

Geur is belangrijk, maar er vat op krijgen is een ander verhaal. Juist omdat geur zoiets emotioneels is, is het lastig er expert in te worden. Goed kunnen ruiken is geen kwestie van een goed ontwikkelde neus, maar van een goed getraind geheugen.

We spraken drie mensen die van ruiken hun levenswerk hebben gemaakt. Liefhebbers die dagelijks hun neus in zaken stoppen om ons leken, die vaak niet verder komen dan het ruiken van 'lekkere' al dan 'niet lekkere' geuren, bij te staan in hoe wij (willen) ruiken.

Een van die geurprofessionals is Tanja Deurloo, sinds 2007 eigenaar van Annindriya in Amsterdam. Deurloo is van huis uit chemicus en weet vanuit haar verleden als productinnovator hoe belangrijk geur is. Nu geeft ze geuradviezen aan bedrijven. Ziekenhuizen die hinderlijke luchtjes willen camoufleren bijvoorbeeld, of winkelketens die hun merk steviger willen positioneren. 'Geur kan onbewust veel informatie geven over een ruimte', legt Deurloo uit. 'In winkels kunnen associaties met schoon, verzorgd en gastvrij bijvoorbeeld heel gewenste kwaliteiten zijn. Mensen voelen zich prettig in zo'n geur, waardoor de kans groot is dat ze lang blijven.'

Geurenpaspoort

In 2009 breidde Deurloo haar bedrijf uit met een luxe parfumerie met niche-merken. Meer dan vijftien van die merken heeft ze inmiddels aan haar Annindriya Perfume Lounge verbonden. Deurloo: 'Allemaal puristen die zonder marketingverhaaltjes of schreeuwerige campagnes werken.' Voor de geïnformeerde liefhebber geldt de Perfume Lounge als het parfumparadijs. Voor de onwetende consument vaak het einde van een lange, kostbare zoektocht naar de juiste geur. Deurloo ziet het als haar taak om al die prachtige parfums zo goed mogelijk terecht te laten komen. 'En om de enorme rijkdom van geuren aan de consument te tonen', vult ze aan.

Op afspraak verzorgt zij in haar Lounge zogeheten Perfume Profiling waarbij ze samen met een klant binnen anderhalf uur een soort geurenpaspoort aanlegt. Daarin staat welke geuren in de smaak vielen. Deurloo: 'Veel mensen hebben de neiging om in hun comfortzone te blijven. Ze kiezen voor bekende geuren, die in hun herinnering liggen opgeslagen. Ik daag ze uit om ook andere dingen te ruiken en toon ze hoe ze daarmee kunnen spelen. Houtachtige, mannelijke geuren worden bijvoorbeeld vaak geassocieerd met besluitvaardigheid. Heel geschikt

Goed ruiken is geen kwestie van een goede neus maar van een goed getraind geheugen



Tanja Deurloo: 'Steeds meer kerels lopen rond met zo'n prachtig bloemenbouquet. Heel spannend vind ik dat.'