, p = .600, \eta^2_p = .005$.

Insgesamt zeigte sich für keine der untersuchten abhängigen Variablen ein signifikanter Interaktionseffekt, weshalb der Einfluss von Uniform Dressing nicht vom Kundenkontakt abhing und Hypothese 5 folglich nicht unterstützt wurde.

Hypothese 6 (explorativ)

Neben den Effekten der Uniformpflicht auf Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation und wahrgenommene Professionalität wurde explorativ untersucht, ob sich Personen mit und ohne Uniformpflicht in der wahrgenommenen Entscheidungsmüdigkeit unterscheiden. Tabelle 4 zeigt die deskriptiven Statistiken der wahrgenommenen Entscheidungsmüdigkeit, getrennt nach Uniformpflicht und Kundenkontakt. Aufgrund fehlender Werte basiert die Analyse auf einer reduzierten Stichprobe ($n = 62$)

Es zeigte sich ein signifikanter Haupteffekt der Uniformpflicht auf die wahrgenommene Entscheidungsmüdigkeit, $F(1, 61) = 8.76, p = .004, \eta^2_p = .13$. Teilnehmende mit Uniform berichteten geringere Entscheidungsmüdigkeit als Teilnehmende ohne Uniform.

Der Haupteffekt des Kundenkontakts war nicht signifikant, $F(1, 58) = 0.30, p = .589, \eta^2_p = .005$. Auch die Interaktion zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt erreichte keine statistische Signifikanz, $F(1, 58) = 3.28, p = .075, \eta^2_p = .054$.

Insgesamt zeigte sich kein Interaktionseffekt zwischen Uniformpflicht und Kundenkontakt, jedoch ein signifikanter Haupteffekt der Uniformpflicht auf die wahrgenommene Entscheidungsmüdigkeit.

Die explorative Hypothese 6 wurde damit unterstützt.

Tabelle 4

Kundenkontakt	Uniformpflicht	M	SD	N
hoch	ja	1.94	1.07	30
hoch	nein	2.24	0.63	11
niedrig	ja	1.33	0.33	7
niedrig	nein	2.57	0.79	14

Anmerkung. Die dargestellten Mittelwerte beziehen sich auf die Variable Entscheidungsmüdigkeit.

6 Diskussion

Ziel der vorliegenden Arbeit war es zu untersuchen, ob sich ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil auf verschiedene arbeitsbezogene psychologische Variablen auswirkt. Im Fokus stand dabei insbesondere die Selbstkonzeptklarheit, die organisationale Identifikation sowie die wahrgenommene Professionalität. Explorativ wurde die wahrgenommene Entscheidungsmüdigkeit betrachtet.

Die Ergebnisse zeigten, dass sich weder für die Selbstkonzeptklarheit noch für die organisationale Identifikation signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen feststellen ließen. Für die wahrgenommene Professionalität zeigte sich hingegen ein signifikanter Haupteffekt der Uniformpflicht, der entgegen der angenommenen Richtung ausfiel: Teilnehmende ohne Uniformpflicht wurden als professioneller wahrgenommen als Teilnehmende mit Uniformpflicht.

Explorativ ergab sich zudem ein signifikanter Effekt der Uniformpflicht auf die wahrgenommene Entscheidungsmüdigkeit, wobei Teilnehmende mit Uniform geringere Entscheidungsmüdigkeit berichteten.

Insgesamt legen die Ergebnisse nahe, dass Uniform Dressing weniger identitätsbezogene Prozesse beeinflusst, jedoch eine Rolle für kognitive Entlastung im Alltag spielen könnte.

6.1 Interpretation der Ergebnisse

6.1.1 Selbstkonzeptklarheit

Entgegen der ersten Hypothese zeigte sich kein signifikanter Effekt eines konsistenten beruflichen Kleidungsstils auf die berufliche Selbstkonzeptklarheit. Auch Hypothese 4, die einen stärkeren Effekt bei hohem Kundenkontakt annahm, konnte nicht bestätigt werden.

Ein möglicher Erklärungsansatz könnte sein, dass berufliche Selbstkonzeptklarheit stärker durch langfristige berufliche Erfahrungen und die Entwicklung einer stabilen Rollenidentität geprägt wird als durch situative äußere Faktoren wie Kleidung. So wird angenommen, dass sich Selbstkonzeptklarheit insbesondere

durch wiederkehrende Erfahrungen und die Internalisierung beruflicher Rollen über die Zeit entwickelt (Campbell et al, 1996).

