



Helderziendheid, genezers en paranormale wetenschap



Paragnosten met Webcam !!!
Kijk wie er nu beschikbaar is !



AstroPortaal

**vous offre votre
VOYANCE 2007**



Oktober 2007

OIVO

Onderzoeks- en Informatiecentrum
van de Verbruikersorganisaties



Inhoudstafel

1. Doelstellingen
2. Methodologie
3. Het bijgeloof
4. Het geloof in paranormale verschijnselen
5. De perceptie van helderziendheid
6. Ervaring met helderziende (raadpleging, bedrag)
7. Ervaring met genezer (raadpleging, bedrag, van plan in de toekomst)
8. Conclusies
9. Aanbevelingen

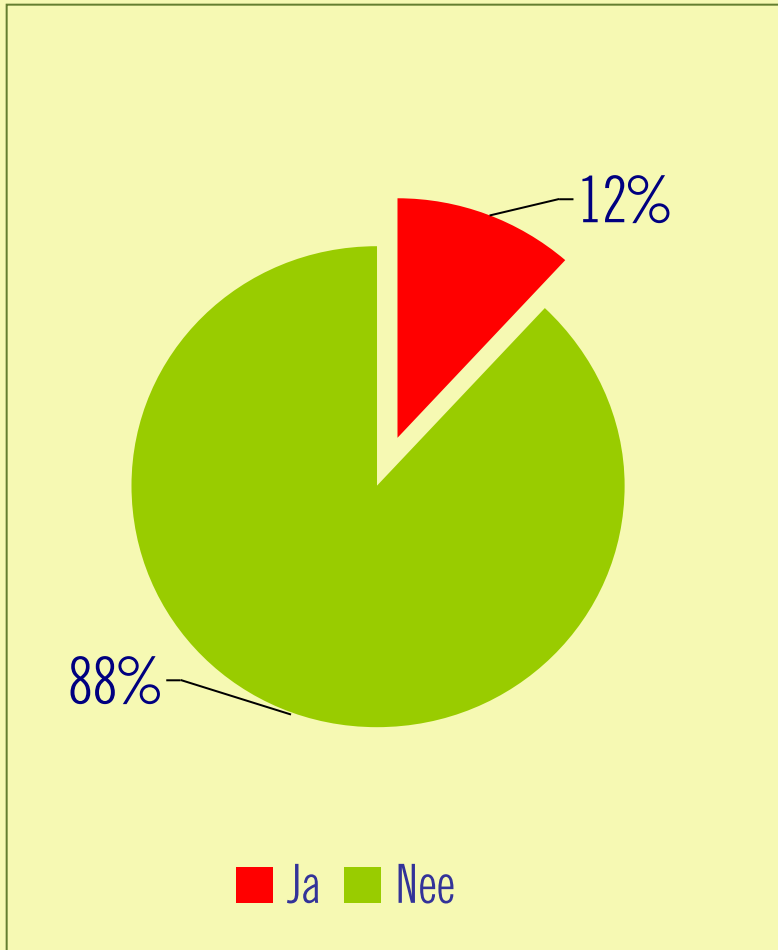
Doelstellingen

- Het doel van deze studie bestaat erin een evaluatie te maken van de consultaties bij helderzienden, genezers en paranormaal begaafden door de consumenten.
- Deze studie wil de federale, communautaire en gewestelijke beleidvoerders en de onderwijssector informatie verstrekken over de bekendheid van het fenomeen, de perceptie ervan, alsook over de motieven en het gedrag van de consumenten.

Methodologie

- Kwantitatieve studie
 - 601 interviews, telefonisch afgenomen van jongeren van 18 jaar en ouder in België in juli 2007.
 - Aselecte gelaagde gecorrigeerde steekproef (voor het globale resultaat).
 - De resultaten hebben een gepaste statistische verwerking ondergaan.
 - De totale foutmarge op de steekproef bedraagt 5%.
 - Enkel de betekenisvolle resultaten worden voorgesteld. Elke gegeven werd echter geanalyseerd in functie van het geslacht, de leeftijdsgroepen, de taalgroep, de grootte van het gezin (van vrijgezel tot meer dan vijf personen), de locatie (Brussel, Vlaanderen, Wallonië), de sociaalprofessionele categorie, de status van de geïnterviewde (hoofdverantwoordelijke voor de aankopen of niet, huurder of eigenaar), de aanwezigheid van kinderen in het gezin.

Het bijgeloof



➤ Bent u bijgelovig ?

