



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

Nationalstolz und Steuerehrlichkeit

Verfasser

Juri Lozowoj

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2014

Studienkennzahl: A 298

Studienrichtung: Diplomstudium Psychologie

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Erich Kirchler

Hinweis

In dieser Arbeit wird nur die männliche Geschlechtsbezeichnung verwendet. Sofern nicht ausdrücklich darauf hingewiesen wird, sind dadurch beide Geschlechter gemeint.

Danksagung

Mein besonderer Dank gilt Mag. Dr. Katharina Gangl für die gute Betreuung, die Unterstützung und ihre wertvollen Anmerkungen. Auch bei Univ.-Prof. Dr. Erich Kirchler möchte ich mich für die Möglichkeit zu dieser Diplomarbeit und seine Anregungen bedanken.

Dank möchte ich meinen Eltern, Elvira und Andre, sowie meinem Bruder, Serge, aussprechen für ihre Unterstützung, ihre Geduld und ihren Rat.

Auch bei meinen Freunden, Rouven, Marco und Max, möchte ich bedanken. Besonders danke ich meiner Freundin Nora, für ihre Fürsorge und unschätzbare Unterstützung.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	9
2. Theoretischer Hintergrund.....	12
2.1 Nationalstolz	13
2.1.1 Patriotismus und Nationalismus - Zwei Seiten einer Medaille	13
2.1.2 Patriotismus und Nationalismus - Unabhängige Faktoren.....	17
2.1.3 Unterschiedliche Formen von Patriotismus	20
2.2 Nationalstolz und gemeinnütziges Verhalten	21
2.3 Nationalstolz und Steuerehrlichkeit	23
2.4 Vertrauen, freiwillige Steuerehrlichkeit und Nationalstolz	26
2.5 Soziale Normen und Nationalstolz	31
2.6 Zusammenfassung	33
3. Empirischer Teil	35
3.1 Fragestellung.....	35
3.2 Studie 1 - Framing	38
3.2.1 Stichprobe.....	38
3.2.2 Design und Durchführung.....	39
3.2.3 Material	39
3.2.4 Ergebnisse	42
3.3 Studie 2 - Text.....	45
3.3.1 Stichprobe.....	45
3.3.2 Design und Durchführung.....	46
3.3.3 Material	46
3.3.4 Ergebnisse	47
3.4 Studie 3 - Flagge	49
3.4.1 Stichprobe.....	49
3.4.2 Design und Durchführung.....	50
3.4.3 Material	50
3.4.4 Ergebnisse	51
3.5 Studie 4 - Hymne	54
3.5.1 Stichprobe.....	54

3.5.2 Design und Durchführung	55
3.5.3 Material.....	56
3.5.4 Ergebnisse.....	56
3.6 Studie 5 - Landschaften.....	59
3.6.1 Stichprobe	59
3.6.2 Design und Durchführung	60
3.6.3 Material.....	60
3.6.4 Ergebnisse.....	61
3.7 Studie 6 - Brauchtum.....	64
3.7.1 Stichprobe	64
3.7.2 Design und Durchführung	65
3.7.3 Material.....	65
3.7.4 Ergebnisse.....	66
3.8 Mediationsanalyse	68
3.8.1 Stichprobe, Durchführung und Material.....	70
3.8.2 Ergebnisse.....	70
4. Zusammenfassung der Ergebnisse und Diskussion	74
5. Zusammenfassung.....	80
Literaturverzeichnis	82
Abbildungsverzeichnis.....	90
Tabellenverzeichnis	91
Abstract	92
Abstract (englisch)	93
Anhang A	94
Anhang B	100
Anhang C	101
Anhang D	102
Anhang E.....	103
Anhang F.....	105
Bildquellenverzeichnis.....	107
Eidesstattliche Erklärung	109
Curriculum Vitae.....	111

„Steuern sind unser Beitrag für eine zivilisierte Gesellschaft.“

Oliver W. Holmes (1841 - 1935)

1. Einleitung

Die Bedeutung von Steuern für eine Gesellschaft und die Konsequenzen von Steuerhinterziehungen für die öffentliche Infrastruktur werden am dramatischen Beispiel von Griechenland deutlich. Das Ausmaß der Schattenwirtschaft in Griechenland für 2008 wird von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) (2010) auf 24.65 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) geschätzt. Matsaganis und Flevotomou (2010) errechnen für die Jahre 2004/05, dass 10 Prozent aller Einkommen nicht angegeben wurden. Dabei gehen dem griechischen Staat 26 Prozent seiner Einnahmen verloren. Gleichzeitig betrug die griechische Staatsverschuldung im Jahr 2005 schon 100 Prozent des BIP (EUROSTAT, 2013). Würden nur 1 500 der größten Steuerschuldner ihre Steuern nachzahlen, hätte der griechische Staat für 2013 keine neuen Schulden aufnehmen müssen (Landon & Varvitsioti, 2013). Die mangelnde Steuerehrlichkeit ist einer der Faktoren, die für den Anstieg der griechischen Staatsverschuldung verantwortlich sind, in deren Folge Renten und Sozialleistungen gekürzt und massive Einsparungen im Gesundheitswesen vorgenommen wurden. So fehlen in zahlreichen Krankenhäusern Medikamente sowie Materialien um Untersuchungen und Operationen durchzuführen (DPA, 2012).

So wie Griechenland ist jeder Staat auf die Steuerzahlungen seiner Bürger angewiesen, um seine elementaren Aufgaben, wie das Bildungswesen, die Gesundheitsversorgung die Durchsetzung der Gesetze und die Infrastruktur, erfüllen zu können. Aus diesem Grund gibt es fortwährende politische Bemühungen Steuerschlupflöcher einzudämmen und den Anteil von ehrlich abgeführten Steuern zu erhöhen. Zu diesem Zweck sind politische

Entscheidungsträger unter anderem auf die Ergebnisse der Forschung zum Steuerverhalten angewiesen.

Eine mögliche Beschreibung für das Steuerverhalten liefert das ökonomische Verhaltensmodell (A-S Modell) (Allingham & Sandmo, 1972). In diesem Modell wird angenommen, dass das Steuerverhalten von festen Faktoren, nämlich dem Einkommen einer Person, der Steuerhöhe, der Wahrscheinlichkeit einer Steuerprüfung und der Höhe der Strafe bestimmt wird. Abhängig von seiner persönlichen Risikoneigung wählt jeder Steuerzahler die Rate an ehrlich angegebenen Steuern. Die Urheber des A-S Modells merken an, dass diese Theorie dafür kritisiert werden könnte, dass nicht-monetäre Faktoren darin zu wenig Beachtung finden¹ (Allingham & Sandmo, 1972; Sandmo, 2005).

Tatsächlich wird kritisiert, dass der Anteil ehrlich abgeführter Steuern weit über dem Stand liegt, der nach der ökonomischen Verhaltenstheorie zu erwarten wäre (Alm, 1991; Graetz & Wilde, 1985). Ein Grund hierfür ist, dass die Wahrscheinlichkeit einer Steuerprüfung in vielen Ländern zu gering ist um die tatsächliche Steuerehrlichkeit durch sie zu erklären. So beträgt die Wahrscheinlichkeit einer Steuerprüfung in den Vereinigten Staaten zwischen einem und zwei Prozent (Alm, 1991; Andreoni, Erard & Feinstein, 1998). Um das tatsächlich beobachtete Steuerverhalten besser zu erklären, werden in der Steuerpsychologie Faktoren untersucht, die nicht im ökonomischen Modell enthalten sind. Diese beschreiben zumeist die Beziehungsqualität zwischen den Bürgern und den staatlichen Steuerbehörden und berücksichtigen neben den zuvor genannten klassisch ökonomischen Faktoren Einstellungen zu Steuern, persönliche, soziale und gesellschaftliche Normen, wahrgenommene Möglichkeiten die Steuerlast zu reduzieren sowie verschiedene Aspekte von Gerechtigkeit (Kirchler, 2007).

¹ Aus diesem Grund fügten die Autoren einen weiteren Faktor hinzu, der für den Schaden steht, den das Ansehen einer Person als Mitglied seiner Gemeinde nehmen würde, wenn diese Person bei dem Versuch einer Steuerhinterziehung erappt würde (Allingham & Sandmo, 1972).

Obwohl wichtige Determinanten des Steuerverhaltens, wie Vertrauen und soziale Normen mit der sozialen Identität einer Person verbunden sind (Tyler, 2001; Wenzel, 2005), wurde der Einfluss von Nationalstolz, als eine spezielle Form der sozialen Identität, auf das Steuerverhalten bisher noch kaum untersucht (Torgler, 2003c, 2004). In dieser Arbeit wird die Wirkung des Nationalstolzes, auf das Steuerverhalten mit Hilfe eines experimentellen Designs empirisch überprüft. Dafür wird in Abschnitt 2 der Begriff Nationalstolz beschrieben. Dabei wird insbesondere untersucht, ob Nationalstolz in den zwei unterschiedlichen Formen, Patriotismus und Nationalismus, vorliegen kann, sowie ob diese unabhängig voneinander auftreten können. Danach wird diskutiert, ob auch Patriotismus in mehrere Formen unterteilt werden kann. Diese Unterscheidung erscheint notwendig, um im späteren Verlauf dieser Arbeit nur die positiven Merkmale von Nationalstolz, in Form von Patriotismus, zu verstärken. Danach werden Ergebnisse über den Zusammenhang zwischen Nationalstolz und gemeinnützigem Verhalten vorgestellt. Im Anschluss werden Theorien und Ergebnisse über die Beziehung zwischen Nationalstolz und dem Steuerverhalten sowie zwischen Nationalstolz und wichtigen Faktoren des Steuerverhaltens, nämlich Vertrauen, freiwillige Steuerehrlichkeit und den sozialen Normen, beschrieben.

In Abschnitt 3 werden die Hypothesen präsentiert, die in dieser Arbeit untersucht werden. Danach werden sechs verschiedene Studien beschrieben, in denen jeweils auf unterschiedliche Weise versucht wurde Nationalstolz in der Form von Patriotismus zu manipulieren, um seinen Einfluss auf das Steuerverhalten zu untersuchen. Um eine bessere Vorstellung über die Wirkung von Nationalstolz im Steuerkontext zu erhalten, wurde ebenfalls eine zusammenfassende Mediationsanalyse mit den Daten aus allen sechs Untersuchungen durchgeführt. Die Ergebnisse werden am Ende von Abschnitt 3 präsentiert. Nach der Darstellung der Ergebnisse, werden in Abschnitt 4 die Zusammenfassung der Ergebnisse und die Diskussion vorgestellt. Abschnitt 5 enthält eine Zusammenfassung der gesamten Arbeit.

2. Theoretischer Hintergrund

In dieser Arbeit wird untersucht, ob durch eine Steigerung von Nationalstolz das Steuerverhalten und wichtige Determinanten des Steuerverhaltens positiv beeinflusst werden können. Dafür sollen nur die positiven Eigenschaften des Nationalstolzes, in der Form von Patriotismus, verstärkt werden, während Nationalismus und dessen negative Konsequenzen, wie Fremdenfeindlichkeit und Vorurteile, verhindert werden sollen. Daher wird zu Beginn anhand bisheriger Forschungsliteratur erörtert, ob Nationalstolz in die beiden Komponenten Patriotismus und Nationalismus unterteilt werden kann, oder ob beide nur unterschiedliche Aspekte eines Ganzen darstellen. In Abschnitt 2.1.1 wird zuerst der Standpunkt dargestellt, dass Patriotismus und Nationalismus unteilbar seien, gefolgt von Argumenten für ihre Unabhängigkeit in Abschnitt 2.1.2. Des Weiteren wird in Abschnitt 2.1.3 diskutiert, ob Patriotismus in einen konstruktiven und einen blinden Patriotismus unterteilt werden kann.

Als nächstes werden Ergebnisse vorgestellt, die einen positiven Zusammenhang zwischen Nationalstolz und gemeinnützigem Verhalten, wie karitativer Geldspenden oder kooperativem Verhalten in sozialen Dilemmata aufzeigen. Danach wird ein möglicher Zusammenhang zwischen Nationalstolz und dem Steuerverhalten untersucht, wobei erst eine Studie zwischen Patriotismus und Nationalismus unterscheidet. Es werden auch Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen Nationalstolz und wichtigen Faktoren des Steuerverhaltens vorgestellt. Über den Zusammenhang zwischen Vertrauen und Nationalstolz liegen hingegen bisher keine Ergebnisse vor. Allerdings lassen Untersuchungen über die Interaktion von Nationalstolz und Vertrauen in Bezug auf regelkonformes Verhalten in Gruppen und die Anerkennung von Autoritäten auf einen Zusammenhang in Bezug auf das Steuerverhalten schließen. Danach werden Ergebnisse dazu vorgestellt, wie soziale Normen und Nationalstolz in Bezug auf das Steuerverhalten zusammenhängen.

2.1 Nationalstolz

Angesichts des zwiespältigen Bewertung von Nationalstolz erscheint es notwendig, den Begriff näher zu bestimmen und seine gegensätzlichen Eigenschaften zu betrachten, bevor untersucht werden kann, wie sich Nationalstolz auf das Steuerverhalten auswirkt. Dadurch soll verhindert werden, negative Aspekte des Nationalstolzes zu begünstigen, wie Fremdenfeindlichkeit und ein Überlegenheitsgefühl gegenüber anderen Nationalitäten.

Unter Nationalstolz versteht man die positive emotionale Verbundenheit mit den Errungenschaften und Symbolen der eigenen Nation (Keane, 1994; Müller-Peters, 1998). Die Objekte dieser Verbundenheit können von Person zu Person variieren (Hjerm, 1998). Nationalstolz wird zugleich als multidimensionales Konstrukt definiert (Blank & Schmidt, 1993; zitiert nach Müller-Peters, 1998; De Figueiredo & Elkins, 2003), das aus mindestens zwei Dimensionen, Patriotismus und Nationalismus, besteht (De Figueiredo & Elkins, 2003). Eine Voraussetzung für Nationalstolz stellt die nationale Identität einer Person dar. Als Bewusstsein über die Zugehörigkeit zu einer Nation definiert, stellt die nationale Identität eine spezielle Form der sozialen Identität dar (Hjerm, 1998; Keane, 1994; Müller-Peters, 1998). Die nationale Identität wird beschrieben als ein Gefühl der Zusammengehörigkeit zwischen Personen, die in keinem direkten Kontakt zueinander stehen, das auf einer angenommen Ähnlichkeit in Bezug auf die Sprache, die Traditionen, eine gemeinsame Geschichte und das Leben in einem definierten Territorium basiert (Keane, 1994).

2.1.1 Patriotismus und Nationalismus - Zwei Seiten einer Medaille

Der folgende Abschnitt beschäftigt sich mit den Argumenten dafür, dass Patriotismus und Nationalismus unmittelbar miteinander verbunden sind und daher zwangsläufig gemeinsam auftreten. Positive Gefühle, wie Stolz und Liebe in Bezug auf die eigene Nation und ein Gefühl der Überlegenheit und Feindseligkeit gegenüber anderen Nationalitäten wurden lange Zeit als zwei Seiten einer Medaille angesehen. Besonders im Zuge von

kriegerischen Auseinandersetzungen und Konflikten zwischen Staaten wurde vor Nationalstolz gewarnt (Kosterman & Feshbach, 1989). Zu den berühmten Gegnern des Patriotismus wird Lessing gezählt, der ihn als „heroische Schwachheit, die ich recht gern entbehre“ (Mauthner, 1997, S. 521) bezeichnete. Berühmt geworden ist ebenfalls der Ausspruch des englischen Gelehrten Samuel Johnson „Patriotism ist the last refuge of scoundrel“² (Boswell, 1907, S. 347).

Als eine Folge der Ereignisse während des zweiten Weltkrieges wurden die Konzepte Patriotismus und Nationalismus von Forschern synonym verwendet und als eine Bedrohung für den Frieden wahrgenommen (Kosterman & Feshbach, 1989). In ihrer bedeutenden Studie *The Authoritarian Personality* untersuchten Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson und Sanford (1950) den Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitsdimension Autoritätsgläubigkeit und dem Aufstieg des Faschismus in Europa. Die von ihnen entwickelte E-Skala zur Erfassung von Ethnozentrismus beinhaltet die Dimension Patriotismus, in der die Ablehnung von Fremdgruppen mit positiven Gefühlen für die eigene Gruppe verbunden ist (Adorno et al., 1950; De Figueiredo & Elkins, 2003). In der Skalenbeschreibung von Patriotismus geben die Autoren wiederum an, statt Patriotismus wäre Pseudopatriotismus eine bessere Bezeichnung für diese Skala, da diese nicht die Liebe zum eigenen Land beschreibe, sondern blinde Hingabe und unkritische Konformität in Bezug auf Gruppennormen sowie die Ablehnung anderer Nationen. Außerdem beruhe beim wahren Patriotismus die Verbundenheit mit der eigenen Nation auf einem abwägenden Verständnis und sei nicht verbunden mit einer Ablehnung anderer Gruppen (Adorno et al., 1950).

Als ein weiteres Argument für die Vermischung von Patriotismus und Nationalismus wird der *ingroup bias* angeführt, der bei Experimenten zur *Social Identity Theory* (SIT) (Tajfel, 1982; Turner, Brown & Tajfel, 1979) dokumentiert wurde. Der *ingroup bias*

² Damit kritisierte er aber nicht den Patriotismus an sich, den er sehr schätzte, sondern lediglich das Vortäuschen von Patriotismus zum Zweck, die eigenen, egoistischen Ziele zu erreichen (Johnson, 1774; Griffin, 2005).

beschreibt, dass eigene Gruppenmitglieder gegenüber anderen Personen bevorzugt werden. In Experimenten zur SIT wurden Versuchspersonen zu verschiedenen Gruppen zugeteilt, zum Beispiel anhand ihrer Präferenzen für einzelne abstrakte Gemälde aus einer Reihe. Danach mussten die Personen Belohnungen zwischen den Mitgliedern ihrer eigenen und anderer Gruppen verteilen oder Beurteilungen über die Mitglieder abgeben. Dabei konnte eine Bevorzugung der eigenen Gruppenmitglieder gegenüber den Mitgliedern anderer Gruppen gezeigt werden (Tajfel, 1982; Turner et al., 1979). Obwohl die Autoren in ihren Experimenten niemals explizit feindseliges Verhalten gegen Mitglieder anderer Gruppen beobachtet haben, war der Schritt von der Bevorzugung der eigenen Gruppe zur Feindseligkeit gegenüber anderen Gruppen für viele naheliegend und unumgänglich.

Die Ursache für den ingroup bias, beruht nach der SIT auf dem Streben nach einem positiven Selbstbild. Ein positiver Selbstwert wird durch einen positiven Vergleich der eigenen Gruppe mit einer relevanten anderen Gruppe erreicht. Die Begründer des ingroup bias gehen jedoch nicht davon aus, dass dieser notwendigerweise zu einer Abneigung oder Feindseligkeit gegenüber Mitgliedern anderer Gruppen führt. Stattdessen würden die Zuneigung zur eigenen Gruppe sowie zu Fremdgruppen unabhängige Faktoren darstellen. Übereinstimmend damit war in ihrer Untersuchung die Zuneigung gegenüber der Fremdgruppe unabhängig von der monetären Bevorzugung der eigenen Gruppe (Turner et al., 1979). Für den hier zu untersuchenden Zusammenhang zwischen Patriotismus und Nationalismus bedeutet der ingroup bias, dass die Identifikation mit und Zuneigung zur eigenen Nation unabhängig von der Bewertung anderer Nationen oder Gruppen ist.

Patriotismus und Nationalismus wurden lange Zeit als austauschbare Konzepte und als Gegenteil des Internationalismus betrachtet (Ferguson, 1942; Stagner, 1940). Positive Gefühlen für die eigene Nation oder Gruppe und negativen Gefühlen gegenüber fremden Nationen wurden als untrennbar angesehen (Kosterman & Feshbach, 1989). Damit wird Nationalstolz in die Nähe des Ethnozentrismus gerückt, in welchem Loyalität und

Opferbereitschaft für die eigene Gruppe und Ablehnung und Feindschaft für Außenstehende miteinander verbunden werden (Brewer, 1999; De Figueiredo & Elkins, 2003; Sumner, 1940). Sowohl die Loyalität zur eigenen Gruppe als auch die Ablehnung und der Kampf gegen andere Gruppen beruhen beide auf dem zwangsläufigen Wettstreit um knappe Ressourcen. Dabei stellt der Zugewinn für die eigene Gruppe einen Verlust der anderen Gruppen dar und umgekehrt. Beide seien „common products of the same situation“ (Sumner, 1940, S. 13). Nach der *Realistic Group Conflict* Theorie führt eine Konkurrenz um Güter oder Gruppeninteressen dazu, dass die Identifikation, der Zusammenhalt und soziale Kohäsionskräfte zunehmen und gleichzeitig Vorurteile und die Abwertung gegenüber anderen Gruppen ansteigen. Die bedrohten Güter oder Interessen einer Gruppe können auch sozialer Natur, zum Beispiel Status, sein. Der Konflikt um diese Interessen kann auch nur in der Vorstellung der Gruppe bestehen (Brown, 1995; De Figueiredo & Elkins, 2003).

Eine quasiexperimentelle Untersuchung bestätigte diese Annahmen für eine reale Konfliktsituation zwischen englischen Passagieren einer Fähre über den Ärmelkanal und französischen Fischern. Personen, die sich stärker mit ihrer Nation identifizierten und in der Konfliktbedingung waren, zeigten negativere Einstellungen gegenüber der Fremdgruppe (Brown et al., 2001). Ebenso hatten Teilnehmer, die sich als Vertreter einer Gruppe auf Tarifverhandlungen vorbereitet hatten, eine feindseligere Haltung gegenüber der Fremdgruppe, wenn sie zuvor kompetitive Zielvorgaben erhalten haben als Personen mit kooperativen Zielvorgaben (Rabbie et al., 1974). Diese Ergebnisse weisen zum einen darauf hin, dass durch Konflikte zwischen Gruppen bzw. Nationen sowohl Patriotismus als auch Nationalismus herbeigeführt wird. Zum anderen würde im Fall eines Konflikts ein Anstieg von Patriotismus auch zu mehr Nationalismus führen. Konfliktsituationen stellen somit einen Sonderfall für den Zusammenhang zwischen Patriotismus und Nationalismus dar.

2.1.2 Patriotismus und Nationalismus - Unabhängige Faktoren

Dieser Abschnitt behandelt die Argumente aus der Forschungsliteratur, die darauf hinweisen, dass Patriotismus und Nationalismus unabhängige Bestandteile von Nationalstolz sind. Diese Unterscheidung wird beispielsweise von Doob vertreten (1964; zitiert nach Kosterman & Feshbach, 1989). Er kommt zu dem Schluss, dass "there is no reason to suppose that the personality traits associated with love of country are the same as those connected with hostility toward foreign countries or foreigners" (S. 128; zitiert nach Kosterman & Feshbach, 1989, S. 260). In seiner theoretischen Arbeit über die Natur von Vorurteilen schreibt Allport (1954), dass die Zuneigung und Identifikation mit der eigenen Gruppe mit dem gesamten Spektrum an Gefühlen gegenüber einer fremden Gruppe verbunden sein kann, dieses reicht von Abneigung bis hin zu Toleranz und Akzeptanz. Die Zugehörigkeit zu einer Gruppe verändert sich auch über verschiedene Ebenen hinweg. So können die Mitglieder einer Fremdgruppe, zum Beispiel der Nachbarstadt, auf einer übergeordneten Ebene, zum Beispiel der Region, Mitglieder der eigenen Gruppe sein (Allport, 1954). Diese aufsteigende Gruppenidentifikation setzt voraus, dass sich die Bedürfnisse der unterschiedlichen Gruppen nicht widersprechen (Brewer, 1999). Folglich schließen sich Patriotismus und ein Selbstverständnis als Weltbürger nicht gegenseitig aus (Allport, 1954).

Die Unabhängigkeit von Patriotismus und Nationalismus konnte in empirischen Untersuchungen bestätigt werden. Bei einer Untersuchung mit Hilfe von Fragebögen zum Thema Patriotismus, Nationalismus und politische Einstellungen ergab eine Faktorenanalyse, dass Patriotismus und Nationalismus unabhängige Faktoren darstellen. Die Items zu Patriotismus beschrieben eine emotionale Verbundenheit mit der eigenen Nation (hier die USA), während die Items zu Nationalismus eine Überlegenheit der eigenen Nation gegenüber anderen Nationen beschrieben. Beide Faktoren waren unabhängig und korrelierten nur gering miteinander ($r < .30$) (Kosterman & Feshbach, 1989).

Dieses Ergebnis konnte auch für zwei japanische Stichproben bestätigt werden. In einer Fragebogenuntersuchung über Einstellungen zur eigenen Nation wurden Patriotismus, Nationalismus, Verbundenheit mit nationalen Kulturgütern und Internationalismus als eigenständige Faktoren festgestellt. Der Faktor Verbundenheit mit nationalen Kulturgütern erfasst unter anderem, wie sehr einer Person die Nationalhymne und die Flagge (von Japan) gefallen und wie sehr sie von diesen emotional berührt werden. Dieser Faktor war gleichermaßen mit Patriotismus ($r = .49$) und Nationalismus ($r = .52$) verbunden. Patriotismus und Nationalismus dagegen hingen geringer aber deutlich miteinander zusammen ($r = .45$). Im Gegensatz zu Nationalismus war Patriotismus nicht mit der Ablehnung anderer Nationen wie Russland, mit dem Japan in Grenzstreitigkeit verwickelt ist, verbunden (Karasawa, 2002). Diese Ergebnisse konnten auch für Stichproben aus den USA und Israel bestätigt werden³ (Sidanius et al., 1997).

