TEST-AANKOOP DOET SECTOR STEIGEREN

Kan een matras van 149 euro de 'beste koop' zijn?

Volgens een nieuwe test van Test-Aankoop is een matras van 149 euro de 'beste koop'. Een lattenbodem hoeft voor de consumentenorganisatie niet meer dan 12 euro te kosten. Veel fabrikanten reageren verbolgen op dat advies, zeker omdat Test-Aankoop zijn 'awards' sinds kort ook verkoopt.

PETER VANTYGHEM

Hoeveel betaalt u voor een matras? 200 euro, 900 euro? Volgens een recent Europees onderzoek kiest 42 procent van ons niet voor een exemplaar van boven de 500 euro. Wie meer wil uitgeven, kan tot 65.000 euro gaan. En je kan ook tot 29 euro zakken. Er zijn matrassen in alle prijzen en dus ook in alle kwaliteiten. Het probleem is dat bijna niemand de juiste prijs aan de juiste kwaliteit kan paren.

Wanneer we dus op een mooie winteravond Ikea-waarts trekken, is dat met het idee om zeker 20 minuten op de 'Morgedal' te gaan liggen. Die kost amper 149 euro, maar volgens Test-Aankoop is dit de 'beste koop' van het jaar. 149 euro voor een product dat tien jaar zou moeten meegaan, dat is 0,04 euro per nacht. Is er een aankoop die goedkoper is en toch zo'n wezenlijke invloed uitoefent op rug, geheugen, stemming en seksleven?

De Morgedal dus! Er zit een flauw stofje rond, het koudschuim voelt behoorlijk hard en niet warm aan, maar je kan erop slapen. In het vergelijkende klassement dat Test-Aankoop elk jaar opmaakt en dat dit jaar 38 matrassen oplijst, lees ik echter dat de Morgedal matige ondersteuning en vochtafvoer biedt. De Hovag pocketverenmatras, ook 149 euro en al evenmin een topper qua ondersteuning, is de andere 'beste koop'.

'Een goeie matras hoeft inderdaad niet duur te zijn. Daar staan wij voor', zegt Annelies Nauwelaerts van Ikea strijdlustig.

Maar daar is de sector het niet mee eens. 'Ondersteuning is de belangrijkste parameter', zegt Bart Haex, biomechanicus en slaapexpert verbonden aan de Universiteit Maastricht. 'Het is niet evident om dat zonder proefpersonen of geavanceerde modelleringstechnieken te testen.' Hij is niet de enige die zich vragen stelt bij de methodiek, interpretatie en weging van Test-Aankoop. De consumentenorganisatie voert daartegen aan dat ze objectiviteit nastreeft.

Is er een 'matrassenoorlog' aan de gang? Met de fabrikanten aan de ene kant en de consumentenorganisatie aan de andere kant, en het vertrouwen van de consument als inzet.

Ergernis

Het is geen toeval dat uitgerekend een matrassentest zoveel ergernis opwekt. De instapdrempel voor fabrikanten is laag, er zijn weinig objectieve productevaluaties en het wetenschappelijke onderzoek is erg beperkt. Zowel multinationals als kleine innovatoren ergeren zich aan consumentenbonden die hun producten testen met methodes die ze ervaren als 'totaal achterhaald' en 'foutief'.

'De testmethodes voldoen niet', zegt Erwin Vermeulen (Recticel). 'De matrassen met zachte toplaag scoren automatisch slecht. Duurzaamheid dient getest onder de juiste klimatologische omstandigheden. Ze houden geen rekening met de afwerking, die echter wel mee de prijs bepaalt.' Pascal Mannekens (Bedking): 'Wat betekent een score van drie sterren voor on-

dersteuning? Geldt dat voor een zware of een lichte mens? Wat is de invloed van bedbodem en hoofdkussen? Ik zeg u: alle testen voor visco-elastisch schuim zijn vals positief'.

Ik bel fabrikant na fabrikant en overal hoor ik hetzelfde : de selectie is niet-representatief, de testmethodes voldoen niet, de interpretatie van de cijfers evenmin. Omdat veel fabrikanten (en zelfs sommige retailers) hun eigen testapparatuur hebben, hebben ze hun eigen theorie over hoe getest moet worden. Sommigen pleiten voor eigentijdse technische testen, anderen menen dat paramedische inzichten moeten meespelen, de grootsten hebben ingenieursteams en werken met universiteiten samen.

Er wordt vanuit de productgroep 'matrassen' inderdaad erg gevoelig gereageerd op onze vergelijkende testen en publicaties, beseft Test-Aankoop.

Ik krijg uitleg. De organisatie maakt zelf een onafhankelijke selectie, koopt de geselecteerde matrassen anoniem aan en laat ze testen in een (geheim gehouden) laboratorium in het buitenland. Ze werkt samen met verwante organisaties in tien landen, en deelt daar onderzoeksresultaten mee. Dat is kostenbesparend, want de matrassentest van Test-Aankoop kost nu al 45.000 euro. Fabrikanten krijgen de resultaten voor de publicatie ervan toegestuurd en kunnen reageren, maar dat gebeurt zo goed als nooit.

