Verzerrte Welt

Wer die Welt verändern will, muss sie verstehen und Entscheidungen treffen. Doch das ist gar nicht so einfach, denn die Ursachen und Folgen von Klimawandel, Artensterben und Co sind so abstrakt wie konkret: Sie kennen keine Fristen, keine geografische Lage, keine einzelne Ursache oder Lösung und vor allem keinen offensichtlichen Feind. Um sie zu verstehen, scannt unser Gehirn nach Hinweisen, mit denen wir Informationen über die Welt verarbeiten und bewerten, findet aber keine.

Deshalb greift unser Gehirn beim Klimawandel – wie auch in anderen komplexen Situationen – unbewusst auf erfahrungsbasierte Denkschemata und Heuristiken zurück. Diese gewohnheitsmäßigen Abkürzungen bewahren uns vor Überforderung und ermöglichen uns Orientierung in der täglichen Informationsflut. Jedoch kommt es durch dieses Vorgehen häufig zu fehlerhaften Schlussfolgerungen, zu kognitiven Verzerrungen. Wir erklären die wichtigsten kognitiven Verzerrungen, welche Rolle sie spielen, und wie Sie ihnen entrinnen können.

Konzeption:
KAI NIEBERT & ANNA GEUCHEN
Umsetzung:
INFOGRAFIKER.COM

Stereotyp

Halten Sie Seitansteaks, Achtsamkeits-Trainings und Chai Latte für überflüssig und vielmehr für eine clevere Marketingstrategie der Wohlfühlindustrie? Halten Sie super foods und Yoga für Quatsch, weil eine gesunde Lebensführung auch ohne möglich ist? Haben Sie es mal ausprobiert?

Wenn Sie die Welt verändern wollen, müssen Sie loslassen. Und zwar zunächst Ihre eigenen Vorurteile. Schauen Sie doch einmal genau hin, hören Sie zu und probieren Sie vor allem einmal Neues selbst aus. Kurzum, informieren Sie sich zuerst und bilden Sie sich dann eine Meinung. Es lohnt sich!

Informationsvielfalt

Wir verwerfen spezifische Informationen, um Allgemeinaussagen zu generieren.

Wir bearbeiten und fügen Erinnerungen Bedeutung im Nachhinein zu.

Wir wählen einfach zu bewältigende Optionen und vollständige Informationen anstelle komplexer und mehrdeutiger Informationen.

Informationsverzerrung

Der Mensch ist ein Jäger und Sammler. Früher waren Beeren und Früchte unsere Leidenschaft, heute sammeln wir Informationen. Und zwar immer mehr, selbst wenn sie keinen Einfluss auf unser Handeln haben. So verkündete die Landwirtschaftsministerin 2018, dass man erst die Nutzung von Glyphosat verbieten könne, wenn sie wirklich alle Informationen dazu habe.

Wollen Sie die Welt verändern? Das Warten auf 100%-ige Informationen ist eine Illusion: Menschen können oft bessere Vorhersagen oder Entscheidungen mit weniger Informationen treffen. Also: Trauen Sie sich, anzufangen.

Um Fehler zu vermeiden, versuchen wir autonom zu bleiben und unseren Gruppenstatus zu erhalten sowie unumkehrbare Entscheidungen zu vermeiden.

Verlustaversion

Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum die Energiewende nur so langsam vorankommt? Das liegt daran, dass wir Verluste stärker fürchten, als wir Gewinne schätzen. Wir reagieren empfindlicher auf kurzfristige Kosten als auf langfristigen Nutzen z. B. beim langfristigen Ausbau Erneuerbarer Energien vs. kurzfristig steigende Strompreise.

Wollen Sie die Welt verändern? Dann rechnen Sie vom Ende her und wägen Sie ab, ob Sie nicht mehr gewinnen können, wenn Sie kurzfristig einmal loslassen.

Um Dinge zu beenden, neigen wir dazu, solche fertig zu stellen, in die wir bereits Zeit und Energie investiert haben.

Der Sunk-Cost-Fehler

Fällt es Ihnen auch schwer, etwas zu beenden, wenn Sie schon viel Zeit, Geld oder Energie investiert haben? Dann sitzen Sie dem Sunk-Cost-Fehler auf. Bereits investierte Ressourcen werden häufig zur Begründung, weiterzumachen, selbst wenn es objektiv betrachtet keinen Sinn macht. Der traurige Witz der Sunk Cost Fallacy ist der: Je mehr Zeit, Geld oder Energie wir bereits in einem aussichtslosen Projekt versenkt haben, desto stärker halten wir an ihm fest.

Doch: Egal, was Sie bereits investiert haben, es sollte einzig Ihre Einschätzung der Zukunft zählen.

Um fokussiert zu bleiben, bevorzugen wir die unmittelbaren und nachvollziehbaren Dinge direkt vor uns.

Zeitmangel

Um handeln zu können, müssen wir der Überzeugung sein, dass das, was wir tun Einfluss hat sowie das Gefühl haben, dass unser Tun wichtig ist.

