

Eva Traut-Mattausch, Salzburg

Steuerreform und Steuerehrlichkeit – eine psychologische Perspektive

Übersicht:

- I. Warum zahlen Bürger (keine) Steuern?
- II. Wie kann eine Steuerreform zur Steuerehrlichkeit beitragen?
 - A. Subjektives Wissen über Steuern
 - B. Positive Einstellung zu Steuern
 - 1. Experten-Heuristik „experts can be trusted“
 - 2. Unvermeidbarkeits-Heuristik „Reform ist beschlossen“
 - 3. Optimismus-Heuristik „Probleme werden gelöst“
 - C. Wahrgenommene Gerechtigkeit der Reform
 - 1. Informationale Gerechtigkeit
 - 2. Prozedurale Gerechtigkeit
 - 3. Ergebnis-Gerechtigkeit
 - 4. Interaktionale Gerechtigkeit
- III. Zusammenfassung und Fazit
- IV. Literaturverzeichnis

I. Warum zahlen Bürger (keine) Steuern?

Die Antwort auf diese Frage ist nicht trivial. Die Entscheidung, Steuern zu zahlen oder diese zu hinterziehen, stellt Bürger vor ein soziales Dilemma: Sie können entweder einen individuellen Verlust vermeiden und die erforderliche Steuer nicht bezahlen oder sie erleiden einen individuellen Verlust, indem die erforderliche Steuer geleistet wird. Dieser Verlust würde sich dann für den Einzelnen auszahlen, wenn alle Bürger ehrlich ihren Beitrag an den Staat leisten und dadurch die Bereitstellung öffentlicher Güter ermöglicht wird.¹⁾

Wie entscheiden sich nun Personen in einer solchen Situation? Eine Antwort auf diese Frage gibt das Modell der Steuerhinterziehung von *Allingham* und *Sandmo*.²⁾ Innerhalb dieses Modells werden Personen im Sinne eines Homo Oeconomicus als zweckrationale Entscheider gesehen, die den eigenen Nutzen maximieren möchten. Steuerpflichtige haben nach diesem Modell die Wahl zwi-

¹⁾ *Pitters/Kirchler*, Kontraproduktives Verhalten durch Schädigung öffentlicher Güter, in *Moser*, Wirtschaftspsychologie (2015) 323 ff.

²⁾ *Allingham/Sandmo*, Income tax evasion: A theoretical analysis, *Journal of Public Economics* 1972, 323, zitiert in *Pitters/Kirchler*, Kontraproduktives Verhalten durch Schädigung öffentlicher Güter, in *Moser*, Wirtschaftspsychologie (2015) 323 ff.

schen zwei Alternativen (s **Abb 1**): Sie können das wahre Einkommen angeben (erste Alternative) oder weniger, als sie in Realität verdienen (zweite Alternative). Letztere Möglichkeit führt zu mehr Gewinn unter der Maßgabe, dass die Steuerhinterziehung nicht entdeckt wird. Eine Steuerprüfung inklusive einer Strafe führt jedoch zu einem größeren Verlust im Vergleich zur „reinen“ Steuerlast. Steuerpflichtige wägen nun diese Alternativen in Abhängigkeit der Kontrollwahrscheinlichkeit durch das Finanzamt und des Strafmaßes ab und wählen jene Option, die den größten Gewinn verspricht.

