

## „Das ALPHAPLAN ERP-System kann mitwachsen.“

Wer einen Gartenzwerg im Gewand seiner Lieblingsfußballmannschaft besitzt, kann sich sicher sein, dass ihn die Trade Con GmbH mit Sitz in Bremen entworfen hat. Das junge Unternehmen – gegründet 2002, mit einem Durchschnittsalter ihrer Mitarbeiter von 32 Jahren – ist in kurzer Zeit zu einem der wichtigsten Profisport-Merchandiser in Deutschland avanciert.

### Gartenzwerge im Vereinstrikot sind ihr Markenzeichen

Unternehmensgründer Manfred Blöhm war jahrelang als Geschäftsführer „Merchandising“ bei Werder Bremen beschäftigt, bevor er 2002 den Schritt in die Selbständigkeit wagte. Ausgestattet mit einem sicheren Gespür für Trends und mit nützlichen Kontakten zum Profifußball expandierte das Unternehmen rasch. Trade Cons Firmenphilosophie: Dem Kunden höchste Transparenz bei der Herstellung der Waren sowie vollen Einsatz beim Service bieten. Jeder Prozess, vom Entwurf über die Herstellung in Asien bis zum Transport der Waren, wird maßgeblich von den Mitarbeitern Trade Cons begleitet und verantwortet.

Die von Trade Con konzipierten Fanartikel werden in Fernost unter Einhaltung wichtiger Qualitätsvorgaben produziert. „Die langjährigen Lieferantenbeziehungen fußen auf Vertrauen und Beständigkeit. Wir als Geschäftsleitung besuchen die Werke persönlich jedes Jahr“, versichert Ole Blöhm, Geschäftsführer in der zweiten Generation. Den gesetzlichen Vorgaben entsprechend werden die Produkte auf Verkehrssicherheit und Schadstoffe hin geprüft.

Ein weiteres Geschäftsfeld stellt das Lizenzgeschäft dar. Die mit dem Logo von Vereinen verzierten Artikel sind in Sportartikelgeschäften und Kaufhäusern anzutreffen. Hierfür bezahlt Trade Con eine Lizenzgebühr und stimmt sich mit den Vereinen über das Produktkonzept ab.

Neben den zahlreichen bundesweiten Aktivitäten im sportlichen Bereich wächst der Kundenstamm aus Industrie und Wirtschaft. Dabei zählen Mercedes-Benz, die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung und Audi mittlerweile zu den wichtigsten Kunden.

Im Segment Profifußball ist Trade Con als Hauptlieferant für Fanprodukte nicht mehr wegzudenken. Deswegen hat es sich die Geschäftsleitung zur Aufgabe gemacht, die Tätigkeitsfelder kontinuierlich auszubauen. Ein neues Firmengebäude mit benachbartem Lager wurde vor einigen Jahren neu bezogen. Das Unternehmen ist dabei, in weitere Profisport-Segmente wie Handball, Eishockey und Basketball vorzudringen.

Kreative Köpfe wie Kristoff Delker sind bei Trade Con Ideengeber als auch Dienstleister in einem. Die jungen Mitarbeiter versuchen, sich von den typischen Werbemittel-Händlern durch frische Ideen und jede Menge Enthusiasmus abzu-



grenzen. Der Fußballzweig war Ole Blöhms Idee. Der Zusammenhalt untereinander und die kurzen Reaktionszeiten seien Erfolgsfaktoren des Unternehmens, weiß Delker. Nach erfolgreich abgeschlossener Ausbildung bei Trade Con und einem Wirtschaftsstudium verantwortet Kristoff Delker die IT. Flexibilität sei das Hauptkriterium gewesen, als vor drei Jahren die Entscheidung über ein geeignetes ERP-System für ca. 20 User anstand. Trends können sich ebenso schnell ändern wie die Platzierung in der Bundesliga, und darauf müsse Trade Con reagieren. Auch suchte die Geschäftsleitung nach einer Software, die „mitwächst“.

### Junges, dynamisches Unternehmen setzt auf Flexibilität

„Die Anforderungen im Handel, was Testregularien, Artikelinformationen, Prozessketten betrifft, wachsen ständig“, sagt Delker. Und weiter: „ALPHAPLAN bildet den Kern unseres Workflows von der ersten Anfrage bis zur Auslieferung an den Kunden. Das System passt hervorragend zu unserem dynamischen Umfeld.“ Die Vorteile nach dem Umstieg auf ALPHAPLAN ERP fasst er wie folgt zusammen: „Mit ALPHAPLAN können wir flexibel auf neue Situationen reagieren.“

Gleichzeitig bietet die Software ein hohes Maß an Transparenz in der langen Prozesskette vom Entwurf über Einkauf bis hin zum Transport der Waren. Jeder Schritt wird dokumentiert und kann unabhängig vom Sachbearbeiter

# Erfolgreiche ERP-Projekte

eingesehen und verfolgt werden. Das schaffe die Möglichkeit, auf Kundenanfragen zeitnah zu reagieren und somit die Qualität des Services zu verbessern.

Es gebe in ALPHAPLAN ungewöhnlich viele Felder, aber alles sei klar strukturiert. Er habe die Übersicht von Artikel- und Kundenverwaltung durch die Erweiterung von Stammdatenfeldern verbessert. „Eine Möglichkeit, ein ERP-System so individuell anzupassen, kannte ich vorher nicht“, sagt Delker.

