

TIJD OM HET BED HOGERE EISEN OP TE LEGGEN

Op zoek naar de matras van de toekomst

07 NOVEMBER 2015 | Van onze correspondent Slaap Peter Vantighem

Ook al gebruiken we ze dagelijks intens, toch hebben Vlamingen weinig aandacht en geld over voor een goeie matras. Nochtans rijpt het besef dat een goeie nachtrust, op een gepersonaliseerde matras, een hogere prijs waard is. 'Slaap wordt hightech, Vlaanderen moet op de kar springen.'





DE CORRESPONDENTEN

VAN DE STANDAARD

Geen beter seizoen om over een nieuwe matras na te denken dan de herfst, wanneer de dagen korter worden en we meer tijd dan ooit spenderen in de slaapkamer, en in het warme bed.

De voorbije weken bestookten de grote merken ons met beelden van fraai uitziende bedden in idyllische omgevingen die wij nooit zullen betreden, zeker niet met *die* dame in

dat bed. ‘De zekerheid van het beste slaapcomfort’, belooft zo’n plaatje even lekker als nietszeggend. ‘Speciaal voor jou gemaakt’, staat uitdagend bij een bed dat in serie gemaakt lijkt. Elke advertentie belooft een nacht vol ongehinderde slaap, op voorwaarde natuurlijk dat u er *zo’n* budget voor over hebt.

Die subliminale marketing is nodig, want mensen geven niet graag geld uit aan een nieuwe matras. Zij hoort bij het comfortbudget, en dan scoren de auto, het salon, de merkenkledij, de vakantiereisjes en de dagelijkse pint hoger dan een dikke mat waarmee je je toch niet kan profileren bij vrienden of familie. Wie financieel krap zit, maakt niet om wat langer op een versleten matras te slapen. Wie slecht slaapt, ziet zijn matras niet meteen als schuldige.

1.500 liter zweet

‘Ik ben ervan overtuigd dat veel mensen geen nieuwe matras kopen omdat ze beschaamd zijn om hun oude, versleten matras te laten zien’, zegt een slaapspecialist. ‘Als we zien welke oude matrassen we dagelijks terugnemen, moeten we niet verbaasd zijn dat er zoveel pillen geslikt worden’, aldus slaapadviseur Rene Van Rossum. Hij rekent uit: als we een matras maar om de 15 jaar vervangen, is daar in die tijd 1.500 liter zweet ingegaan.

Mensen hebben geen vertrouwen, meent Philip Ghekiere, hoofd innovatie van de multinational Bekaert Textiles. ‘Ze weten niet wat de standaard is, lopen verloren in wazige omschrijvingen als “hard” en “halfzacht”, en worden meestal slecht begeleid door onkundige verkopers. Dus zijn ze bang om een goeie prijs te betalen.’

Is er een emancipatie van de matras nodig?

Dat is in ieder geval de ambitie van de beeldenstormers die ik, op zoek naar de matras van de toekomst, spreek. Het landschap telt aan de ene kant grote winkelketens die snel en oppervlakkig eenheidsmatrassen in alle maten en prijsklassen verkopen. Aan de andere kant staan de echte slaapspecialisten, die hun klanten met traag advies, een glas cava en testnachten ontvangen en hen duidelijk maken dat een goeie matras, waarop je een derde van je leven ligt, een hogere prijs waard is.

Het is een gevecht tussen globaal en lokaal. De matras is de nieuwste speler in de strijd tussen uniformisering en personalisering van onze omgeving.

Schuim

Ik ben te gast bij Pascal Mannekens, kinesitherapeut van opleiding en bedexpert van ontwikkeling. Hij is de auteur van het boekje *Rust voor je rug*, waarin hij van leer trekt tegen het visco-elastische schuim, ook wel ‘traagschuim’ of ‘geheugenschuim’ genoemd. Het schuim geleidt de warmte goed en wordt zachter onder invloed van de druk van het lichaamsgewicht, zodat het lichaam erin wegzakt en de wervelzuil onvoldoende steun krijgt, zegt hij. Dat beaamen veel specialisten.

Het nieuwe schuim kwam pas in 1990 op de markt en werd snel opgepikt in ziekenhuizen, waar het goed is voor patiënten met doorligwonden. Daarna veroverde het wereldwijd de kleinhandel. ‘Maar zonder een goeie ondersteuning krijgen we rugproblemen’, aldus Mannekens.

Om die reden, bevestigen me meerdere gespecialiseerde slaapwinkels, verkopen ze geen visco-elastische matrassen, zelfs al is het ‘verleidelijk om hiermee in zee te gaan, want het merk voert de marketing voor jou’.

