

# Ich bin frei – und deshalb gefangen

## JAKOB SCHREIBER

Schüler der Kölner Journalistenschule

Ab Herbst möchte ich ein Semester lang im Ausland studieren. Als ich mir die Liste mit den zur Auswahl stehenden Städten durchlas, ertappte ich mich bei einem eigenartigen Gedanken: Ich war froh, dass nur zwölf Universitäten zur Auswahl stehen und nur wenige überhaupt für mich in Frage kommen.

Ich dachte: Endlich mal nicht die Qual der Wahl. Endlich mal keine endlos langen Pro- und Contra-Listen schreiben, Freunde befragen, unzählige Erfahrungsberichte lesen, um dann am Ende genau so schlau zu sein wie vorher.

Die an mir selbst beobachtete Erkenntnis über die Freude der eingeschränkten Entscheidungsvielfalt ließ mich nicht los. Bei Gesprächen mit Freunden und Familie habe ich gemerkt: Die meisten von uns haben mit dem Problem zu kämpfen. Von meinem Bruder, der sich nicht für einen der 18 475 verschiedenen Studiengänge in Deutschland entscheiden kann, bis hin zu einer Freundin, die grübelt, ob ihr Partner wirklich der Richtige ist. Auf Tinder gibt es schließlich noch eine unendliche Auswahl.

**„Woher soll ich wissen, welche Entscheidung die richtige ist, welche Auswirkungen sie haben wird und ob ich mir nicht später wünschen werde, ich hätte anders entschieden?“**

Studien belegen, dass es den meisten Menschen in meinem Alter so geht. Nie zuvor war eine Generation in ihrer Lebensgestaltung so frei wie unsere: wo man studiert, mit wem man eine Beziehung führt und als was man irgendwann mal arbeiten möchte. Natürlich ist es ein ungeheures Privileg, sich diese Fragen überhaupt stellen zu können. Und trotzdem oder gerade deshalb überfordert dieser Luxus viele, frei nach Franz Kafka: „Ich bin frei und deshalb bin ich gefangen!“

Woher soll ich wissen, welche Entscheidung die richtige ist, welche Auswirkungen sie haben wird und ob ich mir nicht später wünschen werde, ich hätte anders entschieden?

## FIRST WORLD PROBLEM – DOCH TROTZDEM EIN PROBLEM

Wenn ich mir solche Fragen stelle, muss ich oft an meinen Großvater denken. In einer anderen Zeit und unter ganz anderen Umständen aufgewachsen, konnte er von solch vielen Möglichkeiten nur träumen. Mit 16 hatte er keine andere Wahl als die Firma seines Vaters zu übernehmen und die Familie zu ernähren. Sein Leben verlief in festen Bahnen, ohne viele Weggabelungen, an denen er eine Wahl gehabt hätte. Und auch wenn das sicher nicht immer leicht war, sagt er selbst, dass er mich um meinen Überfluss von Möglichkeiten nicht beneidet.

Ich spreche aus einer sehr privilegierten Position. Die Qual der Wahl haben auch heute noch längst nicht alle jungen Leute. Von Menschen, die gar nicht erst die Möglichkeit bekommen, das Abitur zu machen, bis hin zu Geflüchteten, die nach Deutschland kommen und nichts haben – erst recht nicht eine Wahl. Im Vergleich zu diesen Lebensrealitäten ist die Auswahl des richtigen Studiengangs fast lächerlich. Ein klassisches First World Problem. Doch trotzdem bereitet dieses Problem vielen Menschen Kopfzerbrechen.

Dabei sind große, die Zukunft maßgeblich beeinflussende Entscheidungen nur die Spitze des Eisbergs. Auch in alltäglichen Situationen stehen wir ständig vor der Wahl – bis zu 35.000-mal am Tag. Meist sind es banale Entscheidungen, die kurze Zeit später schon wieder vergessen sind. Treffe ich mich heute Abend mit Freund:innen oder brauche ich einen Abend für mich? Soll es italienisches oder chinesisches Essen geben? Lese ich ein Buch oder schaue ich einen Film? Auch wenn solche Entscheidungen keinen langfristigen

Einfluss auf uns haben, können sie Stress auslösen. Ständig entsteht Angst, etwas zu verpassen und sich selbst oder andere zu enttäuschen.

### EINE WELT VOLLER MARMELADEN-PROBLEME

Verschärft wird die berühmte „Qual der Wahl“ durch die Digitalisierung und den technischen Fortschritt. Neben all den Einflüssen aus der analogen Welt nimmt die Informationsflut vor allem durch das Internet immer mehr zu. Einige werden das Gefühl kennen, auf Netflix eine gefühlte Ewigkeit den passenden Film zu suchen, bevor man den Laptop resigniert zuklappt, weil man sich einfach nicht entscheiden kann. Das ist nur eines von vielen Beispielen, welches das Dilemma unserer Wohlstandsgesellschaft versinnbildlicht.

