

Unconscious bias



Vielfalt erkennen – Strategien für einen sensiblen Umgang mit unbewussten Vorurteilen im HLNUG



Online, 22. Februar 2024, Christian Mappala

Unconscious bias



Mein Wissen zum Thema auf einer Skala von 1 – 10

1

5

10

Unconscious bias

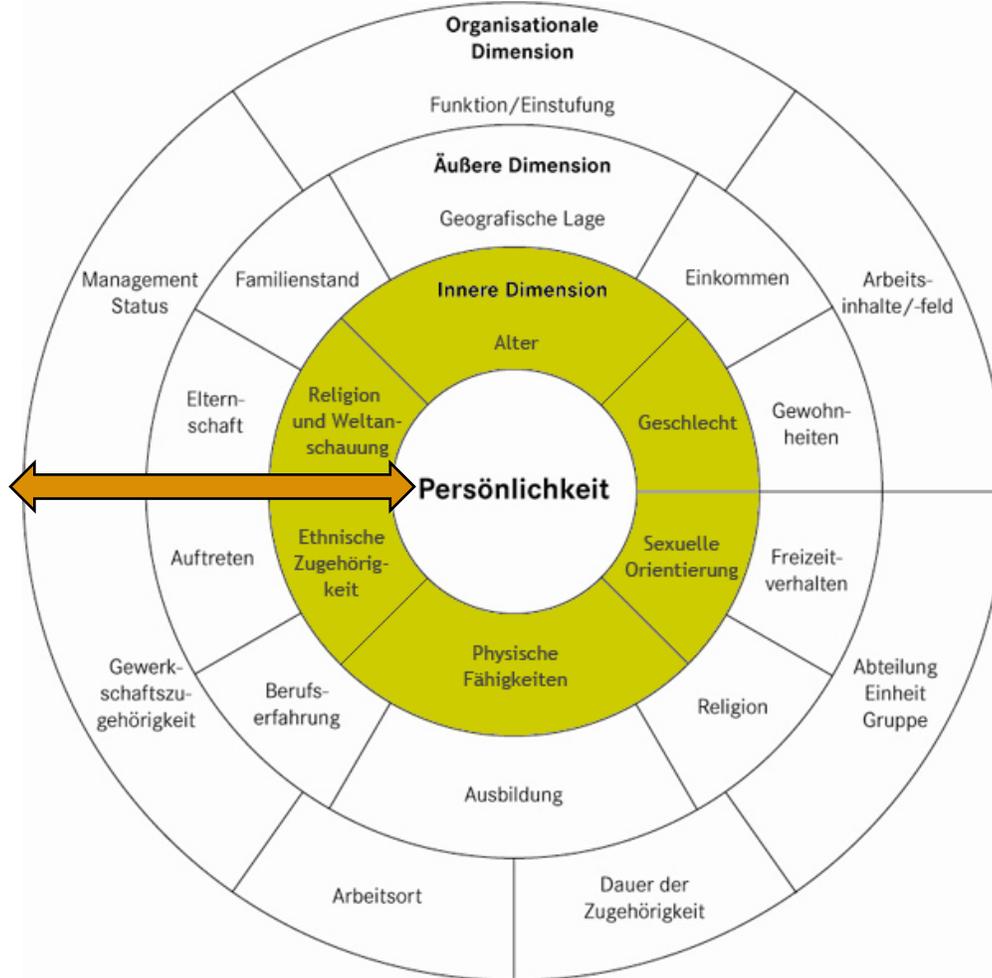


Ziele:

- Sensibilisierung in Bezug auf „unbewusste Vorannahmen“, um Diskriminierungen vorzubeugen
- Den Zusammenhang von „Unbewusste_Vorannahmen“ und Diversity / Diversity Management aufzeigen
- Definitionen, und aktuelle Entwicklungen vermitteln

4 Layers of Diversity

„Diversity is a mixture of people with different group identities within the same social system“
(Fleury, Maria Tereza Leme 1999)



Gardenswartz/Rowe:
Diverse Teams at work
1996

Quelle:
<https://www.charta-der-vielfalt.de/diversity/diversity-dimensionen.html>

Diversity kein Modethema!



