



Whitepaper

# Von Prototyping bis Auslieferung

Best Practice mit TOI TOI & DIXI:  
Product Sourcing & Development mit Conrad

Alle Teile des Erfolgs



## Vorwort

Sie benötigen ein speziell auf Ihre Anforderungen zugeschnittenes Produkt? Sie wollen eine Produktidee in größeren Stückzahlen umsetzen, doch Ihnen fehlt noch der geeignete Partner für die Produktion? Sie wollen ein Produkt in Ihrem Look & Feel branden? Die Conrad Sourcing Platform hat die Lösung! Das Product Sourcing & Development Team prüft Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit – und setzt das Projekt für Sie um.

**TOI TOI & DIXI: Best Practice mit dem Marktführer**  
Wie genau das Projektgeschäft funktioniert, was Kunden sich von der Zusammenarbeit erwarten dürfen und warum Conrad als zuverlässiger Partner hält, was er verspricht, darüber berichtet das vorliegende Whitepaper – praxisnah und anhand eines konkreten Beispiels. Für den Marktführer für mobile Sanitärsysteme, die TOI TOI & DIXI Group, hat Conrad ein Projekt im Bereich Product Sourcing & Development realisiert, das beispielhaft zeigt, welche Vorteile eine Zusammenarbeit mit dem Conrad Team bringt.

# Einleitung

## Conrad – Place2be for B2B

Conrad – ein Name, den man kennt in der Technik- und Elektronikbranche. Seit 100 Jahren, um genau zu sein. Bekannt geworden ist das Hirschauer Familienunternehmen als Technikhändler für Privatkunden. Heute agiert Conrad als Beschaffungsplattform für technischen Bedarf und positioniert sich damit klar als Lösungsanbieter für Geschäftskunden.

## Plattform: Alle Teile des Erfolgs

Mit dem kuratierten Conrad Marketplace als integralem Bestandteil offeriert die Conrad Sourcing Platform ihren Geschäftskunden 10 Millionen Produktangebote. Und nicht nur das: „Wir bieten seit 100 Jahren Zugang zu Technik. Heute sind wir ein Netzwerk aus Menschen, digitalen Lösungen, Services und Partnern, um Unternehmen alle Teile des Erfolges zu liefern“, beschreibt CEO Ralf Bühler die Mission auf dem Weg zur führenden europäischen Beschaffungsplattform für technischen Bedarf.

## Projektgeschäft: Unser Service, Ihre Lösung

Dass der Mensch im Mittelpunkt steht, das unterscheidet Conrad von vielen anderen Plattformen: „Wir haben die Fähigkeit zuzuhören. Wir sind einfallsreich. Und wir sind bereit, für unsere Kunden und Partner jeden Tag die Extrameile zu gehen“, so Ralf Bühler weiter. Genau so entstehen kundenzentrierte Lösungen und Services – etwa im Bereich Product Sourcing & Development. Worum es sich dabei genau handelt und wie ein Projekt in der konkreten Umsetzung aussieht? Hier erfahren Sie es!

Product Sourcing & Development:

## Wir sind Ihr Partner!

### Und das dürfen Sie von uns erwarten:

- Maßgeschneiderte Lösungen für individuelle Bedarfe
- Verlässliches Bindeglied zwischen Lieferant und Kunde – während des gesamten Projektverlaufs
- Expertenteam für End-to-End-Beschaffung, Entwicklung, Produktion und Qualitätskontrolle
- Produkte sorgfältig ausgewählter Hersteller
- Langjähriges Lieferantennetzwerk
- Erfahrenes Qualitätssicherungsteam für die Erfüllung der Sicherheitsstandards und Anforderungen des Zielmarktes
- Zusammenarbeit mit international anerkannten Spediteuren

