

The Effects of Stereotyping on Performance and Preferences

Norma Schmitt

Claudia Vogel

Katrin Krause

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Europa Universität Viadrina Frankfurt (Oder)
efas, 7. Jahrestagung 2009 – Berlin, Sept 13, 2009

Motivation
Experiment
Ergebnisse
Fazit

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Motivation

Was sind unsere Beobachtungen?

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

- Geschlechterdifferenzen in Bildung und Forschung
- Geschlechterdifferenzen am Arbeitsmarkt
 - ❖ Geschlechtsbezogene berufliche Segregation
 - ❖ Gender Pay Gap

Welche Erklärungen werden angeboten?

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

- Geschlechtsbezogene Diskriminierung
- Geschlechterdifferenzen
 - ❖ in den Präferenzen
 - Risikoaversion (Eckel/Grossman, 2008)
 - Wettbewerb (Gneezy et al., 2003; Niederle/Yestrumskas, 2008; Gupta et al., 2005)
 - Soziale Präferenzen (Cox/Deck, 2006; Leon-Meija/Miller, 2007; Croson/Gneezy, 2009)
 - ❖ bzgl. der Investitionen in Humankapital (Polachek, 1981; Becker, 1985; Boschini, 2006)

Welche Erklärungen werden angeboten?

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

- Geschlechtsbezogene Diskriminierung
- Geschlechterdifferenzen
 - ❖ in den Präferenzen
 - Risikoaversion (Eckel/Grossman, 2008)
 - Wettbewerb (Gneezy et al., 2003; Niederle/Yestrumskas, 2008; Gupta et al., 2005)
 - Soziale Präferenzen (Cox/Deck, 2006; Leon-Meija/Miller, 2007; Croson/Gneezy, 2009)
 - ❖ bzgl. der Investitionen in Humankapital (Polachek, 1981; Becker, 1985; Boschini, 2006)
- ▶ Stereotype (Steele/Aronson, 1995; Spencer et al., 1999; Foerster et al., 2001, 2003; Boschini et al., 2009)

Stereotype

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

- Stigmatisierungen basieren auf Geschlecht, Herkunft, ethnische Gruppe
 - ❖ Persönliche Eigenschaften, Fähigkeiten, Interessen, Rollen und non-verbales Verhalten

Stereotype

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

- Stigmatisierungen basieren auf Geschlecht, Herkunft, ethnische Gruppe
 - ❖ Persönliche Eigenschaften, Fähigkeiten, Interessen, Rollen und non-verbales Verhalten
- ▶ Stereotype stellen eine Zusammenhang zwischen dem individuellen Geschlecht und der individuellen Leistung her

Stereotype

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

- Stigmatisierungen basieren auf Geschlecht, Herkunft, ethnische Gruppe
 - ❖ Persönliche Eigenschaften, Fähigkeiten, Interessen, Rollen und non-verbales Verhalten
- ▶ Stereotype stellen eine Zusammenhang zwischen dem individuellen Geschlecht und der individuellen Leistung her
- ▶ Negativ vs. positiv

Stereotype

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

- Stigmatisierungen basieren auf Geschlecht, Herkunft, ethnische Gruppe
 - ❖ Persönliche Eigenschaften, Fähigkeiten, Interessen, Rollen und non-verbales Verhalten
- ▶ Stereotype stellen eine Zusammenhang zwischen dem individuellen Geschlecht und der individuellen Leistung her
- ▶ Negativ vs. positiv
- ▶ Ziel (direktes diskursives Framing) vs. Nicht-Ziel (indirektes diskursives Framing)

Einflüsse von Stereotypen

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

1. Stereotype Threat (Steele/Aronson, 1995; Spencer et al., 1999)
 - Negative Stereotype führen zu Leistungsbeeinträchtigung

Einflüsse von Stereotypen

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

1. Stereotype Threat (Steele/Aronson, 1995; Spencer et al., 1999)
 - Negative Stereotype führen zu Leistungsbeeinträchtigung
2. Regulatorischer Fokus Theorie (Higgins, 1997; Foerster et al., 2001, 2003)
 - Positive Stereotype – Leistungsbeeinträchtigung durch den Fokus auf Annäherung an Gewinne bei analytischen Aufgaben
 - ❖ fördern Geschwindigkeit und beeinträchtigen Gewissenhaftigkeit

Einflüsse von Stereotypen

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

1. Stereotype Threat (Steele/Aronson, 1995; Spencer et al., 1999)
 - Negative Stereotype führen zu Leistungsbeeinträchtigung
2. Regulatorischer Fokus Theorie (Higgins, 1997; Foerster et al., 2001, 2003)
 - Positive Stereotype – Leistungsbeeinträchtigung durch den Fokus auf Annäherung an Gewinne bei analytischen Aufgaben
 - ❖ fördern Geschwindigkeit und beeinträchtigen Gewissenhaftigkeit
 - Negative Stereotype – Leistungsverbesserung durch den Fokus auf Vermeidung von Verlusten bei analytischen Aufgaben
 - ❖ Beeinträchtigen Geschwindigkeit und fördern Gewissenhaftigkeit

