



Aha! - Psychologische Phänomene einfach erklärt

Wilfinger *****
GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Bereich Psychologie

Kurt Gilhofer
Klinischer Psychologe

1

Psychologische Phänomene



Wilfinger *****
GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

- ▶ Selbsterfüllende Prophezeiung
- ▶ Placebo / Nocebo
- ▶ Halo / Horn-Effekt
- ▶ Mere-Exposure-Effekt
- ▶ Gewöhnungseffekt
- ▶ Projektion
- ▶ Asch-Konformitätsexperiment
- ▶ Bobo-Doll-Experiment
- ▶ Bystander-Effekt
- ▶ Kognitive Dissonanz
- ▶ Rückschaufehler
- ▶ Bestätigungsfehler
- ▶ Ähnlichkeits-Bias
- ▶ Believe Perseverance
- ▶ Framing-Effekt
- ▶ Dunning-Kruger-Effekt

2

Zuerst ein Video...

- <https://www.youtube.com/watch?v=z-Dg-06nrnc>

Wilfinger

GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDEN

3

Inattentional Blindness

Wir übersehen oft das Offensichtliche – wenn unsere Aufmerksamkeit woanders ist.



Was ist das?

Inattentional Blindness bedeutet, dass wir **auffällige** und sogar **unerwartete Ereignisse nicht wahrnehmen**, wenn unsere Aufmerksamkeit stark auf eine andere Aufgabe gerichtet ist.



Das klassische Experiment

Simons & Chabris (1999) – Der „unsichtbare Gorilla“



1 Teilnehmende sollen die Anzahl der Pässe eines Teams zählen ...



2 ... eine Person im Gorilla-Kostüm geht durch das Bild ...



3 ... und fast die Hälfte der Teilnehmenden bemerkt es nicht.



Beispiel aus dem Alltag



Wer gedanklich mit dem Handy beschäftigt ist, übersieht manchmal selbst **sehr auffällige Dinge** in der Umgebung – zum Beispiel eine ungewöhnliche Szene direkt vor sich.



Warum passiert das?



Begrenzte Aufmerksamkeitsressourcen
Unser Gehirn kann nicht alles gleichzeitig verarbeiten.



Selektive Aufmerksamkeit
Wir filtern Informationen, die für unsere aktuelle Aufgabe wichtig erscheinen.



Keine bewusste Wahrnehmung
Nicht beachtete Informationen werden oft gar nicht ins Bewusstsein aufgenommen – selbst wenn sie direkt vor uns sind.



Wichtig zu wissen



Passiert auch bei ganz normalen, aufmerksamen Menschen.



Je stärker die Konzentration auf eine Aufgabe, desto höher die Wahrscheinlichkeit, etwas anderes zu übersehen.



Zeigt, wie konstruktiv und selektiv unsere Wahrnehmung ist – wir nehmen nicht die gesamte Realität wahr, sondern nur einen Ausschnitt.

Wilfinger

GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDEN

4



 GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Selbsterfüllende Prophezeiung

Unsere Erwartungen können das Verhalten anderer so beeinflussen, dass sich die erwartete Entwicklung tatsächlich einstellt.

Was ist das?

Die selbsterfüllende Prophezeiung beschreibt, dass **Erwartungen** gegenüber einer Person deren **Verhalten beeinflussen**, sodass sich die ursprünglich erwartete Entwicklung teilweise oder ganz tatsächlich realisiert.

Das klassische Experiment

Rosenthal & Jacobson (1968) – Der Pygmalion-Effekt



- Lehrkräfte erhielten die Information, bestimmte Schüler:innen hätten ein besonders hohes Lernpotenzial (tatsächlich zufällig ausgewählt).
- Die Lehrkräfte verhielten sich (unbewusst) aufmerksamer, ermutigender und gaben diesen Kindern mehr Unterstützung.
- Die Schülerinnen und Schüler zeigten im Verlauf tatsächlich bessere Leistungen als die übrigen Kinder.

Beispiel aus dem Alltag



Wer daran glaubt, dass jemand in einer bestimmten Situation erfolgreich sein wird (z. B. bei einer Prüfung), verhält sich oft unbewusst so, dass diese Person mehr Selbstvertrauen entwickelt und tatsächlich besser abscheidet.

Warum passiert das?

- Verändertes Verhalten**
Positive Erwartungen führen zu mehr Aufmerksamkeit, Unterstützung und Vertrauen.
- Beeinflussung der Selbstwahrnehmung**
Die Person übernimmt die Erwartungen und entwickelt ein stärkeres Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten.
- Mehr Gelegenheiten**
Die Person erhält häufiger herausfordernde Aufgaben und konstruktives Feedback.
- Positiver Kreislauf**
Erste Erfolge verstärken die Erwartungen und das unterstützende Verhalten weiter.

Wichtig zu wissen

- ✓ Funktioniert sowohl positiv (Pygmalion-Effekt) als auch negativ (Golem-Effekt).
- ✓ Wirkt oft unbewusst und ohne direkte Absicht.
- ✓ Kann in Schule, Arbeit, Sport und Therapie eine wichtige Rolle spielen.
- ✓ Zeigt, wie stark soziale Erwartungen unsere Entwicklung beeinflussen können – und wie wichtig ein wertschätzender Umgang ist.

5



 GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Placebo / Nocebo -Effekt

Unsere Erwartungen können reale körperliche und psychische Effekte auslösen – im positiven wie im negativen Sinn.

Was ist das?

