

Wie der Schlaf sich wandelt

Jeder dritte Schweizer leidet an Schlafstörungen – Experten fordern ein Umdenken

Lange galt Schlaf als Schwäche und notwendiges Übel. Vieles spricht dafür, dass im Zuge des wachsenden Bewusstseins für einen gesunden Lebensstil auch die nächtliche Ruhe an Bedeutung gewinnt.

Corsin Zander

Der amerikanische Autopionier Henry Ford revolutionierte nach dem Ersten Weltkrieg mit der Fließbandarbeit die industrielle Produktion. Sein Ziel war es nicht nur, die Produktivität von Maschinen, sondern auch diejenige der Menschen zu steigern. Er bezeichnete Schlaf als «überflüssig». Diese Vorstellung hat sich bis in die heutige Zeit gehalten. Der CEO der Credit Suisse, Brady Dougan, sagte in einem Interview mit dem «Magazin» des «Tages-Anzeigers»: «Es wird meistens ein Uhr, bis ich ins Bett komme, und später als um halb sechs stehe ich nie auf.» Der SVP-Politiker Christoph Blocher geht noch weiter, ihm reichten drei bis vier Stunden Schlaf, sagte er in zahlreichen Medien.

Unterschätztes Problem

Jens Acker beschäftigt sich an der Klinik für Schlafmedizin in Bad Zurzach tagtäglich mit Menschen, die unter Schlafstörungen leiden. Er bezweifelt, dass Dougan und Blocher über längere Zeit mit wenig Schlaf wirklich leistungsfähig sind. Der Bedarf schwankt zwar zwischen 5 und 9 Stunden, doch ein Grossteil der Bevölkerung benötige mindestens 6 Stunden. «Nur rund 5 Prozent kommen mit weniger Schlaf aus, und alles unter 5 Stunden ist biologisch ungesund.» Es sei medizinisch zwar nicht geklärt, warum Menschen Schlaf brauchten, aber erwiesen, dass wenig Schlaf die Leistungsfähigkeit enorm einschränke und zu Schlafstörungen führe, sagt Acker.

Ein Drittel der Schweizer Bevölkerung leidet unter Schlafstörungen, die in 80 verschiedenen Ausprägungen auftreten. Manche, die darunter leiden, können lange nicht einschlafen oder haben Probleme durchzuschlafen. Gemäss Acker trägt Schlafmangel zu einem wesentlichen Teil zu Erkrankungen wie Depressionen oder sogenannten Burnouts bei. Das Problem werde unterschätzt, beklagt Acker. Die indirekten Kosten, die durch den Schlafmangel



Wie man sich bettet, wird wieder bequemer als für diesen Messebesucher, denn Schlafen gewinnt an Renommee. THOMAS PETER / REUTERS

entstehen, betragen in der Schweiz geschätzte 1,5 Milliarden Franken.

Die Schlafforschung ist noch jung, erst seit den 1970er Jahren wird dieses Thema wissenschaftlich untersucht. Einer der führenden Forscher ist der deutsche Chronobiologe Till Roenneberg. Er sagt, dass das Bedürfnis des Körpers nach Schlaf von der inneren Uhr abhängt. Diese werde ausschliesslich durch das Licht gesteuert. Passe sich die soziale Uhr – die Zeit, in der wir arbeiten – nicht der inneren Uhr an, führe das zu erheblichen Problemen. Darunter leide insbesondere der moderne Stadtmensch, da dieser ständig künstlichem Licht ausgesetzt sei. Dieses störe den natürlichen Rhythmus. Viele sehen abends fern und setzen sich intensivem Blaulicht aus, das wachhält. Morgens klingelt dann der Wecker, obwohl sie nach ihrer inneren Uhr noch schlafen sollten. Die soziale und die innere Uhr laufen gemäss Roenneberg asynchron. Dieses Phänomen bezeichnet er als sozialen Jetlag. Es verursache Schlaf-

störungen und somit gesundheitliche Probleme. Die 24-Stunden-Gesellschaft befeuert dieses Problem zusätzlich: «Dieser Lebensrhythmus lässt sich nicht mit unserer inneren Uhr vereinbaren.»

Der Schlaf zuletzt

Ausser den Auswirkungen der 24-Stunden-Gesellschaft ortet der Schlafmediziner Jens Acker auch ein Imageproblem des Schlafs. «Zuerst kommt der Beruf, dann soziale Aktivitäten und zuletzt der Schlaf.» Er werde nicht nur als zu wenig wichtig angesehen, sondern in der Leistungsgesellschaft gar als Schwäche ausgelegt. Acker zeigt dies am Beispiel von Schlafräumen, die es heute in einigen grossen Firmen gibt: «Mitarbeiter nutzen Schlafräume selten, da sie es als Schwäche gegenüber denjenigen empfinden, die das Angebot nicht gebrauchen.»

