

### Dunning Kruger-Effekt

Je weniger Ahnung wir von einer Sache haben, umso sicherer sind wir in unserem Urteil. Je mehr wir über etwas Bescheid wissen, umso mehr zweifeln wir.

*Die überragende Mehrheit der deutschen Autofahrer ist der Ansicht, zur besseren Hälfte der Autofahrer zu gehören. Das höchste Selbstvertrauen haben junge Männer ohne viel Fahrpraxis.*

### Entwertungs-Effekt

Wir haben die Tendenz, Ideen von Konkurrenten oder von Personen, die wir nicht leiden können, gering zu schätzen. Unabhängig von ihrem tatsächlichen Wert.

*Unser Mitbewerber ist ja nur deswegen erfolgreich, weil er überbewerteten Schrott verkauft.*

### Halo-Effekt

Wir übertragen die Ausprägung einer einzelnen Eigenschaft eines anderen Menschen auf alle seine Eigenschaften - sowohl positiv, wie auch negativ.

*Ines ist so ein guter Mentor für die jungen Mitarbeiter, sie hat sicher recht mit ihrer Kostenanalyse.*

### Bestätigungs-Effekt

Wir selektieren Daten und Entscheidungsgrundlagen so, dass sie unsere vorgefasste Erwartung erfüllen.

*Mir gefallen unsere Produkte in rot am Besten. Und gestern habe ich einen Kunden getroffen, der das auch so sieht. Alle Kunden mögen rot.*

### Framing-Effekt

Wir ziehen unterschiedliche Schlüsse aus den gleichen Daten, je nachdem, wie sie uns präsentiert wurden.

*Grauenvoll, 45% unserer Kunden sind unzufrieden. // Fantastisch, 55% unserer Kunden sind zufrieden.*

## Cognitive Bias - Wahrnehmungsverzerrung

# Wie uns der Verstand Streiche spielt.

Ausgewählte Effekte, zusammengestellt von Franz Kühmayer  
[www.franzkuehmayer.com](http://www.franzkuehmayer.com)

### Survivor-Effekt

Wir fokussieren auf jene Dinge, die das Ende eines Prozesses erreichen, und blenden jene aus, die während des Prozesses ausgeschieden sind.

*Schau Dir dieses großartige FinTech-Startup an, das wird die Bankenbranche auf den Kopf stellen. (127 andere Startups mit vergleichbarer Strategie sind letztes Jahr gescheitert).*

### Cluster-Illusions-Effekt

Wir finden Muster und Cluster in Daten, die völlig zufällig sind. Wir verwechseln Kausalität und Korrelation.

*Das Chart zeigt einen klaren Zusammenhang zwischen Schuhgröße und Einkommen. Reiche Menschen haben große Füße.*

### Glaubwürdigkeits-Effekt

Wir schenken eher Daten Glauben, die unsere eigene Meinung bestätigen, als Daten, die unserer Meinung zuwiderlaufen.

*Diese 7%, die Sie in der Tabelle im Feld XY ausweisen, das kommt mir richtig vor, da brauchen wir nicht drüber sprechen. Aber der Wert da drüben in Zelle ABC, der ist sicher falsch.*

### Verfügbarkeits-Effekt

Wir halten zukünftige Ereignisse für plausibler, wenn wir uns an vergleichbare Berichte oder Daten aus der Vergangenheit erinnern können - unabhängig von echten Zusammenhängen.

*Letzte Woche ist ein Flugzeug abgestürzt. Fliegen ist gefährlich, ich nehme lieber das Auto für die nächste Dienstreise.*

### Casino-Effekt

Im Angesicht von wiederholten Fehlentscheidungen, steigern wir das Risiko bei der nächsten anstehenden Entscheidung (Commitment Eskalation).

*Die letzten drei Prototypen waren zwar ein Flop, aber der vierte wird es der Welt zeigen. Darum erhöhen wir das Marketingbudget kräftig.*