



Lexikon der verhaltenswissenschaftlichen Betriebswirtschaftslehre

Confirmation Bias

1. Begriff	1
2. Prozesse bei der Auswahl, Aufnahme und Bewertung von Informationen	2
3. Eine ausgewählte Studie	4
4. Determinanten.....	5
5. Bestätigungstendenzen in kleinen und mittleren Unternehmen.....	6
6. Folgerungen für die Praxis.....	7
7. Würdigung.....	8
8. Literatur	8
9. Autor.....	8

1. Begriff

Die die heute unter dem Begriff Confirmation Bias zusammengefasst werden, sind schon sehr lange bekannt. Der englische Philosoph Francis Bacon beschrieb diese bereits 1620 wie folgt:

„Hat der menschliche Verstand einmal eine Meinung angenommen, [...], so zieht er alles heran, um diese zu bestätigen und mit ihr zusammenzustimmen. Und selbst wenn sich für das Gegenteil mehr und weit bessere Beweise anbieten, so wird er diese mit großer und schädlicher Voreingenommenheit ignorieren, verdammen oder sie durch Spitzfindigkeiten als irrelevant betrachten, auf dass die Autorität seiner ersten Annahme ungeschmälert erhalten bleibe.“ (Türp, Antes (2004), S.59)

Übersetzen kann man den Begriff „Confirmation Bias“ am treffendsten mit „Bestätigungstendenzen“. Wörtlich übersetzt bedeutet „Confirmation“: „Bestätigung“, „Bias“ heißt übersetzt „Voreingenommenheit“ oder „Vorurteil“.

Bestätigungstendenzen treten vornehmlich unbewusst auf, allerdings gibt es auch Situationen, in denen Menschen ganz bewusst versuchen die eigenen Einstellungen, Meinungen oder getroffenen Entscheidungen gegen neue konträre Informationen zu verteidigen.

Definitiv versteht man unter Bestätigungstendenz die menschliche Neigung, einmal getroffene Entscheidungen jeder Art bewusst oder unbewusst im Nachhinein als richtig anzusehen und diese gegen



konträre Informationen zu verteidigen. Dabei kommt es zu realitätsverzerrenden Prozessen während der Informationsauswahl, -aufnahme und -bewertung, die dazu führen, dass die bestehende Einstellung bestätigt wird.

Es gibt verschiedenste Ansätze, die versuchen die Ursachen des Confirmation Bias zu erklären. Einer dieser Ansätze ist das so genannte „Pollyana Principle“ (vgl. Nickerson (1998)). Es besagt, dass Personen sich von Natur aus tendenziell lieber mit Informationen beschäftigen, die ihre Einstellungen, moralischen Grundsätze oder Entscheidungen bestätigen.

Menschen umgeben sich nach dieser Theorie beispielsweise grundsätzlich eher mit Personen, die die eigenen Einstellungen und Grundsätze teilen. Ein eng mit der Bestätigungstendenz verbundener Effekt ist der „primacy effect“. Dieser beschreibt die Neigung von Menschen, Meinungen sehr stark auf ihre ersten Eindrücke zu stützen, welche sich im Weiteren nur sehr schwer wieder verändern lassen.

Ein weiterer Effekt, der oftmals im Zusammenhang mit dem Confirmation Bias genannt wird, ist die so genannte „Overconfidence“. Hierunter versteht man die Neigung von Personen ihre eigenen Fähigkeiten, ihre Erfahrung oder ihr Wissen zu überschätzen. Durch diese Überschätzung der eigenen Fähigkeiten oder des eigenen Wissens wird neuen Informationen nicht genügend Aufmerksamkeit entgegengebracht, oder diese Informationen werden einfach ignoriert.

Dieser Effekt kann z.B. bei Ärzten mit einer sehr langen Berufspraxis beobachtet werden, diese vertrauen der eigenen „Erfahrung“ oder dem eigenen „Wissen“ bei der Therapie von bestimmten Krankheitsbildern oftmals stärker als wissenschaftlichen Studien zu dieser Krankheit (vgl. Bördlein (2000)).

