



DeMorgen.be

DOSSIER
MODE



Shoppen omdat het nu eenmaal moet van Darwin

Sjoukje Smedts - 05/01/12, 08u29



De koopjes komen niet overal even snel op gang, maar je kunt er donder op zeggen dat vrouwen zich ook in 2012 spullen aanschaffen die ze echt niet zo dringend nodig hebben. Het blijkt perfect biologisch te verklaren.

Wie een man wil bedotten, vindt licht een excuus. Hij mag er dan zeker van zijn dat zij allang voldoende fraais op kapstokken heeft hangen, zij weet wel beter. De inhoud van een dameskast moet vanuit evolutionair oogpunt nu eenmaal nauwkeurig worden opgevolgd. Zeg dat Darwin het gezegd heeft. Omdat we hem niet aan de lijn krijgen, legt gedragsbioloog Gino Delmotte het nader uit. "Cultuur loopt sneller dan biologie,

“ Vrouwen gebruiken kledij om te benadrukken dat ze goed genetisch materiaal hebben ”

Gedragsbioloog Gino Delmotte

DOSSIER MODE
LEES HET VOLLEDIG DOSSIER »

VERWANT NIEUWS



Welke soort soldenjager ben jij? - 28/12/11



Kerstshoppen in Europa: kunst in Londen, lingerie in Luxemburg - 16/12/11



Een lichaamsscanner als shopassistent? - 09/12/11



Kruip niet dronken achter... de pc - 07/12/11

MEER OVER

[Koopjes](#) | [Mode](#) | [Consument](#)



Solden starten morgen met -30%

Rabobank Rabobank.be: het hoogste rendement op spaargeld in 2011 en de veiligste bank van België.

5 MEEST RECENTE

TELEX

14u12 Nog half miljoen Haïtianen wachten op nieuwe woning

14u07 Schouderblessure dwingt Darcis tot forfait in Chennai

14u04 Peaches Geldof (22) is zwanger

13u50 Onkelinx en De Coninck bezoeken jobstudenten

13u46 Mexico gevaarlijkste land voor journalisten in 2011



5 MEEST GELEZEN

Amerikaanse fysici ontdekken tijdelijke onzichtbaarheid

Stormweer eist dodelijk slachtoffer in Roosdaal

Naakte man bij kinderreclame La Redoute

FN Herstal

Kapotte uurwerken in stations worden niet meer vervangen

maar mensen blijven - onbewust - nog altijd actief op de paringsmarkt. Terwijl bij mannen vooral geld en macht hen aantrekkelijk maakt, gebruiken vrouwen nog altijd hun seksuele ornamenten om te benadrukken dat ze over goed genetisch materiaal beschikken. Daarvoor gebruiken ze kledij."

Oftewel: je aankleden om je daarna weer uit te kleden, zoals Delmotte het verwoordt. Allemaal goed en wel, maar menige vrouw heeft ondertussen wel voldoende jurkjes en ander lekkers om haar meest pronte lichaamsdelen in de verf te zetten. Bovendien wisten velen van hen al een partner te verleiden.

"Vrouwen testen af en toe graag hun marktpotentieel. Daarnaast kopen ze ook nieuwe spullen om mooi te blijven voor hun eigen partner, want als die bij hen blijft, hebben zij en hun kinderen van oudsher meer kansen", presenteert Delmotte opnieuw een kant-en-klaar winkelexcuus.

Shoppingcenter of kathedraal

Alleen gaat zijn verklaring nog niet op voor al die andere onzin die dames soms in groten getale naar huis meeslepen. Servetringen, badparels, hondenjasjes of luchtbevochtigers, om er maar enkele te noemen. Onderzoek van de universiteit van Michigan zoekt ook hiervoor de verklaring in de oertijd. Terwijl de mannen toen op jacht gingen, ontpopten de vrouwen zich als heuse verzamelaars.

"Klopt, maar zeggen dat er een link is met het huidig koopgedrag is nattevingerwerk", meent filosofe Griet Vandermassen, auteur van Darwin voor dames. Het koopgedrag van vrouwen is naar haar mening waarschijnlijk wel gedeeltelijk biologisch te verklaren, maar hoe precies is volgens Vandermassen nog niet duidelijk. Ze wijst er daarom op dat ook het sociaal contact dat gepaard gaat met shoppen veel vrouwen richting winkelstraten stuwt.