Der Placebo- und Nocebo-Effekt beschreibt, dass **Erwartungen, Überzeugungen und der Behandlungskontext** reale Veränderungen in Symptomen, Befinden und sogar körperlichen Prozessen auslösen können – ohne dass ein wirksamer pharmakologischer Wirkstoff gegeben wird.

Das klassische Experiment

Beecher (1955) – Placebo in der Schmerzbehandlung

Placebo-Effekt



- Eine Person erhält eine unwirksame Substanz (z. B. ein Placebo-Tablet) mit positiver Information.
- Die Erwartung einer Besserung wird aktiviert.
- Es kann zu einer tatsächlichen Verminderung der Symptome (z. B. weniger starkes Schmerzempfinden) kommen.

Nocebo-Effekt



- Eine Person erhält eine unwirksame Substanz mit negativer Information (z. B. Hinweis auf mögliche Nebenwirkungen).
- Die Erwartung von Beschwerden wird aktiviert.
- Es kann zu tatsächlichen Nebenwirkungen oder einer Verschlechterung der Symptome kommen (z. B. Kopfschmerzen, Übelkeit).

Beispiel aus dem Alltag



Schon die Überzeugung, dass eine Behandlung wirkt, kann Schmerzen lindern, die Stimmung verbessern oder körperliche Prozesse (z. B. Immunreaktionen) beeinflussen – selbst wenn kein wirksamer Wirkstoff enthalten ist. Umgekehrt können negative Erwartungen Beschwerden auslösen oder verstärken.

Warum passiert das?

- Erwartung und Konditionierung**
Positive oder negative Erwartungen aktivieren Lernprozesse und ähnliche Mechanismen wie bei klassischer Konditionierung.
- Beeinflussung des Gehirns**
Es werden u. a. körpereigene Botenstoffe freigesetzt (z. B. Endorphine, Dopamin) und Schmerzverarbeitung, Stimmung und autonomes Nervensystem moduliert.
- Bedeutung des Behandlungskontextes**
Ärztliche Zuwendung, Ritual, Umgebung und Informationen können den Effekt verstärken.
- Individuelle Unterschiede**
Der Effekt ist nicht bei allen gleich stark, sondern hängt z. B. von früheren Erfahrungen, Persönlichkeit und Erwartungen ab.

Wichtig zu wissen

- ✓ Der Placebo-Effekt ist real und gut belegt (z. B. bei Schmerzen, Übelkeit, Depression).
- ✓ Der Nocebo-Effekt ist ebenfalls real und kann relevante Beschwerden auslösen.
- ✓ Die Effekte sind kein Einbildungseffekt, sondern mit messbaren Veränderungen im Gehirn und Körper verbunden.
- ✓ Sie ersetzen keine wirksame medizinische Behandlung, können diese aber sinnvoll ergänzen.
- ✓ Eine wertschätzende Kommunikation und realistische Information sind wichtig, um Nocebo-Effekte zu vermeiden.

6



GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Halo / Horn - Effekt

Ein einzelnes, auffälliges Merkmal beeinflusst die Beurteilung anderer Eigenschaften einer Person – im positiven oder negativen Sinn.

Was ist das?

Der **Halo-Effekt** beschreibt, dass eine positive Eigenschaft (z. B. attraktiv, kompetent, sympathisch) dazu führt, dass auch andere, nicht beobachtete Eigenschaften positiver beurteilt werden.

Der **Horn-Effekt** ist das negative Gegenstück: Eine einzelne negative Eigenschaft führt zu insgesamt negativeren Beurteilungen.

Klassisches Beispiel

Nisbett & Wilson (1977) – Einfluss von Attraktivität auf Persönlichkeitsurteile

Halo-Effekt (positiv)



- intelligent
- kompetent
- ehrlieh
- sympathisch
- zuverlässig

Horn-Effekt (negativ)



- weniger intelligent
- weniger kompetent
- weniger ehrlich
- weniger sympathisch
- weniger zuverlässig

Beispiel aus dem Alltag

Attraktiv



- kompetent
- fließig
- freundlich
- verlässlich
- intelligent

Weniger attraktiv



- weniger kompetent
- weniger fließig
- weniger freundlich
- weniger verlässlich
- weniger intelligent

Obwohl beide Personen identische Informationen liefern, wird die attraktive Person in vielen weiteren Eigenschaften positiver beurteilt – unabhängig von der tatsächlichen Leistung oder Kompetenz.

Warum passiert das?

- Heuristisches Denken**
Unser Gehirn nutzt einfache Faustregeln, um schnell Urteile zu fällen.
- Kognitive Vereinfachung**
Ein auffälliges Merkmal wird unbewusst auf andere Eigenschaften übertragen.
- Soziale Stereotype**
Kulturelle Vorstellungen (z. B. „attraktive Menschen sind erfolgreicher“) verstärken den Effekt.
- Ersteindruck**
Ein positiver oder negativer erster Eindruck prägt die weitere Wahrnehmung – selbst wenn dagegen später widersprechende Informationen vorliegen.

Wichtig zu wissen

- Der Halo- und Horn-Effekt kann zu voreiligen und verzerrten Urteilen führen.
- Er entsteht oft unbewusst und betrifft viele Lebensbereiche (z. B. Beruf, Schule, Partnerschaft).
- Ein einzelnes Merkmal reicht aus, um andere Eigenschaften mitzu beeinflussen.
- Er kann durch bewusste und systematische Informationsaufnahme reduziert werden (z. B. strukturierte Beurteilungskriterien).
- Der Effekt zeigt, wie wichtig es ist, sich der eigenen Wahrnehmungsverzerrungen bewusst zu sein.

