NAT PAK

RONALD DE LEEUW

★★★★★

DE (ON)ZIN VAN WETSUITS

overdeschreef

Calandkade 157, 2521AA The Hague, The Netherlands

bureau@overdeschreef.com

Cover door Studio Lennarts & De Bruijn

© overdeschreef

All rights reserved

© binnenwerk, door overdeschreef

© beeldmateriaal staat bij elke afbeelding aangegeven. overdeschreef is vrijwel nergens eigenaar van, maar verdient ook geen zak aan dit boek dus doe niet zo moeilijk.

Eerste en enige, digitale, editie, maart 2022

Uitgegeven door overdeschreef

Geschreven door Ronald de Leeuw a.k.a. surfoloog (www.surfoloog.nl)

Aan 2020

Inhoudsopgave

Voorwoord **7**

Hoe ik zoveel wetsuits kreeg **13**

De onzin van reviews **21**
Survival of the fittest? 22
Prijs vs. features 24
Objectief, kan dat wel? 28
Samen met jou 29
Het belangrijkste in een wetsuit 29

Waarom O'Neill het wetsuit niet verzonnen heeft **32**
No, I am your father! 34
Oetelpakken 35
First dibs 37
Gemiste kans, Frans 39
Blauwtje lopen 41
Lekker Bevven 44
Voor de O'Neillofielen 48
Hoe je surfers dan wel aan wetsuits krijgt 50
No glove, no love 51
Marketing 54
Wetsuits in Nederland en België 59
GO GO GO 64

De industrie **75**
De salescyclus 75
Sheico Group en de rest 76
Rungeons and Dragons? 79
(moeder)merk 80
Waarom ik toch geloof in de eerlijkheid van alle wetsuit merken 83
Eerlijk is eerlijk 85
Unilever 86
Soorten merken 88
Distributeurs en agents 90
(Web)shops 92
Jij 93

Materiaal **97**
Neopreen 97
Maar wat is neopreen dan eigenlijk? 99
Rekbaarheid en rebound 102
Open cell vs closed cell 104
Open cell wetsuits, bestaan dat wel? 105
Wet van thermodynamica 106
Kalksteen, a.k.a. limestone, en Yamamoto Corporation 108
Natuurrubber 110
Smoothskin 112
Nylon/jersey/polyester/spandex/lycra/merinowol/polypropylene/titanium lining 114
Pluche 115
Sneldrogend? 117
Kleuren 119
Naden en stiksels 120
Overlock 120
Flatlock 121
Glued and blind-stitched (GBS) 122
Tapen en sealen 124
Seal 127
Lekker plakken 129
Ritsen 129
Overige features 131
Kniestukken 132
Sleutelvakjes 132
Cuffing 133
Neksystemen 134
Drain Holes en enkelbanden 136
Peddel Powerboosters 136

Soorten wetsuits **138**
Temperatuur 138
Ritssystemen 141
Back zips 141
Chest zips 142
Zipless 144
(Hybrid) U-zip 144
Waarom verkopers die aan mouwen trekken debiel zijn 147

Pasvorm en comfort 151
Maatvoering 152
Paneelconstructie 154
Technisch tekenen 155
Wetsuits voor vrouwen 156
Accessoires 157
Hoods 157
Handschoenen 158
Schoenen 160

Wetenschap 162

Duurzaamheid 174
Materiaal winning en materiaalverwerking. 177
Transport 181
Productieproces en arbeid 182
Recycling en upcycling 186
Onderhoud 187
Pissen in je pak 190
Poepen in je pak 191
Nieuw, tweedehands, overjarig pak óf (zelf) repareren? 191
Repareren 193
DUURzaam 196
Hoe sta ik erin? 197
Geven surfers wel om het milieu? 198
Koos impactloos 199
Maar wanneer geef je dan wél om het milieu? 200
Survival of the shittest 200
Plastic panda's 201
Surfen 201
Liefde voor de natuur 202
Harder, better, faster, stronger 203
Rituelen en ritme 203
Het leven? 204

Toekomst 206

Na- en dankwoord 209

Bronnen 211

Voorwoord

Ik heb een bizarre haat-liefdeverhouding met wetsuits. Ik vind ze namelijk mega kut. Toch zijn ze ontzettend essentieel voor het surfen in de wateren waar wij, zeker als Nederlanders en Belgen, 95% van ons surfend leven in zullen liggen.

Tot voor kort had ik mijn allereerste wetsuit nog. Tien jaar geleden kocht ik hem bij zo'n outlet aan de Vissershavenweg in Scheveningen. Ik weet nog goed dat ik dat pak uit het rek trok. Een overjarig Ripcurl E-bommetje 5/3mm voor 240 euro. Ik had net mijn eerste lessen van Hans van den Broek gehad. Man, wat vond ik dat spannend.

Dit pak heb ik negen jaar gesurft. Natuurlijk was dat ding al zo lek als een mandje, er zat zelfs jarenlang een gat precies bij mijn arie. Elke keer als ik op mijn board in de line-up zat te wachten, of een wipe-out maakte, dan voelde ik me net als hoe Eric Cartman zich gevoeld zou moeten hebben in de allereerste aflevering van South Park.

De lente van 2018 is de laatste keer dat ik in het pak heb kunnen surfen. Na een van de eerste warmere sessies van dat jaar kreeg ik de rits niet meer naar beneden. Wat ik ook deed, dat kreng bleef hangen.
Omdat ik wist dat ik dit pak eigenlijk al jaren kunstmatig in leven hield wist ik dat het tijd was om de stekker eruit te trekken. Ik moest mezelf eruit knippen. Inmiddels heb ik dat ding weggegooid. Het sentiment in me wilde hem stiekem nog bewaren, maar toen ik eind mei 2019 in mijn camper ging wonen had ik geen zin om dit soort onzin nog langer te bewaren. Snap je wel, toch?

Eerder in 2018 had ik ander een gigantisch project afgerond. Dit was mijn oordop review. Het idee was dat ik zo'n beetje alle (surf)oordoppen op de markt ging testen om te zien wat het beste werkt. Die review is ontzettend goed gelezen. Sterker nog, Stab Magazine vond het concept zo gaaf dat ze vroegen of ik het wilde vertalen zodat ze het konden plaatsen. Nu is dat nog steeds niet gebeurd en is dit eigenlijk hetzelfde als opscheppen over een chick die je bijna hebt 'gedaan', wat dus betekent dat je helemaal niks hebt gedaan. Deze zin was dus puur opvulling om op te kunnen scheppen over het feit dat ik meer dan 200 pretentieus uitgespacete pagina's over "wetsuits" heb geschreven. Zo.

Omdat ik nu al zo'n vijf jaar over surfen, en vooral het gedrag van surfers, schrijf heb ik nogal een netwerk op weten te bouwen. Dat is leuk want de Nederlandse surfscene is een bijzondere wereld. Een wereld die zichzelf vooral heel erg serieus neemt terwijl iedereen zich stiekem gewoon heel ongemakkelijk voelt.
In die vijf jaar ben ik precies daarover gaan schrijven en blijkbaar konden redelijk wat mensen zich daarin vinden. Toch voelt het een beetje gek om zo met de Nederlandse surfscene bezig te zijn. Dat komt denk ik omdat ik 1) uit Brabant kom en 2) ik alles behalve de beste surfer van Nederland ben. Gelukkig is het aantal surfers In Nederland dat er niks van bakt aanzienlijk groter dan de jongens en meiden die wel kunnen rippen, dus eigenlijk is dat alleen maar in mijn voordeel.

Wat dat betreft kunnen mensen dus totaal niet tegen mij opkijken, maar ze kunnen zichzelf wel in mij herkennen. Vandaar ook Surfoloog; ongezouten. herkenbaar. Dat

betekent overigens ook niet dat ik alles van surfen weet. Ik vind surfen gewoon lachen en studeerde toentertijd psychologie. Ik weet nog goed dat ik net begonnen was met aan mijn masteropleiding neuropsychologie. Doe ik nu overigens niks mee, maar je kan wel lekker doen alsof je slim bent terwijl het eigenlijk allemaal wel meevalt.

Het ding is alleen; van surfen word je niet rijk en al helemaal niet in Nederland. Laat staan van schrijven over surfen, surf journalistiek of dat soort ongein. Niet dat rijk zijn belangrijk is, maar je môt ook kenne vrete. Al bijna vijf jaar lang maak ik van alles voor jullie, maar ik verdien er niet direct iets aan. Niet dat dit per se moet, maar je hebt geen idee hoeveel tijd in deze shit gaat zitten.
Het fijne is dat je door zo'n positie als die van mij iets tegen inkoopprijzen of tegen promotie kan krijgen. Zo wordt je uit de hand gelopen hobby financieel toch ook weer een beetje laagdrempeliger.

Toen mijn oude vertrouwde e-bomb dus kapot was moest ik wat nieuws hebben. Met het bovenstaande verhaal in je achterhoofd wilde ik dus eigenlijk wel een pak lospeuteren.
Máár, sponsoring in surfen is kneiter ouderwets en aangezien ik de enige surfblogger in Nederland ben weten merken helemaal niet wat ze met een gast als ik aanmoeten. Ik bedoel; ik heb niet de looks en de skills om onder het stereotype plaatje van gesponsorde atleet te vallen. Nee, ik heb alleen een grote bek met een lekker bereik. Ik ben dus eigenlijk gewoon een goeie brand-awareness marketingtool voor merken. Soms krijg ik daarom aanbiedingen voor samenwerkingen in ruil voor *exposure* of voor

kleding, maar heel zelden ga ik daarop in.

Ik vind reclame maken voor iets namelijk precies hetzelfde als chronisch met een rol Mentos op zak moeten lopen om vervolgens overal fris te lopen doen en ‘Ahhhhhhh, mentosssss…’ in jullie oor te fluisteren.
Ik hou daar niet echt van en daarom zie je ook geen advertenties op mijn site. Het zou wel kunnen, maar financieel gaat dat geen ruk opleveren, want AdBlocker.
Neemt niet weg dat ik nog steeds gewoon gratis wetsuits wil omdat ze duur zijn.

Nu zou ik die echt wel krijgen als ik een merk benader, maar zoals ik al zei ben ik niet die Mentosboy. Als ik al wat krijg dan wil ik daar eigenlijk geen reclame voor maken. En daar houdt het dan eigenlijk al meteen op. Want wat heeft een merk er dan aan? Behalve dan dat je op een foto staat met een wetsuit in de hoop dat mensen zich met jou, wat je maakt of uitstraalt willen identificeren en dat denken te kunnen door hetzelfde te consumeren als jij.

De enige manier hoe ik mijn cognitieve dissonantie enigszins weg kan poetsen en mezelf in een positie te wurmen waarbij ik de komende jaren weer gewoon kan surfen is om wéér een review te doen, maar een review van één pak vind ik niet echt een review. Want tegen wat spiegel je zoiets af?
Aangezien ik alleen iets doe als ik het goed kan doen is het inmiddels een beetje uit de hand gelopen. Uiteindelijk heb ik elf merken bereid gevonden om mij wetsuits te geven.

Dit heeft ertoe geleid dat ik zeventien pakken uitvoerig ben gaan testen in de afgelopen jaren.

Je kan je dan afvragen waarom dit e-book gratis is en ik er geen verleidelijke prijs als iets van 9,95 aan heb gehangen.
Nou, precies omdat ik altijd alles gratis heb gedaan. Kennis is macht en ik heb liever dat deze kennis zich verder verspreid en kan evolueren tot een meer absolute waarheid dan mijn eigen geneuzel. Mijn mening en inzicht is immers ook alleen maar die van mij.

Als ik er geld voor zou vragen ligt die drempel een stuk hoger. Daarnaast heb je ook nog het LimeWire of DVD'tjes-effect waarbij mensen digitale shit gewoon doorgaan sturen. Niks mis mee, hebben de meesten van ons wel eens gedaan.
Daarnaast, en dit is misschien wel de grootste reden waarom dit e-book gratis is, wilde ik heel graag foto's in dit boek zetten. Dat leest toch een stuk leuker en spreekt soms veel meer tot de verbeelding. Nu is het zo dat ik soms geen nadrukkelijke toestemming heb gehad om foto's te gebruiken, ondanks ontzettend veel pogingen tot contact met respectievelijke eigenaren. Dit betekent echter ook dat ik geen nadrukkelijke afkeuring heb gehad om ze te mogen gebruiken. Wat mij betreft kunnen deze partijen dus de tering, maar vooral ook credits, krijgen.

Voordeel; jij hebt een gratis e-book.

In de afgelopen vier jaar heb ik, mede door die reviews, heel veel geleerd over wetsuits en de hele industrie. Uiteindelijk heb ik er zoveel tijd in gestoken dat ik mijn lessen met jou wilde delen. En als je mij of mijn werk een beetje kent, dan weet je dat ik eerlijk ben. Dat gaat nu niet anders zijn.

Ga er overigens niet vanuit dat alles wat hier in staat 100% klopt. Dit is tot hoever ik heb kunnen graven en tot hoever ik heb kunnen komen. Ik heb mijn best gedaan. Aan jou de eer om mogelijke aspecten verder uit te diepen of uit te zoeken.

En zo is het idee geboren. Een vleugje gierigheid en een vleugje grote bek, maar met een hele grote passie voor bizarre ervaringen opdoen en die delen met jou.

“It’s gonna be a bumpy ride.” - Mohombi & Ik

Hoe ik zoveel wetsuits kreeg

Het grappige is; vaak zal je helemaal geen contact hebben met merken, maar wel met de ‘agents’ of distributeurs van zo’n merk in Nederland. Een merk is namelijk veel te groot en te log om écht met fans of pers te interacteren. Tenzij je als surfer, website, tijdschrift, of tegenwoordig ook influencer, dusdanig groots of goed bent dat een merk echt niet meer om je heen kan.
In Nederland ben je al gauw te klein. Het is dus een stuk slimmer om de distributeur of agent op te zoeken, als ze ze jou niet al benaderd hebben. Het wereldje is namelijk klein.

Ja, sommige (Nederlandse) surfers hebben sponsoren, maar meestal is het alleen wat kleding of hier en daar een tripje. De meesten zullen er niet van kunnen leven in Nederland. Dat hoeft natuurlijk ook helemaal niet. Misschien is alles wel helemaal in balans zoals het nu is.
Hoewel Scheveningen en andere spots soms afgeladen vol liggen, wordt surf marketing naar mijn mening nog niet volledig uitgebuit in Nederland. Daar kunnen een hoop merken, distributeurs en agents zakelijk nog wat van leren, maar wellicht is het ook lekker dat het nog niet volledig gecommercialiseerd is.
Niemand zit te wachten op crowds, maar het hoort er wel een beetje bij. Zeker als je een (financieel) graantje mee wil pikken omdat je geen negen-tot-vijfbaan op kantoor wil en toch iets met je uit de hand gelopen hobby wil doen. Eigenlijk mag je dan niet moeilijk doen over crowds, maar da’s mijn mening. Je werkt er immers zelf aan mee.

Dit geldt overigens ook voor de consument, jij dus, die hippe surf kleding wil, de hele dag filmpjes van pro-surfers kijkt op Instagram en ja-ja ook de nieuwste wetsuits wil kopen. Iedereen heeft bloed aan zijn handen als het gaat om crowds.

In ieder geval, soms vind je die distributeurs heel makkelijk via Google, maar soms moet je wat meer graven in je eigen netwerk en gebruik maken van de gesprekstechnieken om contactinformatie los te peuteren.
Zoals ik je al vertelde ontstond dat idee toen mijn oude pak in de lente van 2018 kapot ging en ik te gierig was om een nieuwe te halen. Ik besefte me op dat moment al dat ik geen zin had om alleen maar reclame te maken voor een merk en reviewen dus mijn enige uitweg zag om mijn cognitieve dissonantie weg te poetsen. Wat heel toevallig was, is dat ik in die
periode wat *teasers* voorbij zag komen van een nieuw Nederlands wetsuit merk. Een merk genaamd SRFACE.

Ik zag hier een gigantische goede kans om dit project leven in te blazen. Want zij begonnen net en waren overduidelijk bezig met branding en marketing. Omdat ik een lekker bereik online heb schatte ik de kans groot in dat ze mee zouden doen. Als ik ze kon overtuigen dan zou het eerste schaap over de dam zijn en kon ik dat als katalysator gebruiken voor het benaderen van de andere merken.

Bingo. Ze waren enthousiast en wilden graag even met meeten. Dat deden we niet lang daarna bij The Shore in Scheveningen. Op steenworp afstand van mijn

toenmalige huis. Dat is overigens, naast kunnen surfen wanneer er golven zijn zonder anderhalf uur te moeten rijden, een van de redenen waarom ik hier ben gaan wonen. Heel mijn netwerk zit in deze regio waardoor ik heel snel kan schakelen met bepaalde personen of bedrijven en zo het ijzer kan smeden wanneer het nog heet is.
Voor dit soort afspraken ben ik niet meer zenuwachtig, maar dat was ik in het begin van Surfoloog wel. Ik deed namelijk ook maar gewoon wat, joh. Nog steeds wel, maar ik heb inmiddels wel een grotere *track record* die ik kan onderbouwen met cijfers. De truc is om voldoende voorbereid naar zo'n gesprek te gaan. In mijn geval had ik een overzicht gemaakt met zo'n beetje alle wetsuits op de markt en ze ingeschaald op prijscategorie. Zo had ik al een invalshoek hoe ik het gesprek aan kon pakken ondanks dat ik verder totaal nog geen plan had.
Het was een prettig gesprek en lieten ze mij een van de allereerste 3mm pakken zien. Ik wist op dat moment ongeveer evenveel van wetsuits af als de gemiddelde consument en natuurlijk merkten zij dat ook. Toch zagen zij ook potentie in het plan en beloofden mij zodra de eerste batch binnenkwam een 3/2 mm pak te geven.

Veel distributeurs en agents hebben meerdere merken onder hun vleugel. Dat was met de distributeur van Xcel ook zo. Ik had hem nog nooit ontmoet, maar een goeie vriend van me wordt al jaren door hem gesponsord. Daarnaast heb ik natuurlijk ook lang voor 6SURF Magazine geschreven en de hoofdredacteur, Martijn Boot, kent zo'n beetje iedereen die wat met surfen doet in Nederland.
Ik peuterde via die vriend van me van me zijn nummer los en belde hem om mezelf en mijn plan te introduceren. Hij was stoked.

Niet lang daarna nodigde hij mij uit bij zijn vakantiehuis in Hoek van Holland en zaten we een uurtje of twee te praten over de Nederlandse surfscene, de toekomst van distributeurs en natuurlijk wetsuits. Ik heb nog nooit zoveel Amstel Radler Citroen 0.0 gedronken als die middag, maar het klikte goed. Frank, want zo heet ‘ie, distribueert niet alleen maar Xcel, maar ook Picture Organic Clothing en Catch Surfboards.
Omdat het project nog zo in kinderschoenen stond had ik eerst het plan om zomerpakken te testen en later de winterpakken, maar dat was echt mega dom. We hebben het nu over juli en voordat ik alle pakken van alle merken binnen zou hebben zou het alweer kouder worden. Frank kwam alleen met een groter probleem.
De meeste merken verkopen naast wetsuits ook kleding. Nu hebben veel merken wel een losse afdeling voor het ontwikkelen van wetsuits, maar ze lanceren hun jaarlijkse kleding- en wetsuit lijnen wel op dezelfde momenten. Logisch, want het lanceren van zo’n lijn kost ontzettend veel tijd, energie en vooral geld. Daarom wordt er twee keer per jaar een evenement georganiseerd waarbij agents, distributeurs, winkeleigenaren en soms ook pers worden uitgenodigd om de nieuwe collecties te komen bekijken. Eentje voor de lente/zomer en de ander natuurlijk voor de herfst en de winter. Zoiets heet een sales meeting. Daarover later meer.

Als ik de hele review dus goed en relevant wilde maken dan moest ik in 2018 beginnen met het vragen om pakken van de 2019 collecties. Zo zou ik voldoende tijd hebben om ze te kunnen surfen en erover te schrijven. Gelukkig had ik nu nog maar één pak binnen en dat was die van SRFACE. Ik was echt precies op tijd, omdat de meeste distributeurs inmiddels de zomer pakken van 2019 al zouden hebben en ze dus

makkelijker mee kon krijgen. Rond half oktober zou ik dan de laatste winterpakken binnen kunnen krijgen en zo ruim voldoende tijd hebben om alles uitvoerig te kunnen testen. Gelukkig had ik op dit punt nog maar één pak binnen en dat was die 3 mm van SRFACE.
Met deze informatie kon ik mijn pitch dusdanig verbeteren dat ik uiteindelijk zo'n shitload heb kunnen krijgen. Vanaf hier werd het eigenlijk minder aanmodderen en gerichter vragen. Frank en ik sloten die middag af en hij beloofde mij twee Xcel pakken te geven en een 3/2 mm Picture Organic Clothing. Top.

Op de parkeerplaats appte ik Jeroen van SRFACE met de mega brutale vraag of ik ook een 5mm kon krijgen. Dit was geen enkel probleem.

BAM, nu had ik ineens drie merken die mee wilden doen.

Diezelfde avond kreeg ik op Facebook een uitnodiging voor een Surf Swap bij The Shore. Een soort markt waarbij je boardjes kunt ruilen en dat soort dingen. In de praktijk heb ik dit nooit gezien, maar er zijn wel vaker kraampjes met oude platen en dat soort dingen. Soms zijn er ook sample sales. Voor de mensen die niet weten wat dat is; een sample sales is een uitverkoop bij een merk of een distributeur waarbij je grote kortingen kan krijgen op kleding van vorige collecties of ingekochte samples.

In dit geval was er een sample sale van Vissla. Perfect, want ik kon de distributeur van Vissla online niet goed vinden en wist dat hij dan ook daar aanwezig zou zijn. Ik ging er

naartoe en knoopte het gesprek aan. Hij was enthousiast, maar wel sceptisch. Het leek hem interessant, maar om dit aan het merk terug te kunnen koppelen moest hij wel zeker weten of de grote jongens ook meededen. Doelend op Rip Curl, C-Skins, O'Neill, enzovoorts.

'Je schetst alles nogal als een rooskleurig plaatje, maar wat ging er allemaal mis?' - Jij
Nou, een hele hoop! De elf merken die wél mee wilden doen zijn natuurlijk echt niet de enige die ik benaderd heb. Zo heb ik ook contact gehad met Quiksilver, O'Neill, Patagonia, Ion, Nche, needessentials, Matuse, Tiki, Volt en West Wetsuits en nog een hele hoop anderen via social media of via vage telefoonnummers op verouderde webpagina's.
Heel veel hebben de moeite niet eens genomen om te reageren, beloofden nog te reageren of zeiden gewoon meteen nee.

Was dat frustrerend? Ja.

Zeker bij de grotere merken omdat die nogal wat voeten in de aarde hebben bij andere merken. Op een of andere manier vinden ze het toch fijn en beter lijken als ze vergeleken worden met de oude titanen onder de wetsuits. Ik snap het ook wel, want dan klinkt het allemaal een stuk professioneler.

Ik baal er natuurlijk ook van dat een merk als Patagonia niet meedoet, maar als zij hun focusmarkt niet op Nederland hebben liggen dan zijn ze ook beperkt in hun PR- en marketingbudget.

Dat O'Neill niet meedoet vond ik ook nogal schokkend. Ze vertelden me namelijk dat ze geen budget hadden. Ik sprak met een meisje van een PR bureau, ingehuurd door O'Neill, en met de marketingmanager.
Het meisje van het PR bureau had ook wel door dat dit een goede kans was om O'Neill op een relatief goedkope manier te promoten, maar de Nederlandse marketingmanager zag er geen heil in. Jammer en een beetje dom. Zeker als je bedenkt wat voor rol O'Neill heeft gehad in de ontwikkeling van wetsuits, maar daar trek ik straks nog een boekje over open.

Ik kan me nog herinneren dat het in 2018 ook echt een kastje-naar-de-muur-verhaal was met Quiksilver. Ik heb de toenmalige Nederlandse distributeur één keer via de telefoon te pakken gekregen en hij klonk toen erg enthousiast. Op het mailtje, whatsappje en mega wanhopige laatste telefoontje daarna reageerde hij niet meer. Het voelde een beetje als een slechte Amerikaanse rom-com waarbij ik dan zo'n zeikerige chick was die wat meer hoopt te halen uit zo'n foute vent die haar overduidelijk alleen als bootycall gebruikt.

Het maakt verder ook allemaal niet uit want ik heb in totaal zeventien pakken gekregen. Veel te veel. Op een rijtje de merken:

- SRFACE
- Hurley
- Decathlon
- Snugg Wetsuits
- Picture Organic Clothing
- C-Skins
- Xcel
- Billabong
- Vissla
- Rip Curl
- Mystic

Ik kreeg zoveel merken mee door het sneeuwbaleffect. Als het ene merk mee wil doen, dan wil de ander dat meestal ook wel. Het is immers een “uniek” project en als je naam dan weer even kan vallen dan is dat toch weer even *exposure* en dus *brand-awareness*.

Zonder mijn eigen bereik en netwerk had ik het dus nooit voor elkaar gekregen om de eerste paar over de streep te trekken. Voila, Bob’s your uncle.

De onzin van reviews

In dit e-book ga ik het niet hebben over de reviews en het vergelijken van wetsuits. De reviews die ik heb geschreven zijn immers ook weer verouderd, alhoewel het meeste in de kern nog hetzelfde gebleven is anno 2022.
Gedurende dit hele project heb ik me vaak afgevraagd hoe ik wetsuits moest vergelijken en welke maatstaven dit dan moeten zijn. Hell, ik heb zoveel onzinnige dingen uit proberen te zoeken die zoveel tijd hebben gekost die ik uiteindelijk in de prullenbak kon flikkeren.

Dit e-book gaat puur over de lessen die ik uit het hele project en dat proces getrokken heb. Toch wil ik je wél een kijkje geven in de keuken hoe het proces van vergelijken bij mij tot stand is gekomen. Dan zie je ook hoeveel haken en ogen eraan zitten en waarom reviews eigenlijk gewoon onzinnige marketing praatjes zijn. Wetsuits vergelijken is naar mijn mening dus onzin, maar wetsuits onderzoeken is zinvol. In die zin sloegen mijn reviews achteraf dus ook niet echt ergens op, behalve dan dat ik wel naar inhoudelijke functionaliteit en ergonomie van features heb gekeken. Uiteraard blijft ook dat gewoon een mening.
Doet dat ergens pijn omdat er veel werk in is gaan zitten? Ja, maar los daarvan heb ik dusdanig veel geleerd over wetsuits dat ik mijn lessen wel met je kan én wil delen.

Wat ik jou met dit project wil leren is hoe je kritische vragen leert stellen en ze kan onderzoeken. Het is een beetje ‘red pill’ omdat je deze vaardigheden op alles in het

leven toe kan passen wat best vermoeiend en ontnuchterend kan zijn.
Als je echt leert onderzoeken, bijvoorbeeld met wetenschap, dan kom je erachter dat er ontzettend veel gelul is in de wereld (van wetsuits).

Survival of the fittest?

Als je wetsuits bijvoorbeeld op pasvorm (fit) gaat vergelijken dan ben je een totale lul want een kledingindustrie, waar wetsuits ook gewoon deel van uitmaken, is eigenlijk bij elk (groot) merk confectie. Dat betekent dat ze voor een bepaalde pasvorm bij een bepaalde maat kiezen en dat dan in massa produceren. Deze pasvorm en het aanbod in verschillende confectiematen is eigenlijk bij elk merk anders ondanks dat 95% van alle wetsuits letterlijk bij dezelfde fabrikant vandaan komt.
Elke designafdeling van elk merk verzint een confectiemaat in hun technische tekeningen. Deze tekeningen worden dan op een lap neopreen gelegd waaruit de panelen worden geknipt die vervolgens met de hand aan elkaar worden gemaakt. Als je op grote schaal produceert omdat je makkelijker veel geld wil verdienen moet je dus met een standaard komen wat zo optimaal mogelijk werkt. Zoveel mogelijk panelen uit een lap neopreen knippen is daar een goed voorbeeld van. Dat bespaart namelijk kosten en is ‘beter’ voor het milieu omdat je minder neopreen overhoudt waar je niks meer mee kan. Daar ga ik later nog dieper op in.

Elk merk heeft dus zijn eigen kenmerkende fit, maar deze fit kan ook binnen het merk verschillen afhankelijk van de lijn die je kiest. De duurdere lijnen binnen een merk hebben vaak een andere confectie dan de goedkopere. Daarom zijn wetsuits die ze bij

surfscholen gebruiken altijd van die vage hobbezakken. Het is namelijk goedkoper om alles recht toe, recht aan te produceren dan wanneer je meer pasvorm hebt.
Daar komt dat verhaal van het zo optimaal mogelijk gebruik maken van een lap neopreen weer in terug. Met allerlei specifieke vormen is het op grote schaal lastiger om zo'n lap helemaal uit te buiten.
Ik kan dus onmogelijk pakken gaan vergelijken op pasvorm. Dat zou oneerlijk zijn vanwege het hele verhaal hierboven.

Zo liet ik ook een pak op maat maken om te zien wat het effect van perfecte fit is en kwam tot de ontdekking kwam dat perfecte fit echt fucking lekker is, maar dat de kwaliteit van materiaal en andere 'features' ook best wat doen met je ervaringen in het water. Daarom besloot ik na veel sparren met anderen om te focussen op de kwaliteit van de eigenschappen en materialen van het pak, maar ook de prijs die je ervoor betaald.
Ik kan je wel zeggen dat het lastig is om je niet teveel te laten beïnvloeden door de pasvorm. Hoe dan ook is dat mijn missie geweest gedurende dit hele project: zo objectief mogelijk proberen te kijken.

Mijn allereerste onderzoek bij wetsuits was het in kaart brengen van zo'n beetje alle beschikbare merken en hun aanbod. Hierbij zette ik elk merk op een rijtje. De meeste merken hebben verschillende lijnen die vaak hele fancy marketing namen krijgen. Eigenlijk zijn die verschillende lijnen wetsuits niks anders dan prijscategorieën. Binnen zo'n categorie heb je dan ook nog verschillende diktes. Kortom, veel.

Sterker nog, sommige merken hebben binnen die lijnen nog een afsplitsing naar twee lijnen. Zo heeft Billabong hun Furnace lijn, maar binnen die lijn kan je de goedkopere variant hebben en de duurdere variant. De goedkopere variant is dan gemiddeld 345 euro en de duurdere 495. Persoonlijk vind ik dit echt mega irritant, want eigenlijk kan op basis hiervan geen enkele vergelijking maken. Online is het ontzettend onduidelijk wat de verschillen tussen de pakken zijn, behalve dan hoe ze eruit zien.

De features die merken aanprijzen zijn doordrenkt met hippe marketingtermen waardoor het nóg lastiger wordt om er chocolade van te kunnen maken. Billabong is maar één voorbeeld trouwens. Bij O'Neill en Rip Curl hebben ze hier ook een handje van, terwijl het bij een merk als SRFACE of NeedEssentials veel duidelijker is. Dat komt voornamelijk omdat hun aanbod kleiner is.

Prijs vs. features

Heel veel mensen kopen een wetsuit blind op prijs, en een beetje passen, met de gedachte dat een duurder pak per definitie beter is, want: meer kwaliteit en features. Onzin kan ik je alvast zeggen. In praktijk zie je eigenlijk dat er zes prijscategorieën zijn:

1. budget (<200)
2. laag (200 - 250)
3. midden (250 - 350)
4. hoog (350 - 450)

5. high-end (450-600)
6. Kenkerduur (600+)

Prijscategorieën bepalen is ontzettend lastig, vooral als je in de uitersten van zo'n segment zit. Als je wetsuits wil vergelijken moet je er namelijk ook nog rekening mee houden dat je een high-end budget pak niet met een laag budget kan vergelijken. Dat is om twee redenen, namelijk 1) merken worden altijd pissig en 2) iets over fruit.

Maar, waarom worden merken altijd pissig?
Twee gedachte-experimenten.

Dit zijn trouwens puur denkbeeldige voorbeelden. Dit zijn geen problemen die echt voor zijn gekomen. Ik herhaal: het zijn gedachte-experimenten.

Stel ik heb een Putacoochie pak van 600 euro en ik ga hem vergelijken met een SRVICE pak van 200 euro. Zoals ik hierboven al zei, kijk ik niet meer naar de pasvorm van de pakken, maar naar de kwaliteit van de materialen en de eigenschappen.
Het SRVICE pak is lekker goedkoop, rekt lekker mee en de eigenschappen voldoen aan al mijn wensen. Stel nou dat ik het Putacoochie pak eigenlijk te duur vind omdat hij minder meerekt dan het SRVICE pak. Dan wordt Putacoochie boos omdat ik het SRVICE pak over hun pak verkies omdat ik in dit geval een feature gekozen heb waar hun *unique selling point* (USP) iets anders probeert te doen. Zij kiezen namelijk bewust voor een "milieuvriendelijker" wetsuit en maken gebruiken duurder materiaal omdat dat

precies hun shtick is. Dan ben je dus binnen een feature een vergelijking aan het maken die gebaseerd is op een verkeerd uitgangspunt. Je vergelijking is dan te kort door de bocht omdat je geen recht doet aan die USP.
Andersom zou SRVICE ook kunnen gaan zeiken dat ik het Putacoochie pak verkies boven dat van hun omdat ik als belangrijke feature duurzaamheid acht en het pak van Putacoochie duurzamer is dan dat van hun. Het ding is hierbij dat het duurzame materiaal van Putacoochie flink duurder is, terwijl de shtick van SRVICE in dit geval is gewoon een goed pak maken dat niet te duur is. SRVICE zal dan terecht zeggen dat ik de vergelijking niet maak met hún USP in mijn achterhoofd.

Vergelijken van pakken is dus ergens appels met peren. Het is allebei fruit, maar toch respectievelijk wat anders. Realistisch gezien vind ik wetsuits vergelijken meer Royal Pink met Granny Smith. Allebei appels, maar op een paar smaak vlakken net een andere beleving. Ze doen allebei hetzelfde. Hoe dan ook gaan merken met elke vorm van classificering steigeren. Mijn conclusie is tweeledig in dit geval.

Omdat merken altijd ontevreden zullen zijn, maar zelf besluiten om mee te doen, moeten ze eigenlijk gewoon hun mond houden, maar ik ben het er wel mee eens dat je op een of andere manier rekening moet houden met dat waar het merk om bekend staat. Dat bracht mij alweer wat verder in de manier hoe je zo’n project als dit moet vormgeven.

We kunnen dus niet echt vergelijken op fit, ook niet puur op prijs en al helemaal niet op één enkele eigenschap. Waar ik wel op kan vergelijken is kijken naar de verhouding tussen de kwaliteit en het nut van de materialen/eigenschappen versus de prijs.
Zo zou ik bijvoorbeeld onderbouwd kunnen zeggen van: ‘Ja, Putacoochie heeft een duur pak gemaakt, maar de kwaliteit en de keuze hebben zo ontzettend goed uitgepakt dat ik het aanschaffen waard vind.’
Voorbeeldje, hè. Ik zeg niet dat dit zo is.

Maar, dit hele geneuzel levert een paar nieuwe problemen op. Ik noem hierboven termen als kwaliteit en nut, maar hoe onderbouw je wat dat überhaupt is?
Wie zou ik zijn om te zeggen dat functie beter is dan duurzaamheid? Of wie ben ik om te zeggen dat een pak dat snel droog is beter is dan een die er wat langer over doet.
En als je die vergelijkingspunten dan hebt gevonden, hoe onderzoek je die dan objectief en wat mag je daar dan van concluderen?
Ik hoor je al denken: gast, volgens mij neem je dit veel te serieus. En ja, ik ben het helemaal met je eens, maar alle vergelijkingen die je tot nu toe hoort, leest en ziet gaan eigenlijk alleen maar of ze een pak lekker warm vonden en of ‘ie wel mooi is. Dat is natuurlijk geen vergelijking maar een marketing praatje, vaak wordt een platform daar dan ook voor betaald óf dat je wat wetsuits krijgt, zoals in mijn geval.

Een goede review is altijd transparant over dit soort dingen. Houd dit dus altijd in je achterhoofd als je een review leest.

Als ik iets doe dan doe ik het goed. Hoewel ik echt spijt heb van mijn gierigheid door hier vol op te duiken gedoken had ik nog steeds iets beloofd. Dat betekent dat ik mijn best doe om het op de juiste manier aan te pakken. Mijn eigen ego en trots zit me dus misschien een beetje in de weg, maar dat leert mij heel veel en jij krijgt een soort bizarre vorm van leedvermaak. Sadist.

Objectief, kan dat wel?

Voor een groot gedeelte is wetsuits vergelijken totaal subjectief en arbitrair, maar onderzoeken leert ons beter wat belangrijker is in het kiezen van een pak. Daardoor hoef je de volgende keer misschien maar twee pakken te passen in plaats van zes.

Is objectief testen dan niet mogelijk? In theorie, jazeker, maar als je gaandeweg in dit boek leert hoe het hele marketing- en productieproces van wetsuits werkt, ga je leren dat écht objectief vergelijken in de praktijk vrijwel onmogelijk is.

Daarnaast is de vaardigheid ‘niks voor zoete koek slikken.’ best wel waardevol voor de rest van je leven. Misschien gaat dit boek dus stiekem wel veel meer hoe ik vind dat je vragen moet leren stellen, dingen moet onderzoeken en daar praktische conclusies uit moet trekken. Met dit e-book en al die andere artikelen wil ik je dus vaardigheden leren waardoor je niet genaaid wordt waar je bijstaat.

Genoeg over die reviews.