Dieses Dilemma wurde schon mehrfach wissenschaftlich untersucht. Das berühmteste Experiment ist dabei wahrscheinlich das Marmeladen-Problem. Es geht auf ein Experiment zurück, das US-Forscher:innen um die Jahrtausendwende in einem kleinen Laden in den USA gemacht haben. Dort wurden Probiertische aufgebaut, an denen Kund:innen verschiedene Marmeladen testen konnten. Sechs verschiedene Sorten standen zur Auswahl. 40 Prozent der Vorbeigehenden nahmen das Angebot an und probierten ein Brot mit der Marmelade. Anschließend nahmen zwölf Prozent von ihnen sogar ein Marmeladenglas mit zur Kasse. Im zweiten Durchgang stellten die Forscher:innen sogar 24 Marmeladensorten auf den Probiertisch. Eine riesige Auswahl. Mit der Folge, dass nun sogar 60 Prozent der Vorbeigehenden zur Konfitüre griffen – deutlich mehr als zuvor. Aber: Weniger als zwei Prozent kauften sich auch ein Glas. Offenbar hatte die Vielfalt ihre Neugier geweckt, aber sie gleichzeitig entscheidungsunfähig gemacht.

### WIE VIELE VERSCHIEDENE DEOS BRAUCHT EINE GESELLSCHAFT?

Nun haben wir im Supermarkt nicht nur die Wahl zwischen im Schnitt 36 verschiedenen Marmeladensorten. In einer durchschnittlichen deutschen Filiale gibt es rund 3000 verschiedene Artikel. Fast täglich kommen neue Produkte dazu. Es stellt sich die Frage: Braucht es wirklich das 87. neue Deo oder schon wieder eine neue Sorte Müsli? Klar, bis zu einem gewissen Grad stiftet Produktdifferenzierung den Kund:innen durchaus Nutzen. Ab einem gewissen Punkt schlägt diese Differenzierung aber in das

Gegenteil um. Ist der Mensch immer und überall dem Produkt-Overflow ausgesetzt, führt das zu Stress. Rezensionen, Tests, Preisvergleiche und Bewertungen im Netz können den noch weiter fördern. Im Einzelnen können diese Tools sehr nützlich sein, doch in der Summe bewirken sie immer öfter das Gegenteil. Wie lässt sich diese übergroße Auswahl reduzieren? Jede:r Einzelne in der Gesellschaft kann sich ganz bewusst einschränken. Wenn mir die Nudelsorte, die ich letzte Woche gekauft habe, geschmeckt hat, muss ich dann heute wirklich eine andere wählen? Wenn wir uns unserem Selbstoptimierungsdrang nicht immer hingeben, werden vielleicht auch die Anbieter:innen darauf reagieren und den Markt nicht ständig mit angeblich noch gesünderen, günstigeren oder schmackhafteren Produkten überschwemmen.

Menschen wie ich können sich das Leben gelassener gestalten, indem sie sogar noch einen Schritt weiter gehen. Überall dort, wo die Auswirkungen von Entscheidungen keine besondere Tragweite haben, könnten wir uns in unserer Entscheidungsvielfalt so weit einschränken, wie es nur geht. Das heißt: Netflix kündigen, Tinder löschen und Online-Shopping beenden. Zumindest für eine Zeit lang. Einige berühmte Unternehmer machen das schon lange. Mark Zuckerberg zum Beispiel, der jeden Tag das gleiche Outfit trägt. Der Facebook-CEO verzichtet auf verschiedene Klamotten, um Zeit und Energie für andere mentale Aufgaben zu sparen. Das ist zwar nur ein kleiner Baustein, aber: „[Man] kann nicht einfach eine Entscheidung nach der anderen fällen, ohne einen biologischen Preis dafür bezahlen zu müssen – egal wie sehr man sich bemüht, rational zu bleiben“, sagt John Tierney, Co-Autor des Bestsellers „Willpower“.

Natürlich ist der Ansatz nicht für jede:n was. Meistens hilft es auch schon, sich selbst einmal von außen zu betrachten. Wie relevant ist die Entscheidung in einer Stunde, in einem Monat oder in einem Jahr? Der Blick von der Metaebene auf sich selbst gibt den nötigen Abstand und relativiert – und spart vor allem Lebenszeit. Dann bleibt auch wieder mehr Zeit, sich über die wirklich wichtigen Entscheidungen den Kopf zu zerbrechen.

Zum Beispiel darüber, wo es im Auslandsjahr hingehen soll. Ich fänd' Athen ganz nett.



## **IMPRESSUM**

Alfred Herrhausen Gesellschaft

Mitglieder der Geschäftsführung: Dr. Anna Herrhausen und Daniela Kaiser

Unter den Linden 13-15

10117 Berlin

Tel. +49 (0)30 3407 5559

Fax. +49 (0)30 3407 4209

E-Mail: [info.ahg@db.com](mailto:info.ahg@db.com)

Handelsregister: AG Charlottenburg, 116881B