Vereinte Nationen

UNRIC - Regionales Informationszentrum der Vereinten Nationen

UN WEB TV

Suche

SUCHE

A-Z Seitenindex

Über uns ▾

Medien & Aktuelles ▾

Die Vereinten Nationen ▾

Agenda 2030 / SDGs ▾

Arbeitsmöglichkeiten



ZIELE



FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

1 KEINE ARMUT 	2 KEIN HUNGER 	3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN 	4 HOCHWERTIGE BILDUNG 	5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT 	6 SAUBERES WASSER UND SANITÄREINRICHTUNGEN
7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE 	8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM 	9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR 	10 WENIGER UNGLEICHHEITEN 	11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN 	12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION
13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ 	14 LEBEN UNTER WASSER 	15 LEBEN AN LAND 	16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN 	17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE 	ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

<https://unric.org/de/17ziele/>

Diversity kein Modethema!



5 GESCHLECHTER- GLEICHHEIT



Ziel 5: Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen

Während die Welt im Rahmen der Millenniums-Entwicklungsziele (einschließlich der Gleichstellung von Mädchen und Jungen in Grundschulen) Fortschritte bei der Geschlechtergleichstellung und der Stärkung der Rolle der Frauen erzielt hat, leiden Frauen und Mädchen in allen Teilen der Welt weiterhin unter Diskriminierung und Gewalt.

Geschlechtergleichstellung ist nicht nur ein grundlegendes Menschenrecht, sondern eine notwendige Grundlage für eine friedliche, prosperierende und nachhaltige Welt.

Diversity kein Modethema!

Recrutainment Blog

Recruiting, Employer Branding & HR-Tech

'Diversity ist kein Modethema!' – Interview mit Detecon-Diversity Manager Heiko Schomberg

19. August 2013 Demografischer Wandel, Employer Branding, Employer Branding | Personalmarketing Jo Diercks

<https://blog.recruitainment.de/2013/08/19/diversity-ist-kein-modethema-interview-mit-detecon-diversity-manager-heiko-schomberg/>



Ich frage mal ein wenig ketzerisch: Ist eine solche Funktion purer Zeitgeist – im Sinne von: sowas muss man als Unternehmen von Rang heutzutage haben. Hattet Ihr bei Detecon speziellen Handlungsbedarf oder ist dein Job Ausdruck der Erkenntnis, dass Diversity auch zu einem Wettbewerbsargument wird?

Diversity ist kein Modethema! Die Antwort ist also ein „sowohl als auch“! Auf der einen Seite gilt: Wer sich der Vielfalt verschließt, verschließt sich der Zukunft! Generell sind wir in Sachen Vielfalt als internationale Unternehmensberatung sehr, sehr gut aufgestellt. Wir haben aber auch die Herausforderung, dass wir auf einem bestimmten Karrierelevel zu viele hochqualifizierte Frauen verlieren. Das heißt: In Sachen Gender-Diversity gibt es noch Handlungsbedarf: Wir müssen den Beraterinnen auch nach der Elternzeit, die noch vor allem ein Frauenthema ist, Perspektiven innerhalb des Unternehmens aufzeigen. Eine Rückkehr in Teilzeit, das Kontakthalten durch die Führungskräfte während der Abwesenheit: Dies ist das zentrale Thema, dem ich mich mit großer Intensität widme. Und wir beide wissen, dass die Generation Y ganz anders mit den Themen umgeht, die wir hier erörtern. Da werden Väter, die eben nicht nur zwei Monate Elternzeit nehmen, sondern zwei Jahre Teilzeit arbeiten wollen, eher die Regel, denn die Ausnahme sein.

Unconscious bias



Vorname oder Initialen

Nehmen Sie einen Zettel und tragen Sie von oben nach unten 10 Personen ein, denen Sie vertrauen.

Ausgenommen sind Familienmitglieder.