Samen met jou

Hoe heb ik dan bepaald welke onderwerpen interessant zijn voor het e-book? Nou, dat heb ik niet alleen gedaan. Dat heb ik samen met jou gedaan. Op social media. Dat is het allermooiste van het opbouwen van een online community in een bepaalde niche. Ik heb in dit hele proces meerdere malen aan jou en anderen gevraagd wat ze zouden willen dat ik ging onderzoeken. De combinatie van die verzoeken en mijn eigen nieuwsgierigheid hebben tot de volgende onderwerpen geleid:

- Geschiedenis (van wetsuits, maar ook over neopreen)
- Comfort (pasvorm, daardoor ook warmte, en flexibiliteit)
- Materialen (isolatie, productieproces)
- Duurzaamheid
- Productieproces (fabrieken, maar ook de stappen van het verwerken)
- Wetenschap
- Pakken voor vrouwen
- Onderhoud

Het belangrijkste in een wetsuit

In dit e-book ga ik natuurlijk alles met je ontleden, maar uiteindelijk is het beste pak het wetsuit dat het beste isoleert in de condities en temperaturen waar je in surft zonder teveel in te leveren op bewegingsvrijheid. Je wil immers het meeste uit je sessie kunnen halen. Dit betekent volgens mij dat pasvorm en neopreendikte het allerbelangrijkste zijn.

Dat eerste kan best wel tussen, en zelfs binnen, merken verschillen. Wat voor jou het beste pak is hoeft dat voor mij dus niet te zijn. Natuurlijk zijn er ook een heleboel andere elementen die een wetsuit maken of kraken. De één belangrijker dan de ander, maar naar mijn mening kan je die elementen het beste als volgt onderverdelen.

1. pasvorm en neopreendikte
2. soort neopreen
3. naden
4. soort lining
5. paneelconstructie
6. Alle andere comfort gerelateerde features

Zoals je ziet heb ik bewegingsvrijheid niet in dit lijstje opgenomen. Dat komt omdat bewegingsvrijheid naar mijn mening een gevolg is van de samenstelling en combinaties van de bovenstaande elementen.

Een beetje van SRFACE, een beetje van Jan Bijl en een beetje van moi.

Waarom O’Neill het wetsuit niet verzonnen heeft

Wetsuits zijn als eerste ontwikkeld voor duikers, maar als surfers zijnde hebben we toch wat anders nodig. We delen dus wel een soort gemeenschappelijke voorouder. Een soort van evolutie dus. Een beetje zoals dat de chimpansee ook een verre neef van ons is. Die evolutie ga ik je nu uitleggen.

Buiten de tropische gebieden is koudwater eigenlijk altijd de grootste vijand van surfers geweest. Ofja, naast crowds dan.
Dat is bij ons niet anders want in een écht goeie winter kan het water zakken tot zo’n 5-7 graden. Iedereen die ooit met dat soort temperaturen heeft gesurft kent de stekende kou die je in je hoofd ervaart zodra je de eerste keer kopje onder gaat of een duck dive maakt.
Het valt een beetje te vergelijken met een brain freeze, keer tien, die je krijgt als je veel te snel een *slush puppy* naar binnen sloeberd terwijl je moeder je nog zó had gewaarschuwd.

Moet je je eens voorstellen dat je het water onder de negen graden is en je erin moet zonder pak. Dat was in de jaren vijftig in Santa Cruz, Californië, eigenlijk de standaard. De generaties daarvoor, surfers in de jaren 30 en veertig, waren eigenlijk al een soort van gehard door de kou en droegen soms truien of lang ondergoed tijdens hun sessie. Soms zelfs ondergedompeld in kerosine om het water er beter van af te laten glijden.

Je kan begrijpen dat dit hartstikke fijn werkt totdat je een paar keer in het water valt en het niet meer warm gaat krijgen. Ervaren surfers peddelden daarom soms ook op een andere, mega inefficiënte manier. Ze zaten dan met hun reet op hun deck en met hun knieën opgetrokken. Hun voeten plaatsten ze dan plat voor zich op het deck van hun board om zo het contact met het water te minimaliseren.
Dat klassieke peddelen op je knieën, wat je longboarders en (prone) paddlers bij langeafstands wedstrijden nu soms nog ziet doen, lijkt dus misschien een reliek om contact met het water zoveel mogelijk te beperken, maar is volgens mij vooral om sneller vooruit te komen dan de positie die ik hiervoor beschreef. Dat terzijde.
Er zijn verhalen dat het peddelen op je knieën voor zulke vage wonden en vergroeiingen op je knieën en tenen zorgde dat je af werd gekeurd voor het leger en daardoor niet hoefde te vechten tijdens de oorlog in Vietnam. Bizar.

Moet je voorstellen dat je al eigenlijk onderkoeld bent en dan nog op het strand bent. Dan gaat snel omkleden in je auto en de blazers vol aan ook niet echt werken. Het kwam dan ook vaak voor dat ze vuurtjes bouwden op het strand en er van alles op flikkerden om warm te kunnen worden. Thermosflessen koffie, sigaretten en 3 liter kannen wijn werden gedeeld alsof het een Playboy op een schoolplein vol twaalfjarige jochies was.
Sessies duurden daarom vaak niet langer dan 20 minuten, want binnen uur kon je al onderkoeld raken. Misschien zijn daarom heats nu nog steeds maar 20 minuten. Misschien heten ze daarom ook heats omdat je dan nog een klein beetje warm bent. Leuke 'stoner thought', maar toen ik dit ging googlen kwam ik wat anders tegen.

Een heat stamt blijkbaar nog uit de latere periodes van de 17e eeuw toen paardenraces nog hot waren. De lichaamstemperaturen van paarden ging namelijk bij een korte sprint best wel omhoog. De term heat slaat dus meer op het verhogen van actie en temperatuur in een korte race. Later is die term heat voor meer sprintachtige sporten overgenomen, bijvoorbeeld bij zwemmen en warempel ook bij surfen.
Later werd die definitie uitgebreid door het verdelen van een wedstrijd in verschillende groepjes om de grote hoeveelheden deelnemers beter aan te kunnen. De winnaars van elke heat, in dezelfde ronde, namen het dan in de volgende ronde tegen elkaar op. Een beetje hetzelfde als hoe die toernooien in Dragon Ball Z ook gingen. Een soort van piramide dus.

No, I am your father!

Alles is beter in de lente. Dat was in 1951 niet anders. Dat was namelijk het jaar dat Hugh Bradner het wetsuit uitgevonden heeft. Dat is best bijzonder want iedereen gelooft dat Jack O’neill van, je raadt het al, O’neill de uitvinder van wetsuits was, maar eigenlijk dat is dus gelogen.
Ofja, gelogen. Zoals je bij elke uitvinding ziet komen mensen op verschillende plekken rond dezelfde tijd op dezelfde ideeën. En dan ontstaan er discussies omdat het vaak om veel geld gaat.

Daarmee wil ik overigens niet zeggen dat O’Neill niet kneiter belangrijk is geweest, want waar Bradner teveel beren op de weg zag, zag Jack kansen. Jack heeft het

geoptimaliseerd voor surfers. En overigens niet alleen Jack, want naast O’Neill ontstond er rond die periode ook een surfshop genaamd Dive N' Surf van Bev Morgan. Wat later werd overgenomen door de tweelingbroers Bill en Bob Meistrell en het Body Glove noemden.

Die geschiedenis beschrijven doe ik niet alleen. Dat doe ik met de hulp van eerder werk van Carolyn Rainey en Matthew Warshaw. Carolyn schreef in november 1998 een uitgebreid rapport over de jarenlange strijd tussen een aantal namen om het intellectueel eigendom van de wetsuit. Hierbij heeft ze allerlei archieven afgegraven op zoek naar de eerste documentatie om voor eens en voor altijd te bewijzen wie de geestelijk vader van het natpak is. Al deze documenten kan je terugvinden bij Scripps Institution of Oceanography, in de bibliotheek van UC San Diego om precies te zijn. Matthew Warshaw is een van de beste surf historici op de wereld. Als je meer van hem wil lezen zou je Encyclopedia of Surfing eens moeten checken.

Oetelpakken

Het was schijnbaar een lekker weekend, want Hugh Bradner had zin om in zijn vrije tijd de aan de uitrusting van de Amerikaanse marine te werken. En niet zomaar de Amerikaanse marine. Nee, specifiek die van de “frogmen”. Dit waren mannen die *bad ass* onderwater missies uitvoerden.
Ze werden frogmen genoemd omdat ze, tot het punt dat Bradner zich ermee ging ‘’bemoeien’’, voornamelijk in drysuits opereerden. Deze drysuits waren donkergroen

van kleur om ervoor te zorgen dat ze niet teveel opvielen bij die super geheime missies. Geen idee of ze echt geheim waren, maar het klinkt wel leip.

Hugh Bradner en Charlie Townes, Ano Nuevo Island, 1953

(Bradner Photographs and Slides, 1962-1976, 87-11, SIO Archives, UCSD)

In ieder geval, Bradner testte zijn eerste pak zelf uit in Lake Tahoe vlakbij de gebergtes van Sierra Nevada. Tussen het ijs. Hij bleef een paar minuten in het water zitten en merkte dat hij het niet kouder kreeg. Althans, het was nog steeds retekoud, maar hij raakte niet onderkoeld.

Niet lang daarna stuurde hij de eerste ideeën voor een natpak naar een natuurkundige van UC Berkeley, een van de beste Universiteiten in Californië. Als je daar als Amerikaan wordt aangenomen dan is dat best een prestige-dingetje. Tenminste dat zie je altijd in van die zoetsappige filmpjes of Instagram waarbij iemand ‘accepted to Harvard’ is. Misschien ben ik een sadist, maar soms delen mensen ook filmpjes waarin ze hun afwijzing op beeld hebben gezet en daar dan heel hard om moeten huilen.

Stiekem moet ik dan een beetje lachen, want zie jij mensen hier al uit hun plaat gaan omdat ze wel of niet agri-food business mogen gaan studeren aan de HAS in Den Bosch?

Nee, ik ook niet. Hollandse nuchterheid?

De natuurkundige, waar Bradner zijn ideeën naartoe stuurde, was Larry Marshall. Larry was betrokken bij de Amerikaanse Marine en specifiek de NRC, dat was een onderzoekspanel voor onderwaterzwemmers van de Amerikaanse marine.
Blijkbaar vonden Larry en het panel het idee tof want een half jaar later begon de ontwikkeling van het eerste natte pak. Hier waren Bradner en andere collega’s van het ‘Berkeley Radiation Laboratorium’ betrokken bij het maken en testen van verschillende materialen.

First dibs

Een van de eerste bewijzen is een brief van Bradner aan Larry in 21 juni van 1951. Daarin vertelde Bradner dat duikers niet per se droog hoefden te blijven om hun warmte te houden. Door een flexibel materiaal te kiezen waar kleine belletjes met gas in zit kun je ook warmte behouden. Dan hoefde je niet super panisch elke opening van je pak dicht te houden, maar kon je juist water gebruiken om warmte te creëren.
En dat is precies wat neopreen doet, maar dat was wel revolutionair in die tijd. Het zou dus ook niet makkelijk worden om de marine te kunnen overtuigen.

Later dat jaar werden de eerste pakken getest door duikers van Scripps. Dat was een soort maritiem biologisch onderzoeksinstituut.

Het was een dude genaam Willad Bascom, ook werkzaam bij Scripps als onderzoeksingenieur, die Bradner aanraadde om een materiaal te gebruiken dat door een bedrijf genaamd Rubatex werd gemaakt. Met dat materiaal ontwikkelde Bradner uiteindelijk zijn eerste pakken.
Helaas werd al snel duidelijk dat de Amerikaanse marine er niks mee ging doen. Ze zouden veel te veel tijd kwijt zijn aan het produceren van de pakken op grote schaal. De marine gaf het design publiekelijk vrij en raadde Bradner in 1952 aan om de pakken zelf commercieel te gaan produceren.

In datzelfde jaar vormde Bradner samen met een groepje ingenieurs van UC Berkeley, onder leiding van ene Dave Garbellano, EDCO (Engineering Development Company) op. Nu was het gebruik van dit soort rubbers met gasbelletjes niet per se nieuw, maar de toepassing die Bradner maakte was wel uniek.
Het kostte een aantal jaar voordat EDCO wat stuggere materialen kon ontwikkelen om de eerste pakken te verbeteren, maar toen dat eenmaal lukte riepen ze de hulp van de marine wéér in om de pakken te testen.
Door dit te doen konden ze de pakken verder konden ontwikkelen waardoor ze bruikbaar zouden zijn voor de marine. Gewoon ordinair afzetmarkt creëren.

Gemiste kans, Frans

Het verlossende woord kwam op 13 november van 1952. Bradner en zijn team kregen groen licht om wetsuits te gaan produceren zolang de overheid maar vrij was van royalties op het moment dat ze wat af wilden nemen. Een maand later reageerde Bradner met een bedankbrief.
Kan je je dat nu voorstellen? Dat iemand iets voor je fixt en dat je hem een maand later pas appt om hem te bedanken? De deal zou allang van tafel zijn.

In deze bedankbrief schreef hij het volgende:

> 'I want to thank you for sending me the copy of your excellent letter of November 24, to F.B. Allen. It is completely accurate in every respect, except the date of the initial work on the foam suit. My first record of designs for this suit is in a letter to Larry Marshall, dated June 21, 1951. I do not care especially whether a patent on the suit is ever issued, since a refused application would presumably be just as effective in protecting the government from having to pay royalties. I plan to get someone started to making the foam suits commercially within the next month or two, if all goes well. I do not anticipate any particular difficulty, since I specifically wish to avoid any profit to myself. I don't want to compromise my position of unbiased consultation on swimmers' problems.'

Waarom zou hij in godsnaam dit niet commercieel uit willen buiten? Schijnbaar was het in die tijd niet echt netjes om financieel gewin te halen uit iets wat je voor de overheid deed.

Weer een maand later kreeg hij een reactie terug:

> 'I am happy to hear that someone will start making your suits. I do not really understand your complete resistance to benefit financially from the production of these suits, particularly when it is obvious someone will. I personally know of no legal or moral obligation preventing you from making money on the sale of suits to anyone but the U.S. Government. Think it over. Maybe you can be a business man on the side. It seems to me you are certainly entitled to it, for though some of the ideas may not be new, it was you who actually made the suit and demonstrated the validity of this idea.'

Het boeide dus geen ene zak. Bradner had dus gewoon een wetsuit bedrijfje mogen beginnen. Sterker nog, het werd aangemoedigd. Daarnaast had hij allang goedkeuring gekregen om EDCO op te richten en het bij het grotere publiek te proberen. En dat deden ze dan ook. Ze verkochten shorty's voor $45 en fullsuits voor $75.
$45,- toen kan je een beetje vergelijken met zo'n €350,- nu.

EDCO advertentie in Skin Diver magazine (Skin Diver, Januari 1954, Vol. 3, No. 1, p. 21)

Blauwtje lopen

In maart 1957 kreeg EDCO eindelijk bericht over het testen van het pak. Ze werden afgewezen, na jarenlang werk:

> ‘The experimental swim suit you forwarded is being returned. Your interest in keeping the Bureau advised of your latest products is appreciated, however, it is not considered in the Navy’s interest to test the suit at this time. The Bureau has been working with unicellular materials for some time. A unicellular type underwear for use in conjunction with our “standard” swimsuit has already been adopted and work on a wet type suit is underway. Your company will be invited to bid on this item when a satisfactory specification is developed.’

Ze wilden ze dus niet eens testen. De fuckers. Bradner heeft daarna nooit meer patent aangevraagd. Hij heeft het wel nog aangedragen bij de advocaten van de Universiteit van Californië, maar dit werd al snel gedropt omdat hij geen commerciële kans zag in het produceren van wetsuits voor consumenten. Op dat moment waren er misschien een handjevol surfers en duikers in de wereld.

In 2005 reageerde hij op het succes van de wetsuit. Het feit dat zijn uitvinding een markt heeft gecreëerd die toen een half miljard dollar per jaar opleverde liet hem verder koud. Logisch ook, je hebt geen fuck aan een half miljard als je al 89 bent. Daar kan geen sekswerker, berg cocaïne of viagra op je 89ste nog een verschil in maken. Meng

dat trouwens nooit, cocaïne en viagra. Over vasodilatatie en vasoconstrictie gaan we het straks nog hebben, maar dan gaat het over in je pak pissen.

John S. Foster als model voor een van de eerste designs van Bradner's wetsuit ergens in Juni 1953.

(Bradner Papers, MC16, Box 2, SIO Archives, UCSD)

Toch ging hij door met het ontwikkelen van pakken voor de marine. Ze hebben later zelfs pakken van EDCO gekocht. Het is dus niet helemaal misgegaan. Uiteindelijk heeft Bradner zich in 1961 aangesloten bij Scripps. Daar is hij professor emeritus bij het *Institute of Geophysics and Planetary Physics*.

Inmiddels is Bradner er al even niet meer, maar op deze manier wil ik toch eer toekennen aan iemand die het mogelijk heeft gemaakt dat wij kunnen doen wat we nu zo graag doen!

Hugh Bradner (5 november 1915 - 5 mei 2008)

Foto van Wikipedia

Lekker Bevven

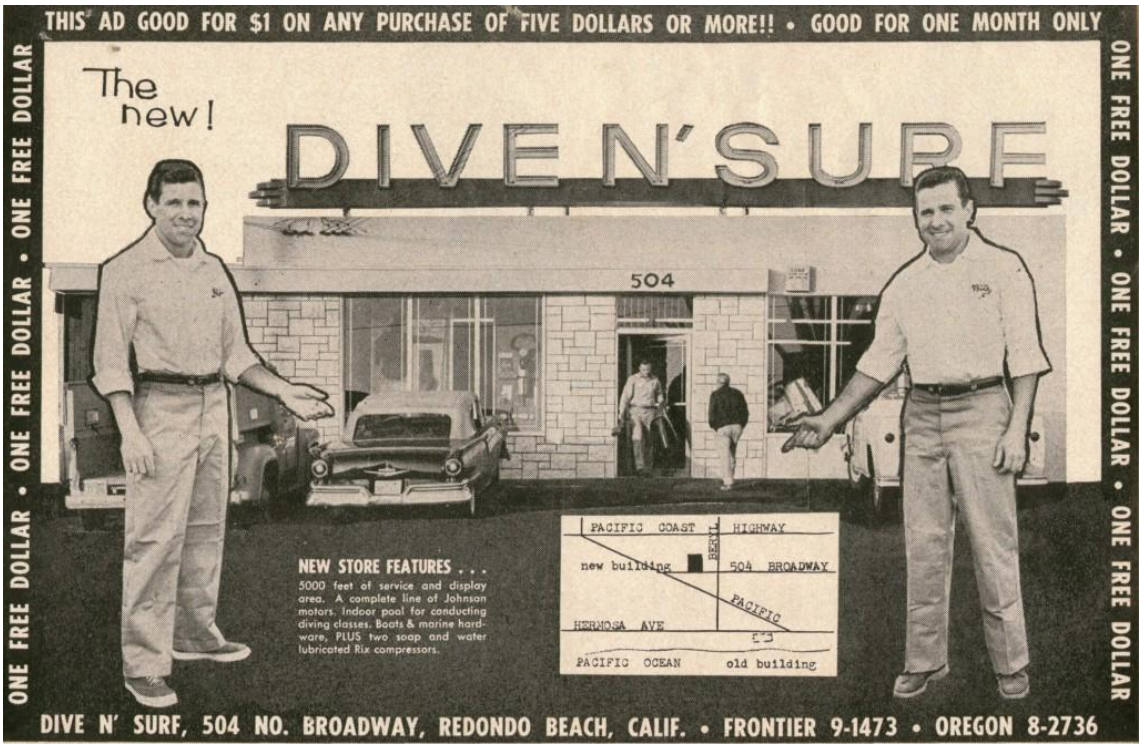
Máár, Hugh Bradner is lang niet de enige belangrijke persoon geweest bij het ontwikkelen van wetsuits. Zo was hij niet de uitvinder van neopreen en waren er in die tijd zelfs al soortgelijke designs, maar dan voor drysuits.

Laten we het nu maar eens gaan hebben over wetsuits voor surfers. Want daar kom je uiteindelijk voor, toch?

Terug naar 1952. In deze tijd werd duikmateriaal beschikbaar voor het gewone publiek. Een paar surfers uit het zuiden van Californië kochten een hoop van dit spul en gingen op de lokale riffen speuren naar zeebaars, kreeft en zeeoor. Een van deze dudes was Bev Morgan. In 1952 ging hij naar het SCRIPPS instituut waar hij wat documenten kreeg van een bibliothecaris.

Weet je nog dat ik net vertelde dat op een bepaald punt documenten van Bradner werden vrijgegeven? Dat waren dus de document die Morgan in handen kreeg gedrukt. Alles stond erin, van paneel patronen tot het assembleren ervan. Zelfs leveranciers van materialen stonden erin.

In 1953 opende Bev samen met een shaper genaamd Hap Jacobs een shop genaamd Dive N' Surf in Redondo beach. Met wat pielen en kutten maakte Morgan zelf een farmer john (beter bekend als een long john; een wetsuit met lange benen, maar zonder mouwen) en een front-zip jasje. Tegenwoordig zie je deze modellen weer terugkomen, maar voornamelijk zie je ze alleen maar bij hipster longboarders.



Copyright Body Glove

Toch ging het maken van die pakken niet zonder horten of stoten. Ze waren alles behalve dun en gingen echt niet lang mee. Daarnaast was zo’n pak aan en uit krijgen schijnbaar echt een hel aangezien neopreen toen nog geen jersey of lining aan de binnenkant had. Surfers moesten zich helemaal inpakken met talkpoeder, of zelfs maïzena, voor ze er ook maar een beetje soepel in konden glijden. Neopreen zonder lining aan de binnenkant plakt namelijk behoorlijk aan je huid. Rash en schuurplekken waren dan ook de orde van de dag, vooral onder je oksels. Moet je voorstellen hoe naar dat voelt. Dat laatste kwam ook vooral door het feit dat de constructie van die pakken eigenlijk nog teveel geënt waren op duikers. Duikers hebben veel meer bewegingsvrijheid nodig in hun benen om vooruit te komen. Surfers vooral bij hun armen.
In ieder geval, omdat je zo moest duwen en trekken om je pak aan of uit te krijgen was het de orde van de dag dat naden knapten of volledige panelen neopreen scheurden. Toch was dit het schijnbaar allemaal wel waard. Je kon in ieder geval iets langer surfen dan twintig minuten.

Duikers kozen al snel voor de wetsuits, maar surfers deden zoals gewoonlijk stoer.

Zoals dat nu nog steeds is met surfers was het toen ook zo dat alles wat anders of nieuw was werd onthaald met haat. Als je een wetsuit droeg was je een pussy. Een echte surfer ging het water in zonder pak. Het duurde daarom nog ruim acht jaar voordat mensen overtuigd waren. Tot die tijd bleven de meesten surfen in hun blote bast. Blijkbaar was machogedrag toen ook al orde van de dag en het verklaard denk ik

ook waarom veel mannelijke surfers nog steeds van die onnozele sukkels zijn. Het zit nogal in de cultuur gebakken.
Ik snap overigens niet waarom pussy een verwijt of scheldwoord is. Het impliceert dat een pussy, of jij als pussy, niet tegen een stootje kan. Ballen zijn toch veel gevoeliger? Ik bedoel, tik iemand in zijn noten en ze creperen. De gemiddelde vagina daarentegen krijgt nogal wat te verduren, i.e. geboortes?

Ik dwaal af.

In die periode vroeg Morgan aan de Meistrell broertjes, een bevriende tweeling uit Manhattan Beach, of ze mee wilden helpen met het produceren van wetsuits.
Samen met hen maakte Bev de wetsuits met de hand. Op den duur begon dit Bev een beetje zijn strot uit te komen en besloot een flinke tijd te gaan zeilen.
Het is niet helemaal duidelijk of Bev de shop toen ook volledig aan de Meistrell broertjes verkocht heeft of dat ze in die periode nog gelijke partners waren.

In de jaren 60 werd er ook in Europa geëxperimenteerd met neopreen alternatieven. Zo had je het Franse Pêche-Sport pak en het Britse Siebe Gorman zwempak, allebei gemaakt van een soort sponsrubber.
Ietsje later kwam er ook een zwempak genaamd Heinke Dolphin, ook Brits, gemaakt van natuurrubber met een stockinet lining. Hier werden vroeger onderbroeken van gemaakt, maar tegenwoordig wordt het vooral gebruikt voor verband,

verpakkingsmateriaal en ander schoonmaakdoeken. Dit zwempak was er in het groen voor mannen en wit voor vrouwen.

Voor de O’Neillofielen

Nog vóór de tweede wereldoorlog heeft surfen de gebieden rondom San Francisco Bay beetje bij beetje overgenomen. In de winter kon het water bij spots als Pedro Point en Steamer Lane makkelijk onder de tien graden zakken.
Niet te doen zonder pak zoals je kan begrijpen. Jack O’Neill was een van de body surfers die de kou trotseerde, maar hij moet ook het idee gehad hebben dat dit waanzin was.

Copyright O’Neill, een van de eerste prototypes met schuim, ergens begin jaren 50.

O’Neill heeft voor hij met zijn wetsuits begon een hoop andere dingen gedaan. Je kon hem best wel een jobhopper noemen, maar in 1952 opende hij dan toch zijn eerste winkel. Een surfshop waar hij voornamelijk boardjes maakte. Zijn winkel stond vlakbij het strand, een kilometer of twee ten zuiden van San Francisco's Golden Gate Park. Ook hij was aan het experimenteren met het maken van een vest van schuimrubber wat je bij de bouwmarkt kan kopen. Omdat dit natuurlijk totaal geen treksterkte heeft beplakte hij het met een soort pvc plastic waardoor het iets flexibeler werd en water makkelijker van af gleed. Zo probeerde hij in die creatie te bodysurfen. Hetzelfde deed hij met een tweedelige drysuit van de marine. Ook hij deed mee aan het fenomeen van het dippen van een trui in kerosine om het water af te stoten. Allemaal niet echt succesvol. Vooral dat drysuit niet. Drysuits werken namelijk alleen als er totaal geen water naar binnen kan stromen, maar wipeouts zijn natuurlijk onvermijdelijk met als gevolg dat het water via je polsen naar binnenloopt. Echt heel gevaarlijk als je bedenkt hoe snel je onderkoeld kan raken.

Ongeveer rond dezelfde tijd kregen Jack en Bev neopreenrubber van Rubatex in handen. Hiermee ging Jack meteen aan de slag en maakte nog meer van die vesten. Neopreen was echt een revolutie, maar zoals ik net al vertelde moesten surfers er niks van weten. Dat was bij de pakken van Jack niet anders.
Naast de neopreen vesten die hij al maakte kwam hij met twee nieuwe designs. Een front-zip jasje en zo’n long john. Erg veel overlap met de creaties van Bev Morgan dus.

Ongeveer zeven jaar later, in 1959, opende Jack toch weer een surfshop. Dit keer was het een outlet in Santa Cruz.
Surfboard verkoop bleek toch best wel wat vruchten af te werpen, maar nog steeds wilden de meeste surfers eigenlijk nog niks van wetsuits weten.

Hoe je surfers dan wel aan wetsuits krijgt

Bev Morgan is volgens mij de persoon geweest die surfers echt over de lijn heeft getrokken.

Ik vertelde je net al dat hij zijn shop had achtergelaten bij de Meistrell tweeling en toen ging zeilen. Hij keerde in 1962 terug naar Los Angeles en besloot om toch maar weer de wetsuit markt op te gaan. Dit keer wilde hij het direct richten op surfers. En dat deed hij best slim.

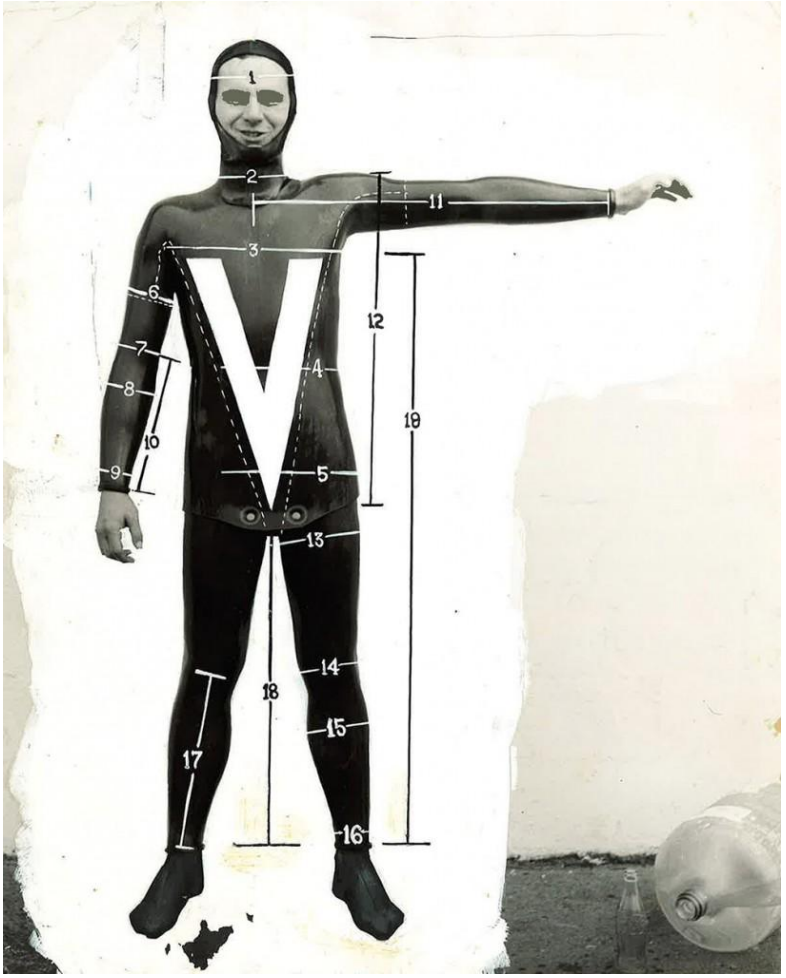
Bevke nam contact op met de beste shapers van Zuid-Californië en gaf ze ieders tien gratis short-johns, zelfde als de long johns maar dan met korte pijpen, met het logo van zijn bedrijf erop.
De shaper moest de pakken dan verdelen onder zijn teamriders (ook al een eeuwenoud principe binnen het surfen) en mocht er zelf ook een paar houden. De voorwaarde was wel dat de shaper echt bij zijn riders moest aandringen dat ze die krengen droegen. Gek genoeg deed iedereen dat ook. Het was een succes. De lente daarop had Bev een bestellijst van ruim 2500 pakken.

Dit kwam mede door de support van een hele bekende surfer genaamd Muckey Munoz a.k.a. The Mongoose. Hij zei iets super marginaals als: “Het is beter om warm te zijn dan te koud.”, maar het werkte wel. Influencers zijn dus zeer zeker niet iets van de laatste jaren op social media. Het inzetten van autoriteitsfiguren om je product te promoten is al eeuwenoud en werkt als een trein.

No glove, no love

Toch was Bev nog steeds niet tevreden. Hoewel hij het creëren en promoten van pakken wel kicken vond, had hij een schijthekel aan het daadwerkelijke maken van wetsuits en dat snap ik echt wel.

Hij verkocht alles aan de Meistrell tweeling. Zij gingen verder met de short-johns die Bev had gemaakt en richtten niet veel later Body Glove op. Op moment van overname noemden ze hun pakken nog “Dive ‘N Surf Thermocline Wetsuits”, maar daar was blijkbaar niet iedereen het mee eens.
Een consultant genaamd Duke Boyd vroeg aan de broertjes waarom hun pakken zo bijzonder waren, waarop ze antwoorden: “They fit like a glove!”, met als gevolg dat hun pakken vanaf toen Body Gloves werden genoemd.
Helemaal geen verkeerde naam als je het mij vraagt, maar O’Neill wint die strijd volgens mij toch echt, maar dat leg ik zo nog even uit.



Copyright Body Glove, wetsuit maattabel.

De bedoeling hierbij is dat je precies aan de hand van het voorbeeld je maten opmeet en instuurt.

In Santa Cruz pakte de wetsuit trend lekker op en ook O’Neill draaide overuren. Samen waren Body Glove en O’Neill marktleiders, maar door de concurrentie konden ze niet stil gaan zitten. Dat was maar goed ook want wetsuits waren nog steeds ruk. Deze concurrentie zorgde voor meer onderzoek en ontwikkeling.

Ik vertelde je al dat wetsuits bizar tergend waren om aan en uit te trekken zonder talkpoeder. De Meistrell tweeling hielden daarom wedstrijden om te zien wie het snelste een pak aan en uit konden trekken.
De eerste, en misschien wel allerbeste, ontwikkeling binnen wetsuits was daarom het plakken van een dun nylon laagje aan de binnenkant van het pak. Door dat laagje werd het neopreen verstevigd en kon je het pak ook makkelijker aan en uit krijgen. Al dat gedoe met talkpoeder, duwen en trekken was dus verleden tijd. Alhoewel het aan en uittrekken van een wetsuit nu nog steeds irritant is.

Daarna werd er rubbertape ontwikkeld om de naden minder water te laten lekken. Iets wat we ook nog steeds zien in wetsuits.

Rond 1961 kwamen de eerste gekleurde wetsuits, maar zwart is eigenlijk altijd favoriet geweest. Je zag toen ook al dat wetsuits op maat gemaakt konden worden, maar de meeste modellen waren short johns of het front-zip jasje. Die front-zip jasjes stonden ook wel bekend als beavertails. Het was een lapje stof wat aan de achterkant van het jasje hing.
Jij bent natuurlijk ook geen debiel en snapt dat dit lapje stof de vorm had van de staart van de bever. Het idee was dat je die flap tussen je benen door naar voren trok een aan de voorkant van je jasje vastmaakt. Voor duikers ideaal, maar de modebewuste surfers vonden het zoals gewoonlijk weer achterlijk en lieten de boel lekker bungelen. Vandaag de dag zie je alleen hipster surfers met deze dingen rond glijden, dan weet je ook meteen dat ze het eigenlijk alleen maar voor de looks doen.

Marketing

We kunnen dus niet zeggen dat O'Neill het wetsuit heeft uitgevonden, maar we kunnen niet ontkennen dat hij, en zijn familie, ontzettend invloedrijk is geweest. Die gast heeft zulke bizarre marketing dingen gedaan die bijgedragen hebben aan het succes van zijn product. En precies door die marketing kon hij blijven innoveren.

Zo presenteerde Jack zijn ideeën in 1956 op exposities voor boten. Een van zijn stunts was om een gigantische tank met water neer te zetten met een groot blok ijs erin. In die tank flikkerde hij dan drie kinderen met wetsuits die op dat blok ijs konden spelen.

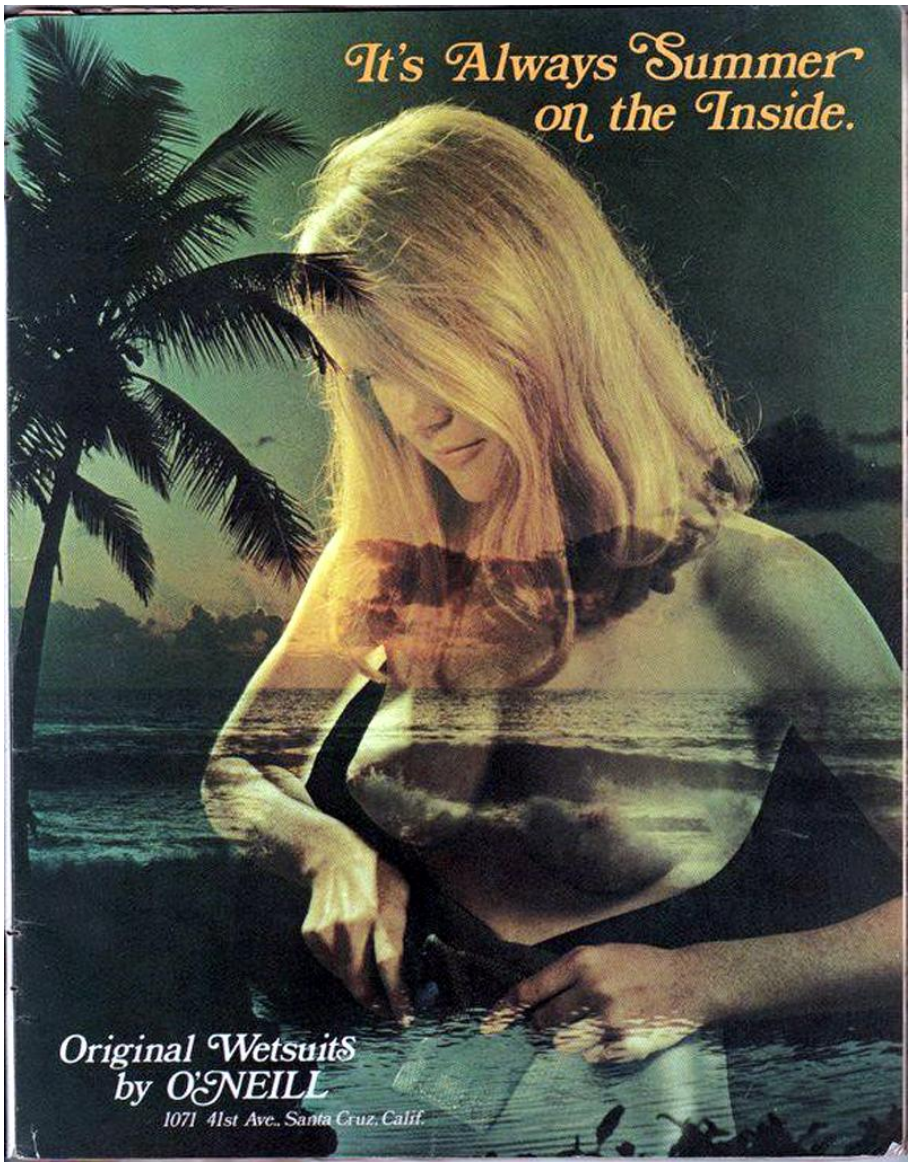
Copyright O'Neill

Hij maakte ook graag gebruik van de ballonvaart. Hij had een gele luchtballon met het logo van O’Neill erop en liet deze bij wedstrijden door de lucht zweven.

Zo simpel, maar zo slim.

