49335 • 25. Jahrgang • No. 03 / 2023

HOSTS OF THE EROTIX AWARDs 2023 • Strengstes Jugendverbot

eLine

Europe's first choice for the erotic trade

Official media cooperation partner

eroFame

anme SHOW

XBIZ

LELO at twenty

Celebrating the most pleasurable anniversary

20 YEARS OF PLEASURE

Get ready for
the next wave of
surging pleasure
Stock Photo. Posed by Model.

Satisfyer

Pro 2
Generation 3

+ Vibration
+ Full Silicone
+ Bluetooth / App

MSRP
89,95 €

Wholesale price
50,95 €

Air Pulse

LIQUID AIR TECHNOLOGY

2 in 1
AIR PULSE + VIBRATION

RHYTHMS

WATERPROOF

CES TWICE Picks AWARDS WINNER
Satisfyer App

CES INNOVATION AWARDS 2021 HONOREE

15 YEAR GUARANTEE

Satisfyer Connect App

Bluetooth®

GET IT ON Google Play

Download on the App Store

52

Dale Bradford dokumentiert den Wandel und Aufstieg der Sex Toy Industrie in einem Buch

Wie erreicht die Kondommarke MISTER SIZE ihre Zielgruppe? Jan Vinzenz Krause und Eva Krause klären auf

32

42

Sarah Moglia, Head of Innovation der Lovehoney Group, beschäftigt sich mit den Sex Toy Trends 2023

60

Es wird Frühling – auch bei Prowler Underwear. Justin Vickers präsentiert die neue Frühling / Sommer Kollektion

66

Von ehrgeiziger Arbeit an mehreren Fronten spricht Briana Watkins in Hinblick auf die Vorhaben von Swiss Navy in den nächsten Monaten

92

Das Monthly Mayhem fällt dieses Mal etwas länger aus, da Michael Guilfoyle (XR Brands) so viele interessante Dinge zu erzählen hat

82

Anne Meunier skizziert, welche Pläne und Ziele Lovely Planet dieses Jahr und darüber hinaus verfolgt

‚Bound in Elegance' – Danny Linden (It's Diva Time) veröffentlicht eine neue Kollektion

76

News:
Internationales Marktgeschehen 06

Feature:
Früher war nicht alles besser…
aber einiges leichter 26

Interview:
Eva und Jan Vinzenz Krause (MISTER SIZE) 32

Interview:
Sarah Moglia (Lovehoney Group) 42

Interview:
Dale Bradford 52

Interview:
Justin Vickers (Prowler Underwear) 60

Interview:
Briana Watkins (M.D. Science Lab) 66

Interview:
Danny Linden (It's Diva Time) 76

Interview:
Anne Meunier (Lovely Planet) 82

Monthly Mayhem: 92

Highstreet: 104

eLine Kalender: 108

Vorwort

Liebe Leser,

unser Markt hat eine beeindruckende Entwicklung vollzogen und mauserte sich besonders in den letzten 20 Jahren zu einer rasant wachsenden globalen Industrie. Diesen Aufstieg hat Dale Bradford jetzt in seinem Buch ‚From Sex Shops To Supermarkets: How Adult Toys Became A Multi-Billion-Pound Industry' dokumentiert. Es beschreibt, wie unser Markt, der lange nicht ernst genommen und sogar stigmatisiert wurde, zu etwas angewachsen ist, das sogar die Aufmerksamkeit von Investoren auf sich zieht. Und auch wenn das Vorwort eigentlich nicht für Werbezwecke genutzt werden sollte, möchte ich Ihnen das Buch ans Herz legen, denn es ist nicht nur eine wertvolle Ressource für alle, die in unserer Industrie tätig sind oder sich sonst irgendwie mit ihr beschäftigen, sondern es erzählt auch eine fesselnde Geschichte.

In diesem Sinne,
Matthias Johnson

Kimberly Huismans verstärkt das Sales-Team beim ORION Wholesale

ORION Wholesale

Der ORION Wholesale ist seit Jahrzehnten ein verlässlicher Partner des internationalen Erotik-Handels und heute einer der größten Erotik-Großhändler Europas – und mit Kunden in über 50 Ländern auch weit darüber hinaus erfolgreich.

