

### Mensen willen graag kiezen, maar zijn er helemaal niet zo goed in

- (1) Onlangs besloot ik dat ik oud genoeg was voor een chique reiskoffer, en begon te googelen. Drie uur later overzag ik ontmoedigd  
5 het slagveld op mijn scherm: dertig open tabbladen met half gelezen testrapporten en klantrecensies, die de angst om de verkeerde keuze te maken allemaal niet konden sussen.  
10 In mijn hoofd zeurde een vermanend stemmetje: die tijd had je best beter kunnen besteden.
- (2) O nee, kreunde ik dus, toen webwinkel Amazon vorige week een  
15 Nederlandse site aankondigde. 's Lands retaildeskundigen, opgetrommeld om de aanstaande oorlog tussen winkelstraat en webwinkel te duiden, spiegelden de  
20 consument immers nóg meer keuzevrijheid voor, betere service, en lagere prijzen.
- (3) Of je met webwinkelen echt goedkoper uit bent, vraag ik me  
25 trouwens af. Ja, aan de kassa. Maar het geld dat je daar betaalt, stroomt naar anonieme aandeelhouders, in plaats van naar de winkel om de

hoek die er eerder toe geneigd zal  
30 zijn daarmee uw voetbalvereniging te  
sponsoren of uw buurmeisje als  
zaterdaghulp in te huren. Maar het  
gaat mij nu om die keuzevrijheid.

Want dat is toch een van de redenen  
35 dat we bij Bol of Amazon uitkomen,  
ondanks onze sympathie voor de  
buurtwinkel. Zo is er in onze straat  
een handelaar in koffers en  
lederwaren. Alleen kon het beperkte  
40 assortiment mij daar niet meer  
bekoren, nu ik wist wat er online te  
krijgen was.

**(4)** Mensen willen nu eenmaal  
kiezen, volgens psycholoog en  
45 keuze-expert Simona Bott. Het  
tragische is: dat willen ze zelfs als ze  
er niet beter van worden. Zo deed ze  
een experiment met een  
wiskundetoets, waarbij de helft van  
50 de deelnemers mocht kiezen welke  
vragen ze beantwoordden, en de  
andere helft vragen kreeg  
toegewezen. Je zou verwachten dat  
de 'kiezers' hoger scoorden, omdat  
55 ze makkelijke opgaven konden  
selecteren. Maar ze raakten in  
tijdnood, en scoorden daardoor  
slechter. Kennelijk onderschatten we  
de tijd die het ons kost om keuzes te  
60 maken.

**(5)** Uit een ander experiment bleek  
dat mensen die uit vier smaken niet-  
zo-lekkere yoghurt mochten kiezen,

minder tevreden waren dan mensen  
65 die een schaalje kregen  
toegewezen. Kennelijk geven we  
onzelf de schuld van een verkeerde  
keuze.

**(6)** Ik werd voor die compulsieve  
70 keuzevrijheid behoed, toen ik me  
realiseerde dat onze kofferwinkel het  
hoofd boven water houdt als  
ophaalpunt voor pakketjes. Daar een  
online bestelde koffer ophalen, kon ik  
75 niet over mijn hart verkrijgen. Dus  
toog ik naar die winkel voor een  
koffer die ik eigenlijk niet uitgekozen  
zou hebben.

**(7)** Toen gebeurde iets onverwachts:  
80 de winkelier klaarde helemaal op  
omdat ik nu eens niet voor een  
pakketje kwam maar voor een koffer.  
Hij leek wel de heen- en weerwolf uit  
*Pluk van de Petteflet*,<sup>1)</sup> die eindelijk  
85 een passagier krijgt, en zijn  
enthousiasme voor een van zijn  
modellen sloeg zowaar een beetje op  
mij over. Verliefd ben ik er nog altijd  
niet op, maar ik moet wel steevast  
90 glimlachen als ik die koffer nu  
tevoorschijn haal.