Copyright O’Neill

Van halfnaakte vrouwen was Jack ook niet vies. Als een van de eerste liet hij een full-colour advertentie printen in bladen met een blonde vrouw met blote jopen die een short-john aantrekt met op de plaat de iconische slogan "It's always summer on the inside.". Naar mijn mening een van de beste slogans ooit verzonnen.



Copyright O'Neill

Een andere campagne in de jaren 70 was de Supersuit. Een pak dat je helemaal op kon blazen. Waarom dat was is niet helemaal duidelijk. De een zegt dat dit voor meer “comfort” en betere zichtbaarheid op zee was. De ander zegt dat dit een stunt was om de flexibiliteit van het rubber te bewijzen. Ik denk een stunt.
Je kent de foto’s ongetwijfeld wel waarbij hij in het water ligt als een of andere zwarte strandbal met armen en benen. Dit was een van de allereerste full suits voor surfers en een hele verbetering op al die long johns en beavertail bullshit.

Copyright O’Neill

Voor het inzetten van hun eigen identiteit als marketing deinzen ze bij O’Neill ook niet terug. We hebben het nog steeds over de jaren 50-60 en als je Amerikanen een beetje kent dan weet je hoe erg ze opscheppen en connectie zoeken op basis van hun Europese voorouders.

O’Neill, duidelijk een Ierse naam, laat veel meer de American dream zien; het concept dat je als immigrant naar Amerika kan komen en in alle vrijheid het beste leven voor jezelf kan creëren. Heel liberaal en autonoom dus.
Ironisch om te zien hoe immigranten tegenwoordig in Amerika verafschuwd worden, maar laten we die politieke discussie maar even parkeren en bewaren voor een ander soort boek.

Een ander voorbeeld is dat Jack zijn oog verloor toen hij met zijn zoon de eerste leashes aan het testen was. Zijn hoofd met ooglapje is daarna uitgegroeid tot een van de bekendste beeldmerken.

Toen hij in 2017 overleed zijn er over heel de wereld paddle outs geweest om hem te eren.

Voor de mensen die niet weten wat dat is; als een surfer komt te overlijden dan wordt er soms een paddle out georganiseerd door en voor vrienden, familie en andere bekenden. Hierbij peddelt iedereen uit en gaat in een grote cirkel hand in hand zitten dobberen. In het midden van die kring wordt de as van de overleden surfer uitgestrooid waarna iedereen water gaat spetteren en juicht voor de overledene. Best een mooie traditie, maar hier in Nederland en België zie je het eigenlijk niet zo vaak gebeuren.

In ieder geval, volkomen terecht dat er Jack zulke paddle outs kreeg. Qua marketing is het natuurlijk geniaal en volledig in lijn met de ondernemersgeest van Jack.

Wetsuits in Nederland en België

We hebben het nu eigenlijk alleen maar gehad over het ontstaan van wetsuits, maar ook in Nederland heeft het even geduurd voordat wetsuits de norm waren.

Het mooie van de enige surfblogger in Nederland zijn is dat je relatief makkelijk een netwerk opbouwt. Zo schreef ik in 2018 een artikel over de Nederlandse surfgeschiedenis en werd ik wat bekender met de ouwe rotten die het surfen in Nederland op de kaart hebben gezet.
Dit was voor mij de uitgelezen kans om ze nog eens aan de tand te voelen over de introductie van wetsuits in Nederland.

Ik sprak in 2018 met Arie Verbaan (toen 74) en Albert van Garderen (toen 68) af op een vroege maandagochtend bij Jumpteam in Scheveningen. Daar heb ik een uurtje met ze gezeten en ze alles gevraagd over de materialen die ze toen hadden.
Naast wetsuits hebben we het natuurlijk over nog veel meer andere dingen gehad, maar dat had geen zak met wetsuits te maken.

Zo gek als de surfers in Amerika waren ze niet. Zonder iets van een pak gingen Arie en Albert het water niet in. De allereerste pakken die ze droegen waren neopreen duikpakken. Arie heeft nog foto’s van op de boulevard met een pak met gele bandjes over zijn schouders.
De pakken die ze daarna hadden waren waterski-pakken. De duikpakken waren namelijk verschrikkelijk. Ze erkennen dezelfde problemen die ik hierboven al heb

uitgelicht. Door het plooien van neopreen onder hun oksels lagen ze regelmatig helemaal open van de rash. Ook talkpoeder was hier nog nodig om een beetje soepel in die krengen te kunnen komen. ‘De pot uierzalf stond altijd klaar’, vulde Albert aan.

Albert vertelde me hoe kapot ze waren van alleen al het aantrekken van zo’n kreng. Misschien moeten we dat maar eens in ons achterhoofd houden als we het zoveelste pak hebben moeten passen in onze lokale shop. Het kan dus nog erger.
Ook in de winter gingen de heren door. Tijdens die allereerste winters droegen ze huishoudhandschoenen om hun vingers niet te bevriezen. Bizar.

Het eerste serieuze surfpak van Arie was een tweedehands ding van O’Neill. Een Long John met daarop een Pod vulde Albert aan. Een pod is een soort neopreen shirt wat je over je Long John droeg.
Ik probeerde wat meer te vinden over ‘Pod Suits’, maar ik werd door Google verrast met hele andere resultaten. Mocht je van een kinky onderdanige soort liefde houden dan raad ik je van harte aan om het eens op te zoeken.

De heren laten me wat oude foto’s zijn. Platen van rond 1970. Op de foto’s zie je al duidelijk hooded wetsuits met schoenen en handschoenen. Vermoedelijk allemaal bedoeld voor duikers, maar met liefde geadopteerd door surfers. Dikker dan 4mm waren de pakken nog niet.

Bevertails zag je hier niet. Dat was echt alleen iets voor duikers. De eerste echte

surfpakken kochten ze in Biarritz. Dit waren pakken van het merk Second Skin, een Brits bedrijf dat in 1975 startte. De eigenaar reed daar in een busje rond en verkocht ze aan surfers die er oren naar hadden. Het waren voor die tijd goeie pakken, maar de kwaliteit van het neopreen was eigenlijk nog niet zo goed.

‘Na een of twee jaar seizoenen waren die krengen eigenlijk al zo stug dat je ze rechtop in de hoek kon zetten’, zegt Albert.
‘Goed uitspoelen en binnenstebuiten laten drogen verlengde de levensduur wel wat, maar eigenlijk ging het allemaal niet zo lang mee.’, vulde hij aan.

Het grootste verschil vergeleken met toen is dat het neopreen nu dus zoveel soepeler is. Zo had Albert ooit een spiksplinternieuw pak van Body Glove en meteen bij de eerste keer aantrekken scheurde het pak precies op de plakken waar hij het vast had. Ook Arie heeft een soortgelijk voorval gehad waarbij een pak zo in tweeën trok, maar daar vertel ik zometeen meer over.

Al die oude pakken hebben ze natuurlijk niet meer. Logisch ook. Wat moet je met al die ouwe meuk?

Alle pakken die ze gehad hebben hadden een backzip. En dat heeft nog steeds hun voorkeur, vooral die van Albert. Hij noemt chest-zips helse semi-vagina’s waar je ook helemaal van naar de klote bent voor je hem aan of uit hebt. Ik moest lachen.
Mijn reactie was om hem een zipless wetsuit te laten zien. Hij snapte niet hoe je hier

ooit in gaat komen zonder te vloeken. Hij sloeg mijn aanbod om hem eens aan te trekken dan ook lachend af.

De back zips waren niet van hele goede kwaliteit. De stukjes klitteband waren kort en de aansluiting op je nek was niet naadloos. Als er een golf in je nek klapte als je onder de golven door dook had je wel eens de kans dat de boel volledig open ritste en heel je pak vol stroomde met koud water.
Toch waren er toen ook al bepaalde elementen die we nu nog steeds zien. Zo hadden de naden aan de binnenkant al rubber taping om de naden te bedekken. Zo hield je warm water binnen en kon er minder snel koud water naar binnenstromen. Daarnaast was het een goede manier om het schuren van de naden op je huid tegen te gaan.

Zelfs ‘liquid’ seams waren er al. Dit zijn van die rubberen laagjes op de naden van de buitenkant van je pak. Bedoeld om koud water nog verder buiten te houden. Arie herinnert zich dat Second Skin in de jaren 80 al zoiets had, maar ze waren nog niet zo ver als nu. Het was meer een soort geprinte seal die over de naden heen was geplakt. Gelukkig is de pasvorm van wetsuits al honderden keren beter geworden. Toch was het toen ook niet ongebruikelijk om je maten door te geven en een pak op maat kreeg. Het besef van het belang van pasvorm is dus niet iets van gisteren.

Albert is nog steeds ondersteboven van het zipless wetsuit.

‘Helemaal geen ritsen, hè Arie!’

Arie reageert wat minder verbaasd. Die heeft al wat vaker wat jongens erin rond zien lopen. Hij benadrukt wel dat zoiets echt niet meer voor gasten zoals hijzelf en Albert is. ‘Weet je wat het is? Wij zouden hier gewoon niet meer uit kunnen komen!’

Ondanks dat de mannen alles behalve zuur en bitter zijn vinden ze de jeugd wel een beetje absurd.
‘Ze snappen niet hoe bevoorrecht ze zijn. Vederlichte boards, geweldige soepele pakken. Wij hadden dat allemaal niet.’ zegt Albert.
‘Ja, en hoe achteloos ze er soms mee omgaan is ook bizar. Ze laten overal alles slingeren, vooral de kiters.’ vulde Arie aan.
Voor een pak legde je toen ongeveer 200 gulden neer. Da’s best een hoop geld voor die tijd, maar natuurlijk niks vergeleken met de knaken die je er nu voor neerlegt.

Tot slot wilde ik met ze bespreken hoe de pakken van nu anders waren dan die van toen. Daarom had ik twee van de meest dure pakken meegenomen die ik heb gekregen. Een zipless 4/3 Rip Curl Flashbomb Heat Seeker en een 5/4 hooded Xcel Drylock X.

Allereerst viel het ze op dat er helemaal geen klittenband meer in de pakken verwerkt zit. Volgens hen een goede ontwikkeling omdat de lining van pakken daar helemaal niet tegen kunnen. Je zag dan dat de hele stof ging pluizen, maar ook zand ging er lekker in zitten. dan plakte het ook niet meer vast.
Ook waren alle uiteinden van de pakken niet nauw aangesloten op je polsen en enkels.

Het was dus veel makkelijker voor warm water om uit het pak te lopen en voor koud water naar binnen te stromen. Dat was bij deze wetsuits nog wel.

Arie en Albert surfen nog steeds. Alhoewel het nu meer kitesurfen is. De leeftijd begint er, naar eigen zeggen, toch een beetje in te hakken.
‘Reuma en artrose in de polsen maken pop-ups een stuk lastiger, zeker als het water en de wind koud is.’ zegt Albert. Hun favoriete pakken op dit moment zijn de backzip Rip Curl E-bommetjes. Eigenlijk een beetje dezelfde soort modellen als mijn eerste pak.

GO GO GO

Al vroeg in het gesprek werd mij duidelijk dat ik niet alleen bij Arie en Albert moest zijn. Eén man is namelijk van levensbelang geweest om te kunnen surfen in de oude tijd. Deze man is natuurlijk Go Klap (toen 77).
Ik heb al eens eerder de grap gemaakt dat zijn naam misschien klinkt als een energiedrankje. Ik maak die grap nu weer omdat ik hem zelf heel grappig vond, maar het doet Go eigenlijk geen eer aan.

Go Klap in zijn opslag met het eerst toegelaten golfsurfboard (Tiki Boards) in Nederland, dag voor kerst 2018.

Go importeerde de eerste pakken vanuit Groot-Brittannië, maar dat was natuurlijk niet het enige. Hij kocht ook surfboards, blanks en skateboards in. In de jaren 70 was er namelijk nogal een skateboard hype waar Go snel op in heeft gespeeld. Dit ging allemaal niet vanzelf. In 1973 startte Go zijn winkel en verkocht alles vanuit zijn

appartement in het Geuzenkwartier, maar alleen op de vrijdagavonden en zaterdagen. Dit deed hij vijf jaar lang. Hij werkte toentertijd nog steeds als weg- en waterbouwkundige en deed de verkoop van surf en skate gerelateerde producten ernaast.

Hij kreeg na die vijf jaar een winkel in de Badhuisstraat. Daar draaide hij nog steeds maar halve dagen. De ochtenden werkte hij dan nog steeds in de tekenkamer.
Als hij om 1 uur ‘s middags bij de winkel aankwam stond de hele stoep al vol met jochies die een skateboard wilde kopen. Het jaar daarna nam hij ontslag en ging fulltime in de winkel zitten. Moet je voorstellen hoe spannend dat moet zijn geweest als je eigenlijk een heel zeker en vast bestaan hebt.
Later verhuisde hij alles naar de haven aan de Dr. Lelykade. Daarna ging Go naar Maassluis. Daar runt hij nog steeds een webshop met wat oude materialen.

Terug naar de pakken, want die verkocht hij ook. Merken als Second Skin, Alder en Gul. Eigenlijk de meeste pakken die Arie en Albert kochten kwamen van Go.

80s Second Skin pak uit de opslag van Go Klap, dag voor kerst 2018.

Ik sprak met Go af bij zijn appartement in Maassluis. Het is de dag voor Kerst en ik was blij dat ik op zo’n korte termijn nog even langs mocht komen. Go is een gigantische man. Hij komt heel rustig en nuchter over. Hij lijkt niet snel onder de indruk, maar was wel heel open over een vervlogen tijd.

Over zijn invloed en rol in de hele Nederlandse surfgeschiedenis is Go heel bescheiden. Na wat doorvragen vertelde hij me dat hij natuurlijk ook niet wist dat het dit

allemaal in gang zou zetten. Hij wilde er gewoon voor zorgen dat iedereen wat beter materiaal had om langer te kunnen surfen. Mooi, man.

Go’s eigen eerste pak was een op maat gemaakte 4/3. Deze liet hij in Naaldwijk maken en had een rits over de verticale lengte aan de voorkant van het pak. Hij noemde het merk Dasia, maar behalve zoekresultaten voor auto’s vind je online niet meer echt iets. Niet gek want we hebben het nu over 1964 en was er nog geen Google. Go was toen 21 en sloot zich aan bij Zeilvereniging Scheveningen aan de noordkant. Surfen kwam een paar jaar later pas. Dat deed hij ook in dat handgemaakte pak. Het was niet echt geschikt voor surfen, voor zeilen was het prima.

In de periode dat ze begonnen met surfen zijn ze met de kleine groep die ze toen hadden naar Newquay, Engeland gegaan. Daar zagen ze de eerste pakken die echt voor surfers waren bedoeld. Go kocht daar zijn eerste Long John ook met pod.
Ik hoorde pod dus voor de tweede keer en besloot nu nog eens duidelijker te vragen wat het precies was. Het is een vest met lange mouwen wat tot aan je schaamstreek kwam. Het bestond uit één stuk, dus zonder ritsen, en moest je dan over je hoofd en Long John aantrekken. Het was best een karwei schijnbaar. Alsnog was het ijskoud. Go is zelfs een keer bijna onderkoeld geraakt toen alles via zijn nek, mouwen en pijpen naar binnen stroomde.

Dat Arie en Albert met keukenhandschoenen surfte kon Go zich niet herinneren. Voor zover hij nog weet had hij gewoon duik wanten aan.

Go weet nog goed hoeveel verder de industrie in Newquay al was. Zo ontstond er in 1965 het merk Bilbo wat vooral surfboards maakten. De eerste zakelijke contacten deed Go op in Braunton bij Tiki. Hij had daar het een en het ander besteld, maar het ging zo moeizaam en via omwegen dat het niet lekker liep. Hij herinnert zich dat ze bij Tiki dan van te voren geld moesten hebben en dan zou hij pas leveren.
Geld overmaken ging niet met tikkie’s op je iPhone X of dat soort shit, maar met een oude post wisseling. Uiteindelijk raakte het geld zoek dus moest er weer opnieuw betaald worden. Met Tiki was het dus veel te lastig.

Daarna ging Go naar Botany Bay en kwam daar Gul tegen. Het werd gemaakt door een jongen die vanuit thuis begon met het maken van pakken in een schuurtje in de tuin. Uiteindelijk groeide Gul meer en verhuisde het naar een kleine loods op een industrieterrein. Op een bepaald punt kocht Gul geen ‘gelined’ neopreen meer in, dus met een nylon laagje over het rubber, maar liet kaal rubber uit Japan komen. Met een speciaal gemaakte machine linede ze het dan zelf.
Dat deden ze een tijdje, maar toen ze bij Gul met 2mm op de proppen kwamen zag Go dat niet echt zitten. En gelijk heeft ‘ie. Wat moet je nou met 2mm pakken in Nederland? Zelfs in een goeie zomer is dat nog aan de frisse kant. Uiteindelijk kwam die dude een klant van Go tegen die het importeursschap van Go overnam. Gul wilde namelijk per se die pakken slijten. Best wel backstabbing stuff, maarja zo gaan zaken nou eenmaal blijkbaar.

Eigenlijk wel prima, want het jaar daarvoor was er schijnbaar ook al gezeik met Gul. Ze

waren met nieuw neopreen aan het experimenteren en trapten zo hele gaten door het materiaal bij de eerste keer aantrekken. Dat zullen net de pakken zijn geweest die Arie en Albert hebben geprobeerd. Alle pakken moesten terug en het zou opgelost worden, maar dat schoot ook niet echt op. Zo werden er dikkere stukken dubbel gelamineerde neopreen op de plekken bij de knieen genaaid wat de gebruiksvriendelijkheid alles behalve ten goede kwam. Dit was allemaal begin jaren 80.
De eerste echte verbeteringen zijn volgens Go is dat het neopreen zoveel soepeler is geworden. Daarnaast was de komst van een fullsuit met een back-zip echt een vooruitgang. Je kreeg minder spoelingen en het was veel makkelijker om je spul aan en uit te trekken.

Ook naar Go heb ik de zipless 4/3 Rip Curl Flashbomb Heat Seeker en een 5/4 hooded Xcel Drylock X meegenomen.
'Bij duikers zag je ook al zipless pakken.' vertelt Go me nuchter. Net zo onder de indruk als Arie en Albert is 'ie niet. En het klopt wat Go zegt. Ik heb patenten gevonden uit 1952 waar de eerste duikpakken zipless leken te zijn, maar daar vertel ik straks wat meer over bij de uitvinding van neopreen. In surfpakken kwam je het alleen nog niet echt tegen. Het materiaal was er eigenlijk nog niet soepel genoeg voor om er zonder rits makkelijk in te kunnen.

'Je zal je toch verbazen hoe soepel het materiaal later in de jaren 80 al was. Het was echt zo slecht nog niet.' zegt Go terwijl hij aan het materiaal van de Drylock X trekt.
'Wat wel echt verbeterd is zijn de constructies rond de ritsen. De harde materialen van

de rits die dan op zacht neopreen bevestigd werden gingen vaak het eerste kapot.' vertelt Go terwijl hij naar de stukken wijst waar de rits begint. 'Daarom zie je nu ook al die verstevigde punten met een extra stukje neopreen.'

'Vooral bij rug ritsen zag je dat de onderste delen scheurden. Omdat dit een punt is waar je veel beweging had ontstond er heel veel spanning terwijl het materiaal er nog niet echt aan toe was.'

'Rugritsen waren toen wel een stuk goedkoper om te maken. De constructies die je met een chest zip en zipless ziet zijn nog redelijk complex.' zegt Go terwijl hij de nieuwe pakken in zijn handen heeft.
Dit verklapt al stiekem veel waarom sommige pakken duurder zijn. Ook een teaser voor later in het boek.

Go bevestigde dat het gemiddelde pak vroeger zo'n 250 gulden was, maar je had natuurlijk ook gewoon duurdere met de nieuwere features. 250 gulden in 1970 kan je zo'n beetje vergelijken met 490 euro nu. Best dure units dus.

Dan laat Go ineens vallen dat hij nog oude pakken van de jaren 80 heeft hangen in zijn bergruimte. Ik voelde me nogal schuldig omdat Go niet echt soepel meer rondbanjert, maar kon het toch niet laten om te vragen of ik ze mocht zien. Dat was geen enkel probleem.
We liepen eerst langs zijn kantoortje. Daar hingen wat oude posters en foto's. Het

andere spul lag allemaal beneden.

Een paar trappen verder kwamen we aan bij de bergingsruimte. Een klassiek rommelhok, maar er stonden toch wat parels.

Eerder in het gesprek wees Go mij op een van zijn eerste boardjes. Die kocht hij over van een van de gasten van Tiki. Het was een bijzonder board omdat het breder was gemaakt door er gewoon een stuk schuim in te bouwen. Belangrijk want Go is namelijk best wel een GVR te noemen. Boardjes met laag volume daar zou hij dus niet mee uit de voeten kunnen.
Enfin, een wit board met groene rails uit 1974. Het board wat je op de foto een paar pagina's terug zag. Op het deck stond een of andere illustratie van een LSD griffioen met de tekst Tiki Surfboards Wave eater erop. Op de onderkant stond de welbekende eerste sticker die je verplicht op je plank moest hebben van de HSA (Holland Surfing Association, opgericht in 1973). Erop staat met trots nummer 1. Het allereerste geregistreerde board met een leash plug wat volgens mij van origine gewoon een badstop was.

Voor het board hingen twee wetsuits. Een shorty en een fullsuit. En man, Go kon wel zeggen dat het allemaal wel meevalt met de vooruitgangen, maar ik kan je met zekerheid zeggen dat wat we nu hebben is echt honderd keer beter dan dat van de jaren 80. Is natuurlijk niet helemaal eerlijk om te zeggen, 40 jaar later.
De kleuren waren wel funky. Paars met grijs voor de fullsuit en roze met blauw voor de

shorty. Ze waren allebei van het merk Second Skin, maar ik kan me niet voorstellen dat ze echt aangevoeld hebben als een tweede huid.

Natuurlijk wordt neopreen over de jaren en het gebruik stugger, maar dit materiaal rekte nog nauwelijks mee. Zowel de binnen- als de buitenkant waren gelined met nylon. Aantrekken zal dus al veel makkelijker zijn gegaan. De constructie van de panelen daarentegen leek me alles behalve logisch. Één volledig rugstuk, maar wel borststukken die verticaal verdeeld zijn over twee panelen met een lange verticale naad lopend van je borstbeen tot aan je snikkel. Verder viel het ook op dat er geen kniestukken in zaten en de afwerking bij je pielemans leek ook niet echt optimaal.

Allebei de pakken hadden een backzip met een klein stukje klittenband bij de nek, maar man wat zag dat er ielig uit. Een ander ding wat opviel is hoe slecht het pak aansloot op je nek, polsen en enkels. Ongetwijfeld dat deze delen nog vormelozer zijn geworden over de tijd, maar van echte cuffing en fit kon je niet echt spreken. Ik vraag me echt af of deze dingen warm water wel een beetje vasthielden.
Alles wijst erop dat je bij de eerste beste spoelbeurt je warmte kwijt was. Niet vreemd om te horen dat Go, Arie en Albert regelmatig een pak vol met koud water hadden.

Go heeft sporadisch tot zijn 65e gesurft. Hij gaat het water nog wel op, maar eigenlijk alleen maar in zijn sloep. Hij zou ooit nog wel het water op willen gaan, maar dan met een waveski.

‘Het wordt wat lastiger omdat ik momenteel nogal last heb van mijn heup, maar als ik ooit nog de kans krijg dan zou ik dat willen doen om nog een beetje te kunnen surfen.’

Toen ik Go vroeg of hij het ondernemerschap een beetje miste was hij zoals in het hele gesprek heel nuchter en bijna droog.
‘Nee hoor, al dat commerciële gedoe en dat gezeik met concurrentie was af en toe te tergend voor woorden. Wat dat betreft ben ik blij dat ik er niet meer in zit.’

Tot slot liet ik hem wat foto’s op Instagram zien. Ik pakte het profiel van Roy van Eijk erbij en je zag Go’s ogen een beetje fonkelen.
‘Zo, dat zijn serieuze bakken.’ antwoordde hij zichtbaar onder de indruk.

Het surfvirus verlies je dus echt niet zomaar.

Het was ontzettend gaaf om eens een kijkje te krijgen in een oude keuken. Een keuken die de weg voor ons geplaveid heeft.
Voor mij was het heel ontnuchterend om via de verhalen van Arie, Albert en Go even te mogen proeven hoe zwaar het was om vroeger te surfen. Terwijl het toen ook al het leipste ter wereld was.
Ik vind wetsuits namelijk nog steeds ondingen, maar door de verhalen van Arie, Albert en Go ben ik me gaan beseffen dat wij het zo slecht nog niet hebben. Ik ben ontzettend benieuwd hoe wetsuits de komende veertig jaar gaan ontwikkelen, maar dat bewaar ik lekker voor het einde van het boek.

De industrie

Of ik nieuwe vrienden ga maken met dit hoofdstuk weet ik niet, maar wat boeit het? Het is niet makkelijk om alles te weten te komen over de wetsuit industrie. Veel gebeurt achter gesloten deuren en er is niet veel transparantie. Ik heb geprobeerd te doen alsof ik een nieuw wetsuit merk was om contact te leggen met fabrieken, maar op geen enkele poging tot communicatie werd gereageerd. Later werd mij duidelijk dat je eigenlijk al met één been binnen moet staan om zaken te kunnen doen.

De meeste info die ik hier met je deel heb ik verkregen van anonieme bronnen en zelf kritisch onderzoek doen. De rode draad zal dus ongeveer kloppen, maar sommige details kunnen anders of veranderd zijn.

De salescyclus

Er zijn ontzettend veel partijen betrokken bij het maken, distribueren en verkopen van een wetsuit. Daarom op een rijtje voor de duidelijkheid. Elke partij, mits noemenswaardig, bespreken we dan nog los.
Over grondstof winnaars en materiaal producenten gaan we het meer hebben bij de sectie materialen. We zien namelijk dat wetsuit fabrikanten soms ook materiaal producent zijn of dat grondstoffen winnaars óók materialen maken.
Over recyclen en upcyclen lees je meer bij duurzaamheid.

- grondstoffen winnaar

- wetsuit fabrikant (materiaal producent)
- (moeder)merken (ontwerpers, marketing, teamriders)
- transport
- distributeurs, agents
- (web)shops
- jij
- recycle/upcycle partijen

De salescyclus bepaalt voor een groot gedeelte hoe duur een wetsuit wordt. Elke stap wil namelijk geld verdienen aan het product, logisch.

Het grappige is wel dat een product daardoor vier keer duurder moet zijn om winstgevend te zijn voor een partij. Stel de fabrikant koopt voor 12,50 een waterdichte rits in en biedt deze aan bij een merk. Dan betaal jij er waarschijnlijk aan het einde van de streep 50 euro voor. De fabrikant wil er namelijk wat op winnen, maar het merk, de distributeur en de surfshop ook. Voila.

Sheico Group en de rest

Er zijn stiekem een flink aantal wetsuit fabrikanten op de markt. Een heleboel kleine boetiekjes of merken die alles handmatig in kleine oplages maken. Vaak zijn dit ook merken die wetsuits op maat maken. Je vult dan je maten in op een formulier en stuurt het op via email of via je lokale surfshop.

Het overgrote deel van alle kleding is echter confectie. Wetsuits vormen daar in principe geen uitzondering in, maar over de nuance gaan we het zo hebben. Confectie betekent standaardmaten met bepaalde pasvorm op grote schaal geproduceerd. Met de hand gemaakt wel, maar toch. De oplages zijn gigantisch. we praten over miljoenen wetsuits. 4,5 als ik de bronnen moet geloven.

Er zijn een aantal fabrikanten die er qua marktaandeel met kop en schouders bovenuit steken, maar de aller allergrootste is toch wel het Taiwanese Sheico Group. Naar eigen zeggen hebben ze 65% van de wereldwijde wetsuit productie in handen.
Bijna elk wetsuit wat je in een surfshop kan kopen wordt geproduceerd door Sheico.
Nu kan je daardoor denken dat elk wetsuit hetzelfde is. Tot op zeker hoogte klopt dat, maar er zitten nogal wat nuances aan die claim best wel onderuit schoppen. Helemaal confectie is het dus niet.

Sheico heeft een flink aantal fabrieken in Zuidoost-Azië, de laatste telling die ik gevonden heb staat op 11 fabrieken in 5 verschillende landen. Uiteraard komt niet elk wetsuit uit dezelfde fabriek. Stiekem zit er best veel verschil tussen de (productie)capaciteiten van elke fabriek. Afhankelijk van het soort wetsuit, en de hoeveelheid daarvan, kan je soms wel bij Fabriek A terecht, maar niet bij Fabriek B.
Daarnaast zit er ook wat verschil in de kwaliteit van het eindproduct per fabriek.
Sinds de jaren 80 maakt Sheico wetsuits. Daarvoor, ergens vanaf de jaren 60, focusten ze zich vooral op het produceren van rubber laarzen. In het begin kochten ze nog veel materiaal in bij Japanse leveranciers, maar merkten dat de inkoopkosten te hoog

werden. Daarom gingen ze zelf aan de slag.

Tegenwoordig produceren ze een hoop zelf, van rubber tot lining.

Die decennia lange ervaring in combinatie met een hoop extra opties, en dus keuzevrijheid, maakt het voor merken aantrekkelijk om met Sheico Group in zee te gaan.

Er zijn echter ook merken met hun eigen fabrieken. Natuurlijk komt dit ook met een maar.

Zo heeft Rip Curl een eigen fabriek in Thailand genaamd Onsmooth. Hetzelfde geldt voor O'Neill. Toch zijn ze gedeeltelijk afhankelijk voor materialen die geproduceerd worden door Sheico.
Zo komt/kwam de Flashbomb lining als eerste bij Sheico vandaan. Bij specifieke innovatieve features kopen sommige merken een tijdelijk exclusiviteit af óf bieden het wel aan bij andere merken, maar dan tegen een hoger tarief. Dat doet Patagonia, ook gemaakt bij Sheico, ook met FSC gecertificeerd rubberboom neopreen. Daarover later meer.

Marketingtechnisch klinkt het niet echt lekker dat bijna elk pak bij dezelfde boer vandaan komt. In de praktijk ligt het dus net wat anders, maar het kan wel een reden zijn voor merken om zich te scharen achter een eigen fabriek. Dat klinkt ook weer meer

wholesome.

Het gekke is dat niet elk pak van Rip Curl bij hun eigen fabriek wordt gemaakt. Als je kijkt naar de openbaar gemaakte rapporten over hun productie, vindbaar op de site zelf, kan je zien dat het overgrote gedeelte van de productie gewoon bij fabrieken van Sheico plaatsvindt. Meestal gaat dit dan om de goedkopere of simpele pakken.

Rungeons and Dragons?

De meeste merken hebben hun eigen research & development (R&D) teams die aan het nieuwste van het nieuwste willen werken.

Natuurlijk komt het ook heel serieus over om te zeggen dat je een R&D afdeling hebt, terwijl het in de praktijk echt niet zo is dat je een laboratorium met wetenschappers hebt rondlopen. Ook dat is weer marketing.

Meestal gaat de ontwikkeling van nieuwe features of eigenschappen alsnog in samenwerking met Sheico, maar je kan als merk altijd nog kiezen voor bepaalde features die niet standaard door Sheico geleverd worden. Mede daarom is Sheico schijnbaar een fijne partij om mee samen te werken.

Je kan voor een heel basic pak gaan of kosten besparen op dingen als goedkopere garen om mee te naaien, maar je kan ook meer all-out gaan en alles aanpassen. Van paneelconstructies tot features. Daar komt het verschil tussen merken op productniveau dus ook vandaan. Daarom kan je ook niet zeggen dat elk pak van Sheico hetzelfde is.

Je kan ook niet zomaar met Sheico samenwerken, je moet wel al iets van een connectie hebben gemaakt om überhaupt in aanmerking te komen.

Sheico heeft qua verduurzaming dus ook veel vingers in de pap. Zij hebben de macht om merken duurzamere keuzes aan te bieden, eventueel tegen een lagere prijs dan een vervuilende keuze, om verduurzaming te stimuleren. Of dat al wordt gedaan weet ik niet, meestal zie je dat duurzamere keuzes vooralsnog duurder zijn. Merken willen daar tot op zekere hoogte best voor betalen, omdat ze het goed kunnen vermarkten naar surfers die daardoor met een geruster hart kunnen slapen.
Productiekosten liggen ook hoger omdat bepaalde features nieuwer zijn en soms nog in ontwikkeling zijn. Vraag en aanbod drijft de prijs natuurlijk ook op. Daarover meer bij duurzaamheid.
Ik heb een aantal bronnen die zeggen dat Sheico tegenwoordig alleen nog maar (wetsuits van) limestone neopreen maakt, dat lijkt al een vooruitgang, maar of dit echt klopt weet ik niet zeker.

(moeder)merk

In mijn ogen is het doel van een merk het volgende: pak een willekeurig product, wat aan bepaalde kwaliteitseisen voldoet, en zet dat met een identiteit op de markt. Een merk moet continu de publieke opinie proberen te beïnvloeden om het product te zien zoals het merk willen dat jij het ziet.
Als je een gevestigd merk bent, als Nike en Harvard bijvoorbeeld, dan heb je een reputatie hoog te houden. Dat kost ook een hoop knaken en inzet. Het vastleggen van

die identiteit doe je met branding en marketing. Letterlijk vertaalt brandmerken en in de markt zetten. Die branding en marketing kan je in het product zelf verwerken, maar voornamelijk in de communicatie naar buiten.

Klinkt misschien wat abstract dus laat ik het uitleggen met wetsuits. Daar gaat het immers om.

Branding en marketing kost echt ongelofelijk veel geld. Het schieten van beeldmateriaal alleen al; surftrips, producten, reiskosten, verblijf, eten, cameraploeg, etc. Denk ook aan het inkopen van reclameruimte zowel online als offline.
En wat denk je wat een goeie teamrider kan kosten? Laat staan een heel team.

Branding en een markt zoeken zit hem in kleine dingetjes. Neem Hurley bijvoorbeeld. Zij zijn op een bepaald punt witte stroken gaan printen op de bovenbenen van John John Florence. Ofja, op zijn wetsuit natuurlijk. Dat is een hallmark design keuze geweest die Hurley wetsuits echt heel herkenbaar hebben gemaakt.

Die twee strepen zijn een beeldmerk geworden waar jij je al surfer aan wil koppelen. Hierdoor kan je aan de buitenwereld laten zien hoe serieus je surfen neemt en je graag schaart onder de noemer topatleet. Net als John John Florence. Je vindt jezelf dan net zo cool als de dingen en mensen die je zelf ook cool vindt. Lekker spiegelen. Althans, zo denk ik dat alle merken in de kern werken.

Daarom sponsoren zoveel merken ook topsurfers, naast dat ze een ziek bereik hebben natuurlijk. Pro-surfers krijgen bij grote merken namelijk écht knaken. Dat is wel anders met Nederlandse surfers. Dan mag je al blij zijn met twee pakken per jaar en wat kleding.
Aan het einde van de streep betaal je als surfer natuurlijk ook gewoon voor merkbeleving in een wetsuit. Mede daarom kunnen merken het veroorloven om Mick Fanning in te zetten voor de branding en marketing van hun meest hi-end wetsuit.

Branding en marketing kan ook minder goed uitpakken dan gedacht. Verengelsing is daar een goed voorbeeld van. Vissla had een kleding/wetsuit lijn genaamd Tripper. In het Engels heel slim ingespeeld op de hele surf en wanderlust hype van 2015 tot ongeveer maart 2020, maar met een grote klantenbasis in Duitsland niet zo heel verstandig. Tripper in het Duits is namelijk een ander woord voor gonorroe. In het Nederlands ook wel beter bekend als een druiper.
Je kan als merk niet met alles rekening houden, maar door zoiets is er wel een breuk in de merkbeleving. Dit legt vervolgens de illusie van de levensstijl bloot met bijbehorend kapitalisme. Dat wil je als merk niet en als consument ook niet. Het draait allemaal om die illusie, denk ik.

Dan heb je ook nog de casus needessentials. Het merk wat geen merk wilde zijn. Alles zwart, geen logo’s, geen marketing. Zo houd je de kosten laag en de focus op waar het om draait, surfen. Leuk én nobel, maar het feit dat je nu al die dikke Torren Marten Lost

Track Atlantic edits voorbij ziet komen geeft wel aan dat hun concept aanvankelijk écht niet werkte.

Boodschap: consumenten willen juist merkbeleving en daar betalen ze graag voor. Zullen ze alleen niet zo snel bewust en eerlijk toegeven. Integendeel.

Waarom ik toch geloof in de eerlijkheid van alle wetsuit merken

Dat komt ergens door pasvorm en hun afweging en toepassing van bepaalde features. Als elk wetsuit van elk merk precies dezelfde ‘cut’ zou hebben dan zou ik het best wel rattig vinden. Omdat elk pak nu zijn eigen karakteristieke pasvorm heeft krijgt het pak naar mijn mening veel meer een eigen smoel. Hoe significant dat verschil tussen pasvormen is, is natuurlijk een ander verhaal, maar dat is niet echt belangrijk voor dit argument.

Nu kan je denken dat dit per definitie nog steeds niet eerlijk is, want waarom zou een bepaalde pasvorm meer moeten kosten dan een andere. En dat is deels waar, maar een bepaalde pasvorm kan ook meer neopreen kosten dan een ander. Afhankelijk hoe de panelen uit een lap neopreen zijn gesneden.
In ieder geval, ik denk niet dat je dat prijsverschil als iets oneerlijks moet zien.

Je moet wetsuits maar even vergelijken met van auto's en van A naar B reizen. Je kan met zo'n lelijk oncomfortabel koekblik als een Daihatsu Cuore relatief veilig en droog snel op de plek van bestemming komen voor relatief weinig geld.
Je kan er ook voor kiezen om je rit zo comfortabel en blits mogelijk te maken met een Tesla Model X, maar dan moet je wel je portemonnee opentrekken. In de kern doen ze allebei wat ze moeten doen, maar de Tesla is stiekem toch wel heel lekker.