Eines der Unternehmen, die einen Schlafräum eingerichtet haben, ist der internationale Soft- und Hardwareher-

steller Microsoft: «Unser Ruheraum wird relativ zurückhaltend genutzt», sagt eine Sprecherin. Sie erklärt sich dies mit flexiblen Arbeitsformen. Die Mitarbeiter erholten sich zu Hause, wenn sie nicht fit genug seien. Man sei aber durchaus sensibilisiert auf dieses Thema: «Wenn ein Manager feststellt, dass ein Mitarbeiter regelmässig übermüdet wirkt, spricht er ihn darauf an», sagt die Sprecherin.

Auch bei der Credit Suisse gibt es Schlaf- und Ruheräume, die auch rege genutzt werden, wie eine Sprecherin sagt. Das Thema Schlaf werde allerdings nicht explizit angesprochen und sei kein bedeutendes Thema. Man fördere aber mit flexiblen Arbeitszeiten und der Möglichkeit, Teilzeit zu arbeiten, dass die Mitarbeiter «eine gesunde Balance finden». Zur Aussage des Credit-Suisse-CEO Brady Dougan, er brauche bloss fünf Stunden Schlaf, und der Frage, ob das bei der Credit Suisse thematisiert werde, will die Sprecherin keine Stellung nehmen.

Dass ein Power-Nap im Büro als verpönt gilt, bestätigt auch Frerk Froböse, wissenschaftlicher Mitarbeiter des Gottlieb-Duttweiler-Instituts (GDI). In einer Trendstudie geht das Institut der Frage nach, wie Schlaf ein besseres Image erhalten könne. Im Gegensatz zu Ländern wie Japan, wo die Menschen in der U-Bahn selbstverständlich aneinanderlehnen und dösen, werde der Schlaf hierzulande tabuisiert: «Schlaf findet meist in den eigenen vier Wänden statt.» Die Studie bezieht sich zudem auf den Forschungsansatz von Till Roenneberg und das Konzept des sozialen Jetlags. Das GDI untersucht, ob man die Arbeitszeiten anpassen müsste, um sich nach der inneren Uhr richten zu können. Dies würde nicht nur Schlafprobleme mildern, sondern auch die Leistungsfähigkeit der Menschen steigern. Dafür fehle es noch an Bewusstsein, sagt Froböse.

Vorbild gesucht

Der Forscher räumt aber ein, dass das schlechte Image des Schlafs im Wandel begriffen sei. In vielen Unternehmen stehe es ganz oben auf der Agenda. So werden vom Möbelhandel bis zur Hotellerie Produkte für besseren Schlaf erarbeitet. René Felder, der bei Möbel Pfister für Schlafzubehör verantwortlich ist, sagt, die Schweizerinnen und Schweizer seien sehr wohl bereit, für das Schlafen viel Geld auszugeben. Sie achteten nicht nur auf das Design, sondern vor allem auch auf einen hohen Schlafkomfort. In den letzten Jahren spürt Felder die Tendenz, dass immer mehr Geld für Betten ausgegeben wird. Diesen Eindruck bestätigt man auch bei der Riposa AG. Das Familienunternehmen bietet seit dem Jahr 2000 Luxuslösungen für Betten und Matratzen an und ist bis heute konstant gewachsen.

Doch solche Entwicklungen nützen gemäss dem Schlafmediziner Jens Acker nur wenig, wenn Persönlichkeiten wie Brady Dougan oder Christoph Blocher, die in unserer Gesellschaft eine Vorbildfunktion einnehmen, den kurzen Schlaf glorifizieren. Er betont, es schade der Gesundheit und sei keineswegs eine Tugend, wenig zu schlafen. Es brauche Fürsprecher, die zeigten, wie positiv sich langer Schlaf auswirke. Solche gibt es zwar bereits, wie beispielsweise der Tennisstar Roger Federer, der regelmässig 11 Stunden schläft, doch in den Büros ist diese Botschaft offensichtlich bisher nicht wirklich angekommen.

«Schweizer Hotels setzen vermehrt auf «Schlafmenüs»»

Branchenkennner André Mack prognostiziert eine Trendwende in der Ausstattung von Betten in Hotelzimmern

Herr Mack, worauf achten Sie, wenn Sie in Ihren Ferien ein Hotel buchen?

Das Wichtigste ist für mich ein gutes Bett mit einer qualitativ hochwertigen Matratze. Als Romand reise ich viel in Frankreich, und da ist die Qualität der Betten teilweise miserabel. Deshalb vertraue ich auf Hotelketten, die mir gewisse Standards garantieren.

Nach meinen Erfahrungen ist die Qualität der Betten auch in der Schweiz selten überzeugend.

Auch hierzulande bieten Ketten in der Regel gute Qualität. Das gehört zu deren Image. Jedoch sind sie eher untervertreten, deswegen dürfte Ihr Eindruck nicht trügen. Die Matratzen sind oft zu dünn. Problematisch sind vor allem – auch in den besten Hotels – zu weiche Kissen, die eine ideale Schlafposition verunmöglichen.

Ich höre von Ihnen zum ersten Mal, dass jemand bei der Wahl seines Hotels als Erstes auf die Qualität der Betten schaut. Sind andere Faktoren wie Dusche, Badezimmer oder Minibar, WiFi und Fernseher nicht viel wichtiger?