Het tekent een nieuwe wind in de wereld van de slaapomgeving. We maken ons meer zorgen om onze slaap en tegelijk willen we onze levenskwaliteit verhogen. De tijd is rijp om aan het bed hogere eisen op te leggen.

Volgens de Britse slaapexpert Neil Stanley zijn de vijf criteria waarmee mensen vandaag een matras kopen: ze moet allereerst goedkoop zijn, zeker in de kamer passen, de juiste kleur hebben, stijlvol zijn en comfortabel. In die volgorde. ‘Goed’ zit niet in het rijtje, ‘gezond’ al helemaal niet. Maar dat verandert dus.

Bedexpert Mannekens demonstreert me een prototypische opstelling in zijn winkel. Ik moet uit de kleren en in een badjasje en word helemaal gescand. Daarna mag ik op een bed liggen waarvan de lattenbodem elektronisch manipuleerbaar is en een sensorenmat al mijn houdingen registreert. Alle gegevens samen in de computer moeten het mogelijk maken om een ‘hoog conformerend bed’ te kiezen, met een matras die mijn wervelzuil goed ondersteunt. Het is een samenwerking met Custom 8, een spin-off van de KU Leuven (biomechanica). Er is interesse bij grote, buitenlandse producenten, zegt hij.

Maar Mannekens ligt niet goed in het wereldje. Hij zegt onverdroten dat de helft van het matrassenaanbod op de markt niet voldoet en dat de industrie onvoldoende geïnteresseerd is in de gezondheid van de mensen. ‘Het probleem is dat er geen uniformiteit is om de kwaliteit van een matras te meten. Wat is nu precies een “softmatras”? Waarom maken ze geen onderscheid tussen mannen en vrouwen, die toch heel andere bekkens en schouders hebben? Er is niet eens een Europese consensus over “hardheid”! Hoe willen we dan dat de mensen hun weg vinden?’, zegt hij. ‘De klant weet best zo weinig mogelijk, dan koopt hij zijn matras snel en onwetend. Dus creëert de marketing een mistgordijn en kunnen de fabrikanten volume draaien.’

Houten plank

In het Cerm-laboratorium voor ambulante rugrevalidatie van het UZLeuven beoordeelt adviseur ergonomie Leen Vervaeke de rol die het bedsysteem speelt in de slaap- en rugproblemen van patiënten. ‘Ik vraag hen thuis een foto te nemen, met naakt bovenlijf, in zijligging. Zo zie ik of ze recht liggen. De schouders moeten meer doorzakken dan het bekken, dat opwaartse steun moet krijgen.

Vaak zie ik mensen die in een banaanhouding liggen. Dan adviseer ik een handdoek onder het bekken te leggen, of een latexplaat, wat goedkoop is en soms volstaat.'

De sector is in volle evolutie, bevestigt ze. 'Er was in de jaren 90 een professor in het revalidatiecentrum Pellenberg die zweerde bij een houten plank met een matje erop. Die visie toonde een bezorgdheid: als je doorzakt in je matras, lijdt je rug. Men ging toen uit van studies over de drukverdeling op de tussenwervelschijf en daarom werd een hard systeem aangeprezen.'

Een kwarteeuw later staan we een stuk verder, maar nog steeds wordt er nauwelijks aan preventie gedaan, en is de kennis bij het publiek gering. Geregeld krijgt Vervaeet patiënten die een 'doorhangmatras' kochten en kampen met pijn aan de nekspieren of in de onderrug. 'En er is te weinig onderzoek. Er is bijvoorbeeld geen wetenschappelijke studie die hard maakt of een slecht bed rugproblemen oplevert.'

Als dat wel bewezen zou worden, dan promoveert het bed in één klap van luxeartikel tot een medisch probleem, en eventueel ook instrument.

Vlaamse universiteiten onderzoeken wel kleinere facetten van het slaapsysteem. Vincent Verhaert lanceerde dit jaar zijn Equilli-systeem, de vrucht van een doctoraat in de biomechanica (KU Leuven). Volgens hem is de personalisering van onze comfortomgeving in volle opmars: 'Je ziet het bij auto's, in smartphones en bij bedden. Lattenbodems zijn door zo'n fase gegaan, maar vaak is hun effect niet meer voelbaar, omdat de matrassen de jongste jaren dikker zijn geworden.'

Zijn matras van de toekomst heeft drie moduleerbare zones. Die corresponderen met de schouders, de taille en het bekken. Voor elke zone zijn verschillende materialen en twaalf graden van hardheid te krijgen. Ook een toplaag, die niet voor de ondersteuning maar voor het gevoel zorgt, is in verschillende materialen te verkrijgen.