Im folgenden Abschnitt sollen die Prozesse beschrieben werden, die während der Aufnahme von neuen, sowohl konformen als auch konträren Informationen auftreten können.

2. Prozesse bei der Auswahl, Aufnahme und Bewertung von Informationen

Kommen Menschen mit für sie neuen Informationen in Kontakt, laufen unbewusste Prozesse ab, diese werden oftmals sehr stark von Bestätigungstendenzen beeinflusst. Diese Einflüsse treten in allen Ebenen der Informationsaufnahme ein.

Informationsauswahl

Der Confirmation Bias beeinflusst unsere Meinungsbildung oder Entscheidungsfindung bereits bei der Informationsauswahl. Menschen bilden sich ein Umfeld, das die eigenen Einstellungen und Überzeugungen teilt. Dies kann mit dem Streben nach „Harmonie“, einer gewissen „Sturheit“, oder auch der persönlichen „Faulheit“ eines jeden Menschen erklärt werden. Es ist offenbar für viele Menschen sehr anstrengend sich langfristig mit Einstellungen auseinanderzusetzen, die nicht den eigenen entsprechen.

Dies gilt nicht nur für das persönliche Umfeld, sondern auch für die Medien, aus denen wir unsere Informationen beziehen. Das heißt, man nutzt vornehmlich Medien, bei denen man davon ausgehen kann, dass sie die eigenen Einstellungen eher bestärken als kritisieren. Beispielsweise wird eine eher konservative Person ihre Informationen seltener aus dem „Spiegel“ als vielmehr aus dem „Focus“ beziehen. Diese erste Stufe der unbewussten oder bewussten Prozesse bei der Entscheidungsfindung ist bereits eine sehr entscheidende. Denn durch die Beschränkung auf wenige inhaltlich homogene Quellen wird die Wahrscheinlichkeit Informationen zu erhalten, die der eigenen Meinung oder Hypothese widersprechen, stark



verringert. Die dadurch entstehende scheinbare Abwesenheit von Argumenten oder Informationen, die die eigene Einstellung kritisieren, wirkt zudem ebenfalls sehr bestätigend.

Informationsaufnahme

Auch bei der Informationsaufnahme unterliegen wir oftmals den Effekten des Confirmation Bias. Beispielsweise werden Fouls beim Fußball von den jeweiligen Fans der beiden Mannschaften sehr unterschiedlich wahrgenommen. Fouls der eigenen Mannschaft werden seltener wahrgenommen oder heruntergespielt. Auf Fouls der gegnerischen Mannschaft achtet man hingegen sehr viel genauer und empfindet diese meist als viel gravierender. Auch die Entscheidungen der Schiedsrichter werden bei Entscheidungen für die eigene Mannschaft viel schneller akzeptiert als andersherum.

Ebenso wie beim Sport, werden auch im Allgemeinen bestätigende Informationen oftmals ohne weitere Überprüfung hingenommen. Informationen, die im Gegensatz zur eigenen Meinung stehen, werden hingegen sehr viel intensiver geprüft. Diese asymmetrische Aufnahme von konformen und konträren Informationen führt zur Bestärkung der eigenen Einstellung. Unter Umständen kann dies allerdings der Bestätigungstendenz entgegenwirken. Das intensive Prüfen der Informationen kann auch dazu führen, dass die alten Einstellungen als falsch erkannt werden, und dadurch eine Veränderung dieser erfolgt. Meist werden die konträren Informationen allerdings lediglich negativ hinterfragt. Es bedeutet, dass man bereits vor der Überprüfung davon ausgeht, dass die Information falsch ist. Diese Voreingenommenheit führt dann in den meisten Fällen auch zu dem gewünschten Ergebnis.