In einer weiteren Untersuchung wurde gezeigt, dass Patriotismus und Nationalismus unterschiedlich mit Vorurteilen gegenüber Immigranten zusammenhängen. Dazu wurden die Daten folgender internationaler und nationaler Fragebogenuntersuchungen analysiert: International Social Survey Program (ISSP), World Value Survey (WVS) und General Social Survey (GSS). Ein Auswahlkriterium dabei war, dass Items zur Erfassung von Nationalstolz und der Einstellung gegenüber Immigranten enthalten sein mussten. Eine explorative und eine konfirmatorische Faktorenanalyse der Items aus der Skala *Nationalstolz* des ISSP brachten die Faktoren Patriotismus und Nationalismus hervor. Die Items des Faktors Patriotismus beschreiben den Stolz auf die wirtschaftlichen und demokratischen Errungenschaften des eigenen Landes. Während sich die Items des Faktors Nationalismus auf die Überlegenheit der eigenen Nation gegenüber anderen Nationen beziehen. Als weiterer Unterschied hatte Nationalismus einen starken Zusammenhang mit Vorurteilen gegenüber Immigranten.

³ Für die Gruppe der US-Amerikaner mit europäischer Abstammung konnte allerdings ein Zusammenhang zwischen Patriotismus und der Meinung, dass andere Gruppen unterlegen wären, beobachtet werden.

Patriotismus stand in einem sehr geringen negativen Zusammenhang zu Vorurteilen. Daraus schließen die Autoren, dass Nationalstolz aus den beiden Komponenten Patriotismus und Nationalismus besteht. Diese hängen positiv mit einander zusammen, haben aber ansonsten eine sehr unterschiedliche Beziehung zu Fremdenfeindlichkeit (De Figueiredo & Elkins, 2003).

Es konnte außerdem gezeigt werden, dass Patriotismus und Nationalismus auf unterschiedlichen Vergleichsprozessen beruhen und durch Aktivierung des jeweiligen Vergleichs unabhängig voneinander hervorgerufen werden können (Mummendey et al., 2001). Nationalismus basiert demnach auf einem Vergleich zwischen zwei Gruppen bzw. Nationen. Patriotismus hingegen bedarf keiner anderen Referenzgruppe und kann zum Beispiel durch einen Vergleich mit einer zeitlich früheren Situation im eigenen Land ausgelöst werden. Um zu untersuchen, ob Patriotismus und Nationalismus bei Versuchsteilnehmern evoziert werden könnten, stellen Mummendey et al. (2001) ein Priming vor, das auf zwei unterschiedlichen Vergleichsprozessen basiert. In der Primingbedingung für Nationalismus mussten die Versuchspersonen drei Gründe dafür nennen, warum sie lieber in ihrem Land leben im Vergleich zu anderen Nationen. Anschließend wurden ihnen weitere Informationen präsentiert, welche die Ausrichtung der positiven Bewertung ihrer eigenen Nation verstärkten. Darin wurde auf die Vorteile des eigenen Landes in Bezug auf das Gesundheitswesen, das Sozialversicherungssystem und die demokratischen Institutionen gegenüber anderen, unbestimmten Ländern hingewiesen. In der Bedingung für Patriotismus sollten die Teilnehmer drei Gründe dafür angeben, warum sie lieber heute in ihrem eigenen Land leben als zu einer früheren Zeit. Nachfolgend wurden weitere Aussagen präsentiert, nach denen das Gesundheitssystem, das Sozialversicherungssystem und die demokratischen Institutionen sich im Vergleich zur Vergangenheit in ihrem Land verbessert haben.

Die Ergebnisse der nachfolgend erfassten Ablehnung von Fremdgruppen, der Identifikation mit der eigenen Gruppen und der positiven Bewertung der eigenen Gruppe

bestätigten, dass Patriotismus und Nationalismus unabhängig voneinander auftreten und durch unterschiedlich ausgerichtete Vergleichsprozesse hervorgerufen werden (Mummendey et al., 2001). Bei einem Vergleich in Bezug auf andere Nationen hing die Identifikation mit und die positive Bewertung der eigenen Gruppe mit der Ablehnung von Fremdgruppen zusammen. Zeitgleich gab es bei einem zeitlich orientierten Vergleich keinen Zusammenhang zwischen der positiven Bewertung der eigenen Gruppe und der Ablehnung anderer Gruppen. Diese Manipulation von Patriotismus und Nationalismus wurde in der vorliegenden Arbeit verwendet, nämlich vollständig in Studie 1 und teilweise in Studie 2.

2.1.3 Unterschiedliche Formen von Patriotismus

Nachdem gezeigt werden konnte, dass Nationalstolz in zwei unterschiedlichen Formen, nämlich Patriotismus und Nationalismus, vorliegen kann, wird im Folgenden untersucht, ob Patriotismus ebenfalls in verschiedenen Ausprägungen vorkommt. Dazu wird die Einteilung in blinden und konstruktiven Patriotismus sowie die Kritik an dieser Unterteilung vorgestellt.

Blinder Patriotismus steht für eine bedingungslos positive Beurteilung der eigenen Nation, wobei jede Kritik an dieser als illoyal abgelehnt wird (Staub, 1997). Konstruktiver Patriotismus wird beschrieben als kritische Verbundenheit, die von einem Streben nach positiver Veränderung angetrieben wird und Gruppennormen in Frage stellt (Schatz et al., 1999). Beide Konstrukte stehen in unterschiedlichen Beziehungen zu verschiedenen politischen Einstellungen. Der konstruktive Patriotismus korreliert mit der Vorstellung, die politischen Zustände im Land erfolgreich ändern zu können, sowie mit der Zeit, die für das Sammeln von politikbezogener Information und politische Aktivitäten aufgewendet wird. Blinder Patriotismus hingegen hängt positiv mit Nationalismus und der Angst vor ausländischen Aggressoren und fremden kulturellen Einflüssen zusammen (Schatz et al., 1999).

An dieser Einteilung wird besonders die Beschreibung des konstruktiven Patriotismus kritisiert (Huddy & Khatib, 2007). Demnach wird im konstruktiven Patriotismus die Verbundenheit mit der eigenen Nation mit anderen Konzepten wie politischem Interesse und politischer Betätigung konfundiert. Gestützt durch Ergebnisse, nach denen konstruktiver Patriotismus nur gering mit der Identifikation mit der eigenen Nation zusammenhängt, bleibt es fraglich, ob dieses Konzept tatsächlich eine Form des Patriotismus oder lediglich politisches Interesse erfasst (Huddy & Khatib, 2007). Es wird auch angemerkt, dass einige Items des blinden Patriotismus den Items zum konstruktiven Patriotismus entsprechen, zum Beispiel „5. For the most part, people who protest and demonstrate against U.S. policy are good, upstanding, intelligent people.“ oder „7. If another country disagreed with an important United States policy that I knew little about, I would not necessarily support my country’s position.“ (Schatz et al., 1999, S. 159). Diese Items ähneln dem Item „15. If you love America, you should notice its problems and work to correct them.“ (Schatz et al., 1999, S. 159) aus der Skala zum konstruktiven Patriotismus, wodurch die Trennung der beiden Konzepte in Frage gestellt wird. Weiter wird kritisiert, dass alle Items zur Messung des konstruktiven Patriotismus positiv formuliert sind und damit das Antwortmuster Akquieszens (Ja-Sage-Tendenz) unterstützen. Gleichzeitig ist es kaum möglich negativ formulierte Items zum konstruktiven Patriotismus zu erstellen, da man entscheiden müsste, ob es verneint wird für eine positive Veränderung des Landes zu arbeiten oder, ob das Streben nach Veränderung aus der Verbundenheit zur Nation resultiert (Huddy & Khatib, 2007).

2.2 Nationalstolz und gemeinnütziges Verhalten

Zu den positiven Aspekten von Nationalstolz gehört, dass es in einem positiven Zusammenhang mit gemeinnützigem Verhalten steht. In diesem Abschnitt werden empirische Ergebnisse vorgestellt, die einen solchen Zusammenhang aufzeigen. In einer Untersuchung über das Zurschaustellen der US-Flagge direkt nach dem 11. September 2001 wurde ein

positiver Zusammenhang zwischen Nationalstolz in der Form von Patriotismus mit gemeinnützigem Verhalten, wie Blutspenden und wohltätigen Geldspenden gefunden (Skitka, 2005). Untersucht wurde, ob die Zurschaustellung der US-Flagge nach dem 11. September 2001 von 70 bis 80 Prozent der Bevölkerung eher durch einen erstarkten Patriotismus, Nationalismus oder eine Kombination aus beiden erklärt werden konnte. Dazu wurde eine repräsentative Zufallsstichprobe auf die Häufigkeit und die Art der Zurschaustellung der US-Flagge, Nationalismus, wahrgenommene Bedrohung durch Terrorismus, Patriotismus, moralische Empörung und gemeinnütziges Verhalten, wie Blutspenden und Geldspenden an wohltätige Organisationen befragt. Dabei wurde unter anderem gefunden, dass die Art und die Häufigkeit der Zurschaustellung der Flagge am besten durch gemeinnütziges Verhalten und Patriotismus vorausgesagt werden kann. Es wurde kein Zusammenhang zwischen Nationalismus und der Zurschaustellung der Flagge oder zwischen Nationalismus und Patriotismus gefunden. Positiv korrelierten hingegen gemeinnütziges Verhalten und Patriotismus (Skitka, 2005).

In einer Reihe von Experimenten zum sozialen Dilemma des Trittbrettfahrens konnte gezeigt werden, dass die Identifikation mit einer Gruppe die Wahrscheinlichkeit des Trittbrettfahrens verringert (Dawes, van de Kragt & Orbell, 1990). Die Teilnehmer erhielten einen bestimmten Geldbetrag und mussten sich entscheiden, ob sie diesen Betrag behalten oder an die Gruppe zurückgeben. Wenn mindestens die Hälfte der Gruppenmitglieder die zweite Option wählt, würden alle Gruppenmitglieder das Doppelte des ursprünglichen Geldbetrags erhalten. In einer Versuchsbedingung wurde zusätzlich manipuliert, ob die Teilnehmer selber ihren Betrag abgeben mussten um bei der Rückzahlung berücksichtigt zu werden. Dadurch wurde beeinflusst, ob die vorherrschende Strategie Kooperation oder Nicht-Kooperation ist. Dabei zeigte sich, dass sich Personen, die sich mit der Gruppe identifizierten, mit einer Wahrscheinlichkeit von 75 bis 85 Prozent kooperativ verhielten, während ohne Identifikation diese Wahrscheinlichkeit zwischen 30 und 45 Prozent lag (Dawes et al., 1990).

Des Weiteren spielt Nationalstolz eine wichtigere Rolle bei der Entscheidung, sich freiwillig für den Militärdienst zu melden, als ökonomische Gründe (Burk, 1984). Mit Hilfe von Daten aus dem National Longitudinal Survey of Youth für das Jahr 1980 wurde untersucht, welche Gründe einen Einfluss auf die Entscheidung haben, sich freiwillig für den Militärdienst zu bewerben. Die repräsentative Stichprobe bestand aus Zivilisten, von denen sich ein Teil bereits freiwillig gemeldet hatte, und Militärangehörigen. Bei denen, die sich bereits freiwillig gemeldet hatten, aber ihren Militärdienst noch nicht angetreten haben, war Nationalstolz, definiert als der Wunsch dem eigenen Land zu dienen, der Hauptgrund für diese Entscheidung. Eine Clusteranalyse aller Antworten ergab drei verschiedene Cluster. Im größten Cluster hatte Nationalstolz als Beweggrund die höchste relative Bedeutung. Das zweite Cluster wurde vor allem von wirtschaftlichen Motiven und Cluster drei vom Wunsch nach neuen Erfahrungen bestimmt. Demnach stellt Nationalstolz eines der wichtigsten Motive für einen freiwilligen Militärdienst dar (Burk, 1984), was eine Form von gesellschaftlich kooperativem Verhalten darstellt.

2.3 Nationalstolz und Steuerehrlichkeit

Nachdem einige Beispiele dafür gezeigt werden konnten, dass Nationalstolz mit gemeinnützigem Verhalten zusammenhängt, werden im Folgenden Ergebnisse präsentiert, die zeigen, dass Nationalstolz auch mit einer anderen Form des sozialdienlichen Verhaltens, dem Steuerzahlen, zusammenhängt oder dieses eventuell sogar kausal beeinflusst.

Besonders in Kriegszeiten wurde häufig versucht, durch eine Steigerung der patriotischen Gefühle die Bevölkerung dazu zu motivieren, sich an der militärischen und wirtschaftlichen Mobilmachung zu beteiligen. Bereits im ersten Weltkrieg wurde versucht den Einfluss von Nationalstolz auf das Steuerverhalten zu nutzen (Anderson, 1917; Durand, 1917). Zum Eintritt der USA in den ersten Weltkrieg beschäftigte man sich mit der Frage, auf welche Art die Kosten des Krieges durch die Nation am besten aufgebracht werden könnten.

Dabei wurde argumentiert, dass eine unmittelbare Besteuerung vorzuziehen ist, da der anhaltend hohe Nationalstolz in der Bevölkerung während des Krieges die Bereitschaft Steuern zu zahlen erhöht. Würden hingegen die Kriegskosten durch Schulden oder Krieganleihen getragen, müssten diese durch Steuern nach dem Krieg abbezahlt werden, wenn der Nationalstolz in der Bevölkerung und damit auch die Steuermoral wieder gesunken sei. Die Bemühungen des damaligen US-amerikanischen Finanzministers McAdoo, den ersten Weltkrieg vor allem durch Krieganleihen zu finanzieren, bezeichnet er selbst als „capitalizing patriotism“ (Kang & Rockoff, 2006, S. 2).

Bisher gibt es noch keine Berichte darüber, ob es möglich, ist durch eine Anhebung des Nationalstolzes die Steuerehrlichkeit in Friedenszeiten zu beeinflussen. Es liegen allerdings Studien über Korrelationen zwischen der Steuermoral und einzelnen Items zum Nationalstolz vor. Für Russland wurde ein positiver Zusammenhang zwischen Steuermoral und Nationalstolz für die Jahre 1991, 1995 und 1999 berichtet (Alm et al., 2006). Der gleiche Zusammenhang konnte auch für fünf Staaten, die aus der ehemaligen Sowjetunion hervorgegangen sind, und fünf Staaten aus Zentral- und Osteuropa sowie für Kanada beobachtet werden (Torgler, 2003a, 2003c). Für Österreich (Torgler & Schneider, 2005), die Schweiz, Belgien (Torgler & Schneider, 2007) sowie Spanien (Martinez-Vazquez & Torgler, 2009) konnte ebenfalls ein Zusammenhang zwischen Nationalstolz und der Steuermoral gezeigt werden. Es konnte auch ein negativer Zusammenhang zwischen Nationalstolz und dem Item, dass es *niemals* (1) bzw. *immer* (10) gerechtfertigt ist staatliche Unterstützung zu beanspruchen, auf die man kein Anrecht hat, gezeigt werden (Heinemann, 2008).

An diesen Studien wird kritisiert, dass sich die Kontrollvariablen in den meisten Studien unterscheiden (Konrad & Qari, 2012). Risikoaversion wird nur in einer einzigen Studie als Kontrollvariable verwendet (Torgler & Schneider, 2007). Weitere Kontrollvariablen, die in einigen, aber nicht allen Studien verwendet wurden, sind die allgemeine Zufriedenheit, die Zufriedenheit mit der eigenen finanziellen Situation, das

Einkommen, die Häufigkeit der Kirchenbesuche, die Bewertung der Demokratie im eigenen Land und das Ausmaß der direkten Demokratie (Torgler, 2003a, 2003c, 2004; Torgler & Schneider, 2005, 2007). Da außerdem nur jeweils ein Item dazu verwendet wird Nationalstolz zu erfassen, gibt es keine Möglichkeit zwischen Patriotismus und Nationalismus zu unterscheiden (Konrad & Qari, 2012).

In einer weiteren Untersuchung konnte gezeigt werden, dass Nationalstolz in Form von Patriotismus mit Steuerehrlichkeit aber nicht mit der Ablehnung von Immigranten verbunden ist (Konrad & Qari, 2012). Dabei wurde auch tendenziell ein Hinweis auf eine kausale Wirkung von Nationalstolz auf die Steuerehrlichkeit gefunden (Konrad & Qari, 2012). Die Daten für diese Untersuchung wurden aus dem ISSP entnommen. Insgesamt wurde eine Stichprobe von 9 973 Teilnehmern aus acht verschiedenen Nationen untersucht. Dazu gehörten die USA, Österreich, Irland, die Niederlande, Polen, Kanada, Portugal und Uruguay. Dabei konnte ein positiver Zusammenhang zwischen Nationalstolz in Form von Patriotismus und Steuerehrlichkeit nachgewiesen werden. Dabei wird mit Hilfe eines Items, das die Einstellungen gegenüber Immigranten erfasst, kontrolliert, ob erfolgreich zwischen Patriotismus und Nationalismus unterschieden werden konnte. Es konnte gezeigt werden, dass Personen mit hohen Werten in Patriotismus eine positive Meinung über Immigranten haben. Durch eine instrumentelle Variable wurde überprüft, ob Nationalstolz die Steuerehrlich kausal beeinflusst. Als instrumentelle Variable Z wurde die aktive Mitgliedschaft in einem Sportverein ausgewählt. Dabei wird angenommen, dass Menschen, die sich in Netzwerken und Gruppen betätigen, wie zum Beispiel Sportvereinen, ein höheres Maß an Nationalstolz aufweisen (Huddy, 2001; Huddy & Khatib, 2007). Wenn die Mitgliedschaft in einem Sportverein positiv mit der Steuerehrlichkeit zusammenhängt und dieser Zusammenhang nur über Nationalstolz erklärt werden kann, dann sollte Nationalstolz die Steuerehrlichkeit kausal beeinflussen. Dieser Zusammenhang konnte, zumindest tendenziell, gezeigt werden (Konrad & Qari, 2012).

2.4 Vertrauen, freiwillige Steuerehrlichkeit und Nationalstolz

Nachdem der Zusammenhang zwischen Steuerverhalten und Nationalstolz betrachtet wurde, wird als nächstes der Zusammenhang zwischen einem wichtigen Faktor des Steuerverhaltens, dem Vertrauen, und Nationalstolz untersucht. Um zu verstehen, ob und wie Nationalstolz und Vertrauen in Bezug auf das Steuerverhalten miteinander verbunden sind, werden Theorien und Erkenntnisse aus dem Slippery Slope Framework (SSF) (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008) und dem Konzept des *social trust* (Tyler, 2001) vorgestellt. Zunächst wird der Einfluss von Vertrauen auf das Steuerverhalten anhand des SSF beschrieben. Anschließend wird der Zusammenhang und die Wechselwirkung zwischen Vertrauen und Nationalstolz betrachtet. Der Zusammenhang zwischen Vertrauen und Nationalstolz wurde bisher nur in Bezug auf das Befolgen von Gruppenregeln und die Anerkennung von Autoritäten untersucht. Es liegen bisher keine Ergebnisse über eine Wechselwirkung auf das Steuerverhalten vor.

Vertrauen in Autoritäten wird von Tyler (2001) definiert als Attribution über die Motive und Interessen einer Autorität. Vertrauen in eine Autorität bedeutet die Annahme, dass deren Absichten wohlwollend und teilnahmsvoll sind. Über eine vertrauenswürdige Autorität wird angenommen, dass sie sich um die Bedürfnisse der betreffenden Personen sorgt, dass ihr deren Wohlergehen am Herzen liegt, dass sie sich für die Meinung der Betroffenen interessiert und diese bei Entscheidungen berücksichtigt und versucht fair zu den Menschen zu sein (Tyler, 2001). In Bezug auf die Steuerbehörde wird Vertrauen dementsprechend als die allgemeine Auffassung von Individuen und Gruppen definiert, dass die Steuerbehörde wohlwollend ist und positiv zum Allgemeinwohl beiträgt (Kirchler et al., 2008).

Um den Zusammenhang zwischen dem Verhalten der Steuerbehörden gegenüber Steuerzahlern und der Steuerehrlichkeit zu untersuchen, wurden in einer Studie Fragebögen an alle 26 Kantone in der Schweiz versendet (Feld & Frey, 2002). In diesen wurde unter

anderem danach gefragt, wie die Steuerbeamten den Steuerzahlern bei alltäglichen Steuerprüfungen begegnen bzw. diese behandeln, insbesondere wenn angenommen wird, dass nicht das gesamte Einkommen angegeben wurde. Die Ergebnisse zeigten eine positive Korrelation zwischen dem Ausmaß an direkter Demokratie in einem Kanton und dem Vertrauen der Steuerbehörde in die Steuerzahler (Feld & Frey, 2002). Damit geht beispielsweise die Annahme einher, dass Fehler bei der Steuererklärung nicht begangen wurden um absichtlich davon zu profitieren. Auch wurden Personen in Kantonen mit mehr demokratischen Einflussmöglichkeiten respektvoller behandelt, wenn sie ihr Einkommen zu gering angegeben hatten. Gleichzeitig werden unkooperative Steuerzahler in Kantonen, die über mehr direkte Demokratie verfügen, strenger bestraft, während geringe Steuervergehen weniger streng bestraft werden. Daraus schließen die Autoren auf das Bestehen eines impliziten psychologischen Vertrages zwischen den Steuerzahlern und der Steuerbehörde, dessen Grundlage das gegenseitige Vertrauen beider bildet (Feld & Frey, 2002).

Eine Reihe von Untersuchungen beschäftigte sich anhand von Daten aus dem WVS und dem EVS mit dem Zusammenhang zwischen der Steuermoral und dem Vertrauen in staatliche Institutionen, wie dem Rechtssystem, der Regierung und dem Parlament. Dabei wurde ein positiver Zusammenhang zwischen Vertrauen und der Steuermoral für 17 europäische Länder gefunden sowie eine Korrelation zwischen dem Vertrauen in Amtsträger und der Steuermoral (Torgler, 2003b). Dieser Zusammenhang wurde nochmals bestätigt für fünf Länder der ehemaligen Sowjetunion, Bulgarien und Slowenien (Torgler, 2003a), Österreich (Torgler & Schneider, 2005), Kanada (Torgler, 2003c) sowie für die Schweiz, Belgien (Torgler & Schneider, 2007) und Spanien (Martinez-Vazquez & Torgler, 2009).

Das Vertrauen in die Regierung, entnommen aus dem WVS, wurde auch auf einen Zusammenhang mit der Schattenwirtschaft in 47 Ländern untersucht (Richardson, 2008). Die Schattenwirtschaft wurde als Ersatz für ein direktes Maß an Steuerhinterziehung ausgewählt und mit Hilfe des World Competitiveness Report des Weltwirtschaftsforums und des World

Competitiveness Year Book des Institute of Mangement Development für die Jahre 2002 bis 2004 erfasst. Demzufolge geht ein geringes Vertrauen in die Regierung mit einer größeren Schattenwirtschaft und damit auch mehr Steuerhinterziehung einher (Richardson, 2008).

In einer weiteren Studie wurden über 2 000 Personen befragt, die beschuldigt waren Steuern hinterzogen zu haben (Murphy, 2004). Mit Hilfe eines Fragebogens wurden die Variablen prozedurale Gerechtigkeit, Vertrauen, Widerstand gegen die Steuerbehörde, Vorteil aus der Entscheidung der Steuerbehörde und demografische Kontrollvariablen erhoben. Zunächst fiel dabei auf, dass das Vertrauen in die Steuerbehörde bei den Personen, denen Steuerhinterziehung vorgeworfen wurde, geringer war als in der Allgemeinbevölkerung. Des Weiteren wurde eine negative Korrelation zwischen Vertrauen und dem Widerstand gegen die Steuerbehörde berichtet, wobei dieser Zusammenhang größer war als der Zusammenhang zwischen dem Vorteil aus der Entscheidung der Steuerbehörde und dem Widerstand gegen die Steuerbehörde (Murphy, 2004). Eine positive Korrelation wurde zwischen der prozeduralen Gerechtigkeit und Vertrauen gefunden. Bei einer anschließenden Untersuchung anhand eines Struktur-Gleichungs-Modells konnte gezeigt werden, dass Widerstand ausreichend durch Vertrauen vorhergesagt werden kann, und dass Vertrauen durch prozedurale Gerechtigkeit vorhergesagt werden kann. Dies wird als Hinweis darauf interpretiert, dass Vertrauen ursächlich ist für die mangelnde Kooperation mit der Steuerbehörde und nicht nachträglich dazu verwendet wird diese zu rationalisieren. Ebenso scheint die Wahrnehmung, durch die Steuerbehörde unfair behandelt worden zu sein, das Vertrauen in die Steuerbehörde zu beeinflussen (Murphy, 2004).

