



Gemeinsam gegen Unconscious Bias

Warum wir alle diskriminieren ohne es zu wollen – und wie eine bewusste Sprache hier gegensteuern kann

Kaum jemand will andere bewusst diskriminieren. Und trotzdem sind Frauen seltener Führungskräfte und Menschen anderer Herkunft haben häufiger Probleme einen Job zu finden. Die Ursache sind oftmals „Unconscious Bias“: Unsere „unbewussten Vorannahmen“ entstehen dadurch, dass wir in der Beurteilung von Menschen oder Situationen auf Erfahrungswissen zurückgreifen. Wir werfen also Menschen anhand bestimmter Merkmale rasch in eine „Schublade“, bevor wir sie tatsächlich als Einzelperson wahrgenommen haben. Das führt zu vorschnellen Entscheidungen, mit denen wir unabsichtlich jemanden diskriminieren oder die erfolgversprechendste Lösung übersehen.

Sie können das gleich für sich selbst überprüfen. Wen sehen Sie auf folgendem Bild?



Die meisten Menschen antworten auf diese Frage mit: „Eine Frau mit Kopftuch“ oder „eine Muslima“. Kaum jemand antwortet mit „eine Frau“ oder einfach nur „einen Menschen“. Ein Blick genügt und unser Gehirn kategorisiert im Hintergrund anhand von bekannten Mustern.

Weil diese Prozesse eben unbewusst ablaufen, merken wir meist lange nicht, dass wir Personen ungleich behandeln oder bestimmte Lösungswege einfach

nicht sehen. Das Bewusstmachen, dass unsere Entscheidungen immer auch Wahrnehmungsverzerrungen unterliegen, ist ein wichtiger erster Schritt, künftig aufmerksamer damit umzugehen. Vielfaltsbewusste Unternehmen schulen ihre Mitarbeitenden zu Unconscious Bias, wie diese Verzerrungen in unserem Denken entstehen und dass wir eben alle davon betroffen sind. Wir können diese an sich ökonomische Funktionsweise unseres Gehirns nicht einfach abschalten.

Denken Sie noch einmal an das Foto zurück. Studien belegen, dass etwa Frauen mit Kopftuch signifikant seltener zu Bewerbungsgesprächen eingeladen werden als Frauen ohne Kopftuch. Hier tritt in unserem unbewussten Denken der sogenannte „Horns Effekt“ auf: Ein einzelnes ungünstiges Merkmal überstrahlt alle anderen Faktoren. Nicht umsonst sind Bewerbungen ohne Foto oder völlig anonymisierte Bewerbungen im amerikanischen Raum üblich – und werden auch im deutschsprachigen Raum diskutiert. Das ist ein Beispiel für einen sogenannten „Inclusion Nudge“ – einen bewussten Eingriff in einen Ablauf, um systematisch bessere, objektivere oder gerechtere Entscheidungen wahrscheinlicher zu machen. Durch diese Art des Verhaltensdesigns werden keine Entscheidungsoptionen verboten. Wir können die Bewerbung immer noch aussortieren. Aber es wird unwahrscheinlicher, dass wir das aufgrund des Kopftuchs tun. Ein bewusstes Opt-out-Verfahren, also offen zu legen, warum eine Person nicht in die nächste Bewerbungsrunde kommt, hilft hier ebenso. Gerade Recruiter:innen sollten sich gegen Unconscious Bias wappnen. Denn einerseits sitzen sie an der Eingangspforte ins Unternehmen, entscheiden also persönlich darüber, wie vielfältig

und perspektivenreich die Belegschaft ist. Andererseits sind wir Menschen gerade bei Routinetätigkeiten und sich wiederholenden Abläufen besonders anfällig dafür, dass unser Hirn ins Musterdenken verfällt. Also immer dann, wenn wir uns besonders sicher sind, dass wir etwas aufgrund unserer Erfahrung richtig machen – weil wir es eben immer so machen – ist die Gefahr für Unconscious Bias besonders hoch.

Neben unseren Erfahrungen prägen uns auch unsere Erziehung und mediale Eindrücke. Selbst wenn wir kaum persönliche Erfahrungen mit Frauen mit Kopftuch haben – wir meinen zu wissen, welches Weltbild die Person am Foto hat und sprechen ihr womöglich gewisse Kompetenzen pauschal ab. Genau so landen Menschen anderer Herkunft mit womöglich dunkler Hautfarbe oder einfach nur einem fremd klingenden Namen rasch und unbewusst in einer gedanklichen Schublade – und werden eben oftmals benachteiligt. Wir sprechen Menschen in einem gewissen Alter bestimmte Fähigkeiten ab. Und wir halten Männer für bessere Führungskräfte. Schließlich gibt es ja auch mehr männliche Beispiele, die unser Musterdenken prägen. Hier kommt die „Verfügbarkeitsheuristik“ zu tragen. Zudem beurteilen wir ein und dasselbe Verhalten bei Menschen unterschiedlichen Geschlechts völlig anders: So schreiben wir durchsetzungsstarken Männern eher Führungskompetenzen zu als durchsetzungsstarken Frauen. Zeigt eine Frau dasselbe Verhalten, nennen wir sie schnell „verbissen“ oder „unsympathisch“. Die sogenannte „Repräsentativitätsheuristik“, eine weitere von über 175 bekannten unbewussten Vorannahmen, lässt uns Führungskräfte stets mit einem imaginären

Prototypen einer Führungskraft vergleichen. Und das ist in der Regel ein durchsetzungs- und entscheidungsstarker Mann. Solche prototypischen Vorstellungen sind es auch, die Mädchen eher dazu bewegen, sich für soziale Berufe zu interessieren als für technische.