7



GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Mere-Exposure-Effekt

Je häufiger wir etwas erleben, desto positiver bewerten wir es – selbst ohne bewusste Auseinandersetzung.

Was ist das?

Der Mere-Exposure-Effekt beschreibt, dass uns Personen, Gegenstände, Ideen oder Orte bereits dann sympathischer werden, wenn wir ihnen **wiederholt** und **ohne weitere Information** ausgesetzt sind.

Das klassische Experiment

Zajonc (1968) – Wiederholte Darbietung neutraler Reize







1x gesehen
2x gesehen
5x gesehen
10x gesehen
25x gesehen

geringere Sympathie
höhere Sympathie

Beispiel aus dem Alltag



Wir nehmen ein Logo oder eine Marke mehrmals in verschiedenen Situationen wahr (z. B. Plakate, Social Media, im Alltag) und empfinden sie mit der Zeit als vertrauter und angenehmer – auch wenn wir uns nicht direkt mit ihr beschäftigen.

Warum passiert das?

- Vertrautheit**
Wiederholte Reize werden als vertrauter und weniger bedrohlich wahrgenommen.
- Positive Affektreaktion**
Allen die wiederholte Wahrnehmung kann unbewusst ein leicht positives Gefühl auslösen.
- Geringere kognitive Anstrengung**
Bekannte Reize lassen sich leichter verarbeiten und werden daher oft positiver bewertet.
- Breite Anwendbarkeit**
Funktioniert bei Bildern, Wörtern, Geräuschen, Personen, Marken und sogar abstrakten Formen.

Wichtig zu wissen

- Funktioniert oft unbewusst – wir sind uns des Effekts meist nicht bewusst.
- Wirkt bereits bei sehr einfacher, wiederholter Darbietung.
- Übermäßige Wiederholung kann den Effekt auch abschwächen (Sättigung oder Reaktanz).
- Wird in Werbung, Marketing, Politik und sozialen Kontexten gezielt genutzt.

8



GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Gewöhnungseffekt

Bei wiederholter, unveränderter Darbietung desselben Reizes nimmt unsere Aufmerksamkeit und Reaktionsstärke mit der Zeit ab.

Was ist das?

Der Gewöhnungseffekt (Habituation) beschreibt, dass unsere Aufmerksamkeit, emotionale Reaktion und Verhaltensantwort auf einen **wiederholt und unverändert dargebotenen Reiz** mit der Zeit **abnimmt**.

Er hilft uns, unwichtige, konstante Reize auszublenzen, damit wir uns auf neue und **relevante Informationen** konzentrieren können.

Klassisches Beispiel

Wiederholter gleichbleibender Ton (z. B. Handy-Benachrichtigung)

Der gleiche Reiz (z. B. ein Benachrichtigungston) löst anfangs eine starke Reaktion aus, wird aber mit der Zeit kaum noch beachtet.

Weitere Beispiele aus dem Alltag



Hintergrundgeräusche

Ein gleichbleibendes Hintergrundgeräusch (z. B. Klimaanlage) wird nach kurzer Zeit kaum noch wahrgenommen.



Gerüche

Ein gleichbleibender Geruch (z. B. Kaffee im Raum) fällt nach einiger Zeit nicht mehr auf.



Werbung

Wiederholt gleiche Werbewerbotschaften werden zunehmend ignoriert.

Warum passiert das?

- Reizselektion**
Unser Gehirn filtert unwichtige, konstante Reize aus, um Ressourcen zu sparen.
- Aufmerksamkeitsreduktion**
Die neuronale Reaktionsstärke auf den wiederholten Reiz nimmt ab.
- Effiziente Informationsverarbeitung**
Wir können uns so besser auf neue, veränderte oder bedeutsame Reize konzentrieren.
- Schutz vor Überlastung**
Der Effekt verhindert, dass wir von ständigen, gleichbleibenden Reizen überflutet werden.

Wichtig zu wissen

- Der Gewöhnungseffekt tritt bei vielen Sinnesreizen und auch kognitiven Reizen auf.
- Nur unveränderte, wiederholte Reize führen zur Gewöhnung.
- Neue oder veränderte Reize durchbrechen die Gewöhnung (z. B. anderer Ton, neue Botschaft).
- Der Effekt ist adaptiv und hilft uns, uns auf relevante Informationen zu konzentrieren.
- Er kann in Werbung und Kommunikation dazu führen, dass wiederholte, unveränderte Botschaften zunehmend ignoriert werden.
- Um Aufmerksamkeit zu erhalten, sollten Informationen variiert und neugestaltet werden (z. B. unterschiedliche Form, Inhalt oder Zeitpunkt).

9



GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Projektion

Eigene Gefühle, Motive oder unerwünschte Eigenschaften werden anderen Menschen zugeschrieben.

Was ist das?

Projektion beschreibt, dass wir **eigene, oft unbewusste Gefühle, Motive oder Eigenschaften**, die wir an uns selbst nicht akzeptieren möchten, **anderen Menschen zuschreiben**.

Klassisches Beispiel aus der Forschung

Freud (1909) – Projektion als Abwehrmechanismus (klinische Beobachtungen)

Beispiel aus dem Alltag

Jemand fühlt sich selbst unsicher und kompetitiv, kann dies aber nicht gut aushalten. Stattdessen erlebt er die Kollegin als arrogant und eingebildet – obwohl diese Eigenschaft eigentlich auf die eigene innere Erfahrung zurückgeht.