Werden andererseits Informationen überprüft, die die eigene Meinung bestätigen, dann meist nur positiv. Man überprüft eine Hypothese nur auf ihre Richtigkeit, nicht auf ihre Falschheit. Dieser Effekt wurde in einem sehr bekannten Experiment von Wason untersucht (vgl. Wason (1960)). Er bezeichnete dies als „2-4-6 Experiment“. Wason gab den Versuchspersonen eben diese Zahlenreihe vor und fragte dann nach der mathematischen Regel, die diese Reihe ermöglicht. Die Versuchspersonen konnten, um ihre Vermutungen zu überprüfen beliebig viele Zahlenreihen nennen. Nach jeder genannten Reihe bekamen Sie eine Rückmeldung, ob die von ihnen genannte Reihe der Regel entsprach. Die meisten der Personen bildeten sich in diesem Experiment sehr schnell eine Meinung. Sie nahmen z.B. oftmals die Regel: „die jeweils vorangegangene Zahl mit zwei addieren“ an. Demnach waren ihre Antworten meist 7-9-11 oder 12-14-16. Die eigentliche Regel war allerdings sehr viel einfacher, nämlich „positiv ansteigende Zahlen“. Daher waren die genannten Reihen dann zwar richtig, die Personen erkannten aber selten die richtige Regel. Nachdem die Versuchspersonen die vermeintliche Regel entdeckt hatten, versuchten sie diese nicht mehr zu hinterfragen, sie gaben nur noch Reihen an, die ihre Regel belegten. Es kam nur sehr selten dazu, dass Versuchspersonen im Laufe der Befragung Reihen nannten, die ihrer vermuteten Regel widersprachen.

Wason bezeichnete diese Vorgehensweise vieler seiner Versuchspersonen als „positive Test Strategie“.

Informationsbewertung

Nach der Aufnahme der Informationen unterliegen Menschen auch bei deren Bewertung den Effekten der Bestätigungstendenz. Dabei wird zwischen konformen und konträren Informationen und Quellen unterschieden. Wie bei der Aufnahme neigt der Mensch auch hier dazu konforme Informationen eher zu akzeptieren als konträre. Außerdem werden konforme Informationen viel schneller wahrgenommen und in ihrem Einfluss auf die Entscheidung überbewertet. Konträre Informationen werden hingegen intensiver geprüft. Ist es dabei nicht möglich die Information als falsch zu erklären, wird oftmals versucht, die



Informationsquellen zu diskreditieren oder die Informationen als irrelevant für die Entscheidungsfindung einzustufen.

Konträre Informationen haben zudem einen viel geringeren Einfluss auf eine Meinung oder Einstellung als konforme Informationen einen positiven Einfluss auf diese haben. So ist auch zu erklären, dass durch Studien oder Artikel, die sowohl konforme als auch konträre Informationen enthalten, die eigene Meinung verstärkt wird (vgl. Lord, Ross, Lepper (1979)).

Diese Effekte können unter anderem durch die „kognitive Dissonanztheorie“ erklärt werden.

Diese Theorie geht davon aus, dass Menschen stets bemüht sind ein kognitives Gleichgewicht zwischen allen vorhandenen Informationen, Einstellungen und Entscheidungen herzustellen. Liegt ein solches Gleichgewicht nicht vor, spricht man von kognitiver Dissonanz. Diese entsteht zum Beispiel auch durch die Aufnahme von neuen Informationen, die im Gegensatz zu gemachten Entscheidungen oder vorhandenen Einstellungen stehen. Menschen versuchen dann durch geeignete Maßnahmen, in diesem Fall beispielsweise durch das in Frage stellen der neuen Informationen, diese Dissonanz zu beseitigen.

3. Eine ausgewählte Studie

Es gibt zahlreiche Studien, die sich mit den Effekten des „Confirmation Bias“ beschäftigt haben. Eine dieser Studien wurde 1979 von Lord, Ross und Lepper an der Universität in Stanford durchgeführt. Untersucht wurde unter anderem die so genannte „belief persistence“, also das Festhalten an Einstellungen trotz konträrer neuer Informationen. Außerdem wurden die Aufnahme, Bewertung und Interpretation von hypothesenkonformen bzw. hypothesenkonträren Informationen beobachtet.