Vor diesem Hintergrund könnte ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil zwar als unterstützender Hinweisreiz fungieren, jedoch nicht ausreichen, um grundlegende Aspekte des beruflichen Selbstkonzepts nachhaltig zu verändern.

6.1.2 Organisationale Identifikation

Auch für die organisationale Identifikation konnte kein signifikanter Effekt der Uniformpflicht festgestellt werden. Ebenso ergab sich kein signifikanter Interaktionseffekt mit dem Kundenkontakt.

Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass organisationale Identifikation weniger durch äußere Symbole wie Arbeitskleidung beeinflusst wird, sondern vielmehr durch soziale Prozesse innerhalb der Organisation entsteht. Nach der Social Identity Theory entwickelt sich organisationale Identifikation insbesondere aus der wahrgenommenen Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe. (Ashforth & Mael, 1989)

Zwar kann Kleidung als sichtbares Zeichen organisationaler Zugehörigkeit fungieren, jedoch scheint sie allein nicht ausreichend zu sein, um ein stärkeres Zugehörigkeitsgefühl zu erzeugen. Vielmehr könnte die tatsächliche soziale Einbindung in die Organisation, etwa durch Interaktionen mit Kolleginnen und Kollegen oder die Integration in Teamstrukturen, eine entscheidende Rolle spielen. Dies könnte erklären, warum rein äußerliche Marker ohne begleitende soziale Erfahrungen keine signifikanten Effekte zeigen.

6.1.3 Wahrgenommene Professionalität

Für die wahrgenommene Professionalität zeigte sich ein signifikanter Haupteffekt der Uniformpflicht. Dabei berichteten Teilnehmende ohne Uniformpflicht höhere Werte der wahrgenommenen Professionalität als Teilnehmende mit Uniformpflicht.

Dieses Ergebnis steht im Widerspruch zu Hypothese 3, wonach Uniform Dressing die Wahrnehmung von Kompetenz und Professionalität erhöhen sollte.

Da weder ein signifikanter Haupteffekt des Kundenkontakts noch ein signifikanter Interaktionseffekt festgestellt wurde, deutet dies darauf hin, dass dieser Effekt unabhängig vom Ausmaß des Kundenkontakts auftrat.

Eine mögliche Erklärung für dieses unerwartete Ergebnis könnte darin liegen, dass ein konsistenter, jedoch nicht formal vorgegebener Kleidungsstil anders wahrgenommen wird als klassische Uniformen. Während Uniformen häufig mit Standardisierung und festen Rollenanforderungen assoziiert werden, könnte ein individueller, aber dennoch konsistenter Kleidungsstil als Ausdruck von Selbstsicherheit und situativer Angemessenheit interpretiert werden. Dies könnte dazu beitragen, dass Personen ohne Uniformpflicht als kompetenter und professioneller wahrgenommen werden.

Dies legt nahe, dass nicht Uniformität selbst, sondern vielmehr die Art der visuellen Selbstdarstellung für die soziale Bewertung entscheidend ist.

Vor dem Hintergrund der Enclothed-Cognition-Forschung lässt sich dennoch argumentieren, dass Kleidung grundsätzlich als symbolischer Hinweisreiz wirkt, der sowohl Selbstwahrnehmung als auch soziale Zuschreibungen beeinflussen kann (Adam & Galinsky, 2012). Dabei scheint jedoch weniger das Tragen einheitlicher Kleidung an sich entscheidend zu sein, sondern vielmehr die konkrete Ausgestaltung des Kleidungsstils - insbesondere der Grad an Individualität -, der die externe Wahrnehmung beeinflusst.

6.1.4 Einfluss von Uniform Dressing in Abhängigkeit vom Kundenkontakt

Im Rahmen von Hypothese 5 wurde untersucht, ob der Kundenkontakt die Effekte von Uniform Dressing auf die untersuchten abhängigen Variablen moderiert. Entgegen der Annahme zeigte sich jedoch für keine der betrachteten Variablen - Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation und wahrgenommene Professionalität - ein signifikanter Interaktionseffekt.

Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass die Wirkung eines konsistenten beruflichen Kleidungsstils unabhängig vom Ausmaß des Kundenkontakts stabil bleibt. Die angenommene stärkere Relevanz äußerer Erscheinungsmerkmale in Situationen mit hoher sozialer Sichtbarkeit konnte somit nicht bestätigt werden.

Eine mögliche Erklärung könnte darin liegen, dass Kleidung zwar als sozialer Hinweis fungiert, ihre Wirkung jedoch nicht ausschließlich vom situativen Kontext abhängt, sondern auch von individuellen oder organisationalen Faktoren beeinflusst wird. Beispielsweise könnten persönliche Einstellungen, branchenspezifische

Normen oder die allgemeine Unternehmenskultur eine größere Rolle spielen als der reine Umfang des Kundenkontakts.

6.1.5 Entscheidungsmüdigkeit

Im Gegensatz zu den meisten untersuchten Hypothesen zeigte sich für die explorativ untersuchte Entscheidungsmüdigkeit ein signifikanter Effekt der Uniformpflicht. Personen mit Uniformpflicht berichteten geringere Werte der Entscheidungsmüdigkeit als Personen ohne Uniformpflicht.

Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil dazu beitragen kann, alltägliche Entscheidungsprozesse zu reduzieren. Die tägliche Auswahl von Kleidung stellt eine wiederkehrende Entscheidung dar, die kognitive Ressourcen beanspruchen kann. Durch feste Routinen und standardisierte Kleidung könnte dieser Entscheidungsprozess vereinfacht werden, wodurch weniger mentale Energie aufgewendet werden muss. Dieses Ergebnis steht im Einklang mit theoretischen Überlegungen zur Entscheidungsmüdigkeit, nach denen wiederholte Entscheidungen zu mentaler Erschöpfung führen können. (Baumeister et al, 1998). Interessanterweise zeigt sich kein Effekt des Kundenkontakts auf Entscheidungsmüdigkeit. Dies deutet darauf hin, dass der beobachtete Effekt eher auf den Entscheidungsprozess selbst als auf soziale Interaktionssituationen zurückzuführen ist.

6.2 Limitationen

Eine mögliche Limitation der vorliegenden Studie betrifft den Umfang des eingesetzten Fragebogens. Eine höhere Anzahl an Items könnte bei Teilnehmenden zu Ermüdung oder reduzierter Aufmerksamkeit geführt haben, was sich in weniger sorgfältigen oder weniger reflektierten Antworten äußern kann. Dies kann dazu führen, dass häufiger mittlere Skalenwerte gewählt werden, wodurch die Varianz der Antworten reduziert und mögliche Effekte unterschätzt werden.

Zudem basieren die erhobenen Daten ausschließlich auf Selbstberichtsdaten der Teilnehmenden, wodurch Verzerrungen durch subjektive Einschätzungen oder soziale Erwünschtheit nicht ausgeschlossen werden können. Insbesondere bei arbeitsbezogenen Themen besteht die Möglichkeit, dass Teilnehmende ihre

Antworten an wahrgenommen Erwartungen orientieren oder ihre eigene Situation verzerrt darstellen, als sie tatsächlich erlebt wird.

Eine weitere Limitation stellt die Größe der Stichprobe dar. Obwohl insgesamt $n = 82$ Fälle in die Analysen einbezogen werden konnten, kann eine vergleichsweise kleine Stichprobe die statistische Power der Analysen reduzieren. Dies bedeutet, dass vorhandene Effekte möglicherweise nicht als statistisch signifikant identifiziert werden konnten, obwohl sie tatsächlich existieren. Dadurch besteht die Möglichkeit, dass Unterschiede zwischen den Gruppen unterschätzt wurden.

Darüber hinaus setzte sich die Stichprobe aus Teilnehmenden unterschiedlicher Berufsgruppen zusammen. Da sich Arbeitsbedingungen wie Kundenkontakt oder Uniformpflicht je nach Branche deutlich unterscheiden können, ist die Vergleichbarkeit der Gruppen möglicherweise eingeschränkt. Gleichzeitig ermöglicht diese Heterogenität jedoch eine breitere Abbildung verschiedener beruflicher Kontexte und erhöht die ökologische Validität.