Motivation

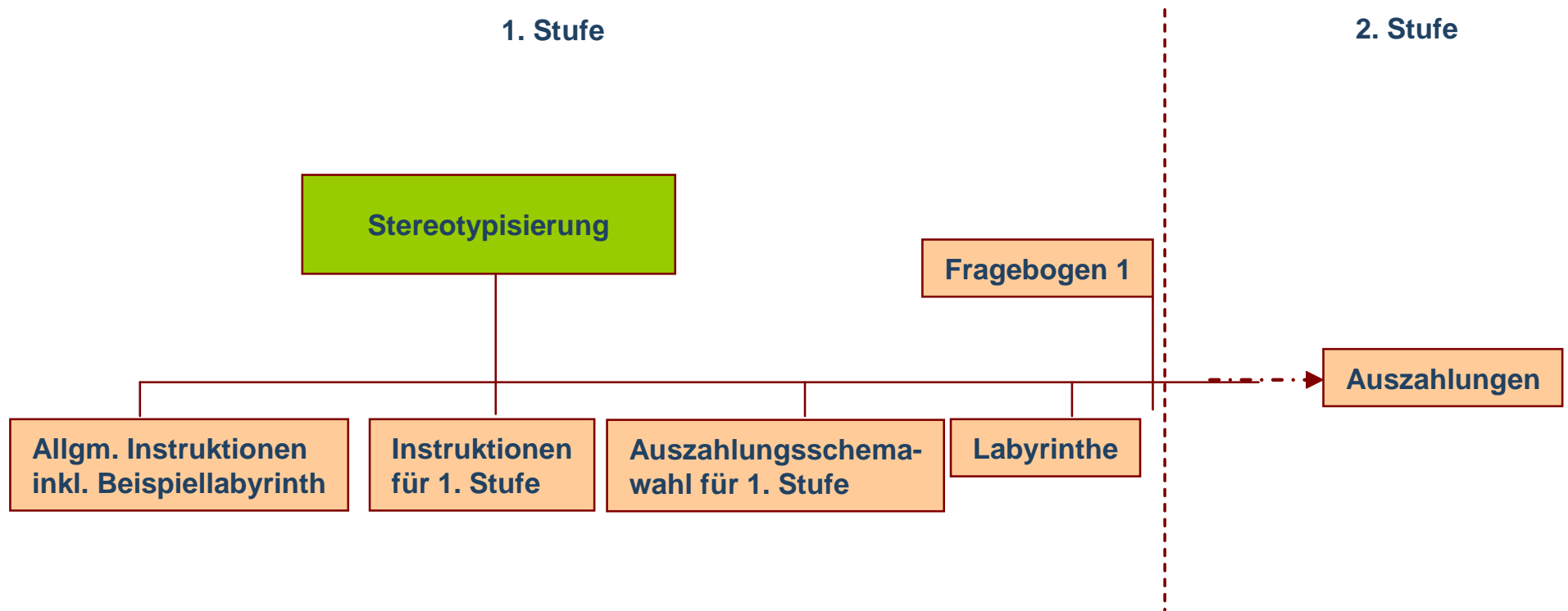
Experiment

Ergebnisse

Fazit

Experiment

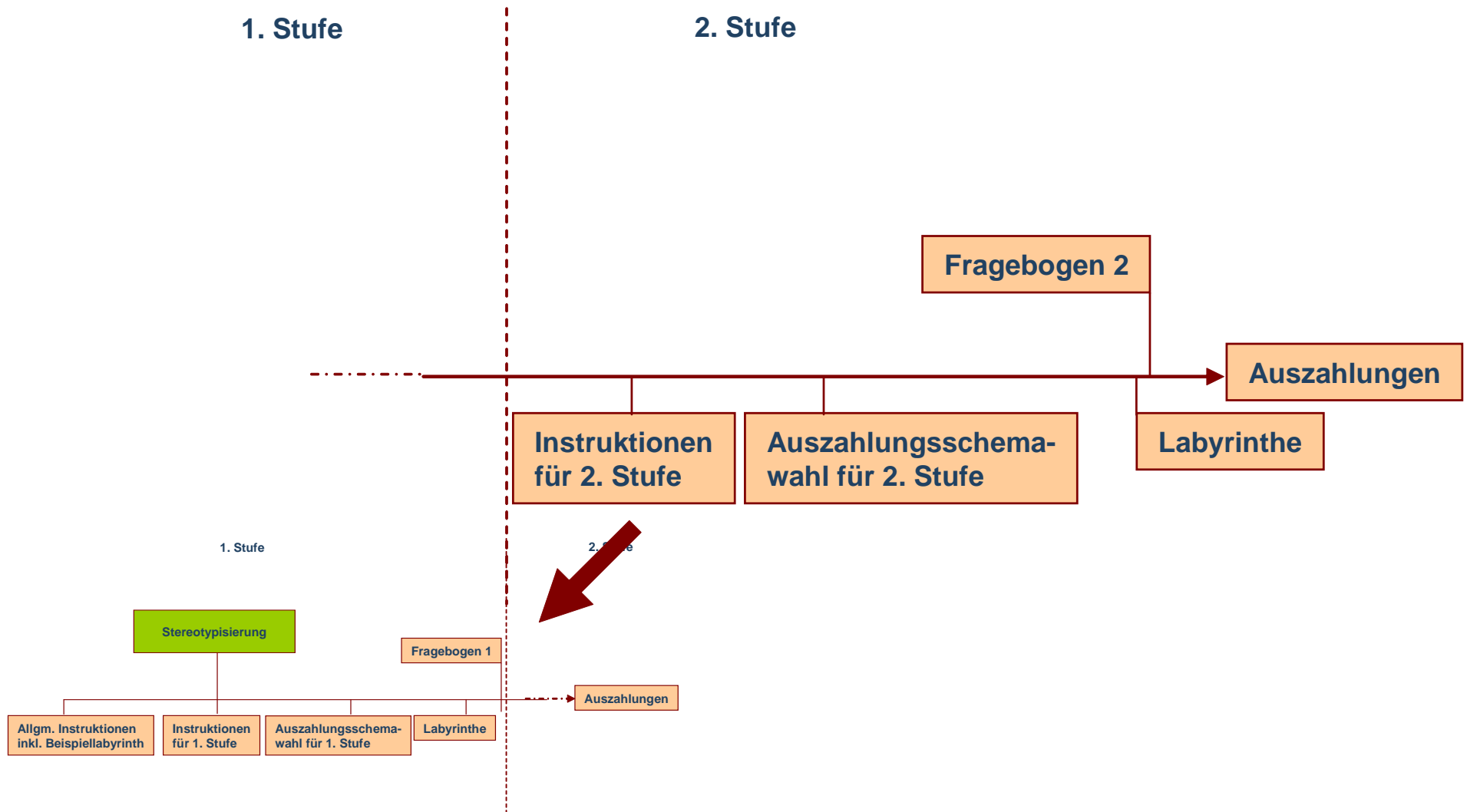
Experimentelles Design (1)



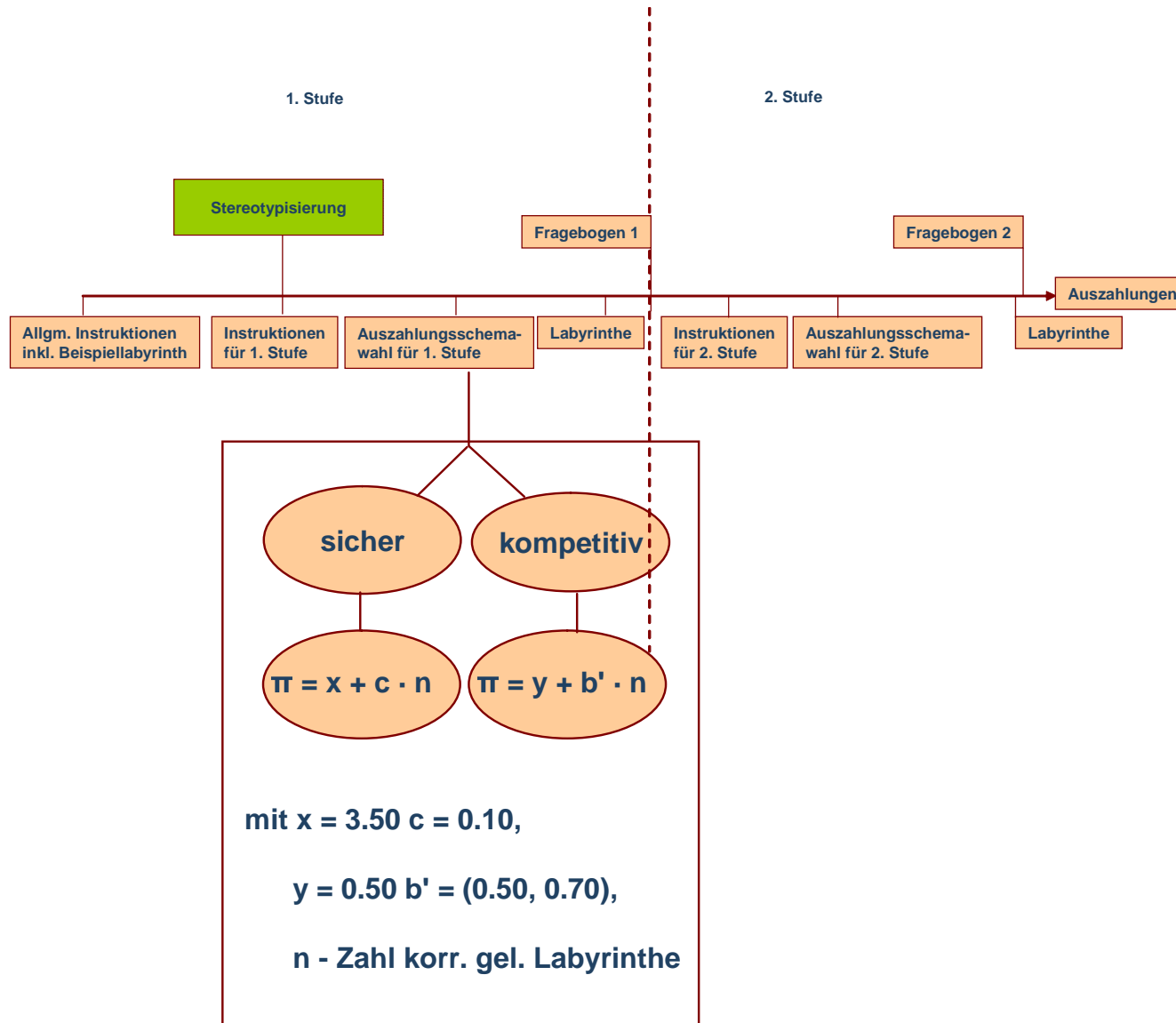
● Aussage zu einer offenkundigen Aktivierung eines Stereotyps:

- ❖ *direkt*: e.g. "Männer schneiden beim Lösen von analytischen Aufgaben, wie die hier vorliegenden Labyrinth, signifikant besser ab als Frauen."
- ❖ *indirekt*: e.g. "Frauen schneiden beim Lösen von analytischen Aufgaben, wie die hier vorliegenden Labyrinth, signifikant schlechter ab als Männer."

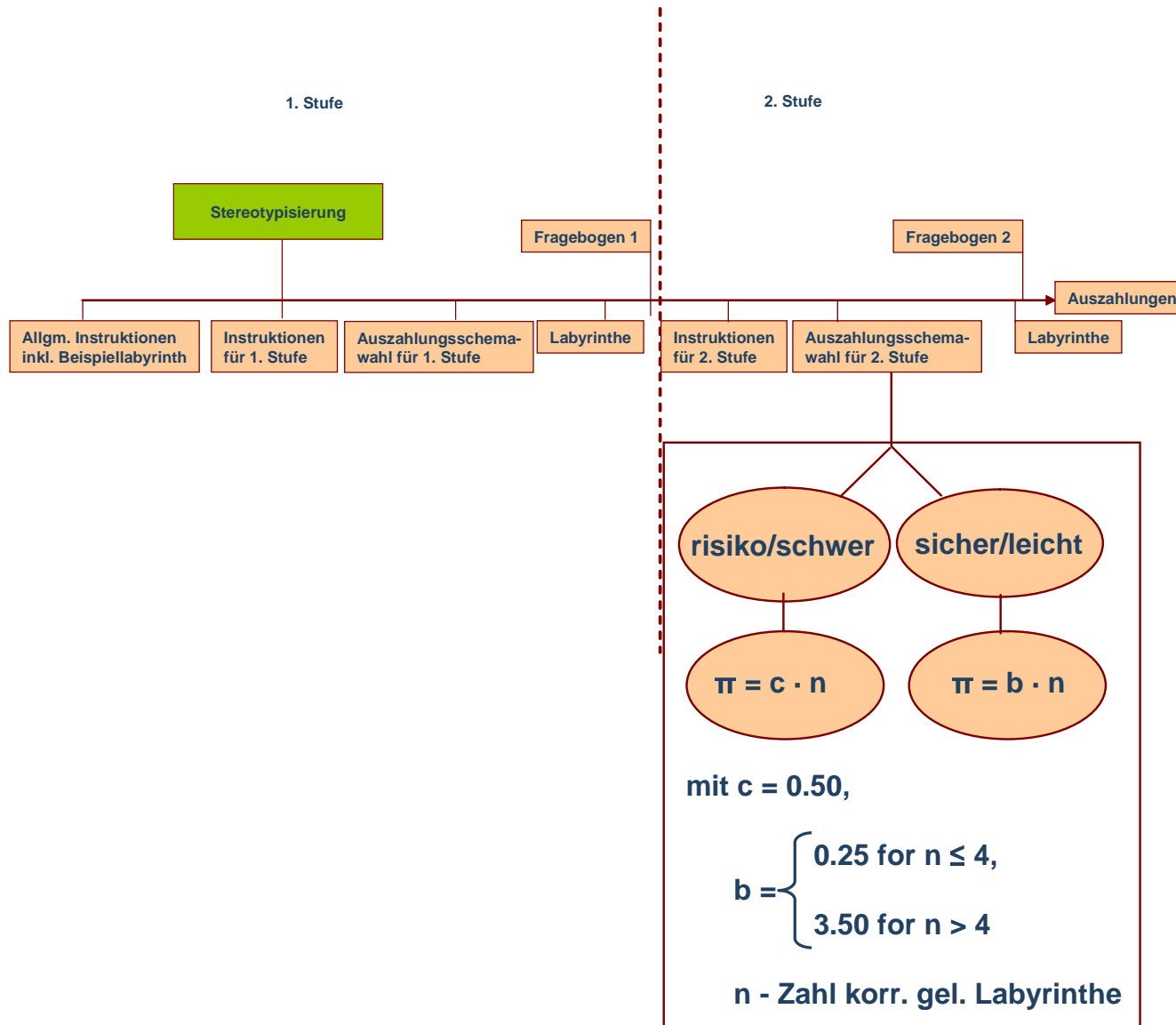
Experimentelles Design (1)



Experimentelles Design (1)



Experimentelles Design (1)



Experimentelles Design (2)

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Tab. 2: Vier Treatmentlabel aus Sicht der weiblichen Teilnehmer

Stereotyp	Framing der Information	Label
positiv (PO)	direkt (D)	FPOD (MNEID)
	indirekt (ID)	FPOID (MNED)
negativ (NE)	direkt (D)	FNED (MPOID)
	indirekt (ID)	FNEID (MPOD)

Zstzl. *eine* Kontrollgruppe ohne Stereotypisierung

- 135 Studenten von drei verschiedenen Fakultäten der EUV
- 68 Frauen und 67 Männer wurden zufällig zu gemischten Gruppen sortiert, ohne vorherige Information zum Thema des Experiments

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Ergebnisse

Auszahlungswahl (1)