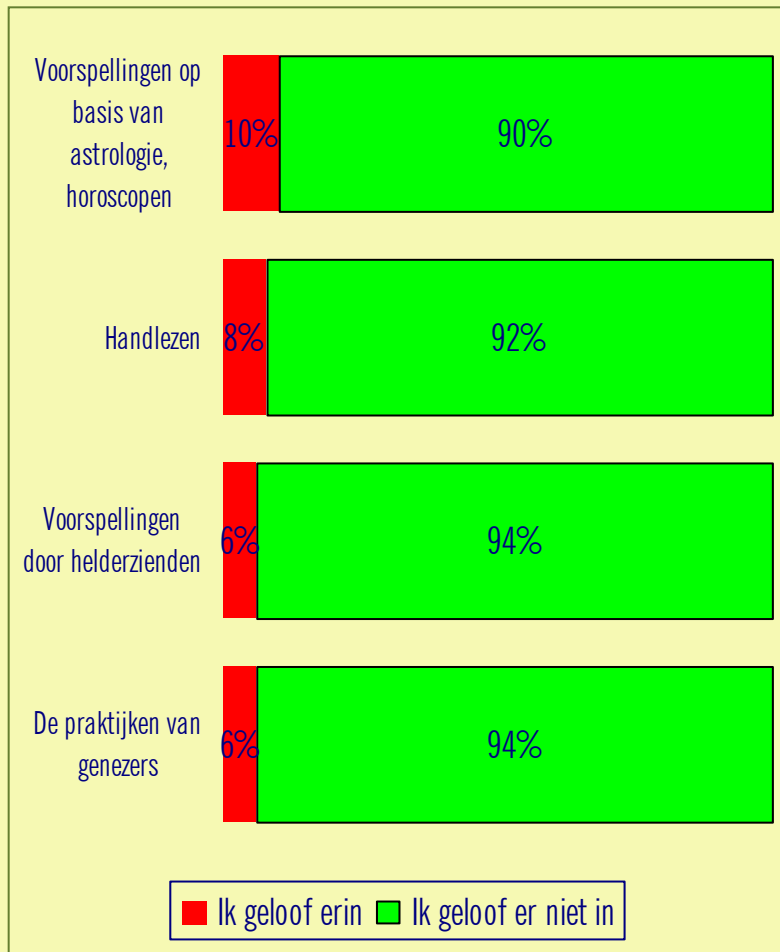
- Meer dan 1 op de 10 consumenten verklaart dat hij/zij bijgelovig is.

Basis : (alle) respondenten.

Verskil volgens profiel

Meest bijgelovig	Minst bijgelovig
<p>Hebben al een helderziende geraadpleegd (31%)</p> <p>Waalse landelijke gemeenten (28%)</p> <p>Vlaamse landelijke gemeenten (25%)</p> <p>30-39 jaar (21%)</p> <p>Hoge sociale groepen (18%)</p> <p>Vrouw (15%)</p> <p>Wallonië (14%)</p> <p>Koppel en gezin met 1 kind of 2 kinderen (14%)</p>	<p>Lage sociale groepen (1%)</p> <p>40 jaar en ouder (7%)</p> <p>Man (9%)</p> <p>Brussel (9%)</p> <p>Grote gezinnen (9%)</p> <p>Vrijgezel (9%)</p>

Het geloof in paranormale verschijnselen



➤ Hierna volgt een reeks verschijnselen. Aan u telkens de vraag of u erin gelooft of niet.

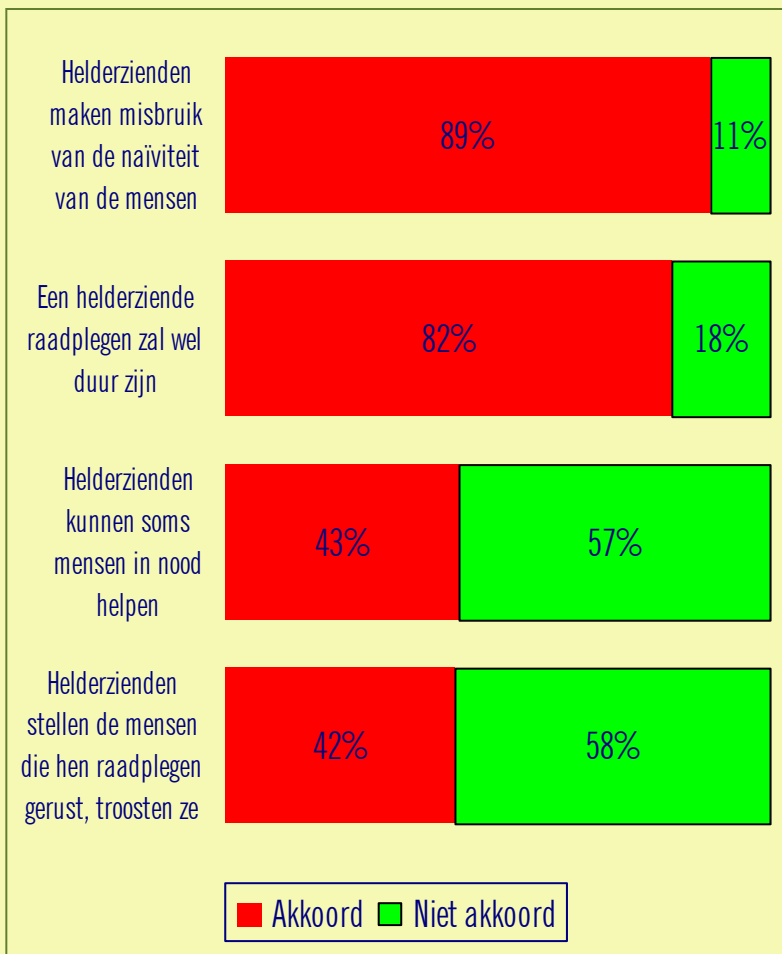
- 1 op de 10 consumenten gelooft in astrologische voorspellingen en horoscopen.
- Minder dan 1 op de 10 gelooft in handlezen, in de voorspellingen door helderzienden of in de praktijken van genezers.

Basis : (alle) respondenten.