Kolleg*innen, Freundinnen und Freunde, Menschen mit denen Sie ein Hobby teilen oder Personen aus der Nachbarschaft etc.

Diversity



Vorname	Geschlecht	Alter	Sexuelle Orientierung/ Identität	Behinderung	Religion/ Weltanschauung	Soziale Herkunft	Ethnie

What Should We Remember?

We favor simple-looking options and complete information over complex, ambiguous options

To avoid mistakes, we aim to preserve autonomy and group status, and avoid irreversible decisions

To get things done, we tend to complete things we've invested time and energy in

To stay focused, we favor the immediate, relatable thing in front of us

Need To Act Fast

To act, we must be confident we can make an impact and feel what we do is important

We project our current mindset and assumptions onto the past and future

We store memories differently based on how they were experienced

We reduce events and lists to their key elements

We discard specifics to form generalities

We edit and reinforce some memories after the fact

We favor simple-looking options and complete information over complex, ambiguous options

To avoid mistakes, we aim to preserve autonomy and group status, and avoid irreversible decisions

To get things done, we tend to complete things we've invested time and energy in

To stay focused, we favor the immediate, relatable thing in front of us

Need To Act Fast

To act, we must be confident we can make an impact and feel what we do is important

We project our current mindset and assumptions onto the past and future

We notice things already primed in memory or repeated often

Bizarre, funny, visually striking, or anthropomorphic things stick out more than non-bizarre/unfunny things

We notice when something has changed

We are drawn to details that confirm our own existing beliefs

We notice flaws in others more easily than we notice flaws in ourselves

We tend to find stories and patterns even when looking at sparse data

We fill in characteristics from stereotypes, generalities, and prior histories

We imagine things and people we're familiar with or fond of as better

We simplify probabilities and numbers to make them easier to think about

We think we know what other people are thinking

Too Much Information

Not Enough Meaning



third culture
managing diversity

Bestätigungsfehler (Confirmation Bias):

Die Tendenz, Informationen so zu suchen, zu interpretieren und zu erinnern, dass sie die eigenen Vorannahmen oder Überzeugungen bestätigen.

Ähnlichkeitsfehler (Similarity Bias):

Die Neigung, Personen zu bevorzugen, die uns ähnlich sind, sei es in Bezug auf Hintergrund, Erfahrungen oder Interessen.

Stereotypisierung:

Die Überzeugung, dass alle Mitglieder einer bestimmten Gruppe die gleichen Eigenschaften haben, oft ohne individuelle Unterschiede zu berücksichtigen.

Halo-Effekt:

Die Tendenz, einer Person aufgrund eines positiven Merkmals (wie Aussehen oder eine bestimmte Fähigkeit) durchgängig positive Eigenschaften zuzuschreiben.

Horn-Effekt:

Das Gegenstück zum Halo-Effekt, bei dem eine negative Eigenschaft einer Person ihren Gesamteindruck negativ beeinflusst.

Status-quo-Bias:

Die Präferenz, die Dinge so zu belassen, wie sie sind, anstatt Veränderungen vorzunehmen, selbst wenn diese Veränderungen Verbesserungen bringen könnten.

Anker-Effekt (Anchoring Bias):

Die Neigung, sich zu stark auf die erste Information zu stützen, die man erhält (den „Anker“), wenn man Entscheidungen trifft, selbst wenn diese Information vielleicht nicht relevant ist.

Gruppenzugehörigkeits-Bias (In-group Bias):

Die Tendenz, Mitglieder der eigenen Gruppe (die „In-group“) gegenüber Außenstehenden (der „Out-group“) zu bevorzugen.

Autoritäts-Bias:

Die Neigung, die Meinungen oder Anweisungen von Autoritätspersonen ohne kritische Prüfung zu akzeptieren.

Geschlechter-Bias (Gender Bias):

Die unbewusste Bevorzugung eines Geschlechts gegenüber dem anderen, die sich in der Rekrutierung, Beförderung und Bewertung von Mitarbeitern zeigen kann.