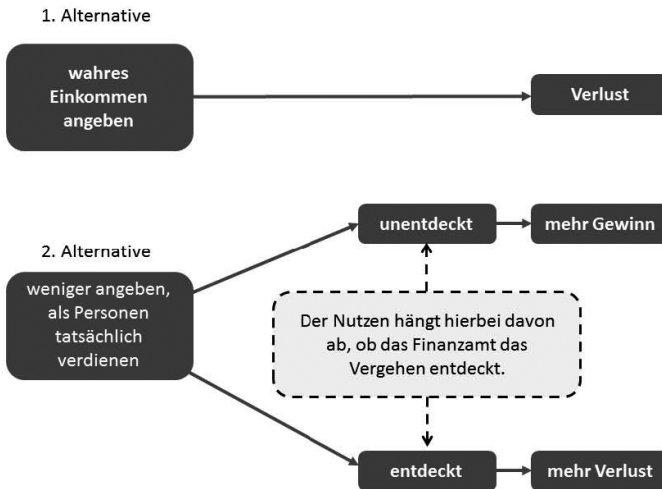


Abb 1: Das Modell der Steuerhinterziehung von Allingham und Sandmo

Nach dem ökonomischen Modell von *Allingham* und *Sandmo* zahlen Personen also dann ihre Steuern, wenn sowohl die Kontrollwahrscheinlichkeit als auch die Strafen hoch sind, was einer erzwungenen Kooperation entspricht. Evidenz für diese Annahme konnten empirische Studien erbringen, in denen gezeigt wurde, dass Kontrollmuster das Steuerhinterziehungsverhalten von Personen beeinflussen: So hinterziehen Personen mehr Steuern nach einer Kontrolle, da die Wahrscheinlichkeit einer erneuten Kontrolle dann als gering eingestuft wird.³⁾

Allerdings können ökonomische Variablen – dh die Höhe der Kontrollwahrscheinlichkeit und der Strafe – die Steuerehrlichkeit von Bürger nicht gänzlich erklären. So weist das „Slippery-slope“-Modell von *Kirchler* auf den Einfluss psychologischer Variablen hin, die dazu führen, dass Bürger freiwillig ihre Steu-

³⁾ *Kastlunger* et al, Sequences of audits, tax compliance and tax paying strategies, *Journal of Economic Psychology* 2009, 117 und *Mittone*, Dynamic behaviour in tax evasion: An experimental approach, *Journal of Socio-Economics* 2006, 813.

erzahlungen im Sinne einer freiwilligen Kooperation leisten (s **Abb 2**).⁴⁾ Nach diesem Modell ist das Ausmaß an Vertrauen in die Autoritäten für die freiwillige Kooperation ausschlaggebend. Dieses Vertrauen bezieht sich bspw darauf, dass durch die individuellen Steuerbeiträge jedes Einzelnen die Bereitstellung öffentlicher Güter ermöglicht wird. Evidenz für diese Aussage erbringen Analysen europäischer und weltweiter Umfragen, die zeigen, dass in den meisten westlichen Demokratien das Vertrauen in die Regierung für die hohe Kooperation bei Steuerzahlungen verantwortlich ist.⁵⁾

Folgende psychologische Variablen sind für das Ausmaß an Vertrauen in Autoritäten relevant: (1) das subjektive Wissen über Steuergesetze, (2) die Einstellung gegenüber Steuern und (3) die wahrgenommene Gerechtigkeit des Steuersystems (s **Abb 2**).⁶⁾ Eine Steuerreform bietet die Chance, an diesen drei psychologischen Variablen anzusetzen. Dies bedeutet durch eine entsprechende Kommunikation der Steuerreform durch die politischen Akteure, das subjektive Wissen über Steuergesetze zu erhöhen, die Einstellung gegenüber Steuern zu verbessern und zu bewirken, dass das Steuersystem als gerechter wahrgenommen wird. Dass dies gelingen kann, wird in den folgenden Abschnitten basierend auf empirischen Befunden dargestellt.⁷⁾

⁴⁾ *Kirchler*, The economic psychology of tax behaviour, Cambridge University Press (2007) und *Kirchler/Hözl/Wahl*, Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework, Journal of Economic Psychology 2008, 210.

⁵⁾ *Heinemann et al*, Vertrauen und die Durchsetzbarkeit von Reformen, Wirtschaftspsychologie 2007, 122 ff und *Heinemann/Tanz*, The impact of trust on reforms, Journal of Economic Policy Reform 2008, 173.

⁶⁾ *Hofmann/Hoelzl/Kirchler*, Preconditions of voluntary tax compliance, Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology 2008, 209.