Profiel van de 'believers' per soort verschijnsel

- **De voorspellingen op basis van astrologie, horoscopen (10%)**
 - Vaker vrouwen dan mannen, woonachtig in Vlaanderen of in de Waalse landelijke gemeenten, 18 tot 39 jaar, behorend tot een gezin met 3 personen of vrijgezel, behorend tot de gemiddelde sociale groepen en tot de mensen die zeggen dat ze bijgelovig zijn.
- **Handlezen (8%)**
 - Evenveel mannen als vrouwen, woonachtig in Vlaanderen of in de Waalse landelijke gemeenten, jonger dan 39, behorend tot een koppel en tot de mensen die zeggen dat ze bijgelovig zijn.
- **De voorspellingen door helderzienden (6%)**
 - Vaker vrouwen dan mannen, zowel Franstalig als Nederlandstalig, vaak woonachtig in de landelijke gemeenten, 18 tot 39 jaar, behorend tot een gezin met 3 personen en meer, tot de gemiddelde sociale groepen en tot de mensen die zeggen dat ze bijgelovig zijn.
- **De praktijken van genezers (6%)**
 - Vaker mannen dan vrouwen, Nederlandstalig, vaak woonachtig in de landelijke gemeenten, ouder dan 50, behorend tot de mensen die zeggen dat ze bijgelovig zijn.

De perceptie van helderziendheid

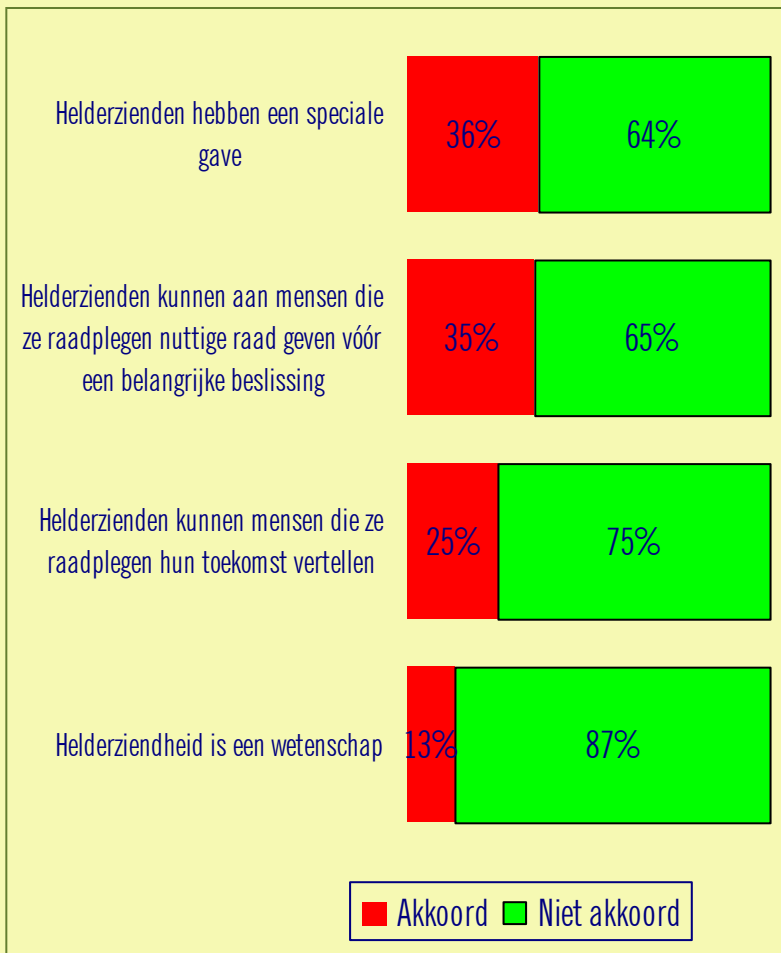


➤ Hierna volgt een reeks uitspraken. Aan u de vraag of u ermee akkoord gaat of niet.

- Voor het grootste deel krijgen de helderzienden een slecht rapport. 9 op de 10 consumenten vinden dat ze misbruik maken van de naïviteit van andere consumenten en dat consultaties wel duur zullen zijn.
- 4 op de 10 consumenten denken dat helderzienden bijstand en troost kunnen bieden aan mensen in nood of mensen die hen raadplegen.

Basis : (alle) respondenten.

De perceptie van helderziendheid



➤ Hierna volgt een reeks uitspraken. Aan u de vraag of u ermee akkoord gaat of niet.

- Nauwelijks 1 op de 3 consumenten denkt dat helderzienden een gave hebben en dat ze aan de mensen die hen raadplegen een nuttig advies kunnen geven voordat die een beslissing nemen.
- Minder dan 1 op de 10 consumenten is van mening dat een helderziende de toekomst kan onthullen en dat helderziendheid een wetenschap is.

Basis : (alle) respondenten.