Optimismusverzerrung

Wir gehen davon aus, dass wir mit geringeren Risiken konfrontiert sind als andere: Andere Raucher sind stärker durch Herzinfarkte bedroht als ich selber, andere werden eher einen Unfall haben und der nächste große Hurrikan wird woanders zuschlagen.

Optimismus in allen Ehren – aber bleiben Sie Ihrer Gesundheit zuliebe Realist. Sie sind von umweltschädlichen Einflüssen genauso betroffen wie Ihr Nachbar.

Wir projizieren unsere aktuelle Denkweise und Annahmen auf unsere Vergangenheit und Zukunft.

Wir meinen zu wissen, was andere Menschen denken.

Wenig Informationen

Wir vereinfachen Wahrscheinlichkeiten und Daten, um sie leichter verstehen zu können.

Wir nehmen uns vertraute Dinge und eng verbundene Personen als besser wahr.

Der Mitläufereffekt

Haben Sie auch schon viele ineffektive Sitzungen erlebt? Eine wichtige Ursache ist der Mitläufereffekt: Werden im Laufe einer Debatte oder Abstimmung erste Prognosen zum Ergebnis bekannt, folgen die meisten Menschen der breiten Masse und geben ebenfalls dem wahrscheinlichen Gewinner ihre Stimme.

Wollen Sie die Welt verändern? Dann sollten Sie schnell Prognosen ausgeben, dass die Mehrheit hinter Ihnen steht. Dann ergibt sich der Rest (fast) von alleine.

Wir ergänzen Charakteristika von Stereotypen, Verallgemeinerungen und unserer eigenen Vorgeschichte.

Die Autoritätsfalle

Haben Sie sich schon einmal gewundert, warum Spitzenpolitiker und Professoren den größten Blödsinn erzählen können, und man ihnen trotzdem folgt? Das liegt daran, dass wir in der Präsenz einer Autorität das selbständige Denken um eine Stufe zurückschalten. Wir sind gegenüber Expertenmeinungen viel vorsichtiger als gegenüber anderen Meinungen.

Bleiben Sie kritisch. Wenn Sie die Welt verändern wollen, hinterfragen Sie Thesen und Ergebnisse. Auch Experten können sich irren und politisch voreingenommen sein.

Wir neigen zur Wahrnehmung von Mustern und Geschichten, wenn wir unvollständige Informationen vorfinden.

Informationsflut

Wir bemerken Makel in anderen Menschen stärker als unsere eigenen Makel.

Bestätigungsheuristik

Bestätigungsverzerrungen verführen uns, unsere Erlebnisse so zu interpretieren, dass sie zu unseren Einstellungen und Überzeugungen passen: Sind Sie überzeugt, dass der Menschen das Klima derzeit aus dem Takt bringt? Dann werden Sie das aktuelle Wetter als ungewöhnlich warm wahrnehmen. Menschen, die vom Klimawandel nicht überzeugt sind, glauben, dass es kälter geworden ist. Informationen, die im Widerspruch zu unseren bestehenden Ansichten stehen filtern wir aus. Religionen und Weltanschauungen bilden wegen ihrer Schwammigkeit hervorragende Nährböden für den Bestätigungseffekt, denn man kann alles in sie hineininterpretieren.

Wollen Sie die Welt verändern? Dann suchen Sie aktiv nach Evidenz, die ihrer Weltsicht widerspricht, statt sich immer nur Bestätigung zu suchen.

Nachträgliche Begründungsfehler

Haben Sie auch schon falsche Entscheidungen getroffen und sich diese dann schöngeredet? Keine Angst, Sie sind nicht alleine. Wenn wir eine Wahl getroffen haben, werden wir die Nachteile unserer Entscheidung ignorieren oder herunterspielen und gleichzeitig die Nachteile alternativer Entscheidungen verstärken.

Wollen Sie die Welt verändern? Dann stehen Sie zu Ihren Fehlern. Wenn Sie zur günstigeren Milch anstelle zur Bio-Milch greifen, Plastiktüten benutzen oder Fast Fashion kaufen – rechtfertigen Sie Ihre Entscheidungen nicht. Sie wissen es ja eigentlich besser. Und Einsicht ist erste Schritt zur Besserung.

Wir nehmen Änderungen wahr.

Wir neigen zu und fühlen uns angezogen von Details, die uns in unseren eigenen Überzeugungen bestätigen.

Wir nehmen vorwiegend Dinge wahr, die wir bereits im Gehirn gespeichert haben oder sich häufig wiederholen.

Bizarre, lustige, visuell auffällige oder menschenähnliche Objekte stechen stärker heraus als neutrale, gewohnte Objekte.

Wir speichern Erinnerungen je nachdem, wie sie erlebt wurden.

Wir reduzieren Ereignisse und Auflistungen auf ihre Kernelemente.

Quelle: The Cognitive Bias Codex – 180+ biases, designed by John Manoogian III (jm3)