Denn neben einem umfassenden, qualitätsgeprüften Bestseller-Sortiment ist das Unternehmen für seinen Service und seine maßgeschneiderten Vertriebslösungen bekannt. Dieser Service wird permanent optimiert, weshalb Kimberly Huismans jetzt das Sales-Team des ORION Wholesale verstärkt. Kimberly Huismans hat ihren Master in International Business & Management sowie ihren Bachelor in International Business & Languages an der Universität Groningen gemacht. Seit Ende letzten Jahres unterstützt sie als Key Account Managerin das Sales Team des ORION Wholesale. Hier wird sie die B2B Kunden in den Niederlanden und Belgien sowie in Spanien und Portugal betreuen. Neben ihrer Muttersprache Niederländisch spricht Kimberly Huismans auch Deutsch, Englisch und Spanisch. „Ich bin sehr glücklich, dass ich die Möglichkeit habe, ein Teil des ORION Teams zu sein und fühle mich hier schon jetzt nach so kurzer Zeit richtig wohl", sagt Kimberly Huismans. „Ich freue mich darauf, unsere Kundinnen und Kunden zu treffen, die Beziehungen auszubauen und unsere spannende Branche kennenzulernen."

In ihrer Freizeit geht Kimberly Huismans gerne in ihrer neuen Heimat an der Flensburger Förde spazieren. Lange Spiele-Abende mit einer guten Mischung aus Brett-, Würfel- und Kartenspielen sind bei ihr oft am Wochenende angesagt. Und sie ist aktuell auf der Suche nach einem neuen Verein, in dem sie ihrer großen Leidenschaft nachgehen kann – dem Fußball spielen.

CalExotics präsentiert Contour

SCALA

Contour von CalExotics ist eine Serie von Vibratoren, die sich an die Körperkonturen anschmiegen und für ultimatives Vergnügen sorgen.

Die Contour Kollektion umfasst drei Modelle: Demi, Zoie und Kali. Alle drei bestehen aus hochwertigem Liquid Silicone, das weich und geschmeidig ist und eine luxuriöse Haptik vermittelt, aber auch langlebig und wasserfest ist. Jedes Produkt aus der Contour Kollektion ist so konzipiert, dass es sich biegt und krümmt

und genau die richtige Position für alle Arten von Vergnügen einnehmen kann. Demi ist ein Wand Vibrator, während Zoie und Kali zwei Vibratoren für noch mehr Abwechslung sind. Die Contour Kollektion von CalExotics ist exklusiv bei SCALA erhältlich.

ST RUBBER

Schneider & Tiburtius Rubber Vertriebsgesellschaft mbH
D-66787 Wadgassen-Hostenbach
T +49 6834 4006-0 · F +49 6834 4006-11
info@st-rubber.de

STRUBBI.COM

Nexus Tornado kommt auf den Markt

Vibration & Rotation

Nexus hat einen neuen Butt Plug herausgebracht, der nicht nur vibriert, sondern auch rotiert.

Der treffend benannte Tornado verfügt über drei Rotations- und sechs Vibrationsfunktionen, die gleichzeitig oder einzeln genutzt werden können. Die Funktionen können am Toy selbst oder mit der Fernbedienung (mit bis zu acht Metern Reichweite) gesteuert werden. „Wir haben die Funktionen von Vibration und Rotation kombiniert, um ein wirklich befriedigendes Erlebnis zu bieten“, sagt Monique Carty, Geschäftsführerin von Nexus. „Ein zusätzlicher Bonus ist, dass man die Funktionen unabhängig voneinander oder zusammen nutzen kann.“ Die erste Größe, die auf den Markt kommt, ist ’small‘ und macht Tornado zum perfekten Toy für Anfänger oder diejenigen, die ihr ihren Horizont erweitern wollen. Der Nexus Tornado Butt Plug und die Fernbedienung sind beide wiederaufladbar und wasserdicht.

