

# Bettzeit Gruppe

## 33 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2017

Montag, 19.03.2018



Foto: Emma Matratzen GmbH

Die Frankfurter Bettzeit Gruppe hat im Geschäftsjahr 2017 ihren Jahresumsatz auf 33 Mio. Euro gesteigert (2016: 20 Mio. Euro) und ihre Position auf dem europäischen Matratzenmarkt weiter ausgebaut. In der zweiten Jahreshälfte hat das im Jahr 2013 gegründete Unternehmen nach eigenen Angaben planmäßig den Break-Even erreicht. Einen besonderen Erfolg hat dabei das Tochterunternehmen Emma Matratzen GmbH mit 120.000 verkauften Matratzen verzeichnet.

Die Bettzeit GmbH vereint unter ihrem Dach das 2015 gegründete Start-up Emma Matratzen, die Traditionsmarke Dunlopillo sowie den Onlineshop Dormando. „Mit dem Umsatzwachstum und der Expansion in weitere europäische Länder konnten wir unsere Position auf dem europäischen Matratzenmarkt weiter stärken“, sagt Dr. Dennis Schmoltzi, Gründer und Geschäftsführer der Bettzeit Gruppe. „Unsere Kernkompetenz liegt in der Entwicklung hochwertiger und innovativer Produkte für einen besseren Schlaf. Die Qualität und ein außergewöhnlicher Servicegedanke machen unseren Erfolg aus.“

Im Jahr 2017 ist Emma in UK, Frankreich, Belgien, Italien, Spanien und Portugal expandiert, die Anzahl der verkauften Matratzen wurde im Vergleich zum Vorjahr auf 80.000 verdoppelt. Mittlerweile ist die Matratze in 14 Märkten online erhältlich und arbeitet in fünf Ländern mit stationären Partnern zusammen.

Mit der Übernahme der Traditionsmarke Dunlopillo gelang den Gründern der Bettzeit Gruppe Ende 2016 ein weiterer Coup. „Im vergangenen Jahr haben wir es geschafft, die Marke neu aufzustellen und zu modernisieren“, erklärt Manuel Müller, neben Schmolzi ebenfalls Gründer und Geschäftsführer der Bettzeit Gruppe. Im Sommer 2017 wurde nach nur sechs Monaten das operative Geschäft mit einem neuen und deutlich schlankeren Produktportfolio wieder aufgenommen. „Wir sind sehr zufrieden mit dem Start, haben zahlreiche Kooperationen mit Händlern abgeschlossen und die traditionsreiche Marke auf einen nachhaltigen und erfolgreichen Zukunftskurs gebracht, der neue Impulse für den stationären Handel schafft“, so Müller.

Das Unternehmen hat in Frankfurt einen der modernsten Entwicklungsbereiche für Matratzen und Schlafprodukte aufgebaut. Hier werden eigene Produkte entwickelt und getestet.

Die Bettzeit Gruppe rechnet im laufenden Jahr mit einem weiteren kräftigen Wachstum und strebt für 2018 eine Verdopplung des Umsatzes an. Der Januar 2018 war dabei ein sehr starker Auftakt mit einem Wachstum von über 190% gegenüber dem Vorjahr. Die Mitarbeiterzahl der Bettzeit Gruppe, die für die verschiedenen Marken und Absatzkanäle tätig sind, ist von 108 Personen im vergangenen Jahr auf derzeit 160 aus 27 Nationen angewachsen.

## **33 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2017**