

Emma – The Sleep Company

Partnerschaft mit Jysk erweitert und neuen Showroom eröffnet

Montag, 04.10.2021

Emma – The Sleep Company forciert ihre Omnichannel-Strategie international und intensiviert das Einzelhandelsgeschäft nach dem Vorbild des „Smart Select“-Sortiments ihrer Retail-Marke Dunlopillo. Ab Oktober 2021 wird die Partnerschaft mit dem dänischen Handelspartner JYSK in zehn weiteren europäischen Ländern ausgeweitet.

Durch die Übernahme der Dunlopillo Deutschland GmbH Ende 2016 und der anschließenden Straffung des Matratzensortiments hat Emma hierzulande bereits erfolgreich eine Omnichannel-Strategie mit einem Mix aus Online- und Vor-Ort-Geschäft etabliert. International wird diese Strategie nun auch mit Emma-Produkten intensiviert, vor allem in Frankreich, dem Vereinigten Königreich, Spanien, Skandinavien und den USA. Derzeit arbeitet Emma weltweit bereits mit mehr als 200 Einzelhandelspartnern zusammen und ist an über 3.000 physischen Touchpoints präsent.

„E-Commerce ist ein kontinuierlicher Wachstumsmarkt, und die Pandemie hat die Verlagerung zum Online-Shopping noch beschleunigt. Auf der anderen Seite haben wir nach der Wiedereröffnung des Einzelhandels eine hohe Kundenfrequenz beobachtet. Einige Kunden bevorzugen die Möglichkeit, Produkte vor Ort zu testen und sich von Angesicht zu Angesicht beraten zu lassen“, sagt Dr. Dennis Schmolzi, Mitbegründer und CEO von Emma – The Sleep Company. „Die persönliche Komponente des Einzelhandels wird im Matratzenmarkt immer eine Rolle spielen. Daher sind Investitionen in unsere Omnichannel-Strategie der nächste große Schritt auf unserem internationalen Wachstumskurs“, so Schmolzi weiter.

Hierfür baut das Unternehmen lokale Teams in den jeweiligen Märkten auf, die sich ausschließlich auf den Einzelhandel konzentrieren und die Omnichannel-Strategie vor Ort forcieren. Die Strategie wird dabei nach Vorbild der Dunlopillo-Produktpalette „Smart Select“ in den Ländern angepasst. In Deutschland ist „Smart Select“ Teil der Verkaufsstrategie: Das Sortiment von Dunlopillo ist speziell auf die Bedürfnisse der Vor-Ort-Kunden zugeschnitten und ergänzt das Emma-Portfolio um eine ansprechende Matratzen- und Bettenserie. Auch Lattenroste, Topper und Kissen gehören zum Sortiment der Traditionsmarke.

Ausbau der Zusammenarbeit mit JYSK ab Herbst 2021

Die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Emma und JYSK (bislang: Dänisches Bettenlager) wird nun ebenfalls international ausgebaut. Nachdem Emma in Deutschland bereits in allen JYSK-Filialen gelistet ist, werden Emma-Produkte ab dem 1. Oktober 2021 in zehn weiteren europäischen Ländern über den Online-Shop von JYSK erhältlich sein: Portugal, Spanien, Italien, Schweiz, Österreich, Frankreich, Norwegen, Finnland, Schweden und Dänemark. Ab Januar 2022 wird die Partnerschaft in mehreren europäischen Ländern auch in lokalen Filialen ausgeweitet. Der Ausbau der ersten europaweiten Retail-Partnerschaft von Emma wird maßgeblich durch das Retail-Team in Deutschland vorangetrieben, unter der Leitung von Pär Myhrman, Global Key Account Director & Country Sales Director Retail Scandinavia bei Emma. Der langjährige Branchenexperte aus Schweden wurde unter anderem für den Ausbau der Partnerschaft mit JYSK bei Emma an Bord geholt.

Showroom in Frankfurt

In Frankfurt hat Emma einen modernen Showroom eröffnet. Handelspartner haben die Möglichkeit, sich vor Ort über die Produkte und deren Verkaufsmöglichkeiten beraten zu lassen. Auf 160 Quadratmetern ist neben den ausgestellten Produkten auch ein Schlaflabor eingerichtet. Termine für individuelle Gespräche können jederzeit vereinbart werden.

Partnerschaft mit Jysk erweitert und neuen Showroom eröffnet