

Projektbericht
Research Report

September 2023

Übertragung der psychologischen Compliance-Forschung auf die Präventionsleistungen der Unfallversicherungsträger

Katharina Gangl

Unter Mitarbeit von
Alina Knaub, Stefan Derntl

Studie im Auftrag

Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung e. V. (DGUV)



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES
Vienna

Autorin

Katharina Gangl

Begutachter

Erich Kirchler

Titel

Übertragung der psychologischen Compliance-Forschung auf die Präventionsleistungen der Unfallversicherungsträger

Kontakt

T +43 1 59991-147

E gangl@ihs.ac.at

Institut für Höhere Studien – Institute for Advanced Studies (IHS)

Josefstädter Straße 39, A-1080 Wien

T +43 1 59991-0

F +43 1 59991-555

www.ihs.ac.at

ZVR: 066207973

Die Publikation wurde sorgfältig erstellt und kontrolliert. Dennoch erfolgen alle Inhalte ohne Gewähr. Jegliche Haftung der Mitwirkenden oder des IHS aus dem Inhalt dieses Werks ist ausgeschlossen.

Abstract

The psychological research on compliance analyzes the psychological factors that determine why people adhere to rules or not. Based on empirical studies, tax compliance research identified important basic factors (attitudes, motivation, distributive and procedural fairness, social norms, etc.) that determine why people comply with the tax law. On this basis, models such as the Slippery Slope Framework were developed which describe how regulative bodies can influence compliance based on their coercive and legitimate power. In the present study, this psychological compliance research is used to analyze the prevention measures of the German Statutory Accident Insurance Institutions. It is concluded that the combination of different prevention services is essential and ensures high voluntary compliance. Nonetheless, empirical research is necessary to fully utilize the insights of compliance research for the prevention services.

Key words: safety at work, health at work, compliance, trust, power

Zusammenfassung

Die psychologische Compliance-Forschung analysiert, warum Menschen sich an Regeln halten. In der Steuerforschung konnten auf Basis von empirischen Studien wichtige grundlegende Faktoren (Einstellungen, Motivation, distributive und prozedurale Gerechtigkeit, soziale Normen etc.) der Compliance identifiziert werden. Auf dieser Basis können Modelle wie das Slippery Slope Framework beschreiben, wie sich die Compliance von Unternehmen durch die Zwangsmacht und legitime Macht von Behörden beeinflussen lässt. In der vorliegenden Studie wird die psychologische Compliance-Forschung genutzt, um die Wirkmechanismen der Präventionsleistungen der gesetzlichen Unfallversicherungsträger in Deutschland zu analysieren. Schließlich wird dargestellt, dass besonders die Kombination von verschiedenen Präventionsleistungen wichtig ist und die freiwillige Compliance sicherstellen kann. Empirische Untersuchungen sind nötig, um die Erkenntnisse der Compliance-Forschung vollumfänglich für die Präventionsleistungen nutzbar zu machen.

Schlagwörter: Arbeitsschutz, Gesundheit in Unternehmen, Compliance, Vertrauen, Macht

Inhalt

Abstract	3
Zusammenfassung	3
1 Einleitung	5
2 Psychologische Compliance-Forschung	5
2.1 Grundlagen	5
2.2 Das Slippery Slope Framework der Compliance-Forschung	8
3 Die zehn Präventionsleistungen der Unfallversicherungsträger	13
4 Wirkmechanismen und optimale Umsetzung der Präventionsleistungen	15
4.1 Anreizsysteme	15
4.2 Beratung	16
4.3 Information, Kommunikation & Präventionskampagnen.....	17
4.4 Qualifizierung.....	18
4.5 Überwachung einschließlich anlassbezogener Beratung	19
4.6 Vorschriften & Regelwerk.....	21
4.7 Betriebsärztliche & sicherheitstechnische Betreuung.....	22
4.8 Ermittlung	22
4.9 Forschung, Entwicklung & Modellprojekte.....	23
4.10 Prüfung & Zertifizierung	23
5 Anwendung von Präventionsleistungen in Kombination	24
6 Conclusio.....	25
7 Literaturverzeichnis	26

1 Einleitung

In der vorliegenden Studie soll die psychologische Compliance-Forschung mit den zehn Präventionsleistungen der Unfallversicherungsträger verknüpft werden. Ziel ist es, aus dieser theoretischen Synthese die psychologischen Wirkmechanismen der Präventionsleistungen neu zu beleuchten und auf dieser Basis ein eventuelles Optimierungspotenzial bei der Umsetzung der Präventionsleistungen zu diskutieren.

Im folgenden Kapitel 2 wird zuerst die psychologische Compliance-Forschung vorgestellt, insbesondere ihre Grundlagen und eines der bekanntesten Modelle, das Slippery Slope Framework, werden präsentiert. In Kapitel 3 werden kurz die zehn Präventionsleistungen zusammengefasst. Auf dieser Basis werden dann in Kapitel 4 die psychologischen Wirkmechanismen der Präventionsleistungen aus Sicht der Compliance-Forschung umfassend beleuchtet. In Kapitel 5 wird diskutiert, dass die kombinierte Anwendung der Präventionsleistungen zentral für die Sicherstellung der Compliance ist. Kapitel 6 schließt mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse und diskutiert die Wichtigkeit von empirischen Überprüfungen der getätigten Aussagen.

2 Psychologische Compliance-Forschung

2.1 Grundlagen

Im Folgenden werden die Grundlagen der psychologischen Compliance-Forschung präsentiert. Definitionen und die wichtigsten psychologischen Faktoren, die mit Compliance zusammenhängen, werden dargelegt.

Die psychologische Compliance-Forschung beschäftigt sich damit, warum Menschen mit Autoritäten beziehungsweise Behörden kooperieren und deren Regeln befolgen. In der vorliegenden Arbeit werden insbesondere empirische beziehungsweise verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse aus der Steuerforschung präsentiert (Braithwaite, 2007; Kirchler, 2007), die der Frage nachgehen, warum Menschen und Unternehmen Steuern ehrlich an die Finanzbehörden abführen.¹ Steuerehrlichkeit beziehungsweise Steuer-Compliance betrifft dabei sehr viele unterschiedliche Verhaltensweisen: vollständiges und geordnetes Führen von Büchern, pünktliches Einreichen von Erklärungen und Unterlagen, die vollständige und ehrliche Angabe aller Steuerdaten, das pünktliche Zahlen,

¹ Vielfältige psychologische Compliance-Forschung gibt es auch zur Kooperation mit der Polizei (Murphy et al., 2008) oder zur Regelbefolgung in Unternehmen beispielsweise mit ethischer Unternehmensführung (Tanner, Gangl, Witt, 2019) oder aktuell, zu den COVID-19-Regeln (Hu et al., 2021).

das kooperative Verhalten gegenüber den Behörden, das Unterlassen von Steuerflucht und Steuervermeidung etc. (Gangl et al., 2019).

Die moderne Steuerforschung geht davon aus, dass die Compliance durch eine Vielzahl von Einflussfaktoren bestimmt wird, die zueinander in Wechselwirkung stehen. Die ersten Forschungsansätze auf Basis von theoretischen Annahmen gingen davon aus, dass nur Kontrollwahrscheinlichkeit, Strafhöhe, Einkommen und Steuerrate die Steuer-Compliance beeinflussen (Allingham & Sandmo, 1972). Auf Basis von empirischer Verhaltensforschung, speziell durch die Analyse von Steuerdaten und Fragebogendaten und auf Basis von Labor- und Feldexperimenten, wird heute davon ausgegangen, dass soziodemografische Charakteristika (beispielsweise Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen, Wirtschaftsbranche), kulturelle und länderspezifische Gegebenheiten (z. B. Wirtschaftsentwicklung, Rechtsstaatlichkeit), intentionelle Faktoren (beispielsweise wahrgenommene Qualität der Gesetze, Kontrollhäufigkeit) und psychologische Faktoren eine wesentliche Rolle spielen (Kirchler, 2007).

Zu den wichtigsten psychologischen Faktoren, die die Compliance beeinflussen, zählen **Vertrauen** in die Behörden, wahrgenommene **Macht** der Behörden, **Wissen** über und Verständnis von Steuerpflichten, **Motivation**, **distributive und prozedurale Gerechtigkeit** und **soziale Normen**. Im Folgenden werden diese Faktoren kurz erläutert.

Vertrauen in die Behörden wird als der wichtigste Faktor neben der wahrgenommenen Macht der Behörden für ehrliche Steuerzahlungen angesehen (Kirchler, 2007; Torgler, 2003). Vertrauen in die Behörden kann definiert werden als die Wahrnehmung, dass die Behörden ein wichtiges Ziel verfolgen, dass eine Abhängigkeit von den Behörden besteht, dass die Behörden motiviert, kompetent und wohlwollend im Sinne der Bürger:innen agieren und dass externe Gegebenheiten (z. B. finanzielle Ausstattung der Behörde, Druck der Politik) das Arbeiten der Behörde erlauben (Gangl et al., 2015a; Castelfranchi & Falcone, 2010). Unternehmen werden nur dann der Behörde vertrauen, wenn sie glauben, dass die Behörde über ausreichende finanzielle Ressourcen verfügt und dementsprechend auch das Geld hat, um Kontrollen in den Betrieben oder die Ausbildung der Mitarbeiter:innen zu finanzieren. Je größer das Vertrauen, desto eher wird mit der Behörde kooperiert und deren Regeln befolgt.