Gerne erinnert er sich an die Einführungsphase, die vom CVS-Consultant Adnan Afsar betreut wurde. „Die Zusammenarbeit mit Adnan war sehr gut, und er hat mir den ein oder anderen Kniff fernab der Standardversion gezeigt“, so Delker.

Nach einer ALPHAPLAN Design-Kit-Schulung ist der junge IT-Leiter imstande, eigene Funktionen in ALPHAPLAN zu programmieren. „Unsere einzelnen Abteilungen hatten bestimmte Anforderungen an das System, welche ich im Detail umsetzen konnte“, sagt er stolz.

„Jeder neue Prozess wird nun von mir selbst implementiert, über die Auftragsabarbeitung, unseren Webshop, diverse Schnittstellen bis hin zur Datenübergabe zu anderen Systemen. Dadurch, dass ALPHAPLAN intuitiv bedienbar und programmierbar ist, ist es möglich, theoretisch jeden Wunsch eines Mitarbeiters zu erfüllen“, freut er sich.

Und auch die Geschäftsleitung hatte Grund zur Freude. „Durch den ERP-Umstieg konnten wir den Pflegeaufwand von Stammdaten stark reduzieren, was sich in erheblichen Zeiteinsparungen, beispielsweise in der Buchhaltung, widerspiegelt“, sagt Delker.

## Deutliche Ressourcen-Einsparungen wurden erzielt

„Durch den Einsatz von ALPHAPLAN konnten wir den Supportaufwand für die Warenwirtschaft pro Jahr auf unter 100

Euro reduzieren. Im Vergleich: Unser vorheriges ERP kostete uns monatlich ungefähr 250 Euro Supportaufwand“, hat Delker errechnet.

Zeiteinsparungen zählten zu den wichtigsten Verbesserungen nach Einführung des neuen Systems. Die Massengenerierung von Rechnungen, der dazugehörige E-Mail-Rechnungsversand oder die Vereinfachung allgemeiner Prozessabläufe – jede Abteilung vom Einkauf über den Vertrieb bis hin zur Buchhal-



Der Gartenzweig lässt die Herzen von Fußballfans höher schlagen. Max F. Boettcher (l.) und Kristoff Delker halten Trade Cons Erfindung in die Höhe.

tung habe davon profitiert. Die „Umstellungs-Skepsis“ einiger Kollegen stellte sich im Nachhinein als gegenstandslos heraus. „Wir konnten die Prozessabläufe um bis zu 70% beschleunigen, zum Beispiel in der Kommunikation zwischen Einkauf und Buchhaltung bezüglich des Abgleichs von Wareneingängen und Eingangsrechnungen. Dort hat uns in der Vergangenheit die Prüfung der Vollständigkeit von Daten sehr viel Zeit gekostet. Im Rahmen der Umstellung auf ALPHAPLAN haben wir für diese Zwecke nun einen Dialog entwickelt, der alles komplett geprüft“, erläutert Delker.

ALPHAPLAN sei geeignet für Unternehmen, die den Fokus besonders auf folgende Eigenschaften eines ERP-Systems legten: „Die ausgereifte Suchfunktion, die Teamarbeitsfunktionen und die Möglichkeit, eigene Anpassungen vorzunehmen, sind die Stärken von ALPHAPLAN. Ich habe ein Dashboard mit den gängigsten Befehlen angelegt, und zu Weihnachten programmiere ich einen netten Adventskalender.“ Diese Zufriedenheit hat sich bereits herumgesprochen. Ein befreundetes junges Unternehmen setze nun auf Anraten Trade Cons ebenfalls auf ALPHAPLAN ...

... (This text is merged into the previous block for better flow and readability)



Die Trade Con GmbH gehört zu den führenden Anbietern von Merchandiseproduk-

ten im Profisportsegment. Neben Design und Betreuung der Herstellungsprozesse, verantwortet der All-round-Dienstleister auch die Lagerung und den Transport der Fanartikel. Sportvereine, aber auch hiesige Kaufhäuser, gehören zu den Kunden von Trade Con. Das Unternehmen, welches vom ehemaligen Marketingleiter Werder Bremens gegründet wurde, expandiert zunehmend auch im Bereich Werbemittel für Unternehmen. Die Trade Con verfügt über ein eigenes Lager mit ca. 2.500 Palettenstellplätzen, das Sortiment beläuft sich mittlerweile auf über 7.000 Artikel.

Das Familienunternehmen wird derzeit von Manfred Blöhm und Ole Blöhm geleitet.

**User:** 17 in der Warenwirtschaft

**Module:** Design-Kit, Formular-Design-Kit, CRM, Vertriebssteuerung Außendienst, Ticket-System, Set-Artikel, Lager, Permanente Inventur, Sachmerkmale, EDI, Stapelverarbeitung, Projekte, Exchange Synchronisation

## Kontakt



Max F. Boettcher (Vertriebsbeauftragter)  
CVS Ingenieurgesellschaft mbH  
Otto-Lilienthal-Straße 10  
28199 Bremen  
Tel.: +49 421 35017-0  
E-Mail: vertrieb@cvs.de



Büro Süddeutschland:  
An der Karlsburg 2  
82319 Starnberg  
Tel.: +49 421 35017-640  
E-Mail: vertrieb@cvs.de  
Web: www.alphaplan.de