Aufbauend auf diesen Erkenntnissen wurde im SSF ein Modell des Steuerverhaltens entwickelt, das auf den beiden Faktoren Macht der Steuerbehörde und Vertrauen in die Steuerbehörde beruht (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008). Demnach kann das Verhalten der Steuerbehörde gegenüber dem Steuerzahler entweder zu einem antagonistischen oder einem synergetischen Verhältnis zwischen diesen führen. Das antagonistische Verhältnis ist geprägt

von Misstrauen auf Seiten der Behörden sowie individueller Profitmaximierung und Ablehnung auf Seiten des Bürgers. Demnach führen Strafen und Kontrollen zu einer höheren erzwungenen Steuerehrlichkeit, aber verringern gleichzeitig die freiwillige Steuerehrlichkeit. Im antagonistischen Verhältnis muss Steuerehrlichkeit durch die Steuerbehörde erzwungen werden und hängt von der Wahrscheinlichkeit einer Steuerprüfung und der Höhe einer Strafe oder eines Bußgeldes ab. Die Macht des Staates bestimmt hierbei das Ausmaß der Steuerehrlichkeit. Das synergetische Verhältnis hingegen ist von einem Serviceklima sowie einem freundlichen und respektvollen Umgang der Steuerbehörde mit dem Bürger geprägt. Der Steuerzahler identifiziert sich mit den Zielen der Steuerbehörde und fühlt sich verpflichtet Steuern zu zahlen (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008). Empirisch konnte bestätigt werden, dass Vertrauen zu freiwilliger Steuerehrlichkeit und Macht zu erzwungener Steuerehrlichkeit führt (Kogler et al., 2013; Wahl, Kastlunger & Kirchler, 2010).

Dass Vertrauen mit Nationalstolz zusammenhängt, wird in der Theorie des social trust argumentiert. Darin wird angenommen, dass Vertrauen zum einen durch soziale Bindungen und zum anderen durch die Identifikation mit Gruppen, Organisationen und Gesellschaften entstehen kann (Tyler, 2001). Soziale Interaktionen in Gruppen führen nach der social identity Theorie zur Entstehung einer sozialen Identität (Tajfel, 1982; Turner et al., 1979). Diese wird dazu verwendet, das eigene Selbstbild zu definieren, und dazu, den eigenen sozialen Status zu beurteilen, welcher sich auf den Selbstwert einer Person auswirkt (Smith & Tyler, 1997; Tyler, Degoe & Smith, 1996). Das Vertrauen in eine Autorität hängt auch mit der Identifikation mit der jeweiligen Gruppe zusammen (Tyler, 2001). Der social trust Theorie zu Folge, ist die Behandlung durch eine Autorität besonders dann für eine Person relevant, wenn sich diese auf ihre Selbstbild auswirkt. Wenn die Mitgliedschaft in einer Gruppe für die Identität einer Person relevant ist, dann hat die Behandlung einer Autorität aus dieser Gruppe einen Einfluss auf die Identität dieser Person. Dabei schließen Personen von der Qualität der Behandlung durch eine Autorität auf das Wohlwollen und die Vertrauenswürdigkeit dieser

Autorität. Die Vertrauenswürdigkeit einer Autorität wird umso wichtiger je mehr man sich mit der Gruppe identifiziert, die durch die Autorität repräsentiert wird, da das Verhalten der Autorität damit zunehmend wichtiger wird für die soziale Identität einer Person (Tyler, 2001).

Bestätigt wird diese Annahme durch eine empirische Studie von Tyler (1997), in der untersucht wurde, ob die Legitimität einer Autorität eher mit der persönlichen Nutzenerwartung der Gruppenmitglieder oder mit deren Identifikation mit der Gruppe verbunden ist. Mit sechs Stichproben wurde dies für Autoritäten aus den Bereichen Familie, Bildung, Arbeit, kommunale Verwaltung und dem staatlichem Rechtssystem untersucht. Die Teilnehmer wurden gebeten sich an eine persönliche Erfahrung aus der näheren Vergangenheit mit einer Autorität zu erinnern. Danach wurden sie zur Identifikation mit der jeweiligen Gruppe, der Qualität der Behandlung durch die Autorität, der Nutzenerwartung an eine Zuteilung von Ressourcen durch die Gruppe oder die Autorität und der Legitimität der Autorität befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Behandlung durch die Autorität, d. h. deren Vertrauenswürdigkeit, stärker damit zusammenhängt, ob einer Autorität Legitimität zugeschrieben wird, als der erwartete Nutzen. Dabei konnte auch gezeigt werden, dass es eine signifikante Interaktion zwischen der Vertrauenswürdigkeit einer Autorität und der Identifikation mit der Gruppe gibt. Die Vertrauenswürdigkeit einer Autorität gewinnt zunehmend an Bedeutung, je mehr sich eine Person mit der Gruppe identifiziert. Nur wenn ein hohes Maß an Identifikation vorhanden ist, führt das Vertrauen in eine Autorität dazu, dass diese als legitim wahrgenommen wird, und dass ihre Anweisungen und die Gruppenregeln befolgt werden (Tyler, 1997).

Bisher liegen nur Fragebogenstudien über den Zusammenhang zwischen Vertrauen und Nationalstolz bzw. Identifikation vor. Zumindest ist nicht bekannt, dass es eine Untersuchung über einen kausalen Zusammenhang von Nationalstolz auf Vertrauen oder umgekehrt gibt. Zwar wurden sowohl Nationalstolz als auch Vertrauen in ihrer Wirkung auf die Steuermoral untersucht (Torgler, 2003a, 2004), ungeklärt ist aber, ob es eine Wirkung von

Nationalstolz auf Vertrauen und in Folge auf das Steuerverhalten gibt. Das Ziel dieser Arbeit ist unter anderem zu untersuchen, ob sich Nationalstolz auf Vertrauen auswirkt, und ob es einen indirekten Effekt von Nationalstolz auf das intendierte Steuerverhalten über die Mediatoren Vertrauen und freiwillige Steuerehrlichkeit gibt. Ein Effekt von Nationalstolz auf das Vertrauen würde auch die freiwillige Steuerehrlichkeit beeinflussen, da bereits gezeigt werden konnte, dass Vertrauen zu freiwilliger Steuerehrlichkeit führt (Kogler et al., 2013; Wahl et al., 2010).

2.5 Soziale Normen und Nationalstolz

Neben dem Vertrauen stellen die sozialen Normen einen weiteren wichtigen Faktor des Steuerverhaltens dar (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008). Sowohl theoretische Arbeiten als auch empirische Studienergebnisse weisen darauf hin, dass der Einfluss von sozialen Normen auf das Steuerverhalten vom Nationalstolz einer Person abhängt. Nur wenn eine Person über Nationalstolz verfügt bzw. sich mit ihrer Nation identifiziert, beeinflussen soziale Normen ihre Steuermoral (Wenzel, 2004, 2005).

Nach einer allgemeinen Definition stellen soziale Normen Verhaltensregeln dar, die aus sozial geteilten Ansichten über angemessenes Verhalten gebildet werden (Fehr, Fischbacher & Gächter, 2002). Soziale und persönliche Normen gehören zu den wichtigsten Faktoren bei der Erklärung absichtlichen Verhaltens (Ajzen, 1991; Fishbein & Ajzen, 1975; zitiert nach Kirchler, 2007). Im Steuerkontext werden soziale Normen als die wahrgenommene Verbreitung und Akzeptanz von Steuerhinterziehung definiert (Wenzel, 2005).

Dass wahrgenommene Steuerhinterziehung mit hypothetischer Steuerhinterziehung sowie vorangegangener Steuerhinterziehung zusammenhängt, konnte Pocarno (1988; zitiert nach Kirchler, 2007) zeigen. Personen geben eher an Steuern zu hinterziehen, wenn sie mehr Steuerhinterziehung in ihrem Freundeskreis wahrnehmen und von ihren Freunden darin

unterstützt werden (Cullis, Jones & Lewis, 2006; Liebig & Mau, 2005; Webley, Cole & Eidjar, 2001). Zudem reagieren Personen, die über eine höhere wahrgenommene Steuerhinterziehung in der Gesellschaft berichten, weniger ablehnend auf Steuerhinterziehung, haben weniger Angst vor informellen Strafen und sind eher geneigt selbst Steuern zu hinterziehen (Welch et al., 2005). In einer weiteren Studie stellten die sozialen Normen, operationalisiert als das wahrgenommene verbreitete Steuerverhalten, den wichtigsten Faktor für Steuerehrlichkeit dar. Dies wird damit begründet, dass Individuen sich in unsicheren Situationen an den sozialen Normen einer salienten Gruppe, deren Mitglied sie sind, orientieren (Sigala, Burgoyne & Webley, 1999).

Theoretisch begründet wird der Zusammenhang zwischen Nationalstolz und den sozialen Normen durch die Selbstkategorisierungstheorie von Turner (1987; zitiert nach Wenzel, 2004). Danach setzt sich der Einfluss von sozialen Normen gleichermaßen aus normativen und informationellen Beeinflussungsprozessen zusammen, welche in einer Wechselwirkung miteinander stehen. Der normative Einfluss basiert dabei auf der Internalisierung der Werte von relevanten Vergleichspersonen. Mitglieder einer für sie relevanten Gruppe vergleichen sich und andere Gruppenmitglieder in Bezug auf bestehende Gruppennormen, wobei sie von einer generellen Übereinstimmung zwischen den individuellen und den Gruppennormen ausgehen (Turner, 1987; zitiert nach Wenzel, 2004).

Bestätigt wurde dieser Zusammenhang beispielsweise in einer Befragung von über 2 000 Steuerzahlern in Australien. Es konnte gezeigt werden, dass der Zusammenhang zwischen Nationalstolz und den wahrgenommenen sozialen Normen einen Einfluss auf die berichtete Steuerehrlichkeit hat (Wenzel, 2004). Um die Frage nach der kausalen Richtung der sozialen Normen zu beantworten, wurde eine Cross-Legged-Panel Untersuchung von Daten aus zwei Untersuchungszeitpunkten in Australien durchgeführt. Danach beeinflussen soziale Normen kausal die Steuermoral sowie die persönlichen Normen einer Person, aber nur wenn sie Nationalstolz aufweist, das heißt sich stark mit Australien identifiziert. Die

Steuerehrlichkeit und die sozialen Normen beeinflussten sich zudem gegenseitig (Wenzel, 2005). Außerdem wurde gefunden, dass Nationalstolz einen größeren Einfluss als die Identifikation mit einer untergeordneten Gruppe (Berufsgruppe) auf die Einstellung gegenüber Steuern und die Beurteilung von Gerechtigkeit hat. Daraus wurde geschlossen, dass soziale Normen stärker und vor allem in Bezug auf die Nation kommuniziert werden sollten (Taylor, 2003).

Der Einfluss von sozialen Normen hängt demnach vom Ausmaß des Nationalstolzes ab. Bisher wurde nicht untersucht, ob Nationalstolz erfolgreich beeinflusst werden kann und wie sich dies auf die sozialen Normen und das Steuerverhalten auswirken würde. Durch eine Verstärkung des Nationalstolzes und vorhandene soziale Normen könnte eine höhere Steuerehrlichkeit erreicht werden.

2.6 Zusammenfassung

Bisherige Arbeiten zum Nationalstolz zeigen, dass dieser in die beiden unabhängigen Faktoren Patriotismus und Nationalismus unterteilt werden kann, wobei nur Nationalismus, nicht aber Patriotismus mit Feindseligkeit gegenüber anderen Nationen zusammenhängt (De Figueiredo & Elkins, 2003; Karasawa, 2002; Kosterman & Feshbach, 1989; Mummendey et al., 2001; Sidanius et al., 1997). Auch können Patriotismus und Nationalismus durch unterschiedlich ausgerichtete Vergleichsprozesse unabhängig voneinander hervorgerufen werden. Während Nationalismus durch den Vergleich mit einer anderen Nation entsteht, bedarf der Patriotismus keiner anderen Vergleichsgruppe außer der eigenen (Mummendey et al., 2001). Eine Ausnahme hierfür bilden Wettkämpfe oder eine Konkurrenz um knappe Güter zwischen Gruppen. In diesem Fall besteht eine Verbindung zwischen Patriotismus und Nationalismus (Brown et al., 2001; Rabbie et al., 1974). Die Frage, ob Patriotismus in einen konstruktiven und einen blinden Patriotismus unterteilt werden kann, kann bisher nicht eindeutig beantwortet werden (Huddy & Khatib, 2007; Schatz et al., 1999).

Nationalstolz in der Form von Patriotismus hängt positiv mit wohltätigem und gemeinnützigem Verhalten zusammen. So besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Nationalstolz und der berichteten Häufigkeiten von Blutspenden und karitativen Geldspenden (Skitka, 2005). Außerdem hat Nationalstolz einen großen Einfluss auf die Entscheidung, sich freiwillige für den Militärdienst zu bewerben (Burk, 1984). Auch in sozialen Dilemmata, in denen Personen zum sogenannten Trittbrettfahren neigen, erhöht Nationalstolz bzw. Identifikation mit der Gruppe das kooperative Verhalten der Teilnehmer (Dawes et al., 1990)

In Bezug auf das Steuerverhalten wurde eine positive Korrelation zwischen Nationalstolz und der Steuermoral gefunden (Alm et al., 2006; Martinez-Vazquez & Torgler, 2009; Torgler & Schneider, 2005; Torgler, 2003a, 2003c). Des Weiteren konnte gezeigt werden, dass Nationalstolz in Form von Patriotismus positiv mit der berichteten Steuerehrlichkeit zusammenhängt und nicht mit Nationalismus verbunden ist (Konrad & Qari, 2012). Mit Hilfe einer instrumentellen Variable konnte darüber hinaus tendenziell eine kausale Wirkung von Patriotismus auf die Steuerehrlichkeit gefunden werden (Konrad & Qari, 2012).

Auch wichtige Faktoren des Steuerverhaltens hängen mit Nationalstolz zusammen. Zwar gibt es keine Ergebnisse über einen Zusammenhang von Vertrauen und Nationalstolz im Steuerkontext, aber andere Ergebnisse zeigen, dass es eine Wechselwirkung zwischen Vertrauen und Nationalstolz auf regelkonformes Verhalten in Gruppen und die Folgsamkeit gegenüber Anweisungen von Autoritäten gibt (Tyler, 1997). Demnach würde die positive Wirkung von Vertrauen auf die Steuerehrlichkeit verstärkt werden, wenn Personen über ausreichend Nationalstolz verfügen und sich mit ihrer Nation identifizieren. Auch hängt die Wirkung der sozialen Normen auf selbstberichtete Steuerehrlichkeit vom Nationalstolz einer Person ab (Wenzel, 2004). Bisher gibt es keine Untersuchung dazu, ob es möglich ist Nationalstolz hervorzurufen und darüber das Steuerverhalten und seine Determinanten zu beeinflussen. Insofern ist die experimentelle Manipulation von Nationalstolz in dieser Arbeit ein Versuch diese Frage zu beantworten.

3. Empirischer Teil

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, zu untersuchen, ob durch eine Steigerung von Nationalstolz das Steuerverhalten und wichtige Determinanten des Steuerverhaltens positiv beeinflusst werden können. Dazu wird untersucht, ob es möglich ist, Nationalstolz in Form von Patriotismus zu verstärken, und ob das Steuerverhalten, das Vertrauen, die freiwillige Steuerehrlichkeit und die sozialen Normen durch Nationalstolz kausal beeinflusst werden. In Bezug auf Vertrauen wird zusätzlich überprüft, ob Vertrauen auf staatlicher Ebene, auf einer darunter liegenden Ebene in die Region oder auf supranationaler Ebene in die EU ausgelöst wird.

Zu diesem Zweck werden sechs Onlinestudien durchgeführt, in denen auf unterschiedliche Weise versucht wird, Nationalstolz experimentell zu manipulieren. Anschließend werden die abhängigen Variablen mit Hilfe eines Onlinefragebogens erhoben. Die Hypothesen werden zunächst für jede Studie durch multivariate Varianzanalysen überprüft. Anschließend wird eine Mediationsanalyse mit den Daten aus allen vorherigen sechs Studien durchgeführt. Mit Hilfe der Mediationsanalyse wird untersucht, ob sich Nationalstolz indirekt auf das Steuerverhalten auswirkt, indem er das Vertrauen und die freiwillige Steuerehrlichkeit und dadurch das Steuerverhalten beeinflusst. Ein Effekt von Vertrauen über die freiwillige Steuerehrlichkeit auf das Steuerverhalten wird durch das SSF nahegelegt (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008). Dazu wird eine allgemeine Vertrauensskala aus allen verwendeten Items zu Vertrauen berechnet. Zum Schluss werden eine Zusammenfassung und eine Diskussion der Ergebnisse präsentiert.

3.1 Fragestellung

Insgesamt werden 4 Fragestellungen in der vorliegenden Arbeit untersucht:

1. Ist es möglich Nationalstolz in Form von Patriotismus auszulösen?

H1: In der Versuchsbedingung, in der ein hoher Nationalstolz manipuliert wird, ist Patriotismus höher als in der Versuchsbedingung, in der ein niedriger Nationalstolz manipuliert wird.

2. Wirkt sich die Manipulation von Nationalstolz auf die intendiert Steuerzahlung aus?

H2: In der Versuchsbedingung, in der ein hoher Nationalstolz manipuliert wird, ist der intendierte Steuerbetrag höher als in der Versuchsbedingung, in der ein niedriger Nationalstolz manipuliert wird.

3. Wirkt sich die Manipulation von Nationalstolz auf wichtige Faktoren des Steuerverhaltens, wie Vertrauen, freiwillige Normen und soziale Normen aus?

H3.1: In der Versuchsbedingung, in der ein hoher Nationalstolz manipuliert wird, ist die freiwillige Steuerehrlichkeit höher als in der Versuchsbedingung, in der ein niedriger Nationalstolz manipuliert wird.

H3.2: In der Versuchsbedingung, in der ein hoher Nationalstolz manipuliert wird, ist das Vertrauen in ...

- a. die Steuerbehörden...
- b. die österreichische Regierung...
- c. die Gemeinschaft in der Region...
- d. die Europäische Union...

...höher als in der Versuchsbedingung, in der ein niedriger Nationalstolz manipuliert wird.

H3.3: In der Versuchsbedingung, in der ein hoher Nationalstolz manipuliert wird, sind die sozialen Normen stärker ausgeprägt als in der Versuchsbedingung, in der ein niedriger Nationalstolz manipuliert wird.

4. Gibt es einen indirekten Effekt der Manipulation von Nationalstolz auf den intendierten Steuerbetrag über Patriotismus, Vertrauen⁴ und die freiwillige Steuerehrlichkeit, wie durch das SSF nahegelegt.

3.2 Manipulation von Nationalstolz als Patriotismus

In den nachfolgenden Studien wurde versucht Nationalstolz als Patriotismus zu manipulieren. In Studie 1 wurde eine bestehende Manipulation von Patriotismus (Mummendey et al., 2001) in seiner vollständigen und in Studie 2 in einer verkürzten Form verwendet. Für die weiteren Studien wurden eigene Manipulationen von Nationalstolz erstellt. In Studie 3 wurde versucht Nationalstolz mit Hilfe der österreichischen Flagge und in Studie 4 mit der österreichischen Bundeshymne zu manipulieren. Zum einen stellen die Flagge und die Hymne zentrale Symbole einer Nation dar, zum anderen konnte gezeigt werden, dass Nationalstolz positiv mit der Verbundenheit mit nationalen Kulturgütern, insbesondere der Flagge und der Nationalhymne, zusammenhängt (Karasawa, 2002). In Studie 5 wurden Bilder von bekannten österreichischen Naturlandschaften und in Studie 6 von österreichischen Traditionen und Bräuchen verwendet um Nationalstolz zu manipulierten. Die österreichische Natur sowie das österreichische Brauchtum waren in einer Umfrage der Market Marktforschungsgesellschaft (2010) die häufigsten Antworten auf die Frage worauf die Österreicher stolz sein können.

⁴ Vertrauen bezeichnet in der Mediationsanalyse eine generelle Vertrauensskala, d. h. den Mittelwert aus den Items der Skalen *vernunftbasiertes Vertrauen in die Steuerbehörden*, *Vertrauen in die Regierung*, *Vertrauen in die Region* und *Vertrauen in die EU*.

3.2 Studie 1 - Framing

3.2.1 Stichprobe

Insgesamt nahmen 296 Personen an der Onlinestudie teil. Davon mussten 217 Teilnehmer aus folgenden Gründen aus der endgültigen Analyse ausgeschlossen werden: Zunächst wurden 176 Teilnehmer ausgeschlossen, die den Fragebogen vorzeitig abgebrochen haben. Als nächstes wurden vier Personen ausgeschlossen, die angegeben haben nicht die österreichische Staatsbürgerschaft zu besitzen. Im nächsten Schritt wurden 26 Teilnehmer ausgeschlossen, die in der Aufgabe drei Gründe zu nennen, weshalb sie gerne bzw. nicht gerne in Österreich leben, entweder keine oder nur einen von drei Gründe aufgezählt haben. Danach wurden drei Teilnehmer ausgeschlossen, die bei der Frage nach dem Beschäftigungsverhältnis angegeben haben noch in einer Ausbildung zu sein. Damit sollte sichergestellt werden, dass nur Personen, die bereits Steuern gezahlt haben, ausgewählt werden. Vier Teilnehmer wurden ausgeschlossen, deren Bearbeitungszeit für den Fragebogen mehr als zwei Standardabweichungen vom Mittelwert entfernt war. Der Grenzwert hierfür liegt bei 1 973.53 Sekunden. Zuletzt wurde ein Teilnehmer ausgeschlossen, dessen Bearbeitungszeit nicht richtig erfasst werden konnte. Die endgültige Stichprobe besteht aus 79 Teilnehmern.

Von 79 Teilnehmern waren 17 weiblich. Das Alter der Teilnehmer reichte von 19 bis 71 Jahre ($M = 42.75$, $SD = 11.49$). Der größte Teil verfügte über einen Universitätsabschluss (53.2 Prozent). Die Matura wurde von 29.1 Prozent, die Lehre von 8.9 Prozent und die Fachschule von 7.6 Prozent als höchster Bildungsabschluss angegeben. Sonstiges wurde von 1.3 als Bildungsabschluss angeführt. Etwas mehr als die Hälfte (51.9 Prozent) gab an, dass sie in der Privatwirtschaft angestellt seien. Selbstständig waren nach eigenen Angaben 26.6 Prozent. Weitere 8.9 Prozent gaben an, in Pension zu sein und 7.6 gaben Sonstiges als Beschäftigungsverhältnis an. Im öffentlichen Sektor waren 5.1 Prozent beschäftigt.

Zwischen beiden Versuchsbedingungen lag eine Gleichverteilung für die Variablen Geschlecht ($\chi^2(1) = 0.34, p = .56$), Beschäftigungsverhältnis ($\chi^2(4) = 2.87, p = .58$), Bildungsabschluss ($\chi^2(4) = 1.78, p = .78$) und Einkommen ($\chi^2(7) = 4.80, p = .68$) vor. Auch die Mittelwerte des Alters der Teilnehmer ($t(77) = 0.79, p = .43$) und ihre Erfahrung mit Steuern ($t(77) = -1.63, p = .11$) unterschieden sich nicht zwischen den Versuchsbedingungen.

3.2.2 Design und Durchführung

In dieser Studie wurde versucht Nationalstolz in Form von Patriotismus zu manipulieren. Aufbauend auf der Manipulation von Mummendey et al. (2001) wurden zwei unterschiedliche Bedingungen erstellt. In der ersten Bedingung wurde Nationalstolz hoch manipuliert und in der zweiten Bedingung wurde Nationalstolz niedrig manipuliert. Die Teilnehmer wurden zufällig zu einer der beiden Bedingungen zugeordnet. Vor und nach der Manipulation wurde den Teilnehmern ein Onlinefragebogen zur Erhebung der abhängigen Variablen und Überprüfung der Manipulation vorgegeben.

Der Weblink zu dieser Onlinestudie wurde während der Erhebungsdauer, vom 27. Mai bis 30. Juni 2013, in den Internetforen der folgenden österreichischen Tageszeitungen und Zeitschriften vornehmlich im Wirtschaftsteil veröffentlicht: DerStandard, Format, Kurier, NEWS, Oberösterreichische Nachrichten, Österreich, Profil, Tiroler Tageszeitung und Wirtschaftsblatt. In einem standardisierten Text wurden die Leser darum gebeten an der Befragung teilzunehmen.

3.2.3 Material

Der Fragebogen bestand aus sechs Teilen, inklusive der Manipulation des Nationalstolzes. Der erste Teil bestand aus sechs personenbezogenen Items, in denen die Teilnehmer gefragt wurden, ob und wie lange sie bereits österreichische Staatsbürger sind.

Falls ein Teilnehmer angegeben hat kein österreichischer Staatsbürger zu sein wurde er in einer offenen Frage darum gebeten, seine Staatsbürgerschaft anzugeben. Danach sollten die Teilnehmer angeben, wie viele Einwohner die Stadt oder das Dorf hat in dem sie leben.