Die **wahrgenommene Macht** der Behörden gehört zu den klassischen Faktoren, die Compliance beeinflussen. Je eher die Unternehmen glauben, dass ein Übertreten der Steuergesetze durch eine mächtige Behörde aufgedeckt werden kann, desto eher sind sie auch compliant (Kirchler, 2007). Glaubt ein Unternehmen beispielsweise, dass es sehr wahrscheinlich zu einer Kontrolle kommt und dass beim Aufdecken von Regelbruch auch eine schmerzhaft Strafe folgt, dann steigt der Grad der Regelbefolgung.

Je mehr **Wissen** Steuerpflichtige über das Steuergesetz haben, desto eher befolgen sie das Gesetz. Studien aus vielen Ländern zeigen, dass Unternehmen, die den eigenen Steuersatz kennen und wissen, welche Pflichten und auch Rechte sie haben, auch ihre Steuern ehrlicher bezahlen (Gangl, Kirchler, Lorenz & Torgler, 2015c).

Die **Motivation**, Steuern zu bezahlen, ist ein zentraler Mechanismus, der in der psychologischen Compliance-Forschung herangezogen wird, um unterschiedliches Verhalten zu erklären. Angelehnt an die Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000) kann im einfachsten Fall zwischen *extrinsischer* und *intrinsischer* Motivation Steuern zu bezahlen unterschieden werden. *Extrinsische* Motivation bedeutet, dass ein Verhalten aufgrund der Ergebnisse, die mit diesem Verhalten einhergehen, durchgeführt wird. Diese Ergebnisse können finanzielle oder soziale Belohnungen oder die Vermeidung von Bestrafung sein. *Intrinsische* Motivation ist dann gegeben, wenn ein Verhalten aufgrund seiner selbst willen durchgeführt wird, beispielsweise aufgrund der eigenen Werte, ehrlich sein zu wollen. Die Steuerforschung zeigt, dass die Motivationen, Steuern zu bezahlen, von den Behörden beeinflusst werden können und dass die resultierenden unterschiedlichen Motivationen auch zu unterschiedlichem Compliance-Verhalten führen (Gangl et al., 2015b).

Auch die wahrgenommene **Fairness** beziehungsweise Gerechtigkeit spielt bei der Steuer-Compliance eine zentrale Rolle und beeinflusst stark, welche Meinungen und Einstellungen gegenüber den Behörden vorherrschen. Unterschieden wird dabei zwischen *distributiver*, *prozeduraler* und *retributiver* Fairness (Wenzel, 2003). *Distributive* Gerechtigkeit besteht dann, wenn die Verteilung der Lasten, Pflichten und Vorteile über alle Unternehmen hinweg als gerecht erlebt wird. *Prozedurale* Gerechtigkeit meint die gefühlte Fairness, mit der Entscheidungen getroffen werden, ob also Entscheidungen nachvollziehbar sind und es Mitsprachemöglichkeiten gibt. Die *retributive* Gerechtigkeit wiederum meint die wahrgenommene Gerechtigkeit der Strafen, wenn jemand die Regeln übertreten sollte – hier geht es um die Frage, ob Regelbruch und Bestrafung in einem gerechten Verhältnis zueinander stehen.

Soziale Normen können in *deskriptive* und *injunktive* Normen unterschieden werden. *Deskriptive* Normen beschreiben das sichtbare Verhalten von anderen Menschen oder Unternehmen, während *injunktive* Normen die normativen Vorgaben des erwünschten Verhaltens beschreiben. Normen sind umso wirksamer für das menschliche Verhalten, je eher deskriptive und injunktive Norm kohärent sind, das heißt, wenn viele andere Menschen das tun, was auch seitens der Gesetzgebung erwünscht ist, dann folgen auch einzelne Menschen dieser Norm. Die Normen sind auch umso wirksamer, je eher sie von Menschen vorgelebt werden, mit denen man sich identifiziert. Das bedeutet, dass besonders das Verhalten von Vorbildern, Nachbarn oder Menschen, die uns bezogen auf Interessen oder soziodemografisches Verhalten ähnlich sind, nachgeahmt wird. Die

verhaltenswissenschaftliche Compliance-Forschung zeigt, dass Menschen ihr eigenes Verhalten an den sozialen Normen ausrichten und beispielsweise ihre Steuern ehrlicher zahlen, wenn sie erfahren, dass die meisten Menschen in ihrer Nachbarschaft ihre Steuern ehrlich bezahlt haben (Hallsworth et al., 2017). Umgekehrt sinkt die Compliance, wenn ein Individuum oder Unternehmen der Ansicht ist, alle anderen Unternehmen würden hinterziehen und unehrlich sein.

Reaktanz beschreibt den Widerstand, der gegen Vorgaben oder Regeln entstehen kann (Brehm, 1966). Wenn Menschen eine Regel oder Vorgabe als Einschränkung ihrer Freiheit erleben, kann es zu Widerstand kommen, und die Regeln werden selbst dann gebrochen, wenn das zu negativen Konsequenzen führt. Das Gefühl der Einschränkung ist so groß, dass nur mit dem Regelbruch das subjektive Gefühl der Freiheit und Selbstbestimmtheit wieder hergestellt werden kann. Zahlreiche Studien zeigen, dass strenge Strafen bei einigen Menschen reaktante Gefühle und Verhaltensweisen auslösen können (Gangl et al., 2017).

2.2 Das Slippery Slope Framework der Compliance-Forschung

Das Slippery Slope Framework ist eines der bekanntesten Modelle der Steuerforschung.¹ Der englische Begriff „Slippery Slope“ kann mit „glatte Rutsche“ auf Deutsch übersetzt werden, was aber nicht den tieferen Sinn des Ausdrucks widerspiegeln kann. Der Begriff kann am ehesten so verstanden werden, dass sich in der Beziehung zwischen Behörden und Bürger:innen schneller, als man glaubt, Teufels- und Engelskreise entwickeln können.

Zum einen dient das Slippery Slope Framework als Rahmenmodell, zum anderen kann es als Prozessmodell eingesetzt werden. Als Rahmenmodell (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008) fasst das Slippery Slope Framework die Determinanten der Compliance zu zwei wesentlichen Faktoren zusammen: **Macht** und **Vertrauen**.

Das Modell besagt damit, dass die Steuerehrlichkeit hoch sein wird, wenn die Behörden entweder als mächtig wahrgenommen werden oder Vertrauen erzeugen können. Von Macht wird gesprochen, wenn die Behörden als häufig kontrollierend und streng strafend wahrgenommen werden. Vertrauen bedeutet, dass die Behörden als wohlwollend, kompetent und im Sinne der Allgemeinheit arbeitend wahrgenommen werden. Zahlreiche Umfragedaten und Experimente in vielen Ländern bestätigen, dass sowohl

¹ Weitere Modelle sind das Deterrence-Modell und das Responsive-Regulation-Modell (Braithwaite, 2007).

wahrgenommene Macht als auch Vertrauen die intendierte Steuerehrlichkeit, also die Compliance mit den Steuergesetzen, erhöhen können (Batrancea et al., 2019).

Im Prozessmodell, im erweiterten Slippery-Slope-Modell (Abbildung 1), werden situationsspezifische und dynamische Aussagen über die Wirksamkeit von Maßnahmen getroffen. Zentral ist dabei die Annahme, dass es verschiedene Arten von **Macht (Zwangsmacht, legitime Macht)** und verschiedene Arten von **Vertrauen (rational basiertes und implizites Vertrauen)** gibt, zwischen denen eine Wechselwirkung besteht. Im Folgenden werden die einzelnen Begriffe des Modells definiert, bevor die Wechselwirkung zwischen Macht und Vertrauen und ihre Konsequenzen auf die Compliance beschrieben werden.

Die **Zwangsmacht** besteht aus *Bestrafungs- und Belohnungsmacht*. Bestrafungsmacht besteht aus strengen Regeln, häufigen Kontrollen und harten Strafen. Die Belohnungsmacht beruht darauf, dass die Behörden korrektes Verhalten belohnen. Belohnungen können materieller (z. B. finanzielle Vergünstigungen) und immaterieller Natur (z. B. Urkunden, Zertifikate, Rechte) sein und ebenso wie die Bestrafungsmacht von den Steuerpflichtigen als Zwang wahrgenommen werden, sich korrekt zu verhalten.

Die **legitime Macht** beruht auf der Wahrnehmung von guten Gesetzen, Expertise, professioneller Wissensvermittlung und einem positiven Image. Je eher ein Unternehmen glaubt, dass Gesetze und Regeln nach demokratischen und partizipativen Prozessen entwickelt wurden; je eher sie verstanden und als nützlich und praxistauglich empfunden werden, desto legitimer werden sie angesehen (Tanner et al., 2019). Je kompetenter die Behörden und ihre Mitarbeiter:innen gegenüber den Bürger:innen auftreten und sie bei der Befolgung der Regeln durch einfache und nachvollziehbare Erklärungen und Abläufe mit Expertise unterstützen, desto höhere legitime Macht hat die Behörde. Menschen befolgen die Anweisungen der Behörden, weil sie deren Macht akzeptieren, nicht weil sie Angst vor der Behörde haben oder einen Zwang erleben. Je positiver die öffentliche Meinung und das Image der Behörde sind, beispielsweise weil dort effizient Probleme gelöst werden, weil die Mitarbeiter:innen stets integer sind und es keine Skandale gibt, desto eher werden die Anweisungen der Behörde als legitim angesehen. Legitime Macht ist insgesamt eng verknüpft mit dem Gefühl, dass Fairness und Gerechtigkeit vorherrschen. Das Gefühl, dass alle Steuerpflichtigen gleich behandelt werden und dass Rechte und Pflichten gerecht verteilt sind, sind dabei genauso wichtig wie der Eindruck, dass die Verfahren gerecht sind und Mitsprache erlauben und dass jene, die sich nicht an die Gesetze halten, gerecht bestraft werden.