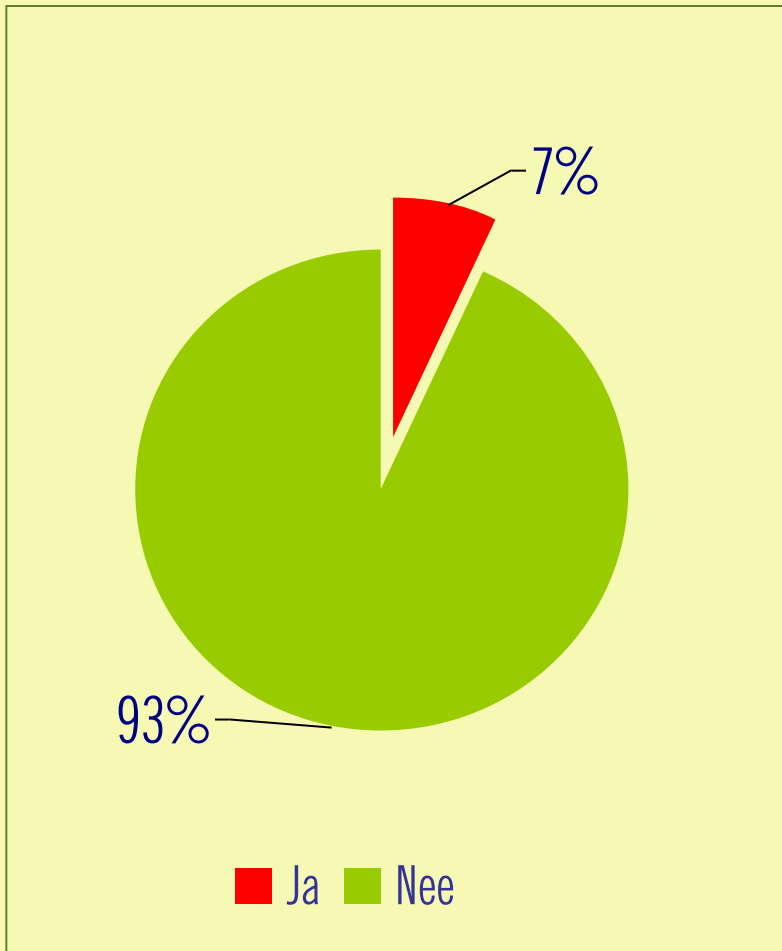
Perceptie van helderziendheid

- **Helderzienden maken misbruik van de naïviteit van de mensen (89%)**
 - De vrijgezellen, 40-49 jaar, de hoge sociale groepen gaan talrijker akkoord met deze stelling.
- **Een helderziende raadplegen moet wel duur zijn (82%)**
 - De Walen, de Franstaligen en de vrijgezellen zijn talrijker die mening toegedaan.
- **Helderzienden kunnen soms mensen in nood helpen (43%)**
 - Vrijgezellen, Nederlandstalig, ouder dan 65, woonachtig in de landelijke gemeenten delen talrijker die mening; hetzelfde geldt voor de mensen die al een helderziende geraadpleegd hebben.
- **Helderzienden bieden geruststelling, troost aan de mensen die hen raadplegen (42%)**
 - De hoge sociale groepen, 40- tot 49-jarigen en de inwoners van de Vlaamse steden denken vaker dat helderzienden die rol spelen, net als de mensen die al een helderziende geraadpleegd hebben.

Perceptie van helderziendheid

- **Helderzienden hebben een speciale gave (36%)**
 - De 30- tot 39-jarigen denken talrijker dat helderzienden een speciale gave hebben.
- **Helderzienden kunnen aan de mensen die hen raadplegen nuttig advies geven voordat ze een belangrijke beslissing nemen (35%)**
 - De vrijgezellen, Nederlandstalig en ouder dan 65 jaar delen vaker die mening, vooral wanneer ze op het platteland wonen.
- **Helderzienden bieden de mensen die hen raadplegen een blik op hun toekomst (25%)**
 - De 30- tot 39-jarigen denken talrijker dat helderzienden hun toekomst kunnen voorspellen, net als de mensen die al een helderziende geraadpleegd hebben.
- **Helderziendheid is een wetenschap (13%)**
 - De 30- tot 39-jarigen denken talrijker dat helderziendheid een wetenschap is.

Ervaring met helderziende

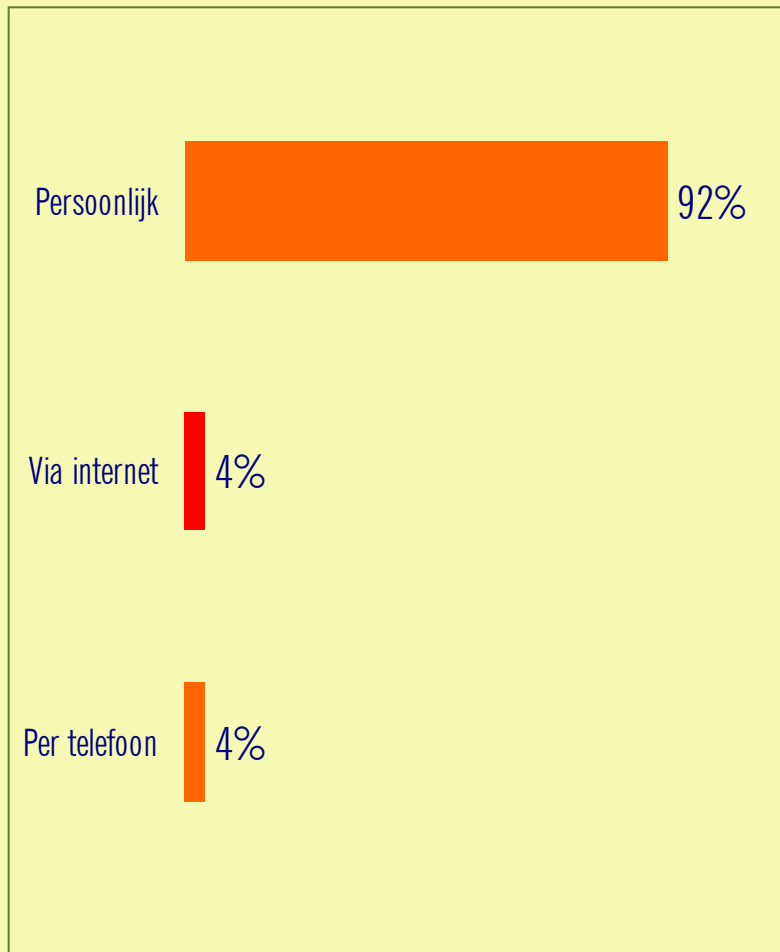


➤ Hebt u al ooit een helderziende geraadpleegd ?