Versuchsaufbau

Es wurden 48 Studenten mit zwei Studien konfrontiert. Eine der Studien befürwortete die Todesstrafe und bestätigte eine abschreckende Wirkung auf potentielle Gewalttäter, die andere widerlegte einen solchen Zusammenhang und sprach sich gegen die Todesstrafe aus.

Die Hälfte der 48 Studenten waren so genannte „Befürworter“. Sie unterstützten die Todesstrafe und glaubten an eine abschreckende Wirkung. Die andere Hälfte der Studenten wurde „Gegner“ genannt. Sie hielten die Todesstrafe für falsch und glaubten an keine abschreckende Wirkung. Beide Gruppen waren außerdem davon überzeugt, dass ihre Meinung vom Großteil der Literatur bestätigt wird. (Lord, Ross, Lepper (1979), S. 2100)

Ein Teilziel des Experiments bestand darin, den Einfluss des „primacy effects“ zu beobachten. Der Hälfte der Mitglieder der jeweiligen Gruppen wurde zunächst die positive Studie vorgelegt, die andere Hälfte bekam die negative Studie zuerst. Die Versuchspersonen wurden nach dem Lesen befragt, ob sie aufgrund der Studien ihre Einstellungen zum Thema verändert hatten. Im zweiten Schritt bekamen die Versuchspersonen detaillierte Informationen zu den Studien, wie beispielsweise zu den Untersuchungsmethoden, Zeiträumen der Untersuchung und Hintergrundinformationen zu den Autoren. Danach wurden sie erneut befragt.

Ergebnisse

Die Ergebnisse von Lord, Ross und Lepper zeigten, dass die Versuchspersonen ihre Einstellungen auch nach dem Lesen der „gegenteiligen“ Studie beibehielten, 23 % (vgl. Lord, Ross, Lepper (1979), S.2105) der Teilnehmer waren sogar in ihrer Meinung bestärkt. Bestätigende Argumente wurden dabei offenbar stärker



gewichtet als widerlegende Argumente. Es zeigte sich außerdem ein Einfluss des „primacy effects“. In der Auswertung der Befragung stellte sich heraus, dass die Personen, die zunächst die ihre Einstellung widerlegende Studie vorgestellt bekamen, ihre Meinung eher veränderten als der andere Teil der Gruppe. Diese Veränderung in der Einstellung war aber meistens nicht von Dauer. Es fiel auf, dass die Versuchspersonen die jeweils konträren Informationen stärker hinterfragten, die Ergebnisse aus den Studien anzweifelten, oder den Autor diskreditierten.

Die Versuchspersonen setzten sich viel intensiver mit konträren als mit einstellungskonformen Informationen auseinander. Bestätigende Informationen wurden ohne Überprüfung akzeptiert. Auch wurden konträre Argumente häufig einfach nicht beachtet oder uminterpretiert.

Die beiden Gruppen beschrieben daher auch die jeweils ihre Meinung bestätigende Studie als die qualitativ hochwertigere der beiden Studien.

Die Studie zeigte, dass die Versuchspersonen objektiv gleiche Informationen oder Argumente aufgrund ihrer Einstellung zum Thema subjektiv völlig verschieden wahrnahmen und interpretierten (vgl. Lord, Ross, Lepper (1979)).

4. Determinanten

Der Einfluss des Confirmation Bias auf Entscheidungsprozesse und die Urteilsbildung kann durch bestimmte Voraussetzungen oder Einflüsse verstärkt bzw. vermindert werden. Einige dieser Determinanten werden folgend beschrieben.

Zwei entscheidende und zudem oftmals miteinander verknüpfte Determinanten sind Zeitdruck und Informationsüberfluss. Hierbei führt ein Informationsüberfluss oftmals dazu, dass man innerhalb einer vorgegebenen Zeit nicht in der Lage ist alle vorhandenen Informationen zu erfassen und in die Entscheidung einfließen zu lassen. Daher wird unter Zeitdruck öfter auf bereits gefestigte Meinungen zurückgegriffen, ohne diese weiter kritisch zu hinterfragen.