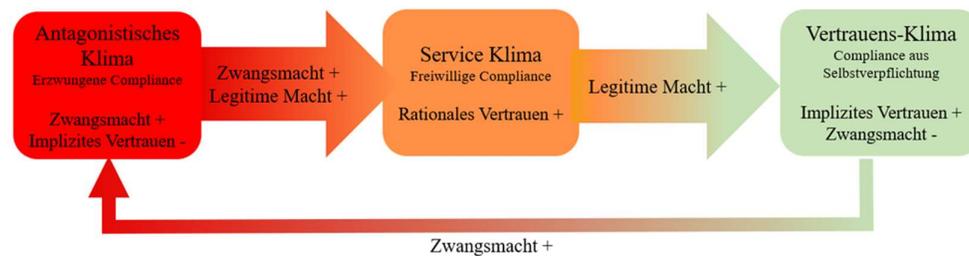
Rational basiertes Vertrauen beruht auf der bewussten Evaluation der Tätigkeit der Steuerbehörde. Die Steuerpflichtigen stellen eine Bewertung der Ziele der Behörde an und überlegen, ob in der Behörde motivierte, kompetente und wohlwollende Menschen

arbeiten und ob die externen Umstände (z. B. finanzielle Mittelausstattung) ein gutes Arbeiten der Behörde zulassen. Insbesondere das wahrgenommene Ziel ist essenziell für Vertrauen. Im Fall des Steuerzahlens geht es beispielsweise darum, dass die Steuerpflichtigen das Gefühl haben, dass persönlich relevante, öffentliche Leistungen durch Steuern finanziert werden.

Implizites Vertrauen beruht auf einer assoziativen und unbewussten Reaktion auf Signale und Reize, die automatisches Vertrauen auslösen. Zum einen kann sich aus rationalem Vertrauen über die Zeit implizites Vertrauen entwickeln. Wurden beispielsweise über lange Zeit hinweg positive Erfahrungen gemacht, wird irgendwann automatisch vertraut und nicht mehr genau überlegt, ob man vertrauen soll oder nicht. Zum anderen können bestimmte Eindrücke, wie ein freundliches Auftreten oder ein offizielles Dokument, dazu führen, dass implizit vertraut und automatisch mit der Behörde kooperiert wird.

Im erweiterten Slippery Slope Framework (Abbildung 1) wird angenommen, dass die unterschiedlichen Arten von Macht und Vertrauen in einer Wechselwirkung miteinander stehen, die dazu führt, dass sich bei den Steuerpflichtigen drei verschiedene **Kooperationsklimata** (*antagonistisches Klima, Serviceklima und Vertrauensklima*) und dementsprechende Motivationen, steuerehrlich zu sein, entwickeln (*erzwungene Ehrlichkeit, freiwillige Ehrlichkeit und Ehrlichkeit aus Selbstverpflichtung*). Im Folgenden wird diese Wechselwirkung erläutert.

Abbildung 1: Das erweiterte Slippery Slope Framework (Gangl et al., 2020)



Arbeitet die Behörde nur mit Zwangsmacht, wird das (implizite) Vertrauen reduziert, und es kommt zu einem **antagonistischen Klima** und einer **erzwungenen Steuerehrlichkeit**. Zwischen den Steuerpflichtigen und der Behörde herrscht Feindseligkeit und Misstrauen. Die Steuerpflichtigen glauben, die Behörde ist eher daran interessiert, sie bei Fehlern zu erwischen, als ihnen zu helfen, den Regeln Folge zu leisten. Zwangsmacht kann bei manchen Menschen auch Reaktanz auslösen, das bedeutet, dass Steuerpflichtige sich dem Zwang auch dann widersetzen, wenn das Nachteile für sie bringt, nur damit sie das Gefühl haben, ihre Freiheit bewahren zu können. Dementsprechend führt Zwangsmacht zu einer erzwungenen Steuerehrlichkeit. Die Steuerpflichtigen zahlen nur,

weil sie das Gefühl haben, sie müssen – aus Angst vor Bestrafung oder aus Angst davor, dass Vorteile entzogen werden könnten.

Arbeitet die Behörde mit legitimer Macht und Expertise, erhöht sich das rational basierte Vertrauen und es kommt zu einem **Serviceklima** und einer **freiwilligen Steuerehrlichkeit**. Die Steuerpflichtigen nehmen die Behörden als kompetente Unterstützung beziehungsweise Serviceeinrichtung wahr. Das ehrliche Steuerzahlen ist einfach und die Hinterziehung eher schwer. Je länger die positive Erfahrung mit der legitimen Macht andauert, desto eher kann sich aus rationalem Vertrauen implizites Vertrauen und ein Vertrauensklima entwickeln. In einem **Vertrauensklima** arbeiten die Steuerpflichtigen und die Steuerbehörden partnerschaftlich auf Basis von gemeinsamen Werten zusammen. Die Steuerehrlichkeit erfolgt aus **Selbstverpflichtung** heraus, d. h., dass die Steuerpflichtigen ehrlich sind, weil sie es als ihre moralische Pflicht ansehen.

Die legitime Macht kann auch mit Zwangsmacht kombiniert werden, um die negativen Effekte der Zwangsmacht abzumildern. Zahlreiche Experimente zeigen, dass strenge Strafen und Kontrollen, die als legitim und fair empfunden werden, Vertrauen sogar erhöhen können (Van Prooijen et al., 2008). Im Gegensatz dazu können beispielsweise geringe Strafen, die als ungerecht empfunden werden, Vertrauen reduzieren (Verboon & van Dijke, 2011). Zwangsmacht kann also Vertrauen erhöhen, wenn die Umsetzung als gerecht empfunden wird und dementsprechend von einer Behörde umgesetzt wird, der die Menschen vertrauen (Batrancea et al., 2019). Durch die Kombination mit legitimer Macht werden strenge Kontrollen und Strafen nicht als Drangsalierung empfunden, sondern als Schutz der kooperativen Mehrheit vor jenen, die das System ausnutzen wollen. Zudem sind strenge Kontrollen für Menschen eher tolerierbar, wenn sie das Gefühl haben, dass diese strengen Kontrollen legitim durchgeführt werden und (gerechterweise) alle Menschen gleich treffen.

Auf Basis der Annahmen aus der Wechselwirkung zwischen Macht und Vertrauen kann aus dem erweiterten Slippery Slope Framework auch abgeleitet werden, wie die Behörde aus einem antagonistischen Klima ein Service- beziehungsweise Vertrauensklima entwickeln kann. Gleichermaßen kann abgeleitet werden, wie überhaupt Kooperation entstehen und aufrechterhalten werden kann, wie aus einer erzwungenen Compliance eine freiwillige Compliance oder Compliance aus Selbstverpflichtung wird beziehungsweise wie ein Vertrauensklima und eine Compliance aus Selbstverpflichtung heraus aufrechterhalten werden können. Die Überlegungen werden im Folgenden ausgeführt.

Abbildung 1 stellt die dynamische Entwicklung zwischen Macht, Vertrauen und Kooperation dar, wie sie im erweiterten Slippery Slope Framework angenommen wird. Der Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Kooperation durch Zwangsmacht erzeugt werden kann, allerdings mit dem Nachteil, dass es zu einem antagonistischen Klima und

erzwungener Compliance kommt. Ein antagonistisches Klima ist ressourcenintensiv und eher instabil – es braucht ständige Zwangsmacht (viele teure Kontrollen), um die Kooperation aufrechtzuerhalten. Können die Kontrollen nicht aufrechterhalten werden, geht die Kooperation zurück.

Wenn allerdings die Zwangsmacht mit legitimer Macht kombiniert wird, dann kann sich rationales Vertrauen, ein Serviceklima und freiwillige Compliance entwickeln. Legitime Macht allein könnte sehr wahrscheinlich kein antagonistisches Klima in ein Serviceklima umwandeln. Nur die Kombination stellt sicher, dass einerseits Menschen, die nur aus Angst vor Strafen zahlen, auch weiterhin zahlen und andererseits sich trotzdem Vertrauen aufbauen kann.

Wenn legitime Macht und das Serviceklima etabliert sind, können die Ressourcen für Zwangsmacht reduziert werden, weil die Menschen freiwillig kooperieren. Im Serviceklima können die Behörden vermitteln, dass nur einzelne und wenige zielgerichtete Kontrollen durchgeführt werden, während die meisten Menschen durch Servicemaßnahmen dabei unterstützt werden, sich an die Regeln zu halten. Die Servicemaßnahmen stellen dabei aus Sicht der Behörde aber auch eine indirekte Form der Kontrolle dar, auch wenn das idealerweise beim Steuerpflichtigen nicht so empfunden wird. Dadurch werden auch hohe soziale Normen der Ehrlichkeit empfunden, die das Serviceklima weiter stabilisieren und für hohe Compliance sorgen. Umgekehrt können viele Kontrollen und das Aufdecken von vielen Unternehmen, die sich nicht an die Regeln halten, nämlich das Gefühl auslösen, dass eigentlich nur wenige ehrlich sind – d. h. eine geringe Norm der Ehrlichkeit kommunizieren.