- Nauwelijks 7 op de 100 consumenten verklaren dat ze al een helderziende geraadpleegd hebben.
- Dit percentage stijgt naar 15% onder de 30-tot 39-jarigen, naar 17% in de Waalse of Vlaamse landelijke gemeenten en naar 20% onder de mensen die zeggen dat ze bijgelovig zijn.
- De vrouwen zijn iets minder talrijk (9%) dan de mannen (6%), en hetzelfde geldt voor de koppels zonder kinderen (11%).

Basis : (alle) respondenten.

Manier van raadplegen

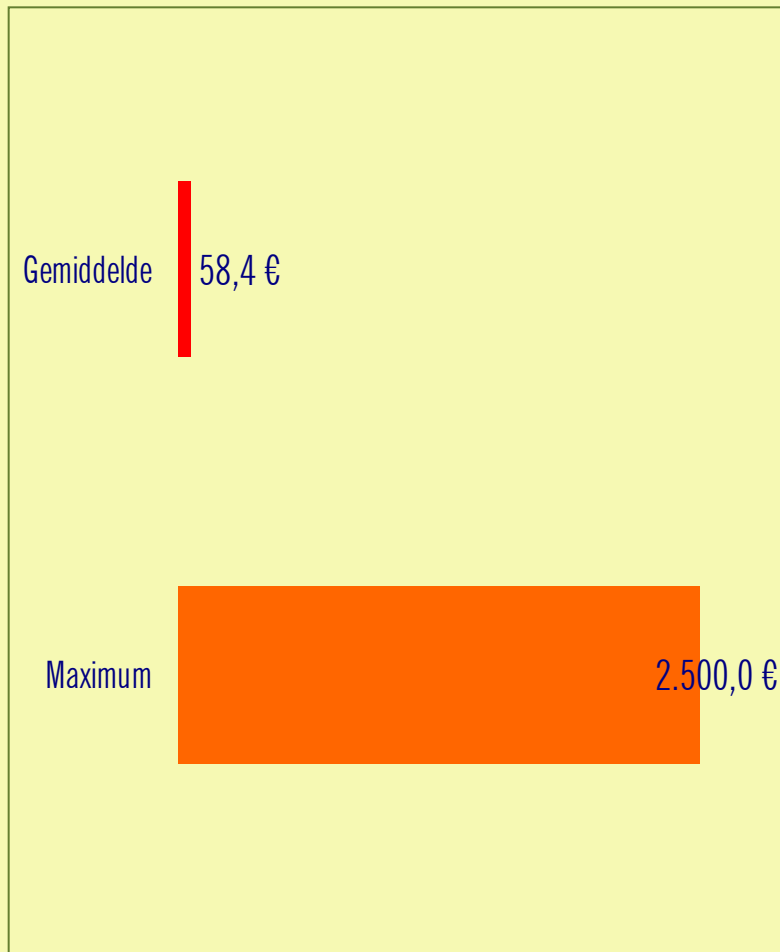


➤ Hoe ?

- In 9 op de 10 gevallen gebeuren de raadplegingen persoonlijk. Het internet en de telefoon worden weinig gebruikt.

Basis: hebben al een helderziende geraadpleegd

Prijs van de raadpleging



➤ Hoeveel hebt u betaald voor de recentste raadpleging?

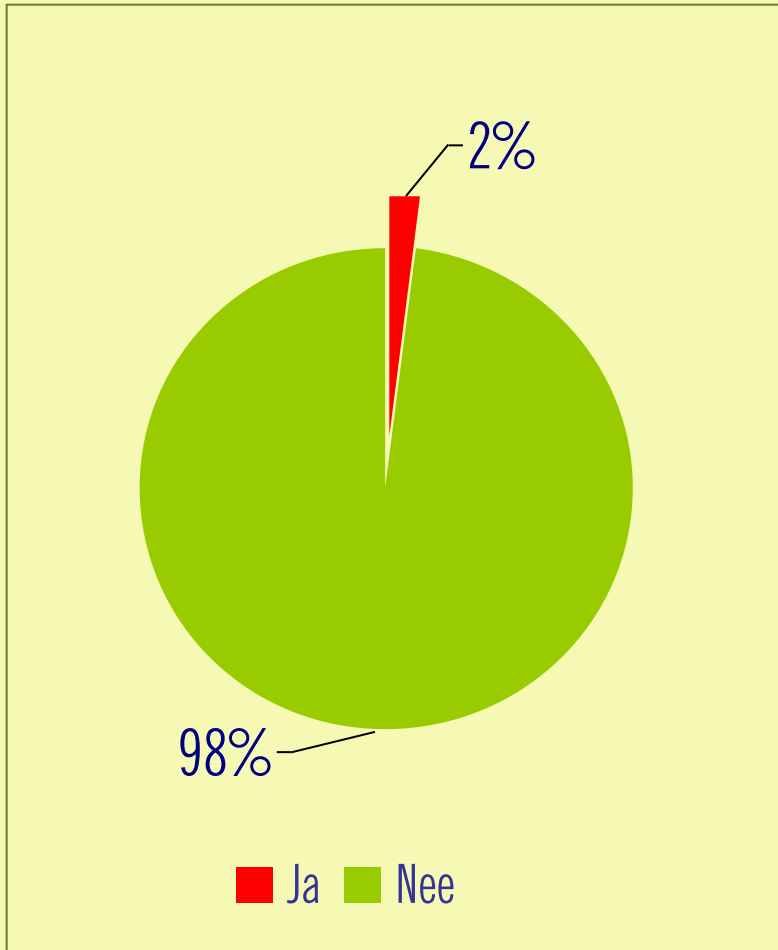
- De klanten van helderzienden zeggen gemiddeld dat ze 58,40€ per raadpleging betaald hebben. Maar soms kunnen bepaalde raadplegingen wel tot 2.500€ per bezoek kosten.
- Merk op dat een eerste bezoek vaak gratis is of maar één symbolische euro kost.