Nu hebben we het dus wel over twee verschillende prijssegmenten, maar binnen hetzelfde prijssegment wordt het veel lastiger om te verklaren waar het verschil in terugkomt. Helemaal als de auto's uit dezelfde fabrieken lijken te komen. Laat staan bij wetsuits.

De meeste pakken die ik heb getest zitten namelijk in een prijssegment van tussen de 200 en 300 euro. Afhankelijk van het businessmodel per merk verschilt elk merk maar een paar tientjes van de ander. Uitvogelen waar dat verschil in paar tientjes dan vandaan komt is ontzettend lastig.
Je hebt als "onderzoeksjournalist" en consument geen menukaart waar alle prijzen van elk onderdeel van het pak opstaan. Je weet daarnaast ook niet hoeveel ze uiteindelijk aan de klant moeten vragen om er zelf wat aan over te houden. En dat is allemaal compleet logisch.

Overigens denk ik ook niet dat je dat allemaal moet willen weten. Denk maar mee. Als jij van elk product wat je koopt precies weet hoeveel het eigenlijk kost om te fabriceren,

exporteren en aan te prijzen, maar je weet ook wat je er uiteindelijk voor betaald hebt dan ga je waarschijnlijk steigeren.

Besef je alleen even hoe arrogant die gedachte is.

Weet je hoeveel tijd in jaren, energie en ontwikkelingen er aan een product voorafgaan om jou te kunnen geven waar je tevreden over bent? Als je dat beseft van elk product wat je consumeert dan moet je je ook kunnen berusten in het feit dat dit proces ook verwerkt zit in de prijs die je betaalt.
Dit hele wetsuit project geeft me dus een helicopterview van dat gehele proces. Ik weet inmiddels redelijk goed hoe complex het kan zijn, maar natuurlijk weet ik ook nog lang niet alles.

Als je alle beschikbare kennis over wetsuits zou bezitten dan zou je net zo goed zelf je eigen wetsuit kunnen ontwerpen en (laten) maken. Ik denk alleen dat heel weinig mensen zin hebben om zo’n project überhaupt te beginnen.
Ik in ieder geval niet en geef daarom graag wat meer geld uit aan een product. Ik wil eigenlijk alleen maar zure stukjes in mijn onderbroek schrijven terwijl het, op moment van schrijven, buiten fucking lekker weer is.

Eerlijk is eerlijk

Omdat de echte vraag dus is hoe je de prijsverschillen tussen pakken van hetzelfde prijssegment verantwoord, moet je meer weten over die menukaart en het

businessmodel van het merk. Daar kom je niet zomaar achter, maar er zit wel degelijk verschil in de kosten en kwaliteit van sommige features. Omdat die prijsverschillen naar mijn mening niet extreem groot zijn, de meeste zitten zo tussen de 240 en 280 euro bij de 3/2s, durf ik te zeggen dat het binnen producten van hetzelfde prijssegment best wel eerlijk is.

Geen enkel merk vraagt namelijk een absurde prijs binnen die specifieke prijslijn, tenzij ze een heel ander businessmodel hebben, maar daar mag je een merk niet op afrekenen vind ik. Dat is gewoon een strategie.

Je hebt natuurlijk ook altijd nog het element van “duurder is altijd beter”. Veel mensen kopen stiekem ook hun wetsuit zo. Ook dat is weer een stuk merkbeleving waar je gewoon voor betaalt.

Unilever

Bij wetsuits zie je het Unilever-model ook terugkomen. Dit betekent niet dat dit voor alle merken geldt. Denk maar eens aan Magnum, Ben & Jerry’s, Cornetto en Ola. Allemaal ijsjes. Weliswaar net een ander aanbod en een andere smaak, maar wel allemaal ijsjes merken die door Unilever zijn opgekocht.

Dat zie je soms ook bij wetsuit merken, bijvoorbeeld Boardriders, inc. Dit bedrijf heeft Quiksilver, Roxy, Billabong, Xcel en nog een flink aantal andere niet-wetsuit gerelateerde merken. Tot voor kort was Xcel nog van Billabong, maar sinds 2018 is dat dus ook overgenomen. Hetzelfde geldt voor Hurley, voorheen van Nike, nu van een of andere Bluestar Alliance LLC.

Ripcurl? Kathmandu Holdings.

Vissla? Stokehouse Unlimited.

Mystic? North Actionsports Group B.V.

Decathlon? Association Familiale Mulliez??

Er zijn natuurlijk ook onafhankelijke wetsuit merken. Voor zover ik kon vinden zijn dat bijvoorbeeld C-Skins, Picture Organic Clothing, SRFACE en Snugg Wetsuits.

Vaak zie je ook dat nieuwe merken ontstaan uit oudere merken. Zo is Vissla bijvoorbeeld ontstaan uit Billabong. Als je denkt dat je het als CEO anders of beter te kunnen doen, een fusie al aan ziet komen of denken eruit te worden getrapt is het natuurlijk slimmer om je heil ergens anders te zoeken.
Ik zeg natuurlijk niet dat dit bij Billabong het geval was, maar ze hebben wel een roerige tijd achter de rug gehad.

Bij sommige merken loopt er van alles door elkaar. O'Neill is een goed voorbeeld daarvan. Zo zit de ontwikkeling van de wetsuit tak, en een deel van de productie nog in Santa Cruz, maar de kledingproductie is weer in handen van heel iemand anders in een andere Amerikaanse stad. Hetzelfde geldt voor het merk zelf, dat is overgekocht door Nederlanders en zit tegenwoordig dus ook in Nederland, Warmond om precies te zijn. Voor zover duidelijk is alleen nog het wetsuit gedeelte in handen van de O'Neill familie.

Als je al niet echt een fan van kapitalisme bent voelen deze modellen misschien een beetje vies. Kan ik ergens wel begrijpen, maar moederbedrijven, overnames en fusies kunnen ook bepaalde voordelen bieden. Het ene moederbedrijf is natuurlijk het andere niet. De ene gigantisch, de ander klein,
Het is bijvoorbeeld makkelijker om kennis uit te wisselen of bepaalde mensen (tijdelijk) op een ander merk te zetten waardoor het beter gaat presteren. Budgettechnisch kan het wel lastiger zijn. Als één merk beter verkoopt dan de ander heb je kans dat er meer budget naar dat specifieke merk wordt gealloceerd om meer omzet te kunnen draaien. Dat is als “slecht” presterend merk natuurlijk niet leuk.
Omdat alle merken onder één paraplu vallen kunnen de merken die het “minder” doen nog steeds overeind gehouden worden. Safety in numbers.

Merk X kan misschien nu wel booming zijn, maar alles wat nu booming is wordt op den duur ook saai voor consumenten. Als je dan ook merk Y hebt en die wordt vervolgens populair, door marketing en goed spul, dan blijf je altijd draaiende.

Soorten merken

Afhankelijk van de branche waar een merk hoofdzakelijk in opereert wordt er een nieuw wetsuit ontwikkeld. Bij merken die zich alleen maar focussen op wetsuit productie liggen die deadlines iets losser dan merken die eigenlijk als hoofdmodus kledingverkoop hebben.

Merken die voornamelijk kleding verkopen zijn afhankelijk van de seizoenen. Twee keer per jaar wordt er dan een sales meeting gehouden waarbij de nieuwe collectie, meestal van het jaar erop, wordt gepresenteerd aan hun klanten; de distributeurs of andere groothandelaren. Dit soort meetings kosten meestal dikke knaken en worden de klanten flink in de watten gelegd met reiskostenvergoeding, diners en activiteiten. Schijnbaar zijn de sales meetings tegenwoordig een stuk kariger dan vroeger. Blijkbaar wordt daar ook flink bezuinigd. COVID-19 heeft daar nog meer roet in het eten voor gezorgd, maar ik weet ook dat er bedrijven zijn zoals Mystic die er toch iets bijzonders van proberen te maken met een professioneel georganiseerde en verzorgde livestream. Het biedt ook kansen natuurlijk.

Je wil er als merk dus wel voor zorgen dat de wetsuits, als je die aanbiedt, klaar zijn voor bij de salesmeeting. Dit geeft best een bepaalde druk bij de designers van wetsuits om sneller met iets nieuws te komen afhankelijk van het seizoen en de salesmeeting. Meestal begint hier het marketingjargon al om te claimen dat je iets nieuws en beters hebt dan het jaar ervoor. Zou goed kunnen natuurlijk, maar het blijft óók marketing.
Wetsuit merken die zich echt alleen focussen op het maken van wetsuits noemen dit soort merken dan ook katoenboeren. Niet echt lief, maar met het verhaal hierboven in je achterhoofd ook wel begrijpelijk.

Ook wetsuit specifieke merken zullen sales meetings houden, maar die zullen minder afhankelijk zijn van seizoenen. Soms zijn die sales meetings in de vorm van een

surftrip, maar meestal gewoon op locatie van het hoofdkantoor. Surfen wordt er meestal wel gedaan. Er zijn wel deadlines die jaarlijks gelden omdat de distributeurs hun waar ook weer door moeten verkopen aan de shops.
Meestal kopen surfshops in september oktober in voor het jaar daarop. Je wil als wetsuit specifiek merk natuurlijk wel kunnen concurreren met het nieuwste van andere merken, maar de kunst is om je daar als wetsuit specifiek merk niet teveel te laten leiden en te blijven focussen op kwaliteit.

Tijdens deze sales meetings wordt er door sales- en accountmanagers van het merk gepeild hoeveel interesse er is in bepaalde producten. Afhankelijk daarvan koopt een merk het ontwikkelde wetsuit dan in bij de fabrikant. Via B2B webshops kunnen distributeurs vervolgens extra bijbestellen. Dat betekent business to business. Van merk naar distributeur. Hierbij kunnen distributeurs zelf bepalen wat ze af willen nemen en tegen welke hoeveelheden. Dit wordt vooral gedaan om administratieve stappen te elimineren waardoor een merk meer knaken overhoudt. Sommige B2B webshops werken echt prehistorisch, maar als je een goeie hebt is het ook voor distributeurs en agents een fijne bijkomstigheid.

Distributeurs en agents

Traditionele merken zullen nog steeds afhankelijk zijn van distributeurs en agents. Vooralsnog in ieder geval. Als merk zijnde heb je eigenlijk geen contact met de klant, laat staan weet hebben van de lokale surfeconomie in Grubbenkuttenveen.
Een distributeur of agent kent die lokale surf economie wel en staat in die zin dichter bij

het vuur. Zij kunnen daardoor beter vraag en aanbod inschatten waar een merk stiekem heel veel aan heeft.

Een distributeur is daarin anders dan een agent. Een distributeur heeft zelf een voorraad en bepaalt zijn eigen winstmarge. Een agent heeft geen voorraad en krijgt een fee van een merk voor het bemiddelen tussen het merk en de shop.
Voor allebei is wat te zeggen. Belangrijk bij allebei is dat je goede relaties behoudt met je klanten en de gemeenschap, soms zijn dit relaties die al teruggaan sinds het Stenen tijdperk. Je bent dan eigenlijk gewoon matties.
Ik gaf het al eerder aan, maar als je in een kleinere surf community door een groot merk wordt gesponsord, word je eigenlijk gesponsord door een distributeur of agent. Tenzij je echt wereldfaam hebt blijft een het merk er eigenlijk tussenuit. Niks mis mee, want zo’n distributeur kent de community veel beter wat de boel naar mijn mening meer integer maakt. Zo’n distributeur of agent moet dan wel goed kijken of de surfer in kwestie goed bij het merk past natuurlijk.

Nu denk je dat distributeurs en agents afhankelijk zijn van (web)shops, is ook zo, maar dit werkt net zo goed de andere kant op. Stel, door briljante marketing van merk X lijken hun wetsuits superieur aan die van andere merken, maar je hebt als shop alleen pakken van merk Y en Z, dan wil je misschien ook wel meeliften op de hype en een stel van merk X inkopen. Als je als shop bij het imago van het merk past dan kan je contact leggen en je order plaatsen bij de agent of distributeur. Wellicht verkoop je die wetsuits uiteindelijk niet eens, maar trekt het wel weer klanten aan die vervolgens met

iets anders aan de haal gaan.

(Web)shops

Er zijn merken die de verkoop van hun pakken zelf doen, bijvoorbeeld met een webshop. Kijk maar naar SRFACE of needessentials. Dit noemen ze dan een B2C webshop. Business to customer. Door de verkoop alleen online te doen, en daar een bepaalde service tegenover te zetten, zetten ze in principe de ‘ouderwetse’ surfshop en de distributeur in de salescyclus buiten spel. Daardoor kunnen ze voor een vergelijkbaar pak minder geld vragen en nog steeds winst maken.
Je kan begrijpen dat niet elke shop of distributeur van een ander merk dat leuk vindt, maar het is wel hoe de markt werkt.

Meestal worden er tussen merken, distributeurs/agents en shops prijsafspraken gemaakt. Dat gaat eigenlijk bij alle producten zo, los van surfen en wetsuits. Bij agents ligt dit vast vanuit het merk, maar een distributeur maakt wel afspraken over wanneer iets in de sale mag.
Het is aan een surfshop zelf hoeveel ze er dan nog opvangen, maar in de regel is het zo dat iets wat in de rekken blijft hangen eigenlijk alleen maar verlies zal leiden. Daarom heb je sales en outlets. Je zal als shop dus aanwas moeten blijven hebben van nieuwe wetsuits omdat je anders minder relevant en aantrekkelijk blijft voor de consument. Je moet mee blijven gaan met nieuwe, soms onzinnige, trends.

Daarnaast is het ook zo dat sommige shops een monopolie hebben op bepaalde merken. Niet in elke shop vind je elk merk. Zeker als het gaat op plekken waar er meerdere shops nabij zijn. Zo creëer je als surfshop ook weer je eigen hub. Zo zie je bijvoorbeeld dat Hart Beach in Scheveningen nauwe banden heeft met Quiksilver.

De outlet is daar dan net weer even anders in. Die kunnen tegen flinke kortingen overjarige pakken opkopen die niet verkocht zijn. Daardoor kunnen ze nog een lekkere marge pakken op de uiteindelijke verkoop naar de klant. Vaak zitten hier ook wetsuit maten tussen die net wat afwijkend zijn, best de moeite waard om te checken als je krap bij kas zit of een bijzonder postuur hebt.

Winkels zijn naar mijn mening wel heel belangrijk. Natuurlijk willen ze jou een wetsuit verkopen, maar ze hebben waarschijnlijk al honderden mensen geholpen met het vinden van de juiste fit. Dat is ook zeker wat waard.
Daarnaast stimuleer je ook nog eens je lokale surf economie waardoor op bepaalde vlakken je lokale surfscene ook overeind houdt. Behalve dat zijn er veel lokale levens verbonden aan dit soort hubs, cultureel erfgoed is ook wat waard. Daardoor wordt surfen voor jou ook toegankelijker.

Jij

Jij als koper wil ook gewoon nieuwe shit om je beter te voelen over je lege bestaan. Daarom vul je het op met spullen waar je je mee wil identificeren om zo een mooier

beeld van jezelf, vooral voor jezelf, neer te zetten over hoe jij wil dat anderen je zien. Niks mis mee, doen we allemaal. Zolang je wetsuit ook maar gewoon lekker zit.

Als consument ben je redelijk afhankelijk van wat er wordt aangeboden, maar alsnog heb je zelf wel de keuzevrijheid en macht over je portemonnee. Dat noemen ze bottom-up invloed uitoefenen.
Als je het niet eens bent met iets, koop het dan niet. Óf, als je écht benadeeld bent, deel het op social media. Als iedereen dat zou doen dan dwing je ook af dat bedrijven andere keuzes moeten maken. Ik doel hierbij vooral ook op duurzaamheid, maar daarover later meer. Elke keuze heeft een gevolg. In het geval van nieuwe technologieën of ontwikkelingen is dat je je portemonnee open moet trekken om als eerste te mogen genieten van het nieuwste van het nieuwste. Je moet jezelf afvragen of je dat de moeite waard vindt.

In dit boek leer je vooral wat ik het belangrijkste vind, maar dat is ook gewoon een mening. Naar mijn mening wel een goed onderbouwde. Doe ermee wat je wil.

Als merk kan je er overigens ook voor kiezen om bepaalde keuzes te maken. Dat is dan top-down invloed.
Ja, je levert dan in op keuzevrijheid bij de consument, maar dat is altijd met verandering. Tijd heelt alle wonden. Een nieuwe generatie zal niet beter weten, maar je moet er wel voor zorgen dat je in het juiste daglicht moet blijven staan. Je zal altijd

ouwe rotten hebben die dan zeiken over de goeie oude tijd dat pakken nog van olie werden gemaakt. In ieder geval, het gaat in dit stuk niet over merken, maar over jou.

Bij duurzaamheid ga ik veel meer uitleggen over jouw invloed in deze hele cyclus. Vooral over hoe je zo min mogelijk impact op de aarde kan hebben met betrekking tot het kopen en gebruiken van wetsuits. Stiekem kan je met beter onderhoud meer doen dan je denkt. Bij dat hoofdstuk ga ik ook meer vertellen over recyclen en upcyclen.

Hurley

Materiaal

Olie wordt via boorplatformen gewonnen uit diepere aardlagen. Met enorme stellages, op land en zee, wordt het uit de grond of bodem gepompt. Als dat allemaal goed gaat wordt de olie door een tanker opgehaald en naar een raffinaderij gebracht. In de raffinaderij wordt de olie, om het heel makkelijk te zeggen, schoongemaakt zodat de het gebruikt kan worden in allerlei producten. Denk aan benzine, plastic flesjes, maar natuurlijk ook wetsuits.

In wetsuits vind je op een aantal manieren olie terugkomen. Dat kan in het rubber zelf zijn, maar ook in de lining aan de binnen en buitenkant, losse onderdelen, draad voor de naden, lijm en het verpakkingsmateriaal.
Toch zie je steeds vaker dat sommige materialen uit andere bronnen worden vervaardigd. Aangezien olie en synthetisch rubber een beetje een vieze naam hebben gekregen, en surfers zich graag willen associëren met milieuvriendelijk zijn, komen er steeds meer alternatieven.

Helemaal schoon zijn deze ook niet, maar daar komen we gaandeweg wel op.

Neopreen

Zegt de naam Wallace Carothers je iets?
Nee, natuurlijk niet. Mij eerst ook niet.

Hij was een scheikundige die voor de onderzoeksafdeling van het Amerikaanse DuPont werkte. Het was ergens in 1930 dat hij neopreen uitvond als antwoord op het tekort aan natuurlijk rubber in het decennium ervoor.

Uiteindelijk kwam DuPont's neopreen eind 1931 al op de markt onder de naam Duprene. Het was best een succes omdat neopreen toentertijd een stuk beter werkte dan natuurrubbers.
Neopreen werkt voor een heleboel dingen super goed, maar vooral ook voor slangen voor automotoren. De jaren 20 waren namelijk ook de heidagen voor de telefoonindustrie, maar misschien nog wel meer van de Ford Model T, een van de eerste auto's voor het grote publiek. Volgens sommigen een groot succes, volgens anderen een begin van het einde.

Dat neopreen al verkrijgbaar was betekende niet dat neopreen al volledig uitontwikkeld was. Gedurende de 30's werd er nog een hoop aan gesleuteld om de productiekosten te kunnen halveren, maar ook om het productieproces zelf aan te passen.

Schijnbaar meurde Duprene echt als een next-day-fart na een avond bier drinken. Gelukkig hebben ze dat met een ander productieproces weten te elimineren. Toen dat eenmaal lukte in 1937 hebben ze de naam veranderd naar neoprene.
Ze boden het aan als een onderdeel, of ingrediënt, van consumentengoederen. Denk aan de binnenkant van laarzen, schoenzolen, dat soort dingen. Wetsuits werden er

toen nog niet van gemaakt. Die waren nog niet uitgevonden, zoals je al weet.

Toen de tweede wereldoorlog om de hoek kwam kijken was het wel even afgelopen met productie voor consumenten en bedrijven. Toen was het alle hens aan dek voor het leger. Daarna mocht DuPont weer verder met produceren in een aangekochte fabriek van de overheid. Het spul verkocht als zoete broodjes over de toonbank. En sinds de jaren 50 doet het dat nog steeds best wel.

Maar wat is neopreen dan eigenlijk?

Heb je wel eens gehoord van polydactylie? Nee? Polyamorie dan? Die vast wel. Het betekent simpelweg dat je meer van iets hebt. dactylie betekent dus meer vingers of tenen dan die je hebt. Dat zie je vaak bij dure doorgefokte katten of kippen. Polyamorie is natuurlijk meer liefdes dan alleen 1.

Ik vind het dus heel grappig dat polymeer in principe een tautologie lijkt want poly betekent dus meer en meer is ook meer. Polymeer betekent officieel meer delen. En dat is wat neopreen is. Meer delen bij elkaar van chloroprene, dat noemen ze dan de monomeer.
Die monomeer chloroprene wordt aan elkaar gekoppeld in een proces genaamd polymerisatie, da’s een chemische reactie. Chloroprene zelf is een organische verbinding van een kleurloze vloeistof. De scheikundige formule daarvoor is CH2=CCl-CH=CH2.

Lekker boeiend.

Neopreen is natuurlijk gewoon een schuimachtig synthetisch rubber. Dit wordt dus gewonnen uit een chemische reactie met behulp van chloroprene. De chloroprene plakt door deze chemische reactie als het ware alle moleculen aan elkaar.
Die polymerisatie vindt plaats door vloeibare olie op extreem hoge temperatuur te brengen. Hierdoor ontstaan er polychloroprene snippers. Letterlijk kleine stukjes. Deze kleine stukjes worden samengesmolten en gemengd met chemische schuimmiddelen en koolstof pigment. Vervolgens wordt het in een oven gebakken waardoor de boel uitzet. Net als een brood wordt het rubber dan gesneden waardoor je gladde plakken neopreen krijgt.

Dat koolstof pigment zorgt ervoor dat neopreen zijn zwarte kleur krijgt. Dit zorgt er ook voor dat het neopreen steviger wordt en minder snel scheurt. Tegenwoordig wordt hier vaker gebruik gemaakt van gerecyclede autobanden. Klinkt goed, maar het heeft ook weer wat nadelen. Daarover bij duurzaamheid meer.

De schuimmiddelen zorgen er voor dat het de boel kan uitzetten tijdens het bakken. Mede hierdoor ontstaan er miljoenen kleine belletjes met gas die helpen bij het isoleren en de rekbaarheid van het materiaal. Het totale proces zorgt ervoor dat je een super goede isolerende laag synthetische rubber hebt die stevig, maar toch flexibel is.

Neopreen kan in allerlei verschillende diktes worden opgeleverd. Voor wetsuits worden de neopreen plakken meestal in diktes van 6, 5, 4, 3 en 2 millimeter gesneden, maar 1 en 7 mm zie je ook nog wel eens.

Eigenlijk betekent het altijd: hoe dikker de plak, des te warmer, maar des te minder flexibiliteit en bewegingsvrijheid. Je snapt dus ook wel dat hele dunne panelen dus een stuk minder isoleren, maar wel lekker vrij en flexibel voelen. Daarnaast kan een dun paneeltje neopreen (met lining) ook nog een beetje bescherming tegen de zon bieden. Kortom, ideaal voor een warm oord of in de zomer.

Een plak neopreen bestaat, zoals hierboven uitgelegd, uit miljoenen kleine belletjes. In deze belletjes zit door het productieproces stikstof. Hoe dikker de plak, des te meer belletjes. Dat betekent dat een dikker pak altijd warmer is. Dit heeft te maken met de dichtheid van de neopreen. Neopreen met een lage dichtheid heeft meer belletjes en dus ook een grotere belletje/rubber-ratio.
In ieder geval, door die belletjes drijf je ook nog eens een beetje extra. Daarom zal je soms in een label ook nadrukkelijk lezen dat een wetsuit geen drijf- of redmiddel is.

Máár, er wordt ook ontzettend veel gesjoemeld met paneeldiktes. Zo worden er pakken verkocht als 3/2mm die eigenlijk 2,6/1,6 mm zijn. Hierdoor wordt het pak flexibeler, maar is stiekem ook een stuk kouder. Zo kan je ten opzichte van de concurrent claimen dat je het meest flexibele zomerpak hebt.

Vervolgens kan het ook zo zijn dat er een iets dikkere lining in wordt gezet om de productiekosten te drukken en te claimen toch warm te zijn. Fuckers.

Je kan met een diktemeter testen hoeveel millimeter neopreen het pak echt is. Daar moet je dan nog wel een aantal millimeter voor de lining van aftrekken. Bij polsen en enkels zou je het nog een beetje kunnen zien. Het vervelende is dat merken tegenwoordig voor de “afwerking” de lining iets door laten lopen en aan elkaar vastnaaien, waardoor deze meting ook weer lastiger wordt. Daarnaast heeft er niemand thuis natuurlijk zo even een diktemeter liggen.
Naar mijn mening is dit gezeik van neopreen diktes en diktes van de lining het grootste sjoemel punt bij wetsuits. Iets wat al jaren aan de gang is en echt nog wel zo door blijft gaan.

Rekbaarheid en rebound

Gaandeweg ga ik je nog meer vertellen over stretch, waar ik het nodig vind en hoe bizar de focus daar altijd op ligt bij wetsuits.

Begrijp me niet verkeerd natuurlijk wil iedereen een rekbaar pak. Ik net zo goed.

Als je echt wil weten wat een wetsuit doet met je bewegingsvrijheid dan moet je voor de gein een trip boeken naar een warm oord. Dan kan je een keer in boardshort of bikini surfen en de bizarre vrijheid voelen. Spoiler alert: fuckinglekker. Daarom willen

veel mensen het meest flexibele wetsuit ooit, maar dat komt altijd met een prijs. Dan wel in budget of qua inleveren op andere features die misschien wel belangrijker zijn.

De rekbaarheid van rubber wordt meestal aan je verkocht in percentages. 200%, 300%, dat soort getallen. Dit betekent dat het rubber 2 of soms wel 3 keer of meer dan de originele lengte kan rekken en terugveren, ook wel rebound genoemd. Wetsuits en hun rubbers moeten best wel wat kracht, weerstand, druk en samenpersing weerstaan. Dit betekent dat het rubber dezelfde dikte moet behouden als het paneel onder spanning staat. Keer op keer op keer. Als een paneel namelijk uitrekt en vervolgens uitlubbert isoleert het ook minder goed en wordt het ook stug. Over rebound lees je als consument nog niet zoveel, maar fabrikanten verkopen dit wel aan merken.

Wellicht dat R&D teams van neopreen fabrikanten ooit weer meer gaan focussen op hoe een wetsuit rekt en terugveert in plaats van dat rubbers en linings 400% stretch hebben.
Ik denk dat het veel meer moet gaan over hoe rekbaarheid überhaupt gedefinieerd wordt, hoe stretch grafisch verloopt qua kracht en weerstand en hoe de weerstand van de materialen bij het begin van de beweging het meest flexibel moeten zijn.
Dat gaat natuurlijk verder dan alleen rubber en linings, maar vooral ook over naden en stiksels, paneelkeuzes, etc.

Open cell vs closed cell

Door het productieproces van rubbers kan je twee verschillende soorten krijgen. Rubbers met een open celkern of een gesloten celkern.
Een reden waarom het ene closed cell en het andere open-cell heet is dat bij open cell water door de structuur kan lopen, dat zie je bij closed cell niet. Voorbeeld; een spons heeft een open celstructuur, maar bubbeltjesplastic een gesloten celstructuur.

Door schuimmiddelen aan de mix toe te voegen zet het rubber uit en kunnen er belletjes ontstaan zodra je de boel gaat bakken. Door de reactie komt er gas in de belletjes waardoor het rubber ook weer beter gaat isoleren.

Wetsuits worden altijd gemaakt van rubbers met een gesloten celstructuur. Wetsuits slijten over de tijd, waardoor de gesloten celwanden scheuren en er water doorheen kan lopen. Daarom zal een oud wetsuit minder rekbaar zijn, minder goed isoleren, zwaarder voelen en langzamer drogen.

Je hebt al gelezen dat wij onze wetsuits te danken hebben aan duikers. Er wordt bij duikpakken ook gebruik gemaakt van een gesloten celstructuur, tot op zeker hoogte. Bij duikpakken is de opbouw van het rubber anders. Door de diepte waarin je duikt wordt de druk op de belletjes groter waardoor het pak stug as fuck wordt. Daarom zie je dat de dichtheid van het neopreen voor duikpakken veel hoger is dan bij een surf wetsuit. Die hogere dichtheid betekent minder belletjes en dus ook minder stikstof dan

bij een surf wetsuit. Da’s niet erg want de toepassing van zo’n wetsuit is ook heel anders. In een duikpak heb je dan ook minder flexibiliteit nodig dan in een surf wetsuit.

Open cell wetsuits, bestaan dat wel?

Het gekke is, er is ook een andere benaming voor open cell. Een open cell wetsuit is dus géén wetsuit met een open cel structuur zoals hierboven besproken, maar toch zie je dat er wel wetsuits als open cell worden verkocht. Beetje verwarrend, maar dit heeft meer te maken met lining dan met celkernen.

In principe wordt elke lap neopreen als closed cell geproduceerd. Dit betekent dat je een lap neopreen hebt die aan beide kanten wordt gelined. Vervolgens wordt de plak door midden gesneden waardoor je ineens twee lappen hebt waarbij een kant gelined is en de ander ongelined.
Het komt overigens ook voor dat er helemaal geen lining aan te pas komt. Dan wordt een hele dikke plak neopreen bijvoorbeeld in drie lappen gesneden, de buitenste twee hebben dan wel lining aan één kant zitten, maar die middelste lap heeft helemaal geen lining. De kant die dan de buitenkant van het pak moet vormen wordt dan wel behandeld met een bepaalde coating, maar daarover meer bij smoothskin.

In ieder geval, omdat je de lap op het neopreen hebt opgesplitst heb je op de snijvlakken de gesloten celstructuur opengesneden. Denk maar aan een Bros-reep. Aan de buitenkant smooth, maar als je hem open zou snijden zie je aan het snijvlak allemaal belletjes. Aan dat snijvlak heb je dus een open celstructuur gecreëerd.

Dit noemen ze ook wel ongelined neopreen. De kant met het ongelinede neopreen wordt dan de binnenkant van je pak. De open cellen fungeren dan als kleine zuignapjes. Bij een open celstructuur gebruik je geen lining, vergelijkbaar hoe de oude wetsuits werkten, hierdoor plakt een wetsuit meer aan je huid waardoor je bijvoorbeeld als duiker voor langere periodes warm kan blijven. Dit wordt alleen maar toegepast in duikpakken, maar bijvoorbeeld ook in triathlon pakken.

Het verwarrende zit hem dus in de naam, maar ook in de toepassing. Bij surf wetsuits zal je aan de binnenkant eigenlijk nooit meer open cell zien. Je hebt in surf wetsuits wel ongelinede panelen, genaamd smoothskin, maar hierbij zit het ongelinede juist aan de buitenkant van het pak.

Wet van thermodynamica

In principe is het zo dat neopreen water en warmte vasthoudt. Van oudsher wordt er gezegd dat er een laagje van een paar millimeter tussen je huid en het wetsuit zit en dat beweging en zweten ervoor zorgen dat dit warm blijft.
Of dat helemaal klopt weet ik niet, maar het neopreen houdt die warmte dus wel vast. Een dikke plak neopreen isoleert dus meer, maar dat gebeurt natuurlijk ook in combinatie met een nylon/polyester lining die water opneemt en het (zoveel mogelijk) afsluiten van plekken waar water naar binnen en buiten kan stromen, bijvoorbeeld je enkels, polsen en bij je nek. Dat in combinatie met beweging en zweten dus.

De regelt blijft wel gelden: hoe dikker het pak des te warmer hij voelt, mits je de

buitentemperatuur gelijk houdt natuurlijk. Een 6/5/4mm wetsuit is bij zeewater van 3 graden celsius comfortabel, maar in 23 graden zal het meer voelen als de gemiddelde videoclip van D'Angelo, hot & steamy.

Voor zover ik heb uit kunnen vinden is neopreen wel waterafstotend, in ieder geval voor iets van 90-98%. Neopreen zal zelf dus weinig tot geen water opnemen, tenzij je een heel oud pak hebt. Door de zon, zout en slecht onderhoud droogt neopreen op den duur uit en komen er scheurtjes in. Zoals je net al last voelen oude wetsuits daarom ook een stuk zwaarder, stugger en duurt het veel langer voor ze droog zijn.

Eigenlijk draait dit allemaal om de wet van thermodynamica.

Dat houdt in dat hitte naar buiten wil ontsnappen. Als je moeder dus zeurt dat je voor de kat zijn kut de kachel aan het stoken bent en de kou naar binnenkomt, dan weet je nu dat ze lult. De hitte wil naar buiten. Je kan hitte vasthouden door veel laagjes te dragen, dat noem je dan isoleren. Dat deed je moeder ook als je vroeger naar buiten wilde en een hemd + t-shirt + trui + jas + sjaal aan moest.

In het geval van water en lucht gaat dat als volgt: watermoleculen zitten dichter op elkaar dan luchtmoleculen. Hierdoor kan water hitte sneller weg geleiden dan lucht. Dat betekent dat je sneller afkoelt in water dan door de lucht. Een t-shirt en korte broek met 15 graden kán wel, maar is naar mijn mening alles behalve lekker warm.

Als je ervoor zorgt dat water niet weg kan en tegen wordt gehouden met een barrière die voor 90-98% waterafstotend is en uit miljoenen kleine afgesloten stikstofbelletje bestaat, dan werkt dat best wel isolerend. Zeker als dat betekent dat je tussen je huid en de zee ook nog 4 laagjes hebt. Een laagje water, laagje lining, laag neopreen en weer een laagje lining.

Tada!

Kalksteen, a.k.a. limestone, en Yamamoto Corporation

Kijk, ik noemde net al olie. Je hoeft geen genie te zijn om te weten dat het niet echt milieuvriendelijk is. Daar ga ik je bij het hoofdstuk duurzaamheid nog veel meer over vertellen. Toch wordt er al sinds jaar en dag geëxperimenteerd met meer natuurlijke materialen als natuurrubber en kalksteen.

Het Japanse Yamamoto was een van de eerste die pionierden op dit vlak. Zij ontwikkelden in de jaren 60 een techniek om chloropreen rubber te winnen uit kalksteen. Helaas werden en worden hier ook ontzettend hoge temperaturen gebruikt om het benodigde calciumcarbonaat uit kalksteen te halen. Het voordeel is wel dat je een neopreen krijgt met veel flexibiliteit en ontzettend veel kleine belletjes, meer dan met conventioneel neopreen. De claim hierbij is dat méér belletjes betekent dat er meer isolatie en flexibiliteit is, maar het gaat vooral om het totale stikstofgehalte.
Als deze claim dus zou kloppen dan zou je naar verhouding een dunner paneel limestone neopreen kunnen gebruiken t.o.v. een normale lap neopreen, maar dat wordt

in de praktijk niet zo verkocht. Ik betwijfel dus of er naar verhouding ook meer stikstof in die extra belletjes zit. Daardoor wordt het lastig om de claims over meer isolatie en flexibiliteit te bewijzen, naar mijn mening.

Productietechnisch is het door de hitte die nodig is om kalksteen te bewerken nog steeds erg vervuilend (qua uitstoot), maar je hebt in ieder geval geen olie meer nodig voor het materiaal. Daarover meer bij duurzaamheid.

Yamamoto Corporation staat tegenwoordig bekend om premium kalksteen neopreen. Als je een pak koopt zal dit dus ook heel duidelijk aangegeven staan, meestal onder de naam Geoprene met een bepaald nummer. Dat nummer, bijvoorbeeld #40, geeft aan hoe premium het rubber is. Hierbij wordt dan rekening gehouden met isolatie, rekbaarheid en drijfvermogen. #39 en #40 zijn het beste voor surf wetsuits, naar eigen zeggen. Sommigen mensen zeggen dat Yamamoto nog beter neopreen is dan wat je uit olie kan halen. Of dat echt zo is lijkt me praktisch gezien lastig te bewijzen, maar veel slechter zal het qua functionaliteit en kwaliteit niet zijn, naar mijn beleving.

Ik heb zelf 1 pak van Yamamoto rubber en ik vind vooral dat deze anders ruikt, maar dat kan ook deels door de gebruikte lijm komen. Het is een op-maat-gemaakt wetsuit van Snugg Wetsuits uit Cornwall. Ik ben er zelf wel heel enthousiast over, qua flexibiliteit en warmte, maar dat komt waarschijnlijk nog meer omdat het pak helemaal op maat is en dus perfect aansluit.

Als een merk zegt dat ze limestone neopreen hebben betekent dit overigens niet dat je een Yamamoto pak hebt. De meeste neopreen worden uit Chinese of Japanse groeves gehaald. Ook daarover meer bij duurzaamheid.
Er wordt zelfs calciumcarbonaat gewonnen uit schelpjes, maar ik heb nog geen duidelijke toepassingen gevonden waarbij merken dit geïmplementeerd hebben in hun wetsuits.

Een aantal merken met Yamamoto Neopreen zijn Matuse, Nine Plus, Isurus, Seventhwave en Snugg wetsuits. Op een of andere manier vind je deze merken niet in heel veel surfshops. Ze kunnen ook behoorlijk duur zijn. Het beste Google je even welke merken Yamamoto gebruiken en bel je je lokale shop of zij ze hebben of kunnen bestellen, mocht je zo’n pak willen.

Natuurrubber

Ik begin een beetje als een vastlopende LP te klinken, maar bij duurzaamheid vertel ik ook meer over natuurrubbers als hevea en guayule. De ene is van een rubberboom en de ander van een soort plant. Guayule werd voornamelijk geleverd door een bedrijf genaamd Yulex. En die ken je misschien weer van de wetsuit van Patagonia. Yulex maakt inmiddels sinds 2015 geen neopreen meer van guayule omdat het niet lucratief genoeg was. Natuurrubber wordt namelijk pas lucratief door de toepassing in andere vakgebieden, voornamelijk die van rubberen handschoenen voor ziekenhuizen. De afzetmarkt voor wetsuits is namelijk té klein. Hoe groot deze industrie inmiddels ook is.