ORION Wholesale ist Vollsortiment-Kooperationspartner von Shunga

Der ORION Wholesale erweitert ab sofort sein umfangreiches Angebot um das gesamte Sortiment des kanadischen Sexual-Wellness-Brands Shunga. Ob Gele, anregende Massage-Öle, stimulierende Kosmetik oder – ganz neu – auch Sextoys: Die im Design von japanischer Kunst inspirierte Produktpalette verwöhnt mit ihrem asiatischen Flair nicht nur das Auge, sondern auch alle anderen Sinne. Angenehme Düfte und natürliche Inhaltsstoffe sorgen bei einem ausführlichen Vorspiel oder während einer anregenden Partnermassage für angenehme Entspannung und intensive, intime Wohlfühlmomente. Bereits seit vielen Jahren bietet der ORION Wholesale die Artikel von Shunga an und freut sich darauf, jetzt das gesamte Shunga-Sortiment anbieten zu können. „Wir schätzen das Team und die qualitativ hochwertigen Produkte von Shunga sehr und sind stolz darauf, die bisherige Zusammenarbeit jetzt zu intensivieren und die Produkte erfolgreich zu vermarkten“, sagt Björn Radcke, Head of Sales & Marketing beim ORION Wholesale.

NEW

alpha™ RING

BOOST PERFORMANCE

14851
Alpha Muscle Ring
RRP: €15,99

14855
Alpha
All Star Ring
RRP: €15,99

CALEXOTICS®

14854
Alpha Precision Ring
RRP: €18,99

14856
Alpha Dual Magnum Ring
RRP: €18,99

14852
Alpha Erect Ring
RRP: €15,99

LIQUID SILICONE

14850
Alpha Sexagon Ring
RRP: €15,99

SCALA-NL.COM
SALES@SCALA-NL.COM
+31 (0)24 202 2390

SCALA

ean Europe's 1st choice for the erotic trade presents: eLine

eroFame

Global Trade Convention

The international b2b trade fair for the erotic industry

Internationale b2b Fachhandelsmesse für den Erotikmarkt

Hannover Messe • 30521 Hannover • Deutschland

11.–13. Oktober 2023

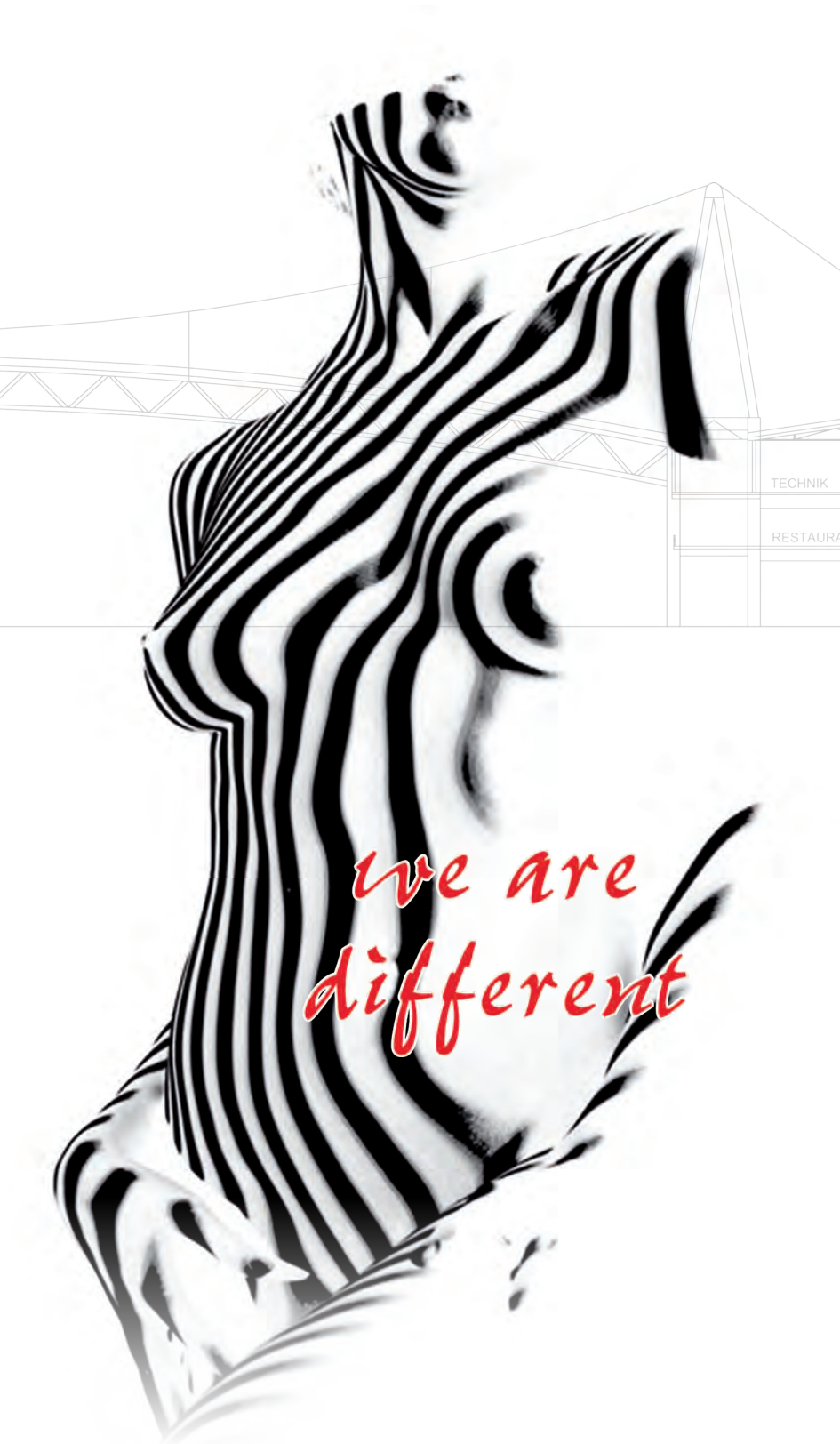
Nur für Fachhändler. Eintritt frei.

