

Emma - The Sleep Company

Emma expandiert rasant weiter

Dienstag, 27.04.2021

Mit der Expansion in weitere Länder sorgt das Frankfurter Sleep Tech Emma für anhaltende Wachstumsdynamik und kommt damit auch dem selbstgesteckten Ziel näher, die weltweit führende Schlafmarke zu werden. In Südostasien ist Emma neben Singapur neuerdings in den Ländern Malaysia, Philippinen und Taiwan online, die Webshops in Indonesien, Thailand und Vietnam sind startklar. In Südamerika kommen die Länder Kolumbien und Argentinien hinzu. Damit sind Emma Matratzen in über 30 Ländern weltweit erhältlich, keine andere D2C-Schlafmarke hat eine vergleichbare Marktpräsenz.

Bei der Expansionsstrategie setzt Emma auf digitale Wettbewerbsfähigkeit in den Zielmärkten sowie auf Skaleneffekte durch regionale Marktvertiefungen. Der Online-Markt in Südostasien wächst stark: Philippinen, Thailand und Indonesien sind die drei Länder mit der höchsten digitalen Wettbewerbsfähigkeit in der gesamten Region (laut "Digital Riser Report 2020"). Auch in Südamerika setzen sich E-Commerce-Angebote immer stärker durch. Emma ist in den drei bevölkerungsreichsten Ländern des Kontinents, Brasilien (Markteintritt 2019), Kolumbien und Argentinien, aktiv. Neben seinem Stammsitz in Frankfurt unterhält das Unternehmen mittlerweile auch Standorte in Lissabon, Manila und Shanghai und produziert auf drei Kontinenten mit jeweils vier Partnern in China und Südamerika, sowie 25 in Europa.

Starkes Mitarbeiterwachstum trotz der Pandemie

Personell wächst Emma ebenfalls sehr stark – im Jahr 2020 hat sich das Team verdoppelt. Dabei wurden die Abläufe rund um das Finden und Einarbeiten neuer Kollegen seit der Corona-Pandemie noch digitaler. Knapp 300 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden rund um den Globus eingestellt, manche haben ihren neuen Arbeitsplatz noch nie in „echt“ gesehen, ihre Aufgaben jedoch bereits komplett übernommen. „Aus dem Homeoffice die Aufgaben eines neuen Jobs inhaltlich zu übernehmen ist eine sportliche, doch machbare Herausforderung. Allerdings legen wir einen extrem hohen Wert auf das ‚Wie‘, also dass neue Teammitglieder von Anfang an unsere Emma-DNA, unsere Art zu arbeiten, verinnerlichen. Dafür haben wir mehrere virtuelle Teambuilding-Initiativen und neue Diskussionsformate entwickelt, die auch online einen Austausch in größeren und diversen Gruppen erlauben“, so Dr. Dennis Schmoltzi, Gründer und Geschäftsführer von Emma und selbst Gestalter des Organisationsdesigns, das die Basis des dynamischen Unternehmenswachstums ist. Der Personalausbau hat auch in diesem Jahr Top-Priorität: Aktuell sind über alle Standorte verteilt mehr als 200 Stellen ausgeschrieben. „Organisationsdesign bedeutet bei Emma unter anderem, dass für jedes Land ein eigenes Team verantwortlich ist. Diese Struktur ermöglicht, dass alle Aktivitäten auf den jeweiligen Status ausgerichtet sind – in Japan haben andere Bereiche Priorität als beispielsweise in Frankreich“, so Schmoltzi weiter.

Ein Beispiel für den Gewinn weiterer Marktanteile ist der Heimatmarkt: Die Modelle der Emma One, also alle Größen und Härtegrade, sind anhand der Verkaufszahlen der letzten zwölf Monate die meistverkaufte Matratzenserie Deutschlands.

Emma expandiert rasant weiter