

WAAROM WÉL NADENKEN OVER EEN BEDRIJFSLOGO, MAAR NIET OVER EEN EIGEN BEDRIJFSGEUR? GEURSTYLIST JOANNE KLEIN WOLTERINK HELPT BEDRIJVEN HUN IMAGO TE VERSTERKEN MET EEN OP MAAT GECOMPONEERDE NATUURLIJKE GEUR. WAT KUNNEN GEUREN TOEVOEGEN AAN DE SCHOONHEIDSRANCHE?

De neus wil ook wat:

# HOE RUIKT HET IN UW SALON?

King's Road in de Londense wijk Chelsea. Al decennialang een bijzondere winkelstraat. De Beatles kochten er hun kleding. Nog steeds vind je er aparte schoenen en haute couture in overvloed. Overdaad lijkt er sowieso het handelskenmerk. Zoals in de winkel waar meerdere geursteamers afgelopen zomer hun werk deden. Ik wilde snel weer naar buiten, weg van dat massieve aroma. Wanneer ik deze ervaring noem tijdens het interview, veert Joanne Klein Wolterink op: "Dát kan ook gebeuren met geuren. Het kan te overweldigend zijn, te sterk. Je kunt het niet lekker vinden. Ik ben wel eens in sauna geweest waarbij ik dacht: ik ben hier weg."

## PRIKKELING

Het laatste dat Joanne wil bereiken met een geurcompositie, is overprikkeling van het reukorgaan. "De zintuigen worden al te vaak overprikkeld. Dit vind ik het ultieme: het zó doseren dat je het net wél ruikt - net niet ruikt. Mensen stappen bijvoorbeeld een beautysalon binnen, denken niks te ruiken, maar de geurmoleculen bereiken hun onderbewustzijn voordat ze het in de gaten hebben. En ze krijgen een lekker, ontspannen gevoel: heerlijk, ik laat me eens helemaal verwennen. Dat is wat je wilt bereiken." Volgens Joanne liggen de geurkansen direct achter de voordeur. "De entree is vaak letterlijk en figuurlijk de binnenkamer. Probeer die af te stemmen op de sfeer die je wilt overbrengen. In een salon of wellnesscentrum willen mensen ontspannen, ze willen rust of zich weer opladen. Bedenk het maar. Alles draait om beleving. En geur is een van de dingen die een meerwaarde kan geven aan dat belevingsgevoel. In salons heb je over het algemeen een ruimte waar je binnenkomt. Daar zetten mensen letterlijk de eerste stap over de drempel. Met andere woorden: wat je daar ziet, hoort en ruikt, bepaalt je allereerste indruk. Die indruk is van invloed op wat er verder met je gebeurt, en dat gebeurt vaak onbewust."

## OEROUDE SYSTEEM

De adviezen van Joanne reiken verder dan alleen geuren. "Ik kijk ook naar de samenhang van interieur, kleur, eventueel muziek én geur. Ik ben van de geurstyling, maar wat ik vaak zie binnen bedrijven is dat veel aandacht wordt besteed aan kleur, interieur en eventueel muziek. Bij de geur is echter helemaal niet stilgestaan. Terwijl het zó veel invloed heeft: ruikt iets goed, dan laat je een goed gevoel achter. Maar ruikt iets niet goed, dan komt men niet zomaar weer terug. Ze vindt het jammer dat het reukorgaan een ondergeschoven kindje