6.3 Praktische und theoretische Implikationen

Trotz der überwiegend nicht signifikanten Ergebnisse liefert die Studie Hinweise darauf, dass Kleidung im beruflichen Kontext eine Rolle für soziale Wahrnehmungsprozesse spielen kann. Insbesondere zeigte sich ein signifikanter Effekt der Uniformpflicht auf die wahrgenommene Professionalität, allerdings entgegen der ursprünglich angenommenen Richtung.

Für Organisationen könnte dies bedeuten, dass berufliche Kleidung einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Mitarbeitenden durch Kundinnen und Kunden haben kann. Dabei scheint jedoch nicht ausschließlich die Einheitlichkeit von Kleidung entscheidend zu sein, sondern möglicherweise auch Aspekte wie Individualität, Authentizität oder die Passung zum jeweiligen beruflichen Kontext.

Unternehmen könnten daher bewusst entscheiden, in welchen Kontexten ein einheitlicher Kleidungsstil sinnvoll ist und wo individuelle Gestaltungsspielräume Vorteile bieten.

Für zukünftige Forschung ergibt sich die Notwendigkeit, den Zusammenhang zwischen beruflicher Kleidung und psychologischen Variablen differenzierter zu untersuchen. Insbesondere könnten experimentelle Design dazu beitragen, kausale Effekte klarer zu identifizieren.

Darüber hinaus könnten zukünftige Studien verschiedene Formen von Dresscodes differenzierter betrachten, beispielsweise formelle Uniformen, unternehmensspezifische Kleidung ohne formale Vorgaben sowie individuelle Kleidungsstile. Ebenso erscheint es relevant zu untersuchen, wie organisationale Rahmenbedingungen, wie etwa Unternehmenskultur oder branchenspezifische Normen, die Wirkung von Kleidung im beruflichen Kontext beeinflussen.

Insgesamt unterstreichen die Ergebnisse, dass Uniform Dressing im beruflichen Kontext differenzierter betrachtet werden sollte und sowohl soziale als auch kognitive Prozesse unterschiedlich beeinflussen kann.

7 Fazit

Ziel der vorliegenden Arbeit war es zu untersuchen, inwiefern ein konsistenter beruflicher Kleidungsstil (Uniform Dressing) sich mit verschiedenen psychologischen Variablen im beruflichen Kontext auswirkt. Dabei wurden insbesondere Selbstkonzeptklarheit, organisationale Identifikation, wahrgenommene Professionalität sowie Entscheidungsmüdigkeit betrachtet und der mögliche Einfluss von Kundenkontakt berücksichtigt. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass sich für die meisten untersuchten Variablen keine signifikanten Effekte der Uniformpflicht feststellen ließen. Weder für Selbstkonzeptklarheit noch für organisationale Identifikation konnten die angenommenen Effekte bestätigt werden. Auch hinsichtlich der wahrgenommenen Professionalität zeigte sich kein Effekt in der erwarteten Richtung.

Darüber hinaus konnte keine moderierende Rolle des Kundenkontakts nachgewiesen werden. Ein signifikanter Effekt zeigte sich jedoch für explorativ untersuchte wahrgenommenen Entscheidungsmüdigkeit: Personen ohne Uniformpflicht berichteten geringere Werte der wahrgenommenen Entscheidungsmüdigkeit als Personen mit Uniformpflicht.

Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass ein konsistenter Kleidungsstil im Arbeitsalltag möglicherweise dazu beitragen kann, alltägliche Entscheidungsprozesse zu reduzieren.

Insgesamt legen die Ergebnisse nahe, dass Uniform Dressing weniger Einfluss auf identitätsbezogene Variablen wie Selbstkonzeptklarheit oder organisationale Identifikation hat, jedoch potenziell mit kognitiven Prozessen im Alltag, insbesondere mit Entscheidungsmüdigkeit, zusammenhängt. Zukünftige Studien könnten diese Zusammenhänge mit größeren Stichproben oder in spezifischen Berufsgruppen weiter untersuchen.