Verhaert wil zijn systeem over twee jaar in twintig Belgische winkels verkopen. Het personeel moet worden opgeleid, om mensen elektronisch te 'meten' via een sensormat om hun comfortzones in te vullen. Ik neem de proef op de som en wordt als M5-S10-L9 vastgelegd, met een ophoogplaatje in het kussen. In één minuut zit mijn matras, met koudschuimlaag bovenaan, in elkaar.

‘We leveren geen design, zelfs geen bed’, zegt Verhaert. ‘Haal dat waar u wil. We richten ons op mensen die klachten hebben, of vooral klachten willen vermijden. Qua prijs kunnen we niet concurreren met de massaproducten, maar wel qua service en expertise.’

Dampmachine

Vlaanderen heeft veel knowhow om de matras van de toekomst te helpen uitvinden. Het onderzoek aan verschillende universiteiten spoort met de innovaties die enkele grote bedrijven, zoals Bekaert Textiles, Deslee Clama, Latexco en Recticel, hier uitdenken. Verhaert: ‘Ik heb de stap van wetenschapper naar start-up kunnen zetten omdat verschillende toeleveranciers hun kennis wilden delen. Ze hebben, omdat ze al vaak samenwerken, de helikoptervisie die de producenten nog niet hebben.’

Bij Bekaert Textiles in Waregem zoekt Philip Ghekiere mee naar de matras van de toekomst. Zijn product is de tijk, het textiel dat rond een matras zit. Vroeger, zegt hij, moest die bekleding allereerst solide zijn. Nu proberen we de kwaliteit van de slaap te verbeteren.’

Zijn zorg is niet de zachtheid of de ondersteuning, maar de temperatuur en het vocht: ‘De mens is een dampmachine. Dat heeft een grote, moeilijk te regelen impact op de goeie slaap. We geven constant vocht en warmte af, en in het microklimaat onder ons dekbed is het belangrijk dat de tijk zo goed mogelijk ventileert. De warmte dient afgeleid te worden, en het vocht uitgedroogd.’

Ook hier heerst een groot geloof in de gepersonaliseerde matras, die op wetenschappelijke basis moet worden ontwikkeld. Bekaert levert, onder meer aan Equilli, een probiotische tijk, die ontwikkeld werd met de Gentse universiteit. Die overtrek bevat bacteriën die op een natuurlijke manier de secretie van de huisstofmijt opruimen en daarmee de bijhorende allergie wegnemen. ‘Door huismijtallergie moet je ’s ochtends hoesten en heb je rode en waterige ogen. Een kwart van de bevolking heeft daar last van, slechts 5 procent weet dat.’

Ghekiere droomt hardop van een ‘Flanders Sleep Valley’, een verregaande samenwerking tussen alle innovatoren, onderzoekers en grote bedrijven die er op een kluitje samen zitten. ‘Ik denk dat de overheid daar enthousiast over is. Slaap wordt hightech en daar moet het Nieuw Industrieel Beleid van Vlaanderen in meegaan.’

Hij denkt dat de race nog maar begonnen is. De matrassenmarkt, die in 2013 mondiaal een omzet haalde van 17,6 miljard euro, is in volle transformatie. Tegen 2020 zal de omzet 26,4 miljard euro bedragen, als gevolg van de bevolkingsaan groei en de migraties naar steden. Waar matrassen vroeger vooral een lokaal product waren, zijn ze nu vlotter exporteerbaar. België is zelfs de vierde grootste exporteur ter wereld, met vooral klandizie in Frankrijk en Nederland.

Gevoelig

Zullen de mensen die nieuwe matrassen willen betalen?

Matrassen kosten vandaag tussen 100 en 30.000 euro per stuk. Een Equilli kost nu 1.200 tot 1.800 euro. Dat is de prijs van een gemiddelde matras van een degelijk merk, maar in pakweg Ikea kost de duurste matras maar 700 euro. Kan het anders dan dat mensen daar gevoelig voor zijn, zeker wanneer de Hessing van Ikea ook de lamswol en paardenharen van de véél duurdere Vi-spring heeft?

Wanneer we ervan uitgaan dat we een matras 10 jaar gebruiken, dan betalen we voor een eenpersoonsmatras van 1.500 euro per nacht ongeveer 40 eurocent. Welnu, als u elke dag een yoghurtje (Activia) eet, zal u dat in die tien jaar bijna 6.000 euro kosten. Drinkt u dagelijks een pintje om de hoek, dan zal u dat 7.200 euro kosten. Maar een matras bevordert de slaap, en die maakt u aantrekkelijker, gezonder, intelligenter en gelukkiger.

Deel uw kennis en ervaring over slapeloosheid

peter.vantighem@standaard.be

‘De klant weet best zo weinig mogelijk, dan koopt hij zijn matras snel en onwetend. Dus creëert de marketing een mistgordijn en kunnen de fabrikanten volume draaien’