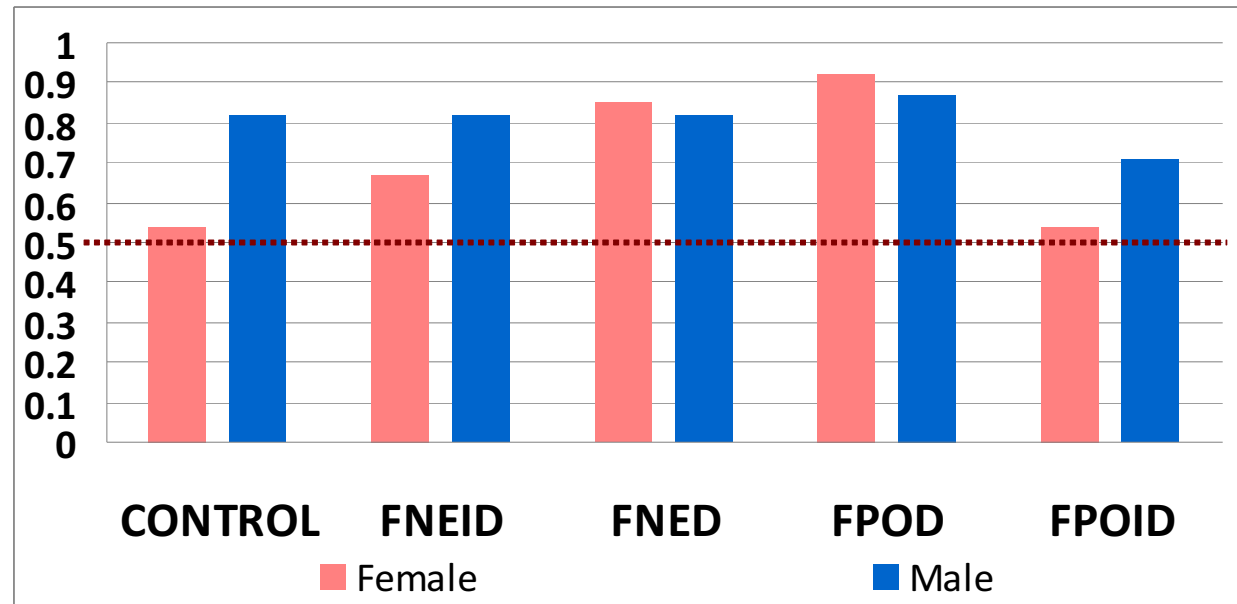
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der kompetitiven Auszahlung, 1. Stufe



- Teilnehmer wählen häufiger die kompetitive Entlohnung

Auszahlungswahl (1)

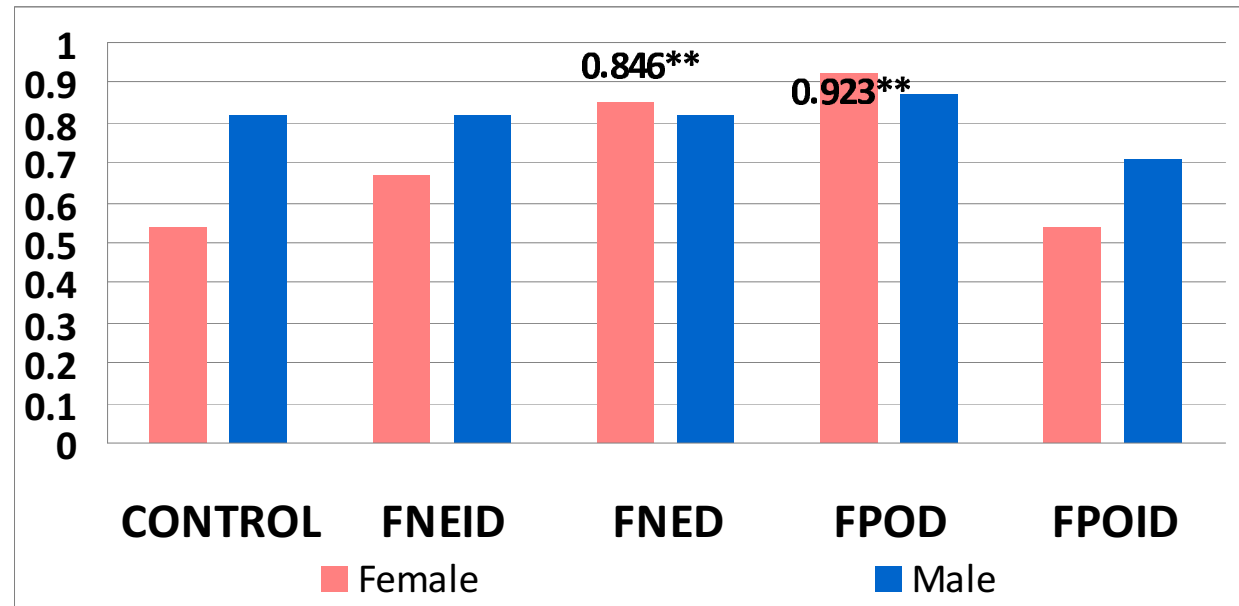
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der kompetitiven Auszahlung, 1. Stufe



** Signifikanz zum 5 % Niveau oder höher innerhalb der betreffenden Geschlechtergruppe und des Treatments

(Binomial Test)

- Signifikant mehr Frauen wählen die kompetitive Entlohnung, wenn das Stereotyp
 - ❖ entweder positiv oder negativ
 - ❖ jedoch direkt ist.

Auszahlungswahl (1)

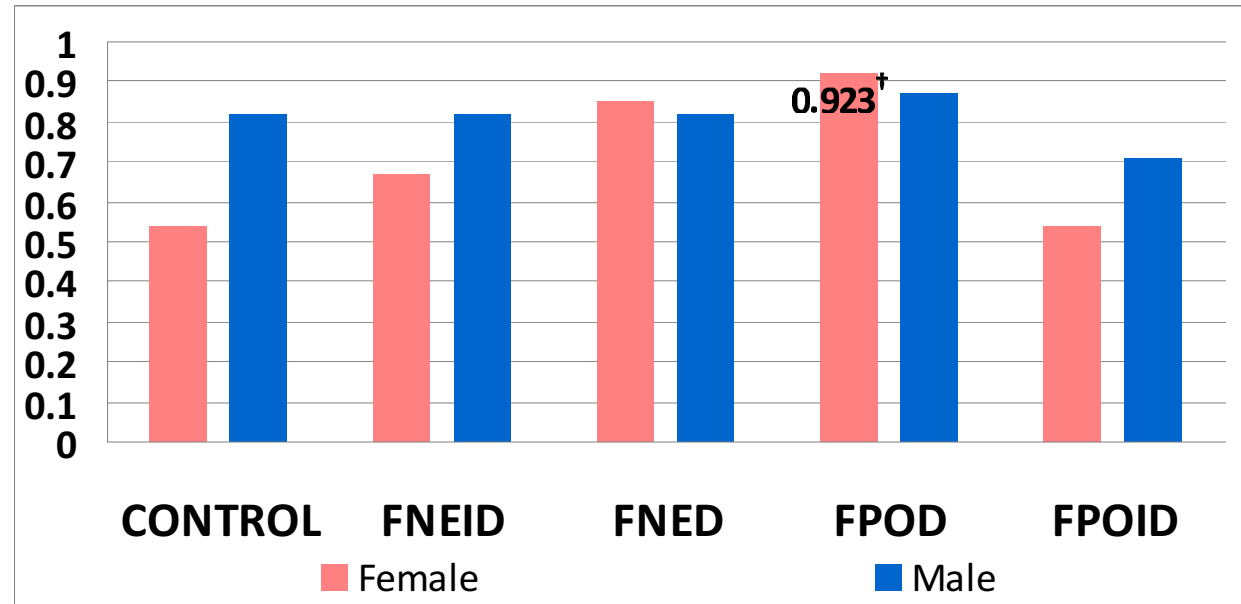
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der kompetitiven Auszahlung, 1. Stufe



† Signifikanz zum 10 % Niveau oder höher im Vgl. zur Kontrollgruppe (Fisher's Exact Test)

- Signifikant mehr Frauen als in der Kontrollgruppe wählen die kompetitive Entlohnung, wenn das Stereotyp

❖ positiv

❖ und direkt ist.