Daraufhin wurde den Teilnehmer im zweiten Teil des Fragebogens die Manipulation vorgegeben. Diese basierte auf dem Priming von Patriotismus nach Mummendey et al. (2001). In der Bedingung Nationalstolz (hoch) wurden die Versuchspersonen zunächst angehalten, eine positive Beurteilung über Österreich abzugeben, indem sie drei Gründe anführen mussten, warum sie gerne in Österreich leben. In der Bedingung Nationalstolz (niedrig) sollten die Versuchspersonen hingegen drei Gründe dafür angeben, warum sie nicht gerne in Österreich leben. Danach wurde ein angeblicher Ausschnitt aus einem Zeitungsartikel präsentiert, in dem entweder über die Verbesserungen (hoher Nationalstolz) oder über den Niedergang (niedriger Nationalstolz) von zentralen staatlichen Aufgabenbereichen, wie dem Gesundheitswesen, der Infrastruktur, der sozialen Sicherungssysteme und demokratischen Institutionen berichtet wurde. Der Text ist in Anhang B angeführt.

Der dritte Teil bestand aus einem Steuerszenario. Darin wurden die Versuchspersonen gebeten sich vorzustellen, dass sie als selbstständige Unternehmer in Österreich einen Bruttogewinn von 83 330 Euro erwirtschaftet hätten, den sie gemäß dem geltenden Steuersatz von 40 Prozent (33 332 Euro) versteuern müssen. Sie wurden auch darauf hingewiesen, dass sie verschiedene Möglichkeiten haben Ausgaben zu deklarieren, die nicht abgesetzt werden dürfen oder ihr Einkommen nicht vollständig anzugeben. Die Teilnehmer sollten angeben, wie viel Steuern sie in diesem Szenario zahlen würden. Der Text dieses Steuerszenarios wird in Anhang C aufgeführt. Der Steuerbetrag wurde im Anschluss an die Erhebung in einen Prozentwert umgerechnet, der angibt wie viel Prozent der geschuldeten Steuern bezahlt wurden. Danach wurden zwei Items vorgegeben, in denen die Versuchspersonen gefragt

wurden, ob sie ihre Einnahmen und Ausgaben korrekt angeben würden, und ob sie versuchen würden Steuern zu hinterziehen.

Im vierten Teil erfolgte die Manipulationsüberprüfung. Ob durch die Manipulation erfolgreich Nationalstolz evoziert werden konnte, wurde mit Hilfe der Skalen *Patriotismus* und *Nationalismus* von Meier-Pesti und Kirchler (2003) in einer gekürzten Version überprüft. Für die hier verwendete Skala *Patriotismus* wurden fünf Items (z. B. „Ich fühle mich Österreich verbunden.“) und für *Nationalismus* vier Items (z. B. „Österreich ist ein besseres Land als die meisten anderen Länder.“) mit der höchsten Faktorladung, die nicht umgekehrt formuliert sind, aus Meier-Pesti und Kirchler (2003) entnommen. Des Weiteren wurde überprüft, ob statt Nationalstolz die Identifikation mit der Region oder mit der EU manipuliert wurde. Dazu wurden zwei Items aus dem WVS 2010/12 vorgegeben, in denen danach gefragt wurde, wie stark sie sich die Teilnehmer mit der Gemeinschaft in ihrer Region und wie stark sie sich mit der EU identifizieren.

Danach wurden im fünften Teil die abhängigen Variablen erhoben. Das vernunftbasierte Vertrauen in die Steuerbehörde wurde mit Hilfe einer Skala erfasst, die am Fachbereich für Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie⁵ entwickelt wurde. Zusätzlich wurden durch drei Items aus dem WVS 2010/12 erfasst, wie viel Vertrauen die Teilnehmer in die österreichische Regierung, die Gemeinschaft in der Region und die EU haben. Die freiwillige Steuerehrlichkeit wurde durch die gleichnamige Skala aus dem TAX-I (Kirchler & Wahl, 2010) erhoben. Danach wurden die sozialen Normen zur Steuerhinterziehung (Rechberger, Hartner & Kirchler, 2009) erfasst. Diese Items wurden anschließend umkodiert, sodass sie alle einheitlich erfassten, wie verbreitet es nach Ansicht des Teilnehmers ist, seine Steuern ehrlich zu bezahlen.

Im letzten Teil des Fragebogens wurden die demographischen Daten der Versuchspersonen (Alter, Geschlecht, Einkommen, höchster abgeschlossener Bildungsgrad

⁵ Ein Bestandteil des Instituts für Angewandte Psychologie: Arbeit, Bildung, Wirtschaft der Universität Wien

und das Beschäftigungsverhältnis) erfragt. Zur Kontrolle der Qualität der Antworten wurden die Versuchspersonen gefragt, wie gewissenhaft sie den Fragebogen ausgefüllt haben, wie glaubwürdig sie die Beschreibung von Österreich und der Steuerbehörden in dem Zeitungsausschnitt zu Beginn fanden und wie viel Erfahrung sie bereits mit der Steuerbehörde gemacht haben. Zuletzt wurden die Versuchspersonen darum gebeten anzugeben, ob sie kürzlich bereits an einer Studie zum Thema Steuern teilgenommen haben⁶. Alle verwendeten Skalen und Items werden in Anhang A aufgeführt.

3.2.4 Ergebnisse

Manipulation Check

Für den Fall, dass wie erwartet Nationalstolz in Form von Patriotismus durch die Manipulation gesteigert werden konnte, sollte die Skala *Patriotismus* in der Versuchsbedingung eine höhere Ausprägung haben als in der Kontrollbedingung. Die Skala *Nationalismus* sollte hingegen keinen Unterschied für eine der beiden Bedingungen aufweisen. Mit den Items zur Identifikation mit der Region und der Identifikation mit der EU sollte kontrolliert werden, ob statt Patriotismus die Identifikation mit einer Gruppe auf einer Ebene unterhalb des Staates (der Region) oder einer Ebene oberhalb des Staates (der Europäischen Union) hervorgerufen wurde. Daher wird ebenfalls angenommen, dass die Identifikation mit der Region und die Identifikation mit der EU in der Versuchsbedingung höher ausgeprägt sein sollten als in der Kontrollbedingung.

Eine multivariate Varianzanalyse (MANOVA) wurde berechnet mit der zweistufigen Versuchsbedingung (Nationalstolz hoch / niedrig) als unabhängige Variable und den Skalen *Patriotismus*, *Nationalismus*, *Identifikation mit der Region* und *Identifikation mit der EU* als abhängigen Variablen. Diese ergab, dass die Manipulation von Nationalstolz keinen

⁶ Dieses Item wurde in allen Studien außer der Studie 1 vorgegeben. Damit sollten die Teilnehmer ausgeschlossen werden können, die mehr als einmal an einer Studie aus dieser Arbeit teilgenommen haben.

allgemeinen Unterschied in den abhängigen Variablen verursacht hat, Pillai's Trace

$$F(4,74) = 1.32, p = .27, \eta^2 = .07.$$

Tabelle 1

Studie 1: Manipulation Check - Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Versuchsgruppe <i>N</i> = 51		Kontrollgruppe <i>N</i> = 28		<i>F</i> (1,77)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Patriotismus	5.77	1.52	5.87	1.27	0.09	.76	.00
Nationalismus	4.18	1.46	4.89	1.46	4.31	.04	.05
Region	5.02	2.03	4.64	2.16	0.60	.44	.01
EU	4.65	2.11	3.82	2.14	2.74	.10	.03

Wie aus der Tabelle 1 deutlich wird, konnte weder der Patriotismus, noch die Identifikation mit der Region oder mit der EU durch die Manipulation beeinflusst werden. Lediglich der Nationalismus wurde in der Versuchsbedingung signifikant verringert, $F(1,77) = 4.31, p = .04, \eta^2 = .05$. Da dieser Ergebnisse nicht mit den getroffenen Annahmen übereinstimmen, muss davon ausgegangen werden, dass die Manipulation von Nationalstolz nicht erfolgreich war. Um aus den gewonnen Daten zumindest explorative Erkenntnisse zu gewinnen, wird dennoch mit der Auswertung fortgefahren.

Steuerehrlichkeit, Vertrauen und soziale Normen

Um zu untersuchen wie sich Nationalstolz auf die abhängigen Variablen intendierter Steuerbetrag, Vertrauen in Steuerbehörde, Vertrauen in die Regierung, Vertrauen in die Gemeinschaft in der Region, Vertrauen in die EU, die freiwillige Steuerehrlichkeit und die sozialen Normen auswirkt, wurde eine MANOVA mit dem unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch/niedrig) durchgeführt. Diese wies einen signifikanten Effekt für den unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch/niedrig) auf, Pillai's Trace $F(7,71) = 2.28, p = .04, \eta^2 = .18$.

Tabelle 2

Studie 1: Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Versuchsgruppe <i>N</i> = 51		Kontrollgruppe <i>N</i> = 28		<i>F</i> (1,77)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Steuerbetrag	82.31	26.96	72.14	36.53	1.99	.16	.03
Vertrauen - Steuerbehörde	3.73	1.49	3.01	1.52	4.10	.05	.05
Vertrauen - Regierung	2.84	1.69	1.96	1.26	5.79	.02	.07
Vertrauen - Region	4.59	1.75	4.29	1.80	0.53	.47	.07
Vertrauen - EU	3.29	1.87	2.36	1.77	4.72	.03	.06
Freiwillige Steuerehrlichkeit	4.87	1.61	4.55	1.71	0.69	.41	.01
Soziale Normen	4.15	1.78	3.33	1.23	4.72	.03	.06

Wie aus Tabelle 2 deutlich wird, hat die Manipulation einen signifikanten Effekt auf das vernunftbasierte Vertrauen in die Steuerbehörde ($F(1,71) = 4.10, p = .046, \eta^2 = .05$), was bedeutet, dass Personen in der Bedingung Nationalstolz (hoch) der Steuerbehörde ein höheres Maß an vernunftbasiertem Vertrauen entgegenbrachten. Außerdem hat Nationalstolz einen signifikanten Effekt auf das Vertrauen in die Regierung, $F(1,77) = 5.79, p = .02, \eta^2 = .07$. Personen in der Bedingung mit hohem Nationalstolz, zeigten ein größeres Vertrauen in ihre Regierung. Auch zeigten die Teilnehmer in der Bedingung mit hohem Nationalstolz ein höheres Vertrauen in die EU, $F(1,77) = 4.72, p = .03, \eta^2 = .06$. Auch die sozialen Normen, dass Steuerhinterziehung nicht allgemein verbreitet ist, waren in der Bedingung mit hohem Nationalstolz höher als in der Bedingung mit niedrigem Nationalstolz, $F(1,77) = 4.72, p = .03, \eta^2 = .06$. Keinen Einfluss hatte Nationalstolz auf den Steuerbetrag, das Vertrauen in die Region sowie in die freiwillige Steuerehrlichkeit.

3.3 Studie 2 - Text

3.3.1 Stichprobe

Insgesamt haben 204 Personen den Onlinefragebogen beantwortet. Davon mussten 119 Teilnehmer aus folgenden Gründen von der Auswertung ausgeschlossen werden: Zuerst wurden 112 Teilnehmer ausgeschlossen, die den Fragebogen nicht bis zum letzten Item beantwortet haben. Danach wurden drei Teilnehmer ausgeschlossen, die angaben eine andere als die österreichische Staatsbürgerschaft zu besitzen. Weitere drei Teilnehmer wurden ausgeschlossen, deren Bearbeitungszeit mehr als zwei Standardabweichungen über dem Durchschnittswert liegt. Der Grenzwert hierfür liegt bei 2 103.63 Sekunden. Zuletzt wurde ein Teilnehmer ausgeschlossen, dessen Bearbeitungszeit keinen korrekten Wert enthielt. Die endgültige Stichprobe bestand aus 85 Teilnehmern.

Von den Teilnehmern waren 16.5 Prozent weiblich. Das Alter reichte von 20 bis 74 Jahre ($M = 43.78$, $SD = 12.65$). Am häufigsten wurde der Universitätsabschluss als höchster Bildungsabschluss angegeben mit 35.3 Prozent. Die Matura wurde von 29.4 Prozent, die Fachschule von 17.6 Prozent und die Lehre von 12.9 Prozent als Bildungsabschluss angegeben. Sonstiges wurde von 3.5 Prozent und die Pflichtschule von 1.2 Prozent angeführt. Mit 52.9 Prozent arbeitete die Mehrheit als Angestellte in der Privatwirtschaft. Selbstständig beschäftigt zu sein gaben 17.6 Prozent an und 15.3 arbeiteten nach eigenen Angaben als Angestellte im öffentlichen Sektor. In Pension waren 11.8 Prozent und 2.4 Prozent führten Sonstiges als Anstellungsverhältnis an.

Für beide Versuchsbedingungen waren das Geschlecht ($\chi^2(1) = 0.86$, $p = .36$), das Beschäftigungsverhältnis ($\chi^2(4) = 0.17$, $p = .99$), der Bildungsabschluss ($\chi^2(5) = 2.23$, $p = .82$) und das Einkommen ($\chi^2(6) = 7.61$, $p = .27$) der Teilnehmer gleichverteilt. In beiden Bedingungen gab es keinen Mittelwertunterschied für das Alter der Teilnehmer ($t(83) = -0.97$, $p = .34$) und ihre Erfahrung mit Steuern ($t(83) = -1.26$, $p = .21$).

3.3.2 Design und Durchführung

In dieser Studie wurden zwei Bedingungen zur Manipulation von Nationalstolz als Patriotismus verwendet. Diese basierten auf einer verkürzten Form der Manipulation von Patriotismus nach Mummendey et al. (2001). Alle Teilnehmer wurden zufällig zu einer von zwei Bedingungen zugeteilt. Vor der Manipulation und danach wurde ein Onlinefragebogen vorgelegt um die abhängigen Variablen zu erfassen und die Manipulation zu überprüfen.

Die Einladung zu diesem Onlinefragebogen wurde vom 14. bis 28. Juli 2013, in den gleichen Internetforen der Tageszeitungen und Zeitschriften wie in Studie 1 veröffentlicht, die unter 3.2.2 Design und Durchführung angeführt sind.

3.3.3 Material

Die Manipulation der Versuchsbedingung in dieser Studie basierte auf einem Teil der Manipulation von Patriotismus nach Mummendey et al. (2001). Den Teilnehmern wurde ein Text präsentiert, der entweder über die Verbesserungen (hoher Nationalstolz) oder über den Niedergang (niedriger Nationalstolz) staatlicher Leistungen, Institutionen und Aufgaben, wie dem Gesundheitswesen, der öffentlichen Infrastruktur, den Sozialleistungen und den demokratischen Institutionen berichtet. Im Unterschied zur Studie 1 waren die Teilnehmer nicht aufgefordert, Gründe dafür zu nennen, warum sie entweder gerne oder nicht gerne in Österreich leben. Der Text ist unter Anhang B aufgeführt.

Der Fragebogen zur Erhebung der abhängigen Variablen und die Überprüfung der Manipulation wurden auf die gleiche Weise wie in Studie 1 durchgeführt. Der Fragebogen wird in 3.2.3 Material der Studie 1 beschrieben.

3.3.4 Ergebnisse

Manipulation Check

Wenn die Manipulation Nationalstolz in der Form von Patriotismus beeinflusst hat, sollte die Skala *Patriotismus* in der Versuchsbedingung höher sein als in der Kontrollbedingung. Für die Skala *Nationalismus* hingegen wurde kein Mittelwertunterschied zwischen den Bedingungen angenommen. Für die Skalen *Identifikation mit der Region* und der *Identifikation mit der EU* wurde eine höhere Ausprägung in der Bedingung Nationalstolz (hoch) erwartet.

Zur Überprüfung der Manipulation wurde eine MANOVA mit dem unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch/niedrig) und den Skalen *Patriotismus*, *Nationalismus*, *Identifikation mit der Region* und *Identifikation mit der EU* als abhängigen Variablen berechnet. Demnach hatte die Manipulation von Nationalstolz keinen Effekt auf die Manipulation Check Skalen, Pillai's Trace $F(4,80) = 0.59, p = .67, \eta^2 = .03$.

Tabelle 3

Studie 2: Manipulation Check - Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Versuchsgruppe <i>N</i> = 39		Kontrollgruppe <i>N</i> = 46		<i>F</i> (1,83)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Patriotismus	5.54	1.45	5.80	1.18	0.78	.38	.01
Nationalismus	4.33	1.81	4.41	1.36	0.05	.83	.00
Region	4.38	2.20	4.85	2.01	1.03	.31	.01
EU	4.38	2.06	4.87	1.97	1.22	.27	.02

Wie aus Tabelle 3 zu entnehmen ist, hatte die Manipulation keinen Effekt auf die Manipulation Check Skalen. Personen in der Versuchsbedingung zeigten keine höhere Ausprägung in Patriotismus, Nationalismus, der Identifikation mit der Region oder Identifikation mit der EU. Aus explorativen Gründen wird dennoch eine weitere Auswertung durchgeführt.

Steuerehrlichkeit, Vertrauen und soziale Normen

Um den Effekt der Manipulation von Nationalstolz auf die abhängigen Variablen Steuerbetrag, vernunftbasiertes Vertrauen in die Steuerbehörde, Vertrauen in die Regierung, Vertrauen in die Region, Vertrauen in die EU, freiwillige Steuerehrlichkeit und soziale Normen zu untersuchen wurde eine multivariate Varianzanalyse mit dem unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch/niedrig) berechnet. Die MANOVA ergab keinen signifikanten Effekt des Nationalstolzes auf die abhängigen Variablen, Pillai's Trace $F(7,75) = 1.05, p = .40, \eta^2 = .09$. Die MANOVA wies keinen allgemeinen Effekt von Nationalstolz auf. Tabelle 4 zeigt den Test der Zwischensubjektfaktoren der abhängigen Variablen. Einzig das Vertrauen in die Region wies einen signifikanten Mittelwertunterschied auf, $F(1,81) = 6.05, p = .02, \eta^2 = .07$.

Tabelle 4

Studie 2: Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Versuchsgruppe <i>N</i> = 38		Kontrollgruppe <i>N</i> = 45		<i>F</i> (1,81)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Steuerbetrag	80.91	27.45	84.03	24.99	0.29	.59	.00
Vertrauen - Steuerbehörde	3.22	1.41	3.25	1.53	0.01	.93	.00
Vertrauen - Regierung	2.55	1.62	2.80	1.44	0.54	.46	.01
Vertrauen – Region	4.39	1.67	5.27	1.56	6.05	.02	.07
Vertrauen – EU	3.18	1.84	3.00	1.78	0.21	.65	.00
Freiwillige Steuerehrlichkeit	4.84	1.22	4.73	1.55	0.14	.71	.00
Soziale Normen	4.52	1.55	4.26	1.48	0.62	.43	.01

Allerdings zeigten die Personen, entgegen den zuvor getroffenen Annahmen, in der Bedingung Nationalstolz (niedrig) ein größeres Vertrauen in die Region als Personen in der Bedingung Nationalstolz (hoch). Demnach hatte die Manipulation von Nationalstolz in dieser Studie keinen Effekt.

3.4 Studie 3 - Flagge

3.4.1 Stichprobe

An dieser Studie haben 301 Personen teilgenommen. Davon wurden 222 Teilnehmern vor der endgültigen Auswertung aus folgenden Gründen ausgeschlossen: Der größte Teil mit 198 Personen hat den Onlinefragebogen nicht bis zum letzten Item beantwortet. Weitere neun Personen wurden ausgeschlossen, da sie nach ihren Angaben in der vergangenen Zeit bereits einen Fragebogen zum Thema Steuern beantwortet haben. Damit sollte sichergestellt werden, dass ein Teilnehmer sich nicht an mehreren Experimenten dieser Versuchsreihe beteiligen kann. Im Anschluss wurden zwei Teilnehmer ausgeschlossen, die angaben keine österreichischen Staatsbürger zu sein. Im nächsten Schritt wurden vier Teilnehmer ausgeschlossen, die angaben, dass die Versuchsmanipulation bei ihnen nicht angezeigt wurde. Danach wurden weitere vier Teilnehmer ausgeschlossen, die angaben, dass sie zurzeit noch in einer Ausbildung seien. Damit sollte erreicht werden, dass nur Angaben von Personen ausgewertet werden, die bereits Erfahrungen mit Steuern gemacht haben. Zuletzt wurden vier Personen ausgeschlossen deren Bearbeitungszeit zwei Standardabweichungen über dem Mittelwert lag. Der kritische Wert liegt hierfür bei 2 294.41 Sekunden. Danach wurde eine Person ausgeschlossen, deren Bearbeitungszeit nicht korrekt erfasst wurde. Damit besteht die endgültige Stichprobe aus 79 Teilnehmern.

Von diesen 79 Personen gaben vier an weiblich zu sein (5.1 Prozent). Das Alter reichte von 20 bis 69 Jahren ($M = 42.35$, $SD = 12.01$). Die meisten Teilnehmer (48.1 Prozent) gaben an, über einen Universitätsabschluss zu verfügen. Die Matura gaben 26.6 Prozent als höchsten Bildungsabschluss an. Die Fachschule wurde von 12.7 Prozent und die Lehre von 11.4 Prozent als höchster Bildungsgrad angegeben. Sonstiges wurde von 1.3 Prozent als Bildungsabschluss angegeben. Das vorwiegende Beschäftigungsverhältnis war die Anstellung in der Privatwirtschaft mit 49.4 Prozent, gefolgt von der Selbstständigkeit mit 20.3 Prozent. Im öffentlich Sektor waren nach eigenen Angaben 15.2 Prozent beschäftigt. Sonstiges wurde

von 8.9 Prozent als Beschäftigungsverhältnis angegeben. Weitere 6.3 Prozent befanden sich danach in Pension.

Sowohl das Geschlecht ($\chi^2(1) = 1.00, p = .32$), das Beschäftigungsverhältnis ($\chi^2(4) = 2.50, p = .65$), der Bildungsabschluss ($\chi^2(4) = 2.86, p = .58$) als auch das Einkommen ($\chi^2(7) = 4.26, p = .75$) der Teilnehmer waren für beide Versuchsbedingungen gleichverteilt. Für beide Bedingungen gab es keinen Mittelwertunterschied für das Alter der Teilnehmer ($t(77) = 0.56, p = .58$) und ihre Erfahrung mit Steuern ($t(77) = -0.64, p = .53$).

3.4.2 Design und Durchführung

In dieser Studie wurde versucht mit Hilfe der österreichischen Flagge bzw. einem Flaggensymbol bei Teilnehmern Nationalstolz in der Form von Patriotismus zu manipulieren. Der Versuchsaufbau bestand aus zwei Bedingungen, zu denen die Teilnehmer zufällig zugeordnet wurden. In der ersten Bedingung sollte durch die österreichische Flagge der Nationalstolz hoch manipuliert werden und in der zweiten Bedingung durch ein Flaggensymbol Nationalstolz niedrig manipuliert werden. Danach wurden durch einen Onlinefragebogen die abhängigen Variablen erhoben und die Manipulation überprüft.

Die Erhebung fand vom 22. August bis zum 05. September 2013 statt. Dazu wurden ein Einladungstext und der Weblink zu dem Onlinefragebogen in den Internetforen der gleichen österreichischen Tageszeitungen und Zeitschriften wie in Studie 1 veröffentlicht.

3.4.3 Material

Die Manipulation von Nationalstolz wurde in dieser Studie über die Darstellung der Bundesdienstflagge von Österreich unternommen. Die österreichische Flagge wurde in der Größe 450 mal 300 Bildpunkten (Pixel) an der gleichen Stelle des Fragebogens, wie die vorherigen Manipulationen, in der Bildschirmmitte dargestellt. Gleichzeitig wurden die

Teilnehmer durch einen Text darauf hingewiesen, dass sie sich im Folgenden in ein fiktives Szenario hineinversetzen, alle Informationen genau durchlesen und die Fragen in Bezug auf dieses Szenario beantworten sollen. In der Kontrollbedingung wurde ein Flaggensymbol dargestellt, das der österreichischen Flagge nachempfunden war. Das Flaggensymbol stellte eine um 90 Grad gedrehte österreichische Flagge dar, in deren Mitte statt des Bundeswappens ein grauer Kreis dargestellt ist. Dadurch sollte sichergestellt werden, dass die beiden Bedingungen in ihrer Reizintensität vergleichbar sind. Für das Einblenden des „Weiter“-Buttons war eine Zeitverzögerung von zwei Sekunden eingestellt. Damit sollte sichergestellt werden, dass die Manipulation nicht übersprungen wurde. Beide verwendeten Flaggen sind in Anhang D abgebildet. Vor und nach der Manipulation wurden durch einen Onlinefragebogen die Manipulation Check Skalen und die abhängigen Variablen erfasst. Der Onlinefragebogen wird in Studie 1 unter Abschnitt 3.2.3 Material beschrieben.

3.4.4 Ergebnisse

Manipulation Check

Falls durch die österreichische Flagge erfolgreich Nationalstolz in der Form von Patriotismus manipuliert wurde, sollten die Teilnehmer in der Flaggen-Bedingung mehr Patriotismus zeigen, als in der Symbol-Bedingung. Der Nationalismus sollte zwischen Bedingungen keinen Unterschied aufweisen. Zusätzlich wurde angenommen, dass die Teilnehmer in der Flaggen-Bedingung sich mehr mit der Region und mit der EU identifizieren und diesen Skalen höhere Mittelwerte aufweisen.