Aber auch ohne Zeitdruck kann ein Überfluss an Informationen den Confirmation Bias verstärken. Dies kann beispielsweise geschehen, wenn die Person intellektuell nicht in der Lage ist, alle Informationen richtig zu verstehen oder die Menge an Informationen einfach zu groß ist. Dies kann beispielsweise beim Kauf einer Digitalkamera auftreten. Ist die Auswahl an Produkten und die damit zusammenhängende Menge an technischen Details zu groß, wird oftmals entweder auf vertraute Marken zurückgegriffen oder die Entscheidung auf den Vergleich derjenigen Details beschränkt, die von der Person bewertet werden können.

Einen ebenfalls großen Einfluss auf den Confirmation Bias haben Persönlichkeitseigenschaften. Bei Personen mit einem sehr starken Selbstbewusstsein, sowie Menschen mit einem übermäßigen Selbstbestätigungsstreben tritt der Confirmation Bias verstärkt auf. Diese Personen sind stärker als andere von der Richtigkeit ihrer Entscheidungen, Einstellungen und ihres Wissens überzeugt. Menschen die auf diese innere Bestätigung angewiesen sind, versuchen stärker als andere Menschen Informationen zu schützen und als richtig zu betrachten. Auch Menschen, die stark nach Anerkennung aus ihrem Umfeld streben unterliegen den Einflüssen stärker. So widerstrebt es vielen Menschen, vermutlich aus Angst vor Ansehens-, oder Reputationsverlusten, öffentlich einzugestehen, dass getroffene Entscheidungen oder die Einstellungen zu verschiedenen Themen falsch sind, bzw. waren.



Eine weitere Determinante, die den Confirmation Bias verstärkt, ist der Zeitpunkt, seit dem man von einer Meinung überzeugt ist. So ist es für Menschen schwieriger eine Meinung zu hinterfragen, wenn sie schon sehr lange von dieser überzeugt sind. Moralische Grundsätze oder Einstellungen und Meinungen, die bereits in der Jugend geprägt wurden, werden eher selten in Frage gestellt. Dabei spielt es auch eine Rolle, inwieweit Meinungen und Einstellungen miteinander verknüpft sind. So werden Einstellungen, die eine Grundlage für viele andere Einstellungen bilden sehr selten hinterfragt. Diese grundlegenden Einstellungen werden wiederum häufig sehr früh im Leben gebildet. Um diese Einstellungen zu verändern, müssen sehr starke neue Argumente auftauchen. Auch die Informationsquelle spielt eine große Rolle. Daher wird sich eine Person schwerer von einer Meinung abbringen lassen, wenn sie ihre Einstellung aufgrund von Informationen gebildet hat, die aus einer, ihrer Meinung nach, sehr glaubwürdigen Quelle stammen.

In Unternehmen können die organisatorisch hierarchischen Strukturen zur Verstärkung des Confirmation Bias führen. Gibt es an der Unternehmensspitze nur eine Person mit Entscheidungsbefugnissen, dann ist die Wahrscheinlichkeit dafür, dass Entscheidungen dem Confirmation Bias unterliegen höher als wenn die Entscheidung in einer Gruppe diskutiert wird.

Dabei ist aber die Zusammensetzung der Gruppe entscheidend.

Die Gruppe sollte aus Personen bestehen, die möglichst unterschiedliche Perspektiven bzw. Einstellungen in die Entscheidungsfindung einbringen. Wichtig ist außerdem, dass alle Mitglieder der Gruppe ihre eigene Meinung zu dem Entscheidungsproblem äußern können und dies zu keinen Restriktionen führt. Außerdem sollte der Gruppe - wie bereits zu Anfang beschrieben - genug Zeit für die Entscheidungsfindung gegeben werden. (vgl. Bördlein (2000))

5. Bestätigungstendenzen in kleinen und mittleren Unternehmen

Im vorherigen Abschnitt wurden Determinanten beschrieben, die das Auftreten von Bestätigungstendenzen bestärken können. In diesem Abschnitt soll nun die Anfälligkeit von kleinen und mittleren Unternehmen für den Confirmation Bias untersucht werden. Dabei wird von den verschiedenen Merkmalen ausgegangen, die in vielen dieser Unternehmen zu finden sind.