⁷⁾ Die empirischen Befunde sind das Ergebnis zweier Forschungsprojekte zu den Themen „Psychologie, Wachstum und Reformfähigkeit“ und „Gerechtigkeitswahrnehmung von Steuer- und Sozialsystemreformen“, die durch Drittmittel des Bundesministeriums für Finanzen (Berlin, Deutschland) finanziert wurden. Die Ergebnisberichte wurden in der Schriftenreihe ZEW-Wirtschaftsanalysen Bd 88 und Bd 100 veröffentlicht (s <http://www.zew.de/de/publikationen/schriftenreihen/zew-wirtschaftsanalysen/> [23. 6. 2016]).

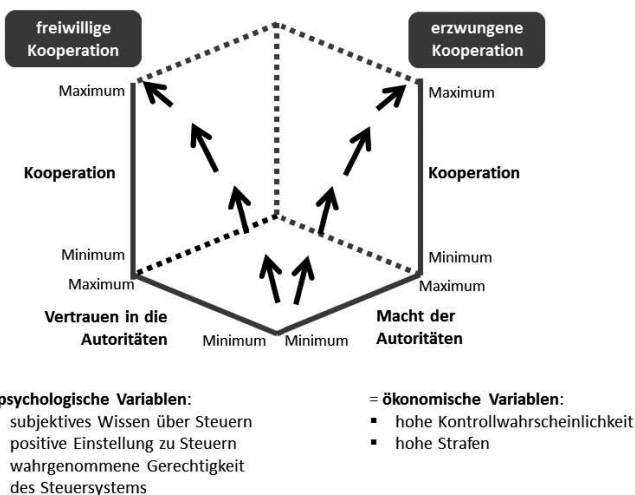


Abb 2: Das „Slippery-slope“-Modell zur erzwungenen versus freiwilligen Kooperation von Kirchler

II. Wie kann eine Steuerreform zur Steuerehrlichkeit beitragen?

A. Subjektives Wissen über Steuern

„Um eine Einkommenssteuererklärung abgeben zu können, muss man Philosoph sein, es ist zu schwierig für einen Mathematiker.“ Dieses Zitat von Albert Einstein kann auch auf die heutige Zeit übertragen werden. Steuergesetze sind komplex und das Wissen über sie ist in der Allgemeinbevölkerung äußerst gering.⁸⁾ Ferner weisen sprachwissenschaftliche Analysen darauf hin, dass Steuergesetze für fachfremde Personen wegen des hohen Abstraktionsniveaus und der Komplexität der Sprache sowie der Benutzung von Abkürzungen schwierig zu verstehen sind.⁹⁾ Daher ist es nicht verwunderlich, dass Steuerpflichtige sich selbst wenig Fachwissen hinsichtlich Steuerthemen zuschreiben und daher Unterstützung von Experten in Form von Steuerberatungen einholen müssen.¹⁰⁾ Empirische Befunde zeigen auf, dass ein mangelndes Fachwissen über das Steuersystem

⁸⁾ Pitters/Kirchler, Kontraproduktives Verhalten durch Schädigung öffentlicher Güter, in Moser, Wirtschaftspsychologie (2015) 323 ff.

⁹⁾ Moser, Zur Kritik der Sprache von Gesetzen. Anmerkungen eines Sprachwissenschaftlers, in Smekal, Stand und Entwicklung der Finanzpsychologie (1994) 171 ff.

¹⁰⁾ Roberts/Hite/Bradley, Understanding attitudes toward progressive taxation, Public Opinion Quarterly 1994, 165 und Sakurai/Braithwaite, Taxpayers' perceptions of practitioners: Findings on who is effective and does the right thing? Journal of Business Ethics 2003, 375.

ein Nährboden für Misstrauen ist.¹¹⁾ Vertrauen ist aber wichtig, um Reformen in der Bevölkerung durchzusetzen.¹²⁾ Was wäre in der Kommunikation einer Steuerreform daher zu beachten?

