



HELP!

IK HEB KEUZESTRESS

Het leven hangt van dilemma's aan elkaar. Is die jurk de allermooiste? En die tas wel helemaal 'jij'? En welke schoenen trek je aan? Journalist Elsbeth Grievink weet er alles van. Omdat luxeproblemen óók problemen zijn, een handleiding eerste hulp bij keuzestress.

TEKST ELSBETH GRIEVINK ILLUSTRATIE INGRID BOCKTING

Bladerend door de Vogue van september kan zich langzaam een blinde paniek van je meester maken. Wat ga je dragen komend seizoen? Normaal dringt het antwoord zich na een paar pagina's al op. Zonder omhaal krijg je gedictieerd wat je aan dient te schaffen. Jumpsuit. Plateauzolen met peep toe. Leren legging. Boyfriend jeans. Je kunt het lijstje van vorige seizoenen nog opdreunen.

Maar dit seizoen is alles anders. Wintour en vrienden laten het een beetje aan de lezer over. Ja, er worden wat handvaten aangereikt – veel zwart, veel plooï en de eighties mogen weer, blauwe mascara inbegrepen, godbetert – maar verder mogen we het allemaal lekker zelf uitzoeken. Anything goes! Van spijkerbroeken vol gaten tot deftige mantelpakjes – als je heel eerlijk bent, word je gewoon met een kluitje in het riet gestuurd. Want wat als alles kan? Ja, dan komt het erop aan. Op verdomd goed weten wat je wilt. Help!

GROTE EN KLEINE STRESS

Goed weten wat je wilt, onze generatie is er geen ster in. Je ziet het aan je vriendinnen. Ze strugglen zich een slag in de rondte. Werken of doorstuderen? Settelen of slettebakken? En, als ze hem gevonden hebben: wel of niet samenwonen? En in wiens huis met wat voor meubels en de muren in welke kleur? Zelf kun je er ook wat van. Is hij wel de ware, of loopt er nog wat leukers rond? Gaan jullie hartje stad wonen of lekker bohemian op het Franse platteland á la Johnny D en Vanessa P? Om nog maar te zwijgen over het concept 'kinderen'. Het zijn allemaal kwesties die het ellenlange wikken en wegen waard zijn omdat ze de rest van je leven beïnvloeden. Dat kan heel wat stress opleveren. En geen Vogue die erbij helpt.

Echter, minstens zoveel keuzestress in het leven van de jonge vrouw wordt veroorzaakt door keuzes die niet het einde van de wereld betekenen. Die geen verstreckende gevolgen hebben en een lang en gelukkig leven niet per se in de weg hoeven staan.

Nee, ze zijn eerder van het niveau: stokje brie of ciabatta beenham? Een weekend Berlijn of toch richting zee? Burberry trenchcoat of tweedehands stofjas?

Je kunt dat soort keuzes onder het kopje luxeproblemen zetten, en dan heb je ergens een punt, maar het zijn ook die keuzes waarmee we ons onderscheiden van anderen en onze eigen identiteit vormgeven. En die behoefte zit nou eenmaal in ons. Ook neemt het aantal keuzemomenten alleen maar toe. Dus kun je maar beter weten hoe je jezelf een hoop tijd en energie kunt besparen door dat soort simpele kwesties snel en efficiënt af te handelen.

ALLES KAN DIT MODESEIZOEN, ZEGT VOGUE. VAN BROEKEN VOL GATEN TOT DEFTIGE MANTELPAKJES. ANYTHING GOES. HELP!