# **Best Practice TOI TOI & DIXI: 5.000 individualisierte Heizlüfter für Deutschlands berühmtestes stilles Örtchen**

## **„Die mit den Klohäuschen“ – Facts & Figures zur TOI TOI & DIXI Group**

Rund 430.000 Toilettenkabinen und 33.000 Container sind bei der TOI TOI & DIXI Group weltweit in 30 Ländern im Einsatz. Die Fusion der beiden Firmen in den 90er-Jahren machte das Unternehmen mit Hauptsitz in Ratingen zum Weltmarktführer für mobile Sanitär-systeme. Bis heute hat sich daran nichts geändert. Eine eigene Abteilung Forschung & Entwicklung sowie exklusive Inhouse-Fertigung sorgen für ein einzigartiges Kabinendesign, maßgeschneiderte Hygienelösungen und optimal ausgestattete Servicefahrzeuge. 5.400 Mitarbeitende erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 736 Mio. Euro.

„Wir sind die mit den Klohäuschen und unser Produkt ist eine saubere Kabine“, sagt Einkaufsleiter Oliver Elsner kurz und bündig. Heißt: TOI TOI & DIXI Häuschen kann man nur mit dem dazugehörigen Reinigungsservice mieten. 2.980 Fahrzeuge sind dafür im Einsatz, legen alleine in Deutschland pro Jahr 82.000.000 Kilometer zurück und führen

13.200.000 Services durch. Bei Kabinen, die in Langzeit-Vermietung beispielsweise auf Baustellen im Einsatz sind, erfolgt die Reinigung 1 x die Woche, bei der kurzzeitigen Nutzung auf Events täglich.

Der große Vorteil für die mietenden Unternehmen: Die TOI TOI & DIXI Group stellt die Kabinen so zusammen, wie der Kunde sie haben will. Waschbecken, Seife, Wasser, Licht – oder im Winter eben auch mit Heizung. Und genau hier kommt das Team von Conrad Electronic ins Spiel.

## Einkaufsleiter Oliver Elsner im Interview:



Oliver Elsner  
Leiter Einkauf & Innovation TOI TOI & DIXI Group

*„Ich habe mit Conrad einen deutschen Lieferanten, der die Verantwortung für den Einsatz unseres Customized Product übernimmt.“*

Innovativ sein bedeutet ständige Weiterentwicklung: Oliver Elsner ist seit 2020 Leiter Einkauf & Innovation für alle Unternehmen der internationalen TOI TOI & DIXI Group. Als Spezialist für Sourcing, Procurement und Supplier Management sammelte er zuvor als strategischer Berater und operativ Verantwortlicher Erfahrungen bei Unternehmen wie E.ON, Grohe oder Roland Berger. Einkaufsreorganisation, Ausgaben-Optimierung und Change Management sind sein Ding. Genau diese Aufgaben bringen ihn 2021 mit dem Team von Conrad in Kontakt, das für den Bereich Product Sourcing & Development zuständig ist. Die konkrete Herausforderung: Beschafft uns einen Heizlüfter, der exakt auf die Anforderungen der TOI TOI & DIXI Kabinen zugeschnitten ist. Doch der Reihe nach:

**Herr Elsner, wie lange arbeiten Sie mit Conrad Electronic zusammen und wie sind Sie auf die Leistungen im Bereich Product Sourcing & Development aufmerksam geworden?**

Vor meiner Tätigkeit bei TOI TOI & DIXI war ich acht Jahre lang bei E.ON für den Einkauf von 30 Warengruppen verantwortlich. In dieser Zeit habe ich Conrad zunächst ganz klassisch als Lieferanten von Elektronikkomponenten kennengelernt. Mit der Verantwortung für die Beschaffung aller indirekten Verbrauchsmaterialien habe ich dann auf Konzernebene das Komplettangebot von Conrad im Bereich des technischen Bedarfs genutzt. Bereits in dieser Zeit habe ich auch eine Idee davon bekommen, was Conrad zusätzlich noch so alles macht, und gelernt, dass Conrad mehr ist als der Päckchenversender aus Bayern. Eine Gelegenheit, dieses unterstützende Serviceangebot für Einkaufsverantwortliche zu nutzen, hat sich dann aber erst nach meinem Wechsel zur TOI TOI & DIXI Group ergeben.