Wenn sich ein Vertrauensklima etabliert hat, reicht der Fokus auf legitime Macht aus, um die Compliance zu erhalten. Wird in diesem Klima Zwangsmacht eingesetzt, beispielsweise gegen einen Steuerpflichtigen, der eigentlich aus Selbstverpflichtung heraus handeln möchte, kann dies Vertrauen zerstören. Die Zwangsmacht wird als Vertrauensbruch bewertet, selbst dann, wenn sie mit legitimer Macht kombiniert wird. In diesem Sinne kann das Vertrauensklima eher als instabil betrachtet werden. Einerseits, weil die wenigen wahrgenommen Kontrollen vielleicht eine Einladung für Trittbrettfahrer:innen sind und andererseits, weil Zwangsmacht Vertrauen bei jenen reduziert, die aus Selbstverpflichtung heraus compliant waren.

Labor- und Online-Experimente konnten viele Annahmen des erweiterten Slippery Slope Frameworks über die Dynamik zwischen Macht und Vertrauen bestätigen. Während die Kombination von Zwangsmacht mit legitimer Macht in einem antagonistischen Klima Vertrauen erhöht, zerstört sie in einem bestehenden Vertrauensklima das Vertrauen (Gangl et al., 2020).

Zusammenfassend lassen die Annahmen aus dem erweiterten Slippery Slope Framework den Schluss zu, dass aus der Vielzahl der verfügbaren Maßnahmen, je nach Situation, eine andere Auswahl an Maßnahmen getroffen werden muss. Dementsprechend sind die diagnostischen Fähigkeiten einer Behörde zentral. Sie muss beispielsweise durch Fragebogenstudien, aber auch durch kluges Einschätzen von einzelnen Menschen zuerst die grundlegende Motivation zur Compliance beziehungsweise das wahrgenommene Klima feststellen, bevor die geeigneten Maßnahmen gesetzt werden können.

3 Die zehn Präventionsleistungen der Unfallversicherungsträger

Ziel der Präventionsleistungen für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz ist es, eine Kultur der Prävention in Unternehmen zu etablieren. Das bedeutet, dass die Unfallversicherungsträger durch die Präventionsleistungen eine proaktive Haltung und einen konstruktiven Kommunikationsprozess für Sicherheit und Gesundheit in Unternehmen fördern möchten. Die Präventionsleistungen werden von Berufsgenossenschaften und Unfallkassen umgesetzt, während ähnliche Maßnahmen zum Teil auch von staatlichen Aufsichtsbehörden in Unternehmen getragen werden. In Tabelle 1 werden die Präventionsleistungen der Unfallversicherungsträger kurz beschrieben, insbesondere hinsichtlich ihrer Ziele und dazugehöriger Praxisbeispiele. Aufgrund der Kürze ist die Beschreibung als beispielhaft und akzentuiert zu verstehen. Die vollständige Beschreibung der Präventionsleistungen kann unter diesem Link abgerufen werden: <https://publikationen.dguv.de/widgets/pdf/download/article/3170>.

Tabelle 1: Kurzdarstellung der Präventionsleistungen der Unfallversicherungsträger

<p>1. Anreizsysteme</p>	<p>Ziel: Förderung von präventivem Verhalten durch Prämienmodelle, Wettbewerbe oder Auszeichnungen.</p> <p>Beispiel: Hochdotierte Präventionspreise. Unternehmen können eine spezielle Begutachtung bei ihrer Aufsichtsperson beantragen, um einen Preis oder ein Gütesiegel zu bekommen. Weiters kann bei einigen Trägern der gesetzlichen Unfallversicherung eine Förderung für Anschaffungen beantragt werden.</p>
<p>2. Beratung</p>	<p>Ziel: Betriebe und Bildungseinrichtungen unterstützen. Förderung präventiven Verhaltens, Erste-Hilfe-Maßnahmen und die Unfallversicherung als kompetente Beraterin in Sachen Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit und Ausbildung etablieren.</p> <p>Beispiel: Aufsichtspersonen der Unfallversicherungsträger beraten Unternehmen, Beschäftigte, Interessensvertretungen schriftlich, telefonisch oder persönlich bezüglich der Organisation des innerbetrieblichen Arbeitsschutzes, bei der Anschaffung neuer Maschinen oder Einführung neuer Verfahren, zu Arbeitsplatzergonomie oder psychischer Belastung und Gesundheitsschutz etc.</p>
<p>3. Information, Kommunikation & Präventionskampagnen</p>	<p>Ziel: Prävention im Bereich Sicherheit und Gesundheit in der Öffentlichkeit insgesamt und zielgruppenspezifisch, durch verschiedene Aktionen und Kooperationen bewerben.</p> <p>Beispiel: Fachmessen oder Informationsmaterialien auf Webseiten, über soziale Netzwerke oder Printmedien. Bundesweite Kampagnen beispielsweise zum Thema Kultur der Prävention.</p>
<p>4. Qualifizierung</p>	<p>Ziel: Multiplikator:innen und Spezialist:innen, Unternehmensleitungen und Betriebs-/Personalräte Handlungskompetenzen im Bereich Sicherheit und Gesundheit vermitteln und mit Mitgliedsunternehmen netzwerken.</p> <p>Beispiel: Seminare (in Präsenz, online), die durch die Unfallversicherung oder in Kooperation organisiert werden und sich an Unternehmer:innen, Fachkräfte und Mitarbeiter:innen richten.</p>
<p>5. Überwachung einschließlich anlassbezogener Beratung</p>	<p>Ziel: Prävention von Unfällen, Berufskrankheiten und arbeitsbedingter Gesundheitsgefahren.</p> <p>Beispiel: Überwachung zur Einhaltung von Vorschriften, die dem Schutz der Mitarbeiter:innen dienen inklusive einer zielgerichteten Beratung.</p>
<p>6. Vorschriften & Regelwerk</p>	<p>Ziel: Einheitliche Vorschriften und Regelwerk, das die Grundlagen für Sicherheit und Gesundheit legt und damit den gesetzlichen Auftrag der Unfallversicherung über eine abgestimmte Fachmeinung verständlich vermittelt.</p> <p>Beispiel: Beispiele aus dem Regelwerk der Unfallversicherungsträger: https://dguv.de/de/praevention/vorschriften_regeln/index.jsp</p>
<p>7. Betriebsärztliche & sicherheitstechnische Betreuung</p>	<p>Ziel: Mindeststandards bezüglich Sicherheit und Gesundheit sicherstellen und einen optimalen Austausch zwischen Unternehmen und Unfallversicherungsträger nutzen (Synergien).</p> <p>Beispiel: Betriebsärztliche und sicherheitstechnische Betreuung von Kleinbetrieben über Kompetenzzentren oder Dienste (ASD).</p>
<p>8. Ermittlung</p>	<p>Ziel: Zeitnah nach Unfällen oder speziellen Anlässen Ursachenforschung betreiben und Grundlage für Leistungserbringungen in den Bereichen Rehabilitation und Entschädigung sowie für die Präventionsarbeit liefern.</p> <p>Beispiel: Ermittlungen nach Arbeitsunfällen, bei Berufskrankheiten oder bei Beinahe-Unfällen.</p>
<p>9. Forschung, Entwicklung & Modellprojekte</p>	<p>Ziel: Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge aufklären, Gefährdungslagen aufdecken sowie Präventionsmaßnahmen entwickeln, erproben und validieren sowie Forschungsergebnisse kommunizieren.</p> <p>Beispiel: Systematische Erfassung von Strahlenbelastungen durch UV-Licht im Freien, die Ableitung von Grenzwerten.</p>
<p>10. Prüfung & Zertifizierung</p>	<p>Ziel: Aufdecken von arbeitsschutzrelevanten und/oder ergonomischen Mängeln an Produkten/Systemen und Einflussnahme auf die sicherheitstechnische und gesundheitsgerechte Beschaffenheit von Produkten / arbeitsschutzbezogene Qualität von Systemen / arbeitsschutzbezogene Kompetenz von Personen.</p>

Beispiel: Vergabe eines Prüfzeichens für Maschinen auf Basis von Prüfung und Zertifizierung. Ermächtigung von Prüfsachverständigen.

Anmerkung: Eine detaillierte Beschreibung der Präventionsleistungen findet sich unter diesem Link: <https://publikationen.dguv.de/widgets/pdf/download/article/3170>

4 Wirkmechanismen und optimale Umsetzung der Präventionsleistungen

Im folgenden Kapitel werden die zehn Präventionsleistungen auf Basis der psychologischen Compliance-Forschung analysiert. Zum einen soll diskutiert werden, welchen Konzepten des erweiterten Slippery Slope Frameworks die jeweilige Präventionsleistung entspricht und welche psychologischen Wirkmechanismen vor diesem Hintergrund angenommen werden können. Darauf aufbauend wird die optimale Umsetzung der Präventionsmaßnahmen diskutiert. Klargestellt werden muss an dieser Stelle, dass nur eine empirische Überprüfung sicherstellen kann, ob die einzelnen Präventionsleistungen tatsächlich von Unternehmen so wahrgenommen werden, wie im Folgenden theoretisch abgeleitet. Ob also eine Präventionsleistung als Zwang oder eher als legitime Macht interpretiert wird, kann schlussendlich nur durch empirische Forschung geklärt werden. Ebenso kann die im Folgenden diskutierte optimale Umsetzung einer Präventionsleistung nur durch eine empirische Überprüfung zweifelsfrei bezüglich ihrer Wirksamkeit eingeschätzt werden.