Auszahlungswahl (1)

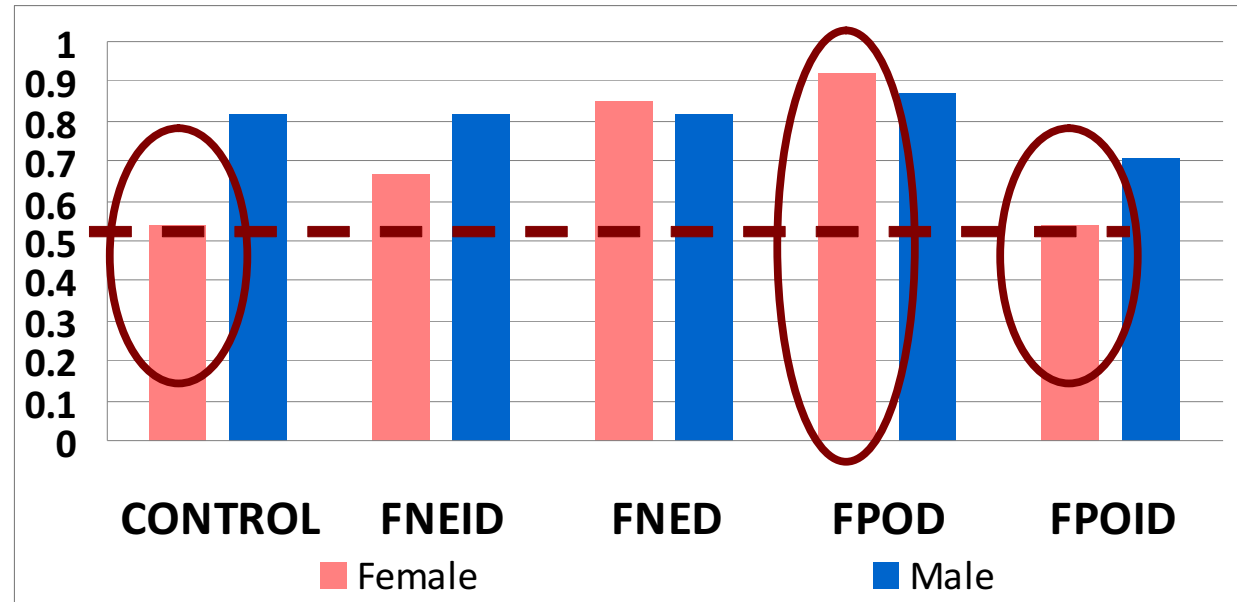
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der kompetitiven Auszahlung, 1. Stufe



- Häufigkeit von Frauen, die die kompetitive Entlohnung wählen ist gleich hoch wie in Kontrollgruppe, wenn das Stereotyp
 - ◆ positive und
 - ◆ indirekt ist.
- ▶ Framing der Information verantwortlich!

Auszahlungswahl (1)

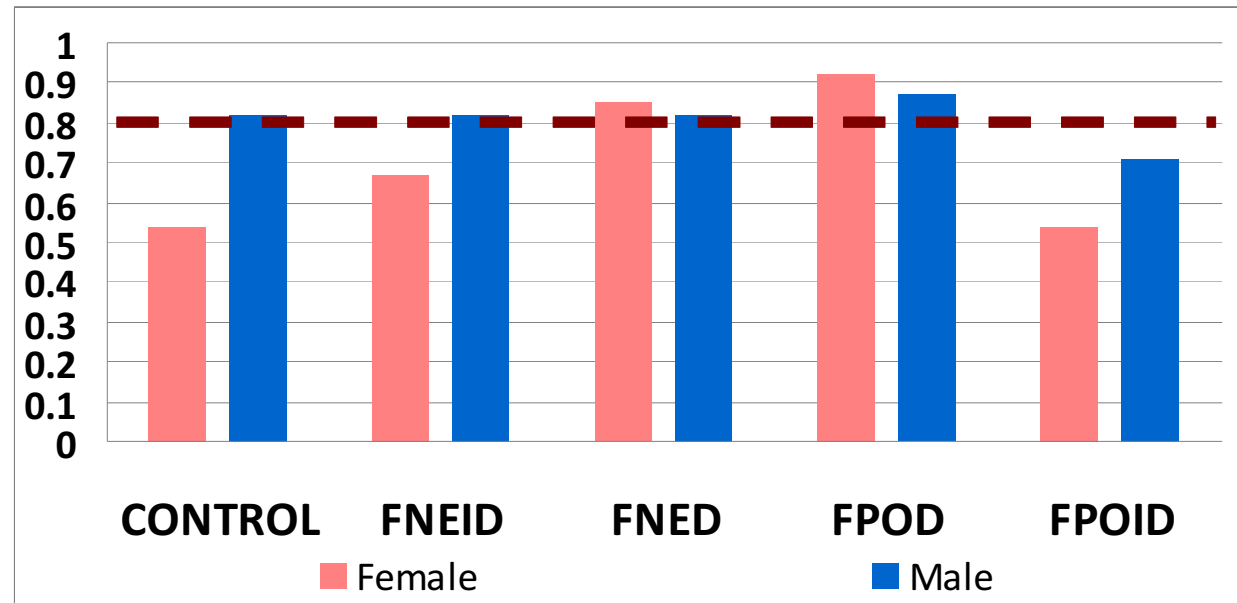
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der kompetitiven Auszahlung, 1. Stufe



- Nur geringe Unterschiede in der Auszahlungswahl von Männern

Auszahlungswahl (1)

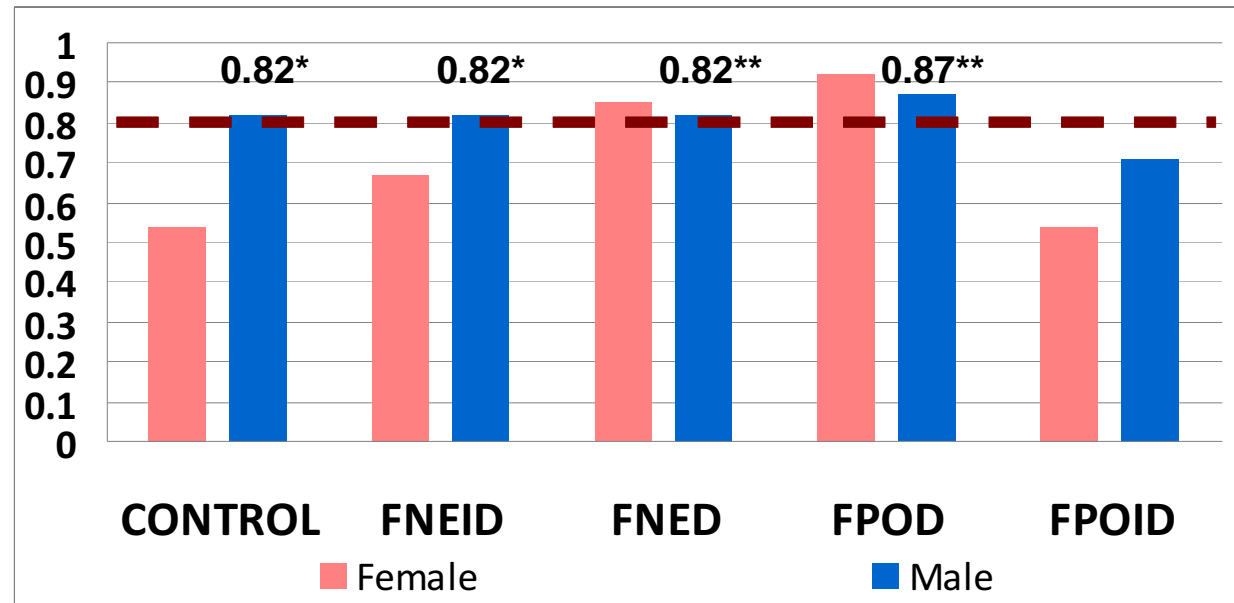
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der kompetitiven Auszahlung, 1. Stufe



** Signifikanz zum 5 % Niveau oder höher innerhalb der betreffenden Geschlechtergruppe und des Treatments

(Binomial Test)

- Nur geringe Unterschiede in der Auszahlungswahl von Männern
- ❖ Unabhängig vom Stereotyp entscheiden sie sich signifikant häufiger für die kompetitive Entlohnung.

