

*Lies den Text (von Stefan Klein in der NZZ) und beantworte dann die folgende Fragen mit JA oder NEIN. Es wird nicht nach deiner persönlichen Meinung gefragt. Überlege vielmehr, was Autor und die von ihm zitierten Personen meinen oder was sich aus der Logik ergibt. Zeit: 15 Minuten.*

Ein viel gepriesener Vorzug unserer Gesellschaft ist, dass wir wählen können. Wie viele Käsesorten hat Ihr Supermarkt im Angebot? Wie viele Reiseziele kommen für Ihren nächsten Sommerurlaub in Frage? Vielleicht sollten Sie sich das lieber nicht zu genau überlegen; es könnte Ihnen schwindelig werden dabei. Doch als kleinmütig gilt, wer vor den Qualen der Wahl zurückschreckt. Je größer die Fülle, desto besser stehen schließlich die Chancen, dass jeder das Passende findet und umso zufriedener sollten wir sein.

Aber wir sind es nicht. Heute nennen sich nicht mehr Menschen glücklich als in den 1950er Jahren, als der Laden genau eine Apfelsorte und die Reisebüros ein einziges Strandhotel in Rimini und eines in Nizza anboten. Im Gegenteil: Die Zahl derer, die an Depressionen erkranken, hat furchterregend zugenommen. Sind wir undankbar? Oder trägt viel Auswahl gar nicht dazu bei, ein erfülltes Leben zu führen?

Jede Vielfalt hat ihren Preis, und wir bezahlen ihn oft unbewusst. Entscheidungen quälen uns mehr, als es wert ist.

Schlimmer noch, behaupten Sozialpsychologen: Die Menge der Wahlmöglichkeiten ist ein Teil des Problems. Wenn wir uns entscheiden müssen, kostet das nämlich Zeit - oft mehr, als uns gut tut. Stellt sich der Griff später als nicht so günstig heraus, plagt uns die Reue. Gleich zweimal gilt es dann einen Verlust zu verkraften: erst die verschwendete Zeit, dann die

verpasste bessere Lösung. Und auf jeden Verlust folgen unweigerlich negative Gefühle: Enttäuschung, Niedergeschlagenheit, Wut.

Die Folgen hat der amerikanische Psychologe Barry Schwarz untersucht. Er befragte seine Landsleute, wie lange sie beispielsweise in einer Videothek auf der Suche nach der besten Abendunterhaltung verweilen. Nach ihren Antworten unterschied der Forscher zwei Sorten Menschen: Die einen wollen immer das optimale Ergebnis erzielen, die anderen geben sich schon mit einigermaßen annehmbaren Resultaten zufrieden. Wie Schwarz feststellte, sind jene, die fünf gerade sein lassen, die glücklicheren Zeitgenossen - obwohl die Perfektionisten objektiv die besseren Entscheidungen treffen. Umgekehrt erwiesen sich gerade Menschen, die stark nach Perfektion strebten, als besonders anfällig für Depressionen.

Sicherlich hat die Gemütskrankheit mehr als nur eine Ursache; hinzu kommt, dass sich mit Entschlüssen schwer tut, wer ohnehin einen Hang zu Grübeleien hat. Doch unbestreitbar hat Vielfalt ihren Preis, und wir zahlen ihn oft unbewusst. Viele Entscheidungen quälen uns mehr, als die Sache es wert ist - fiel es uns nur nicht so schwer, der Verlockung des Optimalen zu widerstehen. Versuchen Sie es trotzdem. Werfen Sie den Stapel Reiseprospekte ins Altpapier, und wählen Sie Ihr Ferienziel per Münzwurf! Sie werden staunen, wie erholsam das ist.

## LESEVERSTEHEN „DIE QUAL DER WAHL“ –

DATUM: ..... NAME: .....

**Schreibe zu jeder Ziffer JA oder NEIN!**

**JA bedeutet: So ist es oder so sieht es der Autor oder so ist es folgerichtig.**

1. „kleinmütig“ bedeutet „verzagt“.	
2. Ferien in Rimini und Nizza machen depressiv.	
3. Ein erfülltes Leben kann nur haben, wer viele Auswahlmöglichkeiten hat.	
4. Der Entscheidungsprozess kann Zeitverschwendung sein.	
5. Der Entscheidungsprozess quält uns oft mehr, als die Sache es wert ist.	
6. „optimal“ hat eine ähnliche Bedeutung wie „maximal“.	
7. Perfektionisten wollen immer fünf gerade sein lassen.	
8. Je mehr Auswahl es hat, desto preisgünstiger kann man einkaufen.	
9. Wer Ferien macht, sollte den Ferienort sorgfältig auswählen, sonst ist er nachher bestimmt enttäuscht.	
10. Reiseprospekte sind informativ und wichtig. Sie sollten genau studiert werden.	
11. Eine Fahrt ins Blaue kann erholsam sein.	
12. Wir können die Gesellschaft, in der wir leben, frei wählen.	
13. Ein Ferienland, wo es sehr viele Käsesorten gibt, kann einen indirekt glücklich machen.	
14. In Rimini hat es zu viele Supermärkte.	
15. Nizza kann depressiv machen.	
16. Ein großes Warenangebot macht Konsumentinnen und Konsumenten glücklich.	
17. Ein großes Warenangebot kann Fehlkäufe nicht verhindern.	
18. Um bei der Fülle des Angebots einer Videothek eine objektiv gute Auswahl zu treffen, muss man sich Zeit nehmen.	
19. Subjektiv gesehen bringt stundenlanges Wühlen in einer Videothek nichts.	
20. Die Leute hatten früher, z.B. in den 1950er Jahren, ein erfüllteres Leben und waren wohl auch glücklicher.	
21. Heute verschwendet man zu viel Zeit, um sich im Warenangebot zurecht zu finden.	
22. Video ist die beste Abendunterhaltung.	
23. Video ist schuld an den vielen Gemütskrankheiten.	
24. Gemütskranke haben oft einen Hang zu Grübeleien.	
25. Wenn nur eine Apfelsorte im Sortiment eines Ladens ist, reagieren wir häufig mit Enttäuschung, Niedergeschlagenheit und Wut.	