MORE IS LESS

Goed voorbeeld: je zoekt een nieuwe spijkerbroek. Nu zijn er honderdduizend modellen met honderdduizend verschillende washings, en daaruit moet jij er eentje kiezen. Je hoort het je moeder nog zeggen: 'wat doe je nou moeilijk, een spijkerbroek is een spijkerbroek.' En o, wat had ze daarin ongelijk, al verklaarde het haar hang naar wortelmodellen. Een spijkerbroek was gewoon een spijkerbroek als er maar één model bestond, en ieder mens dezelfde droeg. Dat was makkelijk geweest. Maar zo is het niet in onze geïndividualiseerde wereld, waarin ieder uniek persoon zijn unieke keuzes maakt. En juist omdat er zo gigantisch veel spijkerbroeken aangeboden worden, ligt er heel veel gewicht op je keuze. Met je keuze zeg je tegen de wereld: uit ál die exemplaren

koos ik uitgerekend deze. *This is me!* Dat is wat keuzes maken, góeie, weloverwogen keuzes, zo verrekke lastig maakt: het verraadt iets over jou. Dan is er ook nog de angst voor een miskoop. Die zit natuurlijk in een klein hoekje als 'anything goes'. En de enige die je de schuld kunt geven van al die verspilde centen, dat ben jijzelf. Wat een toestand.

OOK DE KLEINSTE DILEMMA'S VEROORZAKEN STRESS. BURBERRY TRENCHCOAT OF TWEEDEHANDS STOFJAS? WEEKEND BERLIJN OF TOCH NAAR DE ZEE?

IN DE PASKAMER

Goed. Zeg dat je je bevindt in het pashokje met vier verschillende spijkerbroeken, die je allemaal bevallen. Misschien zou je ze allevier wel willen hebben, ware het niet dat het einde van de maand nadert en je graag nog wat geld voor eten overhoudt. Dat wordt kiezen. Je hersenen hebben er een zware kluit aan. In een deel worden je emoties verwerkt: opwindend (Vier ge-wel-dige broeken? Ik wil ze allemaal!), angst (Als ik maar de juiste kies en geen spijt krijg, zoals eerder gebeurde met harembroek X of moonboot Y), irritatie (had ik maar wat meer geld, dan kocht ik ze allemaal en hoefde ik nu niet te kiezen). In een ander deel van de hersenen klinkt eveneens geratel. Het is je frontale kwab, die op dit moment rationele argumenten aan moet dragen, om te voorkomen dat je domme dingen doet.

Je hebt al zo'n high waist broek, en die draag je zelden, dus die valt af, fluitert de frontale kwab. Of: als de spijkerbroeken allemaal even geschikt zijn, kies je de goedkoopste. Of: van de drie spijkerbroeken is er maar één die je goed kunt combineren met de rest van je kleding. Kies die.

De frontale kwab zorgt ervoor dat we onze impulsen een beetje leren bedwingen en een 'verstandige' keuze maken. En geen miskoop aanschaffen. Ode aan de frontale kwab.

Hoe komt het dan dat er in je kast toch minstens drie jurkjes hangen met het prijskaartje er nog aan? Jurkjes die je ooit hebt aangeschaft, in de volle overtuiging dat ze niet konden ontbreken in je garderobe, maar die je om de een of andere reden nooit aan hebt getrokken? Tja... bij de een werkt de frontale kwab wat beter dan bij de ander.

DE VALKUILEN

Keuzestressexperts onderscheiden twee groepen 'kiezers': de *maximizer* en de *satisfier*. De *satisfier* is het type waarin velen zich zullen herkennen. Ze ziet een pracht van een jas in de etalage hangen, stapt van haar fiets, past hem aan en als hij goed zit en mooi staat sjeest ze haar pinpas door het apparaat. *Just like that*. De *satisfier* doet niet moeilijk en gaat op haar gevoel af. Miskopen komen voor, maar daar haalt ze haar schouders over op. De *maximizer* daarentegen handelt berekenender. Als ze in eigen stad niet slaagt, pakt ze de trein naar Antwerpen of Berlijn, struint webshops af, vraagt vriendinnen om hun mening (is die tas wel mij?) en kijkt en vergelijkt tot ze een ons weegt. De *maximizer* is niet per se dolgelukkig als ze de ultieme tas vindt, die aan al haar

eisen voldoet. Vaak komt ze al snel een exemplaar tegen dat de hare overtreft en krijgt dan last van een knagend gevoel. Zowel *maximizer* als *satisfier* trappen in valkuilen. Ze kunnen het zichzelf makkelijker maken en miskopen voorkomen door zich een aantal tips en trucs eigen te maken.