**Welches Thema hat Sie umgetrieben und inwiefern war Conrad der passende Partner?**

Ende 2020 haben wir bei TOI TOI & DIXI mit dem Aufbau eines gruppenweiten Einkaufs begonnen. Und natürlich tauchten im Zuge dessen regelmäßig Dinge auf, die man besser machen konnte. Das immer wiederkehrende Saisonthema Heizlüfter war so eine offene Baustelle. Die Beschaffung lag damals noch im Aufgabenbereich unserer Konstruktion und das Kerngeschäft dieser Abteilung war und ist logischerweise nicht der Einkauf.

Dementsprechend spät im Herbst wurde alljährlich die Anfrage gestartet. Verbunden mit der – vor allem im Coronajahr 2021 – echt herausfordernden Aufgabe: Wo kriegen wir die Dinger auf die Schnelle her? Denn unser bisheriger Hauptlieferant war nicht lieferfähig.

### **Hier war Conrad dann der Retter in der Not?**

In der Tat haben wir im Herbst 2021 händerringend nach 3.000 Heizlüftern gesucht und im Zuge dessen auch bei Conrad angefragt.

Von zwei aus dem Conrad Sortiment angebotenen Modellen hatte eines die Bemusterung bestanden. Doch auch hier waren nur noch Restbestände lieferbar und die Verfügbarkeit damit nicht hoch genug. In diesem Fall haben wir unseren Bedarf also kurzfristig bei einem anderen Lieferanten gedeckt. Diese Aktion war für uns jedoch der Anlass, das Thema Heizlüfter-Beschaffung komplett neu zu denken.

### **Inwiefern?**

Neben der Beschaffungsproblematik im Speziellen war schon immer die Herausforderung, dass die gängigen, auf dem Markt verfügbaren Heizlüfter nach Anlieferung bei uns in den Umbau gehen mussten. Sie müssen sich das so vorstellen: Die Heizlüfter werden in der Wintersaison einfach nur an die Kabinenwand gehängt und dort verschraubt. Und Sie wissen, wie ein Heizlüfter funktioniert: Das ist einfachste Technik. Da werden einfach nur Spulen zum Glühen gebracht und ein kleiner Ventilator verteilt die Luft. Um die Sicherheit beim Einsatz in unseren Kabinen zu gewährleisten, mussten wir also zum einen eine feuerfeste Platte auf der Rückseite montieren. Zum anderen mussten wasserfeste Kabel angebracht werden, um das Gerät außerhalb der Kabine anschließen zu können, wo die Leitungen Wind und Wetter ausgesetzt sind.

### **Hört sich nach viel Aufwand und einem straffen Zeitplan an – vor allem wenn es um die kurzfristige Beschaffung von Saisongeräten geht.**

Sie sagen es. Die Frage lautete also: Warum suchen wir uns nicht einen Lieferanten, der uns die Geräte mit unserer speziellen Spezifikation direkt anliefert? Mit der Anfrage „Ihr macht doch mehr als nur Katalogware“ sind wir also

an Conrad herangetreten und mit der für derartige Projektgeschäfte zuständigen Abteilung in Kontakt gekommen.

### **Mit ihr galt es dann zu klären, ob Conrad nicht nur Heizlüfter beschafft, sondern auch die Vorleistungen beim Umbau der Heizlüfter übernimmt?**

Ganz genau. Das Team in Hirschau hat zu Conrad Electronic International (CEI) in Asien den Kontakt aufgebaut. Denn Entwicklung, Qualitätsprüfung und Produktion sollten direkt beim Hersteller vor Ort passieren. Für uns hörte sich das nach einem logischen Konstrukt an und so haben wir das Projekt umgehend mit Conrad gestartet, nachdem sich die erste grobe Kalkulation als vorteilhaft bestätigt hatte.

