

HANDEL · D2C



Eine führende D2C-Schlafmarke Europas: Eine spielerische Wissensplattform für 1.200 Mitarbeitende

Mehr als 1.200 Mitarbeitende nutzen die neue Wissensplattform, Sprintziele zu 99 % erreicht, Wissenssichtbarkeit verdreifacht.

KUNDE

Führende D2C-Schlafmarke Europas

VON

Gradion

DAUER

Laufend

BRANCHE

Handel / D2C – Schlaf & Lifestyle

Kundenkontext

Der Kunde ist eine der am schnellsten wachsenden Direct-to-Consumer-Marken für Schlafprodukte in Europa. Das Unternehmen wurde 2013 in Frankfurt gegründet und startete 2015 unter seinem Hauptmarkennamen; seither ist es auf einen Jahresumsatz von über 1 Milliarde US-Dollar gewachsen, hat sechs Jahre in Folge profitabel gearbeitet und ist in mehr als 30 Ländern präsent.

Rund 1.200 Mitarbeitende verteilen sich auf Standorte in Frankfurt, Manila, Lissabon, Mexiko-Stadt und Bukarest. Das Unternehmen verkauft Matratzen und Schlafprodukte über die eigene Website, über Amazon und über mehr als 3.500 Einzelhandelspartner. Mehrheitseigner ist eine große deutsche Investmentgruppe, und das Unternehmen agiert in einem Tempo, das zu einem Betrieb passt, der seine Größe in kurzer Zeit mehrfach verdoppelt hat.

Die Herausforderung

Das schnelle Wachstum brachte ein Problem mit sich, das leicht unterschätzt wird: Institutionelles Wissen wurde ebenso schnell zur Belastung, wie es zuvor zum Vorteil geworden war. Mit über 1.200 Mitarbeitenden, die über Zeitzonen, Sprachen und Funktionen hinweg arbeiten, funktionierten die Koordinationsmechanismen, die bei 200 Mitarbeitenden noch getragen hatten, nicht mehr.

Interne Erfolge, Prozessentscheidungen und operative Erkenntnisse wurden über spontane Teams-Nachrichten und unstrukturierte E-Mail-Verläufe weitergegeben, also über Formate, die für alle, die nicht im Raum waren, nichts festhalten. Für eine Organisation, die überwiegend dezentral und funktionsübergreifend arbeitet, war das keine kleine Unannehmlichkeit. Wenn Teams keinen Zugang zu gemeinsamem Kontext haben, doppelten sie Arbeit, richteten sich an unterschiedlichen Entscheidungen aus und verlieren den kumulativen Nutzen organisationalen Lernens. Je schneller das Unternehmen wuchs, desto teurer wurde jede Wissenslücke.

Der Ansatz

Das Unternehmen erkannte, dass es eine zentrale, skalierbare Wissensplattform brauchte, also einen Ort, an dem strukturiertes Wissen entstehen, durchsucht, ergänzt und mit der Organisation mitwachsen konnte. Die Plattform sollte sich kulturell zur Marke passend anfühlen, also spielerisch und menschlich wirken statt unternehmenschhaft und klinisch, und echte Nutzung erzeugen statt bloß passiver Verfügbarkeit. Das Unternehmen wandte sich an Gradion als strategischen Partner, um dieses System gemeinsam zu entwickeln, nicht nur, um Software zu bauen, sondern um eine Wissensumgebung zu gestalten, die Menschen tatsächlich nutzen würden.

Gradion begann mit Beobachten statt mit Vorgaben. Statt mit fertigen Wireframes oder einer Standard-Vorlage für eine Wissensdatenbank anzureisen, verbrachte das Team den Design-Sprint damit, zu verstehen, wie sich die Mitarbeitenden des Kunden über Funktionen und Standorte hinweg auf natürliche Weise vernetzen und austauschen. Jede Funktion, die danach entstand, ging

auf dieses Zuhören zurück. Auf Seiten von Gradion bestand das eingesetzte Team aus einem Technischen Berater, einem Projektmanager beziehungsweise Product Owner und einem KI-Entwickler.

