

Koopjesjagers kunnen dit weekend naar Groningen voor mysterieuze pakketjes. 'Dit is een grabbelton voor grote mensen'



Groningen maakt zich dit weekend op voor veel extra bezoekers. Die komen voor een mysterypakket evenement waarbij je pakketten kunt kopen zonder de inhoud te kennen. Maar waarom betalen mensen daarvoor?

Mario Miskovic

Dagblad van het Noorden 18 september 2026

Het antwoord op die vraag is volgens gedragsonderzoeker Erik Schoppen (58) uit Lageland niet zo ingewikkeld. „Eigenlijk is dit een grabbelton voor volwassenen”, vat hij het samen. „Er zit een spelelement in. Als kind mocht je voor 50 cent grabbelen. Dit is niet veel anders.”

Het is volgens winkelcentrummanager Harold Lubberts van Paddepoel de eerste keer dat het mysterypakketjesconcept naar Noord-Nederland komt. „Toen ik deze aanvraag zag, dacht ik: dit is wel heel interessant.”

Opgekochte pakketten

Het evenement richt zich op de echte koopjesjager en wordt georganiseerd door PakketDepot. Een bedrijf dat met vrachtwagens vol opkooppartijen langs winkelcentra in heel Nederland trekt. Het koopt overtollige voorraden en producten met verpakkingsschade op, vertelt eigenaar Betje Hurkens (43).

Het werkt zo. Bezoekers kiezen zelf een pakket uit. Ze mogen er aan voelen, schudden of ruiken, maar openen mag pas na de kassa. De pakketjes worden afgerekend op basis van het gewicht per 100 gram.

Retourpakket bleek teleurstelling

Hurkens begon ooit met het verkopen van retourzendingen van webwinkels op soortgelijke evenementen, maar stapte daarvan af. „Tussen retourzendingen zaten soms kapotte spullen”, vertelt ze. „Mensen werden uiteindelijk vaker teleurgesteld dan blij. We kwamen wel eens een pak melk gevuld met zand tegen. Ik heb geen idee wat dat moest voorstellen.”

Ze is daarom overgestapt op overtollige producten of spullen met verpakkingsschade. „Bij de retourzendingen weten wij ook niet wat in een pakket zit. Nu wel, want we kopen de producten zelf op. De teleurstelling van het pak melk met zand hebben we nu niet meer.”

Toch blijft het verrassingselement de grote trekker, zegt ze. Het gaat niet alleen om het pakketje, maar om het gevoel. Niet weten wat je hebt gekocht tot je het pakketje opent.

Brein ziet geen risico

Met zijn achtergrond in neurowetenschappen en de werking van vertrouwen verklaart Erik Schoppen dat we nauwelijks risico's zien bij een actie als deze. Ons brein maakt volgens Schoppen voortdurend een afweging tussen risico en beloning. Onbewust doen we dat duizenden keren per dag.

Bij een relatief goedkoop pakketje overheerst de hoop op een meevaller. „Het deel in je brein dat risico's signaleert, zegt weliswaar dat je niet weet wat je krijgt. Maar omdat het risico zo laag is, ziet het beloningscentrum in ons brein vooral de kans dat er iets leuks of waardevols tussen zit. Dit zorgt voor de afgifte van dopamine en endorfine in je brein, signaalstofjes die zorgen voor het gevoel van beloning, motivatie en plezier. En als het dan toch niets blijkt, denk je: ach, het was maar een paar euro en neem je je verlies.”

Net als gokken

Het is hetzelfde psychologische mechanisme als bij een loterij of een draaiend rad bij een winkelactie, zegt Schoppen. „Officieel heet het natuurlijk geen gokken, maar voor je brein is het een vergelijkbaar proces. Je maakt een risico-inschatting en hoopt op een beloning. De grote vraag is: ben je bereid een hoger bedrag neer te tellen voor een pakketje waarvan je niet weet wat het is?”

Hoe groot de belangstelling in Groningen precies wordt, weet niemand. „De eerste keer in Utrecht dachten we dat we genoeg voorraad hadden voor drie dagen”, zegt Hurkens. „Na anderhalve dag waren we uitverkocht.” Ze is daarom nu met een vrachtwagen vol pakketten onderweg naar Groningen. „Ik denk dat we genoeg mee hebben, maar op is op.”

Meer publiek in winkelcentrum

Lubberts hoopt vooral op reuring en spin-off voor het winkelcentrum. „Mensen leren ons door zo'n evenement kennen, maken een rondje en besteden ook iets bij horeca of andere winkels. Ik denk dat het drie dagen heel veel bezoekers genereert, maar hoeveel? Echt geen idee.”

En of ie zelf ook een pakketje gaat kopen? „Ik heb daar al wel over nagedacht”, zegt hij lachend. „Maar ik weet het nog niet.”