



der Blue Monday tauchte erstmals 2005 unter dem Deckmantel einer pseudomathematischen Formel auf. Es handelt sich aber um eine reine Marketing-Erfindung ohne jegliche wissenschaftliche Grundlage.

Es besteht die Gefahr, dass wir dem Blue Monday auch in diesem Jahr nicht entkommen. Wie schon seit ein paar Jahren werden wir wahrscheinlich hören oder lesen, dass dieser Montag – immer der dritte im Januar – der deprimierendste Tag des Jahres ist. Ein Tag, der einen Namen hat: Blue Monday. Dabei handelt es sich aber um eine reine Marketing-Erfindung.

der Blue Monday wurde 2005 mithilfe der folgenden mathematischen Formel definiert: $[W = (D-d)] \times TQ : M \times Na$. Dabei steht „W“ für das Wetter, „D-d“ für die Schulden, die während der Feiertage gemacht wurden, und die Fähigkeit, diese mit dem Januargehalt zurückzuzahlen, „T“ für die Zeit seit Weihnachten, „Q“ für die Zeit seit den Vorsätzen zu Beginn des Jahres. Das Ganze wird durch den Motivationsmangel „M“ geteilt, der wiederum mit dem Handlungsbedarf „Na“ multipliziert wird.

Werbegag für ein Reisebüro

Natürlich gibt es keine wissenschaftliche Grundlage für diese Formel. Sie war in einer Pressemitteilung enthalten, die von der Kommunikationsagentur Porter Novelli im Auftrag der britischen Reisekette und -agentur Sky Travel, die von 1994 bis 2010 existierte, verfasst worden war. Man behauptete, den traurigsten Tag des Jahres mithilfe des Psychologen Cliff Arnall berechnet zu haben. Cliff Arnall wurde in der Pressemitteilung als Psychologe an der Universität von Cardiff (Vereinigtes Königreich) vorgestellt, was er jedoch nicht wirklich war. Er hatte lediglich für kurze Zeit Abendkurse an einer mit der Universität verbundenen Einrichtung gegeben.

Die Werbeagentur Porter Novelli hatte bei mehreren Akademikern nachgefragt, um ihrer Idee durch deren Unterschrift Glaubwürdigkeit zu verleihen. Und das gegen Bezahlung. Dies berichtete der britische Psychiater und Autor Ben Goldacre im Dezember 2006 in der britischen Tageszeitung The Guardian. Er sagte, er habe zahlreiche Nachrichten von Forschern erhalten, die ihm von dem Werbemanöver berichteten.

Das Ziel der Aktion: Die Menschen sollten glauben, dass an einem bestimmten Tag im Januar ein Tiefpunkt erreicht ist und dass das Heilmittel darin besteht, den nächsten großen Urlaub zu planen und sich ein Flugticket zu kaufen, um dem Alltag zu entfliehen. Am besten weit weg und in die Sonne. der vermeintliche Universitätswissenschaftler Cliff Arnall bestätigte das bereits 2010 gegenüber dem britischen Telegraph.

„Ich wurde ursprünglich gebeten, den meiner Meinung nach besten Tag für die



Blue Monday: Gibt es den deprimierendsten Tag des Jahres wirklich?

Buchung eines Sommerurlaubs zu bestimmen.“ Das sagte Cliff Arnall gegenüber der britischen Tageszeitung „The Telegraph“.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Blue Monday aus dem Hut gezaubert wurde, um den Konsum anzukurbeln. Bis heute nutzen Marken und Händler weiterhin diesen „gefälschten“ besonderen Tag, um zu versuchen, ihre Produkte zu verkaufen. Eine italienische Kaffeemarke teilte im Jahr 2020 ein Video auf Facebook, in dem sie die Vorteile ihrer Getränke bei der Bewältigung des „deprimierendsten Tages des Jahres“ anpries.

Die Winterdepression allerdings existiert tatsächlich.

Psychologen weisen darauf hin, dass es zwei Arten von Depressionen gibt: einige sind saisonal bedingt, andere nicht. In der nördlichen Hemisphäre kann eine winterbedingte Depression aufgrund des Lichtmangels zwischen Ende Dezember und Ende März auftreten. Es gibt vielleicht keinen Blue Monday, aber sehr wohl den Blue Winter. Menschen reagieren empfindlich auf Lichtschwankungen, was zur Entwicklung von Lichttherapien gegen Depressionen geführt hat. Der Blue Monday könnte jedoch auch als Einladung verstanden werden, nach draußen zu gehen, sich dem Licht auszusetzen und Menschen zu treffen, um gegen den Winterblues anzukämpfen.

Cliff Arnall seinerseits scheint den Blue Monday, zu dessen Popularisierung er beigetragen hat, inzwischen mit Abstand zu betrachten. „Eines Tages wurde mir klar, dass die Idee des blue monday der Welt nicht so geholfen hatte, wie ich es mir erhofft hatte“, erklärte er 2016 in einem auf YouTube zu sehenden Clip des Fremdenverkehrsamtes der Kanarischen Inseln. Damals setzte er sich für ihre „Abschaffung“ ein und startete in sozialen Netzwerken den Hashtag #Stopbluemonday, um „das Internet mit optimistischen Posts zu füllen“.

Inzwischen gibt es sogar den Yellow Day, der der glücklichste Tag des Jahres sein soll und auf den dritten Freitag im Juni fällt. Dieser Tag, der ebenfalls 2005 mithilfe einer anderen pseudowissenschaftlichen Formel entstand, war in Zusammenarbeit mit der Eisdiele Wall's entwickelt worden, berichtet der Guardian.