KIEZEN VOOR DUMMIES

Iedereen heeft zijn favoriete winkels, en zeker ook de *satisfier*. Winkels waar je je als een kind in een snoepwinkel waant. Waar je alles wel zou willen hebben, als je portemonnee maar wat dikker zou zijn. Verlekkend haal je de designerbroekjes en -truitjes uit de rekken, met een half oog controleer je het prijskaartje. Gek genoeg zijn dit de winkels waar je de grootste miskopen doet. Waarom? Omdat je per se iets wilt kopen. Wat, dat maakt al bijna niet meer uit. Voor je het weet ben je in de rekken aan het zoeken naar iets betaalbaars, in plaats van naar iets wat je goed kunt gebruiken. En dan kan het zomaar gebeuren dat je met een wollen hemdje thuiskomt dat kriebelt als de ziekte, of een maillot in een ondefinieerbare kleur. Puur omdat je het kon betalen. Niet doen. Ga je toch naar zo'n winkel, focus je dan op de items die je echt, echt, echt heel graag zou willen hebben en overweeg dan of ze hun kostprijs waard zijn. Is het antwoord nee? Recht dan je schouders, verlaat het pand onmiddellijk en ga niet voor second best.

Ben je een *satisfier*, dan is het zinnig om goed na te denken over de basis van je behoeften, voor je tot aankoop over gaat. Waarom wil je iets? Is het snelle bevrediging (je hebt een rottag gehad en je net gestorte salaris brandt in je zak), gaat het je om de waardering van anderen (je wilt de show stelen op een feestje) of ben je erop uit om je leven te verbeteren met je aankoop (een Burberry trenchcoat mag hiertoe gerekend worden)? Als je dat weet, geef je je frontale kwab net even wat meer kans om in te grijpen.

TIPS EN TRUCS VOOR MAXIMIZERS

Maximizers kunnen hun calculatieve aard niet veranderen, maar door het aantal keuzes te beperken, doen ze zichzelf al een heel grote lol. Een beproefde methode onder *maximizers* om tot een goede keuze te komen is het opstellen van een lijstje met plus- en minpunten. Bij een spijkerbroek zou zo'n rijtje er als volgt uit kunnen zien: Zit lekker. Mooi. Modieus. Krijg er goeie billen in. Minpunten zouden kunnen zijn: Prijzig. Kan niet in de wasmachine. Erg seizoensgebonden. Heeft geen broekzakken.

Vervolgens geef je elk argument een cijfer. Vind je het belangrijk dat de broek lang meegaat? Dan geef je tegenargument 'seizoensgebonden' een 3. Deins je er niet voor terug om een flink bedrag neer te tellen voor een goede spijkerbroek? Dan krijgt het argument 'prijzig' een 1. Betekent de factor 'goeie billen' veel voor je, dan hang je daar een 3 aan. Hebben de tegens meer punten dan de voors? Dan is je beslissing gemaakt.

Op het moment dat je moet kiezen tussen twintig soorten frappuccino's en macchiato's en ook nog moet beslissen of je die small, medium of large wilt hebben, of hij to go is of dat je hem hier gaat opdrinken, dan is de lijstjesmethode misschien geen slimme. Dan is het absoluut beter om je frontale kwab erbuiten te houden en gewoon iets in het wilde weg te roepen. Sowieso kan dat geen kwaad, want *satisfiers* blijken een stuk gelukkiger dan *maximizers*. Wat je daarvan kunt leren? Dat een impuls-aankoop gezonder voor het menselijk lichaam is, dan dat eeuwige getob. Óók als je daarna blijft zitten met jurken waar de kaartjes nooit vanaf geknipt zullen worden. Geniet ervan. No stress. <