4.1 Anreizsysteme

Die Präventionsleistung „Anreizsysteme“ entspricht im weiteren Sinne der Belohnungsmacht aus dem erweiterten Slippery Slope Framework beziehungsweise einem positiven Verstärker. Der Wirkmechanismus von Belohnungen unterscheidet sich je nachdem, ob sie a) erwartet oder unerwartet und ob sie b) materiell oder immaterieller Natur sind. Viele Studien deuten an, dass unerwartete und immaterielle Belohnungen eher die intrinsische Motivation stärken als erwartbare und materielle Belohnungen (Bellé, 2015). Das bedeutet, dass beispielsweise spontanes Lob durch die Aufsichtsperson für Unternehmer oder Unternehmerinnen, die sich um die Sicherheit und Gesundheit ihrer Mitarbeiter:innen kümmern, positiv auf die intrinsische Motivation, sich um Arbeitsschutz zu kümmern, auswirken sollte. Im Gegensatz dazu wird eine erwartbare materielle Belohnung (beispielsweise, wenn eine Unternehmerin sich selbst aktiv für eine finanzielle Förderung bemühen muss) weniger wahrscheinlich die intrinsische Motivation fördern. Manche Forscher:innen meinen sogar, dass materielle Belohnung die intrinsische Motivation reduzieren kann. Dies wird umso wahrscheinlicher, je mehr der/die Unternehmer:in die Belohnung/Förderung wirklich braucht und es sich gar nicht leisten kann, sie nicht zu bekommen. Die Notwendigkeit, die Belohnungen zu

bekommen, kann im schlimmsten Fall, anlog zum Slippery Slope Framework, als Zwang erlebt werden. Als Konsequenz werden Maßnahmen nur gesetzt, um die Förderung zu bekommen und nicht, weil der/die Unternehmer:in intrinsisch dazu motiviert ist, sich um die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter:innen zu kümmern.

Aus dieser Analyse heraus ergeben sich zwei Ansatzpunkte, wie die Präventionsleistung der Anreizsysteme gestaltet sein muss, damit sie die intrinsische Motivation erhöht: spontane Belohnungen und Kombination der Anreizsysteme mit anderen Präventionsleistungen, die die Legitimität der Belohnung hervorheben. Im Folgenden wird dies näher erläutert.

Spontane Belohnungen: Aufsichtspersonen können vor Ort positive Leistungen der Unternehmer:innen hervorheben und loben. Weiters können besonders engagierte Unternehmen von den Aufsichtspersonen gefragt werden, ob man sie aufgrund ihrer herausragenden Leistung für Preise vorschlagen darf.

Kombination mit anderen Präventionsleistungen: Je mehr die Anreizsysteme, im Sinne des Slippery Slope Frameworks, als legitim wahrgenommen werden, desto eher können sie Vertrauen und die Motivation zur Selbstverpflichtung steigern. Insbesondere die Präventionsleistung „Beratung“ kann dazu genutzt werden, um die Unternehmen über die verschiedenen Anreizsysteme zu informieren und sie bei der Beantragung zu unterstützen. Dabei kann beispielsweise auch das Ziel einer Förderung und damit der Sinn einer Anschaffung erklärt werden. Ziel ist es, dass durch die Kombination der Anreizsysteme mit der Präventionsleistung Beratung das Anreizsystem als sinnvolle und wichtige Unterstützung für alle Unternehmen wahrgenommen wird.

4.2 Beratung

Die Präventionsleistung „Beratung“ entspricht im erweiterten Slippery Slope Framework Expertise und Information – zwei wichtige Faktoren für legitime Macht. Je mehr die Unternehmen durch die Präventionsleistung Beratung das Gefühl haben, dass die Aufsichtsperson durch ihre große Expertise relevante Fragen beantworten kann und zu wichtigen Themen einfach und klar informiert, desto legitimer wird die Aufsichtsperson und ihr Thema „Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz“ wahrgenommen. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Vertrauen gestärkt wird und sich eine Motivation aus Selbstverpflichtung heraus entwickelt. In Sinne des Slippery Slope Frameworks ist die Präventionsleistung Beratung der zentrale Hebel, um die intrinsische Motivation für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz zu erhöhen.

Aus dieser Analyse ergibt sich der Schluss, dass es zentral ist, dass die Präventionsleistung Beratung stark mit anderen Präventionsleistungen kombiniert wird. Insbesondere

jene Präventionsleistungen, die für sich genommen eventuell nicht als legitim wahrgenommen werden, wie die Überwachung oder Vorschriften und Regelwerk werden in ihrer Wirksamkeit durch die Kombination mit der Beratung gestärkt.

4.3 Information, Kommunikation & Präventionskampagnen

Die Präventionsleistung „Information, Kommunikation & Präventionskampagnen“ entspricht im erweiterten Slippery Slope Framework umfassend dem Konzept der legitimen Macht. Diese Präventionsleistung kann dazu genutzt werden, die Legitimität und Expertise der UVT (Unfallversicherungsträger) hervorzuheben, genauso wie dazu, Informationen zu vermitteln und ein positives Image der UVT aufzubauen. Dadurch dass diese Präventionsleistung je nach Zielgruppe und Zielthema unterschiedlich ausgeprägt ist, kann die Relevanz und damit Beachtung durch die jeweiligen Unternehmen sichergestellt werden. Damit diese Präventionsleistung besonders wirksam ist, kann insbesondere die legitime Macht zielgruppenspezifisch betont werden, um das Vertrauen zu stärken. Im Folgenden werden Beispiele aufgeführt, wie die einzelnen Faktoren der legitimen Macht im Sinne des erweiterten Slippery Slope Frameworks hervorgehoben werden können: Legitimität, Expertise, Information, positives Image.

Legitime Macht zielgruppenspezifisch betonen: Die Legitimität kann durch einfache Erklärung des Nutzens und der Governance-Struktur des UVT erklärt werden, beispielsweise: Die DGUV zeichnet sich durch eine paritätische Selbstverwaltung aus. Sie wird durch Vertreter:innen der Unternehmen (Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen) selbst verwaltet und bildet für Versicherte die Unfallversicherung und gleichzeitig eine professionelle Expertise zur Förderung der Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter:innen. Durch die Sichtbarmachung des Nutzens sollte bei den Unternehmen rationales Vertrauen entstehen, weil die Ziele des UVT als relevant erlebt werden und klar wird, dass das Unternehmen im Ernstfall eines Unfalls von der Berufsgenossenschaft beziehungsweise Unfallkasse (im guten Sinne) abhängig ist. Auch durch die Betonung, dass die Vorgehensweisen und Regeln partizipativ entwickelt werden und dass Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretungen in den Selbstverwaltungsgremien der Berufsgenosschaften und Unfallkassen (UVT) darüber mitentscheiden, kann Vertrauen gestärkt werden. Das Gefühl, dass Mitspracherecht besteht, demokratische Strukturen vorherrschen und Regeln und Vorschriften auf Basis von Fachexpertise und nach demokratischen Verfahren entwickelt werden, ist ein zentraler Faktor dafür, einen Prozess als legitim zu betrachten. Je mehr den Betrieben also vermittelt wird, dass sie selbst (bzw. ihre Vertretungen) bei der Entwicklung der Regeln mitgewirkt haben, desto eher sollte sich bei den Betrieben rationales Vertrauen entwickeln und die Regeln akzeptiert werden.

Die wahrgenommene Expertise kann etwa durch einen Verweis auf die Ausbildung und branchenspezifische Erfahrung der Aufsichtspersonen erhöht werden, beispielsweise: In Broschüren wird eine Aufsichtsperson abgebildet; im Begleittext steht „Name, Ausbildung und 10 Jahre Erfahrung mit Hotelbetrieben“. Der Faktor der Information wird in der Präventionsleistung „Information, Kommunikation und Präventionskampagnen“ besonders gut umgesetzt, indem einfache und visuell ansprechende nützliche Informationen aufbereitet sind. Diese Präventionsleistung kann auch genutzt werden, um das positive Image der UVT durch positive Erfolgsmeldungen zu steigern, beispielsweise: Ein Unternehmen wird porträtiert, das durch die Unterstützung des UVT seine Unfallrate um zehn Prozent reduzieren konnte. Ebenso kann das Image eines UVT positiv entwickelt werden, wenn insgesamt Erfolgsmeldungen – z. B. seit dem Bestehen – vermittelt werden. Auch die glaubwürdige und authentische Darstellung der hohen Integrität der Mitarbeiter:innen kann zum „positiven Image“ der UVT beitragen.

Legitime Macht mit anderen Präventionsleistungen kombinieren: Im Sinne des Slippery Slope Frameworks ist es wichtig, dass diese legitime Präventionsleistung mit anderen Präventionsleistungen kombiniert wird. Dabei kommen insbesondere jene Präventionsmaßnahmen in Frage, die von sich aus vielleicht als nicht sehr legitim wahrgenommen werden, wie Überwachung oder Vorschriften und Regelwerk.

4.4 Qualifizierung

Die Präventionsleistung „Qualifizierung“ entspricht im erweiterten Slippery Slope Framework Expertise und Information – wichtige Faktoren der legitimen Macht. Durch die Qualifikation von Multiplikator:innen und Spezialist:innen wird sichergestellt, dass bei jenen, die mit Sicherheit und Gesundheit befasst sind, eine Expertise vorherrscht und die nötigen Informationen gut vorhanden sind. Dies sollte das Vertrauen in das System und damit auch die Motivation stärken, aus Selbstverpflichtung heraus Sicherheit und Gesundheit im Unternehmen zu fördern. Je mehr Menschen über ein System und seine Regeln wissen, desto eher wird dieses System auch unterstützt (Saad, 2014). In diesem Sinne ist es wünschenswert, wenn möglichst viele Menschen im Rahmen der Präventionsleistung Qualifizierung Expertise im Bereich Sicherheit und Gesundheit aufbauen können. Neben der technischen Qualifizierung werden in der Präventionsleistung Qualifizierung optimalerweise noch weitere Mechanismen nutzbar gemacht, wie beispielsweise: Vermittlung der Compliance-Forschung und soziale Normen.