Handschoenen van guayule kregen geen keurmerk omdat het natuurrubber is. Natuurrubber kan bij sommigen huidallergieën doen oplaaien. En als een rubberen handschoen geen keurmerk heeft dan koopt geen enkele groothandel of ziekenhuis ze meer, want mogelijke rechtszaken.

Copyright Wikipedia, natuurrubberboom (hevea).

Hoe puur guayule ook leek te zijn, moest Yulex overstappen op de productie van iets anders. In dit geval hevea rubber. Ik kan me niet voorstellen dat het verhaal hierbij anders gaat zijn, maar wellicht lopen die processen dusdanig lang dat ze in de tussentijd gewoon hun ding kunnen doen. De regelgeving omtrent het gebruik van natuurrubber is in ieder geval redelijk rommelig.

Heb je dus mogelijk een huidallergie, pas dan op met pakken van natuurrubber. Gelukkig zal een merk altijd pronken met wat ze hebben, want dat is nu eenmaal wat een merk doet.

Smoothskin

In sommige wetsuits zie je stukken zitten, vooral op de borst en rug, die geen nylon of polyester lining aan de buitenkant hebben. Je ziet dit vooral vaak in pakken voor windsurfers of kitesurfers. Zoals je hiervoor gelezen hebt neemt neopreen geen water op, maar lining wel wat meer. Als je daar wind tegenaan blaast dan kan je best flink afkoelen, zoals je las bij de wet van thermodynamica. Dat noemen ze windchill.
Aan de binnenkant van smoothskin panelen zal je tegenwoordig altijd lining vinden voor stevigheid, isolatie en makkelijk aan- en uittrekken.

Het voordeel van smoothskin stukken is dus vooral dat je minder windchill ervaart. Daarnaast vangt het vaak meer zonlicht op en is het wat plakkeriger. Hierdoor kan je soms ook nog beter op je plank blijven liggen (als je aan peddelt). Het nadeel is wel dat

bloot neopreen gevoeliger is voor scheuren. Oppassen met scherpe nagels of lomp aan- of uittrekken van je pak dus.

Smoothskin wordt gemaakt van de buitenste lagen van een plak neopreen. Soms wordt er een structuur in het smoothskin gedrukt, of een coating aangebracht, voor wat meer stevigheid. Over het algemeen is het de bedoeling dat het materiaal helemaal glad is. Vooral voor triatleten en zwemmers is dit van belang om zo min mogelijk weerstand in het water te hebben.
Er zijn surf wetsuits die volledig bestaan uit smoothskin behalve de stukken waar veel contact is met je board zoals je benen. Bijvoorbeeld de pakken van Nine Plus, dan zal je dus echt 0 last hebben van windchill, ze scheuren natuurlijk wel sneller.

Copyright Nine Plus

Nylon/jersey/polyester/spandex/lycra/merinowol/polypropylene/titanium lining

Hoewel neopreen over de jaren steviger is geworden zal het nóg steviger worden door het te lamineren met een laagje nylon, polyester of zelfs titanium van een halve millimeter. Wetsuits gaan hierdoor veel langer mee. Voor die tijd trok je ze zo uit elkaar, dat las je al bij de geschiedenis. Lining lamineren op rubber was een gigantische stap vooruit.

In de begintijd waren de lining aan de binnen en buitenkant van hetzelfde materiaal, maar tegenwoordig is er een gigantisch assortiment aan verschillende linings. Zo zouden sommige linings meer rek bieden dan anderen. Dat doen ze dan door middel van verschillende weeftechnieken waardoor er ook andere patroontjes in de stof zit. Ik vind het heel lastig om te zeggen of dit echt werkt. Het ziet er vaak wel heel cool uit. Dat mag natuurlijk ook wat kosten.
De rek van linings wordt uitgedrukt in percentages en richtingen, soms wel 400%. Dat klinkt allemaal heel mooi, maar iets is zo rekbaar als de meest beperkende factor, vaak zijn dat naden, ritsen of de grootte van de panelen.

Een ander groot voordeel van een ‘inner’ lining is echter dat het een stuk makkelijker wordt om je pak aan en uit te krijgen. Voorheen had je hier namelijk een shitload aan talkpoeder en een paar goeie vrienden voor nodig. Ruw neopreen plakt namelijk als de

ziekte en kan bizarre rash opleveren. Ook daar heb je bij de geschiedenis al meer over gelezen.

Er is zelfs een tijd geëxperimenteerd met titanium coatings in een inner lining of zelfs het direct plakken van een titanium laagje op het rubber aan de binnenkant. Ook hier pionierden Yamamoto mee in de jaren 80. Het zou wetsuits dunner en warmer moeten maken waardoor comfort en bewegingsvrijheid geoptimaliseerd zouden worden. Lichaamswarmte zou hierbij terug worden gereflecteerd aan de binnenkant van je pak, terwijl de kou aan de buitenkant zou worden afgestoten.
Er waren andere merken die dit ook probeerden, maar tegenwoordig zien we dit eigenlijk niet meer. Dit soort pakken waren behoorlijk duur, maar daarnaast vraag ik me ook af of het wel echt werkte. Daar vertel ik nog wat meer over bij wetenschap.

Pluche

Net zei ik al dat merken soms kiezen voor dunner neopreen in combinatie met een dikkere inner lining. Dit scheelt een hoop geld omdat lining nou eenmaal goedkoper is en je pak er rekbaarder door lijkt. In principe zijn linings, net als closed-cell neopreen, hydrofoob, maar natuurlijk wordt er wel wat water vastgehouden.

Ook pluchen inner linings worden gewoon van plastic gemaakt, polyester om precies te zijn. Het idee erachter is dat water naar buiten wordt geleid en je droge lucht vakjes overhoudt. Soms zie je in dit soort wetsuit dat je na het surfen droge plekken aan de binnenkant van je pak hebt. De isolatie bij zeehonden en pinguïns werkt in principe

hetzelfde; het creëren van luchtzakjes in de vacht.
Het domme is wel dat deze functie naar verloop van tijd afneemt en eigenlijk contraproductief gaat werken. Het pak gaat dan meer water vasthouden, waardoor deze veel zwaarder kan zijn en aan kan voelen. Dit kan soms letterlijk kilo's schelen. Sowieso wegen wetsuits met zo'n pluchen lining meestal meer dan wetsuits zonder. Dat heeft natuurlijk ook te maken met slijtage van het neopreen en slecht onderhoud.

Sommige merken, zeker de hi-end units, hebben een soort plush achtige lining aan de binnenkant. Naar eigen zeggen lekker warm en sneller droog. Dat het lekker warm voelt klopt, maar meestal neemt dit na verloop van tijd af. Hetzelfde geldt voor dat "sneldrogende" effect.
Afhankelijk van het prijssegment zal je zo'n plush inner lining op bepaalde plekken vinden, meestal alleen op borst en rug. Bij duurdere pakken zit dit aan de hele binnenkant, maar soms ook alleen van borst tot knieën om flexibiliteit te waarborgen.

Sneldrogend?

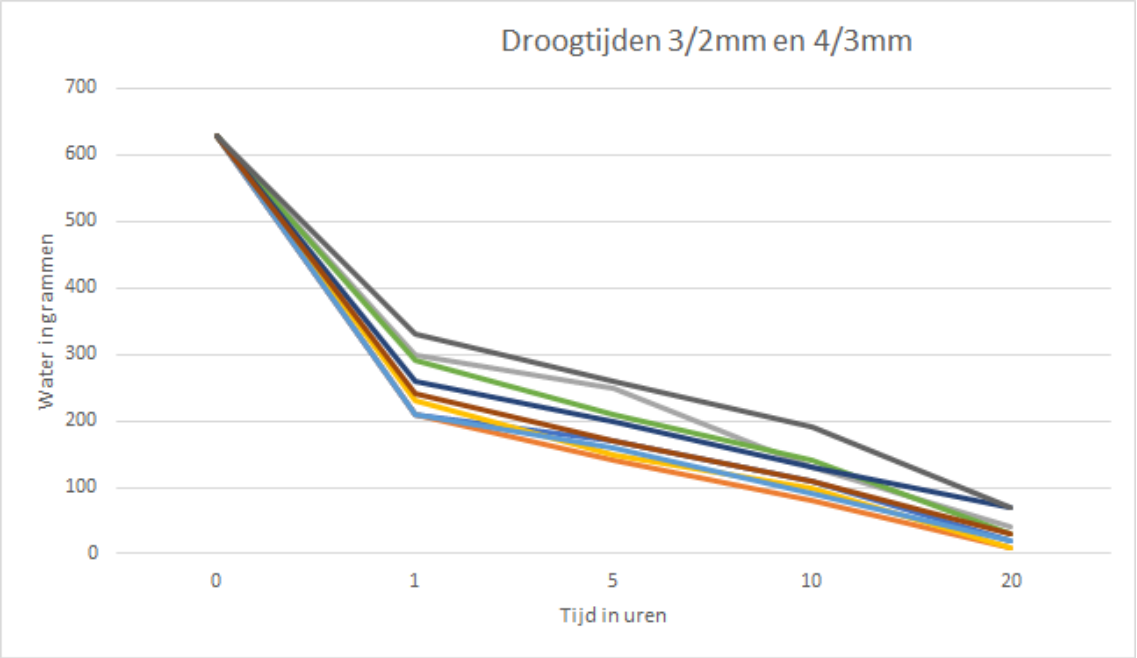
Nu heb ik ook getest of sneldrogend wel echt sneldrogend is, aangezien merken best wel met fast-dry technologie pronken én een koud wetsuit aantrekken best even oncomfortabel kan zijn.

Nu was mijn test niet helemaal wetenschappelijk verantwoord, maar dat mag de pret niet drukken. In het echte leven kan je ook niet alle ‘variabelen’ controleren en handel je ook vaak vanuit gemak en gewoonte. Dat is dus precies wat ik met deze test heb willen simuleren. Over wetsuits echt objectief en wetenschappelijk testen later meer.

Neopreendikte maakt eigenlijk niet zoveel uit bij hoe snel een pak droogt. Tenzij je een heel oud pak hebt dat stiekem versleten is. Hoe snel een pak droogt zit hem vooral in

de lining. Die lining is bij de meeste pakken die ik getest heb een soort van hetzelfde, winterpakken verschillen daar nog het meeste in, maar die heb ik niet met elkaar vergeleken, helaas.

Uit mijn onderzoek bleek dat er helemaal geen verschil zit in droogtijden tussen wetsuits. Ja, sommige pakken lekken net wat sneller uit dan de ander, maar dat verschil was dan niet statistisch significant. Het ging dan echt om een half glas water (130 gram) verdeeld over een heel pak sneller na 1 uur drogen. Absoluut geen sterk effect ook.



Wat ik wel merkte is dat sommige pakken sneller droog aanvoelen, maar als je er dan

druk op uitoefende en erin kneep dan voelde je dat het pak alsnog gewoon nat was. Helemaal bij die pluchen fast-dry linings.

Kleuren

Qua trends hebben de afgelopen tien tot vijftien jaar voornamelijk zwarte wetsuits gezien. Als je een opvallend pak aan had was je best wel een beetje een kook. Overdreven, ik weet het, maar ik heb inmiddels al vaker laten zien dat veel surfers stiekem een beetje achterlijk zijn. Ergens snap ik het wel, want 95% van de surfers kunnen helemaal niet echt surfen en waarom zou je dan op willen vallen in het water.

Daarvoor, zeker in de jaren 80, waren (fel)gekleurde pakken hip. Dit kwam voornamelijk door de groei in populariteit door het windsurfen. Gekleurde wetsuits is iets wat weer terug begint te komen, maar wel in pasteltinten of wacky prints. Vroeger werd nylon gewassen in gekleurde vloeistoffen. Dit kostte bizar veel water en was best wel slecht voor het milieu. Het water wat overblijft in zo’n proces is namelijk redelijk vervuild. Na verloop van tijd vervaagde de kleur ook nog eens door de zon en de constante spoeling door het zeewater. Totaal geen duurzaam proces dus.

Dát gaat tegenwoordig wel anders. Nylon en polyester zijn namelijk ook gewoon plastic. Veel mensen weten dat niet. Ze geven nylon tegenwoordig kleur door pigmentkorrels te versmelten in de hete vloeibare kunststof die later wordt “gesponnen” in nylon. Ze noemen dit dope dyeing. Het voordeel hiervan is dat de kleur langer vastgehouden wordt en er is veel minder water nodig in het proces. Ook dit heeft weer

wat haken en ogen waar ik bij duurzaamheid verder over uitweidt.

Naden en stiksels

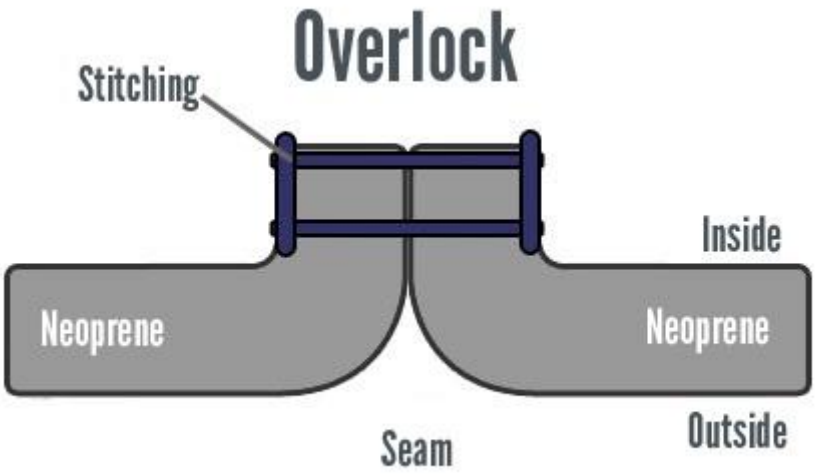
De naden zijn stiekem een van de belangrijkste onderdelen van je wetsuit. Het houdt alle panelen bij elkaar, maar ze moeten ook dusdanig goed genaaid zijn om de instroom van water zoveel mogelijk te beperken. Over de jaren is er veel geëxperimenteerd met verschillende soorten stiksels om ervoor te zorgen dat het bovenstaande gewaarborgd blijft. Het aantal naden in je pak heeft overigens ook nog effect op pasvorm en flexibiliteit, maar daarover later meer.
Wetsuits moeten met de hand worden genaaid. Dat is best een tijdrovend proces waar stiekem een groot gedeelte van de kosten van de wetsuit productie in gaat zitten.

Er zijn overigens nog meer stiksel dan die ik hieronder bespreek, maar dit zijn de meest gangbare.

Overlock

Het ‘overlock’ stiksel is een van de eerste stiksels die gebruikt werden in het maken van wetsuits. Overlock zie je ook terug in kleding.
In principe worden er dan twee panelen aan de uiteinden tegen elkaar gehouden en volledig doorgestikt. Het resultaat is een naad die flink stug is en zo lek als een mandje. Het voordeel is wel dat een naad als deze niet zo snel los zal laten. Het is de snelste en meest goedkope manier van stikken voor wetsuits. Daarom zie je dit soort naden meestal in wetsuits voor surfscholen, kinder wetsuits of andere goedkope meuk.

De naden laten ontzettend veel water door en omdat ze uitsteken kan je best rekening houden met wat rash en schaafwondjes. Een naad als deze kan je ook niet lijmen, tapen of sealen. Daar steekt ‘ie te veel voor uit.



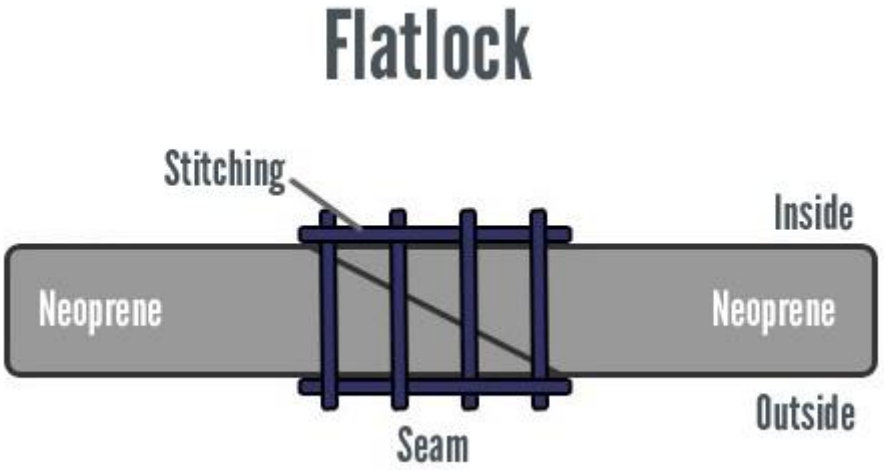
Copyright surfing-waves.com

Flatlock

Het ‘flatlock’ stiksel is een van de grootste revoluties geweest in het maken van wetsuits. Ze noemen dit ook wel het zigzag stiksel. Als je hem dwars zou doorsnijden dan lijkt het een beetje op een treinbaan.

Je krijgt een flatlock naad als je het ene paneel schuin afsnijdt en tegen het andere paneel aanlegt (wat ook schuin is afgesneden). Vervolgens wordt er een stiksel gezet van een rij of 4 waardoor je een ontzettend sterke verbinding krijgt met toch nog flink wat rek. Bij deze naad zal je nauwelijks tot geen last hebben van rash en schaafwondjes, winning. Het nadeel is wel dat dit soort naden flink wat water binnen kunnen laten. Soms wordt ervoor gekozen om de naden aan de binnenkant te tapen.

Je ziet dit soort stiksels vooral in het lage, en soms ook midden, segment. Er kan soms voor worden gekozen om een deel van een pak flatlock te stikken, bijvoorbeeld bij de armen in een zomerpak.

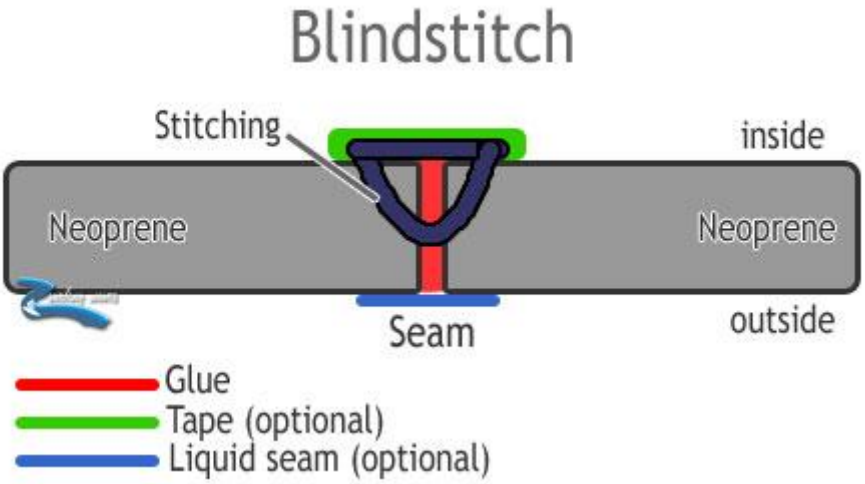


Copyright surfing-waves.com

Glued and blind-stitched (GBS)

GBS zie je vanaf het middensegment helemaal tot aan het topsegment terugkomen. Hierbij worden de panelen eerst aan elkaar vast gelijmd en vervolgens blind gestikt. Sommige merken claimen hun naden drie keer te lijmen. Elk paneel krijgt dan lijm aan het uiteinde en wordt vervolgens met een derde laag aan elkaar vast gemaakt. Of dat echt verschil maakt durf ik je niet te zeggen, volgens mij vooral weer een marketing feature. Over dat lijmen zometeen meer.

Het ‘blind’ stikken van een naad heet zo omdat de naald niet volledig door de panelen neopreen gaat, zoals je bij de stiksels hierboven wel hebt gezien. Door een gebogen naald te gebruiken, die dus niet volledig door het paneel heen gaat, verminder je het aantal gaatjes waar water naar binnen kan stromen. De naald gaat dan maar halverwege door het paneel en komt aan dezelfde kant weer naar buiten.



Copyright surfing-waves.com

Een GBS naad is een stuk flexibeler en meer waterdicht dan de voorgaande naden, maar ook een stuk duurder en lastiger om te zetten. Je kan dit ook niet met elke naaimachine doen. Omdat het zo tijdrovend is wordt er soms ook gekozen om met twee gebogen naalden tegelijkertijd te stikken, maar dat betekent echter niet dat een pak double blind gestikt is. Double blind stitch is eigenlijk hetzelfde als een single blind stitch, maar dan ook nog genaaid vanuit het andere paneel. Zo zit er een blind stiksel aan beide kanten van de panelen die je samen wil voegen.

Het nadeel van lijmen en een blind stiksel is dat een naad als deze iets minder duurzaam is. Over tijd, gebruik en slecht onderhoud kan lijm los gaan laten waardoor je uiteindelijk een minder warm pak hebt omdat de naden loslaten.
Bij GBS zie je dus ook vaak dat de binnenkant getaped wordt, in ieder geval op de kritieke punten, en soms zelf een liquid seal aan de buitenkant heeft.

Tapen en sealen

Naden aan de binnenkant gaan sealen met (neopreen) tape wordt eigenlijk al gedaan sinds de jaren 70. Dit zag je bijvoorbeeld bij de supersuit van O'Neill. Enkele voordelen hiervan zijn dat het meer water tegenhoudt, je naden langer goed kan houden, maar ook dat gestikte naden niet meer over je huid kunnen schuren en je daardoor minder last van rash hebt.

(Advertisement)

MAY 1976

seam stripping

Stitching breaks and puts holes in rubber which may lead to tears and leaks. Knowing the active wear surfers put his designs through + their need to move, Jack O'Neill invented *Seal Tape*. *Seal Tape* is a thin strip of nylon, heat and pressure bonded over seams. It nearly makes a seamless suit — strong and free. According to an undisclosed **O'Neill** factory source, "We use stitching on our designs for warmer water to keep the $ of your suit ↓. Our designs for people who get wet every day in frigid water have *Seal Tape* fortified seams.

Seal Tape fortified seams

The last point to any suit design is how you get in and out of it. Usually, the opening is closed by a zipper. The varieties run from leaky nickel plated to dry, gas-tight zips (SuperSuit, **O'Neill**). Let me take a stand here — the *more* zips, the *worse* your suit gets. Zippers are cold, don't flex, get stuck and break. For example, the **O'Neill** team went to a zipper manufacturer and showed them their collection of destroyed zips. "We (**O'Neill**) want a plastic noncorrodible zip, with teeth that won't pull out and a stainless steel super slider." **O'Neill** of Santa Cruz did bring about an amazing new zipper by YKK. But, there's no excuse for more than one zipper in any suit. If you find multiple zips in a suit, you can be sure the design is faulty or the rubber is stiffer than a stringer. You manufacturers out there, come out with a zipless suit experience (nothing about flying) and you'll have the ocean.

Anyway, that's the story as this humble reporter sees it. I apologize for mentioning **O'Neill** suits so often in this message. It's hard to leave them out. They've been in this surfing/neoprene suit experience the longest. What can I say? 90% of the original designs come from them!

It's Always Summer on the Inside.

SuperSuit, **O'Neill**

Copyright O'Neill

Ook tapen is een vrij duur proces. Niet in elke fabriek heeft de skills en apparatuur om dit te doen. De tape wordt er namelijk als het ware, met lijm, onder hitte opgeplakt of geperst.

Niet elk pak heeft taping op de naden aan de binnenkant. Sterker nog, de meeste pakken mét taping hebben dat niet op elke naad. Dat noemen ze dan critical taping of spot taping. Dat is met een goede reden. Spot taping zie je wel op elk punt tegenkomen, maar gewone taping meestal alleen van borst tot knieën. Taping kan naden namelijk ook wat stugger maken, dat wil je vooral bij je armen en schouders niet. Met neopreen taping zal je dat minder hebben dan met een ander soort taping. Merken zullen altijd pronken met het feit dat ze neopreen taping hebben, dat kan je dus lezen in hun marketing boekje. Soms wordt er ook gekozen voor waterproof of een ander soort basis tape gebruikt.
Je hebt dan ook nog dot taping, soms ook MELCO dots genoemd. Dit zijn ronde stukjes neopreen tape op hoekpunten waar panelen samenkomen. Hierdoor worden de hoekpunten waar neopreen panelen samenkomen steviger en voorkom je ook weer rash.

Daarbij geldt meestal ook hoe dunner het pak, of hoe goedkoper, hoe minder taping aan de binnenkant. Hoe dikker het pak, des te meer. Je komt erachter door je pak gewoon even binnenstebuiten te trekken.
Bij een 6/5/4/ hooded winterpak zal je, zeker in de hi-end range, wél taping bij armen en schouders vinden. Je wil in een winterpak instroom van koud water via de naden zoveel mogelijk beperken, om logische redenen.

Seal

Tegenwoordig zie je bij duurdere wetsuits, vooral bij winterpakken, ook siliconen sealing op de naden aan de buitenkant. Je zal soms lezen over liquid seams, welded seams of dat soort termen. Dit betekent allemaal hetzelfde. Het kan zelfs voorkomen dat er helemaal geen gestikte naad in zit. Als dit het geval is geeft een merk het wel aan, geloof me.

Het sealen van naden wordt al sinds de jaren 80 gedaan. Dat sealen was toen alleen een op de naden aan de buitenkant van het pak. Een dun soort strookje print zoals je tegenwoordig op een goedkoop t-shirt ook ziet. Het droogde en scheurde snel uit, maar hield wel wat water tegen in het begin.

80s Gul Wetsuit seal op naad aan de buitenkant, Go Klap's opslag eind 2018

Deze verzegeling moet de instroom van water via de naden nog meer verminderen. Of ze lang meegaan is heel wisselend. Zelf heb ik sommige pakken al jaren en zit er hier en daar een klein lekje, maar ik heb ook voldoende verhalen gehoord van uitdrogingen, scheuren en volledige loslatingen. Onderhoud is daarbij natuurlijk ook belangrijk.
Het voordeel van een liquid seam is dat je een redelijk waterdicht pak krijgt, maar hij wordt er niet flexibeler op. Je zal het niet extreem merken, behalve wat afdrukken op plekken waar naden zitten. Een beetje hoe je ook de vouwen van de stof van je kussensloop in je gezicht kan hebben gedrukt staan 's ochtends. In zomer pakken vind ik het een beetje overkill, ook qua warmte. Het is dan echt een luxe ding, maar in de winter kan het best een fijne feature zijn.
Trek je portemonnee maar open, meestal zijn dit pakken in een duurder segment. Ze kunnen dit namelijk niet in elke fabriek maken.

Copyright C-Skins

Lekker plakken

Lijm is ontzettend belangrijk bij wetsuits. Sowieso om de lining op het rubber te plakken, maar soms ook om panelen aan elkaar vast te maken en een waterdichte naad te creëren. Over tijd, gebruik en slecht onderhoud kan het zijn dat naden los gaan laten en linings delamineren.

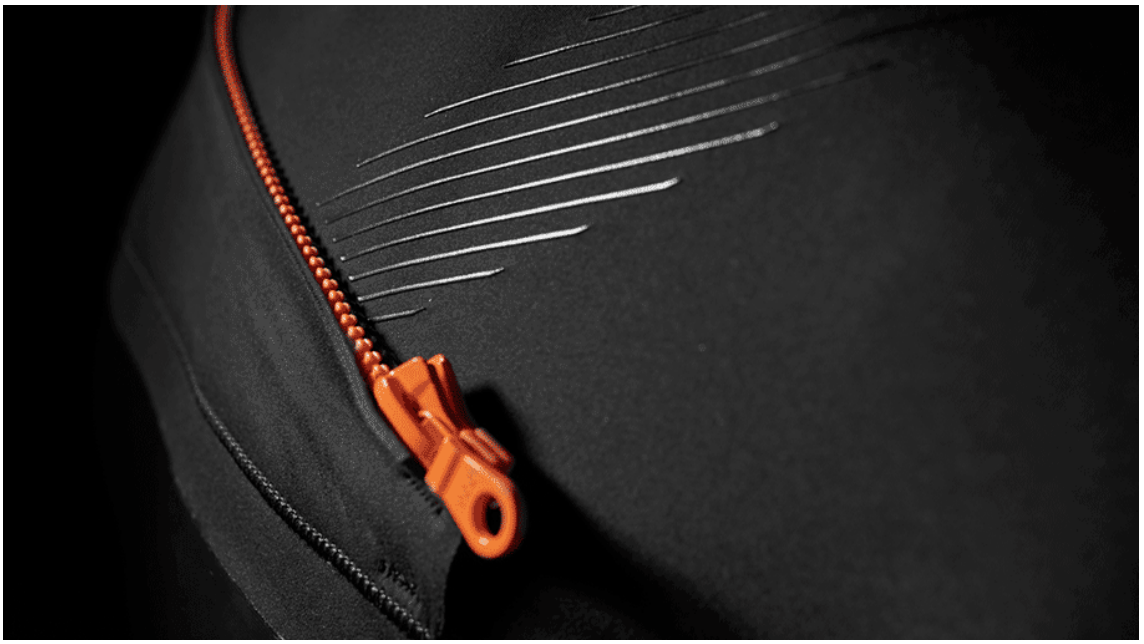
Voorheen werd er vooral gebruik gemaakt van lijm op petroleumbasis. Sinds een aantal jaar wordt er lijm op waterbasis gebruikt. Over de functionele duurzaamheid daarvan kan ik nog niet veel vertellen aangezien het redelijk nieuw is. Dit spul heet aqua-a en als je pak het heeft dan schept het merk er wel over op.

Sommige merken, zeker in hun competitie pakken, gebruiken alleen maar lijm om de naden aan elkaar vast te maken, soms wel met wat taping aan de binnenkant. Dat betekent dus geen gestikte naden. Hierdoor is het pak flink wat flexibeler, maar gaat meestal ook minder lang mee.
Het komt ook voor dat merken ervoor kiezen om bepaalde delen alleen maar te lijmen, bijvoorbeeld bij de armen, schouders of het borstpaneel. Je wint waarschijnlijk wel wat op flexibiliteit, maar ook hierdoor zal je pak waarschijnlijk minder lang meegaan.

Ritsen

De meeste pakken hebben een YKK-rits. Dit is een van de beste merken voor ritsen. En zelfs daar heb je verschillende kleuren en smaken in. YKK staat trouwens niet voor Yu Klux Klan, maar wel voor Yoshida Kōgyō Kabushikigaisha. Da’s Japans voor

Yoshida’s industrie nv. Een groot gedeelte van alle merken heeft overigens exact dezelfde rits, maar ik ben geen groot fan van het trekkertje. Die kunnen soms wat fragiel aanvoelen, maar breken zal ‘ie niet zo snel doen.



Copyright SRFACE

Wat ik vaak vervelend vind is dat je de ritsen niet in één handeling dichttrekt. Je moet eerst de tanden van het bovenste deel van de rits in de schuiver (die aan de onderkant van de rits vast zit) steken voor je de hele bedoening dicht kan ritsen.
Vooral dat bovenste deel van de vertanding in de schuiver steken vind ik onhandig. Het voordeel is vermoedelijk dat je minder snel je rits kapot trekt. Een heleboel merken hanteren dit systeem omdat ze anders torenhoge kosten aan reparaties hebben. Zelf heb ik nog nooit een rits op die manier kapot getrokken, maar de meeste mensen gaan als een debiel om met hun pak. Ik snap de keuze dus ergens wel.

Sommige merken houden het trekkertje van de rits op zijn plek met een drukknoop. Als je je portemonnee genoeg opentrekt dan krijg je opties als een flap met een magneet. Veel te luxe, maar wel erg lekker.
In een drukknoop gaat overigens meestal wax zitten. Da's geen ramp, maar het ziet er niet uit.

Ritsen laten meestal ook water door. Er zijn wel merken die een waterdichte rits gebruiken, maar ook dan mag je je portemonnee opentrekken. Daarom wordt er meestal gewerkt met neopreen panelen achter de rits. Zo minimaliseer je de instroom van water.

Dan heb je ook nog verschillen tussen groffe (wat een kutwoord) en fijne ritsen. Daarmee bedoel ik dat het trekkertje en de tanden bij de ene groter zijn dan de ander. De groffe rits is een stuk stugger, maar maak je wel een stuk makkelijker dicht.
Een fijne rits daarentegen trek je moeilijker dicht, of het moet aan mijn behendigheid liggen, maar is wel een stuk flexibeler. Aan jou de keuze.

Overige features

En dan komen we op overige features. Dingen die eigenlijk minder nodig zijn, maar wel heel erg lekker, luxe of ter ondersteuning van iets anders. Kniestukken en cuffing zijn ook redelijk essentieel, maar daar wilde ik niet een heel hoofdstuk aan wijden, daarom

ook hier.

Kniestukken

Kniestukken worden meestal van een ander soort rubber, textiel of combinatie gemaakt. Die krengen moeten namelijk redelijk heavy duty zijn. Er komt namelijk redelijk wat druk op de je knieën te staan als je op je deck ligt en aan peddelt voor een golf. Supratex is een van de merknamen waar kniestukken van gemaakt worden. Best mooi spul.

Sleutelvakjes

Als ik ergens een schijthekel aan heb dan zijn het sleutelvakjes. Je vindt ze meestal ergens op je onderbeen, maar soms ook achter de rits bij je borst (als je een chest zip

wetsuit hebt). De vakjes zelf zijn vaak fucking klein en er zit dan een of ander haarelastiekje in. Ik snap wel dat je sleutel er redelijk strak in moet zitten, je wil hem immers ook niet kwijtraken, maar ik word al boos als ik aan ze denk. Een beetje hoe Michael Scott denkt over Toby uit The Office US. Precies dat eigenlijk.
Ik heb me denk ik nog nooit zó snobistisch gevoeld, maar dit is wel mijn grootste punt van ergernis bij wetsuits, vooral bij winterpakken als heel je klauwen gevoelloos zijn.

Ik ben meer fan van platte elastiekjes dan die ronde, die kan je op een of andere manier makkelijker losmaken. Ook hou ik er meer van als ze op je borst zitten dan op je enkel. Het probleem is dat je de knoop nog strakker trekt als je hem los probeert te halen omdat ze op je enkel zo laag zitten. Precies ook een kutpositie zo op de zijkant van je onderbeen.
Als je je portemonnee opentrekt dan krijg je sleutelvakjes met magneet sluiting. Perfect voor de prinses die ik ben.

Cuffing

Stiekem is cuffing ook wel erg lekker. Vanaf het middensegment zal je zien dat aan de uiteinden bij de polsen en enkels rubberen of siliconen plakjes of patroontjes aan de binnenkant van je pak zitten. Dit moet voorkomen dat je wetsuit omhoog schiet bij een wipe-out, er makkelijker water naar binnenstroomt óf om je (hand)schoenen op hun plek te houden.

Bij de duurdere wetsuits zal je echter zien dat er een soort paneeltje aan de uiteinden van je polsen en enkels is genaaid. Een stukje waardoor de uiteinden tapser aflopen waardoor er een strakke sluiting bij je polsen en enkels is. Met dikke schoenen en handschoenen kan dit een beetje oncomfortabel voelen, maar qua wipe-outs en spoelingen vind ik dit écht de shit. Zeker in een winterpak word ik blij van zo’n feature.

Copyright C-Skins

Neksystemen

Ik heb het hier niet over back zips en chest zips, maar de features die merken gebruiken om de aansluiten van een wetsuit bij je nek en borst zo naadloos te maken. Zo wordt er gebruik gemaakt van elastieken en elastiek stoppers om het open gedeelte

bij je borst en sleutelbeen zo strak, maar comfortabel mogelijk, aan te trekken. Werkt best goed, maar met handschoenen zo’n ding strakker doen is niet te doen. Kwestie van beter voorbereiden voor je het water in gaat, helaas.

Daarnaast zie je op diezelfde plekken vaak ook een soort siliconen anti-slip patroon om ervoor te zorgen dat zo’n nek paneel op zijn plek blijft zitten. Een beetje vergelijkbaar met de siliconen cuffing bij je polsen en enkels.

Vaak is het rubber bij de nek ook van een ander soort materiaal. De ene maakt het van bikinistof en de ander van een soort neopreen wat aan de binnenkant ongelined is. Hierdoor glijdt je kraag wel relatief makkelijk over je hoofd, maar blijft het door het plakkende effect van ongelined neopreen wel redelijk op je huid zitten waardoor er minder makkelijker water naar binnen kan stromen. Ze noemen dit dan glideskin of soortgelijke dingen.

Je hebt dan ook nog wetsuits waarbij je het rubber bij de nek om moet vouwen zoals bij een coltrui, maar dan andersom naar binnen.
Geen idee hoe strak dit voelt om je nek, maar het idee is dat het ongelinede rubber zich vastplakt aan de huid van je nek en de vouw ervoor zorgt dat je nog wat bewegingsvrijheid hebt. Het enige pak waar ik dit tot nu toe nog in gezien heb is die van Axxe Classics, daarover zometeen meer bij ritssystemen.

Drain Holes en enkelbanden

Je kan een pak nog zo goed maken, maar er zal toch op bepaalde plekken water op gaan hopen. Dan wel zeewater, dan wel pis. Door kleine gaatjes te maken kan je ervoor zorgen dat het water makkelijk wegstroomt. Je ziet drainholes bijvoorbeeld onderin ritssystemen op je borst, op je bovenrug of bij je enkels.
Vooral bij wind- en kitesurf wetsuits zie je drainholes bij de enkels omdat je daar sneller last krijgt van opspattend water.

Een andere oplossing die somme wetsuit merken daarop gevonden hebben is het maken van een lus onder die drainholes waar je dan een soort enkelbandjes doorheen kan halen om opspattend water nog minder kans te geven om omhoog te schieten.

