

Bettzeit GmbH

Erweitert Managementteam

Dienstag, 28.05.2019

Das Jahr 2019 steht bei Bettzeit im Zeichen kontinuierlichen Wachstums. Das 2013 gegründete Unternehmen hat mittlerweile 215 Beschäftigte, über 20 weitere Vollzeitstellen sind ausgeschrieben. In vier für die weitere Unternehmensentwicklung besonders relevanten Bereichen wurden nun neue Schlüsselpositionen geschaffen: People and Organisation, Marketing, Operations sowie Research and Development.

„Pro Monat stellen wir derzeit etwa zehn Personen ein, mit Emma sind wir in 20 Märkten weltweit aktiv und wir wollen den Erfolg unseres ausgezeichneten Entwicklerteams mit weiteren Innovationen auf hohem Niveau fortführen. Diese Wachstumsdynamik kann nur mit exzellenten Köpfen und als starkes Team realisiert werden“, so Dr. Dennis Schmolzi, Bettzeit Gründer und Geschäftsführer. Das Bettzeit-Managementteam wird erweitert um Vanessa Vollrath, Gastón Tourn, Christian Portz und Philipp Wagner.

Vanessa Vollrath ist People and Organisation Director und seit sie im Herbst 2018 bei Bettzeit startete, dreht sich alles um das Finden, Gewinnen und Entwickeln neuer Talente. „Zu den wichtigsten Kriterien bei der Wahl oder Beurteilung des Arbeitgebers zählen die Möglichkeiten, kontinuierlich lernen, frühzeitig Verantwortung übernehmen und in interdisziplinären Teams arbeiten zu können. Bei uns sind diese Kriterien wie strukturelle Leitplanken – aus Überzeugung und als Basis für echte Agilität. Ich finde es großartig, täglich Talente fördern und den Wandel vom Startup zum Grownup aktiv gestalten zu können“, so Vollrath zu ihrer Entscheidung für Bettzeit. Zuvor war Vollrath 15 Jahre für McKinsey & Company in ähnlicher Funktion tätig. Worauf es in ihrer Position ankommt, hat sie in dem Beitrag „Talent Management in Zeiten der Digitalisierung“ beschrieben, der in dem Ende 2018 erschienenen Buch „Arbeitswelt der Zukunft“ veröffentlicht wurde.

Gastón Tourn ist Chief Marketing Officer (CMO) bei Bettzeit und kam just-in-time zum Start der Re-Branding Kampagne von Emma „Don't worry. Sleep happy.“ an Bord. Dass Bettzeit den Fokus künftig auf den Ausbau der Markenbekanntheit von Emma und Dunlopillo setzt, wird maßgeblich durch Tourn und sein 35-köpfiges Team Gestalt annehmen. „Ich glaube an Marken mit einem klaren Ziel. Schlafmangel ist eine der größten Bedrohungen für die globale Gesundheit. Bettzeit hat es sich zur Aufgabe gemacht, Schlaf an sich zu verbessern, da sich das positiv auf die Lebensqualität insgesamt auswirkt“, beschreibt Tourn seine Motivation, zu Bettzeit zu wechseln. Zuvor war Tourn CMO bei Badoo und davor fünf Jahre für Google in Großbritannien, Brasilien, Argentinien und den USA in verschiedenen Marketing-Funktionen aktiv. Tourns Expertise zu globalen Marketingstrategien ist gefragt, am 13. Juni 2019 wird er seine Erfahrungen bei der NOAH-Konferenz in Berlin präsentieren.

Christian Portz ist Chief Operating Officer (COO) bei Bettzeit und sorgt mit seinem 35-köpfigen Team dafür, dass zwischen Klick bzw. Handschlag und der ersten Nacht auf einer neuen Matratze alle Prozesse so optimal wie möglich laufen. „In meiner Zeit als Unternehmensberater hatte ich überwiegend mit der Automobilindustrie zu tun. Eine der Branchen, die die digitale Transformation zuerst durchlaufen hat. Bei Bettzeit kann ich das theoretische Wissen und die gesammelten Erfahrungen nun aktiv in beiden Sparten einsetzen: Für Emma spielt die internationale Expansion die Hauptrolle, für Dunlopillo das Miteinander von offline und online“, so Portz, der seit Oktober 2018 die Bereiche Logistik, Beschaffung, Produktion,

Qualität und Operational Excellence verantwortet. Zuvor war Portz sechs Jahre für Porsche Consulting und gut drei Jahre für Kerkhoff Consulting tätig.

Philipp Wagner ist Research and Development Director und fortan Verfechter der Maxime des Frankfurter Sleep Techs, wonach sich Innovationen nur dann behaupten, wenn sie Kunden einen echten Mehrwert bieten. Der Anspruch gilt gleichermaßen für Produkte, Technologien und den Kundenservice. „Bei Bettzeit erwartet mich ein breites Themenspektrum, schließlich verbringt jeder Mensch ein Drittel der Lebenszeit schlafend. Für uns ist es wichtig, potentialstarke Trends frühzeitig zu erkennen, Kundenbedürfnisse sorgfältig zu reflektieren und parallel wissenschaftliche Erkenntnisse stärker zu integrieren. Ich freue mich sehr auf die spannende Aufgabe, als Team Lösungen zu entwickeln, um Schlaf nachhaltig zu optimieren“, so Wagner. Bis vor Kurzem war Wagner drei Jahre für die DWS Group und davor fast zehn Jahre für die Unternehmensberatung Capgemini tätig.

Bettzeit hat damit das neue C- und Director-Level definiert, sieht es jedoch explizit nicht als Hierarchie-Ebenen im klassischen Sinne. „Das Tempo bei Bettzeit ist sicherlich sportlich. Durch diese Veränderung können wir Entscheidungen weiterhin fundiert und schnell treffen“, erklärt Schmolzti abschließend. „In puncto Entscheidungsgrundlage bleiben wir unseren Startup-Wurzeln jedoch sehr treu: Die beste Idee zählt, egal von wem sie eingebracht wird.“ Neben den beiden Bettzeit-Gründern Dr. Dennis Schmolzti und Manuel Müller ist Philipp Burgtorf seit April 2018 dritter Geschäftsführer. Christoph v. Wrisberg unterstützt das Management-Team seit Dezember 2018 als Managing Partner und Co-Geschäftsführer der Dunlopillo Deutschland GmbH. Die Geschäfte in den einzelnen Ländern werden von Country Managern gesteuert.

Erweitert Managementteam

Links

- [Bettzeit](#)