### **Welche Vorteile haben Sie sich aus der Zusammenarbeit mit dem Conrad Team erhofft?**

Das sind in erster Linie vier Aspekte: Mit Conrad haben wir uns erstens einen Lieferanten an die Seite geholt, von dem wir erwartet haben, dass er bezüglich Zuverlässigkeit und Lieferfähigkeit zu unseren Ansprüchen passt. Die Kooperation hat uns zweitens die Chance eröffnet, ein individualisiertes Produkt zu bekommen, das wir auch gleich mit dem für TOI TOI & DIXI passenden Design branden lassen können. Drittens stand in Aussicht, ein fertig einsetzbares Produkt zu einem attraktiven Preis zu bekommen, zumal auch das Einbauzubehör aus dem Standardsortiment von Conrad stammt. Und viertens das für mich wichtigste Argument: Ich habe mit Conrad einen deutschen Lieferanten, der nachweist, dass das von uns eingesetzte Elektrogerät in der EU zugelassen ist und der als Inverkehrbringer die Verantwortung für den Einsatz dieses Customized Products übernimmt.

**Sie haben sich also auch in diesem Punkt voll und ganz auf Conrad verlassen?**

Hier war sicher ein Vorteil, dass ich die Leute von Conrad schon lange kenne. Ich habe daran geglaubt, dass Conrad das kann. Und ganz ehrlich: Per E-Mail einen Elektronikhersteller in Asien zu finden und dort eine eigene Supply Chain aufzubauen, dazu haben wir weder die Ressourcen noch das erforderliche Netzwerk. Vor allem, weil wir das ja vermieten und im Kundeneinsatz haben, war es mit Blick auf Zertifizierung und sicheren Einsatz umso wichtiger für uns, dass mit Conrad ein vertrauensvoller Partner dahinter steht.

**Und haben sich diese Erwartungen erfüllt?**

Ich muss sagen: Das hat beeindruckend gut geklappt. Insbesondere, weil wir ja im Jahr 2022 gestartet sind – inklusive aller damals weltweit bestehenden Ruckeleien in der Lieferkette. Dass das Conrad Team es in diesen Krisenzeiten bei einer Lead-Time von 180 bis 200 Tagen geschafft hat, on time im Oktober zu liefern, war durchaus faszinierend. Um ehrlich zu sein: Im Dezember hätten wir die Dinger nicht mehr gebrauchen können. Die hätten dann direkt wieder eingelagert werden müssen und wir hätten ein Jahr Umsatz verloren.

**TOI TOI & DIXI hat also den kompletten Prozess – vom Prototyping bis zur Verschiffung der individualisierten Heizlüfter – in die Hände von Conrad Electronic gelegt?**

On time mit so langem Vorlauf war für uns neu und auch echt ein Risiko. Aber für unsere Standardbedarfe haben wir eben kein eigenes Asia-Sourcing. Wir mussten uns also einfach drauf verlassen, dass der schöne Projektplan, den der Kollege von Conrad in eine Excel-Datei gepinselt hat, auch wirklich aufgeht in der Praxis. Und dem war so: Der komplette Prozess war für uns gut nachvollziehbar und wir wurden laufend über Zwischenschritte informiert. Am

Ende hat CEI für uns 5.000 Heizlüfter produziert, die in zwei Containern per Schiff aus Asien geliefert wurden – inklusive Tracking-Information.

