

# Geur

BELEVING IN DE  
PUURSTE VORM

# marketing



Beleving is een belangrijk thema in de horeca, en daarbij gaat het niet meer alleen om de aankleding, goede bediening en lekkere hapjes. Ook geur heeft een zeer belangrijke impact. ScentAir speelt hier op in met op maat gemaakt advies en een keuze uit ruim zestienhonderd geuren. “De juiste geuren versterken direct de sfeer, beleving en uitstraling van een horecazaak.”

Tekst **Sophie Pereboom**

In het buitenland is het bewuste gebruik van geuren in de horeca al zeer gewoon. In landen als Spanje en Italië kun je geen kroeg, restaurant of wijnbar binnenlopen zonder direct de aanwezige geur op te merken. Nu in Nederland dit fenomeen eveneens voet

aan de grond krijgt, gaan ook landelijke horecazaken overstag. Maar het is niet altijd zo simpel als gedacht. “Geurmarketing is niet zomaar een lekker luchtje de ruimte in sprayen”, vertelt Sander Schaap, oprichter van ScentAir Nederland. “Wij koppelen de juiste geur aan het concept

van onze klant. De geuren die we maken beïnvloeden niet alleen direct de sfeer; ze versterken ook de beleving en de uitstraling van de horecazaak.” Een juiste combinatie van ambiance en geur kan ervoor zorgen dat bij een bezoek aan een horecagelegenheid alle zintuigen worden geprikkeld. “Op die manier krijgen gasten een totaalbeleving, waardoor ze zich prettiger voelen, de locatie beter zullen onthouden en ook langer zullen blijven.”

**Geur op maat** Door het ruime assortiment van zestienhonderd aroma's, kunnen horecazaken samen met ScentAir veel verschillende emoties en gemoedstoestanden oproepen. “Met frisse citrus-

en muntachtige geuren bereik je een opwekkende en verkwikkende sfeer. Met een zachtere optie als vanille of lavendel kun je juist een geruststellende omgeving creëren”, legt Schaap uit. Als een horeca-ondernemer ScentAir inschakelt, wordt altijd eerst gekeken of er al een (ongewenste) achtergrondgeur aanwezig is. “Is er een bepaalde geur die we moeten wegwerken, moet de rookruimte verfrist worden of zijn er geuren die voorheen door sigarettenrook verbloemd werden? Indien gewenst zetten we ook onze gepatenteerde Odor Neutralizer in, die we dan kunnen combineren met elke gewenste geur. Daarna gaan we aan de slag met verschillende ranges van geuren.” Hiervoor onderzoekt ScentAir onder andere wat het bedrijf wil uitstralen, wat de doelgroep is, hoe het interieur eruitziet en welke muziek er wordt gespeeld. Twee zaken die al gebruikmaken van de geuren van ScentAir, zijn restaurant Van Harte in Amsterdam en King Kong Hostel in Rotterdam. “Of neem Club Vie, de landelijk bekende Rotterdamse club waar ze alles in het werk



Ralf Kint van Van Harte in Amsterdam (boven) en Tony Carbonaro van Club Vie in Rotterdam, werken al samen met ScentAir.



‘Gasten voelen zich *prettiger* en *blijven langer* als het goed ruikt’



Sander Schaap, oprichter van ScentAir Nederland.

stellen om een modern totaalplaatje te creëren. Voor dit bedrijf hebben we, na overleg en het uitproberen van verschillende opties, ervoor gezorgd dat de geurbeleving precies aansluit bij het concept van de club.”

**Wisselende geuren** Klanten zitten niet vast aan een gekozen geur. “Horecazaken hebben vaak meerdere functies en trekken op verschillende tijdstippen verschillend soort publiek. Dan kan het zijn dat wij gebruik van meerdere geuren adviseren.” Een voorbeeld hiervan is Blender in Rotterdam. “Blender is overdag een kroeg, 's avonds een restaurant en 's nachts een uitgaansclub. Daartussen hanteert het bedrijf natuurlijk overgangsfasen. Zij hebben vijf verschillende geuren die worden afgewisseld om de verschillende uitstralingen te versterken.” De geuren worden vervolgens door een geavanceerd systeem gelijkmatig door de ruimte verspreid. Deze technolo-

gie kan ook in het al bestaande luchtverversingssysteem of in de airco worden aangebracht zodat het voor de gasten niet te zien is.

**Psychologisch** Er valt bij ScentAir geen uitgesproken favoriete geur aan te wijzen. Elke geur wordt na overleg gekozen en gekoppeld aan het individuele concept en de uitstraling. Wel zijn er populaire ranges die het goed doen, zoals warme houtgeuren met sandelhout of frisse citrus. “We willen onze klanten helpen om onderscheidend te zijn. De gast moet een positieve associatie krijgen bij een geur, zodat wanneer hij bepaalde tonen van de geur ook elders ruikt meteen het verband legt met het merk”, benadrukt Schaap. “Zoals je bij de geur van verse appeltaart direct aan je oma kan denken, is het natuurlijk prachtig als gasten direct aan jouw zaak denken als ze jouw geur ruiken.” Maar het werkt ook zonder ingewikkelde psychologische effecten. “Uiteindelijk willen we samen met de klant een totaalplaatje creëren waar de gast zich prettig bij voelt en waarvoor hij ook terugkomt.” [Scentyourbrand.nl](http://Scentyourbrand.nl)