Vermittlung der Compliance-Forschung: Teil der Qualifizierung kann auch sein, Spezialist:innen (Aufsichtspersonen, Multiplikatoren im Betrieb etc.) über die Compliance-Forschung aufzuklären. Dies sollte die Spezialist:innen dazu befähigen, unterschiedliche

Motivationen zu erkennen und dementsprechend andere Maßnahmen zu setzen, um jemanden für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz zu begeistern.

Einsatz von sozialen Normen und Vorbildern: Bei Qualifizierungsveranstaltungen kann bewusst die Mehrheit der Unternehmen betont werden, die schon eine sinnvolle Maßnahme umsetzen, um damit eine soziale Norm zu etablieren. Die Sichtbarmachung der Mehrheit kann dann jene motivieren, die diese Maßnahme noch nicht umsetzen. Beispielsweise könnte man während eines Seminars bitten, dass alle aufzeigen, die schon Maßnahme X umsetzen. Voraussetzung ist, dass die Leitung der Qualifizierung aus Erfahrung weiß, dass tatsächlich schon viele Unternehmen diese Maßnahme umsetzen. Wenn man davon ausgeht, dass nur einzelne eine Maßnahme umsetzen, diese Unternehmen aber von vielen als Vorbild anerkannt werden, kann auch diese soziale Vorbildwirkung ausgenutzt werden. In diesem Fall kann das Vorbild gebeten werden, zu erklären, wie die Maßnahme umgesetzt wird, welche Herausforderungen dabei überwunden wurden und welche Vorteile das nun für das Unternehmen bringt.

4.5 Überwachung einschließlich anlassbezogener Beratung

Die Präventionsleistung Überwachung einschließlich anlassbezogener Beratung entspricht im erweiterten Slippery Slope Framework dem Faktor Kontrolle, der zur Bestrafungsmacht beziehungsweise Zwangsmacht gehört. Zudem entspricht die Kombination mit anlassbezogener Beratung zu einem gewissen Teil der Kombination zwischen Zwangsmacht und legitimer Macht im erweiterten Slippery Slope Framework. Die Präventionsleistung „Überwachung“ hebt durch die Namensgebung den Faktor Kontrolle im Vergleich zur Bestrafung hervor. In der Compliance-Forschung gibt es einige Befunde, die andeuten, dass die Wahrnehmung von hoher Kontrollwahrscheinlichkeit einen stabileren positiven Einfluss auf das Verhalten hat als die Bestrafung (Hartl et al., 2015). Bestrafungen mit einer ausreichenden Härte scheinen dennoch wichtig für die Compliance zu sein. Zu geringe Strafen können dazu führen, dass Strafen nicht als moralisches Urteil, sondern als Preise empfunden werden (Mulder et al. 2008). Manche könnten dann motiviert werden, die Strafen als fixen Preis für die Regelübertretung zu kalkulieren, anstatt sich korrekt zu verhalten (Gneezy & Rustichini, 2000). Ebenso kann ein Betrieb mit der Stilllegung einer Maschine kalkulieren. Insgesamt ist es sehr komplex, die perfekte Kontrollhäufigkeit und Strafe festzulegen und mit den begrenzten Ressourcen der Aufsichtspersonen zu verknüpfen, um Verhalten sicher in die gewünschte Richtung zu lenken und nicht Reaktanz auszulösen. Wie im Slippery Slope Framework ausgeführt, lassen sich Bestrafungen am ehesten durch die Kombination mit legitimer Macht kontrolliert einsetzen. Im Folgenden werden die Wirkmechanismen diskutiert, die durch die Kombination mit anderen Präventionsleistungen optimalerweise entstehen.

Kombination mit der Präventionsleistung „Beratung“: Nur durch die Kombination der Präventionsleistung Überwachung mit anderen Präventionsleistungen, die Legitimität erzeugen können – insbesondere durch Beratung – kann die Wahrscheinlichkeit erhöht werden, dass die Überwachung nicht nur Regelbefolgung sicherstellt, sondern langfristig auch Vertrauen aufbaut. Vertrauen ist wiederum die Grundvoraussetzung für die Motivation, sich aus Selbstverpflichtung heraus für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz einzusetzen. Überwachungen sollten daher prinzipiell als unterstützendes Monitoring angelegt werden. Das erste Ziel ist, Unternehmen durch gute Beratung dabei zu unterstützen, sich an die Regeln zu halten. Erst wenn nach einem Hinweis die Regel wiederholt gebrochen wird oder schnell klar ist, dass ein Unternehmen ganz bewusst Regeln übertritt, muss eine als schmerzhaft empfundene Strafe gesetzt werden. Allerdings sollte auch die Strafe als legitim vermittelt werden. Beispielsweise indem man sagt, dass alle Unternehmen in einer ähnlichen Situation solche Strafen bekommen. Auch könnte man betonen, dass die Strafen nur eingesetzt werden, um die Mehrheit der ehrlichen Unternehmen zu schützen – am Ende geht es um Versicherungsleistungen und das System ist nur finanzierbar, wenn man jene, die es ausnutzen wollen, effektiv durch die Überwachung stoppt.

Kombination mit der Präventionsleistung „Information, Kommunikation & Präventionskampagnen“: Die Kombination der Präventionsleistung Überwachung mit Information, Kommunikation und Kampagnen kann auf vielfältige Weise sinnvoll umgesetzt werden. Zum einen kann der Effekt von Überwachungsmaßnahmen verstärkt werden, indem die gehäuften Kontrollen im Vorfeld angekündigt werden (Antinyan & Asatryan, 2020). Im Sinne des Slippery Slope Frameworks würde aber in dieser Ankündigung auch stark die legitime Beratung betont werden, und nicht nur die Kontrolle, die eher nur im Hintergrund mitschwingen kann. Die Ankündigung beispielsweise über Briefe ist kostengünstig und erzielt eventuell trotzdem einen Effekt, obwohl verhältnismäßig nur ein kleiner Teil der Unternehmen tatsächlich besucht wird. Neben der Ankündigung über Briefe kann man auch in Veranstaltungen mit Unternehmen die Kontrollhäufigkeiten betonen. Gibt es beispielsweise Veranstaltungen, wo viele Unternehmen einer Region und Branche zusammenkommen, könnte man dieses Forum nutzen, um Kontrollen anzukündigen. Zentral ist natürlich, dass hier zielgruppenspezifisch die Legitimität dieser Kontrollen betont und in den Vordergrund gerückt wird (Beispiel: mit den Kontrollen wird die Sicherheit und Gesundheit der Arbeitnehmer:innen sichergestellt). Ankündigen auf Veranstaltungen, die im Sinne des erweiterten Slippery Slope Frameworks zu einem antagonistischen Klima führen, sind klarerweise kontraproduktiv. Um die ideale Kombination

zielgruppenspezifisch festlegen zu können, ist eine Evaluierung der verschiedenen Möglichkeiten, beispielsweise durch ein Feldexperiment, empfehlenswert.¹

Zum anderen können spezielle Informationsmaterialien entwickelt werden, mit einfachen Faustregeln für Sicherheit und Gesundheit, die bei der Überwachung vor Ort im Unternehmen gelassen werden können. Diese Materialien können beispielsweise Sticker sein, die an bestimmte Sicherheitsvorschriften erinnern und dem Unternehmen als „Geschenk“ gegeben werden können. Es können aber auch einfache Informationen sein, beispielsweise, wie man sich für einen Preis (Präventionsleistung Anreizsystem) anmelden kann.

4.6 Vorschriften & Regelwerk

Die Präventionsleistung „Vorschriften und Regelwerk“ entspricht im erweiterten Slippery Slope Framework dem Faktor „strenge Gesetze“, der wahrscheinlicher zur Zwangsmacht als zur legitimen Macht zählt. Regeln und Gesetze werden von vielen Menschen eher als etwas Negatives betrachtet. Zum einen schränken sie die persönliche Freiheit ein und zum anderen erscheinen sie oft nicht als transparent und sinnvoll. Im Sinne des erweiterten Slippery Slope Frameworks ist es daher wichtig, diese Präventionsleistung mit anderen Präventionsleistungen zu kombinieren, die die Legitimität der Vorschriften und des Regelwerks erhöhen.

Kombination mit der Präventionsleistung „Information, Kommunikation & Präventionskampagnen“: Regeln werden umso eher befolgt, je eher sie verstanden werden. Durch Vereinfachung, Reduktion auf die wesentlichen Informationen, die Verwendung von Faustregeln und visuellen Darstellungen können komplexe Regeln stark vereinfacht dargestellt werden. Damit Regeln befolgt werden, muss auch dargestellt werden, dass sie praxistauglich und sinnvoll sind. Das bedeutet, Regeln können durch Praxisbeispiele vermittelt werden und es kann dargestellt werden, welchen Vorteil die Befolgung der Regel für das Unternehmen und seine Beschäftigten hat.

Kombination mit der Präventionsleistung „Beratung“: Durch die zielgruppenspezifische Beratung von Betrieben kann ebenso die Legitimität der Präventionsleistung „Vorschriften und Regelwerk“ erhöht werden. Wie schon diskutiert, kann beispielsweise auf den transparenten Abstimmungsprozess verwiesen werden, mit dem die Regeln entwickelt werden. Auch der Sinn der Regeln oder der Vorteil, der den Betrieben durch die Regelbefolgung entsteht, kann in der Beratung je nach Zielgruppe betont werden.