Zum einen könnte eine klare und einfache Darstellung der Inhalte bedeutsam sein. Darauf weisen die Ergebnisse einer Studie hin.¹³⁾ In dieser wurde untersucht, ob die Einfachheit und Klarheit der dargestellten Informationen zu zwei Reformvorhaben – eine Einkommensteuerreform und eine Gesundheitsreform – einen Einfluss auf die Akzeptanz dieser Reformvorhaben haben. Zu diesem Zweck erhielten Versuchsteilnehmer Informationen zu jeweils einem Reformvorhaben. Diese Informationen waren entweder sehr transparent dargestellt, dies bedeutet, in Form einer übersichtlichen Darstellung und einer einfachen Sprache; oder sie waren sehr intransparent dargestellt, dies bedeutet, die Darstellung umfasste viele Fachbegriffe. Es zeigte sich, dass die transparente Darstellung zu einer deutlich positiveren Einstellung gegenüber dem Reformvorhaben führte und dies unabhängig vom Reformthema.

Zum anderen machen empirische Befunde deutlich, dass den Bürgern die individuellen Konsequenzen einer Steuerreform bekannt sein sollten. Denn Bürger lehnen Reformen ab, auch wenn eine Mehrheit davon profitieren wird, aber es unklar ist, ob man selbst zu den Gewinnern zählen wird.¹⁴⁾ Dementsprechend ist es wichtig zu kommunizieren, wer profitieren wird und wer möglicherweise auch nicht.

B. Positive Einstellung zu Steuern

Steuern werden von der Bevölkerung als Belastung empfunden. Sie werden teilweise auch als illegitime Einschränkung gesehen, da dadurch autonome Entscheidungen über das eigene Einkommen limitiert werden. Die Einstellung zu Steuern ist daher idR negativ.¹⁵⁾ Darauf weist auch eine Studie hin, in der Gedanken und Gefühle verschiedener Berufsgruppen zum Thema „Steuern“ erhoben wurden.¹⁶⁾ Der Anteil negativer Assoziationen überwog deutlich.

- Selbständige und Unternehmer verbanden mit Steuern Intransparenz sowie eine Behinderung der Arbeit und Bürokratie.
- Arbeiter übten Kritik an der Regierung und an Politikern allgemein, zeigten aber auch ein Bewusstsein über den Erhalt öffentlicher Güter.

¹¹⁾ *Niemirowski et al*, The influence of tax related behaviours, beliefs, attitudes, and values on Australian taxpayer compliance. Is tax avoidance intentional and how serious an offence is it? (2002), zitiert in *Hofmann/Hoelzl/Kirchler*, Preconditions of voluntary tax compliance, *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology* 2008, 209.

¹²⁾ *Heinemann et al*, Vertrauen und die Durchsetzbarkeit von Reformen, *Wirtschaftspsychologie* 2007, 122 ff.

¹³⁾ *Frey et al*, Führung in turbulenten Zeiten: Akzeptanz von Reformen als Kriterium erfolgreicher Arbeit in Politik und Wirtschaft, *Zeitschrift Führung und Organisation* 2010, 38 ff.

¹⁴⁾ *Heinemann et al*, *Psychologie, Wachstum und Reformfähigkeit* (2008).

¹⁵⁾ *Kirchler*, *The economic psychology of tax behavior* (2007).

¹⁶⁾ *Kirchler*, Differential representations of taxes: Analysis of free associations and judgments of five employment groups, *Journal of Socio-Economics* 1998, 117.

- Angestellte sehen Steuern als notwendiges Übel zur Sicherung des öffentlichen Wohlstands.
- Beamte hingegen assoziieren mit dem Begriff Steuern eine Chance für den sozialen Ausgleich, aber auch die Möglichkeit für Steuersünder sich zu bereichern.