Basis: hebben al een helderziende geraadpleegd

Achter de gemiddelde prijs voor een raadpleging gaan grote verschillen schuil

Laagste prijs	Hoogste prijs
Lage sociale groepen (2,80 €)	Wie al een genezer geraadpleegd hebben (71,80 €)
Man (6,60 €)	Vrouw (87,60 €)
Brussel (9,30 €)	Koppel zonder kinderen (104,40 €)
Vrijgezel (10,10 €)	Gemiddelde sociale groepen (150,20 €)
Huurder (15,20 €)	Bijgelovigen (180,70 €)
Nederlandstalig (16,30 €)	Wallonië (242,70 €)
Hoge sociale groepen (34,20 €)	Eigenaar (266,60 €)
	50-64 jaar (281,40 €)

Ervaring met genezer

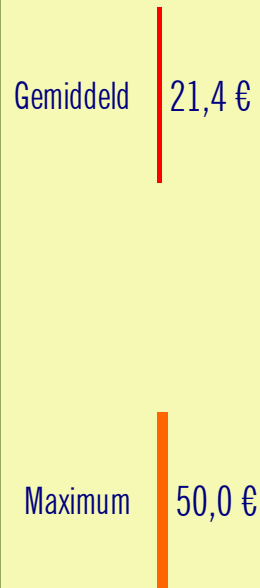


➤ Hebt u al een genezer geraadpleegd ?

- Nauwelijks 2 op de 100 consumenten zeggen dat ze al een genezer geraadpleegd hebben.
- Dat percentage stijgt naar 4% voor de 30- tot 49-jarigen, naar 9% bij de mensen die zeggen dat ze bijgelovig zijn en naar 12% in de Waalse of Vlaamse landelijke gemeenten of bij de mensen die al een helderziende geraadpleegd hebben.

Basis: (alle) respondenten (n <<).

Prijs van de raadpleging

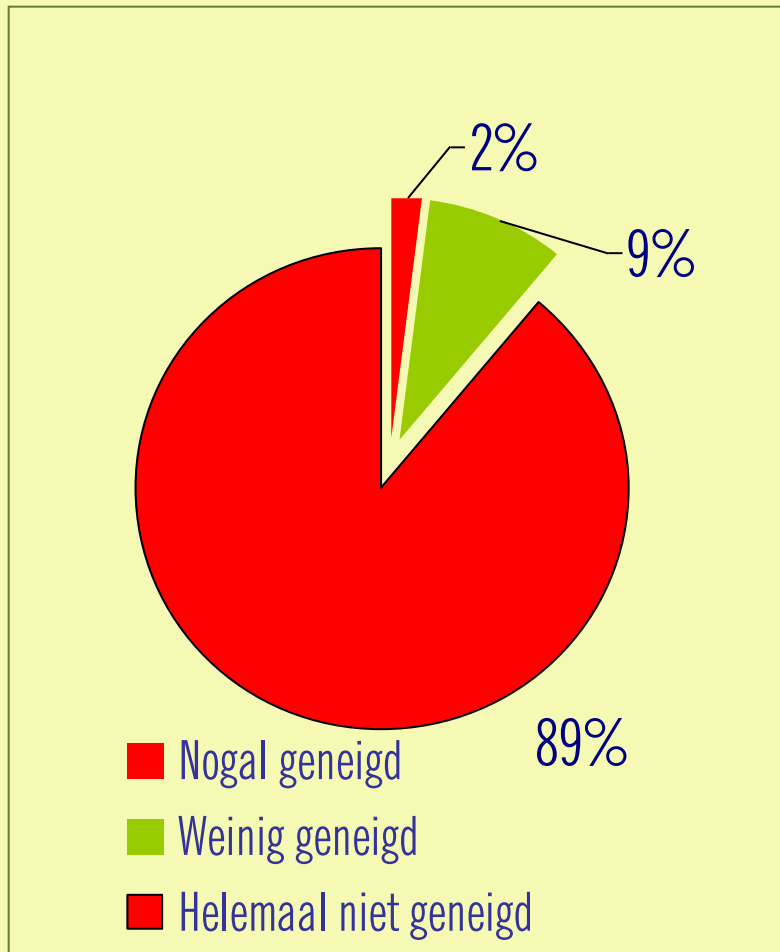


➤ Hoeveel hebt u betaald voor de recentste raadpleging?