Um zu überprüfen, ob durch die österreichische Flagge erfolgreich Nationalstolz als Patriotismus manipuliert werden konnte, wurde eine MANOVA mit dem unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch – Flagge/ niedrig – Symbol) und den Skalen *Patriotismus*, *Nationalismus*, *Identifikation mit der Region* und *Identifikation mit der EU* als abhängige Variablen berechnet. Das tendenziell signifikante Ergebnis der MANOVA legte einen Effekt

der Manipulation nahe, Pillai's Trace $F(4,74) = 2.44, p = .054, \eta^2 = .12$. Aus Tabelle 5 kann man entnehmen, dass Patriotismus durch die Versuchsbedingung erfolgreich gesteigert werden konnte, $F(1,77) = 6.55, p = .01, \eta^2 = .08$. Die Teilnehmer in der Flaggenbedingung zeigten mehr Patriotismus als Personen in der Symbolbedingung. Gleichzeitig wurde auch der Nationalismus durch die Manipulation erhöht, $F(1,77) = 5.43, p = .02, \eta^2 = .02$. Die Identifikation mit der Region und der EU wurden hingegen nicht beeinflusst durch die Manipulation. Dieses Ergebnis zeigt, dass durch die österreichischen Flagge erfolgreich Patriotismus hervorgerufen werden konnte, aber gleichzeitig auch der Nationalismus der Versuchsteilnehmer verstärkt wurde.

Tabelle 5

Studie 3: Manipulation Check - Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Flagge <i>N</i> = 40		Symbol <i>N</i> = 39				
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i> (1,77)	<i>p</i>	η^2
Patriotismus	5.71	1.17	4.90	1.62	6.55	.01	.08
Nationalismus	4.22	1.51	3.46	1.40	5.43	.02	.07
Region	5.12	1.98	4.46	1.65	2.61	.11	.03
EU	5.40	1.87	5.18	1.73	0.30	.59	.00

Steuerehrlichkeit, Vertrauen und soziale Normen

Um den Effekt der Manipulation auf die abhängigen Variablen Steuerbetrag, vernunftbasiertes Vertrauen in die Steuerbehörde, Vertrauen in die Regierung, Vertrauen in die Region, Vertrauen in die EU, freiwillige Steuerehrlichkeit und soziale Normen zu untersuchen, wurde eine MANOVA mit dem unabhängigen Faktor Nationalstolz berechnet. Diese ergab keinen signifikanten Effekt der Manipulation auf die abhängige Variablen, Pillai's Trace $F(7,71) = 0.55, p = .79, \eta^2 = .05$.

In Tabelle 4 wird der Test der Zwischensubjektfaktoren der abhängigen Variablen dargestellt. Daraus ist ersichtlich, dass keine der abhängigen Variablen einen signifikanten Mittelwertunterschied für den unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch/ niedrig) aufwiesen. Demnach hatte Nationalstolz in Studie 3 keinen Einfluss auf die abhängigen Variablen.

Tabelle 6

Studie 3: Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Versuchsgruppe <i>N</i> = 40		Kontrollgruppe <i>N</i> = 39		<i>F</i> (1,77)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Steuerbetrag	76.55	27.26	73.32	34.75	0.21	.65	.00
Vertrauen - Steuerbehörde	3.13	1.44	3.02	1.44	0.10	.75	.00
Vertrauen - Regierung	2.68	1.47	2.74	1.59	0.04	.84	.00
Vertrauen - Region	4.75	1.98	4.08	1.74	2.57	.11	.03
Vertrauen - EU	3.78	2.02	3.46	1.85	0.52	.47	.01
Freiwillige Steuerehrlichkeit	4.57	1.47	4.50	1.57	0.05	.83	.00
Soziale Normen	4.28	1.88	4.01	1.55	0.49	.49	.01

3.5 Studie 4 - Hymne

3.5.1 Stichprobe

Insgesamt haben 597 Personen an dieser Studie teilgenommen. Davon mussten 495 Personen vor der endgültigen Auswertung aus nachfolgenden Gründen wieder ausgeschlossen werden: Wegen eines vorzeitigen Abbruchs des Onlinefragbogens wurden 457 Teilnehmer ausgeschlossen. Weitere 14 Teilnehmer wurden ausgeschlossen, da sie angaben, bereits in näherer Vergangenheit einen Fragebogen zum Thema Steuern beantwortet zu haben. Damit sollte erreicht werden, dass Personen nicht an mehreren Experimenten aus dieser Untersuchung teilnehmen können. Die Frage „Wie gewissenhaft waren Sie bei der Beantwortung der Fragen?“ hat ein Teilnehmer mit *überhaupt nicht gewissenhaft* (1) beantwortet und wurde aus diesem Grund ausgeschlossen. Des Weiteren wurden vier Teilnehmer ausgeschlossen, die angaben, dass sie nicht die österreichische Staatsbürgerschaft besitzen. Danach wurden nochmals 11 Teilnehmer ausgeschlossen, weil sie angaben, dass die Versuchsmanipulation aus technischen Gründen bei ihnen nicht funktioniert habe. Weitere sechs Teilnehmer wurden ausgeschlossen, da diese angaben, noch in einer Ausbildung zu sein und nur Personen, die bereits Erfahrungen mit Steuern haben für diese Studie relevant sind. Schließlich wurden noch zwei Teilnehmer ausgeschlossen, da ihre Bearbeitungszeit mehr als zwei Standardabweichungen über dem Mittelwert lag. Der kritische Wert der Bearbeitungszeit liegt hier bei 2 160.68 Sekunden. Die verbleibende Stichprobe besteht aus 102 Teilnehmern.

Von 102 Teilnehmern waren 17 Frauen (16.7 Prozent). Das Alter der Teilnehmer reichte von 21 bis 74 Jahre ($M = 45.82$, $SD = 11.70$). Als höchsten erreichten Bildungsabschluss gaben 47.1 Prozent der Teilnehmer den Universitätsabschluss, 23.5 Prozent die Matura, 13.7 Prozent die Fachschule und ebenfalls 13.7 Prozent die Lehre an. Die Pflichtschule wurde von 1 Prozent und Sonstiges wurde von 1 Prozent als höchster Bildungsabschluss angegeben. Von den Teilnehmern war mit 41.2 Prozent die Mehrzahl nach

eigenen Angaben in der Privatwirtschaft angestellt, gefolgt von 24.5 Prozent, die angaben selbstständig zu sein. Weitere 15.7 Prozent gaben an, im öffentlichen Sektor angestellt und 10.8 Prozent bereits in Pension zu sein. Sonstiges wurde von 7.8 Prozent als Beschäftigungsverhältnis angegeben.

Das Geschlecht ($\chi^2(1) = 3.51, p = .06$), das Beschäftigungsverhältnis ($\chi^2(4) = 4.76, p = .31$), der Bildungsabschluss ($\chi^2(5) = 4.33, p = .50$) und auch das Einkommen ($\chi^2(7) = 5.49, p = .60$) der Teilnehmer waren in beiden Versuchsbedingungen gleichverteilt. Das Alter der Teilnehmer ($t(100) = 0.37, p = .71$) und ihre Erfahrung mit Steuern ($t(100) = -0.86, p = .39$) unterschieden sich ebenfalls nicht zwischen beiden Bedingungen.

3.5.2 Design und Durchführung

In dieser Studie wurde versucht Nationalstolz in seiner Ausprägung als Patriotismus zu manipulieren. Dazu sah der Versuchsaufbau vor, dass jeder Teilnehmer einer von zwei bestehenden Versuchsbedingungen zugewiesen wird. In der ersten Bedingung sollte Nationalstolz durch das Anhören der österreichischen Bundeshymne hoch manipuliert werden und in der zweiten Bedingung durch das Anhören der luxemburgischen Hymne niedrig manipuliert werden. Vor und nach der Manipulation wurden durch einen Onlinefragbogen die abhängigen Variablen erhoben und die Manipulation überprüft.

Die Stichprobe wurde vom 08. Juli bis zum 17. Juli und vom 25. September bis zum 07. Oktober 2013 erhoben. Hierzu wurde der Einladungstext und der Weblink zu dem Onlinefragebogen in den Internetforen der gleichen österreichischen Tageszeitungen und Zeitschriften wie in Studie 1 veröffentlicht. Die einzelnen Onlinemedien können unter 3.2.2 Design und Durchführung nachgelesen werden.

3.5.3 Material

Die Manipulation von Nationalstolz wurde hierbei durch das Abspielen der österreichischen Bundeshymne unternommen. Die österreichische Bundeshymne wurde ohne Text, d. h. nur das Bundeslied, für 1 Minute 28 Sekunden, wie bei den Manipulationen der Studien 1-3 auf der dritten Seite des Fragebogens, automatisch abgespielt. Dabei wurde den Teilnehmern folgender Text präsentiert: „Im Folgenden hören Sie eine klassische Melodie. Sie wird für ca. 1:30 Minuten abgespielt. Bitte hören Sie sich diese entspannt an. Der Fragebogen wird danach weitergeführt. Vielen Dank!“. In der Kontrollbedingung wurde statt des österreichischen Bundesliedes, die Melodie der Nationalhymne von Luxemburg, „Ons Heemecht“, verwendet. Die Melodie der luxemburgischen Nationalhymne wurde ausgewählt, weil sie vom Rhythmus und der Melodie der österreichischen Hymne ähnlich ist. Dadurch sollten beiden Bedingungen in ihrer Reizintensität vergleichbar sein. Es gab keine Möglichkeit das Abspielen der Melodie zu überspringen, da der „Weiter“-Button mit einer Zeitverzögerung von 93 Sekunden eingeblendet wurde. Dadurch sollte sichergestellt werden, dass alle Teilnehmer die jeweilige Hymne anhören und niemand die Manipulation überspringt. Danach wurde der Onlinefragebogen für den Manipulation Check und die abhängigen Variablen vorgegeben. Der Fragebogen wird in Studie 1 unter Abschnitt 3.2.3 Material beschrieben.

3.5.4 Ergebnisse

Manipulation Check

Bei einer erfolgreichen Manipulation von Nationalstolz als Patriotismus durch das österreichische Bundeslied, sollten die Teilnehmer in dieser Bedingung höhere Werte in Patriotismus aufweisen als die Teilnehmer in der Bedingung mit der luxemburgischen Nationalhymne. Für Nationalismus wurde kein Unterschied zwischen beiden Bedingungen angenommen. Dagegen wurde für die Identifikation mit der Region und die Identifikation mit

der EU angenommen, dass diese in der Bedingung mit dem österreichischen Bundeslied höher ausgeprägt sind.

Um den Effekt der Manipulation zu untersuchen wurde eine MANOVA mit dem unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch/ niedrig) und den abhängigen Variablen Patriotismus, Nationalismus, Identifikation mit der Region und Identifikation mit der EU durchgeführt. Es konnte dabei kein allgemeiner Effekt der Manipulation auf die abhängigen Variablen festgestellt werden, Pillai's Trace $F(4,97) = 1.01, p = .41, \eta^2 = .04$.

Tabelle 7

Studie 4: Manipulation Check - Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Österr. Bundeslied <i>N</i> = 45		Luxemburg Hymne <i>N</i> = 57		<i>F</i> (1,100)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Patriotismus	5.75	1.37	5.24	1.59	2.95	.09	.03
Nationalismus	4.45	1.75	4.21	1.70	0.47	.50	.01
Region	4.64	2.16	4.79	1.97	0.13	.72	.00
EU	4.82	2.25	4.72	2.17	0.06	.82	.00

In Tabelle 7 wird der Test der Zwischensubjektfaktoren sowie die deskriptive Statistik für den Manipulation Check präsentiert. Es wird deutlich, dass Patriotismus tendenziell einen signifikanten Mittelwertunterschied aufwies, $F(1,100) = 2.95, p = .089, \eta^2 = .029$.

Nationalismus, die Identifikation mit der Region und die Identifikation mit der EU wiesen hingegen keinen signifikanten Mittelwertunterschied zwischen den Bedingungen auf. Dieses Ergebnis weist auf einen möglichen Effekt des österreichischen Bundeslieds hin. Um den Zusammenhang zwischen Nationalstolz und den abhängigen Variablen zu explorieren, wurde dennoch die weitere Auswertung durchgeführt.

Steuerehrlichkeit, Vertrauen und soziale Normen

Der Einfluss von Nationalstolz auf den Steuerbetrag, das vernunftbasierte Vertrauen in die Steuerbehörde, das Vertrauen in die Regierung, das Vertrauen in die Region, Vertrauen in die EU sowie die freiwillige Steuerehrlichkeit und die sozialen Normen wurde mit Hilfe einer MANOVA untersucht. Diese ergab keinen signifikanten Effekt des unabhängigen Faktors Nationalstolz (hoch/ niedrig) auf die abhängigen Variablen, Pillai's Trace $F(7,93) = 0.47, p = .86, \eta^2 = .03$.

Tabelle 8

Studie 4: Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Österr. Bundeslied <i>N</i> = 44		Luxemburg Hymne <i>N</i> = 57		<i>F</i> (1,99)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Steuerbetrag	76.27	29.31	77.33	28.88	0.03	.86	.00
Vertrauen - Steuerbehörde	3.49	1.50	3.62	1.51	0.21	.65	.00
Vertrauen - Regierung	2.80	1.58	2.91	1.57	0.14	.71	.00
Vertrauen - Region	4.34	1.70	4.60	1.78	0.53	.47	.01
Vertrauen – EU	3.77	2.07	3.51	1.86	0.45	.50	.01
Freiwillige Steuerehrlichkeit	4.69	1.49	4.46	1.60	0.53	.47	.01
Soziale Normen	3.97	1.42	4.13	1.48	0.30	.59	.00

In Tabelle 8 wird der Test der Zwischensubjektfaktoren für die abhängigen Variablen dargestellt. Dabei zeigt sich, dass keine der abhängigen Variablen für den Faktor Nationalstolz (hoch/ niedrig) einen signifikanten Mittelwertunterschied aufwiesen. Demnach unterschieden sich die österreichische Bundeshymne in ihrer Wirkung auf den Steuerbetrag, das vernunftbasierte Vertrauen in die Steuerbehörde, das Vertrauen in die Regierung, das Vertrauen in die Region, das Vertrauen in die EU, die freiwillige Steuerehrlichkeit und die soziale Normen nicht von der Hymne Luxemburgs.

3.6 Studie 5 - Landschaften

3.6.1 Stichprobe

An dieser Studie haben insgesamt 216 Personen teilgenommen. Insgesamt wurden 148 Teilnehmer vor der Auswertung ausgeschlossen. Davon wurden 128 Teilnehmer ausgeschlossen, die den Fragebogen vorzeitig abgebrochen haben. Weitere fünf Teilnehmer wurden ausgeschlossen, die angaben, dass sie bereits in der Vergangenheit einen Fragebogen zum Thema Steuern beantwortet haben. Danach wurden vier Teilnehmer ausgeschlossen, die nicht die österreichische Staatsbürgerschaft besitzen. Als nächstes wurden zwei Teilnehmer ausgeschlossen, da nach ihren Angaben die Versuchsmanipulationen bei ihnen nicht dargestellt werden konnte. Danach wurden fünf Personen ausgeschlossen, die angegeben haben, dass sie zurzeit noch in einer Ausbildung sind. Für diese Studie sollten nur Personen untersucht werden, die bereits Erfahrungen mit Steuern besitzen. Eine weitere Person wurde ausgeschlossen, die angegeben hat 99 Jahre alt zu sein. Des Weiteren wurden zwei Personen ausgeschlossen, deren Bearbeitungszeit mehr als zwei Standardabweichungen vom Mittelwert abwich. Der kritische Wert für die Bearbeitungszeit liegt hier bei 1 768.98 Sekunden. Zuletzt wurde ein Teilnehmer ausgeschlossen, da keine Aussage über seine Bearbeitungszeit möglich ist. Die Stichprobe besteht insgesamt aus 68 Teilnehmern.

Von 68 Teilnehmern waren sechs Frauen. Das Alter der Teilnehmer reichte von 22 bis 70 Jahre ($M = 44.44$, $SD = 12.31$). Die Mehrzahl mit 44.1 Prozent gab an, über einen Universitätsabschluss zu verfügen. Weitere 23.5 Prozent gaben die Matura, 16.2 Prozent die Fachschule, 14.7 Prozent die Lehre und 1.5 Prozent die Pflichtschule als höchsten Bildungsabschluss an. Mit 39.7 Prozent gaben die meisten Teilnehmer an, als Angestellte in der Privatwirtschaft zu arbeiten. Weitere 25 Prozent gaben an, selbstständig zu sein und 22.1 Prozent arbeiteten demnach im öffentlichen Sektor. Darauf folgen 8.8 Prozent, die angaben in Pension zu sein und 4.4 Prozent gaben Sonstiges als Beschäftigungsverhältnis an.

In beiden Bedingungen waren das Geschlecht ($\chi^2(1) = 0.01, p = .94$), das Beschäftigungsverhältnis ($\chi^2(4) = 1.94, p = .75$), der Bildungsabschluss ($\chi^2(4) = 4.55, p = .34$) und auch das Einkommen ($\chi^2(5) = 2.84, p = .73$) der Teilnehmer gleichverteilt. Zwischen den beiden Versuchsbedingungen gab es keinen Mittelwertunterschied für das Alter der Teilnehmer ($t(66) = 0.13, p = .90$) und ihre Erfahrung mit Steuern ($t(66) = 0.38, p = .71$).

3.6.2 Design und Durchführung

In dieser Studie wurde versucht durch Bilder von bekannten österreichischen Landschaften bzw. australischen Landschaften Nationalstolz in der Ausprägung von Patriotismus zu manipulieren. Dazu wurden zwei Versuchsbedingungen erstellt, denen die Teilnehmer zufällig zugeordnet wurden. In der ersten Bedingung sollte der Nationalstolz durch die Darstellung österreichischer Landschaften hoch manipuliert werden. In der zweiten Bedingung sollte der Nationalstolz durch die Darstellung von australischen Landschaften niedrig manipuliert werden. Vor und nach der Manipulation wurde den Teilnehmern ein Onlinefragebogen vorgelegt um die abhängigen Variablen und die Manipulation Check Skalen zu erfassen.

Die Stichprobe wurde mit Hilfe eines Onlinefragebogens erhoben. Hierfür wurde zwischen dem 01. Juli und dem 07. August 2013 der Weblink und ein standardisierter Einladungstext in den Internetforen der Tageszeitungen und Zeitschriften verbreitet, die in Studie 1 unter 3.2.2 Design und Durchführung genannt werden.

3.6.3 Material

In dieser Studie wurde der Versuch unternommen Nationalstolz als Patriotismus hervorzurufen, indem den Teilnehmern Bilder von bekannten österreichischen Landschaften präsentiert wurden. Grundlage für diese Manipulation bildeten die Ergebnisse einer Umfrage

der Market Marktforschungsgesellschaft (2010), in der untersucht wurde worauf die Österreicher stolz sein können. Als häufigste Antwortkategorie wurde *auf die landschaftliche Schönheit* gewählt. Darauf aufbauend wurde eine Manipulation von Nationalstolz erstellt, die als Material bekannte österreichische Landschaften verwendete. Es wurde jeweils ein Bild von der Schlögener Donauschlinge, dem Mondsee, dem Neusiedlersee und dem Gebirgszug Wilder Kaiser dargeboten. Die Bilder wurden alle in einer Größe von 855 mal 594 Bildpunkten (Pixel) in der Bildschirmmitte dargestellt. Zu jedem Bild mussten die Teilnehmer die Fragen „Wie gut gefällt Ihnen dieses Bild?“ und „Wie sehr berührt Sie dieses Bild emotional?“ auf einer siebenstufigen Likert-Skala von *überhaupt nicht* (1) bis *sehr* (7) beantworten. Diese Fragen wurden für die weitergehende Analyse nicht ausgewertet, sondern sollten nur eine eingehendere Betrachtung der Bilder bewirken. In der Kontrollbedingung wurden den Teilnehmer Bilder von berühmten Naturlandschaften aus Australien präsentiert, nämlich der Ayers Rock, die Blue Mountains, die Twelve Apostles und der Squeaky Beach. Alle verwendeten Bilder sind im Anhang E abgebildet. Im nächsten Teil folgten die Fragen zum Manipulation Check und den abhängigen Variablen, wie sie in Studie 1 unter 3.2.3 Material beschrieben sind.

3.6.4 Ergebnisse

Manipulation Check

Wenn der Anblick der österreichischen Naturlandschaften den Nationalstolz der Teilnehmer in der Form von Patriotismus verstärkt, sollte der Wert in der Versuchsbedingung für die Skala *Patriotismus* höher sein als in der Kontrollbedingung. Auch die Identifikation mit der Region und die Identifikation mit der EU sollten in der Versuchsbedingung größer sein als in der Kontrollbedingung. Kein Unterschied zwischen beiden Bedingungen wurde für die Werte der Skala *Nationalismus* angenommen.

Hierzu wurde eine MANOVA mit Patriotismus, Nationalismus, Identifikation mit der Region und der Identifikation mit der EU als unabhängige Variablen und dem unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch/ niedrig) berechnet. Die Darstellung der österreichischen Naturbilder hatte keinen signifikanten Effekt, Pillai's Trace $F(4,63) = 1.36, p = .26, \eta^2 = .08$

Tabelle 9

Studie 5: Manipulation Check - Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Österr. Naturbilder <i>N</i> = 35		Aus. Naturbilder <i>N</i> = 33		<i>F</i> (1,66)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Patriotismus	5.58	1.37	5.64	1.27	0.04	.84	.00
Nationalismus	3.84	1.62	4.24	1.55	1.12	.30	.02
Region	4.94	1.75	4.15	2.03	2.97	.09	.04
EU	5.20	1.97	4.58	1.71	1.94	.17	.03

Die deskriptive Statistik und der Test der Zwischensubjektfaktoren für den Manipulation Check werden in Tabelle 9 dargestellt. Hierbei zeigte sich, dass die Identifikation mit der Region tendenziell einen signifikanten Mittelwertunterschied aufwies, $F(1,66) = 2.97, p = .089, \eta^2 = .043$. Kein Unterschied besteht für die Skalen *Patriotismus*, *Nationalismus* und *Identifikation mit der EU*. Dieses Ergebnis weist darauf hin, dass österreichische Naturbilder möglicherweise die Identifikation mit der eigenen Region verstärken. Für eine weitere Exploration wird die Auswertung fortgeführt.

Steuerehrlichkeit, Vertrauen und soziale Normen

Eine weitere MANOVA wurde berechnet um den Effekt von Nationalstolz, ausgelöst durch Naturbilder von Österreich, auf den gezahlten Steuerbetrag, das vernunftbasierte Vertrauen in die Steuerbehörde, das Vertrauen in die Regierung, das Vertrauen in die Region, das Vertrauen in die EU, die freiwillige Steuerehrlich und die sozialen Normen zu überprüfen.

Demnach haben die Naturbilder aus Österreich keinen allgemeinen Effekt auf die abhängigen Variablen, Pillai's Trace $F(7,60) = 1.53, p = .18, \eta^2 = .15$.

Tabelle 10

Studie 5: Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Österr. Naturbilder <i>N</i> = 35		Aus. Naturbilder <i>N</i> = 33		<i>F</i> (1,66)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Steuerbetrag	86.72	23.23	75.48	27.25	3.36	.07	.05
Vertrauen - Steuerbehörde	2.93	1.32	2.82	1.13	0.13	.72	.00
Vertrauen - Regierung	2.83	1.58	2.30	1.29	2.25	.14	.03
Vertrauen - Region	4.77	1.63	4.18	1.79	2.02	.16	.03
Vertrauen - EU	3.86	1.88	3.12	1.41	3.30	.07	.05
Freiwillige Steuerehrlichkeit	4.82	1.34	4.47	1.53	0.99	.32	.02
Soziale Normen	3.75	1.16	4.06	1.62	0.79	.38	.01

Wie man aus Tabelle 10 entnehmen kann, gab es einen tendenziell signifikanten Mittelwertunterschied für den gezahlten Steuerbetrag, $F(1,66) = 3.36, p = .071, \eta^2 = .048$. Auch das Vertrauen in die EU war in der Bedingung mit den österreichischen Naturbildern tendenziell höher als in der Kontrollbedingung, $F(1,66) = 3.30, p = .074, \eta^2 = .048$. Demnach zahlten Personen, die zuvor Bilder österreichischer Naturlandschaften betrachtet haben, tendenziell einen größeren Teil ihres fälligen Steuerbetrags und zeigten ein höheres Vertrauen in die EU als Personen denen australische Landschaftsbilder gezeigt wurden. Alle anderen abhängigen Variablen konnten durch die Manipulation nicht beeinflusst werden.

3.7 Studie 6 - Brauchtum

3.7.1 Stichprobe

An dieser Onlinestudie haben insgesamt 178 Personen teilgenommen. Insgesamt mussten 112 Personen vor der Auswertung ausgeschlossen werden. Davon wurden 93 Personen ausgeschlossen, weil sie den Onlinefragebogen nicht abgeschlossen haben. Zwei Teilnehmer wurden ausgeschlossen, die angaben bereits in der näheren Vergangenheit einen Fragebogen zum Thema Steuern beantwortet zu haben. Weitere fünf Teilnehmer wurden ausgeschlossen, da sie angaben keine österreichischen Staatsbürger zu sein. Als nächstes wurde eine Person ausgeschlossen, die angab, dass die Versuchsmanipulation bei ihr nicht dargestellt werden konnte. Drei weitere Person wurde ausgeschlossen, da diese angegeben haben momentan in einer Ausbildung zu sein und nur Personen mit Erfahrungen in Bezug auf Steuern untersucht werden sollten. Zwei weitere Personen wurden ausgeschlossen, von denen eine ihr Alter mit 129 Jahren angegeben hat und die andere keine Angaben zu ihrem Geschlecht gemacht hat. Danach wurden vier Teilnehmer ausgeschlossen, da sich ihre Bearbeitungszeit mehr als zwei Standardabweichungen vom Mittelwert unterschied. Der Grenzwert der Bearbeitungszeit lag hierfür bei 1 740.01 Sekunden. Des Weiteren wurden zwei Personen ausgeschlossen, deren Bearbeitungszeit einen nicht korrekten Wert enthielt. Die endgültige Stichprobe besteht aus 66 Teilnehmern.