Angesichts dieser negativen Ausgangslage scheint es schwierig, eine positive Einstellung bei Bürgern zu bewirken. Dennoch weisen Forschungsbefunde darauf hin, dass dies aufgrund einer überzeugenden Kommunikation möglich ist. Diese kann in ein Modell zur Vorhersage von Einstellungsänderungen eingeordnet werden: das Elaboration-Likelihood-Modell von *Petty* und *Cacioppo*.¹⁷⁾

Nach diesem Modell gibt es zwei unterschiedliche Wege, wie durch überzeugende Kommunikation eine Einstellungsänderung hervorgerufen werden kann: einen zentralen und einen peripheren Weg (s **Abb 3**). Auf dem zentralen Weg werden die vorliegenden Informationen systematisch verarbeitet. Dies bedeutet, die Logik und die Qualität der Argumente werden ausgewertet und geprüft. Dies bedarf einer hohen Motivation und einer hohen Fähigkeit auf Seiten der Bürger. Halten die Argumente der Prüfung stand, sollte es zu einer resistenten Einstellungsänderung kommen. Im politischen Diskurs besteht nun die besondere Herausforderung, dass Bürger nicht immer über eine hohe Motivation und die notwendigen Fähigkeiten verfügen aufgrund des mangelnden Fachwissens wie bereits dargestellt. Auch unter diesen Voraussetzungen kann es zu einer – wenn auch oberflächlichen – Einstellungsänderung kommen. Dies ist dann der Fall, wenn die vorliegenden Informationen auf dem sog peripheren Weg heuristisch verarbeitet werden. Die Einstellungsänderung basiert dann nicht auf der Beurteilung der Inhalte, sondern auf der Verarbeitung von Hinweisreizen (sog Heuristiken), wie bspw die sympathische Ausstrahlung oder die Attraktivität politischer Akteure.¹⁸⁾

Die Wirksamkeit von drei unterschiedlichen Hinweisreizen wurde im Kontext politischer Reformvorhaben empirisch untersucht: 1. Experten-Heuristik, 2. Unvermeidbarkeits-Heuristik und 3. Optimismus-Heuristik.

¹⁷⁾ *Petty/Cacioppo*, The elaboration likelihood model of persuasion, *Advances in Experimental Social Psychology* 1986, 123.

¹⁸⁾ *Chaiken*, Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion, *Journal of Personality and Social Psychology* 1980, 752.