Auszahlungswahl (2)

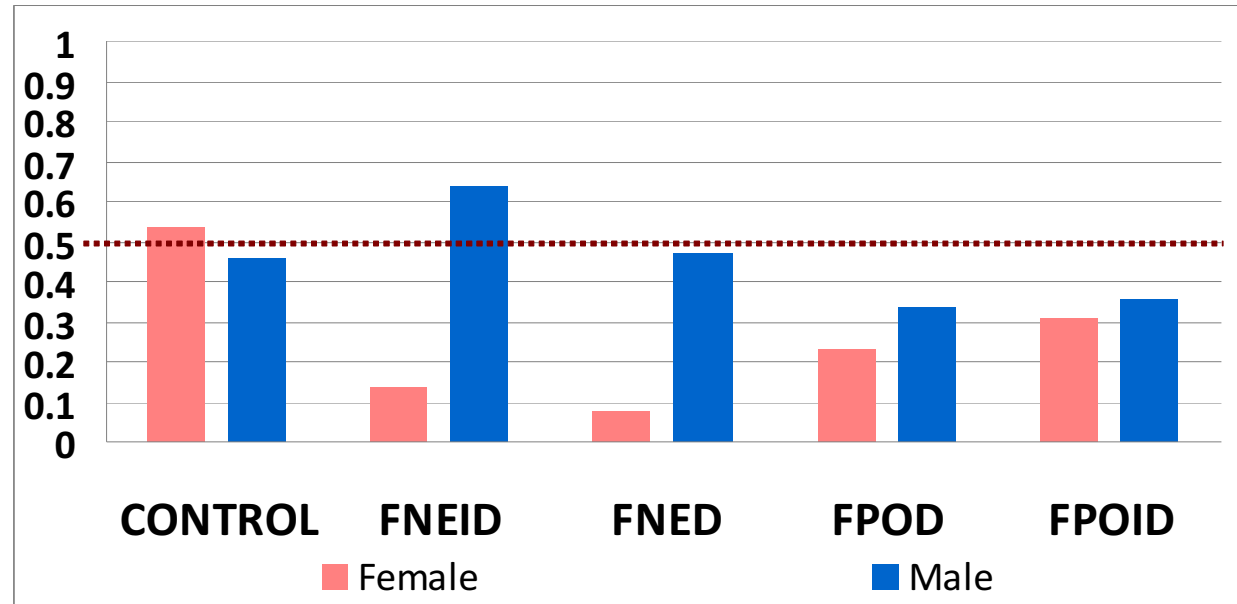
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der risikoreichen Auszahlung, 2. Stufe



- Bei Stereotypisierung entscheiden sich weniger Frauen für die risikoreiche Auszahlung

Auszahlungswahl (2)

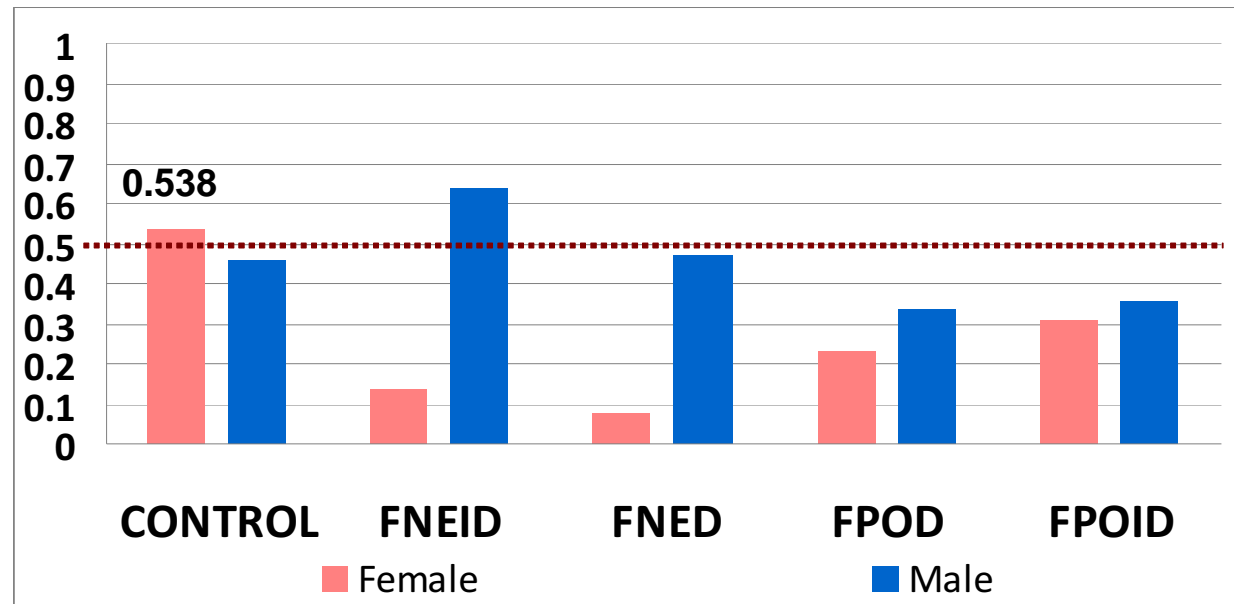
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der risikoreichen Auszahlung, 2. Stufe



- Bei Stereotypisierung entscheiden sich weniger Frauen für die risikoreiche Auszahlung
 - ✦ In der Kontrollgruppe entscheiden sich mehr als die Hälfte der Frauen für die risikoreiche Entlohnung.

Auszahlungswahl (2)

