

AQIPA STÄRKT SERVICEANGEBOT UND BAUT MARKENPORTFOLIO AUS

Weiter im Vorwärtsgang

Das 30-jährige Jubiläum hat man sich bei Aqipa definitiv etwas anders vorgestellt. Umso bemerkenswerter ist es daher, wie der „gear guru“ das Jahr 2020 bisher gemeistert hat, mit welchen Leistungen man die Partner im Handel unterstützen konnte und welche neuen Marken ins Boot geholt wurden.

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Aqipa | INFO: www.aqipa.com

Für Aqipa haben sich die Investitionen der letzten Jahre und die Erfahrung in der Branche heuer bezahlt gemacht. Durch die Verstärkung der Bereiche Logistik und IT, insbesondere in Form des hochautomatisierten Autostore-Systems am Firmensitz in Kundl, wurde die Basis dafür geschaffen, auch in Zeiten der Covid-19-Pandemie die schnelle und zuverlässige Belieferung der Kunden in ganz Europa sicherzustellen. Ein wichtiges Tool bildet dabei auch weiterhin der top-moderne B2B-Shop, der Echtzeit-Reporting und einen personalisierten Zugang für den Händler bietet, sodass Bilder, Videos, Produktinfos abgerufen, Bestände direkt eingesehen und Artikel sofort online bestellt werden können.

KLARE LINIE

Seit jeher zeichnet die Marken im Portfolio von Aqipa aus, dass diese emotional begeistern, spannende Geschichte erzählen und Lifestyle Appeal haben – wie es bei Top-Marken wie Bang & Olufsen, Marshall, JBL, Pioneer oder GoPro offensichtlich ist. Daneben holt Aqipa gezielt sog. Challenger Brands an Bord – dh Marken, die das Potenzial haben, schneller zu wachsen als der Markt. Denn da wie dort hat der Tiroler Distributor eine komplette „Go-to-Market-Strategie“ aus einer Hand parat, von der Logistik über



Aqipa CEO Christian Trapl (re.) und VP Sales Klaus Trapl konnten die Herausforderungen durch Covid-19 bis dato erfolgreich meistern und das Markenportfolio kräftig ausbauen.

Distribution, Merchandising bis hin zu den Themen Marketing, Social Media und passgenaue Platzierung am POS.

„Als echtes Highlight empfinde ich, wie wir in den letzten, schwierigen Monaten unser Markenportfolio weiterentwickelt haben, anstatt den Kopf in den Sand zu stecken“, betont Christian Trapl, CEO von Aqipa. „Durch unseren paneuropäischen Ansatz, unsere starken E-Commerce- und Logistik-Kompetenzen sowie unser Sales- und Merchandising-Team ist es uns gelungen, eine ganze Reihe neuer Marken zu gewinnen.“ Die bekannteste davon ist GoPro.

VIELSEITIGER AUSBAU

Aqipa hat sich mit neuen Marken in den Bereichen Smart Home, Domestic Appliances und Office Communication verstärkt. Seit Juni vertreibt man die Smart Home Produkte des niederländischen Herstellers Hombli, die sich gemäß der Devise „a smart home for everyone“ einfach handhaben und mit einer benutzerfreundlichen App installieren, steuern und automatisieren lassen.

Im Juli kamen die Smart Accessories von Baseus ins Programm: Die Produktpalette des chinesischen Herstellers reicht von

smarten Staubsaugern bis hin zu Smartphone-Accessoires und Ladelösungen.

Im August folgten Lösungen für Home-Office-Kommunikation des chinesischen Spezialisten eMeet. Geboten werden Conference Speaker und Webcams, die neben ihrem guten Preis-Leistungsverhältnis durch spezielle Voice-AI-Technologien auf Basis von Künstlicher Intelligenz bestechen. Außerdem bietet eMeet einen True-Wireless-Kopfhörer an, der Übersetzungen in real-time ermöglicht.

Darüber hinaus übernahm Aqipa die Distribution von Home Appliances des renommierten US-Herstellers Westinghouse. Hier stehen va Küchenkleingeräte wie Brotbackmaschinen, Mixer oder Juicer im Vordergrund, geboten werden aber auch Luftbefeuchter und -reiniger.

Anlässlich des heurigen 30-Jahr-Jubiläums bietet Aqipa monatliche Sonderaktionen wie zB Spezialdeals oder 30% Sonderrabatt auf ausgewählte Topseller. Mittelfristig will man – gerade in Hinblick auf den Corona-Schock – aber nicht über „Preistreiberei“ Geschäfte machen, sondern „über überzeugende Produkte und Konzepte, immer mit der richtigen Beratung und im richtigen Kanal“, so Trapl abschließend. ■



Der Bereich Home Office hat Corona-bedingt massiv an Bedeutung gewonnen – Aqipa verstärkte sich ua mit dem Spezialisten eMeet.