**Gab es Schwierigkeiten oder Kinderkrankheiten bei der ersten Projektrunde?**

Ein Produkt speziell für uns entwickeln zu lassen und als Plug&Play Lösung fertig zu kaufen, war für uns eine völlig neue Erfahrung. Insofern war dieser Prozess ein gemeinsames Lernen und wir haben gemeinsam mit Conrad ein paar Dinge nachgesteuert. Beispielsweise kam im Nachgang von einer unserer Servicegesellschaften die Bitte, Typenschilder mit Seriennummern nachzuproduzieren, um die Geräte identifizieren zu können. Und auch hier ist uns Conrad zur Seite gesprungen, hat die Schilder produziert und sogar Seriennummern für die Charge entwickelt, die bei Folgebestellungen weitergeführt werden. Selbst ein zusätzlich erforderliches Zertifikat für den Einsatz des Heizlüfters in unseren Kabinen haben wir zeitnah von Conrad bekommen – und das, obwohl die Anfrage am 23. Dezember einging. Ich wäre immer so ehrlich, alles anzusprechen, aber es ist wirklich nichts Kritisches vorgefallen.



Personalisierter Heizlüfter von Conrad für TOI TOI & DIXI

**Haben Sie bereits neue Ideen, die ggf. gemeinsam mit Conrad realisiert werden könnten?**

Wir haben bereits eine neue Anfrage laufen, die auf der Heizlüfter-Thematik aufbaut. Es geht hier um konfektionierte und vorproduzierte Elektronikkomponenten für unsere Kabinenproduktion die wir gerne im Direktbezug aus Asien beschaffen würden. Auch diese sollen Plug&Play zur Verfügung stehen. Ging es bei den Heizlüftern um eine Gerätemodifikation, handelt es sich hierbei um ein noch etwas komplexeres Produkt, das speziell für uns entwickelt wird. Wir würden also auch hier gerne Conrads Kenntnis des asiatischen Lieferantenmarktes nutzen, um über die Kollegen dort Supplier Sourcing zu betreiben. Auch hier würde dann alles über Conrad laufen und wir bekommen ein sicheres und gesichertes Produkt mit Bemusterung und regelmäßiger Qualitätskontrolle direkt vor Ort in Hongkong. Wir nehmen die Mehrkosten, die durch den zusätzlichen Teilnehmer in der Wertschöpfungskette entstehen, gerne in Kauf, weil wir einfach zu wenige Bedarfe in diese Richtung haben, weshalb sich der Aufbau eines eigenen Asia-Sourcing nicht lohnt.

**Apropos Mehrpreis und Mehrwert. Auch die Logistik lief beim Heizlüfter-Projekt über Conrad. Können Sie auch diesen Service weiterempfehlen?**

Auch das ist meines Erachtens eine Stärke, die Conrad noch viel mehr ausspielen kann. In unserem Fall gingen die Container mit den Heizlüftern direkt nach Hamburg und anschließend ins Conrad Logistikzentrum nach Wernberg. Dort wurden die 60 Paletten ausgepackt, die Ware gemäß unserer Erstbestellmenge neu gebündelt und die Geräte anschließend per Spedition in unsere acht Hauptniederlassungen verteilt. Der Rest ging in unsere Hauptproduktion nach Gerstungen, wo unter anderem unsere Kunststoff-Produktion sitzt und auch die Aufbauten für unsere Servicefahrzeuge gefertigt werden.

**Sie sprechen gerade die Aspekte Kunststoffproduktion und Servicefahrzeuge an. Lassen Sie uns mit Blick darauf zum Abschluss noch auf zwei Themen eingehen, die uns alle derzeit beschäftigen: Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Welche Rolle spielen diese beiden Themen für Sie als Einkaufsleiter von TOI TOI & DIXI?**

Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht. Aber viele Menschen rümpfen beim Thema mobile Toilettenkabine die Nase. Wir arbeiten also ständig an der Beduftung und sind auch hier auf der Suche nach umweltfreundlichen Lösungen. Auch der Einsatz von Heizlüftern ist in rauen Umgebungen im Winter vielerorts unverzichtbar. Nicht nur, um die dringende Empfehlung diverser Berufsgenossenschaften zu erfüllen und den Besuch des stillen Örtchens angenehmer zu machen, sondern auch um das Einfrieren wassertragender Leitungen zu verhindern.