Hier lässt sich durch einen bewussten Sprachgebrauch gezielt gegensteuern. Denn gerade die deutsche Sprache macht durch das generische Maskulinum weibliche Leistungen und Möglichkeiten für Frauen oft unsichtbar. Eine inklusive Sprache zeugt von Haltung: Wir wollen alle bewusst ansprechen und niemanden nur mitmeinen. Argumente gegen typische Widerstände und mögliche Formen von inklusiver Sprache finden Sie etwa im kompakten, kostenfreien E-Learning des Diversity Campus. Hier erfahren Sie auch, wo der Unterschied zwischen Mitarbeitenden, MitarbeiterInnen und Mitarbeiter:innen liegt. Übrigens: War der Text bis hierher für Sie gut lesbar? Fein, denn damit haben Sie bereits ein Argument gegen „das Gendern“ widerlegt! Dieser Text ist komplett in inklusiver Sprache verfasst.



Auch bei der Wahl von Bildern lohnen sich kontra-stereotype Darstellungen. Wenn wir das Unerwartete zeigen, regen wir neue Denkmuster in unseren Köpfen an – und weichen bestehende auf.

Der Diversity Campus ist die erste B2B-Lernplattform für Vielfalt & Inklusion und unterstützt Unternehmen bei der wirkungsvollen Schulung und Sensibilisierung von Mitarbeiter:innen und Führungskräften zu Diversity-Themen.

Der Diversity Campus bietet Unternehmen jeder Branche und Größe passende Trainings. Weitere Informationen: www.diversitycampus.eu

Das können wir auch mit der Macht unserer eigenen Gedanken tun: Wenn Sie ein Taxi rufen, machen Sie sich bewusst, wen Sie am Steuer erwarten. Ist es ein Mann? Dann stellen Sie sich vor, dass Sie eine Frau chauffieren wird. Wenn Sie im Unfallkrankenhaus sitzen: Wer wird Sie behandeln? Ersetzen Sie das Bild vom „Gott in Weiß“ durch eine Ärztin mit dunkler Hautfarbe. Das ist ein weiterer wichtiger Schritt gegen Schubladendenken.

Aus Unternehmenssicht lohnt es sich auch insbesondere in Stellenausschreibungen, auf die Wortwahl zu achten und bestehende Rahmenbedingungen aufzubrechen: Eine Studie von Zurich Versicherungen in Großbritannien mit gendersensiblen Stellenausschreibungen zeigt: 19 % mehr Frauen bewarben sich auf Managementpositionen; der Anteil der Frauen an der Gesamtzahl der Bewerbungen stieg um 16 %. Die Zahl der Bewerbenden verdoppelte sich insgesamt, auch auf Männer wirkten diese Stellenausschreibungen also attraktiver. Letztlich stellte das Unternehmen 33 % mehr Frauen für Führungspositionen ein. Alle Jobs wurden zudem als „offen für Vollzeit, Teilzeit und Jobsharing“ ausgeschrieben. War das für eine bestimmte Position unerwünscht,

musste vorab begründet werden, warum dieser Job nur in Vollzeit machbar sei. Auch das wirkt gegen unser Musterdenken, dass Leistung an ständige Verfügbarkeit geknüpft ist. Ob Ihre Stellenanzeige genderfair formuliert ist, können Sie etwa mit dem Gender Decoder der TU München überprüfen. Im Genderwörterbuch können Sie gezielt nach alternativen Formulierungen suchen. Und am Diversity Campus können Sie im kostenfreien E-Learning „Inklusive Sprache“ Widerstände gegen das Gendern auflösen und aus zahlreichen Möglichkeiten die passende Sprachform wählen. Das Ausprobieren einer inklusiveren Sprache benötigt Mut zum Tun und – und das alles ohne Perfektionsanspruch, mit wohlwollender Fehlertoleranz und einer gelegentlichen Prise Humor.

Autorin



Daniela Ekl ist seit 2020 Projektmanagerin des Diversity Campus. Sie ist Expertin für die Erstellung von E-Learnings sowie Trainerin und Beraterin. Die Schwerpunkte der ausgebildeten Journalistin sind Diversity, Women Empowerment und Generationenmanagement sowie Mediendidaktik und Contentproduktion.