Warum passiert das?

- Schutz des Selbstbildes**
Unerwünschte Gefühle (z. B. Neid, Aggression) werden nicht bei sich selbst wahrgenommen, um das eigene Selbstbild zu schützen.
- Unbewusste Prozesse**
Projektion verläuft meist unbewusst und automatisiert.
- Soziale Funktion**
Durch Projektion können innere Konflikte nach außen verlagert und Beziehungen vereinfacht werden.
- Höhere Wahrscheinlichkeit**
Je stärker ein Gefühl bei uns selbst aktiviert ist, desto eher wird es bei anderen wahrgenommen – auch wenn dafür keine objektiven Hinweise vorliegen.

Wichtig zu wissen

- Projektion ist ein unbewusster Abwehrmechanismus.
- Sie kann zu Fehlwahrnehmungen, Missverständnissen und Konflikten führen.
- Betroffen sind alle Menschen – besonders in emotional belastenden Situationen.
- Eigene Gefühle und Motive zu reflektieren kann helfen, Projektion zu erkennen und zu reduzieren.
- Projektion ist nicht dasselbe wie Empathie oder realistische Einschätzung des anderen.

11



GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Asch-Konformitätsexperiment

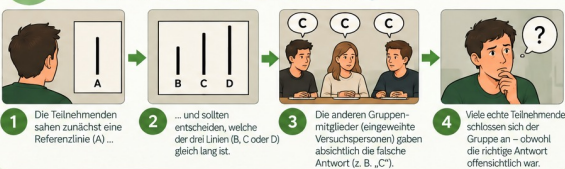
Wir passen uns der Mehrheit an – auch wenn sie offensichtlich falsch liegt.

Was ist das?

Das Asch-Konformitätsexperiment zeigt, dass Menschen dazu neigen, **sich der Meinung einer Gruppe anzuschließen**, selbst wenn diese **offensichtlich falsch** ist. Der Wunsch nach sozialer Zugehörigkeit kann stärker sein als die eigene Wahrnehmung der Realität.

Das klassische Experiment

Solomon Asch (1956) – Urteile über Linienlängen



- Die Teilnehmenden sahen zunächst eine Referenzlinie (A) ...
- ... und sollten entscheiden, welche der drei Linien (B, C oder D) gleich lang ist.
- Die anderen Gruppenmitglieder (eingeweihte Versuchspersonen) gaben absichtlich die falsche Antwort (z. B. „C“).
- Viele echte Teilnehmende schlossen sich der Gruppe an – obwohl die richtige Antwort offensichtlich war.

Beispiel aus dem Alltag



Bin ich wirklich der einzige, der das anders sieht?

In einer Gruppe – z. B. bei einer Diskussion, im Studium oder im Job – stimmen wir manchmal einer mehrheitlichen Meinung zu, obwohl wir selbst Zweifel haben oder es anders sehen. Der Wunsch, dazugehören, kann dazu führen, dass wir unsere eigene Einschätzung zurückstellen.

Warum passiert das?

- Normativer sozialer Einfluss**
Wir passen uns an, um akzeptiert zu werden und nicht aus der Gruppe ausgeschlossen zu werden.
- Angst vor negativer Bewertung**
Wir befürchten, als „anders“ oder inkompetent zu wirken.
- Mehrdeutigkeit der Situation**
Auch wenn die Aufgabe einfach scheint, kann die wiederholte falsche Mehrheit Unsicherheit erzeugen.
- Automatisches Anpassungsverhalten**
Der Mensch ist ein soziales Wesen – Anpassung geschieht oft unbewusst.

Wichtig zu wissen

- ✓ In der Originalstudie passten sich etwa ein Drittel der Teilnehmenden mindestens einmal der falschen Mehrheit an.
- ✓ Nur ein kleiner Teil (ca. 25 %) gab stets die korrekte Antwort.
- ✓ Konformität ist stärker, wenn die Gruppe einheitlich, sicher und mehrheitlich ist.
- ✓ Eine einzige abweichende Person in der Gruppe kann die Konformität deutlich reduzieren.
- ✓ Der Effekt zeigt, wie stark soziale Einflüsse unsere Wahrnehmung und Entscheidungen beeinflussen können – auch in einfachen Situationen.

12



GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Bobo-Doll-Experiment

Kinder lernen Verhalten, indem sie andere beobachten und nachahmen – selbst wenn sie dafür nicht direkt belohnt werden.

Was ist das?

Das Bobo-Doll-Experiment von Albert Bandura (1961) zeigt, dass Kinder **aggressives Verhalten nachahmen**, wenn sie es bei anderen beobachten – auch ohne direkte Aufforderung oder unmittelbare Belohnung.

Das klassische Experiment

Bandura, Ross & Ross (1961) – Modelllernen



- Kinder beobachteten eine erwachsene Person, die die Bobo-Puppe aggressiv behandelte (schlug, trat, beleidigte sie).
- Die Kinder sahen dieses Verhalten entweder live oder auf einem Film. Es gab auch Kontrollgruppen ohne aggressives Modellverhalten.
- Anschließend hatten die Kinder selbst die Möglichkeit, mit der Bobo-Puppe zu spielen.
- Kinder, die aggressives Verhalten beobachtet hatten, zeigten signifikant mehr nachahmendes aggressives Verhalten als die Kontrollgruppe.