Von 66 Teilnehmern waren neun Frauen. Das Alter reichte von 26 bis 66 Jahre ($M = 46.80$, $SD = 10.97$). Mit 50 Prozent gaben die meisten Teilnehmer an, einen Universitätsabschluss zu besitzen. Die Matura wurde von 27.3 Prozent, die Lehre von 13.6 Prozent und die Fachschule von 7.6 Prozent als höchster Bildungsabschluss angegeben. Weitere 1.5 Prozent gaben Sonstiges als höchsten Bildungsgrad an. Eine Mehrzahl von 43.9 Prozent gab an, in der Privatwirtschaft angestellt zu sein. Nach eigenen Angaben waren 21.2 Prozent im öffentlichen Sektor angestellt, 18.2 Prozent selbstständig und 15.2 Prozent in Pension. Weitere 1.5 Prozent führten Sonstiges als Beschäftigungsverhältnis an.

In beiden Bedingungen waren das Geschlecht ($\chi^2(1) = 0.96, p = .33$), das Beschäftigungsverhältnis ($\chi^2(4) = 1.31, p = .86$), der Bildungsabschluss ($\chi^2(4) = 3.61, p = .46$) und auch das Einkommen ($\chi^2(7) = 6.03, p = .54$) der Teilnehmer gleichverteilt. Zwischen den beiden Versuchsbedingungen gab es keinen Mittelwertunterschied für das Alter der Teilnehmer ($t(64) = 0.59, p = .56$) und ihre Erfahrung mit Steuern ($t(64) = -0.63, p = .53$).

3.7.2 Design und Durchführung

In dieser Studie wurde versucht durch die Darstellung von österreichischen bzw. australischen Traditionen Nationalstolz in der Ausprägung von Patriotismus zu manipulieren. Dazu wurden zwei Versuchsbedingungen erstellt, denen die Teilnehmer zufällig zugewiesen wurden. In der ersten Bedingung sollte durch Bilder von österreichischen Traditionen Nationalstolz hoch manipuliert werden. In der zweiten Bedingung sollte durch die Darstellung australischer Traditionen Nationalstolz niedrig manipuliert werden. Daraufhin wurden durch einen Onlinefragebogen die abhängigen Variablen und die Manipulation Check Skalen erfasst.

Die Stichprobe wurde mit Hilfe eines Onlinefragebogens erhoben. Dazu wurde der Weblink zu dem Fragebogen zusammen mit einem Einladungstext vom 17. Juli bis zum 05. September 2013 in den Internetforen verschiedener Tageszeitungen und Zeitschriften verbreitet. Diese werden in Studie 1 unter 3.2.2 Design und Durchführung einzeln aufgeführt.

3.7.3 Material

In dieser Studie wurde versucht Nationalstolz als Patriotismus bei den Teilnehmern hervorzurufen, indem ihnen Bilder von österreichischen Traditionen und kulturellen Identifikationsmerkmalen gezeigt wurden. Diese Manipulation basierte auf der einer Umfrage zu dem Thema Nationalstolz in Österreich. Auf die Frage, worauf man in Österreich

besonders stolz sein könne, lautet eine der am häufigsten gewählten Antworten *auf Tradition und das Brauchtum* war (Market Marktforschungsgesellschaft, 2010).

In der Versuchsbedingung wurde den Teilnehmern jeweils ein Bild des Wiener Opernballs, eines Perchtenlaufs, der Wiener Sängerknaben und eines Almbauern in österreichischer Tracht dargeboten. Den Teilnehmern in der Kontrollbedingung wurden Bilder von australischen Traditionen und landestypischen Besonderheiten gezeigt. Dazu wurde jeweils ein Bild von Surfern am Strand, australischen Aborigines, einem Barbecue und einem Campingausflug präsentiert. Alle Bilder wurden in einer Größe von 855 mal 594 Bildpunkten (Pixel) in der Bildschirmmitte dargestellt. Bei jedem Bild wurden die Teilnehmer darum gebeten zu beantworten, wie sehr ihnen dieses Bild gefällt und wie sehr sie dieses Bild emotional berührt auf einer siebenstufigen Likert-Skala von *überhaupt nicht* (1) bis *sehr* (7). Wobei diese Fragen nur die ausreichende Betrachtung der Bilder durch die Teilnehmer sicherstellen sollten und nicht weiter ausgewertet wurden. Die verwendeten Bilder sind in Anhang F aufgeführt. Darauf folgte der Fragebogen zur Überprüfung der Manipulation und der Erfassung der abhängigen Variablen und. Der Fragebogen wird in Studie 1 unter 3.2.3 Material beschrieben.

3.7.4 Ergebnisse

Manipulation Check

Wenn die Manipulation von Nationalstolz in der Form von Patriotismus durch die Bilder österreichischer Traditionen erfolgreich ist, sollten die Teilnehmer in der Versuchsbedingung höhere Werte in der Skala *Patriotismus* aufweisen, als die Teilnehmer in der Kontrollbedingung. Der Nationalismus sollte sich zwischen beiden Bedingungen nicht unterscheiden. Die Identifikation mit der Region und die Identifikation mit der EU sollten erwartungsgemäß in der Bedingung mit der Darstellung österreichischer Traditionen höher sein als in der Kontrollbedingung.

Um den Erfolg der Manipulation zu überprüfen wurde eine MANOVA berechnet mit dem unabhängigen Faktor Nationalstolz (hoch/ niedrig) und den Skalen *Patriotismus*, *Nationalismus*, *Identifikation mit der Region* und *Identifikation mit der EU* als abhängige Variablen. Danach hatte die Manipulation keinen Effekt auf die abhängigen Variablen, Pillai's Trace $F(4,61) = 0.55, p = .70, \eta^2 = .04$.

Tabelle 11 zeigt hierzu die deskriptive Statistik und den Test der Zwischensubjektfaktoren. Dabei ist zu erkennen, dass es keinen Mittelwertunterschied zwischen beiden Bedingungen für die abhängigen Variablen gab. Aus explorativen Gründen wird mit der Datenauswertung fortgefahren.

Tabelle 11

Studie 6: Manipulation Check - Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Österr. Traditionen <i>N</i> = 32		Aus. Traditionen <i>N</i> = 34		<i>F</i> (1,64)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Patriotismus	5.13	1.43	4.83	1.78	0.55	.46	.01
Nationalismus	3.86	1.41	3.66	1.51	0.30	.59	.01
Region	5.13	1.70	4.65	2.27	0.93	.34	.01
EU	5.16	1.95	4.65	2.06	1.06	.31	.02

Steuerehrlichkeit, Vertrauen und soziale Normen

Eine weitere MANOVA wurde berechnet um einen möglichen Effekt des unabhängigen Faktors Nationalstolz (hoch/ niedrig) auf die abhängigen Variablen Steuerbetrag, vernunftbasiertes Vertrauen in die Steuerbehörde, Vertrauen in die Regierung, Vertrauen in die Region, Vertrauen in die EU, freiwillige Steuerehrlichkeit und die sozialen Normen zu untersuchen. Es konnte kein signifikanter Effekt der Manipulation auf die abhängigen Variablen gefunden werden, Pillai's Trace $F(7,58) = 0.73, p = .65, \eta^2 = .08$.

Aus Tabelle 12 kann man entnehmen, dass es keinen signifikanten Mittelwertunterschied für die abhängigen Variablen zwischen beiden Bedingungen gab. Demnach hatte die Manipulation von Nationalstolz durch die Darstellung österreichischer Traditionen keinen Effekt auf die abhängigen Variablen.

Tabelle 12

Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren

	Österr. Traditionen <i>N</i> = 32		Aus. Traditionen <i>N</i> = 34		<i>F</i> (1,64)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Steuerbetrag	82.21	25.46	75.40	30.98	0.95	.33	.02
Vertrauen - Steuerbehörde	2.93	1.22	3.06	1.44	0.15	.70	.00
Vertrauen - Regierung	2.25	1.34	2.24	1.56	0.00	.97	.00
Vertrauen - Region	4.50	1.63	4.18	1.99	0.52	.47	.01
Vertrauen - EU	3.81	1.96	3.15	1.69	2.19	.14	.03
Freiwillige Steuerehrlichkeit	4.48	1.68	4.24	1.34	0.43	.51	.01
Soziale Normen	4.24	1.40	3.91	1.85	0.69	.41	.01

3.8 Mediationsanalyse

Nachdem in den vorangegangenen Studien der direkte Einfluss von Nationalstolz auf das Steuerverhalten untersucht wurde, wird im Folgenden ein anderer möglicher Zusammenhang zwischen diesen untersucht. So könnte sich Nationalstolz indirekt über die Wirkung auf wichtige Faktoren des Steuerverhaltens, wie Vertrauen und freiwillige Steuerehrlichkeit auf das Steuerverhalten auswirken.

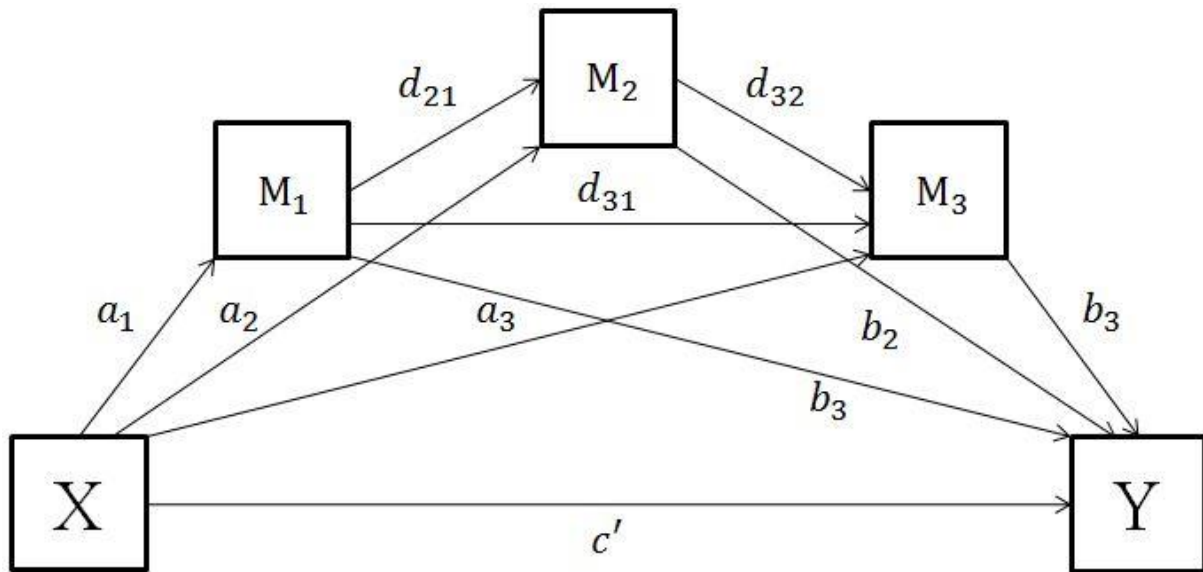


Abbildung 1: Modell der seriellen multiplen Mediation

In zwei der sechs vorgestellten Studien, Studie 1 - Framing und Studie 5 - Landschaften, hatte die Manipulation von Nationalstolz einen Einfluss auf verschiedene Vertrauensskalen. Falls Nationalstolz einen Einfluss auf Vertrauen hat, sollte sich dies auch auf die freiwillige Steuerehrlichkeit auswirken, da bereits gezeigt werden konnte, dass Vertrauen mit freiwilliger Steuerehrlichkeit zusammenhängt (Gangl, Hofmann, Pollai & Kirchler, 2012; Wahl et al., 2010). Freiwillige Steuerehrlichkeit steht wiederum mit der Höhe der ehrlich gezahlten Steuern in Verbindung (Kirchler & Wahl, 2010).

Aus diesem Grund wird in diesem Abschnitt untersucht, ob es einen indirekten Effekt der Manipulation von Nationalstolz auf den intendierten Steuerbetrag über die Mediatoren (wahrgenommener) Patriotismus, Vertrauen und freiwillige Steuerehrlichkeit gibt. Hierzu wurde eine Mediationsanalyse mit Hilfe von PROCESS⁷ berechnet, das auf Basis der Bootstrapmethode (Hayes, 2013) den indirekten Effekt für Modelle mit einem oder mehreren Mediatoren oder Moderatoren und deren Wechselwirkung bestimmen kann. Dazu wurde Modell 6 für eine serielle multiple Mediation ausgewählt.

⁷ Kostenlos verfügbar unter <http://www.afhayes.com/>

Im Besonderen wurde der Pfad Manipulation (X) → Patriotismus (M₁) → Vertrauen (M₂) → freiwillige Steuerehrlichkeit (M₃) → intendierter Steuerbetrag (Y) betrachtet. Das verwendete Modell wird in Abbildung 1 dargestellt. Die Berechnung wurde mit 5 000 Stichprobenwiederholungen durchgeführt. Der direkte Effekt der Manipulation (X) auf den intendierten Steuerbetrag (Y) wird durch c' dargestellt. Der indirekte Effekt der Manipulation auf den Steuerbetrag über die Mediatoren wahrgenommener Patriotismus (M₁), Vertrauen (M₂) und freiwillige Steuerehrlichkeit (M₃) entspricht dabei dem Produkt $a_1 d_{21} d_{32} b_3$. Jeder direkte und indirekte Effekt der Manipulation wird dabei aufgrund der Kodierung ein negatives Vorzeichen aufweisen, da Nationalstolz hoch = 1 und Nationalstolz niedrig = 2 kodiert ist.

3.8.1 Stichprobe, Durchführung und Material

Die Stichprobe bestand für die Mediationsanalyse aus allen Stichproben der Studien 1 bis 6 mit $N = 480$. Zunächst wurde für jede Studie eine generelle Vertrauensskala erstellt, indem aus den Items der Skalen *vernunftbasiertes Vertrauen in die Steuerbehörden*, *Vertrauen in die Regierung*, *Vertrauen in die Region* und *Vertrauen in die EU* der Mittelwert gebildet wurde. Diese neue Skala wurde *Vertrauen* genannt (Cronbach's Alpha von .815 bis .852). Als zweiter Schritt wurden die Daten aus allen sechs Studien für die Skalen *Patriotismus*, *Vertrauen*, *freiwillige Steuerehrlichkeit* und *Steuerbetrag* sowie die Bedingung Nationalstolz (hoch/ niedrig) in eine einzige Datei zusammengefügt.

3.8.2 Ergebnisse

Das Ergebnis der Mediationsanalyse bestätigte, dass es keinen direkten Effekt der Manipulation auf den intendierten Steuerbetrag gab, $c' = -1.88, p = .43$, KI [-6.54, 2.78]. Die Manipulation hatte außerdem keinen indirekten Effekt nur über den wahrgenommenen Patriotismus, KI [-0.97, 0.37]. Demnach gab es keinen Zusammenhang zwischen einem

erhöhten Patriotismus, als Folge der Manipulation, und dem intendierten Steuerbetrag. Auch hat sich die Manipulation nicht über eine Veränderung des Vertrauens auf den intendierten Steuerbetrag ausgewirkt, KI [-0.87, 0.23]. Ebenso beeinflusste die Manipulation nicht das Steuerverhalten über die freiwillige Steuerehrlichkeit, KI [-2.88, 0.89]. Es gab auch keinen Effekt der Manipulation auf den intendierten Steuerbetrag über Patriotismus und Vertrauen (Manipulation → Patriotismus → Vertrauen → intendierter Steuerbetrag), KI [-0.45, 0.00]. Es gab ebenfalls keinen Effekt der Manipulation über die Mediatoren Vertrauen und freiwillige Steuerehrlichkeit (Manipulation → Vertrauen → freiwillige Steuerehrlichkeit → intendierter Steuerbetrag), KI [-1.04, 0.46].

Ein indirekter Effekt der Manipulation konnte allerdings gezeigt werden über Patriotismus und freiwillige Steuerehrlichkeit, KI [-0.77, -0.02]. Wie in Abbildung 2 dargestellt wird, beeinflusste die Manipulation von Nationalstolz (X) über den wahrgenommenen Patriotismus (M_1) und die freiwillige Steuerehrlichkeit (M_3) indirekt die intendierten Steuerzahlungen der Teilnehmer (Y) positiv.

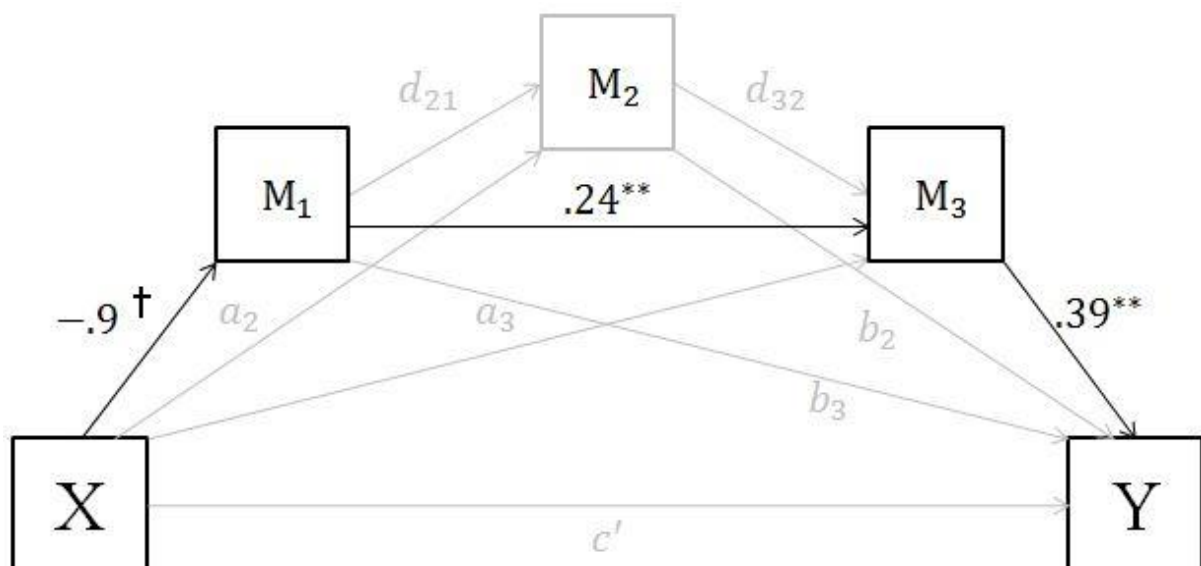


Abbildung 2: Indirekter Effekt der Manipulation über Patriotismus und freiwillige Steuerehrlichkeit

$^\dagger p < .10$. $*p < .05$. $**p < .01$.

Um die einzelnen Effekte vergleichen zu können wurden die Koeffizienten standardisiert. Dies erfolgte durch (multiple) Regressionen mit hierarchischer Eingabe der unabhängigen Variablen in der Reihenfolge wie sie im Mediationsmodell beschrieben ist.

Ein weiterer indirekter Effekt der Manipulation konnte gezeigt werden über Patriotismus, Vertrauen und die freiwillige Steuerehrlichkeit mit $a_1 d_{21} d_{32} b_3 = -0.21$ und einem 95-prozentigen Konfidenzintervall, KI [-.48, -.01]. Wie in Abbildung 3 dargestellt wird beeinflusste die Manipulation von Nationalstolz (X) den intendierten Steuerbetrag (Y) über den wahrgenommenen Patriotismus (M_1), das Vertrauen (M_2) und die freiwillige Steuerehrlichkeit (M_3). Die Manipulation selbst hatte nur einen tendenziell signifikanten Effekt auf Patriotismus, $a_1 = -0.26, p = .053$, KI [-0.52, 0.00] und $\beta = -.09$. Demnach zeigten Teilnehmer in der Bedingung Nationalstolz (hoch) tendenziell mehr Patriotismus als Teilnehmer in der Bedingung Nationalstolz (niedrig).

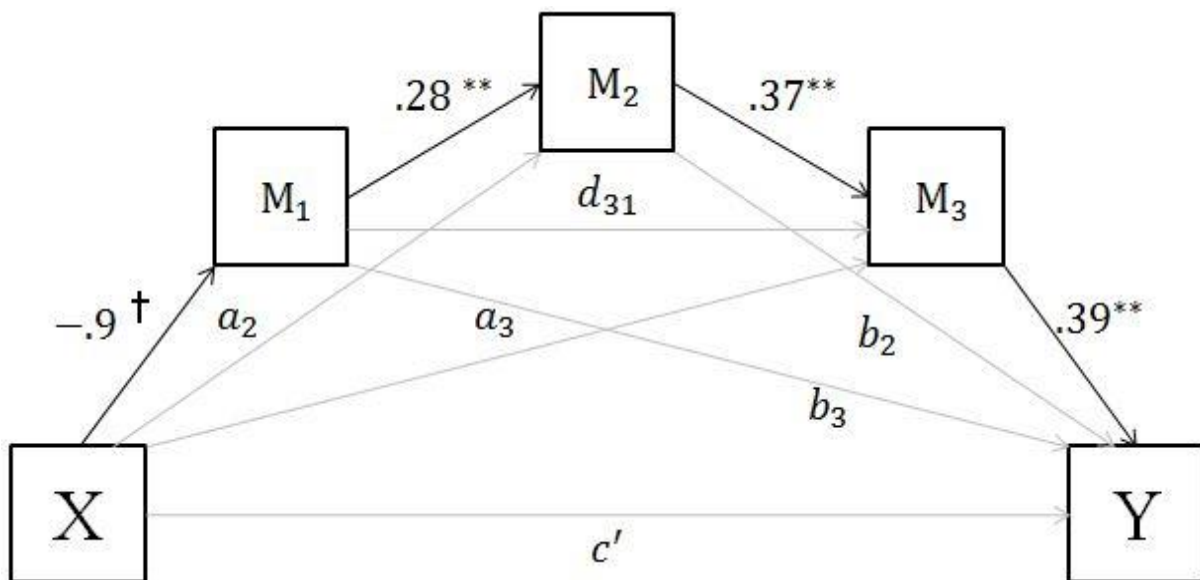


Abbildung 3: Indirekter Effekt der Manipulation über Patriotismus, Vertrauen und freiwillige Steuerehrlichkeit

$^\dagger p < .10$. $*p < .05$. $^{**}p < .01$.

Ein höheres Maß an Patriotismus, der tendenziell durch die Manipulation ausgelöst werden konnte, ging mit einem Anstieg des Vertrauens einher, $d_{21} = 0.23, p = .00$, KI [0.16, 0.30] und $\beta = 0.28$. Vertrauen hing wiederum positiven mit freiwilliger Steuerehrlichkeit zusammen, $d_{32} = 0.48, p = .00$, KI [0.37, 0.59]. Der standardisierte Beta-Koeffizient beträgt $\beta = .37$. Demzufolge zeigten Teilnehmer, die mehr Vertrauen aufwiesen auch mehr freiwillige Steuerehrlichkeit. Freiwillige Steuerehrlichkeit hing positiv mit der Höhe des Steuerbetrags zusammen, $b_3 = 7.35, p = .00$, KI [5.65, 9.06] und $\beta = 0.39$.

Folglich hatte die Manipulation von Nationalstolz einen indirekten positiven Einfluss auf den intendierten Steuerbetrag. Personen in der Versuchsbedingung Nationalstolz (hoch) gaben an patriotischer zu sein. Patriotismus wiederum hing positiv mit Vertrauen zusammen und Vertrauen ging mit einer höheren freiwilligen Steuerehrlichkeit einher, die mit einem höheren intendierten Steuerbetrag verbunden ist.

4. Zusammenfassung der Ergebnisse und Diskussion

Im Folgenden wird zunächst ein Überblick der vorgestellten Ergebnisse gegeben. Danach werden mögliche Gründe für diese Ergebnisse sowie Folgen für kommende Untersuchungen diskutiert. Das Framing (Studie 1), der Text (Studie 2) und die Bilder von österreichischen Landschaften (Studie 5) und Traditionen (Studie 6) haben nicht zu einem höheren Patriotismus bei den Teilnehmern geführt. Die Darstellung von österreichischen Landschaften (Studie 5) hat tendenziell eine größere Identifikation mit der Region hervorgerufen. Jedoch hat die Darstellung der österreichischen Flagge (Studie 3) bei den Teilnehmern zu signifikant mehr Patriotismus und auch Nationalismus geführt. Auch die österreichische Hymne (Studie 4) führte tendenziell zu mehr Patriotismus bei den Teilnehmern. Dieses Ergebnis stimmt damit überein, dass die Verbundenheit mit der Nationalhymne und der Nationalflagge sowohl mit Patriotismus als auch mit Nationalismus zusammenhängt (Karasawa, 2002).