Handlungsbedarf



Sandra Bauer



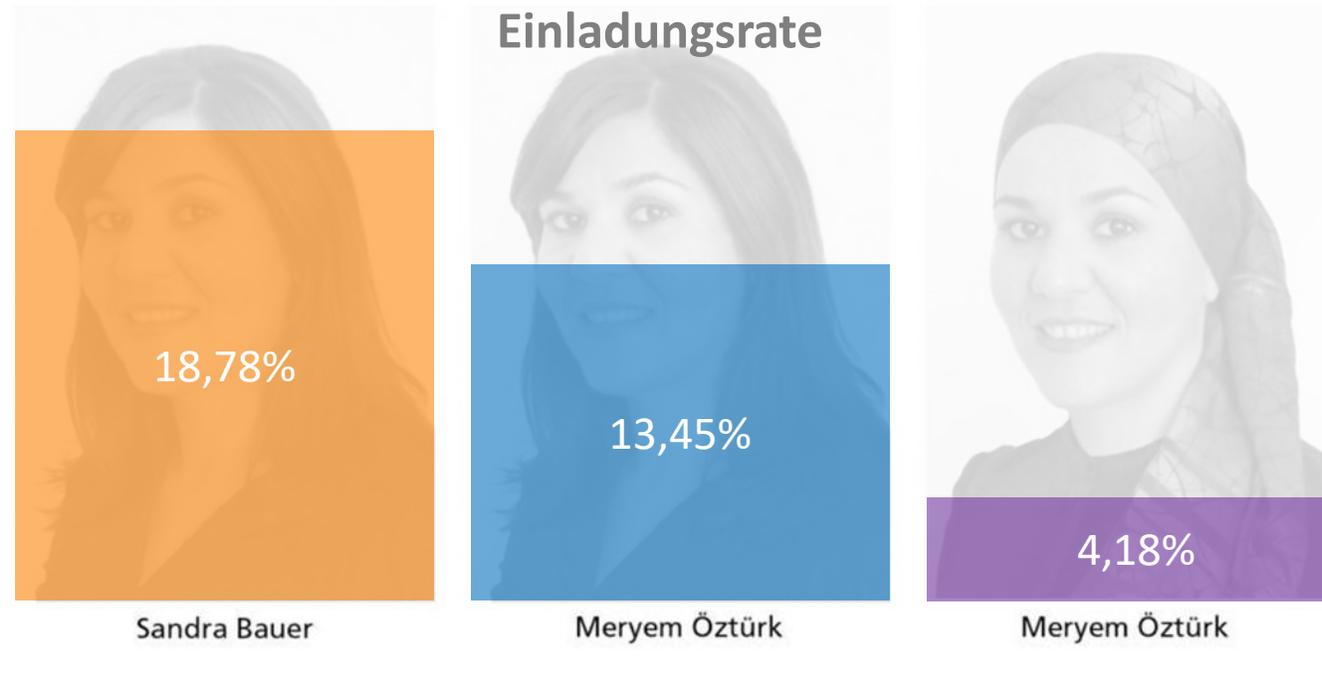
Meryem Öztürk



Meryem Öztürk

Quelle: Institut zur Zukunft der Arbeit (IZA) 2016