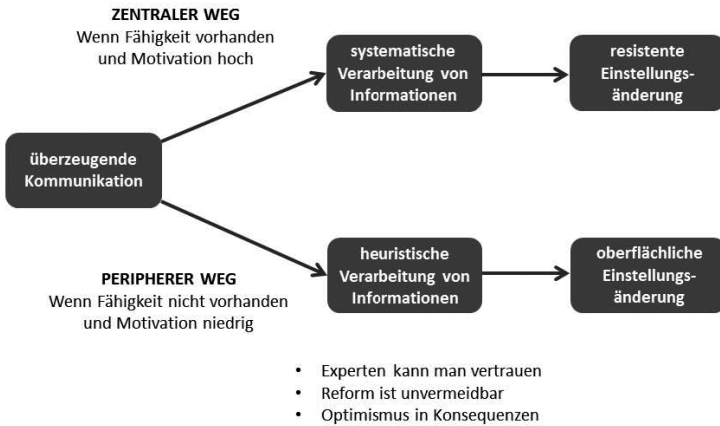


Abb 3: Das Elaboration-Likelihood-Modell von Petty und Cacioppo

1. Experten-Heuristik „experts can be trusted“

In zwei Studien wurde die Wirksamkeit einer Experten-Heuristik untersucht.¹⁹⁾ Hierbei war die Idee, dass den Aussagen von Experten eine hohe Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird. Daher sollten deren Bewertungen von Reformvorhaben gefolgt werden und eine Einstellungsänderung bei Bürgern bewirken. In einer ersten Studie erhielten Versuchspersonen einen Zeitungsartikel zu einer geplanten Unternehmenssteuerreform. Variiert wurde, durch wen die Inhalte kommuniziert wurden: entweder durch einen Experten, einen Politiker oder durch einen Journalisten. Überraschenderweise reagierten die Versuchspersonen mit mehr Widerstand gegenüber dem Reformvorhaben, wenn dieses von dem Experten kommuniziert wurde im Vergleich zu einem Politiker oder dem Journalisten. Ferner bewirkte der Experte vor allem dann eine negativere Einstellung, wenn die Versuchspersonen bereits selbst eine feste Meinung gebildet hatten, während sich dieses Ergebnis bei dem Politiker und dem Journalisten nicht zeigte. In einer zweiten Studie konnte dieser negative Einfluss von Experten auf die Einstellung aufgeklärt werden. Die Versuchspersonen reagierten bei der Kommunikation durch den Experten mit Reaktanz, dies bedeutet, sie fühlten sich illegitim eingeschränkt und vermuteten eine geringe wahrgenommene Ähnlichkeit zum eigenen Standpunkt.

Als Empfehlung für den politischen Kommunikationsprozess kann abgeleitet werden, dass die Begründung bzw. Rechtfertigung von Reformvorhaben mit Hilfe von Experten-Meinungen sich nicht bewähren sollte. Vielmehr ist nach den

¹⁹⁾ Förg et al, Vertrauen Bürger in der politischen Reformdiskussion noch der Meinung von Experten? Wirtschaftspsychologie 2007, 35 ff.

Forschungsbefunden davon abzuraten, da eine negative Einstellung gegenüber einer Steuerreform die Folge sein könnte (s **Abb 4**).²⁰⁾

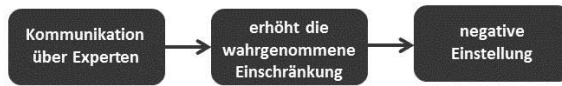


Abb 4: Negative Wirkung von Experten als Kommunikatoren

2. Unvermeidbarkeits-Heuristik „Reform ist beschlossen“

Als weitere Heuristik wurde die Wirksamkeit einer kommunizierten Unvermeidbarkeit empirisch überprüft. Als Reformvorhaben wurde in der Studie eine Mehrwertsteuererhöhung anhand eines Zeitungsartikels vorgestellt. Dieses Reformvorhaben wurde entweder als unvermeidbar („Entschluss steht fest“) oder noch vermeidbar („Entschluss ist noch ungewiss“) dargestellt. Im Ergebnis zeigte sich, dass die Kommunikation einer Unvermeidbarkeit zu positiveren Einstellungen gegenüber der Mehrwertsteuererhöhung führte im Vergleich zu der Kommunikation einer Vermeidbarkeit.²¹⁾

Das Ergebnis zeigt auf, dass eine deutliche Positionierung politischer Akteure hinsichtlich der Unvermeidbarkeit bzw Irreversibilität von Beschlüssen positive Effekte auf Seiten der Einstellung der Bürger bewirken kann. Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass Personen Planungssicherheit bevorzugen, auch wenn die Auswirkungen – wie bei einer Erhöhung der Mehrwertsteuer – für den einzelnen negativ sein werden.²²⁾

3. Optimismus-Heuristik „Probleme werden gelöst“

In einer weiteren Studie wurde die Wirkung eines kommunizierten Optimismus, dass sich durch das Reformvorhaben Probleme lösen werden, im Vergleich zu einem Pessimismus, dass sich die Probleme durch das Reformvorhaben nur in die Zukunft verschieben werden, untersucht.²³⁾ Der Effekt einer Optimismus-Heuristik wurde hierbei an dem Reformvorhaben „Steuerreform – Einführung einer Flat-Tax“ und einer Gesundheitsreform getestet. Es zeigte sich, dass ein kommunizierter Optimismus zu einer positiveren Einstellung gegenüber der Reform, zu weniger Widerstand, zu mehr Vertrauen in Macher und Strategie sowie zu weniger Angst vor Überforderung und Verlust führt. Diese Effekte zeigten

²⁰⁾ Frey et al, Führung in turbulenten Zeiten: Akzeptanz von Reformen als Kriterium erfolgreicher Arbeit in Politik und Wirtschaft, Zeitschrift Führung und Organisation 2010, 38 ff.