Literatur

Literaturquellen:

- Adam, H., & Galinsky, A. D. (2012). Enclothed cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(4), 918–925.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20–39.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Muraven, M., & Tice, D. M. (1998). Ego depletion: Is the active self a limited resource? *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(5), 1252–1265.
- Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavalley, L. F., & Lehman, D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(1), 141–156.
- Isaacson, W. (2011). *Steve Jobs*. Simon & Schuster
- Gruber, R., Häfner, M., & Kachel, S. (2023). Dressing up social psychology: Empirically investigating the psychological functions of clothing using the example of symbolic protection [Registered report stage 2]. *British Journal of Social Psychology*.
- Johnson, K., Lennon, S. J., & Rudd, N. (2014). Dress, body and self: Research in the social psychology of dress. *Fashion and Textiles*, 1, Article 20.
- Slepian, M. L., Ferber, S. N., Gold, J. M., & Rutchick, A. M. (2015). The cognitive consequences of formal clothing. *Social Psychological and Personality Science*, 6(6), 661–668.
<https://doi.org/10.1177/1948550615579462>
- Smith, R. W., Chandler, J. J., & Schwarz, N. (2020). Uniformity: The effects of organizational attire on judgments and attributions. *Journal of Applied Psychology*, 50(6), 299–312
<https://doi.org/10.1111/jasp.12660>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.

Werkzeuge und Hilfsmittel

Auswertung und Umfrageerstellung

jamovi project. (2023). *jamovi* (Version 2.7.24) [Computer Software].

LimeSurvey GmbH. (2025). *LimeSurvey* [Online-Umfragesoftware].
<https://www.limesurvey.org>

Stilistische Überarbeitung & Berechnungen

OpenAI. (2025). *ChatGPT* (GPT-5) [Large Language Model]. OpenAI.

<https://chatgpt.com/de-DE/>

ChatGPT (GPT-5) wurde als sprachliches und analytisches Hilfsmittel zur Unterstützung bei stilistischen Überarbeitungen, Strukturierungsfragen sowie zur Erläuterung statistischer Verfahren genutzt. Die Nutzung beschränkte sich auf unterstützende Funktionen. Alle inhaltlichen Analysen, Interpretationen und Bewertungen der Ergebnisse erfolgten eigenständig und wurden von der Autorin kritisch geprüft.

Anhang A – Fragebogen

Einleitung der Befragung

Hello Hello & ein herzliches Willkommen!

Vielen Dank für Ihr Interesse an dieser Befragung im Rahmen meiner Bachelorthesis.

In meiner Studie geht es um Kleidung im beruflichen Kontext und darum, wie unterschiedliche Kleidungsstile den Arbeitsalltag beeinflussen können.

Ziel der Erhebung ist es zu untersuchen, welche Bedeutung berufliche Kleidung für die Selbst- und Fremdwahrnehmung sowie für die Identifikation mit dem Unternehmen hat.

Die Teilnahme an dieser Befragung ist selbstverständlich freiwillig und kann jederzeit ohne Angabe von Gründen abgebrochen werden. Alle Angaben werden anonym erhoben und ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke verwendet.

Die Bearbeitungszeit beträgt etwa 8 bis 10 Minuten.

Vielen lieben Dank im Voraus für Ihre Teilnahme!

1 Soziodemografische Angaben

1. Wie alt sind Sie? (Angabe in Jahren)
2. Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?
 - männlich
 - weiblich
 - divers
 - keine Angabe
3. Sind Sie aktuell berufstätig?
 - Ja
 - Nein
4. Wie viele Jahre Berufserfahrung haben Sie insgesamt (einschließlich Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung)?

5. In welchem Beschäftigungsumfang sind Sie derzeit tätig?
 - Vollzeit
 - Teilzeit
 - Geringfügige Beschäftigung (Minijob)
 - Selbstständig
 - Sonstiges
6. Wie lautet die Berufsbezeichnung Ihrer aktuellen Tätigkeit?
7. In welcher Arbeitsumgebung arbeiten Sie überwiegend?
 - Im Innenbereich
 - im Außenbereich
 - Homeoffice
 - Sonstiges

2 Uniform Dressing und arbeitsbezogene Kleidung

Einleitung

Die folgenden Fragen und Aussagen beziehen sich auf Ihre typische Arbeitskleidung im beruflichen Alltag. Mit arbeitsbezogener oder einheitlicher Kleidung sind alle Formen von Kleidung gemeint, die im Arbeitskontext getragen werden, zum Beispiel: - klassische Uniformen oder Dienstkleidung - einheitliche Firmenkleidung (z.B. mit Logo oder festen Farben) - oder ein vorgegebener Dresscode, der das äußere Erscheinungsbild beeinflusst. Auch wenn es in Ihrem Job keine verpflichtete Uniform gibt, beantworten Sie bitte die Fragen auf Grundlage Ihrer persönlichen Erfahrungen mit Ihrer Arbeitskleidung.