Bei den Studien, in denen Patriotismus verstärkt werden konnte (Studie 3 und Studie 4), wurde wiederum kein Effekt der Versuchsbedingung auf die Höhe des intendierten Steuerbetrags, die unterschiedlichen Vertrauensskalen, die freiwillige Steuerehrlichkeit und die sozialen Normen gefunden. Auch die Darstellung der österreichischen Traditionen (Studie 6) hatte keinen Einfluss auf die abhängigen Variablen, ebenso wie der Text über die Verbesserung der staatlichen Institutionen (Studie 2). Hingegen hat das Framing (Studie 1) mehr vernunftbasiertes Vertrauen in die Steuerbehörde sowie mehr Vertrauen in die EU hervorgerufen und die sozialen Normen, dass Steuerhinterziehung und Steuervermeidung wenig verbreitet ist, verstärkt. Andererseits konnte dadurch kein Effekt auf die Höhe des Steuerbetrags festgestellt werden. Nur die Darstellung von bekannten österreichischen Landschaften (Studie 5) hat tendenziell dazu geführt, dass im Szenario mehr Steuern gemäß der Steuerschuld abgeführt wurden. Gleichzeitig stieg durch diese Manipulation tendenziell auch das Vertrauen in die EU.

In einer Mediationsanalyse über alle Studien konnte ein indirekter Effekt der Manipulation auf den intendierten Steuerbetrag über die Mediatoren wahrgenommener Patriotismus, Vertrauen und freiwillige Steuerehrlichkeit gezeigt werden. Danach führte die Manipulation tendenziell zu einem höheren Patriotismus, der mit einem höheren Vertrauen verbunden war. Ein höheres Maß an Vertrauen hing wiederum mit einer höheren freiwilligen Steuerehrlichkeit zusammen, welche wiederum mit einem höheren intendierten Steuerbetrag verbunden war.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der sechs durchgeführten Studien, dass die Manipulation von Nationalstolz nur in einigen Fällen funktioniert hat, und dass der Effekt der Manipulation auf das intendierte Steuerverhalten, das Vertrauen und die sozialen Normen sehr unterschiedlich war. Für dieses Ergebnis werden zwei mögliche Erklärungen diskutiert: (a) eine mangelnde Unterscheidung zwischen explizitem und implizitem Nationalstolz und (b) psychologische Reaktanz auf das verwendete Material in der Manipulation.

Gemäß der ersten Erklärung könnte es sein, dass hierbei unbeabsichtigt verschiedene Formen von Patriotismus manipuliert wurden, die unterschiedliche Effekte auf die abhängigen Variablen hatten. Kelman (2006) unterscheidet zwischen instrumenteller Verbundenheit mit der eigenen Nation, die eher einer expliziten kognitiven Informationsverarbeitung, das heißt dem System 2 (Kahneman, 2003) zugeordnet werden kann, und einer sentimental Verbundenheit mit der eigenen Nation, die eher mit nationalen Symbolen und emotionalen Prozessen verbunden ist und dem System 1 (Kahneman, 2003) zugeordnet wird (Meier-Pesti & Kirchler, 2003).

Es ist denkbar, dass durch die Nennung von drei Gründen, warum man gerne in Österreich lebt (Studie 1) und durch das Lesen eines Textes über institutionelle Verbesserung in Österreich (Studie 2) eine kognitive Informationsverarbeitung ausgelöst wurde, die dem System 2 zuzuordnen ist. Damit wären diese Manipulationen dazu geeignet expliziten bzw. vernunftbasierten Nationalstolz hervorzurufen. Die Manipulationen aus Studie 3, Studie 4,

Studie 5 und Studie 6 erfolgten auf Basis einer schnellen und wenig aufwendigen Informationsverarbeitung. Damit wäre es möglich, dass bei diesen Studien eher automatischer oder impliziter Patriotismus ausgelöst wurde. Andererseits erfassten die Items der hier verwendeten Skala *Patriotismus* von Meier-Pesti und Kirchler (2003) eher emotionale Komponenten von Patriotismus, z. B. „Ich fühle mich Österreich verbunden.“, als rationale Entscheidungen auf Basis von sachlichen Überlegungen, wie sie für kognitive Prozesse des Systems 2 typisch wären. Es ist daher möglich, dass in den Manipulationen der verschiedenen Studien abwechselnd expliziter, vernunftbasierter Patriotismus und automatischer, implizierter Patriotismus ausgelöst wurde, aber in der Manipulation Check Skala *Patriotismus* lediglich automatischer, impliziter Patriotismus erfasst wurde. Dies wäre eine mögliche Erklärung, warum es in den Versuchsbedingungen der Studie 3 (Flagge) und Studie 4 (Hymne) ein verstärkter Patriotismus festgestellt wurde, nicht aber in für die Versuchsbedingungen der Studie 1 und Studie 2.

Andere Studien zum Steuerverhalten unterscheiden ebenfalls zwischen explizitem oder vernunftbasiertem Vertrauen und implizitem, automatischen oder unbewussten Vertrauen (Castelfranchi & Falcone, 2010; Gangl et al., 2012). In dieser Arbeit wurde das Vertrauen in die Steuerbehörde als vernunftbasiertes, explizites Vertrauen erfasst, während die anderen Vertrauensskalen nicht zwischen explizitem und implizitem Vertrauen unterschieden. Sollte das Framing (Studie 1) tatsächlich expliziten Nationalstolz hervorgerufen haben, würde dies damit übereinstimmen, dass dadurch auch vernunftbasiertes, explizites Vertrauen in die Steuerbehörde ausgelöst wurde.

Eine weitere Erklärung für die Ergebnisse könnte eine psychologische Reaktanz der Teilnehmer sein, ausgelöst durch die Beeinflussung in der Manipulation. Psychologische Reaktanz entsteht, wenn eine Person sich damit konfrontiert sieht, dass ihre Entscheidungsfreiheit eingeschränkt wird (Brehm & Brehm, 1981). Da die Person bestrebt sein wird, ihre bedrohte Entscheidungsfreiheit wieder herzustellen, wird sie vermehrt das

Verhalten oder die Einstellung zeigen, die vorher bedroht worden ist (Brehm & Brehm, 1981). Möglicherweise war es für die Teilnehmer offensichtlich, dass beispielsweise durch die Flagge (Studie 3) und die Hymne (Studie 4) der Nationalstolz gesteigert werden sollte um durch den Nationalstolz auch das Vertrauen in Steuerbehörde, die sozialen Normen und die freiwillige Steuerehrlichkeit zu beeinflussen. Teilnehmer, die ihre Entscheidungsfreiheit als gefährdet betrachtet haben, könnten versucht haben diese wiederherzustellen, indem sie ein geringes Vertrauen in die Steuerbehörde, geringe soziale Normen der Steuerehrlichkeit sowie kaum freiwillige Steuerehrlichkeit gezeigt haben.

Dass durch die Darstellung österreichischer Landschaften sowohl tendenziell die Identifikation mit der Region gesteigert als auch ein höherer Steuerbetrag erzielt wurde, könnte darauf beruhen, dass diese Manipulation nicht oder weniger als offensichtliche Beeinflussung erkannt wurde und dadurch keine psychologische Reaktanz ausgelöst wurde. Da Reaktanz nicht direkt gemessen werden kann, kann es nur durch Voraussagen von Verhalten erfasst werden. Die Beeinflussung einer Einstellung löst Reaktanz nur bei Personen aus, die eine nicht neutrale Position bezüglich der adressierten Einstellung vertreten (Brehm & Brehm, 1981). Wenn eine zukünftige Manipulation darauf untersucht werden soll, ob sie Reaktanz bei Versuchsteilnehmern auslösen, wäre es hilfreich vor der Manipulation zu erfassen, ob Teilnehmer eine bestimmte Einstellung vertreten, die durch die Manipulation verändert werden soll. An den Personen, die eine gegenteilige Einstellung vor der Beeinflussung vertreten, könnte eine mögliche Reaktanz auf die Manipulation am besten überprüft werden.

Für eine zukünftige experimentelle Untersuchung der Wirkung von Nationalstolz auf das Steuerverhalten, wäre es wichtig zwischen explizitem und implizitem Nationalstolz zu unterscheiden. Besonders wichtig ist diese Unterscheidung, wenn der Zusammenhang zwischen Nationalstolz und implizitem oder explizitem Vertrauen untersucht wird. Auch sollte bei einer Manipulation von Nationalstolz, das Stimulusmaterial darauf überprüft

werden, ob es dazu geeignet ist Reaktanz bei den Teilnehmern auszulösen. Auch wenn es durch diese Ergebnisse möglich erscheint das Steuerverhalten durch Nationalstolz zu beeinflussen, sollte darauf geachtet werden, dass nicht im gleichen Maß Nationalismus gefördert wird. Wichtige nationale Symbole wie die Flagge scheinen besonders geeignet zu sein, Nationalstolz in beiden Formen, als Patriotismus und als Nationalismus, hervorzurufen. Es konnte bereits gezeigt werden, dass die Verbundenheit mit der Hymne und Flagge der eigenen Nation sowohl mit Patriotismus als auch mit Nationalismus zusammenhängt (Karasawa, 2002). So muss Nationalismus als möglicher Nebeneffekt von verstärktem Patriotismus betrachtet werden, wobei sie sich in ihrer Wirkung stark voneinander unterscheiden. Aber im Fall von Konflikten zwischen Nationen führt Patriotismus zu einem Anstieg von Nationalismus (Brown, 1995; Brown et al., 2001; Rabbie et al., 1974) und wurde dazu verwendet die Kriegsanstrengungen der Bevölkerung zu erhöhen (Anderson, 1917; Durand, 1917).

Zu den Kritikpunkten an dieser Arbeit gehört, dass eine Onlinestichprobe befragt wurde. Es erfolgte keine gezielte Auswahl der Teilnehmer, wodurch die Repräsentativität der Stichprobe möglicherweise beeinflusst wurde. Auch durch die Veröffentlichung des Weblink in Internetforen vom Wirtschaftsteil bestimmter Tageszeitung, wurde eine Vorauswahl der Teilnehmer getroffen. Die hohe Anzahl an vorzeitigen Abbrüchen des Onlinefragebogens kann ebenfalls einen Einfluss auf die Zusammensetzung der Stichprobe und damit auf die Repräsentativität haben. Obwohl in einem Item danach gefragt wurde, ob die Teilnehmer in letzter Zeit bereits an einer Studie zum Thema Steuern teilgenommen haben, kann nicht ausgeschlossen werden, dass Personen mehrmals an einer der Studien teilgenommen haben. Für die mangelnde Repräsentativität der Stichprobe spricht außerdem, dass sie überwiegend aus Männern besteht. Ein weiterer Kritikpunkt ist die geringe Größe der Stichproben in den einzelnen Studien. Die Größe der Stichprobe hat einen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit,

ein signifikantes Ergebnis zu finden. Eine größere Stichprobe hätte eventuell dazu beigetragen, einen stärkeren Effekt der Manipulation zu finden.

Andererseits ist positiv anzumerken, dass alle Teilnehmer bereits über Erfahrungen im Steuerzahlen verfügen, wodurch die Aussagekraft der Ergebnisse unterstützt wird. Für die ökologische Validität der Ergebnisse spricht, dass die Fragebögen mit den Manipulationen in Onlinezeitungen veröffentlicht wurden. Diese würden bei einer tatsächlichen Werbekampagne für Steuerehrlichkeit ein wichtiges Medium darstellen. Somit konnte die Manipulation bereits in einem relevanten Kontext erprobt werden. Einen Vorteil der Untersuchung stellt die Vielzahl der verwendeten Manipulationen von Nationalstolz dar. Dadurch konnten erste Erkenntnisse über die Wirkung von unterschiedlichen Medien auf die Manipulation von Nationalstolz gewonnen werden.

So sollten auf Basis der vorliegenden Arbeit idealerweise ein Framings oder Landschaftsbilder dazu verwendet werden um Nationalstolz in Form von Patriotismus zu stärken. Durch sie konnte Vertrauen in die Steuerbehörde und die EU und durch die Landschaftsbilder tendenziell die Identifikation mit der Region sowie die Höhe an ehrlich abgeführten Steuern gesteigert werden. Gleichzeitig lösten das Framing und die Landschaftsbilder keinen Nationalismus bei den Teilnehmern aus, im Gegensatz zur Nationalflagge. Daher wird davon abgeraten, Flaggen zu verwenden um das Steuerverhalten zu beeinflussen.

5. Zusammenfassung

Das Ziel dieser Arbeit war es zu untersuchen, ob durch eine Steigerung von Nationalstolz das Steuerverhalten und wichtige Determinanten des Steuerverhaltens positiv beeinflusst werden können. Im Einzelnen wurde der Effekt von Nationalstolz auf das vernunftbasierte Vertrauen in die Steuerbehörden, das Vertrauen in die Regierung, das Vertrauen in die Region und das Vertrauen in die EU sowie die freiwillige Steuerehrlichkeit, die sozialen Normen und die Höhe des intendierten Steuerbetrags in einem Steuerszenario überprüft. In sechs Onlinestudien wurde versucht Nationalstolz als Patriotismus zu manipulieren. Dazu wurde ein Framing (Studie 1) sowie ein Text (Studie 2) verwendet, die auf der Manipulation von Patriotismus nach Mummendey et al. (2001) basieren. Für die weiteren Studien wurde die österreichische Flagge (Studie 3), die österreichische Hymne (Studie 4) sowie Bilder von bekannten österreichischen Landschaften (Studie 5) und Bilder von österreichischen Traditionen (Studie 6) verwendet. Anschließend wurden mit Hilfe eines Onlinefragebogens die oben angeführten abhängigen Variablen erhoben. Der Effekt der Manipulationen wurde für jede einzelne Studie mit Hilfe von multivariaten Varianzanalysen und über alle Studien hinweg durch eine Mediationsanalyse berechnet.

Die Untersuchung ergab, dass die österreichische Flagge, die Hymne und die Darstellung bekannter österreichischer Landschaften dazu geeignet sind Patriotismus bzw. Identifikation mit der Region und im Falle der Flagge Nationalismus zu verstärken. Aber nur das Framing hatte einen Einfluss auf das vernunftbasierte Vertrauen in die Steuerbehörden, das Vertrauen in die Regierung, das Vertrauen in die EU und die sozialen Normen. Die Darstellung der österreichischen Landschaften hingegen hatte einen tendenziell positiven Einfluss auf die Höhe des Steuerbetrags sowie das Vertrauen in die EU. Eine Mediationsanalyse, über alle Studien hinweg, konnte einen indirekten Effekt der Manipulation auf die Höhe des Steuerbetrags über die Mediatoren Patriotismus, Vertrauen

und freiwillige Steuerehrlichkeit feststellen. Diese Ergebnisse bestätigen die Annahme, dass Nationalstolz einen Einfluss auf das Steuerverhalten und seine Determinanten besitzt.

Für zukünftige Forschungen zum Einfluss von Nationalstolz wäre es wichtig zwischen implizitem und explizitem Nationalstolz zu unterscheiden. Außerdem sollte das Stimulusmaterial zum einen darauf untersucht werden, ob es Reaktanz auslöst und zum anderen, ob dadurch auch Nationalismus verstärkt wird. Den Ergebnissen dieser Arbeit zufolge eignen sich hierfür ein Framing oder Landschaftsbilder am besten. Durch sie wird kein Nationalismus ausgelöst, sondern das Vertrauen in die Steuerbehörde und die EU und durch Landschaftsbilder tendenziell der intendierte Steuerbetrag erhöht. Am wenigsten geeignet erscheinen Flaggen, da durch sie Nationalismus ausgelöst wird. Am Beispiel von Griechenland wird nicht nur die schädliche Wirkung der Steuerhinterziehung, sondern auch die Gefahr durch einen zunehmenden Nationalismus für eine Gesellschaft deutlich.

Literaturverzeichnis

- Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D. J. & Sanford, N. R. (1950). *The authoritarian personality*. New York: Harper & Brothers.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Allingham, M. G. & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1(3–4), 323–338.
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Alm, J. (1991). A Perspective on the experimental analysis of taxpayer reporting. *The Accounting Review*, 66(3), 577–593.
- Alm, J., Martinez-Vazquez, J. & Torgler, B. (2006). Russian attitudes toward paying taxes – before, during, and after the transition. *International Journal of Social Economics*, 33(12), 832–857.
- Anderson, F. F. (1917). Fundamental factors in war finance. *Journal of Political Economy*, 25(9), 857–887.
- Andreoni, J., Erard, B. & Feinstein, J. (1998). Tax compliance. *Journal of Economic Literature*, 36(2), 818–860.
- Boswell, J. (1907). *The life of Samuel Johnson: March 19, 1776-Dec. 13, 1784* (Bd. 2). London: Isaac Pitman & Sons.
- Brehm, S. S. & Brehm, J. W. (1981). *Psychological reactance. A theory of freedom and control*. New York: Academic Press.
- Brewer, M. B. (1999). The psychology of prejudice: Ingroup love and outgroup hate? *Journal of Social Issues*, 55(3), 429–444.
- Brown, R. (1995). *Prejudice. Its social psychology*. Oxford: Blackwell.

- Brown, R., Maras, P., Masser, B., Vivian, J. & Hewstone, M. (2001). Life on the ocean wave: Testing some intergroup hypotheses in a naturalistic setting. *Group Processes & Intergroup Relations*, 4(2), 81–97.
- Burk, J. (1984). Patriotism and the all-volunteer force. *Journal of Political & Military Sociology*, 12(2), 229–241.
- Castelfranchi, C. & Falcone, R. (2010). *Trust theory: A socio-cognitive and computational model*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Cullis, J., Jones, P. & Lewis, A. (2006). Tax framing, instrumentality and individual differences: Are there two different cultures? *Journal of Economic Psychology*, 27(2), 304–320.
- Dawes, R. M., van de Kragt, A. J. C. & Orbell, J. M. (1990). Cooperation for the benefit of us—not me, or my conscience. In J. J. Mansbridge (Hrsg.), *Beyond self-interest* (S. 97–110). Chicago: The University of Chicago.
- De Figueiredo, R. J. P. & Elkins, Z. (2003). Are patriots bigots? An inquiry into the vices of in-group pride. *American Journal of Political Science*, 47(1), 171–188.
- DPA. (2012, Juni). Finanzkrise: Griechenland kann Patienten nicht mehr versorgen. *Die Zeit*. Zugriff am 09.02.2014 unter <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2012-06/griechenland-gesundheitssystem-finanzkrise>
- Durand, E. D. (1917). Taxation versus bond issues for financing the war. *Journal of Political Economy*, 25(9), 888–916.
- EUROSTAT. (2013). *Bruttoverschuldung des Staates - jährliche Daten*. Luxembourg: Eurostat. Zugriff am 09.02.2014 unter <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=teina225&language=de>
- Fehr, E., Fischbacher, U. & Gächter, S. (2002). Strong reciprocity, human cooperation, and the enforcement of social norms. *Human Nature*, 13(1), 1–25.

- Feld, L. P. & Frey, B. S. (2002). Trust breeds trust: How taxpayers are treated. *Economics of Governance*, 3(2), 87–99.
- Ferguson, L. W. (1942). The isolation and measurement of nationalism. *Journal of Social Psychology*, 16(2), 215–228.
- Gangl, K., Hofmann, E. B., Pollai, M. & Kirchler, E. (2012). The dynamics of power and trust in the „Slippery Slope Framework“ and its impact on the tax climate (*SSRN Scholarly Paper*). Rochester, NY: Social Science Research Network. Retrieved January 29, 2014, from <http://papers.ssrn.com/abstract=2024946>
- Graetz, M. J. & Wilde, L. L. (1985). The economics of tax compliance: Fact and fantasy. *National Tax Journal*, 38(3).
- Griffin, D. (2005). *Patriotism and poetry in eighteenth-century Britain*. Cambridge: University Press.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis. A regression-based approach*. New York: The Guildford Press.
- Heinemann, F. (2008). Is the welfare state self-destructive? A study of government benefit morale. *Kyklos*, 61(2), 237–257.
- Hjerm, M. (1998). National identities, national pride and xenophobia: A comparison of four western countries. *Acta Sociologica*, 41(4), 335–347.
- Huddy, L. (2001). From social to political identity: A critical examination of social identity theory. *Political Psychology*, 22(1), 127–156.
- Huddy, L. & Khatib, N. (2007). American patriotism, national identity, and political involvement. *American Journal of Political Science*, 51(1), 63–77.
- Johnson, S. (1774). *The patriot: Addressed to the electors of Great Britain*. London: T. Cadell.
- Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *American Psychologist* September 2003, 58(9), 697–720.

- Kang, S. W. & Rockoff, H. (2006). *Capitalizing patriotism: The liberty loans of world war I* (Working Paper No. 11919). National Bureau of Economic Research.
- Karasawa, M. (2002). Patriotism, nationalism, and internationalism among Japanese citizens: An etic-emic approach. *Political Psychology*, 23(4), 645–666.
- Keane, J. (1994). Nations, nationalism and citizens in Europe. *International Social Science Journal*, 46(140), 169–184.
- Kelman, H. C. (2006). Interests, relationships, identities: Three central issues for individuals and groups in negotiating their social environment. *Annual Review of Psychology*, 57(1), 1–26.
- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kirchler, E., Hölzl, E. & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210–225.
- Kirchler, E. & Wahl, I. (2010). Tax compliance inventory TAX-I: Designing an inventory for surveys of tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 31(3), 331–346.
- Kogler, C., Batrancea, L., Nichita, A., Pantya, J., Belianin, A. & Kirchler, E. (2013). Trust and power as determinants of tax compliance: Testing the assumptions of the slippery slope framework in Austria, Hungary, Romania and Russia. *Journal of Economic Psychology*, 34, 169–180.
- Konrad, K. A. & Qari, S. (2012). The last refuge of a scoundrel? Patriotism and tax compliance. *Economica*, 79(315), 516–533.
- Kosterman, R. & Feshbach, S. (1989). Toward a measure of patriotic and nationalistic attitudes. *Political Psychology*, 10(2), 257–274.
- Landon, T. & Varvitsioti, E. (2013, Mai). Greek tax crackdown yields little revenue. *The New York Times*. Retrieved February 9, 2014, from

<http://www.nytimes.com/2013/05/13/business/global/greek-tax-crackdown-yields-little-revenue.html>

Liebig, S. & Mau, S. (2005). Wann ist ein Steuersystem gerecht? Einstellungen zu allgemeinen Prinzipien der Besteuerung und zur Gerechtigkeit der eigenen Steuerlast. *Zeitschrift für Soziologie*, 34(6), 468–491.

Market Marktforschungsgesellschaft. (2010). *Umfrage MA598. Nationalstolz*. Zugriff am 01.04.2014 unter <http://www.market.at/de/market-aktuell/news/entity.detail/action.view/key.470.html>

Martinez-Vazquez, J. & Torgler, B. (2009). The evolution of tax morale in modern Spain. *Journal of Economic Issues*, 43(1), 1–28.

Matsaganis, M. & Flevotomou, M. (2010, Januar). Distributional implications of tax evasion in Greece. Monograph. Retrieved September 16, 2013, from <http://eprints.lse.ac.uk/26074/>

Mauthner, F. (1997). *Das philosophische Werk* (2. Aufl., Bd. 2). Wien: Böhlau.

Meier-Pesti, K. & Kirchler, E. (2003). Nationalism and patriotism as determinants of European identity and attitudes towards the euro. *The Journal of Socio-Economics*, 32(6), 685–700.

Müller-Peters, A. (1998). The significance of national pride and national identity to the attitude toward the single European currency: A Europe-wide comparison. *Journal of Economic Psychology*, 19(6), 701–719.

Mummendey, A., Klink, A. & Brown, R. (2001). Nationalism and patriotism: National identification and out-group rejection. *British Journal of Social Psychology*, 40(2), 159–172.

Murphy, K. (2004). The role of trust in nurturing compliance: A study of accused tax avoiders. *Law and Human Behavior*, 28(2), 187–209.

- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2010). *Greece at a glance: Policies for a sustainable recovery*. Retrieved September 16, 2013, from www.oecd.org/greece/44785912.pdf
- Rabbie, J., Benoist, F., Oosterbaan, H. & Visser, L. (1974). Differential power and effects of expected competitive and cooperative intergroup interaction on intragroup and outgroup attitudes. *Journal of Personality*, 30(1), 46–56.
- Rechberger, S., Hartner, M. & Kirchler, E. (2009). *SIT-Tax: (Duale) soziale Identität, Gerechtigkeit, Normen und Steuern: Fragebogen, Datenerhebung und Stichprobe*. Wien: Universität.
- Richardson, G. (2008). The relationship between culture and tax evasion across countries: Additional evidence and extensions. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 17(2), 67–78.
- Sandmo, A. (2005). The theory of tax evasion: A retrospective view. *National Tax Journal*, 58(4), 643–663.
- Schatz, R. T., Staub, E. & Lavine, H. (1999). On the varieties of national attachment: Blind versus constructive patriotism. *Political Psychology*, 20(1), 151–174.
- Sidanius, J., Feshbach, S., Levin, S. & Pratto, F. (1997). The interface between ethnic and national attachment: Ethnic pluralism or ethnic dominance? *The Public Opinion Quarterly*, 61(1), 102–133.
- Sigala, M., Burgoyne, C. B. & Webley, P. (1999). Tax communication and social influence: Evidence from a british sample. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 9(3), 237–241.
- Skitka, L. J. (2005). Patriotism or nationalism? Understanding post-september 11, 2001, flag-display behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(10), 1995–2011.