Die entwickelte Lösung hatte vier prägende Merkmale: strukturierte und dauerhafte Wissensräume, in denen Inhalte organisiert, verschlagwortet und teamübergreifend sichtbar gemacht wurden; ein spielerisch angelegtes Beitragssystem, bei dem Veröffentlichen, Reagieren und Kommentieren Auszeichnungen und Sichtbarkeit einbrachte und Wissensaustausch zur Gewohnheit statt zur Pflicht machte; persönliche digitale Avatare, die der Plattform eine menschliche und spielerische Identität gaben; und eine Benutzeroberfläche, die gemeinsam mit den Teams des Unternehmens in schnellen Iterationszyklen entwickelt wurde und Akzeptanz schuf, weil die Funktionen dem tatsächlichen Verhalten der Menschen entsprachen.

Der technische Stack war von Anfang an auf Skalierung ausgelegt: im Frontend Nuxt2 und VueJS, im Backend NestJS, PostgreSQL und OpenSearch, alles bereitgestellt auf AWS. Agile Entwicklung nach der Scrum-Methodik hielt das Team während des gesamten Projekts aufeinander abgestimmt. Der Zeitplan war bewusst knapp gehalten: vier Wochen Design-Sprint und schnelles Prototyping, gefolgt von sieben Wochen Entwicklung bis zum MVP; der vollständige Rollout in mehreren Ländern folgte kurz darauf.

Ergebnisse

Die Plattform verwandelte die tägliche Kommunikation von einer fragmentierten, flüchtigen Aktivität in eine feste Infrastruktur. Institutionelles Wissen, das zuvor in einzelnen Postfächern und Chatverläufen lag, wurde durchsuchbar, dauerhaft verfügbar und gemeinschaftlich getragen. Das Unternehmen hat damit nicht nur verlorenes Wissen zurückgeholt, sondern ein System aufgebaut, das mit der Organisation mitwächst.

Die Transformation brachte messbare Ergebnisse: Mehr als 1.200 Mitarbeitende waren vom ersten Tag des Starts an aktiv beteiligt, und mehr als 30 Länder wurden im Rollout nach dem Start erfolgreich erreicht. Die teamübergreifende Sichtbarkeit von Wissen stieg um das Dreifache, wodurch Informationssilos zwischen den Funktionen abgebaut wurden. Die Erfüllung der Sprintziele lag bei 99 % über das gesamte Projekt hinweg, und vom ersten Konzept bis zum globalen Rollout vergingen weniger als drei Monate. Das Feedback fiel zu 100 % positiv aus, eine einstimmige Zufriedenheit über alle befragten Rollen hinweg.

Die Zusammenarbeit zwischen Gradion und dem Unternehmen läuft fortlaufend weiter.

99%

Erreichung der Sprintziele

3x

Steigerung der Wissenssichtbarkeit

Leistungen & Einsatzmodell

Leistung

Entwicklung der Wissensplattform

UX/UI-Co-Design

Agile Umsetzung (Scrum)

Entwurf skalierbarer Architektur

Engagement- und Gamification-Funktionen

Technische Umsetzung

- Nuxt2
- VueJS
- NestJS
- PostgreSQL
- OpenSearch
- AWS

Einsatzmodell: Co-Creation-Partnerschaft.

Teamzusammensetzung: 1 Technischer Berater, 1 Projektmanager/Product Owner, 1 KI-Entwickler

Wächst Ihr Unternehmen schneller, als es sein Wissen festhalten kann?

Gradion entwickelt Wissensplattformen, die verteiltes Know-how sichtbar machen und mit Ihrer Organisation mitwachsen.

23

Jahre Erfahrung

ISO

27001 · Gradion Pte. Ltd.

3

Regionen: DACH, SEA, Afrika

Kontakt: sales@gradion.com



Gradion Pte. Ltd. (Singapur) ist ISO/IEC 27001-zertifiziert · Zertifikat-Nr. IS 824945