Im Allgemeinen schon, dazu gibt es ausführliche Studien. Das Bett kommt dann an dritter oder vierter Stelle. Etwas vom Wichtigsten für die Gäste ist das Bade-

zimmer und die Ausstattung der Dusche. Danach folgt die Qualität des Lichts, die Durchlüftung des Zimmers und erst dann das Bett.

Ist der Schlaf für ein Hotel zu unwichtig, als dass es sich da lohnt, Geld zu investieren?

So drastisch würde ich das nicht formulieren. Der Schlaf ist sehr wichtig, wir Hoteliers verkaufen Schlaf. Aber in der Schweiz kostet es sehr viel, seine Zimmer entsprechend auszurüsten. Für eine qualitativ hochwertige Matratze bezahlt man schnell einmal 2000 bis 3000 Franken. Wenn sie bei den Hotelgästen keine so hohe Priorität genießt, dann überlegt man es sich zwei Mal, ob man jetzt wirklich die hochwertigsten Matratzen kaufen möchte. Aber das Bedürfnis ist schon da.

War das schon immer so, oder stellen Sie diesbezüglich ein Umdenken in der Schweizer Hotelbranche fest?

Das Thema wurde lange vernachlässigt. Das erstaunt insbesondere deshalb, als die Schweizerinnen und Schweizer in ihrem Haushalt am meisten Geld für Betten ausgeben. Aber aufgrund des Drucks grosser Hotelketten hat hierzulande eine Professionalisierung eingesetzt. Heute gilt die Grundregel, dass

man jedes Jahr zehn Prozent seiner Zimmer renovieren muss, um sich auf dem Markt zu behaupten. Mit der Renovation des Zimmers meine ich auch, dass man die Betten ersetzt.

Die Vorstellungen davon, was ein gutes Bett ist, sind doch sehr individuell. Wie



«Wir Hoteliers verkaufen den Schlaf.»

André Mack
Hotelfachexperte

können Hotels diese unterschiedlichen Wünsche überhaupt berücksichtigen?

Immer mehr Hotels bieten heute sogenannte Schlafmenüs an. Die Gäste können auswählen, ob sie gerne Verdunkelungsvorhänge, sanfte Musik, Ohrstöpsel, eine dickere Duvet oder ein härteres Kissen hätten. Dann wird ein Zimmer entsprechend diesen Wünschen ausgestattet.

Für Luxushotels dürfte das kein Problem sein. Aber ist ein solches Pro-

gramm für ein kleines Drei-Sterne-Hotel nicht unmöglich?

Und ob das möglich ist! Eine gewisse Auswahl kann jedes Hotel bieten. Natürlich kann sich nicht jedes Hotel mit dem teuersten Mobiliar ausrüsten. Aber das erwartet auch niemand von einem Drei-Sterne-Hotel.

Schlafforscher sagen, dass es für den Schlaf schlecht sei, wenn man zu spät isst oder vor dem Schlafen noch fernsieht. In den meisten Hotels ist das jedoch der Fall. Ist es denkbar, dass man das anpasst?

Nein, es wäre zu risikoreich, ausschliesslich auf ein exklusives Schlaferlebnis zu setzen und diesem alles andere unterzuordnen. Der Trend spricht vielmehr dafür, möglichst viele Dienstleistungen anzubieten. Auf diese Weise können die Hotels eine möglichst breite Kundschaft abholen. Es gibt zwar in der Tat einzelne Luxusresorts, die Zimmer nach dem Motto «less is more» anbieten. Da gibt man sein Smartphone an der Reception ab und zieht sich in ein schlicht ausgestattetes Zimmer zurück, wo man durch nichts und niemanden abgelenkt wird. Im gleichen Resort werden dann aber sämtliche anderen Dienstleistungen angeboten, und die Gäste können frei wählen. Was die Schweiz betrifft, sind

mir jedoch keine derartigen Angebote bekannt.

Gibt es eine Marktlücke für Wellness-Hotels, nur auf ein besonders exklusives Schlaferlebnis zu setzen?

Ein solches Monoprodukt würde sich wohl nicht gut verkaufen. Man erwartet von einem Wellness-Hotel deutlich mehr als nur guten Schlaf. Zudem lebt die Schweiz zu einem grossen Teil vom Business-Tourismus. Touristen bleiben bloss für eine oder zwei Nächte, und das spielt der Schlaf bloss eine untergeordnete Rolle. Viel wichtiger sind WiFi-Acces, Räumlichkeiten, in denen sich der Gast mit Kunden treffen kann, und ein gutes Restaurant.

Die Auslastung der Betten in der Schweiz ist gering. Wie kann man sich in diesem Markt als Hotel behaupten?

Wir beobachten einen Trend, der von internationalen Hotelketten vorgegeben wird. Es zeigt sich, dass sich immer mehr Hotels auf spezifische Touristengruppen ausrichten. Also beispielsweise bewusst japanische Gäste anziehen und sich deren Bedürfnissen anpassen.

Interview: Corsin Zander

André Mack ist Direktor der Abteilung Lausanne Hospitality Consulting der Hotelfachschule in Lausanne