**Was also unternimmt TOI TOI & DIXI, um die Anforderung gesteigerter Nachhaltigkeit zu erfüllen?**

Kommen wir zurück zum Thema Kunststoff. Im Gegensatz zu Plastikverpackungen von Lebensmitteln beispielsweise, die eine Nutzungsdauer von einem Tag haben, werden unsere Kabinen im Durchschnitt 20 Jahre alt. Besonders stolz sind wir außerdem auf unser Produkt DIXI® Green, das wir zu ca. 50 % aus Recyclingmaterial, unter anderem aus gebrauchten Fischernetzen herstellen. Bei den Verbrauchsmaterialien achten wir bereits seit einigen Jahren auf Nachhaltigkeit und haben beispielsweise nur Toilettenpapier mit Blauer Engel-Zertifizierung im Einsatz. Auch unsere Serviceflotte ist ein großer Faktor: Seit einigen Monaten haben wir unsere ersten elektrischen Servicefahrzeuge für Toilettenkabinen im Einsatz. Sie sind Prototypen, die wir haben umbauen lassen. Sie haben genug Akkureichweite, um eine normale Tagestour mit 40 Kabinen abzudecken. Auch Geräte wie Hochdruckreiniger und Fäkalien sauger können

bei dieser Lösung komplett elektrisch betrieben werden. Und last, but not least, punkten wir natürlich mit dem ganz banalen Vorteil eines Plumpsklos: Werden in einer normalen Toilette zwischen 3 und 7 Liter pro Spülung verbraucht, benötigen wir pro Kabine und Woche im Schnitt weniger als 24 Liter Wasser für die komplette Benutzung und Reinigung.



DIXI® GREEN  
Credit: TOI TOI & DIXI Sanitärsysteme GmbH

**Vom Plumpsklo jetzt zum Schluss auf das Thema Digitalisierung überleiten. Ein krasser Schwenk – wir machen ihn trotzdem.**

**Vielleicht so: Mit welchen Maßnahmen sorgen Sie bei TOI TOI & DIXI dafür, dass die Beschaffungsprozesse laufen?**

Um unser Beschaffungsmanagement zu optimieren, haben wir eine neue Einkaufsplattform eingeführt, die auf einer Lösung von Coupa basiert. An dieser Plattform hängt auch die Conrad Sourcing Platform per PunchOut dran, seit kurzem sogar inklusive Marktplatz-Angebot. Im August haben wir außerdem unseren internationalen Rollout gestartet. Unsere sechs größten internationalen Standorte – Tschechien, Polen, Schweiz, Belgien, Österreich und die Niederlande – sind bereits angebunden und auch sie können somit via E-Procurement auf Artikel von Conrad per PunchOut zugreifen.

**Lieber Herr Elsner, vielen Dank für das Gespräch!**



Elektrisches Servicefahrzeug für Toilettensäle  
Credit: Tobias Kromke, i.A. der TOI TOI & DIXI Fahrzeugtechnik GmbH

# **Product Sourcing & Development mit Conrad.**

## **Von der Idee zum fertigen Produkt.**



**Holm Lehmann, Head of Key-Account-Management**

**North/East bei Conrad:**

„Mit unseren Leistungen im Bereich Product Sourcing & Development unterstützen wir Unternehmen dabei, individualisierte Produkte einfach und schnell aus Fernost zu beziehen. Stellvertretend für den Auftraggeber kümmern wir uns zusammen mit dem Team von Conrad Electronic International und deren Herstellernetzwerk vor Ort um Entwicklung, Prototyping, Qualitätskontrolle, Zertifizierung und Logistik. Für unsere Geschäftskunden heißt das: Langwierige Verhandlungen mit Herstellern in Fernost entfallen. Stattdessen bekommen sie ein exakt auf ihre Anforderungen zugeschnittenes Produkt – just in time und in der gewünschten Qualität.“

### **FAQ: Von der Idee zum fertigen Produkt – So funktioniert's!**

Seit über 35 Jahren ist Conrad Electronic International (CEI) in Asien aktiv. Unser Team agiert direkt vor Ort und bietet somit direkten Zugang zum Beschaffungsmarkt in Fernost. Genau diese langjährige Partnerschaft und örtliche Nähe zu hochspezialisierten und zuverlässigen Top-Lieferanten und -Herstellern macht die Zusammenarbeit mit Conrad unschlagbar. Doch wie genau funktioniert das Projektgeschäft? Hier kommen die Antworten!

