

www.testarchiv.eu

Open Test Archive

Repositorium für Open-Access-Tests

IMEB-SBA

Instrument for Measuring Epistemic Beliefs in Sustainable Business Administration

Berding, F., Slopinski, A., Gebhardt, R., Heubischl, S., Rebmann, K. & Schlömer, T. (2019)

Berding, F., Slopinski, A., Gebhardt, R., Heubischl, S., Rebmann, K. & Schlömer, T. (2019). IMEB-SBA. Instrument for Measuring Epistemic Beliefs in Sustainable Business Administration [Verfahrensdokumentation und Fragebogen]. In Leibniz-Institut für Psychologie (ZPID) (Hrsg.), Open Test Archive. Trier: ZPID.
<https://doi.org/10.23668/psycharchives.4608>

Alle Informationen und Materialien zu dem Verfahren finden Sie unter:

<https://www.testarchiv.eu/de/test/9007835>

Verpflichtungserklärung

Bei dem Testverfahren handelt es sich um ein Forschungsinstrument, das der Forschung, Lehre und Praxis dient. Es wird vom Testarchiv online und kostenlos zur Verfügung gestellt und ist urheberrechtlich geschützt, d. h. das Urheberrecht liegt weiterhin bei den AutorInnen.

Mit der Nutzung des Verfahrens verpflichte ich mich, die Bedingungen der [Creative Commons Lizenz CC BY-SA 4.0](#) zu beachten. Ich werde nach Abschluss meiner mit dem Verfahren zusammenhängenden Arbeiten mittels des [Rückmeldeformulars](#) die TestautorInnen über den Einsatz des Verfahrens und den damit erzielten Ergebnissen informieren.

Terms of use

The test instrument is a research instrument that serves research, teaching and practice. It is made available online and free of charge by the test archive and is protected by copyright, i.e. the copyright remains with the author(s). By using this test, I agree to abide by the terms of the [Creative Commons License CC BY-SA 4.0](#). After completion of my work with the measure, I will inform the test authors about the use of the measure and the results I have obtained by means of the [feedback form](#).



**Instrument for Measuring Epistemic Beliefs in Sustainable Business Administration
(IMEB-SBA) © Berding et al. 2019**

Validierungsstudie:

Berding, F., Slopinski, A., Gebhardt, R., Heubischl, S., Kalmutzke, F., Schröder, T., Rebmann, K. & Schlömer, T. (2018). Innovationskompetenz für nachhaltiges Wirtschaften und Instrumente ihrer Erfassung. *Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik*, 114 (1), 47–84.

Zuordnung der Items zu den Dimensionen:

Struktur: 3, 4, 16, 18, 19 20, 21, 26, 31, 33, 34, 35

Quelle: 14, 17, 23, 29

Anwendbarkeit: 12, 13, 15

Sicherheit: 1, 2, 5, 6, 7, 10, 22, 24, 30, 32

Rechtfertigung: 8, 9, 11, 25, 27, 28

Inverse Items (Vor Auswertung bitte umcodieren): 1, 2, 5, 6, 7, 10, 14, 17, 22, 23, 24 29, 30, 32

Auswertung: Der Testwert ist der Mittelwert über die zu einer Skala gehörenden Aussagen nach Umcodierung.

Kontakt

PD Dr. Florian Berding
florian.berding@uni-oldenburg.de
0441 798-4121

Dr. Andreas Slopinski
andreas.slopinski@uni-oldenburg.de
0441 798-4074

Regina Gebhardt
regina.gebhardt@uni-oldenburg.de
0441 798-2248

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Ammerländer Heerstraße 114-118
Postfach 2503
26111 Oldenburg