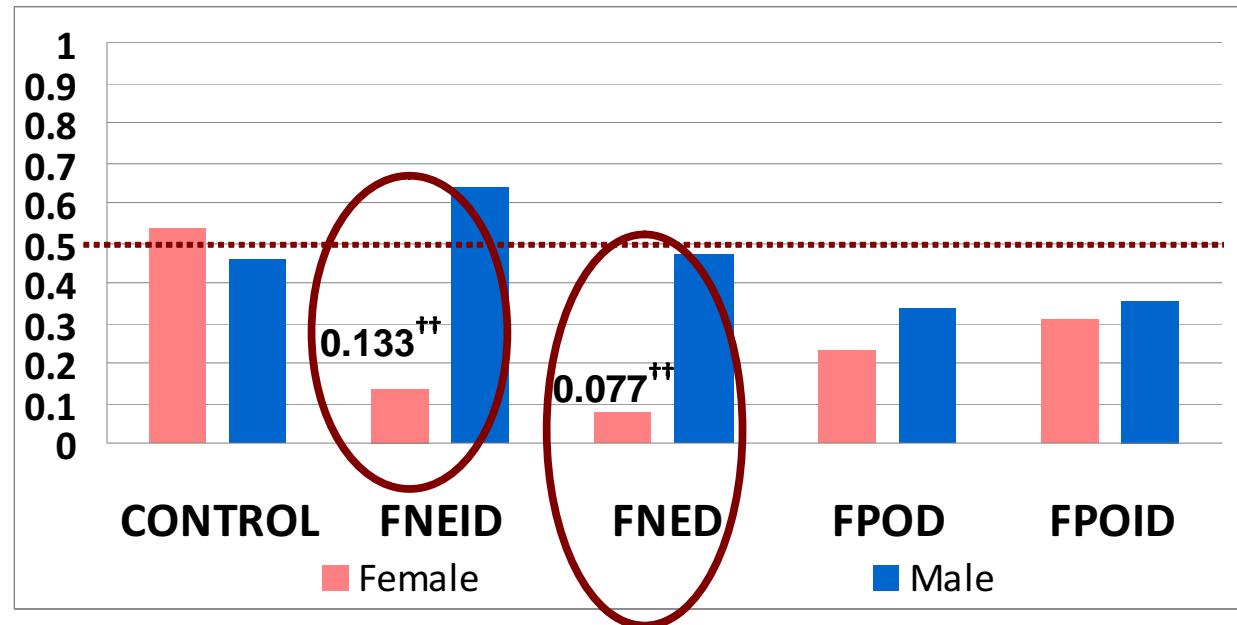
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der risikoreichen Auszahlung, 2. Stufe



†† Signifikanz zum 5 % Niveau oder höher im Vgl. zur Kontrollgruppe (Fisher's Exact Test)

- Signifikant weniger Frauen entscheiden sich für die risikoreiche Auszahlung, wenn das Stereotyp
 - ◆ negativ ist.
 - ◆ Unabhängig vom Framing der Information

Auszahlungswahl (2)

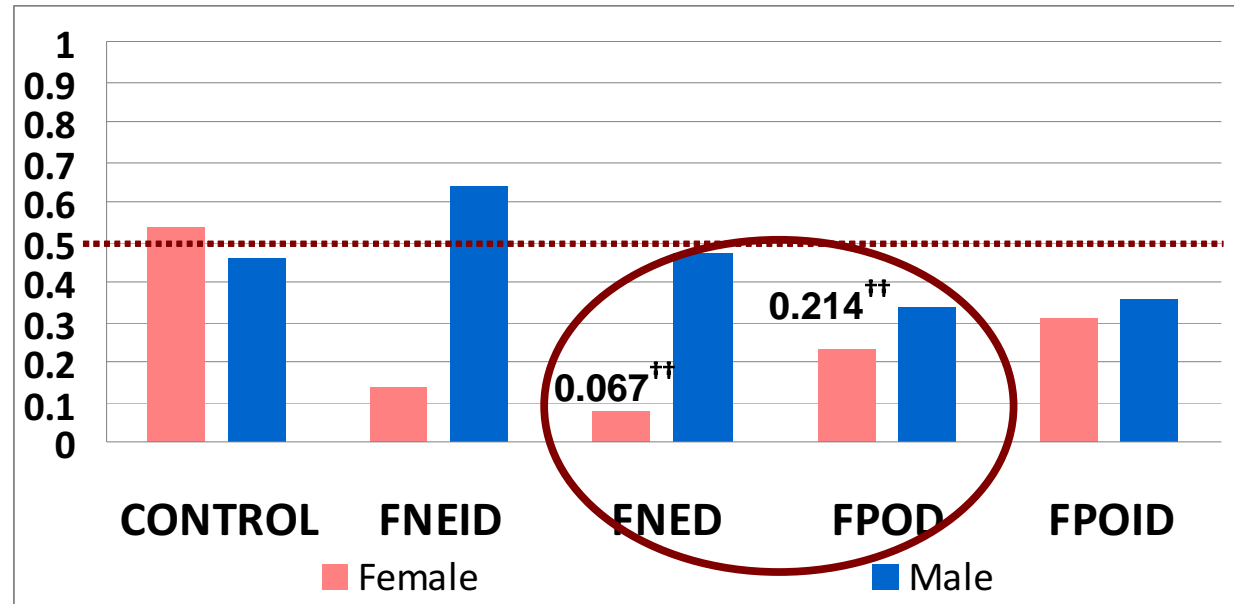
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der risikoreichen Auszahlung, 2. Stufe



†† Signifikanz zum 5 % Niveau oder höher im Vgl. zur Kontrollgruppe (Fisher's Exact Test)

- Signifikant weniger Frauen wählen die risikoreiche Auszahlung, wenn das Stereotyp

❖ direkt gesetzt ist.

Auszahlungswahl (2)

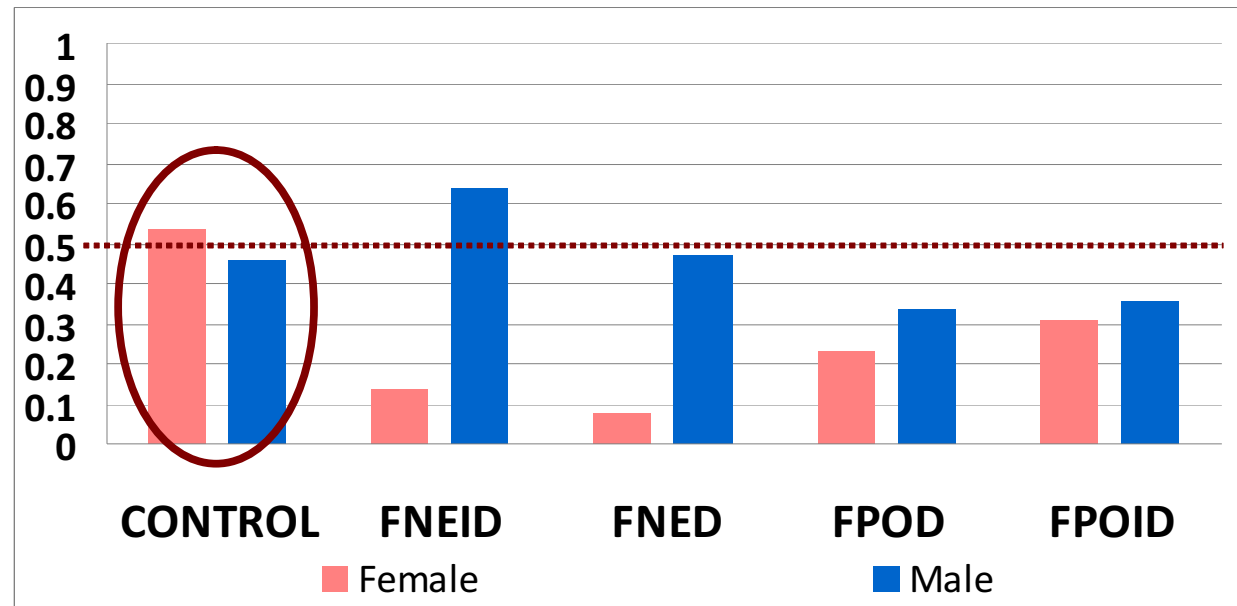
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der risikoreichen Auszahlung, 2. Stufe



- Kein signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen bzgl. Auszahlungswahl in der Kontrollgruppe

Auszahlungswahl (2)