8. Gibt es in Ihrer aktuellen Tätigkeit eine Verpflichtung zum Tragen einer Uniform, Dienstkleidung oder zur Einhaltung eines formellen Dresscodes?
 - ja
 - nein
9. Welche Formen der arbeitsbezogenen Kleidung treffen auf Ihre Tätigkeit zu?
 - offizielle Uniform
 - einheitliche Firmenkleidung mit Logo
 - formeller Dresscode (vorgegebene Kleidungsrichtlinien)

- keine Vorgaben (keine vorgegebene Kleidungsrichtlinien)

10. Welche Kleidungsstücke tragen Sie typischerweise während der Arbeit?

- Ich trage folgende Uniformen oder Dienstkleidung:
- Ich trage bevorzugt folgende Kleidungsstücke:

11. Wie oft tragen Sie arbeitsbezogene oder einheitliche Kleidung während Ihrer regulären Arbeitszeit?

- immer
- oft
- gelegentlich
- selten
- nie

12. Wird in Ihrer beruflichen Position normalerweise eine Uniform, ein formeller Dresscode oder eine Form von Dienstkleidung getragen?

- ja
- nein
- teilweise

3 Wahrnehmung der eigenen Arbeitskleidung

Einleitung:

Im folgenden Abschnitt werden Ihnen Aussagen über die Variabilität (wie unterschiedlich/gleich) und die Bedeutung Ihrer Arbeitskleidung im beruflichen Alltag gegeben. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen.

Antwortskala:

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

13. Meine Arbeitskleidung sieht von Tag zu Tag gleich aus.

14. Ich kleide mich jeden Arbeitstag sehr unterschiedlich.

15. Meine Arbeitskleidung signalisiert meine berufliche Rolle deutlich.

16. Wie professionell empfinden Sie Ihre Arbeitskleidung?

4 Tätigkeitsstruktur im Arbeitsalltag

Einleitung

Im folgenden Abschnitt geht es darum, mit welchen Personengruppen Sie den Großteil Ihrer Arbeitszeit verbringen. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Ihre Arbeitssituation zutreffen.

Antwortskala:

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

17. Ich verkaufe Produkte an Kundinnen und Kunden oder berate diese im Rahmen meiner Tätigkeit.

18. Meine Arbeit findet überwiegend intern im Kontakt mit anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern statt.

19. Meine Arbeit erfordert viel Kommunikation mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Unternehmen.

20. Meine Arbeitszeit verbringe ich überwiegend mit mir selbst und erledige meine Aufgaben größtenteils selbstständig.

5 Kundenkontakt

Einleitung:

Im folgenden Abschnitt geht es um den Kontakt zu Kundinnen und Kunden in Ihrem beruflichen Alltag. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Ihre Tätigkeit zutreffen.

Antwortskala:

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

21. Ich stehe in meinem Arbeitsalltag häufig im direkten Kontakt mit Kundinnen und Kunden.

22. Falls Sie im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeit Kontakt mit Kundinnen und Kunden haben: In welcher Form findet dieser überwiegend statt?

23. Wie häufig stehen Sie in Kontakt mit Kundinnen und Kunden (externen Parteien)?

24. Wie viel Prozent Ihrer Arbeitszeit verbringen Sie mit Kundinnen und Kunden?

Antwortoptionen:

- 0–25 %
- 25–50 %
- 50–75 %
- 75–100 %

6 Berufliche Selbstkonzeptklarheit

Einleitung:

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Es geht um Ihr allgemeines berufliches Selbstbild - nicht nur an Tagen, an denen Sie ein Arbeitsoutfit tragen.

Antwortskala:

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

25. Meine Überzeugungen darüber, wer ich bin, sind eindeutig.

26. Ich habe ein klares Gefühl dafür, welche Rolle ich in meinem beruflichen Umfeld einnehme.

27. Ich fühle mich manchmal unsicher in Bezug auf mein berufliches Selbstbild.

28. Ich weiß ziemlich genau, wie ich als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter bin.

29. Ein einheitliches oder vorgegebenes Arbeitsoutfit (z. B. Dienstkleidung oder Dresscode) gibt mir ein klares Gefühl für meine berufliche Rolle.