### **Welche Vorteile bietet mir die Zusammenarbeit mit dem Conrad Team im Bereich Private Labeling und/oder Produktentwicklung?**

Die Antwort ist einfach: Sie sagen uns, was Sie suchen – und das Conrad Team findet es. Am richtigen Ort, beim richtigen Lieferanten und zum richtigen Preis. Durch langjährige Beziehungen zu Herstellern in Asien kennen wir den richtigen und kompetenten Partner, um Ihre Ideen zum Leben zu erwecken. Daneben ermöglichen wir den Direktimport aus Asien, denn Großmengen können sich enorm auf den Einkaufspreis auswirken und die Wettbewerbsfähigkeit steigern. Auch kleinere Serien von Werbeartikeln oder personalisierten Promartikeln sind gemeinsam mit uns und unseren Partnern in Asien realisierbar.

**Ich bin auf der Suche nach einer Komplettlösung aus einer Hand. Werde ich bei Conrad fündig?**

Auf jeden Fall. Wir unterstützen bei der Produktpersonalisierung und bei der Realisierung von Volumengeschäften. Zusätzlich gehört, sofern gewünscht, die Produktentwicklung zu unserem Portfolio, wobei auch hier die Anforderungen, Designwünsche und Spezifikationen unserer Kunden im Mittelpunkt stehen. Auch eine transparente

Kostenkalkulation sowie detaillierte Qualitäts-sicherung sind für uns selbstverständlich. Wir begleiten unsere Kunden also von der Geschäftsidee über den Prototyp bis zum marktreifen Produkt. Im Zuge dessen kümmern wir uns auch um maßgeschneiderte Verpackungslösungen, flexible Verpackungseinheiten, das Verpackungsdesign, Produkthandbücher, Qualitätskontrollen, Zertifizierungen, den Versand und eine pünktliche Lieferung direkt an Ihren Standort.

## Die drei Säulen unseres Projektgeschäfts

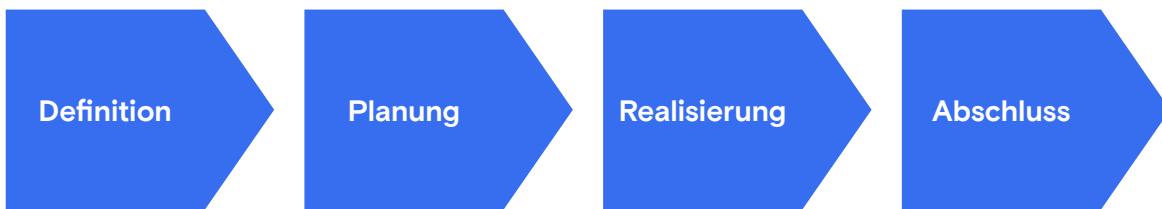
**Entwicklung      Personalisierung      Volumengeschäft**

**Idee, Skizze, Prototyp, Produkt – Das sind die entscheidenden Steps bei der Neuentwicklung eines Produkts. Wie gestaltet sich für mich dieser Prozess, wenn ich mich für Conrad als Partner entscheide?**

Kunden, die eine Produktidee haben und ihre Umsetzbarkeit prüfen wollen, setzen sich ganz unverbindlich mit unserem Projektteam in Verbindung. Das geht ganz einfach per Formular auf unserer [Serviceseite](#). Im Anschluss daran prüfen wir Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit. Der nächste wichtige Bestandteil des Pflichten- bzw. Lastenheftes ist die Skizze. Nach deren Erstellung durch den Kunden stimmen wir das Projekt mit unseren Partnern in Asien ab und gehen in die