So werden in kleineren Unternehmen Entscheidungen in allen Bereichen der Unternehmensführung häufig von einer einzelnen Person getroffen. Diese Personen sind meist sehr selbstbewusste Menschen, mit einem sehr starken Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, sowie einem hohen Anspruch an die eigene sowie die Arbeit der Mitarbeiter. Dieser Anspruch und der Druck, niemanden enttäuschen zu wollen kann zu einer Situation führen, in der man ständig versucht sich zu bestätigen. Dies kann dazu führen, dass kritische Informationen nicht berücksichtigt werden.

Verstärkend wirkt ebenfalls die häufig in kleinen und mittleren Unternehmen gegebene persönliche Atmosphäre unter den Mitarbeitern. Dies kann dazu führen, dass sich Kollegen seltener gegenseitig auf mögliche Fehler bei der Entscheidungsfindung hinweisen, oder Informationen nicht kritisch genug hinterfragen.

Auch die geringere Anzahl von Angestellten kann Bestätigungstendenzen verstärken. Durch die überblickbare Anzahl von Kollegen können Fehler nur sehr schwierig verschwiegen werden, was dazu führen kann, dass im Nachhinein als falsch erkannte Entscheidungen nicht berichtigt werden.



Eine weitere Besonderheit in kleinen Unternehmen ist die Person an der Spitze des Unternehmens. Diese wechselt sehr viel seltener als in großen Unternehmen. Dies kann durch die damit zusammenhängende langjährige Erfahrung mit Entscheidungssituationen den Einfluss des Confirmation Bias verringern. Dazu muss diese Person allerdings Erfahrung im Umgang mit dem Confirmation Bias haben.

Andererseits kann Erfahrung zu Routinen führen, diese verfestigen Einstellungen und führen dazu, dass Informationen oder deren Quellen nicht mehr ausreichend hinterfragt werden. Wie im vorherigen Abschnitt beschrieben schaffen sich Menschen meist ein angenehmes Umfeld, in dem sie vornehmlich zustimmende Informationen erwarten.

Es gibt allerdings auch Gegebenheiten in diesen Unternehmen, die vor der Verstärkung von Bestätigungstendenzen schützen.

In kleinen und mittleren Unternehmen werden Entscheidungen vermutlich seltener unter Zeitdruck getroffen, da die Komplexität und die Folgen der Entscheidungen meist geringer sind. Auch sind die Entscheidungen durch die oftmals anzutreffende Spezialisierung der Unternehmen auf bestimmte Kernkompetenzen nicht so vernetzt wie Entscheidungen in größeren Unternehmen. Auch dies führt zu einer Entlastung bei der Entscheidungsfindung, dadurch wiederum verringert sich die Wahrscheinlichkeit, den Bestätigungstendenzen zu unterliegen. Auch die persönlichere Atmosphäre in kleinen und mittleren Unternehmen kann positive Auswirkungen haben. Diese Atmosphäre kann dazu führen, dass die Hemmschwelle der Mitarbeiter kritische Gedanken zu äußern geringer ist.

Es zeigt sich, dass auch und vielleicht gerade viele kleine und mittlere Unternehmen den Effekten des Confirmation Bias unterliegen können. Allerdings scheint weniger die Größe oder der Umsatz eines Unternehmens als vielmehr die Persönlichkeit der verschiedenen handelnden Personen entscheidenden Einfluss auf die Anfälligkeit für den Confirmation Bias zu haben.

6. Folgerungen für die Praxis

Da Bestätigungstendenzen uns im Alltag, aber auch in unternehmerischen Entscheidungen immer wieder begegnen, ist es sehr wichtig über die Effekte des Confirmation Bias aufgeklärt zu sein. Allein die Kenntnis des Effekts kann bereits dazu führen, dass er abgeschwächt wird.