Peddel Powerboosters

Weet ik veel hoe het officieel heet of hoe een merk het probeert te verkopen, maar er zijn pakken waar er op de onderarmen een soort van polyurethane print is geplakt die kanaaltjes op je pak moeten creëren waardoor je makkelijker door het water manoeuvreert. Dit is iets wat schijnbaar uit de triathlon wereld komt.
Ik durf niet te zeggen hoeveel effect dit nou werkelijk heeft en objectief meten is niet te doen. Ik heb een poging gedaan en daar vertel ik nu graag een leuk verhaal over.

Ik had namelijk het idee om te gaan peddelen in een zwembad met hetzelfde board, maar wel met andere wetsuits (met en zonder van die prints). Om dan vervolgens te meten of ik echt soepeler en sneller door het water kon. Vervolgens wilde ik dat dan

met een snelheidsmeter, maar hoe meet je dat? Uiteindelijk vond ik een smartwatch van Nixon waar ik de naam alweer van ben vergeten. Een of ander super duur ding wat ik sowieso niet wilde kopen en schijnbaar ook niet meer geproduceerd wordt. Daarom besloot ik contact met ze op te nemen via hun Nederlandse distributeur. Allebei waren ze super enthousiast en besloten me er één op te sturen.

Toen ik het pakketje kreeg was ik best wel blij, maar toen ik het opende zag ik dat ze me de verkeerde hadden gestuurd. Sterker nog, ze hadden me er twee gestuurd. Huh? Ik nam contact op met Nixon en legde uit dat ik eigenlijk niks kon met beide horloges, hoe ondankbaar dat ook voelde. Ze reageerden heel relaxed en ik mocht ze allebei houden. Uiteindelijk heb ik er één weggegeven via mijn Instagram en de ander gebruik ik heel sporadisch. Ik haat horloges. Ik kon mijn experiment er niet mee doen, maar achteraf gezien was dat toch grote onzin geweest. Niks aan de hand dus.

Dit is een van de voorbeelden waarom het testen van features eigenlijk niet te doen is, daarover bij wetenschap meer.

Soorten wetsuits

Mijn god er zijn veel verschillende soorten pakken op de markt. full suits, shorties, steamers, long john's, hooded, front zip, back zip, zipless, noem maar op. Je hebt eigenlijk voor elke locatie, temperatuur en budget wel een wetsuit.
Zoveel variatie aan surfboards heb je ook bij wetsuits. Toch hebben de meeste mensen over het algemeen alleen een zomer en een winterpak, maar afhankelijk van waar je gaat surfen, hoe vaak je daar gaat surfen en wat je portemonnee toelaat kan je dus van alles krijgen.

Fullsuits en steamers zijn eigenlijk hetzelfde. Steamers is daarbij meer een marketingterm, maar er zit wel een gedachte achter. Het zijn over het algemeen wetsuits die dusdanig goed aansluiten dat je soms droge plekken in je pak hebt. Pakken die daardoor zo warm zijn dat het voelt alsof je aan het stomen bent van binnen óf wanneer je het pak uittrekt de stoom van je lichaam komt. Veel wetsuit merken houden van dat soort beelden in hun reclames.

Temperatuur

Dat is naast de prijs meestal toch wel de meest doorslaggevende factor bij het kopen van een wetsuit. Daarbij is temperatuur ook weer subjectief omdat de ene koukleum de ander niet is. Meestal zie je dat er met zeewater vanaf een graad of 20 celsius shorties gedragen worden. Een goed zonnige dag met weinig wind helpt daar alleen maar meer bij.

Bij shorties kan je denken aan korte mouwen, lange pijpen; korte mouwen, korte pijpen; óf, als je een hipster longboarder bent iets van een longjohn. Da's een soort hemdje wat helemaal doorloopt in een onderstel met lange of korte pijpen. Dat heb ik bij geschiedenis al uitgelegd.
Ook kunnen neopreen shirts met lange mouwen een uitkomst bieden om wat bescherming te bieden tegen de zon, je hebt dan meestal wel een boardshort of bikinibroekje aan. Meestal zijn de panelen in dit soort pakken 2mm dik. Dat betekent lekker flexibel, bescherming tegen de zon en toch nog een beetje isolatie.

Je ziet eigenlijk zo'n beetje van 15-21 graden dat surfers voor een 3/2mm fullsuit kiezen. Hierbij bestaan de neopreen panelen op je borst en rug, meestal tot aan je knieën uit 3mm neopreen. Je armen, schouders en onderbenen uit 2mm.

4/3mm worden meestal tussen de 10 en 18 graden gedragen. Het zijn altijd fullsuits en soms zelfs hooded, dat betekent dat er een cap aan vast zit. Qua dikte verdeling van het neopreen is dat hetzelfde als bij de 3/2mm. Ik heb het idee dat 4/3's steeds meer verkocht worden. Best logisch aangezien je stiekem best een flink aantal graden kan coveren. Toch zal je dan altijd op comfort en bewegingsvrijheid inleveren richting de zomer. Ook zal je daar de diepe winter niet mee doorkomen.

De winterpakken rangen van 5/3 (5 - 13 graden) tot aan 6/5/4 (0 tot 8 graden). Hoe dichter je bij de 0 komt, des te dikker je pak natuurlijk. Soms met hood eraan vast,

soms zonder. Soms zelfs 7mm, maar dat zie je eigenlijk niet zo vaak. Als je drie getallen ziet betekent het eerste getal je romp, het tweede je benen en de derde je armen. Bij je armen en schouders wil je altijd de meeste bewegingsvrijheid hebben, vandaar een dunner paneel neopreen.

Als ik een winter wetsuit koop dan doe ik dat zelf het liefste met een hood eraan vast. Het zit comfortabeler om mijn nek en er spoelt minder makkelijk water naar binnen. Een reden om te kiezen voor een winter wetsuit zonder hood is dat je hem ook nog kan dragen als het water wat warmer wordt en je geen hood meer wil dragen.
Ja, je kan je hood afdoen, net als hoe je je capuchon afdoet, maar bij mij stroopt de boel dan teveel op bij mijn nek. Aangezien ik daar geen fetisj voor heb koop, of eerder krijg, ik liever een extra winterpak zonder hood.

Een specifiek pak wat we nog niet besproken hebben is het competitie wetsuit. Die worden in de markt gezet voor kortere sessies, zoals een heat in een wedstrijd. Het zijn vaak hele lichte pakken die redelijk gestript zijn. Vooral de lining aan de binnenkant is vaak minder dik. Ook worden de panelen in deze pakken net iets dunner gemaakt dan ze doen vermarkten. Hierdoor is het pak een stuk flexibeler en ook redelijk wat kouder. Je vindt competitie pakken in alle diktes, maar 3/2mm is het meest gangbaar. Gek genoeg zijn competitie wetsuits duurder dan gewone wetsuits. De paneling en naden zijn vaak aangepast voor meer bewegingsvrijheid wat de duurzaamheid niet echt ten goede komt.

Ritssystemen

Voor, achter, horizontaal, verticaal, met zonder, ook hier heb je allemaal smaken en kleuren. Allemaal opties met voors en tegens. Zoals je bij de geschiedenis hebt gelezen waren de eerste wetsuits met een verticale rits aan de voorkant.
Tegenwoordig zie je dit eigenlijk niet meer, tenzij je een of ander hipster merk hebt als Nine Plus. Ritsen werden toen overigens nog niet gevoerd aan de achterkant, je kan dus voorstellen hoe klote dat gevoeld moet hebben met schuren over je borst en buik.

Back zips

Geruime tijd daarna heeft de back zip de wetsuit markt gedomineerd. Het voordeel van back zips is dat je makkelijker in en uit je pakt komt. Ze zijn relatief gezien goedkoper om te produceren en doen hun werk best aardig. Vooral zomer pakken en wetsuits voor surfscholen varen prima bij back zips.

In het begin waren de nek constructies van de back zips nog niet zo goed, dat las je eerder al. Ze sloten niet goed af en het klittenband sleet snel. Tegenwoordig is het nog steeds zo dat bij een flinke bak er makkelijker water naar binnenstroomt bij een back zip, helemaal als je moet duck diven.
Als oplossing tegen dat probleem hebben ze het batwing systemen uitgevonden. Bij de iets duurdere back zips zal je eerst een soort neopreen kap over je hoofd moeten trekken om vervolgens je rug dicht te ritsen. Werkt best goed, maar nog steeds kan het naar binnen stromen bij een lekkere spoelbeurt.

Een ander veel gehoord punt van kritiek is dat back zips niet de stretch kunnen bieden die je eigenlijk wil hebben op je rug. Het idee hierbij is dat je het volledige rekvermogen van het paneel halveert door het op te splitsen in twee stukken.
Een manier om meer bewegingsvrijheid te creëren is de off-set back zip. Hierbij loopt de rits niet over je ruggengraat, maar loopt deze net wat schuin. Naar mijn mening nog steeds niet je-van-het en het lost ook niet veel op.

Chest zips

De laatste 10 - 15 jaar beginnen we steeds meer horizontale chest zips te zien. De allereerste chest zips waren open aan beide schouders. Je moest dan met twee handen een losse flap over je hoofd trekken en dichtritsen. Bijna een soort slabbetje. Het voordeel hiervan is dat je makkelijk in en uit je pak komt, maar je had ook wat meer bewegingsvrijheid. Omdat je chest zip aan beide schouders open was stroomde er ook makkelijker een hoop water naar binnen. Soms zie je deze constructie nog.

Daarom zijn ze inmiddels overgestapt op een chest zip die vast zit aan één schouder, waardoor je de instroom van water kan halveren. In het begin waren deze eerste versies nog niet heel makkelijk om aan te trekken, maar naar mijn mening is vandaag de dag bijna elke chest zip wel fijn. Nog steeds komt niet iedereen even makkelijk in en uit een chest zip wetsuit, neem Arie en Albert als voorbeeld, maar ze sluiten wel beter aan bij je nek en laten daardoor veel minder water binnen. Mijn persoonlijke favoriet is op dit moment toch wel de moderne chest zip.

Zipless

De allereerste wetsuits, zoals op de eerste patenten, waren zipless. Met zonder rits dus. De laatste 5 jaar beginnen we deze trend vaker terug te zien. En ja, ik maakte bewust de met-zonder fout, vond ik grappig. Laat me.

Het voordeel van geen rits hebben is dat er veel minder naar binnen kan stromen, zeker lekker in de winter, maar het grote nadeel is dat je er best moeilijk in en uit kan komen. Zeker als je hele dikke wetsuits hebt.
De constructies zijn nog steeds vrij fragiel. Op de spanningspunten komt redelijk veel druk te staan waardoor het redelijk snel slijt. Zipless heeft mijn voorkeur in ieder geval nog niet.

(Hybrid) U-zip

En dan heb je nog iets nieuws. Iets wat in 2020 op de markt is gekomen. De hybrid u-zip van het Japanse Axxe Classics. In Nederland zie je dit nog niet echt, maar in Californië begint het nu aardig uitgerold te worden. Met teamriders als CJ Nelson, Brad Gerlach en Neal Purchase JR kan je wel raden wat voor markt ze aan proberen te raden, maar bijzonder zijn hun pakken wel.

Copyright Axxe Classic

Behalve dat ze volledig custom worden aangemeten zijn ze aan het experimenteren met een ritssysteem wat lijkt op een mix tussen zipless en een chest zip, klinkt paradoxaal en dat is het ook. De Hybrid U-zip lijkt écht op een slabbetje. Het is een flap die je over je hoofd trekt en vervolgens dicht kan ritsen in een soort u-vorm. De rits loopt hierbij van de achterkant van je schouder over je sleutelbeen, je borst, andere sleutelbeen en sluit vervolgens op de achterkant van je andere schouder.

Er zijn overigens ook andere merken, zoals Vissla, die tijdelijk een seizoen een collab uitbrengen. Zij hebben dit ook met Axxe Classic gedaan in september van 2021. Uiteraard zijn deze dan niet custom aangemeten, maar gewoon confectie.

Copyright Axxe Classic

Onder die u-zip, dus op je borst en bovenrug, zit een soort extra paneel als voering tegen de rits en binnenstromend water. Een beetje vergelijkbaar met een batwing achtige constructie in een backzip wetsuit.

Het voordeel van U-zip is dat er geen open stukken zijn binnen je pak, net als bij de chest zip, maar er kan natuurlijk wel water door de rits heen komen. Ook bestaat het borstgedeelte uit minder panelen wat meer bewegingsvrijheid op zou moeten leveren. Ik snap alleen niet waarom de begin en eindpunten van de rits op de achterkanten van je schouders zit. Dat maakt het volgens mij alleen maar stug, terwijl je juist daar bij je schouders en scapula meer bewegingsvrijheid wil hebben voor peddelen en pop-ups.

Tot ik hem getest heb kan ik er niet veel over zeggen, maar ik ben wel héél benieuwd. Uiteraard heb ik ze wel gemaild en mooie antwoorden gekregen, maar budget om er één op te sturen was er niet. Begrijpelijk, want het is nog een redelijk klein merk.

Waarom verkopers die aan mouwen trekken debiel zijn

Stel je eens voor. Je leerde je man zo'n vijftien jaar geleden kennen. Jullie deden allebei hetzelfde werk, maar wel ieders met je eigen specialisatie. Jullie waren concullega's om het zo maar even te zeggen.

De baan die jullie hadden was voornamelijk faciliterend. Het helpen van mensen die op het verkeerde moment op de verkeerde plek waren. Sommige mensen noemde jullie zelfs helden. Ondanks dat jullie en de rest van je collega's lange tijd op handen werden gedragen kwam er steeds meer kritiek op jullie werkwijze.
Er kwamen zelfs steeds vaker rechtszaken waarna er wetten werden aangenomen waardoor jullie werk verboden werd. Er was veel ophef. Zoveel ophef dat jullie in een getuigenbeschermingsprogramma op werden genomen. En niet alleen jullie. Iedereen in hetzelfde werkveld.

Ben je er nog bij?
Laten we even vijftien jaar vooruit spoelen.

Meerdere malen hebben jullie moeten verhuizen vanwege terugvallen in illegaal gedrag (het doen van jullie oude nobele werk), maar uiteindelijk hebben jij en je man

toch weten te settelen.

In deze vijftien jaar hebben jullie drie kinderen gekregen. Jullie oudste is een meisje. Ze is een typische puber. Onzeker en ze wil het liefst verdwijnen op momenten dat ze zich schaamt. Een beetje een goth typje.

Jullie middelste is een druktemaker, maar hij zou zijn energie heel makkelijk kwijt kunnen als hij niet continu stil hoefde te zitten. School is een hel voor hem omdat het allemaal niet snel genoeg gaat voor hem.

Jullie hebben ook nog een baby, maar daar kan je nog niet zoveel over zeggen want het is een baby. Die hebben geen persoonlijkheid.

Je man was een powerlifter van wereldklasse, maar dat mag hij niet meer doen. Hij is ijzersterk. Hij heeft nu een of andere crappy baan bij een verzekeringsmaatschappij waarbij hij stiekem mensen die met een claim komen adviseert hoe ze door de bureaucratie heen moeten prikken en zo tóch hun vergoeding kunnen krijgen. Zijn baas haat hem en hij haat hem ook. Het is niks vergeleken met het oude werk wat hij had. Zijn enige hoogtepunt van de week is woensdagavond, dan gaat hij met een oude werk vriend “bowlen”.

Ook jij bent niet echt gelukkig, maar je hebt nu drie kinderen en je oude werk, wat net zo goed jouw passie was, mag gewoon echt niet meer. Jouw talent is je flexibiliteit. Je kan je in allerlei bochten wringen die niemand anders kan. Je past je continu aan aan je omgeving. Je wil nu gewoon rust. Ergens vind je het wel goed zo.

Toch mis je ook die spanning en besluit je een nieuwe hobby te zoeken; surfen.
Op een van de weinige vrije zaterdagochtenden die je hebt ga je naar een lokale surfshop en spreekt een verkoper aan. Een zoute gast met een snorretje en kort stug blond haar vraagt waar hij je mee kan helpen. Je wil een wetsuit, maar je weet er helemaal niks van af. Toevallig gelukkig voor jou: hij ook niet.
Hij neemt je mee naar het rek voor de vrouwen wetsuits. Hij vraagt even of je een zomer- of een winter wetsuit wil en wat je maat is. Je past waarschijnlijk wel in een S'je en wil eerst maar eens met een zomerpak beginnen. De verkoper aarzelt niet en reikt meteen naar één pak. Nog voor hij iets zegt pakt hij de mouw van het pak met zijn linkerhand en pakt met zijn rechter het uiteinde van diezelfde mouw en rekt hem volledig uit.

'Deze moet je hebben, is echt super stretchy! Kijk maar.' zegt hij onwetend maar toch overtuigd van zijn eigen gebrekkige kennis.
'Dit wordt hem!' gil je enthousiast met tranen in je ogen. Je hebt hem nog niet eens gepast.
'YEEEEEEEWWWW' schreeuwt de gast uit ongemakkelijkheid omdat hij een surfer is en alleen maar dingen kan zeggen als: 'mooi boardje, hoeveel liter is 'ie?' en het altijd klassieke 'Maareuuuhhh, heb je nog een tripje op de planning staan?'

En weet je waarom je hem meteen zonder aarzelen kocht? Omdat de verkoper aan de mouw trok en liet zien hoe elastisch hij is. En waarom was dat zo relevant voor jou? Omdat jij Elastigirl a.k.a. Mrs Incredible bent, van je raadt het al, Disney Pixar The

Incredibles.

Het hele rare en langdradige verhaal hierboven, van bladzijjde 147 tot 148, is zo'n beetje de eerste dertig minuten van de film samengevat.

Kan je dat ook weer skippen. Graag gedaan.

In alle andere gevallen boeit het helemaal geen ene fuck hoe 'stretchy' je mouw is omdat jij niet Elastigirl bent of ooit zal worden. Hoeveel je ook aan yoga doet omdat je denkt dat je surfen daar beter van wordt. Geheimpje, dat wordt het door meer in het water te liggen.

Mijn punt van deze ellenlange intro is dat verkopers die pakken alleen op stretch verkopen debiel zijn en dat ik vind dat je weg moet rennen als zij aan een mouw gaan trekken om dat aan je te bewijzen.

JE HEBT DAAR NIET ZÓVEEL STRETCH NODIG.

Geloof me dit doen ze bij zo ontzettend veel surfshops. Als je al naar stretch kijkt in een pak moet je dit eerder bij je oksels, heupen en knieën meten, maar daarover zometeen meer bij pasvorm.
Mocht jij toevallig zo'n verkoper zijn, dit nu lezen en ongetwijfeld een rooie kop krijgen. besef dan dat het nooit te laat is om te leren. Dan ben je ervan verzekerd dat mensen

terug blijven komen in plaats van dat je ze onzin advies geeft.

Deze tirade is overigens niet tegen het kopen van een wetsuit in een shop, dat juich ik zelfs toe. Naast dat jij je lokale surf economie support, kan een verkoper wel écht goed meekijken naar pasvorm en je helpen keuzes maken. Dat is ook wat waard.

Pasvorm en comfort

Daarmee komen we op pasvorm en comfort. Met comfort bedoel ik dan vooral bewegingsvrijheid en warmte. En ja, daarbij horen dan ook flexibiliteit en materiaalkeuze. De crux zit hem denk ik altijd in fit. Pasvorm maakt of kraakt een pak echt in termen van comfort en performance. Hoe vrij je voelt, hoe goed hij aansluit en daardoor ook hoe warm hij is.

Die pasvorm is bij elk merk, zelfs binnen merken, best verschillend. Laat staan per persoon. De een heeft dikke korte hobbit benen, de ander is net een giraffe. Wat een perfect pak voor persoon A is, hoeft dat dus niet voor persoon B te zijn.

Als je een pak koopt wat te groot is, dan heb je veel meer instroom en ophoping van water. Panelen kunnen verkeerd gaan zitten, bijvoorbeeld bij je knieën, doos of snikkel. Verre van comfortabel. Met een zomerpak is zoiets misschien nog minder erg, maar met een winterpak wil je dat echt niet.
Een pak wat te krap zit beperkt je vooral in bewegingsvrijheid. De boel kan gaan schuren, rash veroorzaken en zelfs vacuüm zuigen bij je snikkel of la.

Custom made winter wetsuit door Snugg Wetsuits uit Cornwall (UK). Top ding.

Gore spiegel bij mijn ouders thuis door vermoedelijk te wild tandenpoetsen.

Maatvoering

Die pasvorm kan je dan weer onderverdelen in maatvoering en paneelconstructie. Bij de meeste merken heb je de standaard confectiematen als XS, S, M, L, XL, XXL etc., máár bij sommige wetsuit merken heb je er nog veel meer keuze. Deze merken hebben over het algemeen wetsuits of neopreen accessoires als *core business*. Je krijgt dan maatvoeringen als LT (large tall) en MS (medium short).

Afhankelijk van je lengte en gewicht, maar dus ook een beetje je bouw krijg je meer

opties die mogelijk beter bij je aansluiten. Alles wat je nodig hebt is een meetlint en de maattabellen van een merk. Natuurlijk zal je nooit 100% overlap hebben, maar kies dan de optie die het dichtst bij je eigen maten past. Vaak zijn daarbij de volgende aspecten het belangrijkste:

- lengte
- gewicht
- borstomvang
- taille
- heupen
- binnenbeenlengte

Als je nou echt een freak of nature bent, of gewoon iets wil wat 100% aansluit kan je altijd een wetsuits volledig custom laten aanmeten. Trek dan je portemonnee maar open.

Zelfs met een wetsuit wat niet 100% aansluit kom je nog goed uit de voeten. De paneelconstructies en materialen zijn tegenwoordig dusdanig goed dat panelen echt nog wel op kunnen rekken. Over het algemeen let je je bij pasvorm meestal op of je pijpen en mouwen niet te kort zijn, je kniestukken op de juiste plek zitten, hoeveel neopreen er over is bij je oksels, buik en op je onderrug. Wat kniebuigingen maken en je armen in de lucht doen kan al wat verklappen of er plekken zijn waar de boel echt te veel afknelt of te groot is.

Een nieuw wetsuit zal altijd een beetje oncomfortabel zitten.

Afhankelijk daarvan ga je meestal wat maten omhoog of omlaag. Daarom is passen in een winkel wel lekker, dan kan een verkoper meekijken die er wel redelijk oog voor heeft.

Paneelconstructie

De paneelconstructie is de som van het aantal panelen en de vorm van deze panelen in je pak. Hierdoor ontstaat een bepaalde de pasvorm. Daarbij is het in de regel zo dat je een minder flexibel wetsuit hebt als er meer panelen in je wetsuit zitten. Het idee daarbij is dat meer panelen meer naden opleveren en naden zijn altijd stugger.
Het levert dan wel een specifieke fit/pasvorm op waardoor het pak beter aansluit en je minder instroom van water hebt wat juist ook weer comfort op kan leveren.

Als je een pak hebt met minder panelen dan zal je meer rek in je wetsuit hebben. Aangezien de panelen groter zijn met minder naden zal het wetsuits flexibeler voelen waardoor je meer bewegingsvrijheid ervaart.
Het pak zal waarschijnlijk minder goed aansluiten, waardoor er misschien sneller water naar binnen stroomt en op gaat hopen bij je benen en enkels. Dat gevoel kennen we allemaal wel als je uit het water stapt na een sessie met een aantal spoelbeurten.

Je zal daarin dus een keuze moeten maken. Het ligt er helemaal aan wat het fijnste zit. In de winkel zal een pak met minder panelen vrijer voelen dan één met meer panelen, daar kan je je soms dus op verkijken.
Zelf kies ik meestal voor wetsuit waarbij de borst, schouder en arm panelen uit zo min mogelijk lappen bestaat.

In de keuze voor een bepaalde constructie zitten ook veel trends. Een van de meest recente trends is het kiezen voor een enkel groot paneel van je borst tot aan je knieën. Er zijn ook merken die nu experimenteren met zo min mogelijk panelen. De Quiksilver Highline Pro line heeft op dit moment maar 9 panelen en is 1mm dik. Je kan je dan afvragen wat de bewegingsvrijheid vooral beïnvloed, ik denk vooral de 1 mm dikte. Je betaalt ook nog eens meer dan 700 euro voor zo’n kreng, fucking bizar.

Technisch tekenen

De designafdeling maakt een technische tekening. Dit is een platte vereenvoudigde weergave van hoe het wetsuit er aan de voor- en achterkant uit moet komen te zien. Misschien heb je vroeger wel eens een kubus van papier gemaakt. Je maakte dan een soort jezus kruis van papier en vouwde elk stukje zo dat je de uiteinden aan elkaar vast kon plakken, met als resultaat een lelijke kubus. Ergens werkt dat met wetsuits en andere kleding ook zo.

Vanuit de technische tekening worden de panelen uitgetekend op een lap neopreen. Om de kosten zoveel mogelijk te drukken, maar ook om neopreen te besparen, wil je

zoveel mogelijk panelen uit één lap neopreen knippen. Alles wat je overhoudt kan je dan gebruiken voor accessoires als hoods, handschoenen of schoenen.

Wetsuits voor vrouwen

Wat wetsuits betreft is alles eigenlijk hetzelfde voor mannen en vrouwen. Het verschil zit hem namelijk in pasvorm en dus ook comfort. Dat is bij iedereen altijd anders. Los van geslacht of waar jij je ook mee identificeert.
Inmiddels is er een breed assortiment aan wetsuits en merken die ook pakken voor vrouwen maken. Het nadeel is dat sommige merken wetsuits extreem *girly* maken met felle kleurtjes of prints. Een veelgehoorde klacht is dan ook dat vrouwen daar helemaal niet op zitten te wachten. Begrijpelijk ook.

Als vrouw zal je soms meer rekening moeten houden met taille, heupen, bos hout en sanka, dus dat is net zo goed een kwestie van alle stappen hierboven in acht nemen. Het kan wel zo zijn dat een hooded wetsuit voor chicks lastiger te krijgen is of dat ze minder snel comfortabel zijn. Als je veel, lang en dik haar hebt kan er soms te weinig ruimte in de hood zitten waardoor de boel te strak rond je nek voelt. Dan kan je beter kiezen voor een losse hood en die iets ruimer kopen.

Daarnaast zijn er wat meer opties voor vrouwen in termen van zomerse pakken en andere modellen. Hiermee doel ik voornamelijk op bombshells. Dat zijn wetsuits, meestal van dunner neopreen, zonder benen/pijpen. Je hebt dan als het ware een badpak aan van neopreen, maar dan wel meestal met lange mouwen.

Accessoires

Er zijn ontzettend veel accessoires van neopreen die je warm kunnen houden, of kunnen beschermen, in het water. Schoenen, handschoenen, hooded vests, ik zou er ook weer een boek over kunnen schrijven, maar daar heb ik écht geen zin in.

Hoods

Mocht je een hooded wetsuit vervelend vinden dan zijn er nog zat andere opties om je hoofd, oren en nek te beschermen tegen de kou. Je hebt hoods ook in verschillende diktes, met of zonder klep. Meestal is een hood of capje (gedeeltelijk) smoothskin om windchill op je hoofd zoveel mogelijk te voorkomen. Let daar dus goed op als je iets wil kopen voor de hele koude dagen met veel wind.
Je kan ook een hood of capje op doen om te voorkomen dat wind en (koud)water je oren aantasten. De snijdende kou kan je namelijk surfers oor geven. Dan groeit het bot in je gehoorgang langzaam dicht met alle gevolgen van dien.

Het voordeel van een losse hood is dat je nek ook bedekt is. Het nadeel is dan wel dat je hem lastiger in je pak kan stoppen voor een naadloze afsluiting, dan moet je even iemand anders vragen of ze hem goed in je pak willen stoppen. De boel kan daardoor redelijk strak gaan zitten rond je nek en als je hem tijdens je sessie even af wil doen het gevoel heb je al helemaal het gevoel door een een of andere MMA guy te worden gewurgd.
Een capje kan daarom een fijne afwisseling zijn, maar dan heb je wel weer een blote nek. Kortom, het zal nooit 100% relaxed zijn.

Je kan ook een hooded vest kopen. Dan heb je nog een paar millimeter neopreen extra op je torso en zit er een hood aan vast. Mocht je een dunner pak hebben, of gewoon een koukleum zijn, kan je zo ook nog wat extra warmte krijgen. Dit heb ik jaren gedaan tot ik allemaal hooded wetsuits kreeg. Nu zijn dat mijn favoriet, met de hooded vest als tweede keuze.

Handschoenen

Je kan redelijk makkelijk warmteverliezen via je handen, daarom is een goede handschoen best welkom in de winter. Er zijn echt een tal van opties en modellen met. Voor ieder wat wils met allemaal met voors en tegens. Je kan handschoenen ook in verschillende diktes krijgen. Hou er wel rekening mee dat dikke handschoenen ervoor zorgen dat je minder grip en controle hebt, vooral als je windsurft of kitesurft.

Surfen met handschoenen merk je. Zelfs handschoenen met vingers voelen alsof je met spatels door het water peddelt. De eerste sessie van de winter met handschoenen merk je dat alles een stuk zwaarder is. Grappig is wel dat elke peddel je harder en sneller vooruit stuwt dan zonder handschoenen. Je gaat dit vooral voelen in de achterkanten van je schouders. Hoort erbij, joh.

Ik hou ervan als handschoenen bij het polsstuk dunner zijn, als je dan de mouw van je wetsuit er overheen trekt voelt het minder dik en stug aan je pols, waar je stiekem best wat bewegingsvrijheid wil. Dat zie je meestal bij de iets duurdere units. Echt een aanrader.

Je eerste glove aantrekken en je mouw erover trekken is prima te doen, maar die tweede is echt een hel. Vooral het polsstuk goed doen en vervolgens nog je mouw erover krijgen lijkt soms onmogelijk. De beste tip die ik je kan geven is: vraag iemand op het strand of de parkeerplaats om je even te helpen.

Je hebt de vijfvingerige handschoen. Het voordeel is dat je iets meer controle hebt over wat je vast wil pakken. Het zal niet makkelijk gaan, maar met een handschoen als deze kan je iets makkelijker ritsen, elastiek sluiters, je leash of je hood pakken en aanpassen waar nodig. Je vingers zullen wel iets kouder zijn en natuurlijk zal het bovenstaande minder makkelijk gaan met 7 mm handschoenen dan met een 2 mm unit.

Mocht je liever meer warmte hebben dan kan je voor een volledige want kiezen. Je hebt als het ware een kameleon klauwtje. Je duim zit hierbij wel los, waardoor je wel wat controle hebt over wat je vast wil pakken.

Mijn persoonlijke favoriet zit tussenin. Dat noemen ze een lobster glove. Van die naam klopt eigenlijk geen ruk, maar het idee is dat je duim en wijsvinger los zitten en de rest van je vingers in een want. Hierdoor heb je de warmte van een want met de behendigheid van een handschoen.

Verder haat ik handschoenen.
En schoenen ook.

Schoenen

Ook via je voeten kan je een hoop hitte verliezen. In de winter of als je surft op rif kunnen schoenen een wereld van verschil maken. Boots heb je in allerlei diktes voor verschillende temperaturen, maar idealiter wil je iets waarbij je zoveel mogelijk contact houdt met je deck. Daarom hebben de iets duurdere schoenen ook echt een soort (voorgevormde) zool. Hier heb je ook weer drie of vier verschillende smaken in; neopreen sok(schoentjes), split toe, round toe en de relatief nieuwe custom mold.

Op het rif, meestal in warmere oorden, kan je neopreen-achtige sokken of rifschoentjes dragen. Het ziet er misschien niet uit, maar je banjert wel makkelijker door de branding en minder sneetjes en wondjes van het rif zorgt er ook voor dat je lekker door kan blijven surfen. Iedereen die rash of andere wonden in de tropen heeft gehad weet hoe slecht de boel geneest.

Bij hi-end schoentjes zal het enkelstuk net als bij de handschoenen ook iets dunner zijn. Zo voelt het niet voelt alsof je 3 meter neopreen op je enkels hebt. Daar vallen de uiteinden van de pijpen van je wetsuit dan mooi overheen. Top.
Mocht je moeite hebben met het aan- en uittrekken van schoenen, rol het enkel gedeelte dan omlaag, steek je voet erin en trek met de lus op je hak de schoen over je hiel. Vervolgens rol je het enkel gedeelte terug omhoog en trek je de uiteinden van je pijp over je schoen.
Meestal kan je bij duurdere schoentjes ze op de wreef ook iets strakker aantrekken met gespjes, da’s best een fijne feature.

Split-toe schoenen lijken een beetje op de lobster glove. Je grote teen zit met een soort tussenschot afgezonderd van de rest van je tenen. Je moet ervan houden, maar het idee is dat je net wat meer controle over je board voelt. Ook is de kans kleiner dat je op de zijkant van je schoen gaat staan waardoor je het gevoel kan hebben op losse schroeven te staan, dat heb je namelijk met round toe boots wel.
Zelf surf ik meestal round toe schoenen. Een beetje de want onder de schoenen. Alle tenen bij elkaar, dus lekker warm, maar ook minder gevoel met je deck en een grotere kans dat je op de zijkant van je schoen gaat staan. Irritant. Als je iets duurdere schoenen koopt met een voorgevormde zool zal je daar weer minder last van hebben.

Een redelijk nieuw fenomeen is de vormbare zool. Dit zorgt je ervoor dat je echt een custom pasvorm krijgt. Best interessant. Het werkt een beetje hetzelfde als het maken van een bitje voor hockey, rugby of boksen.
Je giet kokend water tot een bepaald hoogte in de schoen, na een aantal minuten giet je het eruit en spoel je hem kort af met koud water. Zorg dat hij dan nog wel warm is, maar geen lava, en trek hem aan. Vervolgens trek je de gespjes aan, als deze erop zitten, en loop je 10 minuten rond.
Als de schoen op kamertemperatuur is dan is je schoen klaar. Mocht hij dan nog oncomfortabel zitten kan je de stappen herhalen.
Ik zou deze boots ook gekregen hebben, maar volgens mij stelde ik teveel vragen aan de contactpersoon en hadden ze zoiets van: “Weet je wat, fuck dat. Laat maar...”

Wetenschap

Zoals ik je al vertelde ben ik in de periode dat ik mijn blog startte ook begonnen met mijn master Neuropsychologie. Omdat ik eigenlijk veel te laat was met het vinden van een afstudeerstage was ik een soort van noodgedwongen om een onderzoeksstage te doen op de Universiteit van Utrecht. Op dat moment vond ik het een hel, maar achteraf heeft het me veel geleerd over het doen van kwantitatief onderzoek.
In principe ben ik dus meer afgestudeerd als statisticus en data-analyst in cognitief gedragsonderzoek. Een hele mond vol, maar dat betekent niet dat ik er heel goed in ben. Toch beheers ik op zeker hoogte wel over voldoende academische vaardigheden om onderzoeken kritisch te bevragen.
Dat is leuk, maar ook vermoeiend als je weer op zo’n kringgesprek verjaardag zit en er een of andere tante “wetenschappelijk onderbouwd” dieet loopt te prediken waar geen zak van klopt.

Wetsuit merken en fabrikanten hebben R&D afdelingen. Dat staat voor onderzoek en ontwikkeling. De precieze wetenschappelijke werkwijze van deze teams ken ik niet, maar er zijn wel wat merken pochen met wetenschappelijk onderbouwde shit. Sommigen noemen hun bronnen dan ook. En dat is tof. Ik vind het een merk sieren als ze durven te tonen waar ze hun mening en product op baseren. Of die mening dan klopt is ten tweede, maar ballen hebben ze dan wel. Zo ook Xcel. In de reviews van Xcel had ik het over TDC. Thermo Dry Celliant. Naar eigen zeggen een lining aan de binnenkant die door het weerkaatsen van infraroodstralen voor meer warmte moeten zorgen.

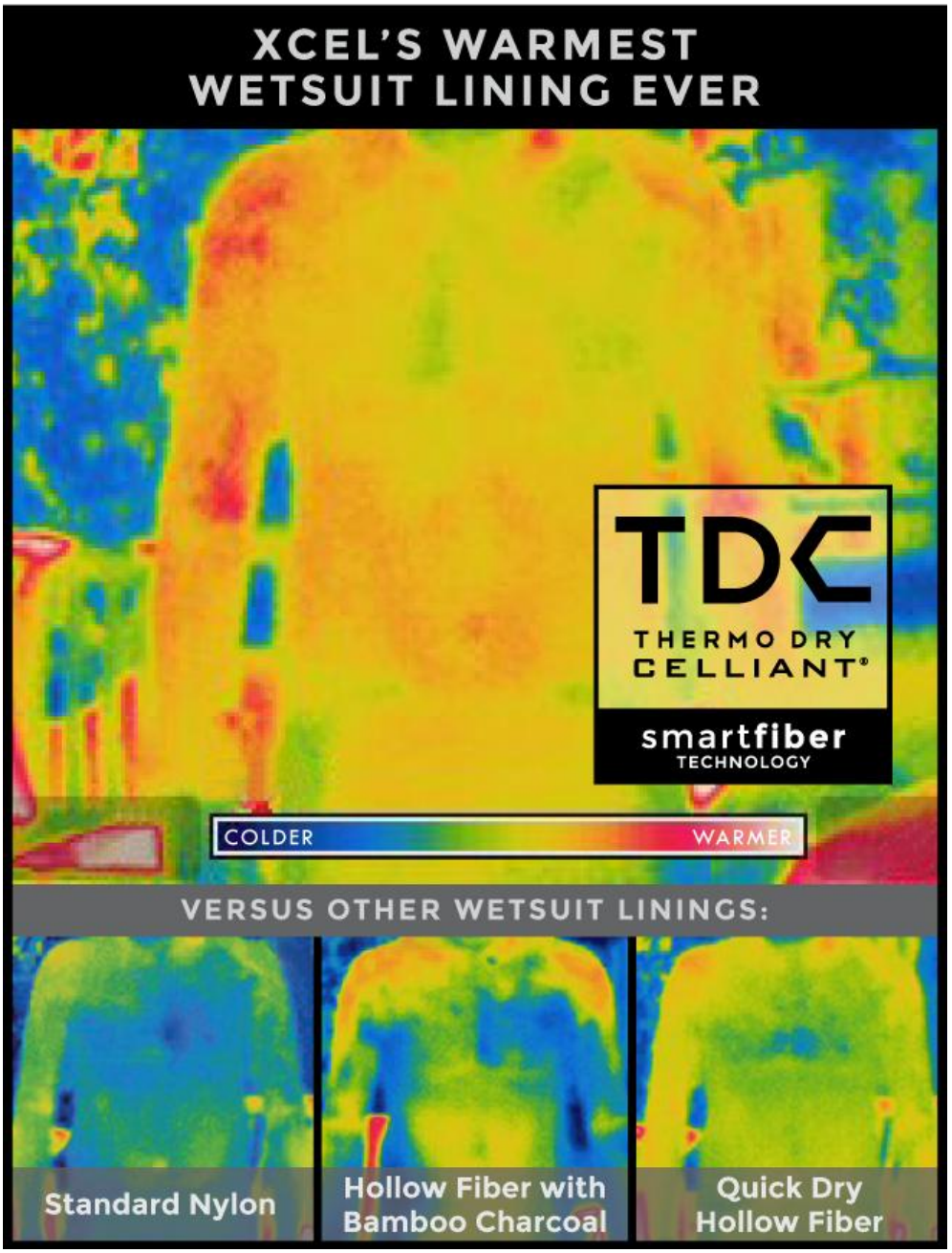
Ik zei daarover het volgende:

“Een van de key features van dit pak is Thermo Dry Celliant (vanaf nu gewoon TDC).
In dit wetsuit zit TDC van je borst tot aan je enkels.
Sommige mensen hebben me actief benaderd om te vragen wat ik hier nou precies van vind. En geloof me, ik heb mijn huiswerk gedaan.