²¹⁾ Heinemann et al, Psychologische Restriktionen wirtschaftspolitischer Reformen, Perspektiven der Wirtschaftspolitik 2008, 383 ff.

²²⁾ Frey et al, Führung in turbulenten Zeiten: Akzeptanz von Reformen als Kriterium erfolgreicher Arbeit in Politik und Wirtschaft, Zeitschrift Führung und Organisation 2010, 38 ff.

²³⁾ Traut-Mattausch et al, Things will get better: Führt der Optimismus in den Erfolg von Steuerreformen zu weniger Widerstand, mehr Vertrauen und einer positiveren Einstellung? Wirtschaftspsychologie 2011, 43 ff.

sich unabhängig vom Reformthema (Steuer- und Gesundheitsreform). Erklärt werden können diese positiven Effekte der Optimismus-Heuristik damit, dass diese das Ausmaß an Reaktanz, also die wahrgenommene illegitime Einschränkung durch die geplante Reform, die durch das Reformvorhaben ausgelöst wird, deutlich reduzieren (s **Abb 5**).

Aus diesen Ergebnissen kann abgeleitet werden, wie wichtig es ist, in der Kommunikation von Reformvorhaben deutlich zu machen, welche Probleme gelöst werden können.

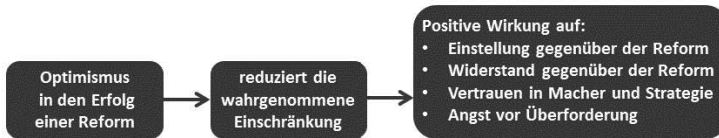


Abb 5: Positive Wirkung der Kommunikation von Optimismus

C. Wahrgenommene Gerechtigkeit der Reform

Die wahrgenommene Gerechtigkeit einer Steuerreform oder auch des Steuersystems hängt von unterschiedlichen Faktoren ab. In der Forschung hat sich das ökonomische Expertentum als wesentlich herausgestellt.²⁴⁾ Ökonomische Experten nehmen Reformen dann als positiv wahr, wenn sie diese als effizient bewerten. In der Folge sind sie dann auch überzeugt, dass diese Reformen gerecht seien. Anders ist dies bei ökonomischen Laien. Der wahrgenommene ökonomische Nutzen einer Reform ist für das Gerechtigkeitsurteil nicht bei jedem Reformthema wesentlich. Ungerecht werden Reformen bewertet, wenn sie als existenzielle Bedrohung erlebt werden und mit negativen Emotionen verbunden sind. Reformthemen, die mit positiven Emotionen verbunden werden, werden daher auch als gerecht erlebt.

Aus diesen Befunden kann abgeleitet werden, dass ökonomische Experten und Laien unterschiedliche Grundlagen heranziehen, um Reformen als gerecht zu bewerten. Als Konsequenz können das Gerechtigkeitsurteil und die damit verbundene Einstellung unterschiedlich ausfallen. Dies lässt sich an folgendem Beispiel gut illustrieren:²⁵⁾ Die Einführung eines Mindestlohnes wurde bei einer Befragung 2010 in Deutschland von allen Berufsgruppen als gerecht und gleichzeitig ökonomisch nützlich bewertet. Die Bedenken von ökonomischen Experten hinsichtlich ökonomischer Nachteile wurden von der allgemeinen Bevölkerung nicht wahrgenommen oder nicht geteilt. Daher unterschied sich die Einstellung zum Mindestlohn zwischen ökonomischen Experten und Laien deutlich. Während dieser von Laien präferiert wurde, wurde er von den Experten abgelehnt.

²⁴⁾ *Haferkamp/Fechtenhauer*, Viel zu tun – Umriss einer Psychologie des Wohlfahrtsstaats, *Wirtschaftspsychologie* 2007, 5 ff und *Heinemann et al*, Gerechtigkeitswahrnehmung von Steuer- und Sozialsystemreformen, Schriftenreihe des ZEW: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (2011).