- De klanten van genezers verklaren gemiddeld dat ze 21,40 € per raadpleging betaald hebben. Bepaalde raadplegingen kunnen soms tot 50 € per bezoek kosten.
- Merk op dat het eerste bezoek vaak gratis is of maar één symbolische euro kost.

Basis: hebben al een genezer geraadpleegd ($n < <$)

Intentie om in de toekomst een beroep te doen op een genezer



➤ Zou u ooit een genezer raadplegen ?

- Nauwelijks 2 op de 100 consumenten zeggen dat ze nogal geneigd zijn en 9 op de 100 zeggen dat ze maar weinig geneigd zijn om ooit een genezer te raadplegen.
- Er is dus duidelijk heel weinig belangstelling.
- De 18- tot 29-jarigen en de 40- tot 49-jarigen (4%) zijn iets meer geïnteresseerd, net als de inwoners van de Waalse (11%) en de Vlaamse landelijke gemeenten (6%).

Basis: hebben nog nooit een genezer geraadpleegd

Weinig ethische of transparante handelspraktijken

- Tal van helderzienden en genezers adverteren via kleine berichten in ongeadresseerde reclamebladen of via het internet. En de gebruikte methoden maken misbruik van de zwakte van de consument of zijn regelrecht consumentenbedrog. Een selectie uit de voorbeelden:
 - De raadpleging per telefoon staat als gratis aangekondigd, maar de oproep wordt gefactureerd voor meer dan één euro per minuut. De helderziende of de genezer zal de consument zo lang mogelijk aan de praat houden.
 - Een banner op het internet maakt reclame voor een gratis sessie bij een helderziende. De consument klikt op akkoord en ontvangt enkele dagen later een « analyse » in een esoterische taal die hem of haar aanraadt om « *uit die rampzalige kring van negativiteit te stappen en dat negatieve mediamieke milieu helemaal uit te schakelen... met behulp van een volledige, vertrouwelijke astrologische studie* ». Voor die studie moet natuurlijk betaald worden. Als de consument niet reageert, worden er meerdere herhalingen naar hem of haar gestuurd.

Weinig ethische of transparante handelspraktijken

- De verkooptechnieken zijn bijzonder agressief en misleiden de consument
 - **Voet tussen de deur:** Deze techniek bestaat erin een reactie van de consument te vragen op een eenvoudig verzoek, om daarna die consument te bestoken met vragen om een heel arsenaal aan esoterische diensten en producten te kopen.
 - **Het geruststellen:** Die techniek bestaat erin de consument gerust te stellen door hem/haar te laten geloven dat de aankoop die hij/zij gaat doen weinig risico inhoudt en dat hij/zij de verkoper mag vertrouwen.

Zo bedraagt de prijs van de diensten minder dan 50 euro en worden sommige diensten « gratis » of met een spectaculaire korting van 30 à 45 euro aangeboden bij aankoop van een ander product of dienst.

Er worden zelfs foto's van de helderziende(n) afgebeeld, ook al gaan bepaalde van zulke aanbiedingen uit van directe marketingbedrijven. De verkoper heeft (op die foto's) het uiterlijk van een sympathieke oma, die op haar actief al tal van « *directe voorspellingen, die al meer dan 100 maal gecontroleerd werden* » heeft staan. Als bewijs dat ze echt bestaat, wordt haar foto afgebeeld en zijn raadplegingen op afspraak mogelijk, ... maar om eventuele nieuwsgierigen te ontmoedigen wordt een wachttijd van ongeveer 6 maanden vooropgesteld.

Weinig ethische of transparante handelspraktijken

- **Het geruststellen:** Er staat geen enkel precies gegeven over het leven van de consument in het antwoord. « Dat is normaal », wordt erbij gezegd, want de helderziende wilde bepaalde aspecten van het persoonlijke leven van de consument liever niet op schrift zetten. Alles moet immers tussen ons (de consument en de helderziende) blijven. Brief na brief verandert het opschrift boven de handtekening: een vriend(in), uw vriend(in), uw toegewijde vriend(in).
- **Het getuigenis:** Die techniek bestaat in het citeren van lovende getuigenissen van mensen die op de consument gelijken en die (een) succes hebben gekend na de tussenkomst van de helderziende. Door het gebruik van getuigenissen probeert deze firma de consument te overtuigen van zijn efficiëntie. Hij gebruikt zelfs een specimen van een krant om zich voor te stellen.
- **Manipulatie van de gegevens:** Om de efficiëntie van hun voorspellingen te waarborgen, aarzelen de helderzienden niet om *iets ongelofelijks, heel verrassend en zelfs absoluut verbluffend voor te stellen. Iets dat hun psychische machten of krachten ontegensprekelijk en onomstotelijk zal aantonen en bewijzen.* In feite is dat bewijs niets meer dan een misleidend trucje.
- **Een goede zaak doen:** De aanbiedingen gaan vergezeld van een hele set voorwerpen, allemaal « heel nuttig »... en tegen betaling natuurlijk, maar met een sterke prijsvermindering aangeboden. De idee is om aan de consument te suggereren dat hij of zij deze goede zaak niet mag laten glippen. Maar de oorspronkelijk toegepaste prijzen komen niet overeen met echt evalueerbare prestaties.