Beispiel aus dem Alltag



Kinder, die in Filmen, Spielen oder im Alltag wiederholt Aggressionen beobachten, können diese Verhaltensweisen eher übernehmen – auch dann, wenn sie selbst nicht direkt dafür belohnt werden.

Warum passiert das?

- Modelllernen**
Wir übernehmen Verhalten, das wir bei anderen beobachten (besonders bei bedeutsamen oder attraktiven Modellen).
- Aufmerksamkeit**
Auffälliges, emotionales oder neuartiges Verhalten wird stärker wahrgenommen.
- Speicherung**
Das beobachtete Verhalten wird im Gedächtnis abgespeichert.
- Wiedergabe**
In passenden Situationen kann das gespeicherte Verhalten selbst gezeigt werden.

Wichtig zu wissen

- ✓ Gilt nicht nur für Kinder, sondern für Menschen jeden Alters.
- ✓ Wir lernen nicht nur aggressives, sondern auch positives Verhalten durch Beobachtung.
- ✓ Medien, Vorbilder, Eltern und Peers können einen wichtigen Einfluss haben.
- ✓ Das Modell muss nicht belohnt werden, damit Verhalten nachgeahmt wird.
- ✓ Zeigt die Bedeutung von Vorbildern und einem gewaltfreien Umfeld.

13



GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Bystander-Effekt (Zuschauer-Effekt)

Je mehr andere Menschen anwesend sind, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass wir in einer Notsituation helfen.

Was ist das?

Der Bystander-Effekt beschreibt, dass Menschen in Anwesenheit anderer Personen **seltener helfen**, als wenn sie allein sind. Je größer die Gruppe, desto eher wird **Verantwortung an andere abgegeben** – und die Hilfe bleibt aus.

Das klassische Experiment

Darley & Latané (1968) – Hilfe bei einem vermeintlichen Krampfanfall



1. Eine Person fällt auf dem Campus zu Boden und zuckt (vermeintlicher Anfall).
2. Je mehr andere Personen anwesend sind, desto seltener greift jemand ein.
3. Wenn nur eine Person anwesend ist, hilft diese deutlich häufiger.

Wichtig zu wissen

- ✓ Der Bystander-Effekt ist gut belegt und in vielen Situationen nachweisbar.
- ✓ Er tritt besonders häufig in großen Gruppen und in öffentlichen Kontexten auf.
- ✓ Auch digitale Situationen (z. B. Online-Videos) können den Effekt verstärken.
- ✓ Je klarer die Situation und je geringer die soziale Distanz, desto eher wird geholfen.
- ✓ Bewusstes Handeln – z. B. durch direkte Ansprache – kann den Effekt reduzieren.

Beispiel aus dem Alltag



Obwohl viele die Situation bemerken, bleibt jeder passiv – in der Annahme, dass jemand anderes helfen wird.

Warum passiert das?

- Verantwortungsdiffusion**
Die Verantwortung wird auf die Gruppe verteilt – niemand fühlt sich zuständig.
- Soziale Beweisführung**
Wir orientieren uns an den anderen: Wenn niemand hilft, scheint es nicht dringend zu sein.
- Unsicherheit**
Wir sind uns oft nicht sicher, ob wir die Situation richtig einschätzen.
- Angst vor Fehlverhalten**
Wir befürchten, unangemessen zu reagieren oder uns zu blamieren.

14



GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Kognitive Dissonanz

Wenn unsere Gedanken, Überzeugungen und Handlungen nicht zusammenpassen, entsteht ein unangenehmes inneres Spannungsgefühl – und wir versuchen, diese Spannung zu reduzieren.

Was ist das?

Kognitive Dissonanz beschreibt den **unangenehmen inneren Spannungszustand**, der entsteht, wenn unsere Einstellungen, Überzeugungen, Werte und unser Verhalten **nicht miteinander übereinstimmen**. Menschen sind motiviert, diese Dissonanz zu reduzieren – z. B. durch Einstellungsänderung, Rechtfertigungen oder Verhaltensänderungen.

Das klassische Experiment

Festinger & Carlsmith (1959) – Lügen für 1 oder 20 Dollar



1. Die Teilnehmenden führen eine eintönige und langweilige Aufgabe durch.
2. Anschließend sollten sie einer anderen Person vorspielen, die Aufgabe sei sehr interessant – entweder für 1 Dollar oder 20 Dollar.
3. Wer nur 1 Dollar erhielt, änderte später seine eigene Einstellung und bewertete die Aufgabe tatsächlich positiver.
4. Wer 20 Dollar erhielt, änderte seine Einstellung kaum, da die äußere Rechtfertigung (Geld) die Dissonanz reduzierte.

Wichtig zu wissen

- ✓ Kognitive Dissonanz ist ein gut belegtes und robustes psychologisches Phänomen.
- ✓ Sie entsteht immer dann, wenn Gedanken, Überzeugungen und Handlungen nicht zusammenpassen.
- ✓ Menschen sind motiviert, die Dissonanz zu reduzieren – oft unbewusst.
- ✓ Die Reduktion kann durch Einstellungsänderung, Rechtfertigungen oder Verhaltensänderungen erfolgen.
- ✓ Kognitive Dissonanz kann zu langfristigen Veränderungen von Einstellungen und Verhalten führen.

Beispiel aus dem Alltag



Die Handlung (Burger essen) steht im Widerspruch zur Einstellung (gesund leben). Das erzeugt ein unangenehmes Spannungsgefühl, das wir auf verschiedene Weise reduzieren können.