**Bitte kreuzen Sie im Folgenden für jede Aussage an,
wie stark Sie der Aussage zustimmen.**

		Stimmt gar nicht					Stimmt genau
1	Ich bin davon überzeugt, dass das Wissen über nachhaltige Einkaufsstrategien bereits ausgereift ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Ich bin davon überzeugt, dass im Bereich nachhaltiger Beschaffungspolitik bereits alles erforscht ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Ich bin davon überzeugt, dass nachhaltiges Wirtschaften die Integration ökonomischer, sozialer und ökologischer Ziele erfordert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Ich bin davon überzeugt, dass sich Wissen über nachhaltiges Wirtschaften und über Produktgestaltung gegenseitig beeinflussen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Ich bin davon überzeugt, dass das Wissen über eine nachhaltige Logistik bereits ausgereift ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Ich bin davon überzeugt, dass im Bereich nachhaltiger Logistik bereits alles erforscht ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Ich bin davon überzeugt, dass sich die Verfahren und Methoden für nachhaltiges Wirtschaften bewährt haben und eine Überarbeitung nicht erforderlich ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Ich bin davon überzeugt, dass Aussagen über eine nachhaltige Logistik erst dann als Wissen gelten, wenn sie belegt und begründet sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Ich bin davon überzeugt, dass Aussagen über ein nachhaltiges Personalmanagement erst dann als Wissen gelten, wenn sie belegt und begründet sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Ich bin davon überzeugt, dass bereits alle Kriterien vorliegen, um beurteilen zu können, ob eine Logistik als nachhaltig bezeichnet werden kann oder nicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Ich bin davon überzeugt, dass Aussagen über ein nachhaltiges Ressourcenmanagement erst dann als Wissen gelten, wenn sie belegt und begründet sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Ich bin davon überzeugt, dass Wissen über Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf helfen kann, aktuelle und zukünftige Herausforderungen eines Unternehmens zu bewältigen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Ich bin davon überzeugt, dass Wissen über nachhaltiges Wirtschaften einen Beitrag zur Erschließung neuer Märkte leistet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Ich bin davon überzeugt, dass die richtigen Maßnahmen für ein nachhaltiges Personalmanagement nur von Expert(inn)en bestimmt werden können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Ich bin davon überzeugt, dass Wissen über nachhaltiges Wirtschaften Innovationen begünstigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Ich bin davon überzeugt, dass die Einbeziehung von sozialen Kriterien (z. B. Einhaltung der Menschenrechte, akzeptable Arbeitsbedingungen) in Beschaffungsprozesse beeinflusst, wie ein Unternehmen Marketing betreibt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Ich bin davon überzeugt, dass die richtigen Strategien für Nachhaltigkeit in Vertrieb und Verkauf nur von Expert(inn)en bestimmt werden können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Ich bin davon überzeugt, dass die Einbeziehung von ökologischen Kriterien (z. B. Umweltverträglichkeit der Materialien, Transportentfernung) in Beschaffungsprozessen die Gestaltung des Marketing beeinflusst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Ich bin davon überzeugt, dass Wissen über nachhaltiges Wirtschaften die Gestaltung der Absatzwege beeinflusst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		Stimmt gar nicht					Stimmt genau
20	Ich bin davon überzeugt, dass Wissen über nachhaltiges Wirtschaften einen Einfluss auf die Preispolitik eines Unternehmens hat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Ich bin davon überzeugt, dass Wissen über nachhaltiges Personalmanagement die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens beeinflusst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Ich bin davon überzeugt, dass bereits alle Kriterien vorliegen, um beurteilen zu können, ob ein Personalmanagement als nachhaltig bezeichnet werden kann oder nicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Ich bin davon überzeugt, dass die richtigen Maßnahmen für eine energieeffiziente Logistik nur von Expert(inn)en bestimmt werden können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Ich bin davon überzeugt, dass im Bereich eines nachhaltigen Personalmanagements bereits alles erforscht ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Ich bin davon überzeugt, dass Logistiksysteme erst dann als nachhaltig bezeichnet werden können, wenn ausreichend Belege hierfür existieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Ich bin davon überzeugt, dass ein nachhaltiges Ressourcenmanagement die Logistiksysteme eines Unternehmens beeinflusst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	Ich bin davon überzeugt, dass Aussagen über nachhaltige Vertriebs- und Verkaufsstrategien erst dann als Wissen gelten, wenn sie belegt und begründet sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	Ich bin davon überzeugt, dass Vertriebs- und Verkaufsstrategien erst dann als nachhaltig bezeichnet werden können, wenn ausreichend Belege hierfür existieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	Ich bin davon überzeugt, dass nur von Expert(inn)en bestimmt werden kann, welche Maßnahmen als energieeffizient bezeichnet werden können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	Ich bin davon überzeugt, dass alle Verfahren und Instrumente zur Steigerung sozialer Standards von Unternehmen bereits bekannt sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	Ich bin davon überzeugt, dass die Einhaltung sozialer Standards eine Voraussetzung für die erfolgreiche Vermarktung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Ich bin davon überzeugt, dass alle Instrumente und Verfahren zur Umsetzung nachhaltigen Wirtschaftens im Einkauf bereits bekannt sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Ich bin davon überzeugt, dass sich Wissen über nachhaltiges Wirtschaften auf die Art und Weise, wie sich ein Unternehmen in der Öffentlichkeit präsentiert, auswirkt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Ich bin davon überzeugt, dass Wissen über nachhaltiges Wirtschaften und die Art der Warenverpackung voneinander abhängen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Ich bin davon überzeugt, dass nachhaltige Vertriebs- und Verkaufsstrategien die Sortimentspolitik eines Unternehmens beeinflussen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>