Entwicklungsphase. Ist diese durchlaufen, startet der Prototypenbau. Über digitale Kommunikationskanäle ist der Kunde optimal mit in den Ablauf eingebunden und stets informiert. Nach Freigabe des Prototyps durch den Kunden kann die Serienfertigung anlaufen. Nach Fertigstellung der ersten Produktionseinheit wird diese auf den Transportweg übergeben und der Kunde kann direkt in die Vermarktung übergehen.

## Projektabwicklung



- Zieldefinition
- Risikobewertung
- Analyse der Interessensgruppen
- Grobe Planung
- Kick-off
- Zeitpläne
- Kosten
- Qualität
- Angebotserstellung
- Prototyping

- Auftragsabwicklung
- Überwachung der Fristen
- Nachkontrolle
- Berichterstattung an Kunden
- Lieferung
- Nachkalkulation
- „Lessons-Learned“

### Gibt es Produktkategorien, die besonders im Fokus stehen?

Ob Messgerät, Handwerkzeug, Elektrische Werkzeuge, Informations- und Kommunikationstechnologie, Gebäudetechnik, Komponenten und Stromversorgung, Unterhaltungselektronik, Geschenk- und Werbeartikel oder auch Modellbau – unser Netzwerk ist breit aufgestellt, wenn es um klassisches Volumengeschäft, Werbeartikel oder personalisiertes Produktdesign geht. Das kommt uns auch bei Neuentwicklungen zugute, weil wir über unsere Partner schnell und kosteneffizient die erforderlichen Qualitätsteile organisieren können.

### Stehen Kunden, die den Product Sourcing & Development Service von Conrad nutzen, auch Versand- und Logistik-lösungen zur Verfügung?

Genau. Wir liefern die Ware gemäß der individuellen Wünsche unserer Kunden. Gewählt werden kann zum Beispiel die Freihaus-Lieferung, bei der sich Conrad um den Transport zum definierten Zielort kümmert und dabei auch Risiko und Kosten gegen Bezahlung komplett übernimmt. Alternativ bietet sich „Free on board“ (FOB) als Logistiklösung an, die deutlich bessere Konditionen bietet. Hier liefert Conrad die

## Unser Service, Ihr Produkt!

### Ihre Vorteile, weil wir direkt vor Ort in Asien sind:

- Eigene Produktentwicklung durch erfahrene Engineering-Teams
- Maßgeschneiderte Beschaffungsstrategien und Produkttests vor Ort
- Dienstleistungen rund um Produktzulassungen und Vorschriften
- Ein Produktkatalog mit mehr als 18.000 Artikeln
- 1.500 neue Produkte pro Jahr

Ware ans Schiff. Ab der Beladung bis zum Transport der Ware an den Bestimmungsort übernimmt dann der Importeur sowohl Kosten als auch Risiken. Last, but not least, können Kunden auch unser Lager im Logistikzentrum in Wernberg-Köblitz für Abrufaufträge nutzen. Die Vorteile sind unter anderem sofortiger Zugriff bei Bedarf und Bevorratung ohne direkte Lagerkosten.

# Ihr Kontakt für eine persönliche Beratung und Unterstützung



**Dr. Jan Gerrit Lonnemann**  
Head of Project Business

jan.lonnemann@conrad.de  
Tel. 0 151/20 34 42 66



**Dipl.-Ing. (FH)  
Wolfgang Lex**  
Head of Technical Sales

wolfgang.lex@conrad.de  
Tel. 0 151/40 62 30 12

**Klingt gut?  
Verlieren Sie  
keine Zeit.  
Kontaktieren  
Sie uns.**

[conrad.de/direktimport](http://conrad.de/direktimport)