De Nederlandse psychologe Carien Karsten noemt shoppingcentra zelfs de nieuwe kathedralen, nu ze in de westerse wereld almaar vaker een sociale functie vervullen. "Tijdens het winkelen kunnen vrouwen elkaar evalueren en dat scherpt het vertrouwen in elkaar aan", bevestigt Vandermassen. Toch raden vrouwen vriendinnen wel eens lelijke kleren aan om zelf meer kans te maken op de liefdesmarkt. "Zoals ze ook hun echtgenoten meestal onopvallende outfits aanmeten zodat ze hen voor zichzelf kunnen houden", vult Delmotte aan.

Dat is niet de enige reden waarom vrouwen hun partners meetronen naar hun winkelwaha. Telkens als dames - mee - aankopen, komt er dopamine vrij in hun hersenen. "Dat veroorzaakt een prettig gevoel, net zoals endorfines bij het hardlopen", zegt Karsten, auteur van Shoppen, de lust, het lijden, de lol en Afkicken voor shopaholics. Je verzetten tegen de zoektocht naar dat genot heeft volgens haar geen zin. "Dat kost je te veel wilskracht, waardoor je je niet meer kunt concentreren op andere zaken. Bovendien krijg je mogelijk ook



Nu al solden tot 70 procent door het zachte herfstweer



Dit is de trouwjurk van Beyoncé



100 jaar mode in 100 seconden



Prada's Greased Lightning revival - Fashion met 50's vibe



Prints are back: de 'vegetarische' ontwerpen van D & G

Download **gratis** studentenboeken



DeMorgen.be









download hier >>

angstgevoelens omdat je je genotskern niet voedt. Of omdat je het gevoel hebt er niet meer bij te horen", aldus Karsten.

Excuus gezocht en gevonden dus, alleen is neuropsycholoog Evert Thiery daar nog niet helemaal van overtuigd. Statistisch gezien klopt het dat de hersenen van mannen en vrouwen hun koopgedrag mee bepalen. Het is verleidelijk om dat te overinterpreteren, maar zowel karakterkenmerken als omgevingsfactoren maken volgens de neuropsycholoog dat mannen ondertussen evengoed vatbaar kunnen zijn voor winkelprikkels.

Is dit dan het moment waarop vrouwen moeten toegeven dat de marketeers - die vooral hun pijlen op hen richten - meestal raak schieten? Ja en nee. De prikkels komen vooral bij het vrouwvolk aan, maar zij zijn nu eenmaal ook vaker in winkels. Dames ontfermen zich nog altijd meer over de familiale boodschappen. Wie daarvoor met een groep andere mensen winkels in en uit loopt, denkt niet altijd helder na.

"Het zijn op dat moment, bijvoorbeeld tijdens de koopjes, vooral de andere klanten die mensen beïnvloeden", verklaart marketingprofessor Luk Warlop (KU Leuven). "Dat zou mannen evengoed overkomen."

   |      [Meer bookmarks](#) | [Vind ik leuk](#) [Bevestigen](#)

MODE »

[ALLE ARTIKELS](#)

05/01/12 11u40

John Galliano voor Zara blijkt vroege aprilgrap



De afgelopen dagen gonsde het van de geruchten in de modewereld over een samenwerking tussen John Galliano en de Spaanse modeketen Zara. Maar wat ...

05/01/12 08u29

Shoppen omdat het nu eenmaal moet van Darwin



De koopjes komen niet overal even snel op gang, maar je kunt er donder op zeggen dat vrouwen zich ook in 2012 spullen aanschaffen die ze echt ...

05/01/12 09u05

Prada's Greased Lightning revival - Fashion met een 50's vibe

Aangezien het buiten zo somber en miezerig is, droom ik alvast even weg naar het zonnige, fleurige voorjaar. Prada's lente- en zomercollectie ...

04/01/12 17u45

Woekerprijzen voor winkeltasjes van Chanel



Het is niet alleen omdat het crisis is dat de gemiddelde vrouw zich geen handtas van Chanel kan veroorloven: aan 1200 euro kosten ze gemakkelijk ...