¹ In einem Feldexperiment könnten beispielsweise zufällig verschiedene Briefe (ein Brief betont strenge Kontrollen, ein Brief betont die Beratung) gegen eine Kontrollgruppe (kein Brief wird versandt) auf ihren Effekt auf die Unternehmen getestet werden. Auf diese Weise kann der optimale Brief für die breite Ausrollung identifiziert werden.

4.7 Betriebsärztliche & sicherheitstechnische Betreuung

Die Präventionsleistung „betriebsärztliche & sicherheitstechnische Betreuung“ kann im weiteren Sinne des erweiterten Slippery Slope Frameworks nicht eindeutig der Zwangsmacht oder legitimen Macht zugeordnet werden. Als Präventionsleistung ist sie für die Förderung von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz zentral gesetzlich vorgeschrieben und wird daher von manchen als Zwang erlebt. Andererseits empfinden sicherlich viele Unternehmen diese Präventionsmaßnahme auch als Unterstützung durch die UVT. Die Kommunikationsmittel (Briefe, Info-Webseiten etc.), mit denen diese Präventionsleistung implementiert wird, können ein sehr guter Träger sein, um die Legitimität der gesamten Präventionsleistungen weiter zu fördern. In diesem Sinne kann sie gut mit der Präventionsleistung Information, Kommunikation & Präventionskampagnen verknüpft werden.

Kombination mit der Präventionsleistung „Information, Kommunikation & Präventionskampagnen“: Informationsschreiben und Erinnerungsschreiben im Zusammenhang mit der Präventionsleistung betriebsärztliche & sicherheitstechnische Betreuung können je nach Zielgruppe beispielsweise den Nutzen der Präventionsleistung für die Unternehmen hervorheben oder die partizipativen Governance-Strukturen des UVT betonen. Auf diese Art kann das Vertrauen und die Motivation, sich aus Selbstverpflichtung heraus um Sicherheit und Gesundheit zu kümmern, erhöht werden.

Kombination mit der Präventionsleistung „Beratung“: Wie schon bei anderen Präventionsleistungen diskutiert, kann auch hier die Präventionsleistung „Beratung“ eingesetzt werden, um die Legitimität der „betriebsärztlichen & sicherheitstechnischen Betreuung“ zu erhöhen. Die Betonung des Nutzens für die Unternehmen und der transparenten und sinnvollen Implementierung der Präventionsleistung können beispielsweise die Legitimität der „betriebsärztlichen & sicherheitstechnischen Betreuung“ noch weiter erhöhen.

4.8 Ermittlung

Die Präventionsleistung „Ermittlung“ kann im weiteren Sinne des erweiterten Slippery Slope Frameworks der Zwangsmacht zugeordnet werden. Wenn bei der Ermittlung beispielsweise von Arbeitsunfällen gezielt nach Verantwortlichkeiten gesucht wird und überprüft wird, ob die Vorschriften eingehalten worden sind, wird dies wahrscheinlich von vielen als Kontrolle erlebt. Werden die Ermittlungen nicht als legitim empfunden, kann somit die Motivation bei Betrieben entstehen, eher darauf zu achten, Verantwortlichkeiten zu verschleiern als zu lernen, wie zukünftige Unfälle verhindert werden könnten. Um eine konstruktive Fehlerkultur in Betrieben zu fördern, ist daher die Kombination mit anderen Präventionsleistungen, die die Legitimität der Ermittlung erhöhen, wichtig.

Kombination mit der Präventionsleistung „Information, Kommunikation & Präventionskampagnen“: Alle Kommunikationsmittel im Zusammenhang mit der Präventionsleistung „Ermittlung“ können als Träger verwendet werden, um die Legitimität der Ermittlung zu erhöhen. Ähnlich den Ausführungen bei der Präventionsleistung betriebsärztliche & sicherheitstechnische Betreuung könnten insbesondere der Nutzen und die partizipativen Governance-Strukturen des UVT für die Unternehmen sichtbar gemacht werden.

4.9 Forschung, Entwicklung & Modellprojekte

Die Präventionsleistung „Forschung, Entwicklung & Modellprojekte“ kann nicht unmittelbar einer Macht-Art im erweiterten Slippery Slope Framework zugeordnet werden. Indirekt dient diese Präventionsleistung allerdings der permanenten Verbesserung der legitimen Macht, weil sich dadurch die Expertise der UVT fortwährend erhöht. Auf dieser Basis können interessante und für Unternehmen relevante Informationen, die sich aus der Präventionsleistung ergeben, an die Unternehmen über die Präventionsleistung Information, Kommunikation und Präventionskampagnen kommuniziert werden.

4.10 Prüfung & Zertifizierung

Die Präventionsleistung „Prüfung & Zertifizierung“ kann je nachdem eher dem Faktor Kontrolle und damit der Zwangsmacht oder eher als Vorteil und damit der legitimen Macht zugeordnet werden. Zum einen legt die Präventionsleistung „Prüfung & Zertifizierung“ fest, wie ein Unternehmen seine Arbeitsmittel und Arbeitskräfte einsetzen kann und könnte somit eher als Zwang wahrgenommen werden. Auf der anderen Seite kann die Präventionsleistung Prüfung & Zertifizierung auch sehr gut als legitime Unterstützung für Unternehmen empfunden werden. Durch die fachgerechte Prüfung und Zertifizierung können sich die Unternehmen darauf verlassen, dass gewissen Produkte oder Meinungen nach dem aktuellen Stand des Wissens verlässlich sind. Damit kann die Präventionsleistung Prüfung & Zertifizierung einen direkten Nutzen für die Unternehmen generieren und indirekt die Expertise und damit Legitimität von Fachpersonal sicherstellen. Die Kombination mit der Präventionsleistung „Beratung“ kann sicherstellen, dass „Prüfung & Zertifizierung“ eher als legitime Macht denn als Zwangsmacht empfunden wird.

5 Anwendung von Präventionsleistungen in Kombination

Die Präventionsleistungen „Überwachung“, „Anreizsysteme“, „Vorschriften & Regelwerk“, „Prüfung und Zertifizierung“ sowie „Ermittlung“ beruhen auf festgelegten Regelwerken inklusive der Möglichkeit, eine Befolgung zu belohnen und eine Missachtung zu bestrafen. Dementsprechend können diese Präventionsleistungen als Zwangsmacht angesehen werden. Die Präventionsleistungen „Beratung“, „Information, Kommunikation & Präventionskampagnen“ und „Qualifizierung“ beruhen auf legitimen Prozessen, Expertise, Information und positivem Image und können so der legitimen Macht zugeordnet werden. Die Präventionsleistungen „betriebsärztliche & sicherheitstechnische Betreuung“, sowie „Forschung, Entwicklung und Modellprojekte“ können unmittelbar nicht eindeutig der Zwangsmacht oder legitimen Macht zugeordnet werden. Insgesamt soll betont werden, dass eine eindeutige Zuordnung der Präventionsleistungen zur Zwangsmacht oder legitimen Macht nur durch eine empirische Befragung von Unternehmen möglich ist.

Auf Basis der theoretischen Annahmen des Slippery Slope Frameworks kann davon ausgegangen werden, dass die ausschließliche Fokussierung auf die Präventionsleistungen „Überwachung“, „Anreizsysteme“, „Vorschriften & Regelwerk“, „Ermittlung“ sowie „Prüfung & Zertifizierung“ eher zu einem antagonistischen Klima führen wird. Nur auf Präventionsleistungen zu setzen, die möglicherweise als Zwang empfunden werden, wird bei vielen Unternehmen das Gefühl erzeugen, dass die Unfallversicherungsträger eher daran interessiert sind, die Unternehmen bei Fehlverhalten zu erwischen, als dabei zu unterstützen, Sicherheit und Gesundheit aktiv zu fördern.

Die Präventionsleistungen „Beratung“, „Information, Kommunikation & Präventionskampagnen“ sowie „Qualifizierung“ sind der legitimen Macht zugeordnet. Auch die ausschließliche Fokussierung auf diese Präventionsmaßnahmen wird sehr wahrscheinlich nur bei wenigen Unternehmen zu allumfassender Compliance mit Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz führen. Nachdem Sicherheit und Gesundheit bei den meisten Unternehmen nicht zum Kerngeschäft zählen, würden ohne Zwang und rein durch legitime Macht wahrscheinlich nur wenige Unternehmen freiwillig umfassende Maßnahmen setzen.

Werden die als Zwang wahrgenommenen Präventionsleistungen mit jenen Präventionsleistungen kombiniert, die eher als legitime Macht empfunden werden, kann rationales Vertrauen in die Unfallversicherung steigen. Während die Compliance von jenen Unternehmen durch Zwangsmacht aufrechterhalten wird, die nur aus Sorge vor Bestrafung in Sicherheit und Gesundheit investieren, wird trotzdem durch die Kombination mit der

legitimen Macht gleichzeitig auch das Vertrauen in die UVT gefördert. Langfristig entstehen dadurch ein Serviceklima und freiwillige Kooperation, bei der sich zunehmend mehr Unternehmen um Sicherheit und Gesundheit bemühen, nicht aus Angst vor Bestrafung, sondern aus Einsicht in den Sinn und Nutzen. Je länger die positive Erfahrung mit der Kombination aus Zwangsmacht und legitimer Macht andauert, desto mehr steht der legitime Sinn und Nutzen von Sicherheit und Gesundheit im Vordergrund. Ein Vertrauensklima und eine Compliance aus Selbstverpflichtung entstehen, wo es Unternehmen selbst ein Anliegen ist, stetig Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz zu verbessern. Im Vertrauensklima kann dann auf Zwangsmaßnahmen verzichtet werden.