**(8)** Dit alles is geen pleidooi voor  
sovjetstaatskoffers<sup>2)</sup> in één smaak.  
En er moet ook maar net een  
95 kofferwinkel om de hoek zitten. Maar  
als die er zit, kan afzien van je  
keuzevrijheid een bevrijding zijn.

*naar: Seije Slager*

*uit: Trouw, 26 januari 2020*

*Seije Slager is politicoloog en redacteur van Trouw.*

noot 1 *Pluk van de Petteflet* (1971) is een jeugdboek van Annie M.G. Schmidt.

noot 2 'sovjetstaat-': verwijzing naar de communistische staat de Sovjet-Unie (1922-1991),  
waarin de inwoners vanwege de centraal geleide economie doorgaans weinig te  
kiezen hadden bij het kopen van goederen

*De teksten die voor dit examen gebruikt zijn, zijn bewerkt om ze geschikt te maken voor het examen. Dit is gebeurd met respect voor de opvattingen van de auteur(s). Wie kennis wil nemen van de oorspronkelijke tekst(en), raadplege de vermelde bronnen. Het College voor Toetsen en Examens is verantwoordelijk voor vorm en inhoud van dit examen.*

## Tekst 4 Mensen willen graag kiezen, maar zijn er helemaal niet zo goed in

In alinea 1 en alinea 6 en 7 van tekst 4 wordt een anekdote verteld over de aanschaf van een reiskoffer.

- 1p 31 Welk verschil in gevoel van de ik-figuur is waar te nemen tussen alinea 1 enerzijds en alinea 6 en 7 anderzijds?

In alinea 4 en 5 komen twee experimenten over compulsieve keuzevrijheid aan bod.

- 3p 32 Benoem per experiment het uiteindelijke resultaat en de psychologische verklaring ervoor. Neem de nummers uit onderstaande tabel over en zet je antwoord daarachter.

	resultaat	psychologische verklaring
experiment 1 (alinea 4)	1a	1b
experiment 2 (alinea 5)	2a	2b

In tekst 4 worden webwinkelen en winkelen bij een buurtwinkel met elkaar vergeleken.

- 1p 33 Noem de drie voordelen die webwinkelen zou hebben ten opzichte van winkelen bij een buurtwinkel, volgens tekst 4.
- 3p 34 Leid uit tekst 4 drie verschillende nadelen af die webwinkelen kan hebben ten opzichte van winkelen bij een buurtwinkel.

“Want dat is toch een van de redenen dat we bij Bol of Amazon uitkomen, ondanks onze sympathie voor de buurtwinkel.” (regels 34-37)

- 2p 35 Citeer uit alinea 6 en 7 drie woordgroepen waaruit deze sympathie duidelijk blijkt.

In alinea 7 en 8 wordt duidelijk dat de ik-figuur een dubbele houding heeft tegenover zijn nieuwe aanschaf.

- 2p 36 Vat deze dubbele houding samen, gelet op alinea 7 en 8. Neem de nummers in onderstaande zinnen over en zet je antwoord daarachter. Gebruik voor je aanvullingen in totaal niet meer dan 25 woorden.

De ik-figuur is positief over zijn aankoop, omdat 1) ... .

De ik-figuur is negatief over zijn aankoop, omdat 2) ... .

“Dit alles is geen pleidooi voor sovjetstaatskoffers in één smaak.”  
(regels 92-93)

2p 37 Leg uit waarvoor volgens dit citaat niet wordt gepleit en leg uit waarvoor dan wel wordt gepleit, gelet op de rest van alinea 8.  
Geef antwoord in een of meer volledige zinnen en gebruik voor je antwoord niet meer dan 40 woorden.

1p 38 Welke bewering typeert tekst 4 het best?

Deze tekst is vooral een

- A handreiking die consumenten helpt bij het maken van keuzes.
- B ironische column waarin de keuzevrijheid in de digitale wereld centraal staat.
- C persoonlijke afweging van de voor- en nadelen van keuzevrijheid.
- D systematische verkenning van onderzoek naar keuzevrijheid.

---

**Bronvermelding**

*Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift.*