²⁵⁾ *Heinemann et al*, Gerechtigkeitswahrnehmung von Steuer- und Sozialsystemreformen, Schriftenreihe des ZEW: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (2011).

Auch Persönlichkeitsdispositionen sind für das Gerechtigkeitsurteil von Personen relevant. So unterscheiden sich Personen dahingehend, wie sensitiv sie gegenüber Ungerechtigkeiten sind.²⁶⁾ Dies bedeutet, Personen variieren darin, wie häufig sie Ereignisse als ungerecht wahrnehmen, wie intensiv diese Ereignisse Ärger bei ihnen auslösen und wie eindringlich sie sich über diese Ereignisse Gedanken machen. Je höher dieses Erleben bei einer Person ausgeprägt ist, umso mehr Opfer-ungerechtigkeitssensibel ist sie.²⁷⁾

In einer Studienreihe wurde nun überprüft, ob das Ausmaß an Opfer-Ungerechtigkeits-sensibilität die Wahrnehmung einer politischen Reform als illegitime Einschränkung beeinflusst, was wiederum einen Widerstand gegenüber der Reform hervorrufen könnte (s **Abb 6**).²⁸⁾ In einer ersten Studie wurden betroffene Ärzte zu einer Gesundheitsreform befragt. Es zeigten sich die erwarteten Zusammenhänge: Je sensibler die Ärzte waren, als Opfer von Ungerechtigkeiten betroffen zu sein, umso mehr nahmen sie die Gesundheitsreform als eine illegitime Einschränkung wahr. Dies führt wiederum zu mehr Bereitschaft, Widerstand gegenüber dieser Reform zu zeigen (zB die Praxis temporär zu schließen). In den weiteren zwei Studien wurden betroffene Studierende befragt, die seit kurzem Studiengebühren nach einer Bildungsreform zahlen mussten. Auch hier zeigte sich das erwartete Ergebnis. Je sensibler die Studierenden waren, als Opfer von Ungerechtigkeiten betroffen zu sein, umso mehr nahmen sie die Bildungsreform als illegitime Einschränkung wahr. Dies führte auch zu mehr Widerstand gegenüber der Reform wie zB an Protestaktionen teilzunehmen.

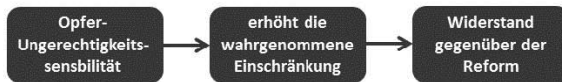


Abb 6: Negative Wirkung des Ausmaßes an Opfer-Ungerechtigkeits-sensibilität

Unabhängig von Fachwissen und Persönlichkeitsdimensionen konnten allgemeine Aspekte, die bei Gerechtigkeitsurteilen eine Rolle spielen, in der psychologischen Forschung identifiziert werden.²⁹⁾ Hierbei unterscheidet das Modell der organisationalen Gerechtigkeit von *Colquitt* und Kollegen die folgenden vier Aspekte: 1. Informationale Gerechtigkeit, 2. Prozedurale Gerechtigkeit, 3. Ergebnis-Gerechtigkeit und 4. Interpersonelle Gerechtigkeit (s **Abb 7**).³⁰⁾

²⁶⁾ *Schmitt*, Individual differences in sensitivity to befallen injustice, *Personality and Individual Differences* 1996, 3.

²⁷⁾ *Schmitt et al*, Justice sensitivity: Assessment and location in the personality space, *European Journal of Psychological Assessment* 2005, 202.

²⁸⁾ *Traut-Mattausch et al*, When citizens fight back: Justice sensitivity and resistance to political reform, *Social Justice Research* 2011, 25.

²⁹⁾ Einen Überblick zur Rolle von Fairness im Kontext Steuersystem gibt *Hofmann/ Hoelzl/Kirchler*, Preconditions of voluntary tax compliance, *Zeitschrift für Psychologie/ Journal of Psychology* 2008, 209.

³⁰⁾ *Colquitt et al*, Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research, *Journal of Applied Psychology* 2001, 425; für einen Über-