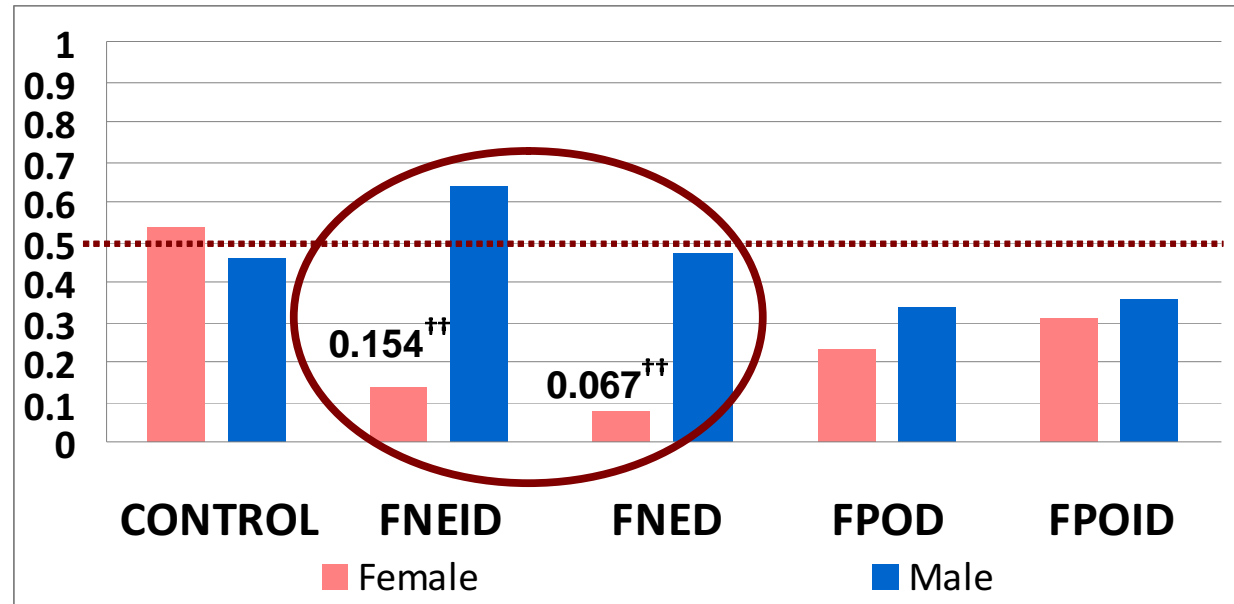
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der risikoreichen Auszahlung, 2. Stufe



†† Signifikanz zum 5 % Niveau oder höher im Vgl. zum Gruppe der Männer (Fisher's Exact Test)

- Signifikant weniger Frauen als Männer wählen die risikoreiche Auszahlung, wenn das Stereotyp
 - ❖ für Frauen negativ
 - ❖ für Männer positiv ist.

Auszahlungswahl (2)

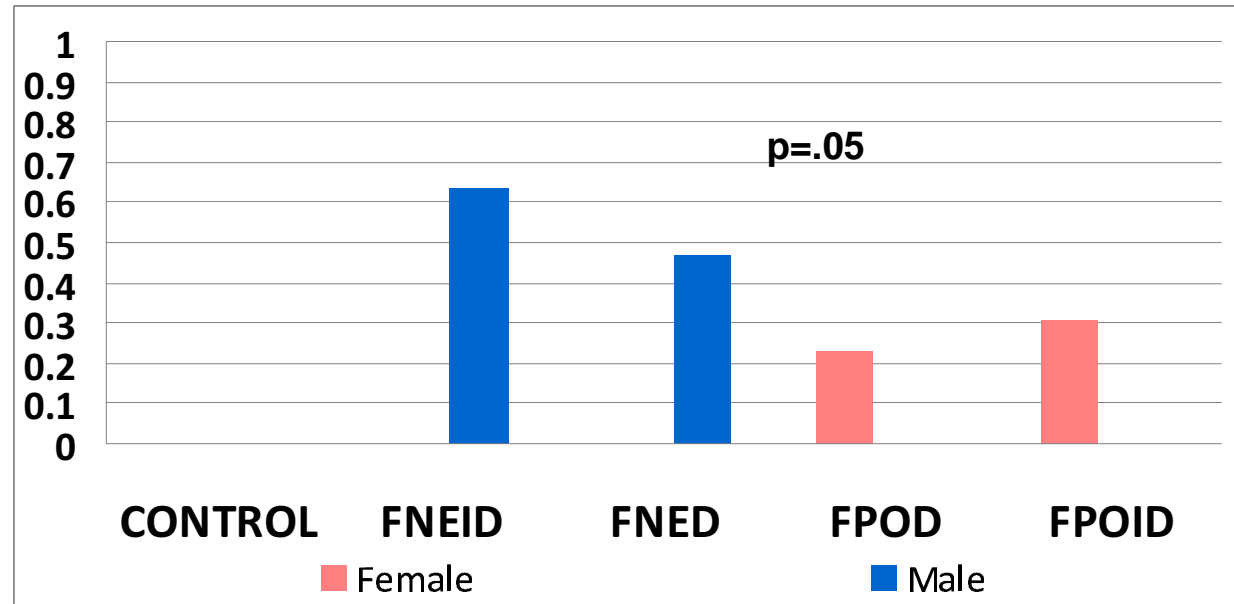
Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Rel. Häufigkeit der risikoreichen Auszahlung, 2. Stufe



- Signifikant mehr Männer als Frauen wählen die risikoreiche Auszahlung, wenn das Stereotyp jeweils
 - ❖ positiv ist. (FPOD+FPOID vs. FNEID+FNED)

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Fazit

Zusammenfassung

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Tab. 3: Auswirkungen von Stereotypen auf
Wettbewerbsneigung

		Geschlecht	Framing von Information	
			direkt	indirekt
Stereotyp- Richtung	Frauen	positiv	+	0
		negativ	+	0
	Männer	positiv	0	0
		negativ	0	0

-/+/0: Verschlechterung/Verbesserung/keine Veränderung i.Vgl. zur Kontrollgruppe

Zusammenfassung

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Tab. 4: Auswirkungen von Stereotypen auf
Risikoneigung

		Geschlecht	Framing von Information	
			direct	indirect
Stereotyp- Richtung	Frauen	positiv	–	0
		negativ	–	–
	Männer	positiv	0	0
		negativ	(–)	(–)

–/+/0: Verschlechterung/Verbesserung/keine Veränderung i.Vgl. zur Kontrollgruppe

Zusammenfassung

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

Tab. 5: Auswirkungen von Stereotypen auf **Performance** (generell/nicht-kompetitiv/kompetitiv)

		Geschlecht	Framing von Information	
			direkt	indirekt
Stereotyp- Richtung	Frauen	positiv	-	0/-/+
		negativ	+	0/-/
	Männer	positiv	0	/+/
		negativ	0/-/+	0/-/+

-/+/0: Verschlechterung/Verbesserung/keine Veränderung i.Vgl. zur Kontrollgruppe

Fazit

Motivation

Experiment

Ergebnisse

Fazit

- Stereotype beeinflussen die individuelle Entscheidungsfindung
- Ergebnisse unterstützen die Idee von Foerster et al. (2001, 2003) bzgl. der zu unterscheidenden Effekte von positiven und negativen Stereotypen auch hinsichtlich deren Einflusses auf Präferenzen
- Framing von Information ist entscheidend

Kontakt

Norma Schmitt

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)

Große Scharrnstraße 59, 15230 Frankfurt (Oder)

Tel.: +49-(0)335.55 34-23 88, Fax: -23 79

E-Mail: schmitt@euv-frankfurt-o.de