Handlungsbedarf



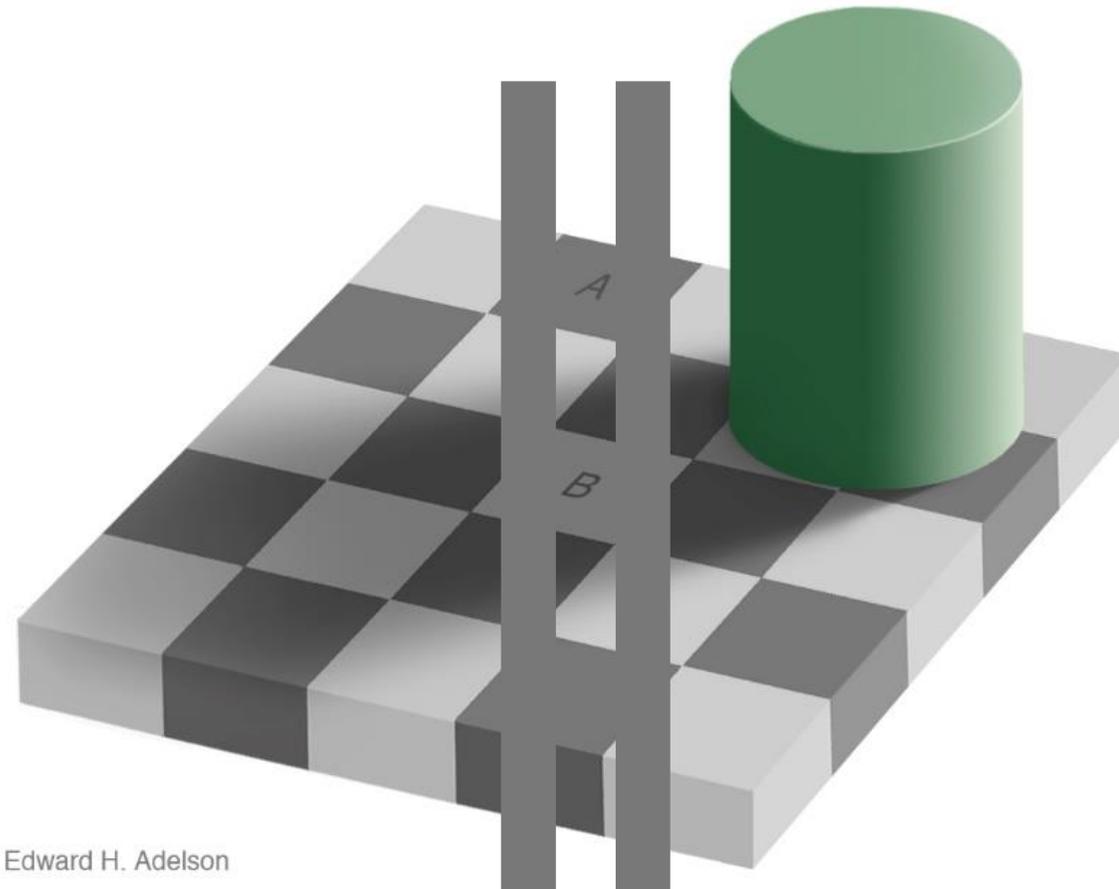
Quelle: Institut zur Zukunft der Arbeit (IZA) 2016

Unconscious bias

Think about...!

