

# Gezond slapen gaat inhaalslag maken

**Gezond eten en bewegen, daarvan is iedereen zich wel bewust. Maar gezond slapen bleef lang een ondergeschoven kindje. De coronacrisis gaf het gezondheidsbewustzijn een boost, met een inhaalslag voor gezond slapen tot gevolg. CEO John Kruijssen: "Nederlanders besteden wekelijks slechts € 2,- aan slapen. Dat groeit richting € 2,75. Hoe beter de slaap, hoe gezonder én gelukkiger."**

**A**cties, kortingen en lage prijzen. In de vorige eeuw verwierf Beter Bed hiermee grote bekendheid. Inmiddels heeft dit beursgenoteerde retail- en groothandelsbedrijf behalve in de onderkant van de markt tevens een ijzersterke positie in het hogere segment met merken als M Line, Tempur en Emma. De marktleider stoomt eveneens op binnen de zakelijke markt. Zo is het bedrijf trots op het verworven aanzien binnen de leisuremarkt en hotelwereld, een waardering voor kwaliteit én advies.

Kruijssen: "Beter Bed werkt ook intensief samen met topsportend Nederland. Wij leveren onder meer aan het Nederlands voetbalelftal, Team Jumbo-Visma en de Olympische ploeg. Wij creëren in het buitenland de best mogelijke nachtrust en reizen soms ploegen achterna voor extra persoonlijke services."

Beter Bed telt 120 winkels in Nederland en België. Behalve in Uden heeft de 1100 mensen tellende slaapexpert distributiecentra in Nieuw-Venep en Hoogeveen.

## Waardestrategie

In mei 2021 lanceerde Beter Bed zijn nieuwe waardestrategie. In de toekomst draait het om de meeste waarde toevoegen aan de kwaliteit van slapen, verklaart Kruijssen de groeiende marktbehoefte. Naast slaapverbetering vormt bijdragen aan sustainability een belangrijke drijver. Daarbij moeten bedden, matrassen, beddengoed en accessoires recyclebaar zijn en lang meegaan.

"Alles wat we leveren moet leiden tot een betere nachtrust. De focus ligt op drie onderdelen: sustainable kwaliteitsproducten, continue training van onze medewerkers in goed en eerlijk maatwerkadvies en de ontwikkeling van een revolutionaire tool waarbij we elektronische meetapparatuur inzetten. De volgende

## 'ONDER EEN GROEP KLANTEN TESTEN WE NIEUWE DATATECHNOLOGIE OM DE NACHTRUST TE VERBETEREN'



John Kruijssen



DEEL ONLINE

stap is om deze metingen ook thuis uit te voeren. Dankzij datatechnologie via verzamelde gegevens en de matching van metingen van onze producten komen we tot een objectievere en daarmee meer betrouwbare uitkomst over welk matras en kussen het best bij een individu past”, vertelt Kruijssen enthousiast.

De kern is dat cruciale delen het lichaam echt goed ondersteunen. Wat leert de onlangs uitgevoerde test van Beter Bed? De meeste mensen maken totaal andere keuzes dan ze vooraf van plan waren. Ze besteden meer aan maatwerkkwaliteit, waardoor de ervaren nachtrust verbetert. Kruijssen benadrukt nogmaals: “Meten is weten. Het geeft een buitengewoon betrouwbaar advies. Voor ons levert dat tevens voordelen op: we voorkomen zowel veel *inconvenience* voor klanten als retourleveringen.”

### Duurzame slaapverbetering

Slaapverbetering combineren met duurzaamheid is dé grote uitdaging. Zo werkt

de vooruitstrevende bedden-specialist dagelijks aan volledig recyclebare producten. Voor matrassen met pocketveren en boxsprings lukt dat binnen afzienbare tijd. Voor matrassen met foam wordt actief naar alternatieve materialen gezocht. Zeer hoopvol is Kruijssen over de introductie van Leazzzy. De klant slaapt voor een vast bedrag per maand. Deze krijgt veel extra services, zoals montage, periodieke reiniging (stoom) en hulp bij verhuizing.

“Na een test van een halfjaar valt op dat dit concept een doelgroep trekt die vooral hulp vraagt bij slaapverbetering. Zowel particulieren als de zakelijke markt, waaronder hotelketens en B&B's. Daarbij kiezen ze nadrukkelijk voor kwaliteit en duurzaamheid. Ook de flexibele omwisselmogelijkheden spreken aan. Bij Leazzzy krijgt de relatie met de klant een flinke impuls.”

De duurzame oplossingen in samenwerking met KarTent brengen Beter Bed een andersoortige bekendheid. Bedden en kasten worden gemaakt van gerecycled karton, een supersterke en voordelige oplossing. Kruijssen: “Onze mensen werken actief mee aan doorontwikkeling. Dankzij de flexibele tekenmodellen van KarTent is elk product makkelijk op maat te fabriceren. Tijdens de Olympische Spelen in Japan sliepen de topsporters op karton-

nen bedden. Ook vormen studenten en ouders met kinderen een interessante doelgroep.”

### Omzetverdubbeling

De gemiddelde jaarlijkse autonome groei van de marktleider bedroeg de afgelopen vijf jaar 13%. In 2025 is zelfs een omzetverdubbeling naar 400 miljoen euro voorzien ten opzichte van 200 miljoen euro in 2020. Behalve de gunstige prijs-kwaliteitverhouding draagt de nieuwe waardestrategie – versterkte advies-kwaliteitverhouding – daaraan bij. Zo ook het groeiende bewustzijn omtrent gezond slapen, de zeer grote toegankelijkheid met 120 winkels én de online afzet.

“In 2020 behaalden we 15% van onze omzet online; in 2025 verwachten we 25%. Dat is vooral toe te schrijven aan kwalitatief assortiment, competitieve prijzen, uitgekiende marketing en betrouwbare logistiek”, legt de ambitieuze CEO uit. Maar ook de groothandelsactiviteiten met Dutch Bedding Company (DBC) van Beter Bed zitten in de lift. Het kwaliteitsmerk M Line kent toenemende interesse van Europese en Aziatische retailers, hotelketens en leisparken. En voor textielafzet is een nieuw distributiecentrum in oprichting. Kortom, gezond slapen betekent méér dan alleen een beddenaanschaf en is zelfs wereldwijd in opmars. <<