Wie wird die Dissonanz reduziert?

- Einstellungsänderung**
„Der Burger war eigentlich gar nicht so ungesund.“
- Rechtfertigung**
„Ich habe heute schon viel Sport gemacht.“
- Verharmlosung**
„Einmal macht das keinen Unterschied.“
- Informationsvermeidung**
„Ich lese lieber nichts über die negativen Auswirkungen.“
- Verhaltensänderung**
„Ich esse beim nächsten Mal keinen Burger mehr.“

15

Rückschaffehler

Nach einem Ereignis erscheint es uns im Nachhinein vorhersehbarer, als es vor dem Ereignis tatsächlich war.

Das war doch vorher klar ...

Was ist das?

Der Rückschaffehler (hindsight bias) beschreibt die Tendenz, **nach dem Eintreten eines Ereignisses** zu glauben, man habe es von Anfang an **so erwartet oder vorhergesehen**.

Wir überschätzen im Nachhinein unsere eigene Vorhersehbarkeit und überschätzen, wie offensichtlich das Ergebnis gewesen sei.

Klassisches Beispiel

Fischhoff (1975) – Vorhersage des Wahlergebnisses

Vor dem Ereignis

Schwer zu sagen ... Könnte knapp werden.

WAHL

Wer wird gewinnen?

Partei A Partei B

Nach dem Ereignis

Das war doch vorher klar!

WAHL

60 % 40 %

Partei A Partei B

Nach dem Ergebnis glauben viele, sie hätten den Ausgang bereits vorher genau so erwartet.

Beispiel aus dem Alltag

Vorher

Das hätte auch gut gehen können ...

Nachher

Ich hätte es doch wissen müssen, dass es runterfällt ...

Nachdem das Handy heruntergefallen ist, erscheint es im Nachhinein offensichtlich, dass es kaputtgeht – obwohl das Ergebnis vorher nicht sicher vorhersagbar war.

Warum passiert das?

- Gedächtnisverzerrung**
Wir erinnern uns nachträglich so, als hätten wir das Ergebnis bereits erwartet.
- Konsistenzbedürfnis**
Unser Gehirn bevorzugt ein stimmiges, logisches Narrativ.
- Überschätzung des eigenen Wissens**
Wir neigen dazu, unseren eigenen Informationsstand und unsere Urteilsfähigkeit im Nachhinein zu überschätzen.
- Kontrollillusion**
Das Gefühl, Ereignisse seien vorhersehbar und kontrollierbarer, als sie tatsächlich sind.

Wichtig zu wissen

- Der Rückschaffehler ist ein gut belegtes psychologisches Phänomen.
- Er tritt in vielen Lebensbereichen auf (z. B. Politik, Wirtschaft, Medizin, Alltag).
- Er kann zu überhöhtem Selbstvertrauen und falschen Schlussfolgerungen führen.
- Um ihn zu reduzieren, hilft es, eigene Vorhersagen vor einem Ereignis schriftlich zu dokumentieren.
- Der Rückschaffehler zeigt, dass unsere Erinnerungen und Einschätzungen nicht immer objektiv sind.

16

Bestätigungsfehler

Wir suchen, finden und erinnern uns bevorzugt an Informationen, die unsere bestehenden Überzeugungen bestätigen – und ignorieren oder bewerten widersprechende Informationen eher ab.

Was ist das?

Der **Bestätigungsfehler** (confirmation bias) beschreibt die Tendenz, Informationen so auszuwählen, zu interpretieren und sich daran zu erinnern, dass sie die eigenen vorhandenen Überzeugungen, Annahmen oder Erwartungen bestätigen.

Widersprechende Informationen werden eher übersehen, abgewertet oder als weniger glaubwürdig eingestuft.

Beispiel: Neue Ernährungsmethode

Eine Person ist überzeugt, dass eine bestimmte Ernährung sehr gesund ist.

Bestätigende Informationen werden beachtet ...

Super! Das bestätigt, was ich schon gedacht habe.

Studie: Ernährung X senkt Krankheitsrisiko

... widersprechende Informationen werden ignoriert ...

Das ist wahrscheinlich nicht relevant ...

Studie: Kein positiver Effekt von Ernährung X

... oder abgewertet.

Die Studie ist sicher nicht seriös ...

Studie: Mögliche Risiken von Ernährung X

Weitere Beispiele aus dem Alltag

Politik

Man liest v. a. Nachrichten, die die eigene politische Meinung bestätigen, und meidet andere Perspektiven.

Gesundheit

Man sucht gezielt nach Informationen, die die eigene Diagnose-Vermutung bestätigen, und blendet widersprechende Hinweise aus.

Soziale Beziehungen

Man erinnert sich eher an Verhaltensweisen anderer, die das eigene Bild der Person bestätigen, und vergisst Gegenbeispiele.

Warum passiert das?

- Kognitive Effizienz**
Unser Gehirn strebt nach einem stimmigen, konsistenten Weltbild.
- Bestätigung des Selbstbildes**
Übereinstimmende Informationen stärken unsere Identität und unser Selbstwertgefühl.
- Emotionale Motive**
Widersprechende Informationen können unangenehm sein und kognitive Dissonanz auslösen.
- Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekte**
Wir nehmen bestätigende Informationen eher wahr, interpretieren sie positiver und erinnern uns besser daran.

