

|                                                      | <i>Model 1</i><br><i>(Kontroll-</i><br><i>variablen)</i> | <i>Model 2</i><br><i>(Haupteffekte)</i> | <i>Model 3</i><br><i>(Moderations-</i><br><i>effekte)</i> |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <i>Kontrollvariablen</i>                             |                                                          |                                         |                                                           |
| Alter                                                | -.11                                                     | -.07                                    | -.04                                                      |
| Geschlecht                                           | -.17                                                     | -.15                                    | -.14                                                      |
| <i>Haupteffekte</i>                                  |                                                          |                                         |                                                           |
| Kundenbezogene<br>Stressoren                         | --                                                       | .26*                                    | .26*                                                      |
| Unterstützung durch<br>Kunden                        | --                                                       | -.16                                    | -.15                                                      |
| <i>Moderationseffekte</i>                            |                                                          |                                         |                                                           |
| Kundenorientierung                                   | --                                                       | --                                      | -.1                                                       |
| Kundenbezogene<br>Stressoren x<br>Kundenorientierung | --                                                       | --                                      | .34*                                                      |
| Unterstützung durch<br>Kunden x Kundenorientierung   | --                                                       | --                                      | .30                                                       |
| R <sup>2</sup> (Angepasstes R <sup>2</sup> )         | .03(.00)                                                 | .15(.10)                                | .21(.14)                                                  |
| F-Wert                                               | 1.18                                                     | 3.38*                                   | 2.92*                                                     |
| F <sub>I</sub>                                       | 1.18                                                     | 5.46*                                   | 2.10*                                                     |
| Inkrementelles R <sup>2</sup>                        | .03                                                      | .12                                     | .06                                                       |

Abbildung 1 Fall 1 | Boreout-Dimension 1

|                                                      | <i>Model 1</i><br><i>(Kontroll-</i><br><i>variablen)</i> | <i>Model 2</i><br><i>(Haupteffekte)</i> | <i>Model 3</i><br><i>(Moderations-</i><br><i>effekte)</i> |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <i>Kontrollvariablen</i>                             |                                                          |                                         |                                                           |
| Alter                                                | -.32                                                     | -.19                                    | -.19                                                      |
| Beschäftigungsdauer                                  | .24                                                      | .11                                     | .14                                                       |
| <i>Haupteffekte</i>                                  |                                                          |                                         |                                                           |
| Kundenbezogene<br>Stressoren                         | --                                                       | -.18                                    | -.13                                                      |
| Unterstützung durch<br>Kunden                        | --                                                       | -.67*                                   | -.61*                                                     |
| <i>Moderationseffekte</i>                            |                                                          |                                         |                                                           |
| Kundenorientierung                                   | --                                                       | --                                      | -.16                                                      |
| Kundenbezogene<br>Stressoren x<br>Kundenorientierung | --                                                       | --                                      | .08                                                       |
| Unterstützung durch<br>Kunden x Kundenorientierung   | --                                                       | --                                      | .05                                                       |
| R <sup>2</sup> (Angepasstes R <sup>2</sup> )         | .05(.02)                                                 | .41(.37)                                | .45(.37)                                                  |
| F-Wert                                               | 1.59                                                     | 9.38*                                   | 5.96*                                                     |
| F <sub>I</sub>                                       | 1.59                                                     | 16.30*                                  | 1.24*                                                     |
| Inkrementelles R <sup>2</sup>                        | .05                                                      | .36                                     | .05                                                       |

Abbildung 2 Fall2| Boreout-Dimension 2