- Smith, H. J., & Tyler, T. R. (1997). Choosing the right pond: The impact of group membership on self-esteem and group-oriented behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 33(2), 146–170.
- Stagner, R. (1940). A correlational analysis of nationalistic opinions. *Journal of Social Psychology*, 12(1), 197–212.
- Staub, E. (1997). Blind versus constructive patriotism: Moving from embeddedness in the group to critical loyalty and action. In D. Bar-Tal & E. Staub (Hrsg.), *Patriotism in the lives of individuals and nations*. Chicago: Nelson-Hall Publishers.
- Sumner, W. G. (1940). *Folkways. A study of the sociological importance of usage, manners, customs, mores, and morals* (1. Aufl.). Boston, MA: Ginn and Company.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1–39.
- Taylor, N. (2003). Understanding taxpayer attitudes through understanding taxpayer identities. In V. Braithwaite (Hrsg.), *Taxing democracy. Understanding tax avoidance and evasion* (S. 71–92). Aldershot: Ashgate.
- Torgler, B. (2003a). Tax morale in transition countries. *Post-Communist Economies*, 15(3), 357–381.
- Torgler, B. (2003b). Tax morale, rule-governed behaviour and trust. *Constitutional Political Economy*, 14(2), 119–140.
- Torgler, B. (2003b). To evade taxes or not to evade: that is the question. *The Journal of Socio-Economics*, 32(3), 283–302.
- Torgler, B. (2004). Tax morale in asian countries. *Journal of Asian Economics*, 15(2), 237–266.
- Torgler, B. & Schneider, F. (2005). Attitudes towards paying taxes in austria: An empirical analysis. *Empirica*, 32(2), 231–250.

- Torgler, B. & Schneider, F. (2007). What shapes attitudes toward paying taxes? Evidence from multicultural european countries. *Social Science Quarterly*, 88(2), 443–470.
- Turner, J. C., Brown, R. J. & Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European Journal of Social Psychology*, 9(2), 187–204.
- Tyler, T. R. (1997). The Psychology of legitimacy: A relational perspective on voluntary deference to authorities. *Personality and Social Psychology Review*, 1(4), 323–345.
- Tyler, T. R. (2001). Why do people rely on others? Social identity and the social aspects of trust. In K. S. Cook (Hrsg.), *Trust in society* (S. 285-306). New York: Russell Sage Foundation.
- Tyler, T. R., Degoe, P. & Smith, H. (1996). Understanding why the justice of group procedures matters: A test of the psychological dynamics of the group-value model. *Journal of Personality*, 70(5), 913–930.
- Wahl, I., Kastlunger, B. & Kirchler, E. (2010). Trust in authorities and power to enforce tax compliance: An empirical analysis of the “Slippery Slope Framework”. *Law & Policy*, 32(4), 383–406.
- Webley, P., Cole, M. & Eidjar, O.-P. (2001). The prediction of self-reported and hypothetical tax-evasion: Evidence from England, France and Norway. *Journal of Economic Psychology*, 22(2), 141–155.
- Welch, M. R., Xu, Y., Bjarnason, T., Petee, T., O’Donnell, P. & Magro, P. (2005). “But everybody does it...”: The effects of perceptions, moral pressures, and informal sanctions on tax cheating. *Sociological Spectrum*, 25(1), 21–52.
- Wenzel, M. (2004). A social categorisation approach to distributive justice. *European Review of Social Psychology*, 15(1), 219–257.
- Wenzel, M. (2005). Motivation or rationalisation? Causal relations between ethics, norms and tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 26(4), 491–508.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Modell der seriellen multiplen Mediation	69
Abbildung 2: Indirekter Effekt der Manipulation über Patriotismus und freiwillige Steuerehrlichkeit	71
Abbildung 3: Indirekter Effekt der Manipulation über Patriotismus, Vertrauen und freiwillige Steuerehrlichkeit	72

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Studie 1 Manipulation Check – Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	43
Tabelle 2: Studie 1 Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	44
Tabelle 3: Studie 2 Manipulation Check – Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	47
Tabelle 4: Studie 2 Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	48
Tabelle 5: Studie 3 Manipulation Check - Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	52
Tabelle 6: Studie 3 Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	53
Tabelle 7: Studie 4 Manipulation Check – Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	57
Tabelle 8: Studie 4 Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	58
Tabelle 9: Studie 5 Manipulation Check – Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	62
Tabelle 10: Studie 5 Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	63
Tabelle 11: Studie 6 Manipulation Check – Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	67
Tabelle 12: Studie 6 Deskriptive Statistik und Test der Zwischensubjektfaktoren.....	68

Abstract

In dieser Arbeit wurde der Einfluss von Nationalstolz auf das intendierte Steuerverhalten untersucht. Bisherige Untersuchungen zeigten, dass Nationalstolz positiv mit der Steuermoral und mit selbstberichteter Steuerehrlichkeit zusammenhängt. Dazu wurde zwischen zwei Ausprägungen von Nationalstolz, Patriotismus und Nationalismus, unterschieden. In sechs Onlinestudien wurde versucht Nationalstolz als Patriotismus zu manipulieren. Dazu wurde ein Framing (Studie 1) und ein Text (Studie 2), die Flagge (Studie 3) und Hymne (Studie 4) von Österreich sowie Bilder von österreichischen Landschaften (Studie 5) und Traditionen (Studie 6) verwendet. Anschließend wurde das intendierte Steuerverhalten, die freiwillige Steuerehrlichkeit, das Vertrauen in die Steuerbehörde, die Regierung, die Region und die EU sowie die sozialen Normen mittels Fragebogen erfasst. Zusätzlich wurde der Effekt der Manipulation mit einer Mediationsanalyse über alle Studien überprüft. Die Einzelanalysen für jede Studie zeigten einen signifikanten Einfluss in der Framingbedingung und tendenziell bei der Darstellung von Landschaftsbildern. Beim Framing wurden das vernunftbasierte Vertrauen in die Steuerbehörde, das Vertrauen in die EU und die sozialen Normen erhöht. Durch die Darstellung österreichischer Landschaften wurden tendenziell die intendierten Steuerzahlungen im Szenario gesteigert. In der Mediationsanalyse konnte gezeigt werden, dass sich die Manipulation von Nationalstolz indirekt auf das intendierte Steuerverhalten ausgewirkt hat. Die Manipulation führte zu einem höheren Patriotismus, der mit einem höheren Vertrauen korreliert. Vertrauen hing positiv mit der freiwilligen Steuerehrlichkeit zusammen, welche mit einem höheren intendierten Steuerbetrag einherging. Demnach sollten vorzugsweise Framings und Landschaftsbilder verwendet werden, um das Steuerverhalten positiv zu beeinflussen, da durch sie kein Nationalismus ausgelöst, sondern Vertrauen in die Steuerbehörde und in die EU gestärkt wird.

Abstract (englisch)

This study examined the effect of national pride on intended tax behavior. Previous research has shown that national pride is positively linked to tax moral and self-reported tax compliance. Two forms of national pride were distinguished, patriotism and nationalism. Six online studies were conducted in the attempt to manipulate national pride in the form of patriotism. For this purpose a framing (study 1) and a text (study 2), the Austrian flag (study 3) and anthem (study 4) as well as the pictures of Austrian landscapes (study 5) and Austrian traditions (study 6) were used. Subsequently, participants completed a questionnaire on intended tax behavior, voluntary tax compliance, reason-based trust in tax authorities, the government, the region, the EU as well as social norms. In addition, the effect of the manipulation was tested using a mediation analysis over all studies. The results indicate that the framing enhanced reason-based trust in tax authorities, trust in the EU and the social norms. The display of the Austrian flag marginally increased the intended tax payments. The mediation analysis has shown, that the manipulation of national pride has an indirect effect on the intended tax behavior. The manipulation led to stronger feelings of patriotism, which was linked to a higher level of trust. Trust was positively linked with voluntary tax compliance, which was connected with higher intended tax payments. Therefore framings and pictures of landscapes should be used to increase tax compliance, because they don't evoke nationalism, but trust in the tax authorities and the EU.

Anhang A

Fragebogen

<i>Variable</i>	<i>Fragentext</i>
Fragen zur Staatsbürgerschaft	In welchem Land leben Sie zurzeit? (offen) Wie viele Jahre lebten Sie bis jetzt insgesamt in Österreich? (offen) Haben Sie die österreichische Staatsbürgerschaft? (1: ja, 2: nein) Wenn Sie mit NEIN geantwortet haben: Welche Staatsbürgerschaft haben Sie? (offen) Wenn sie mit JA geantwortet haben: seit wann haben Sie die österreichische Staatsbürgerschaft? (1: seit meiner Geburt, 2: seit 10 Jahren und länger, 3: zwischen 5 Jahren und 10 Jahren, 4: zwischen einem Jahr und 5 Jahren, 4: kürzer als ein Jahr) Wie viel Einwohner hat die Stadt/das Dorf in dem Sie leben? (1: weniger als 5 000, 2: zwischen 5 001 und 10 000, 3: zwischen 10 001 und 20 000, 4: zwischen 20 001 und 50 000, 5: zwischen 50 001 und 100 000, 6: 100 001 und 200 000, 7: 200 001 und 1 000 000, 8: mehr als 1 000 000)
Steuerbetrag	Wie viel Steuern würden Sie in Österreich abführen (0,- bis 33.332,- Euro)? (offen)
Steuerehrlichkeit	Würden Sie alle Ihre Einnahmen und Ausgaben völlig korrekt angeben? (1: sehr unwahrscheinlich, 7: sehr wahrscheinlich)

Steuerbetrug	Würden Sie versuchen Steuern zu hinterziehen? (1: sehr unwahrscheinlich, 7: sehr wahrscheinlich)
Identifikation mit	
...der Weltgemeinschaft	Ich sehe mich als Weltbürger/in.
...der Region.	Ich sehe mich als Teil der Gemeinschaft in meiner Region.
...Österreich.	Ich sehe mich als Teil der österreichischen Nation.
...der EU.	Ich sehe mich als Teil der Europäischen Union.
...sich als Individuum.	Ich sehe mich als autonomes Individuum.
...Individualismus	(1: stimme gar nicht zu, 7: stimme vollkommen zu)
Nationalstolz	Wie stolz sind Sie ein/e Österreicher/in zu sein? (1: überhaupt nicht stolz, 7: sehr stolz)
Patriotismus	Ich fühle mich als Österreicher/in. Ich fühle mich anderen Österreichern/innen verbunden. Ein/e Österreicher/in zu sein bedeutet mehr als nur die Staatsbürgerschaft zu haben. Ich fühle mich Österreich verbunden. Ich sehe mich selbst als Österreicher/in. (1: stimme gar nicht zu, 7: stimme vollkommen zu)
Nationalismus	Es ist wichtig, dass sich Österreich von anderen Ländern unterscheidet. Österreich ist ein besseres Land als die meisten anderen Länder. Es wäre gut, wenn Österreich sich von anderen Ländern mehr unterscheiden würde. Es ist gerechtfertigt, dass Österreich es besser hat als andere Länder. (1: stimme gar nicht zu, 7: stimme vollkommen zu)
Soziale Identität	Ich gehöre zu den Österreicher/innen. Ich gehöre zu den EU-Bürger/innen. Ich bin eine/r der typischen Österreicher/innen.

	Ich bin ein/r der typischen EU-Bürger/innen. Österreicher/innen sind anders als Bürger/innen anderer EU-Länder. EU-Bürger/innen sind anders als Personen außerhalb der EU. Als Österreicher/in habe ich wenig gemeinsam mit Bürger/innen anderer EU-Länder. Als EU-Bürger/in habe ich wenig gemeinsam mit Personen außerhalb der EU.
Vertrauen (WVS)	Wie viel Vertrauen haben Sie in die... ... Vereinten Nationen (UNO)? ... Gemeinschaft in Ihrer Region? ... Europäische Union? ... österreichische Rechtsordnung? ... österreichische Regierung? (1: sehr wenig Vertrauen, 7: sehr viel Vertrauen)
Vernunftbasiertes Vertrauen in die Steuerbehörde	Ich vertraue der Steuerbehörde in Österreich... ... weil sie motivierte MitarbeiterInnen hat, die umfangreich beraten. ... weil es kein finanzielles Risiko für mich in sich bringt. ... weil sie das wichtigste Ziel verfolgt, kompetente Beratung zu bieten. ... meistens ohne darüber nachzudenken. ... weil sie SteuerzahlerInnen in Steuerbelangen wohlwollend berät. (1: stimme nicht zu, 7: stimme zu)
Soziale Normen	Unter den Österreicher/innen gilt generell die Meinung,... ... dass das gesamte Einkommen ehrlich versteuert werden sollte.

	...dass man Einnahmen von kleineren Aufträgen in der Steuererklärung ruhig "vergessen" könnte. ...dass man die "Grauzonen" im Steuersystem möglichst ausnützen sollte. ...dass man handwerkliche Tätigkeiten auch ohne Rechnung verrichten lassen könnte. ...dass man nur die Ausgaben in der Steuererklärung anführen sollte, die wirklich angefallen sind. ...dass man auch jene Fahrtkosten steuerlich absetzen könnte, die für private Fahrten angefallen sind. (1: stimme gar nicht zu, 7: stimme vollkommen zu)
Erzwungene Steuerehrlichkeit	Wenn ich meine Steuern vorschriftsmäßig zahle, dann tue ich das, weil... ...viele Steuerprüfungen stattfinden. ...die Steuerbehörde häufig kontrolliert. ...ich weiß, dass ich kontrolliert werde. ...Hinterziehung sehr streng bestraft wird. ...ich nicht genau weiß, wie ich Steuern unauffällig hinterziehen kann. (1: stimme nicht zu, 7: stimme zu)
Freiwillige Steuerehrlichkeit	Wenn ich meine Steuern vorschriftsmäßig zahle, dann tue ich das,... ...weil es für mich selbstverständlich ist. ...um den Staat und andere BürgerInnen zu unterstützen. ...weil ich gerne zum Wohl Aller beitrage. ...weil es für mich ganz natürlich ist. ...weil ich es als meine Pflicht als BürgerIn ansehe.

	Ich zahle meine Steuern vorschriftsmäßig... ...um mich sicher zu fühlen. ...weil ich mich dann wohlfühle. ...damit ich ruhig schlafen kann. (1: stimme nicht zu, 7: stimme zu)
Erfahrung mit der Steuerbehörde	Wie viel Erfahrung konnten Sie in Ihrem Berufsleben bereits mit der Steuerbehörde machen? (1: keine Erfahrung, 7: viel Erfahrung)
Glaubwürdigkeit des „Zeitungstextes“	Wie glaubwürdig fanden Sie den Zeitungstext über die Entwicklung von Österreich zu Beginn dieser Studie? (1: gar nicht glaubwürdig, 7: sehr glaubwürdig)
Alter	Alter - Jahre (offen)
Geschlecht	Geschlecht: (1: weiblich, 2: männlich)
Bildungsabschluss	Höchste abgeschlossene Ausbildung: (1: Pflichtschule, 2: Lehre, 3: Fachschule, 4: Matura, 5: Universitätsabschluss / FH, 6: Sonstiges)
Beschäftigungsverhältnis	Arbeitsverhältnis: (1: Ich bin Angestellte/r in der Privatwirtschaft, 2: Ich bin Angestellte/r im öffentlichen Sektor, 3: Ich bin Selbstständige/r, 4: Ich bin in Ausbildung, 5: Ich bin Pensionist/in, 6: Sonstiges)
Einkommen	Ihr persönliches Nettoeinkommen pro Monat entspricht: (1: weniger als 1 000 Euro, 2: 1 001 bis 1 500 Euro, 3: 1 501 bis 2 000 Euro, 4: 2 001 bis 2 500 Euro, 5: 2 501 bis 3 000 Euro, 6: 3 001 bis 3 500 Euro, 7: 3 501 bis 4 000 Euro, 8: mehr als 4 000 Euro)

Gewissenhaftigkeit bei der Beantwortung	Wie gewissenhaft waren Sie bei der Beantwortung der Fragen? (1. gar nicht gewissenhaft, 7: sehr gewissenhaft)
Wiederholte Teilnahme	Haben Sie in der vergangenen Zeit bereits einen Fragebogen zum Thema Steuern beantwortet? (1: Ja, 2: Nein)

Anhang B

Framing-Text angelehnt an Mummendey et al. (2001)

Stellen Sie sich vor, dass sie folgenden Text in einer Zeitung lesen:

In Österreich ist das Leben heute, im Vergleich zu früher, deutlich besser (schlechter).
Beispielsweise hat sich das Gesundheitswesen verbessert (verschlechtert). Auch im Bereich der Infrastruktur gab es in Österreich große Fortschritte (Rückschritte). Genauso hat sich die Qualität der demokratischen Institutionen wie Polizei, Justiz und Verwaltung über die vergangenen Jahre in Österreich (nicht) systematisch weiterentwickelt. Österreich verbesserte (verschlechterte) sich in den Bereichen Jugendarbeitslosigkeit, Export oder Wettbewerbsfähigkeit zu früher deutlich. Die Sozialleistungen in Österreich sind heute besser (schlechter) ausgebaut als früher. Auch die österreichische Natur ist heute in einem besseren (schlechteren) Zustand als in der Vergangenheit.

Anhang C

Steuerbetrag

In diesem fiktiven Szenario sind Sie selbstständige/r Steuerzahler/in in Österreich.

Stellen Sie sich vor, dass Sie im letzten Jahr einen Bruttogewinn von 83 330,- Euro erwirtschaftet haben, welcher steuerpflichtig ist. Die Steuerbehörde in Österreich führt mit einer Wahrscheinlichkeit von 1/6 Steuerprüfungen durch. Wenn bei einer Prüfung eine Steuerhinterziehung festgestellt wird, dann muss der hinterzogene Betrag zurückgezahlt werden sowie eine Strafe in gleicher Höhe bezahlt werden.

Sie haben vergangenes Jahr einen Bruttogewinn von 83 330,- Euro in Österreich erwirtschaftet.

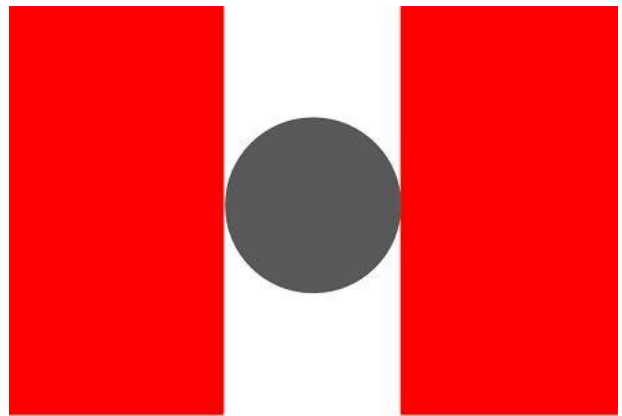
Nach den gesetzlichen Bestimmungen müssen Sie davon 33 332,- Euro (40%) abführen. Sie haben verschiedene Möglichkeiten Ausgaben geltend zu machen, die nicht von der Steuer abgeschrieben werden dürfen, beziehungsweise manche Einnahmen nicht zu deklarieren.

Wie viel Steuer würden Sie in Österreich abführen (0,- bis 33 332,- Euro)?

Euro

Anhang D

Österreichische Bundesdienstflagge und Flaggensymbol



Anhang E

Fotos australischer und österreichische Landschaften



Uluru (Ayers Rock) - © Tourism Australia

Fotograf: Warren Clarke



Blue Mountains - © Tourism Australia

Fotograf: Dominic Harcourt-Webster



Twelve Apostles - © Tourism Australia



Squeaky Beach - © Tourism Australia

Fotograf: Jeff Drewitz



Mondsee - © Österreich Werbung

Fotograf: Popp Hackner



Schlögener Donauschlinge - © Österreich

Werbung/ Fotograf: Popp Hackner

Fortsetzung Anhang E



Gebirgszug Wilder Kaiser - © Österreich
Werbung/ Fotograf: Homberger



Neusiedler See - © Österreich Werbung
Fotograf: Popp Hackner

Anhang F

Fotos von österreichischen und australischen Traditionen und Bräuchen



Aborigines (Jarlmadangah Burru)

- © Tourism Australia/ Fotograf: James Fisher



Barbecue (Udiala Nyikina Kimberley)

- © Tourism Australia/ Fotograf: James Fisher



Camping - © Tourism Australia

Fotograf: Adam Bruzzone



Surfer - © Tourism Australia

Fotograf: Jamie MacFadyen



Wiener Opernball - © Österreich Werbung

Fotograf: Lammerhuber



Perchtenlauf - © Österreich Werbung

Fotograf: Fankhauser

Fortsetzung Anhang F



Sängerknaben - © Österreich Werbung
Fotograf: Lammerhuber



Almabetrieb - © Österreich Werbung
Fotograf: Mallaun

Bildquellenverzeichnis

Österreich Werbung/Hackner P. (Fotograf). (2010). *Leuchtturm in Podersdorf / Neusiedler*

See [Fotografie]. Zugriff am 09.05.2014 unter <http://views.austria.info>

Österreich Werbung/Hackner P. (Fotograf). (2011). *Blick vom Schafberg auf den Mondsee /*

Sonnenuntergang / Oberösterreich [Fotografie]. Zugriff am 09.05.2014 unter

<http://views.austria.info>

Österreich Werbung/Hackner P. (Fotograf). (o. d.). *Ex. [Schlögener Donauschlinge]*

[Fotografie]. Zugriff am 09.05.2014 unter <http://views.austria.info>

Österreich Werbung/Homberger. (Fotograf). (2009). *Wilder Kaiser / Tirol* [Fotografie].

Zugriff am 09.05.2014 unter <http://views.austria.info>

Österreich Werbung/Lammerhuber. (Fotograf). (2006). *Wiener Sängerknaben* [Fotografie].

Zugriff am 09.05.2014 unter <http://views.austria.info>

Österreich Werbung/Lammerhuber. (Fotograf). (o. d.). *Opernball in Wien / Staatsoper in*

Wien-1 [Fotografie]. Zugriff am 09.05.2014 unter <http://views.austria.info>

Österreich Werbung/Mallaun. (Fotograf). (2007). *Almabtrieb in der Wildschönau in Tirol /*

geschmückte Kuh [Fotografie]. Zugriff am 09.05.2014 unter <http://views.austria.info>

Tourism Australia. (2011). *Twelve Apostles, Great Ocean Road, VIC 2011*. [Photograph],

Retrieved April 23, 2014, from <http://www.images.australia.com>

Tourism Australia/Bruzzzone A. (Photographer). (1999). *Adventure; Camping; Campfires;*

Night; 1999 [Photograph]. Retrieved April 23, 2014, from

<http://www.images.australia.com>

Tourism Australia/Drewitz F. (Photographer). (1999). *Vic; Wilsons Promontory; Coastlines;*

1999 [Photograph]. Retrieved April 23, 2014, from <http://www.images.australia.com>

Tourism Australia/Fisher F. (Photographer). (2010). *Indigenous experiences, Western Australia 2010* [Photograph]. Image Number 111973. Retrieved April 23, 2014, from <http://www.images.australia.com>

Tourism Australia/Fisher J. (Photographer). (2010). *Indigenous experiences, Western Australia 2010* [Photograph]. Image Number 112030. Retrieved April 23, 2014, from <http://www.images.australia.com>

Tourism Australia/Harcourt-Webster D. (Photographer). (1999). *NSW; Blue Mountains; Katoomba; 1999* [Photograph]. Retrieved April 23, 2014, from <http://www.images.australia.com>

Tourism Australia/MacFadyen J. (Photographer). (2008). *Gold Coast, Queensland 2008* [Photograph]. Retrieved April 23, 2014, from <http://www.images.australia.com>

Tourism Australia/Warren C. (Photographer). (1999). *NT; Red Centre; Aboriginal; Uluru; 1999* [Photograph]. Retrieved April 23, 2014, from <http://www.images.australia.com>

Alle Bilder mit freundlicher Genehmigung von Österreich Werbung - Austrian National Tourist Office, Tourism Australia und dem Uluru-Kata Tjuta National Park.

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die Diplomarbeit ohne fremde Hilfe und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen angefertigt habe, und dass die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen hat. Alle Ausführungen der Arbeit, die wörtlich oder sinngemäß übernommen wurden, sind als solche gekennzeichnet.

Wien, am 13.05.2014

Juri Lozowoj

Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Name	Juri Lozowoj
E-Mail	a0846361@unet.univie.ac.at
Geburtsdatum	14.11.1987 in Krasnojarsk/ Russland
Staatsangehörigkeit	Deutsch

Ausbildung

Seit 10/ 2011	Bachelor of Law, Fernuniversität Hagen/ Deutschland
Seit 10/ 2008	Psychologiestudium, Universität Wien
	Studienschwerpunkte:
	• Arbeits- und Organisationspsychologie • Wirtschaftspsychologie
09/ 1998 – 06/ 2007	Edith-Stein Gymnasium, Bretten/ Deutschland
09/ 1994 – 07/ 1998	Heinrich-Blanc Grundschule, Großvillars/ Deutschland

Berufliche Tätigkeit

10/ 2013 – 01/ 2014	Praktikant (Potentialanalyse) Lackner & Kabas Managementdiagnostik/ Wien
04/ 2013 – 06/ 2013	Research Consultant (Head Hunting) Bridge It Unternehmens- und Personalberatung/ Wien
07/ 2011 – 08/ 2011	Praktikant im Rahmen des Pflichtpraktikums Justizanstalt Göllersdorf/ Niederösterreich
Seit 11/ 2010	Hostess (Gästeempfang) Hotel Sacher/ Wien