Wichtig zu wissen

- Der Bestätigungsfehler betrifft uns alle – auch wenn wir uns für besonders rational halten.
- Sich aktiv mit Gegenargumenten und alternativen Perspektiven auseinandersetzen.
- Informationsquellen bewusst vielfältig wählen.
- Eigene Überzeugungen regelmäßig hinterfragen und offen für neue Informationen bleiben.
- Kritisches Denken und wissenschaftliche Evidenz bewerten.
- Der Effekt kann durch bewusste Reflexion, Austausch mit anderen und strukturierte Entscheidungsprozesse reduziert werden.

17



 GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Ähnlichkeits-Bias

Wir mögen, vertrauen und bewerten Menschen positiver, die uns ähnlich sind – z. B. in Einstellungen, Interessen oder Hintergrund.

Was ist das?

Der Ähnlichkeits-Bias (similarity bias) beschreibt die **Tendenz, Menschen, die uns in bestimmten Merkmalen ähneln** (z. B. Alter, Geschlecht, Herkunft, Interessen, Meinungen), **positiver zu bewerten**, ihnen eher zu vertrauen und sie stärker zu bevorzugen.

Ähnlichkeit signalisiert uns unbewusst Vertrautheit, Sicherheit und gemeinsame Werte – und führt zu wohlwollenderen Urteilen und Entscheidungen.

Klassisches Beispiel

Byrne, Clore & Smeaton (1986) – Gemeinsamkeiten erhöhen Sympathie



1. Teilnehmende lernen eine andere Person kennen und entdecken Gemeinsamkeiten (z. B. gleiche Interessen).
2. Sie bewerten diese Person als sympathischer, kompetenter und vertrauenswürdiger als eine Person ohne Gemeinsamkeiten.
3. Ohne wahrgenommene Ähnlichkeit fallen die Bewertungen deutlich weniger positiv aus.

Beispiel aus dem Alltag



Schon wenige Gemeinsamkeiten (z. B. gleiche Stadt, Studium oder Hobbys) führen dazu, dass wir die Person als sympathischer, kompetenter und vertrauenswürdiger einschätzen – etwa bei der Zusammenarbeit, in der Personalauswahl oder im Alltag.

Warum passiert das?

- Vertrautheit**: Ähnliche Menschen wirken vertraut und vorhersehbar, was Sicherheit gibt.
- Soziale Identität**: Gemeinsamkeiten stärken das Gefühl der Zugehörigkeit und bestätigen die eigene Identität.
- Bestätigung**: Ähnliche Einstellungen und Werte bestärken unsere eigenen Überzeugungen.
- Geringeres wahrgenommenes Risiko**: Wir erwarten weniger Konflikte und negative Erfahrungen.

Wichtig zu wissen

- Der Ähnlichkeits-Bias tritt automatisch und oft unbewusst auf.
- Er beeinflusst viele Bereiche, z. B. Freundschaften, Gruppenbildung, Personalentscheidungen, juristische Urteile oder therapeutische Beziehungen.
- Er kann zu unfairen Vorteilen für bestimmte Gruppen und zu Ausgrenzung anderer führen.
- Ein bewusster, reflektierter Umgang hilft, objektiver und fairer zu entscheiden.
- Vielfalt in Teams und gezielte Perspektivwechsel können den Bias reduzieren.

18



 GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Belief Perseverance

Einmal gebildete Überzeugungen bleiben oft bestehen – selbst wenn die ursprünglichen Beweise dafür widerlegt wurden.

Was ist das?

Belief Perseverance (Überzeugungsbeharrung) beschreibt die Tendenz, an einer einmal gebildeten Überzeugung festzuhalten, auch wenn die ursprünglichen Beweise für diese Überzeugung widerlegt oder als falsch erkannt wurden.

Selbst wenn die widerlegende Information glaubwürdig und eindeutig ist, bleibt die ursprüngliche Überzeugung oft bestehen oder wird nur teilweise revidiert.

Klassisches Experiment

Lord, Ross & Lepper (1979) – Tod durch Stromschlag



1. Die Teilnehmenden lesen einen Zeitungsartikel über einen Mann, der an einem Stromschlag gestorben sein soll.
2. Später erhalten sie eine glaubwürdige Mitteilung, dass der Artikel falsch war und der Mann nicht gestorben ist.
3. Trotz der Korrektur halten viele weiterhin daran fest, dass der Mann gestorben ist oder sich unsicher.
4. Die ursprüngliche Überzeugung bleibt oft bestehen – auch Wochen später, selbst wenn die Korrektur erinnert wird.

Beispiel aus dem Alltag



Obwohl die Studie später als fehlerhaft widerlegt wurde, bleiben viele Menschen in der Überzeugung, dass Kaffee das Krebsrisiko erhöht.

Warum passiert das?

- Kognitive Inertia**: Einmal gebildete mentale Strukturen sind stabil und schwer zu verändern.
- Bestätigungsfehler**: Wir suchen eher nach Informationen, die unsere bestehende Überzeugung stützen.
- Emotionale Bindung**: Überzeugungen sind oft mit Emotionen, Identität oder Werten verknüpft.
- Mangelnde Tiefenverarbeitung**: Widersprechende Informationen werden nicht ausreichend verarbeitet oder in das bestehende Wissensnetz integriert.
- Sozialer Einfluss**: Überzeugungen werden durch das soziale Umfeld zusätzlich stabilisiert.

Wichtig zu wissen

- Belief Perseverance ist gut belegt in vielen Studien.
- Er tritt in verschiedenen Lebensbereichen auf (Politik, Gesundheit, Alltag).
- Auch eindeutige und glaubwürdige Widerlegungen ändern Überzeugungen oft nur teilweise.
- Er kann durch emotionale und identitätsbezogene Faktoren verstärkt werden.
- Ein bewusster, reflektierter Umgang mit Informationen und kritisches Denken können den Effekt verringern.

