

Strijd om de slaapervaring

HOTELS / Lang gaven hotels te weinig aandacht aan de kwaliteit van hun bedden. Maar nu hebben ze de commerciële kansen daarvan ontdekt.



In opmars in hotels: de *bed butler*



Ronddraaiend bed in het Burj Al Arab in Dubai



FreshBed in het Amstel Hotel in Amsterdam



In The Five Hotel in Parijs lijkt het bed, hangend aan dunne kabels, te zweven



Westin verkoopt het Heavenly Bed via zijn eigen site



Suite JDF met rvs-hemelbed in TownHouse Duomo in Milaan

Ivo Weyel

Barry van Doornewaard ligt op de grond van suite 302 in het Amstel Hotel. Hij laat de onderkant van het bed zien, glad als een spiegel – opdat de bedwantsen er niet in kunnen klimmen – én het filter dat het bed zuivert van allergie opwekkende bacteriën en schimmels. Dit FreshBed – een gepatenteerde eigen uitvinding, 100 procent made in Holland – reguleert via de afstandsbediening niet alleen het microklimaat, maar ook de temperatuur en het vochtgehalte door een ingebouwd ventilatiesysteem. De lakens voelen altijd knisperend aan en nachtelijk zweten behoort tot het verleden. ‘De airco kan dus uit in de kamer.’

Van Doornewaard verkoopt zo’n zestig FreshBeds (vanaf 11.000 euro) per jaar op de consumentenmarkt. En nu is hij op hoteljacht. Er woedt namelijk een beddenoorlog in de hotelbranche. Nadat hotels zich de laatste jaren voornamelijk hebben gefocust

op spraakmakend design en het verwerven van een überhip imago, daarbij het (slaap-)comfort veronachtzamd, lijkt het erop dat de hoteliers zijn teruggekeerd naar de basis van klassiek herbergierschap: de goede nachtrust. Daarmee is de strijd om het beste bed losgebarsten.

De Westin-hotelketen zag hier al in 1999 het belang van in en introduceerde het Heavenly Bed, dikker en zachter dan elk ander. En dat sliep niet alleen lekker, maar verkocht ook als een gek: sinds de introductie verkocht Westin via de eigen site niet minder dan 40.000 bedden (tussen 1.860 en 3.540 euro per stuk) aan tevreden gasten die zo’n bed ook thuis wilden hebben.

Hilton, Marriott, Sofitel, Sheraton, W-hotels, NH-hotels (‘Wij ontwikkelen en fabriceren niet alleen de bedden zelf, maar ook de matrassen,’ zegt Julia Bol, senior manager PR van onder meer de Benelux) – allemaal volgden ze dit lucratieve voorbeeld en kwamen met een eigen bed dat na een goede nachtrust, direct bij de receptie of on-

line kan worden besteld. Sofitel’s MyBed-bedden zijn op hun verkoopsite Soboutique zelfs goed voor 95 procent van de omzet.

Sinds kort is er een tweede slagveld bij gekomen: de strijd om de Super Premium Sleep Experience, zoals het wordt aangeduid, zijnde het superbéd, de slaapervaring non plus ultra, waarbij exclusiviteit de voornaamste aantrekkingsfactor is. ‘Suite 302 heeft in korte tijd al een trouwe klantenkring opgebouwd,’ zegt een woordvoerder van het Amstel Hotel. Ook hotel Merlet in Schoorl heeft een FreshBed aangeschaft voor zijn Klimduinsuite.

‘Het is opmerkelijk hoeveel hotelaanvragen we de laatste tijd krijgen,’ zegt Claudio Pedrazzi, de man die bij Hästens verantwoordelijk is voor de verkoop aan hotels. ‘De teller staat op ruim honderd, waarvan drie in Nederland: Stempels in Haarlem, Central Park in Voorburg en Canal House in Amsterdam.’

Met prijzen vanaf 6.800 euro is dat een forse investering voor hotels, want Hästens

geeft ze niet weg voor promotiedoeleinden. ‘Hotels betalen het volle pond,’ zegt hij, om het vervolgens enigszins af te zwakken: ‘Oké, misschien dat ze 100 euro korting krijgen, maar meer ook niet.’

Ook het toonaangevende Italiaanse meubelmerk MDF (Modern Design Furniture) ziet er brood in. In het nieuwe Milanese designhotel TownHouse Duomo prijkt hun eigentijdse variant van het hemelbed in rechthoekig roestvrij staal. ‘Het is een uitstekende manier om te peilen hoe het publiek erop reageert,’ zegt eigenaar en CEO Umberto Cassina.

De aandacht voor het bed neemt steeds meer bizarre vormen aan: letterlijk. Het Amsterdamse hotel De l’Europe heeft een rond bed met sterrenhemel (Provocateur Suite), in het Burj al Arab in Dubai draait het ronde bed zelfs langzaam rond, The Five Hotel in Parijs heeft een zwevend bed, en het Amsterdamse Lloyd Hotel kan een wel heel kinderrijk gezin (dan wel orgieminnend gezelschap) kwijt in zijn tienpersoonsbed.

En dan zijn er de *bed butlers*, die er alles aan doen om de gast in slaap te wiegen. Zij kunnen matrassen, kussens en beddegoed aan de wensen van de gast aanpassen. ‘We hebben een heel arsenaal aan producten in huis, je kunt het zo gek niet noemen,’ zegt Thomas Schmid, CEO van het chique Dolder Grand in Zürich. Maar ook zorgen voor de beste ‘slaapambiance’ is populair. De *bed butler* van het Parijse Peninsula licht toe: ‘Koekjes en warme melk bij het bed, zachte muziek, een slaapopwekkende bedspray, de juiste temperatuur, we doen alles voor een goede nachtrust.’

Op aanvraag hebben de Corinthia Hotels zelfs een Sleep Ritual Phone System, bestaande uit een koptelefoon met slaapverwekkende meditaties, richtlijnen voor moemakende houdingen en hypnotiserende plingplongmuziek. In het Sofitel Gendarmenmarkt in Berlijn hoeft je maar aan het touwtje naast je bed te trekken om Marlene Dietrich een slaapliedje te laten zingen. **E**

Het slaapt niet alleen lekker, het verkoopt ook als een gek