Ein möglicher Weg die Bestätigungstendenzen in unternehmerischen Entscheidungen zu vermeiden ist die kollektive Führung und gemeinsame Entscheidungsfindung. Hierbei sollte aber auf die bereits genannten Voraussetzungen bei der Gruppenzusammensetzung und Machtverteilung innerhalb der Gruppe geachtet werden. Des Weiteren sollten Mitarbeiter durch Fortbildungen oder Auslandseinsätze ihre Einstellungen überdenken lernen und neue Erfahrungen und Informationen sammeln können. Durch den Kontakt zu anderen Menschen oder Kulturen können die Mitarbeiter ihre bisherige Einstellung zu verschiedenen Themen überdenken. Dabei kommt es natürlich auf die „richtigen“ Erfahrungen an, die helfen die eigene Persönlichkeit positiv zu beeinflussen.

Denn die Persönlichkeit scheint der Haupteinflussfaktor auf den Confirmation Bias zu sein.

Es sollte zudem ein Umfeld für die Mitarbeiter geschaffen werden, in dem Fehlentscheidungen und kritisches Denken nicht sofort „bestraft“ werden. Dies kann dazu führen, dass die Hemmschwelle, eine falsche Einstellung oder Entscheidung zu revidieren oder zu überdenken verringert wird.



7. Würdigung

Die Bestätigungstendenz ist ein sehr verbreiteter Entscheidungsdefekt. Man kann täglich beobachten wie Menschen von ihm beeinflusst werden, sei es beim täglichen Einkauf, bei Wissenschaftlern oder Unternehmern. Oftmals soll mit unseren Handlungen ein gewisses Ziel erreicht oder etwas bewiesen werden, sei dies bei einem Preis/Leistungsvergleich, einem Experiment oder einer Kosten-/Nutzenanalyse. Bei jeder dieser Aufgaben können Informationen so bewertet werden, dass die erhofften Ergebnisse eintreten. Ein passendes Beispiel für diese Tendenz ist der angebliche „Nachweis“ von Beziehungen zwischen astronomischen Größen und den Abmessungen der Pyramiden. Von den Verfechtern dieser These wurden solange mögliche Beziehungen gesucht, bis die gewünschten Ergebnisse gefunden wurden. (vgl. Nickerson (1998), S.190)

Abschließend sollte noch darauf hingewiesen werden, dass Bestätigungstendenzen auch positive Effekte haben können. Das Festhalten an Einstellungen führt z.B. auch dazu, dass richtige Einstellungen nicht schon mit dem ersten Zweifel an sie verändert werden.

8. Literatur

Bacon, F. (1620): *Novum Organum*. Open Court, Chicago

Baumer, A. (2003): *Selektive Informationssuche - Kognitive Prozesse der Ungerechtigkeitssensibilität aus der Beobachterperspektive*, Diplomarbeit aus dem Fach Psychologie an der Universität Trier

Bördlein, C. (2000): *Die Bestätigungstendenz. Warum wir (subjektiv) immer Recht behalten*, in: *Skeptiker*, 13, 132-138

Hager, W., Weißmann, S. (1991): *Bestätigungstendenzen in der Urteilsbildung*, Hogrefe Verlag

Lord, C., Ross, L., Lepper M. (1979): *Biased Assimilation and Attitude Polarization: The Effects of Prior Theories on Subsequently Considered Evidence*, in: *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 2098-2109

Nickerson, R.S. (1998): *Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon, in: Many Guises*, in: *Review of General Psychology*, 2, 175-220

Türp, J., Antes, G. (2004): *Die Bestätigungstendenz*, in: *Deutsche Zahnärztliche Zeitschrift*, Heft 59, 56-57

Wason, P.C. (1960): *On the Failure to Eliminate Hypotheses in: a Conceptual Task*. *Quarterly Journal of Experimental Psychology* 12, 129-140

9. Autor

Christoph Kossendey