

## Alltagsrelevante Bias

Die ersten sieben Bias sowie der Begriff des Framing sollten definitiv erläutert werden, da diese beim Greenwashing primär instrumentalisiert werden. Alle weiteren Bias können optional aufgegriffen werden, z.B. wenn sie bei den Teilnehmenden Erwähnung finden.

### Halo-Effekt

- Einfluss einer positiven oder negativen Eigenschaft einer Person oder Sache auf dessen restlichen Eigenschaften
  - *Beispiel: Eine Person, die wir als besonders selbstbewusst wahrnehmen halten wir in der Regel auch für kompetent oder gebildet*

### Autoritäts-Bias

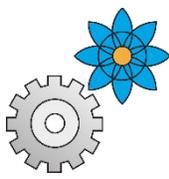
- Tendenz Autoritäten oder vermeintliche Experten übermäßig vertrauenswürdig einzuschätzen
  - *Beispiel: Empfehlungen von bekannten Ärzten wird in der Regel Vertrauen geschenkt*

### Verfügbarkeitsheuristik

- Tendenz Wahrscheinlichkeiten und Häufigkeiten von Ereignissen aufgrund von Einfachheit (einfache kognitive Verfügbarkeit) zu bewerten
  - *Beispiel: Die Wahrscheinlichkeit von terroristischen Anschlägen wird allgemein überbewertet weil die Angst davor emotional „schnell zugänglich“, also einfach ist.*

### Anker-Effekt

- Tendenz die erste erhaltene Information als wesentlich zu bewerten
  - *Beispiel: In diversen gastronomischen Betrieben wird beim Bezahlen mit Karte ein Wert für ein Trinkgeld vorgeschlagen. An diesem orientieren wir uns.*



## **Kontrast-Effekt**

- Effekt Informationen im Vergleich zu mit ihnen im Kontrast stehenden Informationen zu vergleichen anstatt im Bezug auf das Gesamtbild zu bewerten
  - *Beispiel: Die Beurteilung eines Restaurants mit 6/10 Sternen könnte durch den Vergleich mit einem Restaurant mit 3/10 Sternen deutlich positiver Ausfallen.*

## **Wahrheitseffekt**

- Tendenz wiederholt wahrgenommene Informationen als wahr zu bewerten, ohne dass deren Wahrheitsgehalt nachgewiesen ist
  - *Beispiel: Gerüchte über Personen im Kollegium oder Bekanntenkreis werden vermehrt als begründet empfunden, je öfter man sie hört.*

## **Selektive Wahrnehmung**

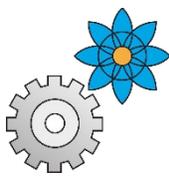
- Bestätigungsfehler: Tendenz Informationen bevorzugt so zu interpretieren, dass sie die eigene Meinung stützen und gegensätzliche zu ignorieren
  - *Beispiel: Personen die einer politischen Partei zugewandt sind recherchieren bevorzugt Quellen, die dessen politischen Ansichten stützen.*
- Baader-Meinhof-Effekt: Häufigere Wahrnehmung von Dingen mit denen man sich derzeit beschäftigt
  - *Beispiel: Personen die sich die Frage gestellt haben wie viele Autos wohl rot sind, werden mehr rote Autos wahrnehmen als zuvor.*

## **Attributionsfehler / Korrespondenzverzerrung**

- Tendenz Verhaltensweisen auf Charaktereigenschaften oder die Persönlichkeit (internale Aspekte) zurückzuführen und äußere Einflüsse (externale Aspekte) unterzubewerten
  - *Beispiel: Wenn jemand anderes zu spät kommt ist er unorganisiert; ist man es selbst lag es am Verkehr.*

## **Negativitätsbias**

- Tendenz negative Erlebnisse stärker wahrzunehmen als positive
  - *Beispiel: Der einzige negative neben 37 positiven Kommentaren unter unserem Social-Media-Post beschäftigt uns mehr als die restlichen.*