is geworden. "Ik heb de indruk dat we vergeten zijn dat we al onze zintuigen kunnen gebruiken. Onze ogen en oren zijn vanzelfsprekend, mits je kunt zien en horen. Want juist iemand die aan een van de zintuigen een handicap heeft, ontwikkelt vaak een ander zintuig sterker. Ook bij de tastzin, het voelen van dingen, staan we niet altijd stil. Misschien heeft het met onze westerse cultuur te maken, die erg gericht is op beelden." Naast ons visuele vermogen is ruiken echter het belangrijkste zintuig, stelt Joanne. "Terwijl we ons daar eigenlijk niet van bewust zijn. We zien de hele dag van alles, maar we ruiken de hele dag nog veel meer. Heel simpel: wat je ruikt, gaat via de neus rechtstreeks naar je limbisch systeem. Dat is het oeroude systeem waarin al onze herinneringen, gevoelens en emoties opgeslagen liggen - herkenning dus ook. Vóóordat jij gewaar bent dat je iets ruikt, heb je al wat geroken. Onbewust geef je daar gehoor aan: je krijgt een gevoel, verandert je gedrag, herinnert je iets."

## AROMATHERAPIE

Hoe word je eigenlijk geurstylist? Niet van de een op de andere dag. Ook voor Joanne Klein Wolterink (48) was het een lange weg, die al begon tijdens haar jeugd in de Achterhoek. "Ik ben opgegroeid op het platteland. Als kind had ik al een fascinatie voor alle geuren in de natuur." Tijdens haar loopbaan in de ziekenverzorging kwam ze in contact met de natuurlijke gezondheidszorg, met homeopaten, natuurgeneeskundigen en orthomoleculaire artsen. "Hun visie sprak mij aan. Ik heb mij daarin verdiept en daarna de Academie voor Massage en Beweging gedaan, in Amsterdam. Vervolgens heb ik twaalf jaar een eigen praktijk gehad als natuurgeneeskundig massage- en bewegingstherapeut, in Brabant." In die praktijkperiode ontdekte ze steeds meer over geuren. "Tijdens de opleiding had ik letterlijk al gesnuffeld aan aromatherapie en etherische oliën. Daar was ik meteen door gefascineerd. Ik dacht: dit wil ik. Toen heb ik de hbo-opleiding aromatherapie gevolgd. Tijdens mijn praktijkvoering was aromatherapie altijd een onderdeel van de therapie. Aromatherapie is ook genieten van geuren. Het kan zoveel toegevoegde waarde geven in je leven. Geuren omringen ons dagelijks. Je kunt er zo mooi mee werken, ook buiten een behandelsetting. Dus ik begon cursussen te geven, presentaties. Ik bleef me continu verder ontwikkelen door seminars te volgen op het gebied van etherische oliën, geuren en parfums. Ik heb me echt verdiept in de natuurlijke parfumerie."

## COMPONEREN MET GEUREN

Zeven jaar geleden besloot ze te stoppen met haar praktijk en zich te vestigen in Amsterdam als geurstylist. "De term 'geurmarketing' wordt vaker gebruikt dan 'geurstyling'. Maar dat laatste is wat ik doe: zoals je een ruimte, een interieur kunt stylen met meubels en met kleur, zo style ik ruimtes met een geur. Ik werk daarbij alleen met natuurlijke grondstoffen. Zo heeft moeder natuur het bedoeld. Als je werkt met geuren en je werkt op gevoel, vind ik het belangrijk dat je dat op een natuurlijke manier doet zonder synthetische middelen." Ze legt uit hoe ze te werk gaat. "In grote lijnen: ik ga naar een bedrijf en kijk wat ze willen. Ik kan adviseren om met eenvoudige oliën te werken, maar dan wel met afwisseling. Bijvoorbeeld door de seizoenen te volgen. In de herfst heb je behoefte aan iets anders dan vocht, hout en aarde. Die geuren overheersen dan al. Mensen verlangen in het najaar vaak terug naar de zomer. Dan kom je uit