Weinig ethische of transparante handelspraktijken

- **Analyse van de behoeften.** Die techniek komt erop neer dat tegenover de consument de antwoorden gesuggereerd worden die hij/zij verwacht. De verkoper gaat in twee stappen te werk. Bij een eerste contact vraagt hij op een onschuldige manier aan de consument om een korte vragenlijst te beantwoorden (geboortedatum, houder van huisdier of niet, dierbaarste wens, grootste zorg, geldproblemen of niet, verliefd of niet, familiale problemen of niet, ...).

Bij een tweede contact ontvangt de consument een beschrijving van zijn/haar verwachtingen (die hij/zij zelf heeft prijsgegeven via de vragenlijst). Zo krijgt de consument de indruk dat die verwachtingen ook positief ingelost zullen worden. Ieder nuchter mens zou daar gewoon eens om glimlachen, maar jammer genoeg zijn er heel veel consumenten die al te goedgelovig zijn en zich laten meeslepen in een spiraal van (almaar zwaarder wordende) betalingen in de hoop dat hun gekste dromen zullen uitkomen, terwijl ze eigenlijk gewoon worden uitgebuit door een postorderbedrijf.

Weinig ethische of transparante handelspraktijken

- De diensten worden voorgesteld in een voor de consument **onbegrijpelijk esoterisch jargon**:
 - Een gemagnetiseerde magische foto,
 - De Gouden Kaart,
 - Het grote maxi geluksritueel dat de krachten van de Gouden Kaart verhonderdvoudigt,
 - De Grote Persoonlijke Geluksstudie,
 - Een ritueel van personificatie dat toelaat om alles te zien, alles te weten van de consument en van het probleem dat hem/haar zorgen baart,
 - Een absorptieritueel dat tot doel heeft om het knagende kwaad dat het geluk in de weg staat, op te lossen,
 - De grote geleide vooruitblik op het geluk, die alles toont wat gedaan moet worden om te verkrijgen wat men wenst,
 - De kaart van de goddelijke weg, die uw astrale ziel in staat stelt om uit de zwarte kring van de centaur te stappen en in de gouden kring van de constellatie van de feniks herboren te worden,
 - De gids van persoonlijke kansen, die heel exact en precies alles aangeeft wat onontbeerlijk is om van elke minuut van uw nieuwe leven een minuut van geluk, plezier en genot te maken, en dit zowel op het vlak van geld, van geluk als van de liefde,
 - Het grote persoonlijke plan voor de terugkeer van het geluk.

Conclusies

- 9 op de 10 consumenten geloven niet in het paranormale en 8 op de 10 zeggen dat ze niet bijgelovig zijn. Die consumenten doen geen beroep op genezers noch op helderzienden. Ze verdenken ze van oneerlijkheid, van misbruik maken van de naïviteit van de andere consumenten en van het aanrekenen van hoge prijzen. Anderzijds erkent een minderheid dat helderzienden soms mensen in nood en mensen die hen raadplegen kunnen helpen.
- Aan de andere kant zijn de mensen die helderzienden en genezers gaan opzoeken uitsluitend terug te vinden onder diegenen die verklaren dat ze bijgelovig zijn en dat ze geloven in de astrologie, de horoscopen, het handlezen, de voorspellingen door helderzienden en de genezingen door genezers.
- 7 op de 100 consumenten hebben al een helderziende geraadpleegd en 2 op de 100 hebben al op een genezer een beroep gedaan. De gemiddelde prijs die betaald werd voor die raadplegingen, bedraagt 58 euro voor een helderziende en 21 euro voor een genezer. Achter dat gemiddelde gaan echter grote verschillen schuil: zo zijn er raadplegingen die tot 2.500 € kunnen kosten.
- De 'believers' zijn het vaakst vrouwen, 18 tot 39 jaar, woonachtig op het platteland en in landelijke gebieden en behorend tot de middenklasse. Ze denken dat de helderzienden hen steun kunnen bieden door ze gerust te stellen en te troosten, maar ondertussen laten ze zich misbruiken door oplichters en bedriegers, want de toegepaste handelspraktijken zijn hoegenaamd niet transparant.

Aanbevelingen

- De markt van de helderziendheid en ruimer gezien van het esoterisme is weinig gereguleerd en vanwege het specifieke karakter (de diensten worden vaak gepresteerd op een psychologisch moeilijk moment voor de consument of aarzelen niet om misbruik te maken van de zwakte van de consument), moet er een bijzondere omkadering komen, zowel op het reglementaire vlak (met meer transparantie in de handelspraktijken) als op het gebied van de controle.
- Want wanneer de consumenten misleid of bedrogen worden, zijn er maar weinig die dat melden, meestal omdat ze zich schamen over hun avontuur. Maar de toevlucht tot helderzienden en genezers wordt ook verklaard door een gevoel van alomtegenwoordige eenzaamheid en individualisme. Het is toch wel begrijpelijk dat wie van geluk, liefde, roem, geld enz. droomt, daarvoor tot alles bereid is?

Verantwoordelijke uitgever:
Marc Vandercammen

OIVO
Stichting van openbaar nut
ON 417541646
Paapsem laan 20 - 1070 BRUSSEL
Tel. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.oivo.be

Uitgave 2007
Catalogusreferentie – 868-07

D 2007-2492-81
©OIVO

Prijs: 27 €

Overnames voor niet-commerciële doeleinden toegelaten mits bronvermelding