TDC vind je in drie varianten. De eerste twee zijn een hoogpolige variant, die vind je vooral in de winter pakken en duikpakken van Xcel. Over deze lining vertel ik komend najaar meer.
De laagpolige variant is die infrarood, thermal cam, lava achtige lining aan de binnenkant van een hoop andere pakken van Xcel. Je hebt ze vast wel eens gezien.

Nu ga ik je hier niet alles over de (pijnlijke) relatie tussen wetsuits en research & development vertellen. Dat bewaar ik voor het het e-book.
Wat ik hier wel over de laagpolige TDC variant wil zeggen is dat ik nog niet overtuigd ben van de “klinisch bewezen” werking van TDC.

<droge wetenschappelijke onderbouwing in een notendop>



Copyright Xcel

Hiermee wil ik niet zeggen dat het niet kan werken, maar dat ik (wetenschappelijk gezien) nog niet vind dat ze met zekerheid de bijzondere eigenschappen van deze lining kunnen claimen en generaliseren naar surfen en wetsuits.
Om het correct te zeggen: Er moet beter, meer valide en betrouwbaarder onderzoek gedaan worden naar de werking van dit materiaal in een (zout)water omgeving.

TDC zou grof gezegd als volgt moeten werken:

- *Je lichaam straalt warmte uit in stralen die we niet kunnen zien, infrarood.*
- *Deze infraroodstralen kaatsen naar het TDC.*
- *Het TDC kaatst de infraroodstralen terug naar de huid.*
- *De bloedvaten in het huidoppervlak verwijden. Dit wordt gemeten door een verhoging van lokale zuurstofopname. Dit kan lokaal voor een verhoging van de temperatuur op de huid zorgen.*

Om een heel lang verhaal kort te maken hebben ze hun conclusies over sneller herstellen, extra warmte, meer uithoudingsvermogen, betere prestatie en andere claims, gebaseerd op vrij specifieke onderzoeken waarvan de conclusies zich niet zo makkelijk laten vertalen en generaliseren naar andere werkvelden. Dit noemen we extrapoleren en daar moet je mee uitkijken.
Omdat ik niet 100% inzicht heb in alle studies waar Xcel en Celliant naar verwijzen, kan ik dus niet zeggen dat de laagpolige variant van TDC niet werkt. Ik kan alleen maar zeggen dat ik, met mijn eigen academische achtergrond, kennis en vaardigheden, nog niet ben overtuigd ben door de methodologie, analyse, rapportage en conclusie van de

aangehaalde studies waar ik toegang tot had.

</droge wetenschappelijke onderbouwing in een notendop>”

Ik heb in dit specifieke geval dus al uitgelegd waarom ik sceptisch ben, maar nog niet wat die pijnlijke relatie tussen wetsuits en wetenschappelijk onderzoek is. Daarnaast vertelde ik je aan het begin van het boek dat objectief testen in theorie zeker mogelijk is, maar dat het in de praktijk vrijwel onmogelijk is. Dat ga ik je nu allemaal uitleggen. Goed onderzoek doen is namelijk heel moeilijk.

Bij de meeste merken komen ze elk jaar met een nieuw pak. Soms passen ze alleen het uiterlijk aan, maar vaak komen ze met ‘nieuwe’ features. Nieuwe features die dan zogenaamd zo innovatief zijn dat je een wetsuit of surfen anders gaat beleven. Beetje overdreven natuurlijk, maar zoals je hiervoor al hebt gelezen is marketing ontzettend van belang bij onze perceptie van een wetsuit.

Omdat er elk jaar zo’n grote aanwas van nieuwe pakken is, wordt het heel lastig om de tijd en ruimte te vinden om deze pakken van A tot Z te testen. Dan hebben we nog niet eens gekeken naar het effect van de feature of de duurzaamheid van de feature op de lange termijn.

Laten we toch eens even zeggen dat je een wetsuit een heel ‘jaar’ getest hebt. Hier beginnen de problemen al, want wat betekent een jaar? 50 sessies? En wat betekent testen dan? Functioneel, als in gewoon heel veel in dat kreng surfen, of operationeel?

Daarmee bedoel ik dat je stukken of elementen uit het wetsuit knipt en het op allerlei mogelijke manier manipuleert om te kijken hoe goed het blijft werken.
We lopen nu al tegen het probleem aan dat je moet definiëren wat werken betekent, maar ook wat goed betekent. En wat betekent op allerlei mogelijke manieren manipuleren dan?

Laten we het daarom nog wat specifieker bekijken met isolatie en flexibiliteit. Zo werkt wetenschap namelijk. Je wil voor zoveel mogelijk situaties en variabelen controleren om zeker te kunnen zeggen of iets écht werkt.

Stel, een merk pocht met een nieuw soort neopreen wat nog rekbaarder is en nog warmer. Hoe ga je dat dan bewijzen? Je begint dan met een hypothese. Dat is eigenlijk een soort uitgesproken verwachting die je moet gaan bewijzen of ontkrachten.
Om dat zo betrouwbaar en valide mogelijk te doen kan je dan lappen neopreen uit het pak van dezelfde grootte knippen en meet je als basiswaarde hoe goed het neopreen rekt en isoleert. Dit doe je ook met hetzelfde pak van het jaar ervoor, zonder die nieuwe soort neopreen én met een soortgelijk pak van een concurrent. Dat kan dan je baseline zijn.

Met allerlei natuurkundige meetinstrumenten en opstellingen ga je vervolgens die lapjes neopreen keer op keer oprekken en de isolerende waarde meten. In de loop van tijd ga je mogelijk zien dat het pak minder makkelijk meerekt of er langer over doet voor het weer in zijn oorspronkelijke vorm is terug gekrompen. Wellicht scheurt het lapje na

een bepaald aantal keer wel. Om de X aantal keer rekken meet je met een metalen plaatje hoe goed het neopreen nog isoleert. De kans zit er dik in dat dit metalen plaatje na verloop van tijd kouder is dan aan het begin van het experiment.
Als je al die data verzameld hebt dan ga je het analyseren. Je laat die bak met data dan door bepaalde formules gaan die goed bij het type onderzoek passen. Uit die resultaten kan je dan opmaken of dat nieuwe neopreen dan significant meer rekt en beter isoleert.
Van belang is dat je ook kijkt naar hoe sterk een effect is. Iets kan op grote schaal namelijk wel meer rekken en warmer zijn, maar als dat in de praktijk maar 0,2 graden warmer is en een halve centimeter meer rekt kan je je afvragen hoe erg je die verbetering gaat merken.

Stel nou dat de nieuwe neopreen soort in deze test inderdaad een sterk en significant effect heeft. Dat betekent dat hij volgens de test dus inderdaad rekbaarder en ook nog warmer is dan het voorgaande pak én het pak van de concurrent, mag je dat dan ook nog zomaar concluderen?
Nee, eigenlijk niet. Surfen en het praktische gebruik van neopreen is namelijk iets heel anders dan met een machine een lapje oprekken. Daarnaast komen er zoveel andere factoren bij kijken die het effect alweer kunnen beïnvloeden, positief of negatief. Denk daarbij aan het effect van watertemperatuur, zoutgehalte, hoe goed jij dat ding onderhoud en weet ik veel wat nog meer.

Er zijn zoveel elementen waar je over na moet denken bij goed onderzoek dat veel onderzoek eigenlijk helemaal niet betrouwbaar of valide is. Daarmee bedoel ik dat veel onderzoeken na herhaling, eventueel met nieuwe variabelen, op hele andere conclusies kunnen komen over hetzelfde onderwerp. Hoe weet je namelijk of je echt meet wat je wil weten? Wetenschap werkt echt heel traag, maar wordt gelukkig door commercie wel mogelijk. Resultaten worden alleen vaak redelijk uit hun verband getrokken in het positieve van een bedrijf.
Je kan natuurlijk ook niet verwachten dat zij alles perfect kunnen doen. Zij bouwen ook voort op oudere onderzoeken of belichten net een kant die handig voor hun product is.

Laten we eens een ander praktijkvoorbeeld nemen. De Rip Curl Flash Bomb Heat seeker. Ze claimen namelijk met een infraroodcamera dat door het rekken van het neopreen op je rug er warmte vrijkomt. Ik schreef daar het volgende over:

“Het pak was lekker warm, maar het is onmogelijk vast te stellen waar dit precies door komt.
Voorheen hadden de Flash Bombs alleen maar Flash lining aan de binnenkant, maar de introductie van Thermo Shield en Flex energy + Flex Energy Flash lining zou voor een revolutie moeten zorgen. Rip Curl laat de Heat Seeker “technologie” zien door Mick Fanning te laten peddelen en het vast te leggen met een infraroodcamera. In mijn ogen echt dikke bullshit omdat je 1) niet objectief kan bewijzen hoe significant het warmteverschil wordt ervaren tussen lichaamsdelen. Je zou het wel kunnen bewijzen door te vragen naar ervaringen, maar introspectie is niet de meest betrouwbare bron

van meten. 2) Daarnaast moet je je ook nog afvragen in hoeverre de verschillen met andere pakken en lichaamsdelen echt kan worden waargenomen. Als Rip Curl het echt goed en objectief hadden gemeten hadden ze dit laten zien in vergelijking met 4/3s van andere merken + met de vorige editie van hun eigen Flash bomb.

'Flex Energy is a revolutionary neoprene lining that generates heat when stretched. As you move through the water, the Flex Energy activates and heats the wetsuit while you move. If you stay active, you stay warm.' – Rip Curl Boykie

Copyright Rip Curl

Dit is exact wat ik bedoel. Hoe meet je dit? Want zeggen dat je warm blijft als je actief blijft is natuurlijk leuk, maar komt dat alleen door je eigen beweging of door het rekken van de stof? Of misschien wel een combinatie?
Het ding met die hele infraroodcamera is dus een beetje een gimmick als je het mij vraagt. Een marketingtruc om jou ervan te overtuigen dat dit pak echt heel warm is.

Zoals ik al aangaf vond ik dit pak ook daadwerkelijk warm, maar dat objectief vast kunnen stellen en vergelijken met andere pakken en eerdere edities is bijna niet te doen. Er zijn zoveel variabelen die invloed hebben op de isolerende werking van je pak dat het wetenschappelijk testen, met het tempo waarbij elk jaar nieuwe pakken worden uitgebracht, nagenoeg onmogelijk en interessant is voor de consument.

Ik denk dat de warmte van het pak vooral komt doordat die Flash lining over de gehele binnenkant van het pak zit, dat zorgt immers ook voor een dikkere laag. Daarnaast merk je ook dat de Liquid Mesh/Flex Energy panelen best wat warmte oppakken als de zon flink schijnt, maar dat doen in feite alle single lined panelen en is dus niet per se uniek."

Hoe omslachtig wetenschap dus ook kan werken geeft het dus wel mogelijkheid tot het verder verdiepen en vragen stellen. Daar staat wel tegenover dat commerciële bedrijven daar over het algemeen weinig oren naar hebben. Als je in ieder geval kan laten zien dat je met wetenschap bezig bent dan slikken veel mensen dat al als zoete koek. Logisch, want zelfs voor academici is het soms lastig zeggen of iets echt werkt of

niet, maar ik vind het ook pijnlijk. Je kan dus eigenlijk alleen zeggen dat je niet overtuigd bent op basis van het huidige onderzoek. Je kan het dan repliceren met beter vooronderzoek, verzameling van data, methodologie, analyse of interpretatie.

We zijn nu wel heel erg ingezoomd op wetenschap, maar als je met het verhaal hierboven denkt aan hoeveel wetsuits er ieder jaar uitkomen met ‘nieuwe’ features én hoe moeilijk het is om één klein ding te onderzoeken, dan kan je alleen maar concluderen dat het in de praktijk bijna onmogelijk is om goed wetenschappelijk onderzoek naar wetsuits te doen. Als je dat wel zou doen dan zou je twee identieke pakken moeten hebben met maar één ding anders, ander rubber ofzo. En dan gaat testen op flexibiliteit, isolatie of wat anders wat je wil. Da’s voor merken en fabrikanten al een hele uitdaging, laat staan als consument.

Dat betekent niet dat wetsuit niet doorontwikkelen. Dat betekent ook niet dat wetenschappelijk bewijs überhaupt nodig is om te laten zien of iets werkt. De meeste uitvindingen zijn namelijk ook maar samenraapsels van bestaande dingen die een probleem óf toevallige vergemakkelijking van de status quo aanpakt. Zo zijn er onderdelen van de wijnpers gebruikt voor het ontwikkelen van boekdrukkunst. Door deze uitvinding van Johannes Gutenberg werd het ineens mogelijk om informatie een stuk sneller te maken en te verspreiden.
Nu zeg ik niet dat er tegenwoordig dusdanig revolutionaire veranderingen in wetsuit plaatsvinden, behalve dan de daadwerkelijke uitvinding van Hugh Bradner, maar dat dit ook niet per se bewezen hoeft te worden.

Mijn hele punt is dat ik het een beetje schraal vind dat overal maar wetenschappelijk bij wordt gezet. Sinds de verlichting zijn we wetenschap zo gaan verheerlijken dat alles met zo’n stempel automatisch als serieus of bewezen wordt geacht. Een beetje wat ook met duurzaamheid en ‘greenwashing’ nu ook veel voorkomt. In de praktijk laat het vaak een tegendeel zien. Als je dus iets ziet van R&D of wetenschappelijk bewezen bij wetsuits, krab dan goed achter je oren of het wel écht zo is.

Nu we het toch over lastige onderwerpen en bewijs hebben. Laten we dan maar eens naar duurzaamheid en wetsuits kijken. Dat is namelijk een vrij groot ding.

Duurzaamheid

Stel, je mag een wens doen om de beste in een vakgebied te worden. Een wens die jou dé goeroe op dat gebied zou maken. Jij zou echt alles weten. Alles wat er over het onderwerp bekend is. Wat zou dat vakgebied dan zijn?

Ik zou duurzaamheid kiezen, denk ik. Omdat dat echt zo’n onderwerp is wat heel relevant lijkt te zijn, maar waarvan niemand nou echt weet hoe het zit. Dat je het bijna niet kan bevatten dat de planeet zo fucked up wordt omdat alles om je heen eigenlijk gewoon goed en normaal lijkt te zijn.

Ik vind duurzaamheid een fascinerend onderwerp omdat je er heel slim of heel dom door kan lijken.

En dat is precies wat er nu gaat gebeuren, want als ik het over wetsuits ga hebben dan moet ik dit onderwerp ook aansnijden. En daarmee komen we ook op een van de doodlopende sporen waarvan ik niet meer weet waar ik bronnen over moet verzamelen. Ook omdat het beoordelen van bronnen zo ontzettend tegenstrijdig is. Zelfs toen ik de wetenschap erbij probeerde te halen en hulp vroeg bij het interpreteren van bepaalde studies.

Dit hele stuk hierboven is dus eigenlijk een excuus voor het geen antwoord kunnen geven op de vraag hoe belastend wetsuits nou eigenlijk zijn, wat daarbij meespeelt en wat dan een beter alternatief zou kunnen zijn.

Duurzaamheid is een onderwerp waar iemand zijn geloofwaardigheid volkomen mee kan winnen of verliezen. Heck, duurzaamheid heeft zoveel verschillende definities dat je door de bomen het bos bijna niet meer ziet.
Ik schrijf nu ongeveer zes jaar met flinke regelmaat. En als ik iets onderzoek dan wil ik dat het zo dichtbij de werkelijkheid komt, maar ik merk hier dat ik aan het einde ben gekomen van mijn journalistieke skills en ik hier verder aan moet gaan werken.

Ik ga nu met je delen van hoe ver ik ben gekomen in die ‘rabbit hole’. Houd de dikke disclaimer hierboven goed in je achterhoofd. Er zullen vast mensen commentaar hebben en denken te weten hoe het écht zit.

Na een aantal gesprekken met merken, een gezonde dosis scepsis en voldoende inzichten in marketing en productieprocessen durf ik best wel hardop te zeggen dat merken stiekem ook niet weten hoe belastend een wetsuit nou echt is. Sterker nog, ik denk dat zelfs de wetsuit fabrikanten het niet 100% weten. Iedere schakel is namelijk ook een consument of afnemer van een bepaalde dienst of product. Iedere schakel zal daarom ook altijd de meest positieve kant belichten of benoemen.

Om het zo overzichtelijk mogelijk te houden som ik op waar je duurzaamheid in onder kan verdelen. Veel heeft eigenlijk overlap, maar verdient stiekem wel een losse benoeming. Denk bijvoorbeeld aan de volgende aspecten:

1. Materiaal winning en materiaalverwerking

2. Transport
3. Productieproces en arbeid
4. Recycling en upcycling
5. Het meest duurzame wetsuit
6. DUURzaam

Duurzaam kan echt van alles betekenen. Het kan betekenen dat een product of een productieproces lang mee kan gaan. Dat bronnen herbruikbaar zijn of zichzelf vernieuwen. Dat er weinig uitstoot van schadelijke stoffen is. Dat er op een “gezonde” en “eerlijke” manier met mens, dier en milieu om wordt gegaan. En ook in al die onderdelen, en de honderden andere dingen die ik niet heb genoemd, zit ook weer overlap.

Je kan je ook afvragen of een duurzaam geproduceerd wetsuit wel zo duurzaam is als deze mogelijk maar één seizoen meegaat. Stel je hebt dan een petroleum neopreen wetsuit wat 3 seizoenen meegaat en je ook makkelijker kan repareren, weegt de ene duurzaamheid dan nog op tegen de andere?

Van heel veel aspecten weten we niet eens wat de belasting op de planeet aan het einde van de streep precies is. Daarnaast lijken sommige dingen helemaal niet duurzaam, maar kunnen dat aan het einde van de streep wel zijn. Dan heeft elk onderdeel van belasting óók een bepaalde factor.
Het ene onderdeel kan dan meer impact, of een ander soort impact hebben, dan de

ander. Iets kan bijvoorbeeld veel CO2 uitstoot hebben en iets anders kan weer heel veel water kosten. De vraag is dan wat erger of urgenter is voor onze eigen overleving.

Zo ook bij wetsuits. We hebben dan ook heel weinig overzicht in de impact van het volledige proces. Gelukkig zijn er al veel merken die duurzamer proberen te werken, maar het blijft lastig om met zekerheid te kunnen zeggen dat deze werkwijzen beter, of in ieder geval neutraler, zijn voor de planeet.

Materiaal winning en materiaalverwerking.

Op het moment dat je wetsuits en duurzaamheid in één zin noemt dan is het eerste wat je altijd hoort hoe vervuilend wetsuits op petroleumbasis zijn. In de voorgaande hoofdstukken over materialen heb ik je al uitgelegd wat de opties allemaal zijn en hoe het gemaakt wordt. Hier ga ik je uitleggen hoe bepaalde materialen duurzamer zijn dan anderen, maar ook wat de haken en ogen zijn.

Wetsuits op basis van petroleum worden gemaakt van olie. Dat weet je inmiddels. Geen enkel wetsuit op de huidige markt is geheel olievrij. Zoals ik je al vertelde vervangen sommige merken het soort rubber voor iets anders dan rubber op petroleumbasis, maar in linings en accessoires zit het ook altijd. De plastics die daarin zitten kunnen natuurlijk wel gerecycled zijn. Helemaal olievrij zijn ze alleen nooit. Ook niet je kneiterdure eco pak.

Olie heeft een aantal grote voordelen, die je stiekem ook als nadelen kan beschouwen, maar laten we om het makkelijk te houden alleen naar wetsuits kijken. Naar mijn eigen ervaring en onderzoek zijn pakken op petroleumbasis best wel lekker. Ze gaan relatief lang mee, afhankelijk van je eigen handelen natuurlijk, rekken prima mee en isoleren goed. Op dit moment, merk ik wel dat ze iets warmer en soepeler zijn dan pakken van natuurrubber, maar merk ik met kalksteen dan weer minder verschillen. Daar kom ik zo nog op.

Er zijn natuurlijk ook ontzettend veel nadelen aan het gebruik van olie te noemen. Eigenlijk heeft olie een ontzettend vieze naam. Niet alleen omdat het ook letterlijk een smerig goedje is, maar ook omdat er talloze oorlogen over zijn gevoerd. Een groot gedeelte van onze levens wordt makkelijk gemaakt door olie en ik durf te zeggen dat we op veel vlakken eigenlijk niet zonder kunnen.

Ondanks dat het lijkt alsof er kneiter veel olie op de wereld is, blijft het een grondstof die op kan raken. Alles wat op kan raken, en waar een product van afhankelijk is tijdens het productieproces, is per definitie niet duurzaam. Het houdt namelijk een keer op. De vraag is alleen wanneer.
Olieprijzen fluctueren best wel wat, dat merk je vooral bij de pomp. Het is natuurlijk allesbehalve relaxed als je veel voor je tank moet betalen, maar als je bedenkt dat je een soort van vloeibare dino’s in je auto giet dan had ik eigenlijk verwacht dat het nog duurder zou zijn.

Tegenwoordig worden er daarom ook steeds meer wetsuits aangeboden op basis van andere producten. Omdat olie zo'n slechte naam heeft, surfers 'bekend staan' als een duurzaam volkje en wetsuits dus niet bepaald duurzaam zijn kwam er steeds meer vraag naar 'natuurlijke' oplossingen voor het rubber.

Toen ik je vertelde over kalksteen en het productieproces liet ik stiekem al doorschemeren dat ook dit niet echt een duurzaam materiaal is. Ook dat is een eindig product wat op kan raken. Alhoewel er wel écht heel veel kalksteen is. Ongeveer 10% van al het gesteente op aarde, aan het oppervlakte dan, bestaat uit kalksteen. Da's best wat.
Om kalksteen bewerkbaar te maken moet je het zo erg verhitten dat de uitstoot ervan net zo belastend is als het gebruik van petroleum in wetsuits. De vraag is alleen hoe ze die vergelijking maken. Van Yamamoto is naar eigen zeggen het volledige productieproces neutraal en gebruiken ze de restwarmte om een lokale palingkwekerij van energie te voorzien. Jan Smit, Nick & Simon en de rest van Volendam zouden trots op ze zijn.

Toch kan je zeggen dat kalksteen wel een voorkeur heeft over petroleum, vooral omdat er geen kalksteentankers zijn die een hele kust kunnen verneuken met een laagje kalksteen.
Zeker omdat kalksteenneopreen functioneel best wel lekker is. Het rekt en isoleert naar mijn ervaring net zo goed als petroleum neopreen. Bij het hoofdstuk wetenschap heb je al gelezen hoe lastig het is om die vergelijking echt goed te meten. Bij het hoofdstuk

over materialen heb ik je verteld waarom sommigen het juist als superieur aan petroleum zien.

Tegenwoordig zie je ook steeds meer wetsuit merken die voor natuurrubber kiezen. In dit geval van planten. Hier hebben we het ook al over gehad bij materialen, maar je opties zijn eigenlijk guayule en hevea. De een is een plant, de ander tap je uit een rubberboom.
Ook planten en bomen kunnen opraken, maar je kan ze ook weer stekken en herplanten. Een rubberboom gaat trouwens zo'n 100 jaar mee. Over het probleem met guayule hebben we het in het hoofdstuk over materiaal al gehad.

Toch kunnen ook deze soorten rubber duurzamer. Mono-culturen, stukken grond waar voor meer seizoenen maar één gewas op wordt verbouwd, kunnen de rijkheid van de bodem verarmen waardoor er uiteindelijk niks meer groeit.

Ook rubberboom plantages kunnen duurzamer. De ene heeft namelijk wel een FSC forest management certificaat en de ander niet. Om aan dit certificaat te komen moet jij als plantage je aan een soort van tien geboden houden. Deze geboden moeten ervoor zorgen dat een bos voldoende biodiversiteit heeft én dat de levens van lokale levens ten goede komt. Daarnaast moet de hele operatie óók nog economisch vitaal blijven. Niet elke rubberboom plantage heeft zo'n certificering. Ook niet elk merk met hevea rubber heeft dit dus van een duurzame bron. Die van Patagonia in ieder geval wel. Zij halen hun rubber uit Guatemala bij een bedrijf dat Yulex heet. Als een merk niks zegt

over de FSC certificering van hun natuurrubber dan mag je ervan uitgaan dat ze die ook niet hebben. Als merken namelijk iets graag doen dan is het pochen met duurzaamheid. Als ze zelf de bron van het bewijs van duurzaamheid noemen dan is dat fijn. Je hoeft die merken dan ook niet meteen op hun blauwe ogen te geloven, maar daar kom ik zo op. Je kan bij een bron wel altijd checken of het klopt, da's fijn.

Transport

Bij de hoofdstukken over het hele productieproces en de industrie heb je al gelezen dat sommige onderdelen en pakken op andere locaties (in andere landen) wordt gemaakt. Ook dat vergt een hoop transport en logistiek.

Wat je moet beseffen is dat we het nu nog niet eens heb gehad over al het materieel, apparaten, machines, schepen, vrachtwagens en alle andere logistieke middelen om dit hele proces mogelijk te kunnen maken. Natuurlijk gaat dat langer mee dan één batch wetsuits maken, maar ook die processen kan je verduurzamen. Dat maakt het doorrekenen van belasting op de planeet alleen nog maar moeilijker.
Zo wil je bijvoorbeeld containers zoveel mogelijk vol stampen om de kosten eruit te halen, maar natuurlijk ook om de belasting op het milieu per product te verdelen. Alhoewel ik eerder denk dat het eerste het belangrijkste is voor de meeste merken. Daarnaast kan er bij transport ook een hoop misgaan, denk bijvoorbeeld aan olietankers. Als die krengen op een of andere manier olie gaan lekken dan zijn de rapen gaar. Dan krijg je weer van die zielige reclames op TV van met pek besmeurde

vogels die met de hand moeten worden schoongepoetst. Daar heeft niemand natuurlijk zin in.

Waar een ruw product verwerkt wordt ligt heel erg af per fabrikant en per productsoort. Zo verwerkt Yamamoto zijn kalksteen vlakbij de steengroeve zelf en verschepen ze vervolgens rubber plakken naar allerlei andere leveranciers of bedrijven die er wetsuits van kunnen maken. Dat verkleint in principe hun voetafdruk al omdat ze het ruwe product zelf verwerken en bewerkbaar maken.

Het is heel erg lastig om bij elke leverancier of fabrikant van rubber en linings, waar we het nog niet eens over hebben gehad, te traceren waar hun spul vandaan komt. Merken kunnen vaak kosten drukken door voor de ‘in house’ optie voor materialen te kiezen. Elke wetsuit fabrikant biedt namelijk ook linings en rubber aan die zij groter en goedkoper hebben ingekocht óf zelf hebben gemaakt.
Als je toch wat anders wil dan kan je kiezen om materialen bij de assemblagefabriek aan te leveren. Dat kost uiteraard meer en heeft naar verhouding ook een grotere ecologische voetafdruk.

Productieproces en arbeid

Om het nog makkelijker te maken zijn er natuurlijk ook onderdelen van het productieproces die beter en duurzamer kunnen, maar er worden gelukkig ook al een hoop dingen gedaan. Om je even een break te geven van al die lappen tekst som ik een aantal dingen voor je op:

- Hitte die vrijkomt bij het verwerken van kalksteen of andere processen gebruiken om andere producties van energie te voorzien. In het voorbeeld van kalksteen worden soms bijvoorbeeld watermolens van stroom voorzien.
- Versmelting van plastic kleurkorrels in nylon en polyester in plaats van het ‘wassen’ om linings een kleurtje te geven. Scheelt enorm veel CO2 en water. De kleur blijft dan ook nog langer goed. Dit noemen ze ‘dope dyeing’ of ‘solution-dyeing’. Sommige merken hebben dan een Bluesign® certificering die waakt voor een duurzame productie van stoffen. Klinkt mooi, maar er zitten ook nog wat loopholes in. Zo waren er in 2014 nog géén door Bluesign goedgekeurde dope dye alternatieven dus werden andere processen gewoon door Bluesign goedgekeurd.
- Daarnaast zijn er verschillende lijmsoorten, die gebruikt wordt om linings en panelen te plakken, niet bepaald goed voor het milieu. Solvent based glues noemen ze die. Fabrikanten kiezen voor dit soort lijm omdat het een hele sterke hechting oplevert met de panelen. Zo blijft je pak functioneel wel langer goed. Wat ook een soort duurzaamheid is natuurlijk. Komen we straks op.
  Omdat dit een redelijk vervuilend goedje blijkt te zijn, wordt er sinds een tijdje een alternatief aangeboden met lijmsoorten op waterbasis. Het is erg lastig om te zeggen hoe lang de functionele duurzaamheid hiervan is. Met alle nieuwe features hou ik redelijk mijn hart vast want iets kan wel milieuvriendelijker zijn, maar als daardoor blijkt dat de lining van panelen sneller loslaat dan voorheen (en je daardoor weer een nieuw pak moet kopen) dan is het nog steeds niet

echt duurzaam. Tot nu toe heeft alles het nog goed kunnen houden, maar ik ben benieuwd wat de toekomst gaat bieden.

Je kan zelfs zo ver gaan in het verduurzamen van het productieproces dat je met twee naalden tegelijkertijd naait in plaats van één. Als je meteen dubbel stikt scheelt dat weer een ronde naaien. Dat scheelt natuurlijk vooral in arbeidskosten en tijd. Wetsuits zijn namelijk nog steeds voor het grootste gedeelte handwerk, zoals alle (confectie)kleding eigenlijk.

Duurzaamheid van arbeid is dus ook iets heel belangrijks. In dit geval betekent dat een gezonde en veilige werkomgeving voor werknemers. Dat kan betekenen dat werk niet te repetitief is, maar ook dat ze niet uitgebuit worden of bizarre tijden moeten werken. Als je goed voor je werknemers zorgt dan laat dit zich natuurlijk ook vertalen in een beter product. Het zijn ook maar mensen.

Toch is duurzaamheid van arbeid niet altijd een vanzelfsprekendheid geweest. Zo werd in 2016 Rip Curl ervan beticht een deel van de productie in slavenkampen en ‘sweat shops’ in Noord-Korea te hebben. Naar eigen zeggen was dit de schuld van onderaannemers. Het ging hier overigens niet om wetsuits, maar wel om skikleding. Ook Billabong en Quiksilver werden door mensenrechtenorganisaties bevraagd, maar daar is geloof ik geen bewijs tegen gevonden.

Grote bedrijven hebben eigenlijk altijd een beleid waarin ze claimen heel duurzaam en netjes te werken. Ook naar hun eigen werknemers. Bij de meeste bedrijven kan je online ook vinden welk deel van de productie waar plaatsvindt en hoeveel werknemers ze hebben. Zoals ik al zei zijn die goede zorgen niet altijd vanzelfsprekend. De mode- en kledingbranche is keihard en uitbuiting ligt altijd op de loer. Omdat het vaak om zulke grote orders gaat moeten er op bepaalde vlakken vaak prijzen gedrukt worden en meestal trekken werknemers dan aan het kortste eind.

Corporate and social responsibility zijn dus redelijk van belang voor duurzame arbeid. Als een wetsuit merk volgens een Fair Trade principe werkt, dan mag je ervan uitgaan dat het allemaal redelijk ethisch verloopt. Je kan natuurlijk “full-on conspiracy theory” gaan en hier je vraagtekens bij zetten, maar we moeten ook een beetje vertrouwen proberen te hebben.
Patagonia heeft geïnvesteerd in een Fairtrade™ certificering voor SHEICO, de grootste wetsuit fabrikant ter wereld, om de industrie zo goed mogelijk te kunnen verduurzamen. Andere merken mogen daar natuurlijk bij instappen, maar moeten daar wel een flinke fee voor betalen aan Patagonia. Klinkt een beetje flauw, maar Patagonia heeft zelf ook moeten investeren natuurlijk. Dit is overigens halverwege 2018 bekend geworden en dus nog heel erg nieuw. SRFACE heeft een eco-wetsuit uitgebracht wat ook van Yulex wordt gemaakt. Voor zover ik weet is dit hetzelfde materiaal als die van Patagonia.

Recycling en upcycling

Tot op heden kunnen we wetsuits niet recyclen. De lijm, zelfs die op waterbasis, die gebruikt wordt om de lining op het rubber te plakken zorgt voor zo'n goede hechting dat je het er met geen mogelijkheid afkrijgt. Wellicht kan dit in de toekomst wel, maar ik ben benieuwd of dat proces en de gevolgen ervan opwegen tegen de winst van het recyclen.
Wetsuits zelf kan je eigenlijk alleen maar upcyclen. In dit geval betekent dat je ze kan versnipperen en tot yogamatten kan persen, maar je zou er natuurlijk ook beschermingshoesjes, etui's of andere shit van kunnen maken. Wees creatief en wellicht boor je een compleet nieuwe eco-markt aan.

Dat betekent niet dat er in het productieproces van wetsuits geen recycling plaatsvindt. Zo worden er gerecyclede autobanden gebruikt voor het zwarte pigment van neopreen en zorgt het ook voor extra stevigheid in het rubber, dat noemen ze carbon black. Klinkt mooi, maar er zijn studies die laten zien dat bij de verbranding van autobanden arsenicum, lood en kwik vrijkomt. Ook dat is niet goed voor het milieu.

Daarnaast worden PET-flessen gerecycled om de polyester linings van te kunnen maken. Het blijft nog steeds plastic. Dat betekent ook dat het makkelijker af kan breken tot microplastic wat vissen weer kunnen eten, waardoor wij ook weer microplastic binnen kunnen krijgen. Eigenlijk zie je die gerecyclede PET fles linings wel bij de meeste grote merken terugkomen. Dat komt omdat dit eigenlijk de standaard is die SHEICO hanteert en de meeste wetsuit merken bij die fabrikant hun pakken laat

maken. Dat betekent overigens niet dat ze uit dezelfde fabriek komen. Dat heb ik eerder al uitgelegd.
Patagonia maakt hun linings daarom van merinowol, hoeveel beter het voor het milieu is weet ik niet. Ook is het mij niet helemaal duidelijk hoeveel warmer het is, hoeveel water het opneemt en hoe flexibel het is, maar daar gaat het nu ook niet om. Het belangrijkste is hoe schadelijk het voor het milieu is, maar ook hoe lang het meegaat.

Als je panelen uit een lap neopreen wil knippen dan wil je dat zo economisch en efficiënt mogelijk doen, zoals we eerder hebben gezien. Hierdoor minimaliseer je restafval. Je kan het natuurlijk nooit helemaal tegenhouden. Van veel overblijfselen worden daarom ook onderdelen voor hoods, schoenen en handschoenen gemaakt. Een andere manier om neopreen te recyclen is om te lenen van het neopreen van andere sporten. Zodra neopreen uit de oven komt en deze gaat snijden in plakken kan je de lagen die niet worden gebruiken voor golfsurf wetsuits. Deze moeten toch gelined worden met polyester of nylon.

Onderhoud

Weetje, op zoveel van het bovenstaande heb je eigenlijk geen invloed. Ja, je kan kiezen waar jij je geld in steekt en voor het meest duurzame gaan wat er op de markt te krijgen is, maar de meeste impact ga je toch echt hebben met je eigen gedrag.

Functionele duurzaamheid gaat over jou en hoe jij met je pak omgaat. Natuurlijk gaat een pak korter mee als je vier keer per week surft, maar zelfs dan kan je met goede

zorg best een aantal seizoenen vooruit. In de praktijk zie ik vaak dat een pak na 50 sessies al eerste tekenen van slijtage begint te vertonen.

De vraag is alleen hoe je goed voor je pak zorgt. Zo moeilijk is dat overigens niet.

1. Als je gaat fietsen met je wetsuit aan doe dan voor de zekerheid een plastic zak (ooooooooh, da's niet duurzaam) over je zadel. Hierdoor schuurt je pak niet kapot bij je kruis. Dit is een typisch Nederlands probleem overigens.
2. Doe je pak rustig stukje voor stukje aan en rek niet in een keer alle panelen op. Eerst je voeten en enkels, dan je kuiten, je knieën, bovenbenen, je dollo/doos en je billen, buik, tot aan je oksels en dan je armen. Uittrekken doe je hetzelfde maar dan andersom. Ga dan ook even op een matje of iets zachts staan en trap je wetsuit niet uit (op scherpe steentjes).
   Mocht je echt moeite hebben met je pak aantrekken doe dan een plastic zak, waarom niet dezelfde als die van je fiets, om je voet en enkel vóór je hem door je pak steekt. Je glijdt er dan makkelijker doorheen. Herhaal dit voor je andere been en je armen.
3. Laat je pak niet opgefrommeld en nat in de achterbak van je auto liggen, goorlel.
4. Spoel hem netjes na elke surfsessie uit met koud water. Laat hem desnoods even soppen en gebruik een wetsuit shampoo om huidschilfers, zweet, haar en olie eruit te weken.