bij het bloemige,



het zonnige. Bijvoorbeeld bij lavendel of bergamot. In de winter - vooral als het echt koud is - werk je met warme geuren, bijvoorbeeld kruidengeuren. In de zomer heb je behoefte aan verkoeling, iets fris. Dan kom je uit bij munt, bij citrusgeuren. Dennengeur kan ook heel lekker zijn in de zomer." Ze kan echter ook een eigen compositie maken, een geur op maat. "Ik heb hier ongeveer 150 verschillende etherische oliën. Daar componeer ik mee. Je kunt heel mooi een bos rozen op tafel zetten, bijvoorbeeld rood of wit. Maar je kunt ook een boeket maken, met groen blad, met nog een andere kleur. Dat is eigenlijk wat ik doe met geuren: ze met elkaar mengen, tot een mooi boeket ontstaat. In een geurcompositie vermeng ik meestal drie tot acht verschillende etherische oliën. Ik kan de geur afstemmen op een bedrijf, een ruimte, een thema of de mensen die er werken."

## DRIE GEURONTWERPEN

Dit is niet iets dat in een paar dagen is gepiept. "Als ik echt een geur ontwikkel, kun je het traject vergelijken met het ontwikkelen van een bedrijfslogo. Ook qua prijs. Ik begin altijd met een inventarisatie. Ik laat mensen ruiken. Ik kom vervolgens met drie verschillende geurontwerpen. Een van de drie zit meestal in de goede richting. Op gegeven moment zeg ik: 'Test het maar'. Dan geef ik een steamer mee, om het ter plekke uit te proberen. Dat evalueren we daarna." De compositie van een eigen geur kan zich uitstreken over een periode van vele maanden. "Nadat ik een geur heb ontwikkeld, heeft die een paar weken nodig om te rijpen. Het moet even staan. Ook als ik iets aan de formule verander, vergt dat weer twee tot drie weken. De moleculen moeten in elkaar gaan haken en één mooie verbinding vormen. Ik ga net zo lang door tot het bedrijf tevreden is." Aansluitend doet ze nog een aanbeveling over de wijze waarop de geur het best kan worden verspreid. "Er bestaan allerlei begeuringsapparaten, van eenvoudige steamers die je overal kunt neerzetten tot prachtige fontein of geurzulen. De prijzen variëren. Ik lever zelf die geurapparaten niet, want ik wil onafhankelijk blijven. Maar ik geef wel advies. In een ruimte van twintig tot 40 m<sup>2</sup> kun je met een eenvoudige steamer werken. Of met twee steamers die je in de hoeken neerzet. Vaak denken we een beetje Nederlands: hoe meer, hoe beter. Maar zo werkt het dus niet met etherische oliën. Bovendien: in deze tijd zijn zoveel mensen overgevoelig of zelfs allergisch voor geuren. Daarom hou ik van subtiliteiten."

Voor meer informatie: [www.geurwerkt.nl](http://www.geurwerkt.nl)



TURKSE ROZENOOST. TURKIJE IS EEN VAN DE LANDEN WAAR ROZEN WORDEN GETEELD VOOR DE ETHERISCHE OLIE. VAN DE VEELHOUDERD SOORTEN ROZEN DIE BESTAAN ZIJN ER VIJF DIE ETHERISCHE OLIE KUNNEN GEVEN." LEGT JOANNE UIT. "EEN DAARVAN IS DE ROSA DAMASCENA EN DIE GROEIT IN TURKIJE, BULGARIJE EN MAROKKO. IK HEB NU VIJFTIEN JAAR EEN SAMENWERKINGSVERBAND MET EEN FABRIKANT IN TURKIJE DIE ROZENOLIE DESTILLEERT. IN DE REGIO ISPARTA, IEDER SEIZOEN ZIT IK DAAR EEN NEEK OF ZES, IN MEI EN JUNI. IK LEID DAAR MENSEN ROND GEEF SEMINARS VOOR PROFESSIONALS MAAR OOK WORKSHOPS VOOR LEKEN. DIE KUNNEN DAAR VAN A-TOT-Z ALLES MEEMAKEN, VAN DE PLUK TOT HET DESTILLEREN. DAAR LIGT ECHT MIJN BEZIELING."