6 Conclusio

Die psychologische Compliance-Forschung aus dem Bereich des Steuerverhaltens kann sehr gut auf die Präventionsleistungen im Bereich Sicherheit und Gesundheit übertragen werden. Auch wenn es viele Unterschiede gibt (Terminologien, Definitionen, Theorie-versus Praxis-Bezogenheit, Anzahl und Umfang von gesetzlichen Maßnahmen etc.), geht es am Ende doch um die Kooperation zwischen einer Institution und den Unternehmen auf Basis von komplexen Gesetzen inklusive Kontrollen und Strafen. Einschränkend muss betont werden, dass die Integration der Präventionsleistungen in die Compliance-Forschung (insbesondere dem Slippery Slope Framework) in der vorliegenden Studie theoretisch fundiert ist. Nur eine empirische Überprüfung kann feststellen, ob die theoretischen Annahmen sich auch auf die tatsächlichen Wahrnehmungen und Verhaltensweisen von Unternehmen übertragen lassen. Mittels Fragebogenuntersuchungen unter Unternehmen könnte beispielsweise überprüft werden, welche Präventionsleistungen eher als Zwangsmacht erlebt werden und Reaktanz auslösen oder eher als legitime Macht empfunden werden und damit Vertrauen erhöhen sowie die Motivation, sich aus Selbstverpflichtung heraus um Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz zu bemühen. Durch Feldexperimente (randomized controlled trials) kann überprüft werden, ob die theoretisch abgeleiteten, optimalen Umsetzungsmöglichkeiten der Präventionsleistungen tatsächlich die gewünschten Wirkungen in Bezug auf Motivation und Verhalten bringen oder nicht.

Aus der vorliegenden theoretischen Synthese aus psychologischer Compliance-Forschung und den Präventionsleistungen ergibt sich, dass alle verfügbaren Kommunikationswege für den Ausbau der legitimen Macht genutzt werden sollten. Alle Ankündigungen, Rechnungen, Abrechnungen, Bescheide oder Dokumente, die von den Unfallversicherungsträgern an die Unternehmen gesendet werden, können für den Aufbau von legitimer Macht genutzt werden. Hier kann ein wichtiger Vorteil des Arbeitsschutzes gegenüber dem Steuersystem genutzt werden: Für Unternehmen ist der persönliche Vorteil, der sich aus Arbeitsschutzmaßnahmen beziehungsweise der

Kooperation mit den UVT ergibt, wahrscheinlich direkter als der Vorteil, der sich aus dem Steuersystem ergibt. Eine Versicherung für den Ernstfall, die Sicherstellung von wertvoller Arbeitskraft stellt offensichtlich einen unmittelbareren Nutzen dar als die entfernt positive Wirkung von öffentlichen Gütern, die durch die Steuern bezahlt werden. Diese Betonung des persönlichen Nutzens in der Kommunikation kann sicherlich gut für den Aufbau von Vertrauen und damit Compliance aus Selbstverpflichtung heraus genutzt werden.

Des Weiteren kann aus der vorliegenden Studie abgeleitet werden, dass die Unfallversicherungsträger beziehungsweise die zuständigen Mitarbeiter:innen über sehr gute diagnostische Fähigkeiten verfügen müssen, um die richtigen Maßnahmenkombinationen zu setzen. Eine der zentralsten Kombinationen ist jene aus Zwangsmacht und legitimer Macht beziehungsweise aus der Präventionsleistung Überwachung und allen anderen Präventionsleistungen wie a) Beratung, b) Qualifizierung, c) Information und Kommunikation oder d) Anreizsysteme. Nur durch diese Kombination ist es möglich, Unternehmen, die sich aktuell noch nicht an die Regeln halten, zum einen zur Einhaltung der Regeln zu „zwingen“, aber sie langfristig trotzdem zur Eigeninitiative und Motivation aus Selbstverpflichtung hinzuentwickeln.

Abschließend sei betont, dass Maßnahmen umso wirksamer sind, je schneller und spontaner sie erfolgen. Beispielsweise wirkt Lob (Anreizsystem) stärker, wenn es unmittelbar erfolgt. Genauso wird eine Beratung, die Feedback auf Maßnahmen geben kann, direkt vor Ort im Unternehmen anschaulicher und niederschwelliger erfolgen können, als wenn sie zeitversetzt erfolgt und eventuell gar nicht mehr als relevant angesehen wird.

Die möglichen Synergien zwischen der Compliance-Forschung und den Präventionsleistungen sind offensichtlich. Die Nutzbarmachung der Compliance-Forschung für die Präventionsleistungen hängt allerdings auch von empirischen Analysen und Evaluationen ab, die es dann erlauben, die wirksamsten konkreten Maßnahmen im Alltagshandeln der UVT zu identifizieren und zu stärken.

7 Literaturverzeichnis

- Allingham, M. G., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1(3–4), 323–338.
- Antinyan, A., & Asatryan, Z. (2019). Nudging for tax compliance: A meta-analysis. *ZEW Centre for European Economic Research Discussion Paper*, (19055).

- Batrancea, L., Nichita, A., Olsen, J., Kogler, C., Kirchler, E., Hoelzl, E., ... & Zukauskas, S. (2019). Trust and power as determinants of tax compliance across 44 nations. *Journal of Economic Psychology, 74*, 102191.
- Bellé, N. (2015). Performance-related pay and the crowding out of motivation in the public sector: A randomized field experiment. *Public Administration Review, 75*(2), 230–241.
- Braithwaite, V. (2007). Responsive regulation and taxation: Introduction. *Law & Policy, 29*(1), 3–10.
- Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. Academic Press.
- Castelfranchi, C., & Falcone, R. (2010). *Trust theory: A socio-cognitive and computational model*. John Wiley & Sons.
- Gangl, K., Hofmann, E., & Kirchler, E. (2015a). Tax authorities' interaction with taxpayers: A conception of compliance in social dilemmas by power and trust. *New Ideas in Psychology, 37*, 13–23.
- Gangl, K., Hofmann, E., de Groot, M., Antonides, G., Goslinga, S., Hartl, B., & Kirchler, E. (2015b). Taxpayers' motivations relating to tax compliance: Evidence from two representative samples of Austrian and Dutch self-employed taxpayers. *Journal of Tax Administration, 1*(2), 1–11.
- Gangl, K., Kirchler, E., Lorenz, C., & Torgler, B. (2015c). Wealthy tax non-filers in a developing country. Taxpayer knowledge, perceived corruption and service orientation in Pakistan. CREMA working paper, No. 2015-08.
- Gangl, K., Pfabigan, D. M., Lamm, C., Kirchler, E., & Hofmann, E. (2017). Coercive and legitimate authority impact tax honesty: Evidence from behavioral and ERP experiments. *Social Cognitive and Affective Neuroscience, 12*(7), 1108–1117.
- Gangl, K., Hartl, B., Hofmann, E., & Kirchler, E. (2019). The relationship between Austrian tax auditors and self-employed taxpayers: Evidence from a qualitative study. *Frontiers in Psychology, 10*.
- Gangl, K., van Dijk, W. W., van Dijk, E., & Hofmann, E. (2020). Building versus maintaining a perceived confidence-based tax climate: Experimental evidence. *Journal of Economic Psychology, 81*, 102310.
- Gneezy, U., & Rustichini, A. (2000). A fine is a price. *The Journal of Legal Studies, 29*(1), 1–17.

- Hallsworth, M., List, J. A., Metcalfe, R. D., & Vlaev, I. (2017). The behavioralist as tax collector: Using natural field experiments to enhance tax compliance. *Journal of Public Economics*, *148*, 14–31.
- Hartl, B., Hofmann, E., Gangl, K., Hartner-Tiefenthaler, M., & Kirchler, E. (2015). Does the sole description of a tax authority affect tax evasion? The impact of described coercive and legitimate power. *PLoS ONE*, *10*(4), e0123355.
- Hu, X., Yan, H., Casey, T., & Wu, C. H. (2021). Creating a safe haven during the crisis: How organizations can achieve deep compliance with COVID-19 safety measures in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, *92*, 102662.
- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge University Press.
- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic Psychology*, *29*(2), 210–225.
- Mulder, L. B., Verboon, P., & De Cremer, D. (2009). Sanctions and moral judgments: The moderating effect of sanction severity and trust in authorities. *European Journal of Social Psychology*, *39*(2), 255–269.
- Murphy, K., Hinds, L., & Fleming, J. (2008). Encouraging public cooperation and support for police. *Policing & Society*, *18*(2), 136–155.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, *55*(1), 68.
- Saad, N. (2014). Tax knowledge, tax complexity and tax compliance: Taxpayers’ view. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, *109*, 1069–1075.
- Tanner, C., Gangl, K., & Witt, N. (2019). The German ethical culture scale (GECS): Development and first construct testing. *Frontiers in Psychology*, *10*, 1667.
- Torgler, B. (2003). Tax morale, rule-governed behaviour and trust. *Constitutional Political Economy*, *14*, 119–140.
- Van Prooijen, J. W., Gallucci, M., & Toeset, G. (2008). Procedural justice in punishment systems: Inconsistent punishment procedures have detrimental effects on cooperation. *British Journal of Social Psychology*, *47*(2), 311–324.

- Verboon, P., & van Dijke, M. (2011). When do severe sanctions enhance compliance? The role of procedural fairness. *Journal of Economic Psychology*, 32(1), 120–130.
- Wenzel, M. (2003). Tax compliance and the psychology of justice: Mapping the field. In: Braithwaite, Valerie (Ed.). *Taxing democracy: Understanding tax avoidance and tax evasion* (pp. 41–69). Ashgate.