5. Hang hem binnenstebuiten aan zijn middel te drogen aan een stok of over het tussenlatje van een kledinghanger. Als ‘ie droog haal je hem buitenstebinnen en laat je dat weer drogen. Hang hem niet aan zijn schouders op.
6. Hang hem vooral niet in de zon om te drogen. Neopreen droogt uit en lijm kan dan los gaan laten. Hierdoor wordt je wetsuit minder rekbaar, isoleert het slechter en droogt het nóg langzamer. Idealiter moet je je pak dus gewoon op een droge koele plek bewaren en laten drogen. In die zin zijn wetsuits dus niet anders dan pakken hagelslag en zakken macaroni.

   Natuurlijk weet ik ook dat je waarschijnlijk maar een keer of vier doet, helemaal op surftrip, maar hem daarna toch ongeduldig half half in de zon laat drogen. Snap alleen wel dat dit dus ook bijdraagt aan de levensverwachting van je wetsuit en dat je na één of twee seizoenen weer een nieuwe unit moet gaan halen. Aan jou de keuze. Je bent gewaarschuwd.
7. Idealiter wil je als je pak droog is, en hem niet gebruikt, in de volle lengte uitleggen. Bij voorkeur op de grond. Mits het schoon en droog is natuurlijk.
8. Transporten kan je het beste doen door hem op te rollen.
9. Zorg ervoor dat het ding niet uitdroogt en surf er regelmatig in.

Als je al deze dingen doet dan gaat je pak sowieso langer mee. Dat zal dus het meest duurzame pak ooit zijn.

Pissen in je pak

Ze zeggen dat er twee soorten surfers zijn. Surfers die in hun wetsuit pissen en surfers die liegen. Da's best wel waar, denk ik. Ik kan je zeggen dat pissen in je pak oké is, wetenschappelijk gezien dan. Ja, het is misschien goor, maar het is niet slecht voor je pak.

Het kan wel slecht zijn voor jou. Althans, in een open-cell duikpak kan je best wat huidirritaties, wetsuit pox, oplopen als er pis in de open celletjes blijft zitten en er moeilijker uitkomt met schoonmaken, maar dat zal je met een surf wetsuit niet zo snel hebben.

Het ding bij surf wetsuits is wel dat het misschien even lekker warm lijkt, maar je makkelijker warmte verliest. Je lichaam hoeft dan namelijk geen moeite te doen om het water om je heen warm te houden. De warmte om je huid heen zorgt ervoor dat de bloedvaten aan je huidoppervlakte meer open gaan staan, vasodilatatie. Als het water vervolgens kouder wordt en je bloedvaten nog openstaan zal je sneller afkoelen. Als je niet in je pak pist zullen de bloedvaten aan je huidoppervlakte samengetrokken blijven, er stroomt dan minder bloed doorheen waardoor je minder hitte kan verliezen. Dat noemen ze vasoconstrictie.

Er lijkt mogelijk een kern van waarheid te zitten in pissen in je pak en het aantrekken van haaien. Vissen hebben namelijk ureum onder hun schubben zitten en stoten het

ook uit, mogelijk komen daar haaien op af, maar hoe ‘echt’ dat bewijs is lijkt nog tegenstrijdig. Hetzelfde geldt voor anti-haai middelen of systemen.

Het belangrijkste is: was je pak, smeerpijp. Laat hem niet in je kofferbak liggen, dan gaat ‘ie een stuk langer mee en stink je niet als een bunzing.

Poepen in je pak

Als je dit doet kan je het beste zo snel mogelijk rijden naar de Nectarinestraat 10 in Den Haag en je melden bij de balie.

Nieuw, tweedehands, overjarig pak óf (zelf) repareren?

Wat voor pak je koopt hangt ook weer van een hele hoop factoren af waarbij je portemonnee, tijd en snobisme een rol in spelen. Uiteindelijk is repareren wat je hebt de meest duurzame keuze, maar soms heb je zo’n vodje wat echt niet meer op te lappen valt.

Je hebt verschillende bedrijven die wetsuits kunnen repareren waardoor je pak nog een tweede of derde ronde mee kan. Je zal soms wel wat inleveren op waterdichtheid, maar hé niks is perfect. Dufare in Rotterdam is zo’n partij, een hele goede zelfs, maar je hebt ook kleine boetiekjes aan de kust die je kunnen helpen. Je kan bijvoorbeeld in Scheveningen terecht bij het Surfhuis en Versus in de badhuisstraat. Google is je vriend.

Mocht je daar geen zin of geld voor hebben dan kan je zelf ook aan de bak. Dat ga ik je uitleggen. Als je je pak wegbrengt was hem dan wel eerst even.

Soms valt je schade ook binnen de garantie. Je kan dan het beste contact opnemen met de shop waar je hem gekocht hebt. Deze zal vervolgens contact opnemen met het merk, je pak naar een reparateur brengen en de factuur doorsturen naar het merk. Soms, afhankelijk van de schade, kan je ook een geheel nieuw pak krijgen. Tweedehands kopen is ook altijd een optie. Zeker zomer wetsuits hoeven niet helemaal perfect te zijn om nog een tijd mee te kunnen gaan. Je wil zo’n pak wel eerst even wassen. Als iemand zegt dat ‘ie er niet in heeft gepist, dan heeft ‘ie dat sowieso gedaan. Loop bij een tweedehands pak altijd de naden na aan de binnen en buitenkant. Controleer op scheuren in panelen, delaminatie van de lining en kijk of de rits het nog doet. Afhankelijk van de vraagprijs moet je dan bepalen of het nog de moeite en kosten waard is.

Als je in het bovenstaande geen zin hebt, maar ook niet de hoofdprijs wil betalen kan je altijd een overjarig pak kopen. Dat zijn wetsuits die een aantal jaar geleden op de markt zijn gekomen. Vaak koop je deze via (online) outlets. Ze zijn nieuw, als in ongebruikt, maar vaak teveel ingekocht. Prima wetsuits als je niet per se de nieuwste lijmsoort, kleuren of het nieuwste model wil. Meestal heb je rond de 200 euro een prima pak.

Repareren

Wie houdt er nou niet van naaien? Of lijmen? Je kan er gif op innemen dat je wetsuit vroeg of laat gerepareerd moet worden. Versleten ritsen, naden die loslaten, scherpe vingernagels die smoothskin laat scheuren of een vin door je pak, het is allemaal mogelijk. Gelukkig kan je een hele hoop zelf te doen. Zorg er in ieder geval voor dat je pak schoon en droog is als je hem gaat maken of weg gaat brengen. Probeer je pak eigenlijk altijd zo snel mogelijk te fixen als ‘ie kapot is, dan voorkom je dat het erger wordt.

Als je rits echt kapot kapot is,bijvoorbeeld versleten tanden of dat ‘ie uit het paneel is gescheurd, dan moet je hem helaas wegbrengen. Dan moet er een volledig nieuwe in worden genaaid, da’s best een operatie.

Sommige merken claimen dat een rits waarbij je het schuivertje losmaakt van de tanden superieur is aan een rits waarvan je het schuivertje alleen maar dichttrekt. Dat heb ik je eerder al uitgelegd, maar de gedachte erachter is dat er minder spanning op de tanden komt te staan als je de rits open hebt. Daardoor zou een rits langer mee kunnen gaan. Kan een bepaalde logica achter zitten, maar zelf heb ik er nog nooit last van gehad. Ik vind die systemen vooral heel irritant, maar ik weet dat de meeste mensen debiel met hun wetsuits omgaan en dat reparatiekosten relatief duur zijn, ritsen vallen vaak nog onder de garantie de eerste één of twee jaar. Ik begrijp dus wel dat sommige mensen hiervoor kiezen.

Het loslaten van naden komt het meeste voor. Als je te maken heb met een (dubbel) blind gestikte naad dan moet je je pak wegbrengen, zeker als het om een winterpak

gaat. Zoals ik eerder heb verteld heb je hier een machine voor nodig met een gebogen naald, dat is zelf bijna niet te doen.
Soms wordt er gezegd dat je met flosdraad en ijzergaren eenvoudige naden zelf kan doen, maar ik ben er geen fan van. Blinde stiksels sowieso niet en al helemaal niet op plekken waar veel druk komt te staan. Daarnaast vraag ik me af hoe goed de meeste mensen kunnen naaien.

Het komt ook wel eens voor dat het neopreen paneel net naast de naad over de lengte is gescheurd. Hiervoor kan je het beste wat neopreenlijm scoren bij je lokale shop. Dan ben je voor 10 - 20 euro wel klaar. Vaak zit er in zo’n setje ook iets van (neopreen)tape wat de geplakte naad alleen maar kan verstevigen. Die stukjes tape moet je er dan met lijm op plakken of er opstrijken, dan heeft een zelfklevende laag die verhit moet worden. Een beetje zoals je vroeger een Disney patch door je pa of ma op je pyjama liet strijken. Doe er dan wel een vel bakpapier tussen je pak en de bout, zo voorkom je dat de boel aan elkaar vast blijft plakken, lijm los gaat laten en je je pak weg kan flikkeren. Logischerwijs moet je ook geen half uur een strijkbout op die plek leggen.
Doe liever wat voorzichtiger en check tussendoor of de boel al vastzit.
Zorg er wel voor dat je de boel goed uit laat harden voor je het water weer in gaat.
Meestal is dat na een dag wachten wel het geval.

Als je een scheur in je wetsuit hebt kan je dezelfde lijm gebruiken, ga alleen geen zooi uit de bouwmarkt halen. Afhankelijk van de scheur, en of deze helemaal door is, kan je gaan plakken. Als de scheur niet helemaal door is knijp en verdeel je wat lijm op beide

delen van de scheur. Als je ziet dat de lijm al een beetje begint te harden, afhankelijk van het soort neopreen lijm kan dat ergens tussen de 5 en 15 minuten zijn, druk je de scheur dicht en hou je hem even vast. Vervolgens laat je hem een nacht uitharden.
Het proces bij een scheur die helemaal door is blijft hetzelfde, maar zou ik wel de (meegeleverde) strook neopreen tape of stuk opstrijktape gebruiken om de scheur te verstevigen aan de binnenkant.

Als je een scheur hebt die echt aanzienlijk is, groter dan een vingerkootje, die niet dicht bij een naad zit (ook minimaal een vingerkootje ervan af) dan kan je zelfs een patch maken voor je pak. Je kan zo’n patch knippen uit een oud pak die je niet meer gebruikt, maar vaak worden wetsuits ook geleverd met een lapje neopreen. Als je deze nog hebt bewaard kan je hem ook gebruiken. Hou er natuurlijk wel rekening mee dat de patch dezelfde dikte heeft als het paneel wat je wil repareren.
Vervolgens pak je je pak en tekent een ovaal om de scheur heen. Zorg ervoor dat je 2 cm ruimer tekent dan de uiteinden van de scheur. Gebruik hier iets van krijt voor.
Vervolgens knip je voorzichtig het ovaal uit je pak. De ovaal gebruik je vervolgens als mal om je patch te knippen uit het lapje of uit het pak wat je niet meer gebruikt. Zorg ervoor dat ze exact dezelfde vorm en grootte hebben.
Daarna kan je neopreenlijm gebruiken om de randen van je patch te lijmen, maar ook de randen van het gat wat je uit je wetsuit hebt geknipt. Als de lijm na een minuut of 10 een beetje uitgehard is kan je de patch erin leggen en de randen tegen elkaar te knijpen. Dat kan best pittig zijn. Daarom moet de scheur best aanzienlijk zijn als je deze methode gebruikt. Zorg ervoor dat de naden helemaal aansluiten en er geen

gaatjes zijn. Daar kan anders water doorheen komen, duh. Het kan zijn dat er wat lijm lekt. Dit kan je met een ijsstokje (vaak meegeleverd) weghalen. Geef het een nacht om uit te harden. De volgende dag zou ik zeker aan de binnenkant neopreen tape of zelfklevende tape plakken. Vergeet bij die zelfklevende tape geen bakpapier tussen je strijkbout en de tape te doen. Helemaal mooi en perfect zal het er nooit uitzien, maar hé het is beter dan niks.

DUURzaam

Een van de dingen die gelijk opvalt bij duurzame wetsuits is de prijs. Dat is vaak geen kattenpis. Voor een zomer wetsuit leg je vaak al rond de 350 euro neer en winterpakken kunnen zelfs oplopen tot 700 euro.

Dat kan een aantal redenen hebben. Vanuit een productie oogpunt is het duurzamer produceren van wetsuits nog redelijk nieuw. Omdat iets nieuw is, is er meestal ook nog wat minder vraag waardoor prijzen aanvankelijk nog wat hoger liggen.

Daarnaast wordt er bewuster en eerlijker over de aspecten die we hierboven hebben besproken nagedacht. Als iedereen dan eerlijk betaald wordt, of er compensering voor belasting plaats moet vinden, dan betaal je daar uiteindelijk als consument aan mee.

Daarnaast is duurzaam ook heel erg hip. Alles wat hip is kost meer geld. Je betaalt dan immers voor imago en status. Daar maken bedrijven natuurlijk ook gretig gebruik van.

Ze spelen hierop in met marketing(campagnes) die vaak ook heel duur zijn, waar jij natuurlijk ook deels voor hebt betaald.

Hoe sta ik erin?

Het klinkt allemaal heel mooi en fijn, maar de vraag is natuurlijk wat het aan het einde van de streep (op grote) schaal echt oplevert t.o.v. conventionele wetsuits. Daarnaast is het ontzettend lucratief om jezelf als duurzaam te bestempelen en claims dusdanig als duurzaam te presenteren. Dat noemen ze greenwashing.
Als je zo'n soort filosofie wil supporten, een prima pak wil en géén latexallergie hebt (als we het over hevea en guayule wetsuits hebben) dan zou je een duurzaam pak echt eens moeten checken.
In het hele wetsuit project heb ik alleen een Picture Organic Clothing wetsuit getest, maar er zijn natuurlijk nog meer opties. Qua certificering is Patagonia op dit moment het meest duurzaam.

Dit is precies wat het zo ontzettend lastig maakt om te bepalen wat goed en slecht is en wat de definitie daarvan is. Je moet er namelijk ook rekening mee houden dat dit decennia lang doorgaat. Wat nu relatief weinig oplevert kan op de lange termijn zorgen voor een neutralere balans.
Dan is er ook nog de kans dat wat we nu weten over duurzaamheid over 25 jaar vanuit een compleet andere invalshoek wordt bekeken. De kans zit er ook in dat in *hindsight* dingen niet bij lijken te dragen aan een gebalanceerde wereld óf het zelfs contraproductief werken.

Toch vind ik dat zout-op-alle-slakken-leggen-principe wel begrijpelijk, want nu is het de kans om alles zo goed mogelijk te doen en het vanaf de kern beter op te bouwen. Weten welke vragen je wanneer mag en moet stellen is lastig. Helemaal als je nog niet eens weet welke vragen dat zijn.
Je kan als consument eigenlijk alleen maar je best doen met de kennis die er nu is. Helaas is dat (in kaart brengen) dus echt heel moeilijk en moet je je in bepaalde mate ook overleveren aan de integriteit en oprechtheid van een merk en overheidsinstanties. En dat is waar ik moeite mee heb, zeker omdat we ondertussen gezien hebben dat marketing zo'n invloed heeft op hoe we wetsuits ervaren. De vraag is alleen hoeveel mag dat kosten en hoe verantwoord je dat?

Ik relativeer dit door te denken dat het toch een zaadje van bewustzijn kan planten. Hierdoor kunnen mensen ook actie ondernemen op andere vlakken die mogelijk bijdragen aan een duurzamere toekomst. Ik ben heel voorzichtig met het plakken van labels als duurzaam. Het liefst zou ik heel veel termen tussen aanhalingstekens zetten, maar dan worden zinnen onleesbaar door pretentieuze dubbelzinnigheid.

Ik wil dit bizar moeilijke hoofdstuk afsluiten met een blog die ik ooit geschreven heb.

Geven surfers wel om het milieu?

We vinden onszelf allemaal eerlijke, oprechte en morele wezens, maar zijn we dat eigenlijk wel? Hoe vaak spreekt ons eigen gedrag onze eigen (uitgesproken) woorden

tegen? Ondanks dat ik tijdens mijn surftrip in Lombok rietjes weiger ben ik dus nog steeds een hypocriete eikel.

Ik ben door de jaren heen nogal gefascineerd geraakt door cognitieve dissonantie en het afstoten van onze eigen verantwoordelijkheid. Het is makkelijker om ons eigen gedrag recht te lullen door de realiteit zo te interpreteren dat het onszelf geen naar gevoel kan geven. Direct in een spiegel kijken is namelijk pijnlijk. Zeker als deze gitzwart is, want dan zie je alles. Daarom tekenen we er liever eerst een clownsgezicht op.

Wat ik me afvraag is in hoeverre we ons gedrag aan moeten passen zodat het met onze woorden matcht.

Koos impactloos

Is het überhaupt wel mogelijk om impactloos door het leven te gaan? Ik bedoel, in de zin van geen invloed hebben op datgene wat zich onlosmakelijk om ons heen beweegt. Dat hoeft natuurlijk niet alleen met het milieu te zijn, maar bijvoorbeeld ook met vrienden, familie of arbeiders in ontwikkelingslanden die lelijke t-shirts maken die nog geen wasbeurt overleven.

In het grote plaatje lijkt je rol verwaarloosbaar, zowel temporeel gezien als in de hoeveelheid mensen die er nu zijn, maar ik denk dat je toch altijd een impact zal hebben.

Vergis je niet. Ik ben me volledig bewust van mijn hypocriete moralistische geneuzel, maar niet om iedereen ineens ecologisch verantwoorde onderbroeken van Angolees kattenhaar te laten kopen.

Nee, ik snap er zelf ook geen zak van en vind het gewoon interessant hoe wij deze cognitieve dissonantie zelf in stand houden. Zeker als het gaat om subculturen die eigenlijk bekend staan om hun liefde voor de natuur. Zoals surfers.

Maar wanneer geef je dan wél om het milieu?

Ik denk zodra je bewust je best probeert te doen, maar ook begrijpt dat je nooit helemaal milieuvriendelijk kan leven omdat het ook nog eens bijzonder lastig te meten valt. Want hoe meet je als 'leek' de uitstoot in CO2, methaan, gebruik aan hectares grond, waterverbruik, etc., van alles wat je doet? Waar moet je überhaupt beginnen?

Survival of the shittest

Want stel nou dat je compleet impactloos door het leven zou kunnen gaan. Zou je dat dan moeten willen?
Is er niet altijd afbraak en opbouw? En zijn dat eigenlijk niet compleet loze termen aangezien afbreuk voor het ene organisme, opbouw en kansen voor de ander betekent. De ene zijn dood is de ander zijn brood. Of haal ik dingen door elkaar? Druist het willen controleren van onze omgeving niet compleet in tegen *survival of the fittest? W*aarbij de omgeving juist bepaalt welke eigenschappen, vaardigheden of karakteristieken tot uiting kunnen komen. Óf is dat kunnen en willen controleren van onze omgeving misschien juist waarom wij als ras het 'zover' hebben weten te schoppen? Waarschijnlijk een hele hoop van beide, want shit is niet zwart wit. En als dat wel zo was, dan zou ik je aan willen raden om even langs de dokter te gaan.

Plastic panda’s

Evolutie gaat altijd door, maar wel retetraag. Het willen controleren van onze eigen omgeving is alleen maar om het bestaan van onszelf en de komende generaties in stand te houden. Alhoewel de komende generaties ook nooit zullen weten hoe het in onze tijd was. Behalve dan dat wij zeiken dat er vroeger nog wél reuzenpanda’s waren. Die wij zelf ook niet eens in het echt hebben gezien behalve dan in Ouwehands Dierenpark. Niet meer dan begrijpelijk, maar ook een tikkeltje arrogant. Helemaal als je kijkt hoe lang we er nu zijn in perspectief met hoe lang de aarde al bestaat. En dan wil ik niet heel erg nihilistisch klinken, maar juist optimistisch. Met de aarde zelf komt het namelijk altijd wel goed.

Surfen

Ik kaartte het net al even aan. Surfers staan namelijk best wel dichtbij de natuur. Zonder het getij, de wind, de zeebodem en tig andere dingen waarvan ik waarschijnlijk niet eens weet dat ik ze vergeet op te noemen, kunnen wij niet doen wat we zo graag doen.

Golven pakken.

En golven pakken dat kan je best in Nederland doen, maar dat is verre van optimaal. Dus vliegen we naar verre oorden waarbij we in boardshorts en bikini’s zonder al dat

dikke neopreen in het water hoeven liggen. Of we rijden in oude Diesels, die relatief goedkoop in aanschaf zijn, naar Frankrijk of nog zuidelijker.
Onze pakken en planken daar gaan we het niet eens over hebben, maar we gaan wel huilen als we een filmpje zien van een schildpad met een rietje in zijn neus. Daarom weigeren we rietjes als we in Bali zijn. Dat we met daar naartoe vliegen figuurlijk bij 500 schildpadden langzaam rietjes in hun neus duwen willen we niet echt inzien. Nee, want de daadwerkelijke rietjes lieten we liggen. Diffusion of responsibility.
De ri(e)tjes doen het hem. Allemaal.

Liefde voor de natuur

Wat ik me afvraag is waar de grens moet liggen. Moet je vooral kijken naar wat je wel allemaal al doet óf naar de dingen die je niet doet? Je kan namelijk wel stoppen met lang douchen, maar als je vervolgens nog steeds 6 keer per week rundvlees eet dan valt die impact van het douchen eigenlijk in het niet.

Maar moet er überhaupt wel een grens zijn?

Valt onze minimale inzet (i.e. wisselen van bank, energiemaatschappij, korter douchen etc.) te rechtvaardigen onder de noemer dat je in ieder geval al *wat* doet? Proberen we onszelf dan vooral een goed gevoel te geven óf is het daadwerkelijk een goed begin, maar moet daar er daarna wel constructief op worden doorgepakt. En hoe doe je dat dan?

Harder, better, faster, stronger

Ergens denk ik dat het biologisch, historisch én socio-cultureel bij ons zit ingebakken om altijd maar meer te willen. Want bij altijd maar meer willen komt natuurlijk ook vraag en aanbod, schaarste, status, aanzien en macht kijken. En daar hoef je nog geen Napoleon voor te zijn. Nee, ook op microniveau vertonen wij dit gedrag waardoor we altijd impact zullen hebben op de aarde.
Want je hebt ook impact als je hele sociale leven in Brabant is, maar je een betere baan met een hoger salaris kan krijgen in de Randstad en daarom elke dag 4 uur op en neer rijdt in de spits.
Moet je dan eigenlijk genoegen nemen met minder salaris waardoor je gewoon in Brabant kan blijven en lopend naar je werk kan gaan?

Zoals ik al zei: waar leg je de grens en moet deze er überhaupt wel zijn?

Rituelen en ritme

Ik las ooit een boek van Robert Fulghum genaamd From Beginning to End: The Rituals of our Lives. Kortgezegd beschrijft hij in dit boek hoe wij eigenlijk al onze routines, rituelen, ritme en regelmatigheden zijn. Van de manier hoe jij je wast onder de douche tot aan de seizoenen die ons beïnvloeden. Wij zijn onze gebruiken. En dat is best wel tijd en energie-efficiënt.
Dit boek heeft mij veel inzicht gegeven in hoe wij bijna alles uit automatisme doen. Dat inzicht heeft mij ook geholpen bij het inrichten van een meer autonome levensstijl.

Die efficiëntie zie je ook op neurologisch vlak. Ons brein is namelijk een bijzonder energie-efficiënt orgaan. Door neuronen op allerlei mogelijke manieren te verbinden en te clusteren in netwerken kan informatieoverdracht razendsnel gaan. Met processen (bewuste en onbewust. bottom-up en top-down) koppelen wij realtime gebeurtenissen aan voorgaande ervaringen om interacties zo succesvol mogelijk te laten verlopen met minimale energie.

Daarom sluipen nare gewoontes er snel in en kom je er ook lastig van af, denk ik. Of het nou nagelbijten is of je knieën blijven gebruiken bij je pop-up. Wij zijn onze gebruiken en elke poging om ons gedrag aan te passen kost veel extra energie en inspanning. Dat zorgt intern voor veel weerstand en dus is het makkelijker om te blijven doen wat we altijd gedaan hebben.

Dat moet je dus ook doen om milieuvriendelijker te kunnen leven. Jezelf reconditioneren. Het is zeker mogelijk, maar er gaat gewoon meer tijd en energie in zitten.

Je moet ook niet meteen alles willen veranderen. Elke week een kleine verandering doet al wonderen. Op de lange termijn pluk je er dan de vruchten van omdat dit ook weer routines worden. Zo blijft het behapbaar.

Het leven?

Zou het dan zoals altijd gaan om een bewuste berusting? Waarbij je weet dat er altijd impact zal zijn en zoveel mogelijk je best doet om je omgeving te ontzien. Waarbij je openstaat voor reden en kennisoverdracht. Of is dit al te esoterisch en pijnlijk? Als dat zo is, hoe maken we het dan toegankelijker?

Ik doe ook een heleboel tegenstrijdige dingen en ik snap het allemaal ook maar half. Daarom stel ik in dit stuk heel veel vragen. Dit hele stuk gaat dus meer over welk perspectief we in moeten nemen en waar de focus moet liggen. Want als we alles volgens ‘het boekje’ doen, kunnen we dan nog wel leven zoals we nu vanuit onze routine doen?

Dit is geen oproep om te stoppen met vliegen, vlees te eten, plastic te gebruik of zelfs om te stoppen met surfen. Nee, dit is het leven. Impact zal je altijd hebben. Begin gewoon met kleine veranderingen en maak het je routine. Je best is denk ik het enige wat je kan blijven doen.

Toekomst

En dan ben je zomaar aan aan het einde van het boek beland. We hebben door de jaren heen flink wat veranderingen en pogingen tot gezien. Wetsuits zullen dus altijd in ontwikkeling blijven. De ene ontwikkeling waardevoller dan de ander, maar hoe gaan de komende jaren er volgens mij uitzien?

De grootste stap zal denk ik zijn op het gebied van duurzaamheid, vooral in materialen en productie denk ik, maar hopelijk ook functioneel. Daarbij hoop ik ook dat duurzamere pakken net zo warm en flexibel, of misschien nog wel beter, worden dan conventionele pakken of kalksteen pakken.
De mogelijkheid om wetsuits te recyclen in nieuwe wetsuits lijkt me ook een mooie. Nu kan dat nog niet. Geen idee hoe ze dat gaan doen, maar da's ook niet mijn probleem.

Verder hoop ik dat wetsuits, met de komst van nieuwe flexibele isolerende materialen of verbetering van huidige materialen, steeds dunner en lichter kunnen worden. Met als doel dat de bewegingsvrijheid toeneemt, maar je weinig tot niks inlevert qua warmte. Daarmee bedoel ik dus niet het gesjoemel met dunne lappen neopreen en dikkere linings, maar echt toename in kwaliteit van de basismaterialen.
Dit is een beetje flauw, want merken claimen dit elk jaar wel te hebben. Een echte stap is er naar mijn mening al een flinke tijd niet geweest.

Zipless gaat misschien ook wel gangbaarder worden. Het zal makkelijker worden om in en uit je wetsuit te komen en door het missen van de rits zullen wetsuits ook weer

lichter worden.

Strakkere cuffing, zoals je nu bij hi-end wetsuit ziet, zal je ook bij goedkopere wetsuits gaan zien. Hetzelfde geldt denk ik voor een liquid seam op de naden aan de buitenkant. Sowieso denk ik dat het vaker voor gaat komen dat pakken geen gestikte naden meer hebben, of in ieder geval een stuk minder. Het loslaten van die naden zal dan nog wel even een issue blijven, maar wellicht lukt het ze uiteindelijk.

We zien al dat er wordt geëxperimenteerd met wetsuits voor goofy of regular riders, ik vraag me af of dit echt een ding gaat worden. Waarschijnlijk zal het wat effect hebben op de paneelconstructie en in die zin hoe je bewegingsvrijheid kan bevorderen. Klinkt leuk, maar een pak presteert dan ook anders als je front of backside surft. Als je dan een regular of goofy wetsuit hebt vraag ik me af hoe dat zal gaan. Wellicht komen daar ook wel specifieke pakken voor.
Klinkt wel als snobistische toekomstmuziek waarbij ik me afvraag hoeveel zin het gaat hebben.

Ik denk dat er steeds meer merken via webshops direct aan de consument wetsuits gaan verkopen. Een probleem wat veel winkeliers, en distributeurs/agents, in andere branches ook al hebben. Zoals ik bij de industrie al vertelde vind ik dit een gekke zaak. Aan de ene kant support ik die vernieuwing heel erg. Het dwingt bedrijven mee te gaan met de tijd, gelukkig hebben de meeste shops tegenwoordig prima ontwikkelde webshops. Ook zie ik de rol van de distributeur nog niet zo snel wegvallen. De

overkoepelende inschatting per lokale economie kan een merk simpelweg niet zelf doen. Daarnaast zie ik surfshops ook niet zomaar direct in de B2B webshops van merken kopen. Merken en shops willen rust en overzicht. Een distributeur of agent kan dat bieden.

Ik draag vooral een warm hart toe aan het supporten van je lokale surf economie. Naast het stukje kennis, ervaring en service wat je lokale economie kan bieden, is het ook cultureel erfgoed. Daarnaast zijn er veel levens afhankelijk van die inkomsten. Da’s ook wat waard.

Na- en dankwoord

Deze hadden jullie nog van me tegoed. Dit boek bedoel ik dan. Een soort van magnum opus binnen mijn “surf journalistiek”. De grote lijnen stonden stiekem al best even klaar, maar de duivel zat hem vooral in de details, afwerking en vooral het psychologisch loslaten van een project als dit. Ik ben er namelijk best wel klaar mee en ik haat wetsuits nog net zo erg als voorheen.

Uiteraard heb ik het hele project gemanaged, maar ik had dit boek nooit alleen kunnen maken. Hiervoor heb ik ontzettend veel input, support en hulp van een hele hoop mensen gehad. Ik ga ze proberen allemaal op te sommen, maar ik ben ook menselijk en kan namen vergeten. Inmiddels zijn we namelijk ongeveer 4 jaar verder sinds de start van het hele project.

Duizendmaal dank voor alle support en vertrouwen aan:
Camille Verstraete, mijn ouders en broer, Jord en Marine Fortmann, de familie Maheu, Studio Lennarts & De Bruijn, Maakhaven, Zowie van den Goorbergh, Martijn Boot, Geert Kennes, Jeroen Coppens, Augustus Schraven, The Shore Scheveningen, Hart Beach, Aloha Scheveningen, Noordzee Boardstore, Rick Lips, Frank van der Ruit, Jorn Thoes, Pierrejean Rueda, Jeff Martin, Jordi de Koning, Mark Brown, Rik Rogers, Luuk Hippman, Steven Sandberg, Robby de Wit, Rainier de Potter, Hunter Oatman-Stanford, Heather Smedberg, Jan Michaelis, Philip Bridges, SCRIPPS Institute, Carolyn Rainey, Matthew Warshaw, dr. EN Robert van Loo, Pepijn Tigges, Jurjen van den Broek, Jason Malan, Robbert van Genuchten, Henk Jagt, Julien Durant, Old Town Coffee, Bar

Ostadar, Angélique Couéraud, Ashwin Blauw, Lucas Winckers, Go Klap, Arie Verbaan, Albert van Garderen, Jumpteam Scheveningen, TextielMuseum Tilburg, Dongguan Hetai Polymer Materials Co., Ltd., Mystic, Rip Curl, Vissla, SRFACE, Billabong, Hurley, Picture Organic Clothing, C-skins, Xcel, Snugg Wetsuits, Decathlon, Axxe Classic, Body Glove, O'Neill, Nine Plus, Nixon en natuurlijk ook iedereen die het hele proces hebben gevolgd en de reviews hebben gelezen.

Jij dus. Vooral jij. En ik.

Praten over wetsuits en het project bij Surftips podcast van Pepijn Tigges en Jurjen van den Broek, 15 juni 2019.

Bronnen

Manufacturing processes for textile and fashion design professionals / Rob Thompson. London : Thames & Hudson, 2014

Bradner Papers, MC16, Box 2, SIO Archives, UCSD

Bradner Photographs and Slides, 1962-1976, 87-11, SIO Archives, UCSD

Skin Diver, January 1954, Vol. 3, No. 1, p. 21

Hugh Bradner Papers, 1938-1973, MC16, Box 2, “135, Panel [on Underwater Swimmers] Meetings, 1951-1953.”

Hugh Bradner Papers, 1938-1973, MC16, Box 1, “101. General Correspondence, Diving, 1946-1960, Hageman-Hahn., 1952.”

Hugh Bradner Papers, 1938-1973, MC16, Box 1, “100. General Correspondence, Diving, 1946-1960, Galambos-Goff, 1956.”

Hugh Bradner Papers, 1938-1973, MC16, Box 1, “100. General Correspondence, Diving, 1946-1960, Goff, 1957-Groves.”

Hugh Bradner Papers, 1938-1973, MC16, Box 1, “100. General Correspondence, Diving, 1946-1960, Galambos-Goff, 1956.”

Hugh Bradner Papers, 1938-1973, MC16, Box 1, “101. General Correspondence, Diving, 1946-1960, Hageman-Hahn, 1952.”

Rainey, C. (1998). Wet Suit Pursuit: Hugh Bradner's Development of the First Wet Suit. UC San Diego: Scripps Institution of Oceanography. Retrieved from https://escholarship.org/uc/item/7353g3dj

Encyclopedia of Surfing

https://roger.ucsd.edu/

https://scripps.ucsd.edu/

https://www.csusm.edu/surfresearch/research/index.html

https://www.pce-instruments.com/dutch/contact

https://www.collectorsweekly.com/articles/how-the-wetsuit-became-a-surfers-second-skin/

https://surfsimply.com/products/wetsuit-care-be-nice-to-your-neoprene/

https://www.explainthatstuff.com/howwetsuitswork.html

https://www.redbull.com/cz-cs/the-ripple-effect-jack-oneill-vynalezce-neoprenu-red-bull-tv

https://surfing-waves.com/equipment/wetsuit-stitching.htm

https://www.vaassen.net/nl/Contact

https://www.textilelab.nl/20-informatie/testen/81-treksterkte.html

https://aquazealots.com/why-are-wetsuits-black/

https://www.forbes.com/sites/forbesasia/2014/08/27/taiwans-sheico-group-dominate-in-water-sports/#49d459b13d40

https://beachgrit.com/2015/05/meet-the-taiwanese-who-make-your-wetsuits/

https://surfd.com/2018/04/10-best-surf-wetsuit-brands/

http://www.flyingobjects.com.au/features-materials/wetsuit-materials/

https://www.seventhwave.co.nz/wetsuits101/The+Authority+On+Neoprene.html

http://www.millerslocal.co.za/blog/all-about-the-seam

http://d-ditaly.com/en/neoprene

https://forums.deeperblue.com/threads/sheico-neoprene.90898/

https://forums.deeperblue.com/threads/wetsuit-neoprene-the-real-deal-a-guide.73832/

https://www.macrointlco.com/neoprene/laminated-fabrics

https://forum.surfer.com/forum/ubbthreads.php

http://www.yamamoto-bio.com/yamamoto_e/materials/rubber_02.html

https://www.quick-review.com/wetsuit-neoprene-basics-the-practical-guide-to-decode-the-bullshit.html#

https://www.youtube.com/watch?v=4W5KL3Y1GzU

https://www.youtube.com/watch?v=nMn59yNwoZ8

http://blog.rideengine.com/limestone-vs-petroleum-neoprene-why-limestone-wins/

https://www.explainthatstuff.com/howwetsuitswork.html

http://www.lomo.co.uk/acatalog/How-Wetsuits-Work.html

https://wetsuitwarehouse.com.au/blogs/news/wetsuit_care_and_maintenance_wash

https://www.cleanlinesurf.com/wetsuit-guide/myths-and-misconceptions/

https://www.cgrproducts.com/open-cell-vs-closed-cell-foam/

http://www.inblue.gr/products_uk/metro.php

https://www.abyss.com.au/diving/2017/07/what-is-a-open-cell-wetsuit-freediving/

https://www.footprintnetwork.org/faq/

https://www.sciencelearn.org.nz/resources/477-limestone-as-an-oil-reservoir

https://www.patagonia.com/blog/2008/05/green-neoprene/

https://www.wur.nl/en/Research-Results/Projects-and-programmes/eu-pearls-projects/Projects/Guayule.htm

http://www.dupont.com/corporate-functions/our-company/dupont-history.html

https://www.eea.europa.eu/articles/aviation-and-shipping-emissions-in-focus

Tekst in de derde persoon geschreven over de genialiteit van de schrijver en zijn debuutboek. Geschreven door de uitgever die tevens de redacteur en de auteur is, dus eigenlijk slaat dit tekstje als een lul op een drumstel, maar goed. Het beste en enige Nederlandstalige werk over neopreen en wetsuits dus gegarandeerd een *mustread*.

Na misschien wel 1000 uur onderzoek en schrijven heeft de schrijver nog steeds een bloedhekel aan wetsuits, maar mischien wel iets minder dan eerst.

Het is het beste wat je overkomen is sinds gesneden brood. Beetje achteraf, want het is een e-book en je zal dit nu waarchijnlijk pas lezen als je het boek uit hebt of uit nieuwsgierigheid eerst helemaal naar beneden bent gaan scrollen.Tenzij de schrijver dit schijtlollige tekstje juist als marketingdoeleind gaat inzetten. Gaat ‘ie sowieso doen.

Uitgegeven door overdeschreef
Made in Scheveningen