## **Labeling / Selbsterfüllende Prophezeiung**

- Veränderte Wahrnehmung durch die Etikettierung einer Person oder Sache. Dieses Etikett führt dann wiederum zu Reaktionen, die das Etikett bestätigen.
  - *Beispiel: Eine Lehrkraft bezeichnet einen Schüler als faul. Dieser kann dadurch verstärkt als faul von anderen Schülern wahrgenommen werden, was ihn wiederum tatsächlich fauler macht.*

## **Status-Quo-Bias**

- Tendenz Veränderung zu vermeiden
  - *Beispiel: Schlechte Essgewohnheiten zu ändern fällt oft schwer obwohl das Bewusstsein für die Vorteile bekannt sind.*

## **Kognitive Dissonanz**

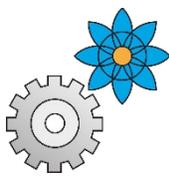
- Bewältigung innerer Konflikte durch widersprüchliche Ansichten mittels Meinungsänderung oder Ausblenden von Fakten
  - *Beispiel: Eine Person die raucht, sich aber über die gesundheitlichen Risiken im Klaren ist könnte entweder mit dem Rauchen aufhören oder die gesundheitlichen Bedenken ignorieren oder dementieren.*

## **Selbstwertdienlicher Bias**

- Phänomen positive Erfahrungen und Erfolge auf internale Faktoren und negative Erfahrungen und Misserfolge auf externale Faktoren zurückzuführen
  - *Beispiel: Studierende die gute Leistungen erzielen schreiben diese in der Regel ihren Fertigkeiten oder ihrem Fleiß zu, wohingegen schlechte Leistungen eher der unklaren Aufgabenstellung oder unfairen Bedingungen zugeschrieben werden*

## **Illusorische Korrelation**

- Phänomen der Wahrnehmung einer Korrelation zweier Merkmale weil diese nebeneinander auftreten
  - *Beispiel: Fans einer Fußballmannschaft könnten annehmen, dass das Tragen bestimmter Trikots zum Sieg führt*



## Framing

- Methode bei der bewusst nur eine Auswahl an Informationen bereitgestellt wird, wohingegen andere bewusst verschwiegen werden.
  - *Beispiel: Diät-Produkte werden mit einem Zuckergehalt von 0% beworben, wohingegen die Nachteile der verwendeten Süßstoffe unerwähnt bleiben*

## Für Konsumgüter und Greenwashing relevante Bias

- Halo-Effekt
  - *Beispiel: Ein Merkmal wie die grüne Verpackung wird verstärkt und damit das Produkt als nachhaltig wahrgenommen*
- Bestätigungfehler
  - *Beispiel: Da wir ein Produkt gut finden wollen, wenn wir es konsumieren, blenden wir oft bei (Fast) Fashion aus „Bio-Baumwolle“ oder aus „teils recycelten Materialien“ die Überproduktion, Müllgenerierung und andere Umweltschäden aus*
- Verfügbarkeitsheuristik
  - *Beispiel: Ein nicht zwingendermaßen umweltfreundliches Produkt wird in einer Werbung als umweltfreundlich dargestellt*
- Status-Quo-Bias
  - *Beispiel: Das Umsteigen auf nachhaltigere Produkte ist lästig und erfordert oft eine Umstellung im eigenen Leben*
- Autoritäts-Bias
  - *Beispiel: Die Tatsache, dass die meisten Produkte von großen, etablierten Unternehmen kommen, vermindert die allgemeine Skepsis gegenüber den Produkten*
- Selbstwertdienlicher Bias
  - *Beispiel: Konsumierende wollen Produkte kaufen welche als nachhaltig gelten um etwas Gutes zu tun (sich gut zu fühlen)*
- Illusorische Korrelation
  - *Beispiel: Begriffe wie „Nachhaltigkeit“ oder „umweltfreundlich“ werden einfach behauptet, ohne jeglichen Zusammenhang zwischen Produkt und der genannten Eigenschaft nachweisen zu können*