19

Wilfinger

GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Framing-Effekt

Die Art und Weise, wie eine Information formuliert wird, beeinflusst unsere Entscheidungen – obwohl der sachliche Inhalt identisch ist.

Was ist das?

Der Framing-Effekt beschreibt, dass Menschen **Entscheidungen unterschiedlich** treffen, je nachdem, wie dieselbe Information **formuliert (gerahmt)** wird.

Ob eine Information als **Gewinn** oder **Verlust**, als positiv oder negativ dargestellt wird, kann unser Urteil stark beeinflussen – obwohl der zugrunde liegende Sachverhalt identisch ist.

Klassisches Beispiel

Tversky & Kahneman (1981) – Wahl eines medizinischen Behandlungsprogramms

Positive Formulierung (Gewinn-Frame)

Das klingt gut, ich nehme das Programm!

Von 100 Patientinnen werden durch dieses Programm **70 überleben**.

72 % entscheiden sich dafür.

Negative Formulierung (Verlust-Frame)

Das klingt riskant, ich nehme es lieber nicht!

Von 100 Patientinnen werden durch dieses Programm **30 sterben**.

Nur **22 %** entscheiden sich dafür.

Weitere Beispiele aus dem Alltag

Lebensmittel

90 % fettfrei 10 % Fett

Obwohl beide Packungen identisch sind, wirkt „90 % fettfrei“ für viele gesünder als „10 % Fett“.

Glas halb voll oder halb leer

halb voll (optimistisch) halb leer (pessimistisch)

Die gleiche Situation kann je nach Formulierung unterschiedlich bewertet werden.

Warum passiert das?

- Emotionale Reaktionen**
Positive oder negative Formulierungen lösen unterschiedliche Gefühle aus.
- Heuristiken**
Wir nutzen einfache Daumenregeln, statt alle Informationen rational abzuwägen.
- Verlustaversion**
Verluste wirken oft stärker als gleich große Gewinne.
- Kontextabhängigkeit**
Unsere Entscheidungen hängen stark davon ab, wie Informationen präsentiert werden.

Wichtig zu wissen

- Der Framing-Effekt tritt in vielen Lebensbereichen auf (z. B. Medizin, Politik, Wirtschaft, Alltag).
- Menschen reagieren sensibler auf Verluste als auf Gewinne.
- Die sachliche Information bleibt identisch – nur die Formulierung ändert sich.
- Ein bewusstes Hinterfragen der Darstellung kann helfen, rationalere Entscheidungen zu treffen.
- Der Effekt wird gezielt in Werbung, Politik und Medien eingesetzt.

20

Wilfinger

GESUNDHEIT • KUR • NATURHEIL KUNDE

Dunning-Kruger-Effekt

Menschen mit geringem Wissen und Können überschätzen oft ihre Fähigkeiten, während Menschen mit hoher Kompetenz ihre Fähigkeiten eher unterschätzen.

Was ist das?

Der Dunning-Kruger-Effekt beschreibt die Tendenz, dass Menschen mit **geringer Fachkompetenz** ihre Fähigkeiten und ihr Wissen systematisch **überschätzen**, weil ihnen das notwendige Wissen fehlt, um die eigenen Defizite zu erkennen.

Menschen mit hoher Kompetenz neigen hingegen dazu, ihre Fähigkeiten eher zu unterschätzen.

Klassisches Beispiel

Selbsteinschätzung bei einer Wissensaufgabe

Geringe Kompetenz (Überschätzung)

Das ist doch einfach! Ich kenne mich gut aus.

Mit wenig Wissen fühlen sich viele besonders sicher und überschätzen ihre Kompetenz.

Zunehmendes Wissen (Realitätsschock)

Hmm... das ist doch komplexer, als ich dachte.

Mit wachsendem Wissen erkennen sie, wie viel sie noch nicht wissen.

Hohe Kompetenz (Unterschätzung)

Es gibt noch viele Aspekte, die ich nicht kenne.

Fachlich kompetente Personen sind sich der Komplexität bewusst und schätzen sich realistischer oder eher zurückhaltend ein.

Sehr hohe Kompetenz (realistische Einschätzung)

Ich habe einen guten Überblick, weiß aber auch, was ich nicht weiß.

Mit sehr hoher Kompetenz wird die Selbsteinschätzung wieder realistischer.

Beispiel aus dem Alltag

Geringe Kompetenz: hohe Selbstsicherheit

Ich kann das problemlos reparieren!

Mit wenig Wissen wird die Aufgabe oft als einfach eingeschätzt.

Hohe Kompetenz: mehr Zurückhaltung

Es gibt einige Details, die ich noch nachlesen muss.

Mit mehr Wissen wird die Aufgabe realistischer und komplexer beurteilt.

Typischer Verlauf

Wichtig zu wissen

- Der Effekt wurde 1999 von Dunning und Kruger beschrieben.
- Er tritt besonders bei komplexen Aufgaben und geringer Fachkenntnis auf.
- Je weniger man weiß, desto schwerer ist es, die eigenen Defizite zu erkennen.
- Mehr Wissen führt meist zu einer realistischeren oder sogar vorsichtigeren Selbsteinschätzung.
- Der Effekt kann durch Feedback, Reflexion und gezieltes Lernen reduziert werden.

21