Test-Aankoop ziet de realiteit dus zo: 'In de matrassenwereld doen veel mythes de ronde. Onderzoek van onze Duitse collega's doet vermoeden dat er in de winkels veel misleidende informatie verspreid wordt. Veel consumenten zitten met grote vragen en wij willen antwoorden bieden met onafhankelijk onderzoek.'

> 'Wat betekent een score van drie sterren voor ondersteuning? Geldt dat voor een zware of een lichte mens? Veel testen zijn vals positief'
>
> **PASCAL MANNEKENS**
> Bedking

> Er lijkt een 'matrassenoorlog' aan de gang tussen fabrikanten en de consumentenorganisatie met het vertrouwen van de consument als inzet

Geruchten

Maar hoe 'onafhankelijk' is Test-Aankoop? Meerdere spelers vertellen me off the record dat de fabrikanten moeten betalen om een matras getest te krijgen, dat de consumentenbonden over de grenzen heen met de grote spelers onderhandelen om nu eens deze, dan weer een andere bovenaan de klassering te plaatsen om iedereen tevreden te houden en geld te verdienen. Aan geruchten geen gebrek.

Ik krijg een 'bewijs' dat in Nederland 7.000 euro betaald moet worden voor elke geteste matras. Dat systeem heeft inderdaad als 'pilot' gelopen in 2012 en 2013, maar is daarna afgevoerd, verzekert de Consumentenbond me. Wél betalen fabrikanten daar om een vignet van de Consumentenbond te gebruiken als reclame. Sinds september 2016 gebeurt dat ook in België. Hier kost zo'n vignet per jaar 5.000, 11.000 of 24.000 euro. In de duurste versie is het overal in te zetten.

Is dat 'de deontologie voorbij', zoals een marketingmanager me zegt, of is het 'een maatregel om te verhinderen dat onze testen onrechtmatig worden gebruikt', zoals Test-Aankoop aanvoert?

Dat alle 'prijswinnaars' van 2016 grote spelers zijn – Recticel (twee stuks), Ikea (drie stuks) en Auping (één stuk) – wordt hier en daar als een afspraak gezien. Maar vooral de 'Beste Koop', een categorie die gewogen wordt op basis van eigenschappen en prijs, zet kwaad bloed. Dat Ikea daarin 'wint' met zijn goedkopere aanbiedingen, wordt door sommige concurrenten als misleidend gezien. 'Straks geloven de consumenten dus dat een Ikea-matras staat voor kwaliteit', mailt iemand me.

In de Ikea-vestiging in Anderlecht hangt het Test-Aankoop-vignet intussen goed zichtbaar. 'Volgens Test-Aankoop vind je de beste matrassen bij Ikea', staat er, met het logo 'Beste Koop' eronder. Men is er tevreden over de investering van 22.000 euro: 'Twintig procent van de klanten heeft gelezen over de test en dat heeft een duidelijk positief verkoopseffect.'

Maar klopt dit gebruik wel? De écht 'beste matrassen' – die van 'Beste van de Test' – kosten tussen 880 en 1095 euro en zijn zeker niét van Ikea. Om dergelijk misbruik te controleren heeft Test-Aankoop het certificeringsbureau Veritas ingeschakeld. Maar gisteren stond de misleidende incentive nog steeds op de website van Ikea en bleek de prijs verhoogd met 80 euro.

'Het zakenmodel van Test-Aankoop is ten dele commercieel', vertellen twee managers me onafhankelijk van elkaar. 'Als je de klanten zou vertellen dat de beste producten ook de duurste zijn, krijgt de abonnee geen waardenmodel. Je moet kunnen besparen door het blad te lezen.' En: 'Test-Aankoop publiceert graag spectaculair. Dat patroon zien we ook in andere markten. Steevast versterkt de pers dat met zware uitspraken waarin de fabrikanten als een bende zwendelaars worden voorgesteld.'

Parameters

Het matrassengeschil gebeurt helaas op rekening van de consument. Als die bewust een product wil kopen, krijgt hij massieve reclamecampagnes in plaats van heldere parameters en controleerbare criteria. Elk merk bepaalt bijvoorbeeld zelf wat 'hard' of 'zacht is. Hoeveel veren, hoeveel schuim zit er precies in een Ikea-Hovag en welke kwaliteit hebben die? Moet het raam 's ochtends meteen open (dixit Test-aankoop) of niet (dixit De Slaapraad)? Moeten we Test-Aankoop geloven dat stelt dat je voor 12 euro een goede lattenbodem vindt?

De hele discussie is er ook een van de fabrikanten die innoveren en geloven in het personaliseren van hun product tegen fabrikanten die volgens het credo 'one size fits all' en in grote hoeveelheden produceren. En waarom tellen we in de matrassentest van Test-aankoop 32 matrassen van de 'grote spelers' en maar zes 'kleintjes'? 'Wij streven ernaar om meer modellen te testen van grotere merken, omdat die in veel winkels beschikbaar zijn', legt Test-Aankoop uit.

Pogingen om alle spelers rond de tafel te brengen en een dialoog te starten over testmethodes, blijken moeilijk. Zo waren er in november 2015, na een reportage van het programma *Radar*, 38 fabrikanten verzameld. Er werd, aldus Pascal Mannekens, openlijk gepraat, maar na afloop bleef alles bij het oude. Dringend gezocht dus: een externe autoriteit die orde brengt in het huishouden, in naam van ons aller gezondheid.

© getty images