

PRESSEMELDUNG

Frischer Wind im Non-Food-Bereich: alpha Tonträger Vertriebs GmbH wird zu alpha trading solutions GmbH und baut ihr Geschäftsmodell weiter aus.

Dezember 2020 – alpha Tonträger Vertriebs GmbH expandiert in den Bereichen Distributions- und Logistikdienstleistungen, Online-Handel sowie PoS-Service. Vor diesem Hintergrund wurde das Unternehmen Mitte November 2020 in die alpha trading solutions GmbH umfirmiert und erhält Verstärkung in der Geschäftsführung. Auch die überarbeitete Corporate Identity wird erstmals sichtbar.



Die drei Geschäftsführer Rainer Laufs, Pierre Pfeiffer und Tim Mörtl der alpha trading solutions GmbH (v. l.).

PRESSEMELDUNG

Mit Blick auf die anhaltende Digitalisierung in der Entertainmentbranche ist es für alpha an der Zeit für weitere strategische Impulse. Pierre Pfeiffer, Inhaber des Unternehmens, stellt fest: „Wir haben in den letzten fünf Jahrzehnten im Vertrieb von Games, Bild- und Tonträger ein rentables Geschäftsmodell etabliert. Uns war aber zu jeder Zeit bewusst, dass sich unser Geschäftsmodell konsequent entwickeln muss. Wir stehen aufgrund des Megatrends „Digitalisierung“ Herausforderungen gegenüber, die an Schnelligkeit und Intensität kaum zu übertreffen sind.“ Um diesen zukunftsweisenden Transformationsprozess bei alpha nachhaltig voranzutreiben, wurde mit Tim Mörtl Anfang November 2020 ein neuer Geschäftsführer bestellt.

In diesem Zusammenhang haben sich die Anforderungen an die Firmierung und an das Erscheinungsbild von alpha verändert. Um den Unternehmensnamen zudem international verwenden zu können, wurde Mitte November 2020 die alpha Tonträger Vertriebs GmbH in alpha trading solutions GmbH umfirmiert.

Über viele Jahre hatte sich die Corporate Identity bewährt und steht symbolisch für das Qualitätsversprechen von alpha. Um den Wiedererkennungswert des Familienunternehmens zu gewährleisten, wurde die Ellipse als zentrales Gestaltungselement des Logos in leicht modifizierter Form beibehalten. So sorgt die Wort-Bild-Marke in der Anwendung als blaues Logo und roten Akzenten auf weißem Hintergrund für einen modernen Look. Der neue Markenauftritt ist ebenfalls seit Mitte November 2020 in der Verwendung.

Konkret zielt die Schärfung des Geschäftsmodells auf eine Entwicklung und Flexibilisierung des profitablen Stammgeschäfts ab. Kernthemen sind nach wie vor der Vertrieb von Non-Food-Produkten und das Angebot individueller Service-Dienstleistungen am Point-of-Sale. Komplementiert wurde das Angebot um weitere Kompetenzfelder, insbesondere aus den Bereichen Logistik und E-Commerce (u. a. ERP-System-Integration, Dropshipping).

Neben der Progression des Stammgeschäfts hat alpha an einer Flexibilisierung der bestehenden Angebotsstruktur gearbeitet. Die bislang rein integriert angebotenen Dienstleistungen können bei alpha zwischenzeitlich modular und kundenindividuell in Anspruch genommen werden. Für Bestands- und Neukunden des Unternehmens

PRESSEMELDUNG

bedeutet das in erster Linie mehr Individualität, mehr Flexibilität und mehr Komfort. „In Zeiten, in denen wir ständig online sind, spontane Entscheidungen treffen und zu jeder Tageszeit per Smartphone Bestellungen tätigen können, ist der „klassische Großeinkauf“ nicht mehr zeitgemäß. Wir konsumieren heute in kleinen Einheiten, dafür höher frequentiert. Hier sehen wir zusätzliche Geschäftspotentiale und haben deshalb unser Geschäftsmodell nach diesem Prinzip weiterentwickelt“, erläutert Tim Mörtl.

Zudem erkennt das Unternehmen neue Potentiale und Chancen abseits des volatilen Bild- und Tonträgermarktes. Das Produktportfolio im Bereich „Non-Food“ wird strategisch sowie generalistisch ergänzt. Bereits 2018 hat alpha vor diesem Hintergrund seine Fokussierung für Produkte jenseits von Games, Bild- und Tonträger geöffnet und arbeitet heute erfolgreich mit Herstellern für Spielwaren, digitale Kinderaudioboxen, Sportartikel und Anbietern für internationale Lizenzprodukte (Merchandise-Artikel) zusammen. Um etwaige Kooperationen auszuloten, erweitert das Unternehmen konsequent sein Netzwerk und setzt daher verstärkt auf Dialoge mit Start-up-Unternehmen.

Kommunikation

alpha trading solutions GmbH

Jasmin Beilhardt

Referent Kommunikation

Telefon: +49 8122 413 180

E-Mail: j.beilhardt@alpha.de

www.alpha.de

Über alpha trading solutions GmbH

Die alpha trading solutions GmbH hat sich auf den Vertrieb von Non-Food-Produkten spezialisiert. Mit einem eigenen Logistikzentrum ist alpha in der Lage, anderen Unternehmen das Outsourcing ganzer Bereiche wie Distribution, Online- oder stationären Vertrieb, Lagerhaltung und Logistik anzubieten. Darüber hinaus betreibt alpha Online-Shops sowohl im B2B- als auch im B2C-Segment im Auftrag ihrer Kunden. Hierzu arbeitet das Unternehmen über bestehende ERP-Anbindungen mit zahlreichen umsatzstarken Online-Händlern in Deutschland zusammen. Mit 130 Außendienst-Mitarbeitern ist das Unternehmen in über 1.500 direkt betreuten und mehreren Tausend unbetreuten Filialen der relevanten Handelsketten aus dem Lebensmitteleinzelhandel sowie der Spielwaren- und Elektronikmärkte deutschlandweit präsent.



PRESSEMELDUNG

Im Geschäftsjahr 2019/2020 hat die alpha trading solutions GmbH rund 13 Mio. Produkte national und international agierender Hersteller ausgeliefert und am PoS der Handelsketten platziert. Trotz Ausbruch der Corona-Pandemie konnte die alpha trading solutions GmbH ihren Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2019/2020 in Höhe von rund 100 Mio. Euro auf Vorjahresniveau halten. Derzeit sind über 300 Mitarbeiter-/innen bei dem Spezialisten für Handelslösungen beschäftigt. Mit individuellen Dienstleistungsangeboten und PoS-Services ist alpha seit 50 Jahren ein strategischer Vertriebspartner für Start-ups und etablierte Unternehmen aller Größen. Der Firmensitz befindet sich in Erding bei München.