

INHALT

Vorwort	1
Warum schlechte Gründe oft ausreichen	
Begründungsrechtfertigung	5
Warum Sie besser entscheiden, wenn Sie weniger entscheiden	
Entscheidungsermüdung	9
Warum Sie Hitlers Pullover nicht tragen würden	
Berührungsdenkfehler	13
Warum es keinen durchschnittlichen Krieg gibt	
Das Problem mit dem Durchschnitt	17
Wie Sie mit Boni Motivation zerstören	
Motivationsverdrängung	21
Wenn du nichts zu sagen hast, sage nichts	
Plappertendenz	25
Wie Sie als Manager bessere Zahlen ausweisen, ohne etwas dafür zu tun	
Will-Rogers-Phänomen	29
Hast du einen Feind, gib ihm Information	
Information Bias	33
Warum Sie im Vollmond ein Gesicht sehen	
Clustering Illusion	37

Warum wir lieben, wofür wir leiden mussten Aufwandsbegründung	41
Warum kleine Filialen aus der Reihe tanzen Das Gesetz der kleinen Zahl	45
Gehen Sie mit Ihren Erwartungen vorsichtig um Erwartungen	49
Glauben Sie nicht jeden Mist, der Ihnen spontan einfällt Einfache Logik	53
Wie Sie einen Scharlatan entlarven Forer-Effekt	57
Warum Freiwilligenarbeit etwas für Stars ist Volunteer's Folly	61
Warum Sie eine Marionette Ihrer Gefühle sind Affektheuristik	65
Warum Sie Ihr eigener Ketzer sein sollten Introspection Illusion	69
Warum Sie Ihre Schiffe verbrennen sollten Die Unfähigkeit, Türen zu schließen	73
Warum wir Gutes gegen Neues eintauschen Neomanie	77
Warum Propaganda funktioniert Schläfereffekt	81
Warum Sie oft blind für das Beste sind Alternativenblindheit	85
Warum wir schlecht über die Aufsteiger reden Social Comparison Bias	89
Warum der erste Eindruck täuscht Primär- und Rezenzeffekt	93

Warum wir kein Gefühl für das Nichtwissen haben	
Aderlasseffekt	97
Warum selbst gemacht besser schmeckt	
Not-Invented-Here-Syndrom	101
Wie Sie das Undenkbare nutzen können	
Der Schwarze Schwan	105
Warum Ihr Wissen nicht transportierbar ist	
Domain Dependence	109
Warum Sie denken, die anderen würden	
so denken wie Sie	
Falscher-Konsens-Effekt	113
Warum Sie immer schon recht hatten	
Geschichtsfälschung	117
Warum Sie sich mit Ihrem Fußballteam	
identifizieren	
In-Group/Out-Group Bias	121
Warum wir nicht gerne ins Blaue hinaussegeln	
Ambiguitätsintoleranz	125
Warum uns der Status quo heilig ist	
Default-Effekt	129
Warum die »Letzte Chance« Ihren Kopf verdreht	
Die Angst vor Reue	133
Warum auffällig nicht gleich wichtig ist	
Salienz-Effekt	137
Warum probieren über studieren geht	
Die andere Seite des Wissens	141
Warum Geld nicht nackt ist	
House Money Effect	145
Warum Neujahrsvorsätze nicht funktionieren	
Prokrastination	149

Warum Sie Ihr eigenes Königreich brauchen Neid	153
Warum Sie lieber Romane lesen als Statistiken Personifikation	157
Warum Krisen selten Chancen sind Was-mich-nicht-umbringt-Trugschluss	161
Warum Sie gelegentlich am Brennpunkt vorbeischauen sollten Aufmerksamkeitsillusion	165
Warum heiße Luft überzeugt Strategische Falschangaben	169
Wann Sie Ihren Kopf ausschalten sollten Zu viel denken	173
Warum Sie sich zu viel vornehmen Planungirrtum	177
Der Mann mit dem Hammer betrachtet alles als Nagel Déformation professionnelle	181
Warum Pläne beruhigen Zeigarnik-Effekt	185
Das Boot, in dem du sitzt, zählt mehr als die Kraft, mit der du ruderst Fähigkeitsillusion	189
Warum Checklisten blind machen Feature-Positive Effect	193
Warum die Zielscheibe um den Pfeil herumgemalt wird Rosinenpicken	197
Die steinzeitliche Jagd auf Sündenböcke Die Falle des einen Grundes	201

Warum Raser scheinbar sicherer fahren	
Intention-To-Treat-Fehler	205
Warum Sie keine News lesen sollten	
News-Illusion	209
Anhang	
Literatur	213
Dank	229
Über den Autor	231
Über die Illustratoren	233
Stimmen zu <i>Die Kunst des klaren Denkens</i>	234