



WIE HELPT...?

• Kunt u Toos van Lierop-Stienen uit Weert helpen aan een **ELEKTRISCHE KOFFIEMOLEN**?
Bel: 0495-537340.

• Wie heeft voor A. Kurstjens uit Montfort (beige) **MOKKEN** met een woord erop dat afkomstig is van het Limburgse woordplankje? Deze mokken werden in 2009 uitgegeven door de C1000-supermarkten. Verder is hij op zoek naar een goed boek over tuinieren in een hobby-tuin. Kunt u helpen? Bel dan: 0475-541993.

• De gietijzeren **HEKSENKETEL** van Jos Senden uit Heerlen is kapotgevalen. Vroeger werden deze ketels gebruikt om hout in te doen. Ze werden met een ketting aan een ijzeren stang bij de open haard gehangen. Jos Senden gebruikte de ketel voor een hangende plant. Heeft u nog zo'n ketel en doet u er niks meer mee? Bel dan: 045-5727917.



• Bas Billet uit Venlo zoekt voor zijn verzameling een biervul en een speciaal **BIERGLAS**. Kunt u hem hieraan helpen? Bel dan: 077-3546618.

• Ed Kottelaar uit Geleen is zaterdag 10 september ergens tussen zijn woonplaats en Sittard een opbergmapje met ongeveer 20 cd's van **FRANK ZAPPA** verloren. Wie o wie heeft het mapje gevonden? Bel: 046 4741288.

• Hans Smits uit Hoensbroek is voor vluchtelingen op zoek naar **BOEKEN/LITERATUUR** in de Russische taal. Kunt u de vluchtelingen een groot plezier doen? Bel: 045-5218903.

• Interesse in **DSM-KALENDERS** (1971 -1995)? Dan kunt u bellen met Thei Bex in Geleen: 046-4747859.

BLOEMETJE



Met sporten ben je nooit te oud om jong te blijven.

Jo Luijten, Wijnandsrade

Limerick

Er was eens een heerschap in Stassen,
die stond zijn Mercedes te wassen.
Dat was heel vreemd, want hij deed dat met zand
en was toen heel blij met de krassen.

Guus Mouton, Roermond

WegWijs

Ook op internet
www.wegwijslezer.nl



foto ANP

Waarom stuit je in de supermarkt meteen op de **GROENTE-AFDELING**?

WW **Vraagt:** Hans Huijs
Uit: Blerick.
En hij voegt eraan toe: is er echt sprake van een psychologisch effect bij de inrichting van de supermarkt?

Voor het antwoord wenden wij ons tot Maud Ebekink, consumentenpsycholoog bij ConsumPsy in Enschede, die uitgebreid reageerde. Haar reactie: Het is een oud gebruik dat u in de supermarkt direct tegen de groente- en fruitafdeling aanloopt. Dat zijn we al tientallen jaren gewend. Het heeft zo zijn voordelen, want alle producten zijn hierdoor eenvoudig te vinden. Daarom vinden we het prettig om te winkelen in een supermarkt met een 'traditionele' indeling. Maar psychologisch gezien is het slimmer om de broodafdeling vlak bij de ingang te plaatsen. De heerlijke geur

van versgebakken brood wekt direct eetlust op. En hongerige mensen kopen meer. De supermarkt is eigenlijk één groot marketingspektakel. We worden overall -onbewust- beïnvloed. We denken dat we volledige controle hebben op wat er in ons hoofd gebeurt, maar dat is slechts gedeeltelijk waar.

Maar liefst 90 procent van onze beslissingen wordt gemaakt door ons onderbewuste. Hier spelen supermarkten slim op in. Het is niet voor niks dat A-merken op ooghoogte liggen. Hierdoor springen ze snel in het oog en kunt u ze eenvoudig pakken. Het kopen van het budgetmerk wordt ontmoedigd. U moet hierdoor voor moeite doen door te bukken naar lage schappen. U koopt daardoor onbewust eerder een A-merk dan een goedkoper product.

Ook hebben aanbiedingen in de supermarkt een interessante uitwerking op onze hersenen. Bij het zien van acties zoals OP=OP!, zijn we geen baas meer in eigen brein. Ons onderbewuste is namelijk voorgeprogrammeerd om aanbiedingen aantrekkelijk te vinden. Het resultaat is dat we sneller een product kopen waarvoor een actie geldt. Daarom loopt u in de supermarkt continu tegen aanbiedingen aan op de kopstellingen en bij de kassa. Daarnaast letten we helemaal niet meer op bij het zien van een aanbieding. Zodra er maar groot OP=OP of AANBIEDING boven het product staat, zijn onze hersenen er al van overtuigd dat er voordeel te behalen valt. Rationeel denken is er niet meer bij. Vindt u het product interessant, dan pakt u het en loopt u naar de kassa om het af te rekenen. Als u bij de kassa



staat, weet u waarschijnlijk niet eens hoeveel voordeliger het product nu is.

Zelfs tijdens het wachten in de rij van de kassa wordt u onbewust beïnvloed. Over het algemeen kijken mensen een beetje om zich heen wanneer ze in de rij staan. Hierdoor valt uw oog precies op de breed uitgestalde actieproducten vlak bij de kassa's en u wordt ter plekke verleid om toch die actie nog even in uw winkelwagentje te leggen. Grote kans dat u deze producten niet had gekocht als ze niet bij de kassa hadden gestaan.



ZOLANG DE VOORRAAD STREKT!

OP=OP



PERENGROEI

Er is iets vreemds aan de hand met de perenboom in de tuin van Annemarie Brouwers uit Nieuwstadt. Er groeit namelijk een trosje peren halverwege de stam. Hoe ontstaat dit en komt het vaker voor, vroeg Annemarie zich af.

Plantenskundigen Jan Mooren uit Venlo en Leon Faassen uit Reuver bogen zich over de foto's. De perenboom in de tuin van Annemarie draagt inderdaad peren op een ongebruikelijke plaats op de stam, stellen zij. Op een van de foto's is te zien dat



de peren vastzitten aan een kort stukje 'ditjarig' twijgje, een zogenaamd kortlot. Op dit kortlot zijn in het voorjaar bloemen ontstaan, die na een goede bestuiving vruchten ge-



vormd hebben. Het kortlot is ontstaan uit een toevallige knop, die daar op onverklaarbare wijze is ontstaan. Deze knoppen, in de plantkunde heten ze adventiefknoppen, ontstaan soms door een verwonding of door snoei of zoals hier om een onverklaarbare wijze.

Bij perenbomen hebben ook de twee kenners dit nooit eerder gezien. Vandaar dat zij de lezers vragen wie dit bijzondere verschijnsel wel al eens zag.

Bel met de WegWijsredactie (046 4116409), mail naar wegwijsredactie@mgl.nl of schrijf naar Postbus 5104, 6130 PC Sittard.

Colofon

Hebt u ook een leuke vraag?
E-mailadres: wegwijsredactie@mgl.nl

Stel ze aan WegWijs!
Postadres: Postbus 5114, 6130PC Sittard.

Bel of schrijf Charles Lennartz Tel.: 046-4116409

Zie ook onze website www.wegwijslezer.nl