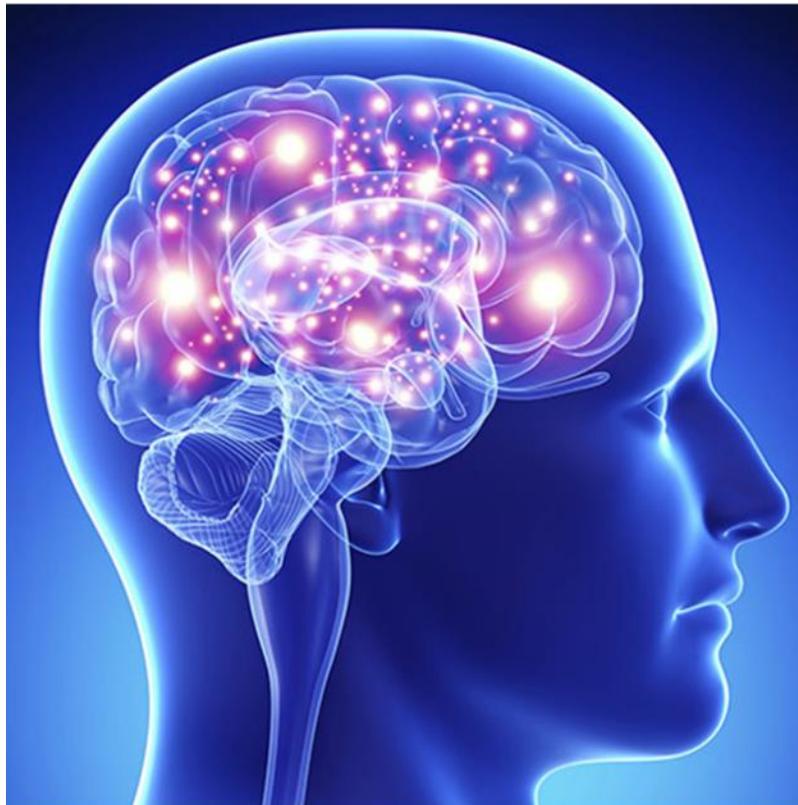


Our brain tricks us



Edward H. Adelson

Unconscious bias

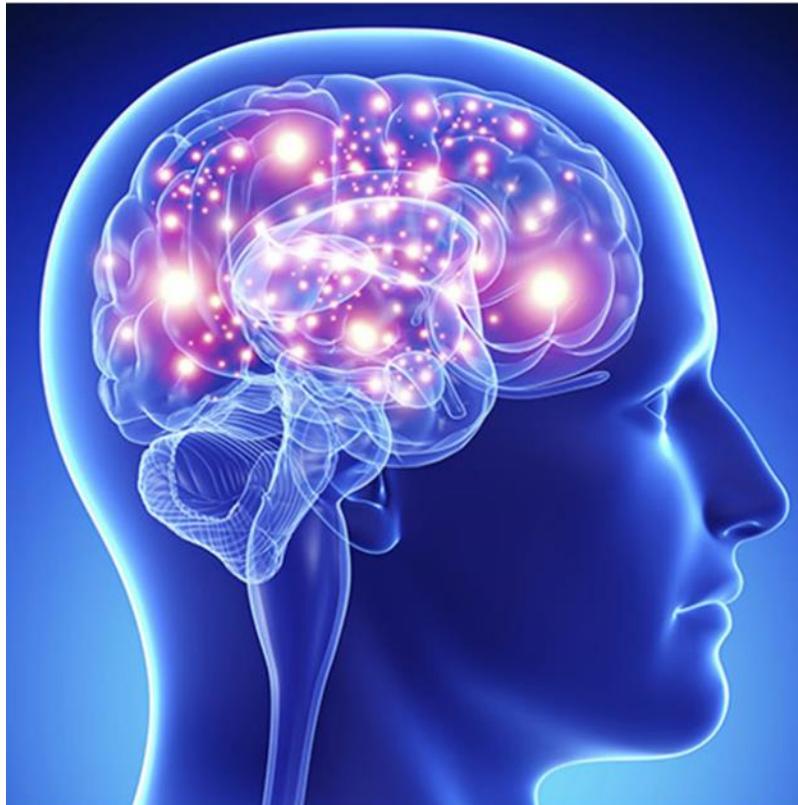


Zahlen

Masse:	1,5 kg
Anteil:	2% unseres Körpergewichts
Verbrauch:	20% unserer gesamten Energie
Zellen:	86 Milliarden Gehirnzellen
Verknüpfungen:	100 Billionen Synapsen
Nerve tracts:	5.8 Million Kilometer = 145-fachen Erdumfang

Bild: www.scinexx.de/wissen-aktuell-bild-18979-2015-06-17-27300.html

Unconscious bias



Funktionsweise

Das Zusammenspiel zweier unterschiedlicher Funktionen des Gehirns

11 million bits/sec

Funktionalität 1: impulsiv, automatisch, intuitiv

Funktionalität 2: analytisch, bewusst, rational

40 bits/sec

bestimmt unsere Denkweise, unser Urteilsvermögen und unsere Entscheidungen > > > und so auch unser Handeln.

Unconscious bias



Impulsiv, automatisch, intuitiv

ist

500 Millisekunden

schneller als

Analytisch, bewusst, rational

Unconscious bias
Diversity

Dankeschön 😊