

Leeuwarder Courant 14-09-2007

Geur is vooral refereren aan herinnering

DENEKAMP - In een mensenleven komen miljoenen commerciële uitingen op een individu af, bijna alle visueel. Daar sluiten we ons voor af, maar de meest indringende boodschappen snuiven we op via onze neus en vergeten die niet. Want geur is vooral herinnering. Voor organisatieadviseur Eric Driessen van het horeca-adviesbureau Foodstep is geur zo'n indringend medium, juist omdat het refereert aan herinneringen. De geur van het blauwe doosje Nivea is ijzersterk en onmiddellijk herkenbaar voor bijna iedereen, zo demonstreerde hij tijdens een bijeenkomst in Denekamp van de plattelandsonderneming Rode Wangen. Wellicht dat daarom stadsmensen bij de geur van ouderwetse stalmest een warm gevoel van vroeger krijgen, maar de huidige drijfmest verafschuwen. Natuurlijk het ruikt niet lekker, maar de stedeling heeft er ook geen herinnering aan. Driessen beproefde vooral geuren van sterke geurmerken, zoals Dampo en Zwitsal. Zonder die geur waren ze nooit zo sterk geworden, stelde hij vast. Elk tijdperk heeft zo zijn geuren, stelde hij vast. Zo hoort bij de jaren dertig van de vorige eeuw van de boerderij en bij 1960 de geur van gras, gemaaid gras uit het voor- of achtertuintje van de stedeling. Daarmee is geur ook een probaat middel om mensen in een stemming te brengen. Wie erin slaagt in een warenhuis 's winters zomerse geurtjes te laten overheersen, kan zwemkledij verkopen. En ook tweedehands auto's ruiken naar nieuwe, dat wil zeggen er heerst een leerachtige lucht, die de indruk van nieuw geeft. Al zit er zelden leer in moderne auto's. Psycholoog Ton Teerling benadrukte het herinneringsaspect van geur nog eens. Want op zich is geur een vrij lomp instrument, dat niet eens emoties maar aan instincten aanspreekt. Eerst wegwezen dan pas kijken, zo kenschetste hij de functie van het reukvermogen. In woorden vallen geurbelevingen vaak amper uit te drukken, wel in herinnering. Hij demonstreerde hoe een vleugje menthol aan een staafje gedrenkt in kaneelolie, na het ruiken aan een puur kaneelolie-monster, bij de ruiker de mentholgeur laat overheersen. Mits de proefpersoon eerste het staafje met kaneelolie en een snuffje menthol heeft geroken. Die menthol herinnert hij zich en laat de sterkere kaneelolie krachteloos achter. Wellicht dat geuren door hun invloed op onderbewustzijn daarom zo'n sterk effect op ons hebben, maar ook op elkaar. Kok Angélique Schmeinck demonstreerde hoe geuren elkaar beïnvloeden. Ze maakt er in een haar kookspel bijna personen van: geuren die elkaar liefhebben, verleiden en afstoten. Maar daardoor slaagt ze er wel in met eenvoudige middelen simpele groenten als wortels tot een bijzondere eetervaring te maken. Door Nico Hylkema