30. Ein einheitliches oder vorgegebenes Arbeitsoutfit hilft mir, meine berufliche und private Identität voneinander zu trennen.

7 Organisationale Identifikation

Einleitung:

Im Folgenden geht es darum, wie sehr Sie sich mit Ihrem Arbeitgeber bzw. Ihrer Organisation verbunden fühlen. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen.

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

Antwortskala:

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

31. Ich fühle mich als Teil meines Unternehmens.

32. Ich fühle mich emotional mit meiner Organisation verbunden.

33. Ich bin stolz darauf, in meinem Unternehmen zu arbeiten.

34. Ein einheitliches oder vorgegebenes Outfit stärkt mein Zugehörigkeitsgefühl zur Organisation.

35. Wenn ich im Arbeitskontext ähnlich gekleidet bin wie meine Kolleginnen und Kollegen, fühle ich mich stärker als Teil des Teams.

36. Wenn ich solche Kleidung trage, fühle ich mich stärker mit meinem Arbeitgeber verbunden.

8 Wahrgenommene Professionalität

Einleitung:

Die folgenden Aussagen beziehen sich darauf, wie Sie glauben, von anderen im beruflichen Umfeld wahrgenommen zu werden.

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

Antwortskala:

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

37. Mein berufliches Erscheinungsbild vermittelt Professionalität.

38. Ich denke, dass andere mich aufgrund meines beruflichen Kleidungsstils als kompetenter wahrnehmen.

39. Mein Kleidungsstil stärkt meinen ersten Eindruck im beruflichen Kontext.

40. Mein Auftreten wirkt nach außen strukturiert und verlässlich.

41. Wenn ich arbeitsbezogene Kleidung trage, begegnen mir andere Menschen respektvoller.

42. Meine Arbeitskleidung erleichtert es anderen, meine berufliche Rolle zu erkennen.

43. Ich habe den Eindruck, dass ein professionelles Arbeitsoutfit das Vertrauen anderer in mich stärkt.

9 Entscheidungsmüdigkeit

Einleitung:

Im letzten Abschnitt der Umfrage geht es noch um das Erleben von Entscheidungsanforderungen bei der Arbeitskleidungswahl. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Ihre Arbeitssituation zutreffen.

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

Antwortskala:

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

44. Ich verbringe viel Zeit damit, mich für ein Outfit für die Arbeit zu entscheiden.

45. Die tägliche Wahl meiner Arbeitskleidung kostet mich viel Energie.

46. Ein einheitlicher Kleidungsstil reduziert meinen Stress bzw. würde für mich Stress reduzieren.

Abschlusstext der Befragung

Vielen lieben Dank für die Teilnahme und Hilfe an meiner Umfrage!

Ihre Antworten werden anonym ausgewertet und leisten einen wichtigen Beitrag zu meiner Bachelorthesis im Bereich Wirtschaftspsychologie an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm.

Falls Sie noch Anregungen oder Fragen haben, können Sie sich gerne unter folgende E-Mail-Adresse an mich wenden:

Anhang B - Varianzanalysen

Tabelle 5: Selbstkonzeptklarheit

Effekt	df	F	p	η^2_p
Uniformpflicht	1	0.071	.791	0.001
Kundenkontakt	1	0.981	.326	0.016
Uniformpflicht x Kundenkontakt	1	1.538	.220	0.025
Residuen	61			

Tabelle 6: Organisationale Identifikation

Effekt	df	F	p	η^2_p
Uniformpflicht	1	0.551	.461	0.009
Kundenkontakt	1	3.027	.087	0.048
Uniformpflicht x Kundenkontakt	1	3.681	.060	0.058
Residuen	60			

Tabelle 7: Wahrgenommene Professionalität

Effekt	df	F	p	η^2_p
Uniformpflicht	1	3.769	.013	0.103
Kundenkontakt	1	0.572	.452	0.010
Uniformpflicht x Kundenkontakt	1	0.158	.600	0.005
Residuen	58			

Tabelle 8: Entscheidungsmüdigkeit

Effekt	df	F	p	η^2_p
Uniformpflicht	1	8.763	.004	0.131
Kundenkontakt	1	0.296	.589	0.005
Uniformpflicht x Kundenkontakt	1	3.282	.075	0.054
Residuen	61			