Toys • Fashion • Pharmaceuticals • Consumables • Movies • Magazines
and much, much more

Toys • Mode • Pharmazeutika • Hilfsmittel • Filme • Magazine
und vieles mehr

die eroFame 2023 wird gesponsert von:

SCALA JOYDIVISION ...my Lovestyle! ORION



Europas bedeutendste Erotikfachmesse:

- Nur für Fachpublikum
- Freier Eintritt für registrierte Fachbesucher
- Konzentrierte Kundengespräche in Business-Atmosphäre
- Internationales markt-relevantes Ausstellerfeld
- Shuttle-Service zu den Partner-Hotels

- Catering für Ihre Kunden
- Einzigartiges Ausstellungsgelände in der Expo-Stadt Hannover
- Oktoberfest für alle Besucher und Aussteller

Contact:
mediatainment productions GmbH
eroFame GmbH
Große Kampstraße 3
31319 Sehnde
Germany

Tel: +49(0)5138 60 220-0
Fax: +49(0)5138 60 220-29
info@erofame.eu

pjur®

st RUBBER

Hot N‘ Cold Vibrator für heiß-kalte Stimulationen

Neu beim ORION Wholesale

Die Haut ist die größte erogene Zone unseres Körpers und reagiert sensibel auf Temperaturveränderungen.

Kommt sie mit kalten oder heißen Gegenständen in Kontakt, können Berührungen intensiver erlebt werden. Das kann sich auch beim Liebesspiel sehr stimulierend auswirkend. Deshalb gibt es beim ORION Wholesale ab sofort den Hot N‘ Cold Vibrator von You2Toys für heiß-kalte Stimulationen. Der Vibrator mit abgeflachter Massage-Spitze hat eine Wärmefunktion bis maximal 43°C für ein körperwarmes Feeling sowie eine Kälte-Funktion für den optimalen Frische-Kick. Der Hot N‘ Cold Vibrator ist vielseitig verwendbar: Er lässt sich für Intim-Stimulationen vaginal oder anal einführen, sowie mit seiner abgeflachten Spitze zur gezielten Massage an Hotspots oder anderen Körperpartien auflegen. Per Knopfdruck können dann die Vibrationen sowie die gewünschte Wärme oder Kälte eingeschaltet werden. Dabei verwöhnen nicht nur die 7 verschiedenen Vibrationsmodi, sondern auch die Wärme oder Kälte in Sekundenschnelle, und alles ist bequem direkt am Toy steuerbar. Dieser Allrounder lässt sich dank seines Leichtgewichtes (178 g) wunderbar in jedes Solo-, Vor- und Liebesspiel einbeziehen – und kann sogar mit in die Badewanne oder unter die Dusche genommen werden, denn das gute Stück ist wasserdicht.

Neu: Der Nexus Duo Plug

Der Nexus Duo Plug ist ein vibrierender Butt Plug, der über eine Fernsteuerung kontrolliert wird. Er ist für optimalen Komfort und Befriedigung geformt, besteht aus festem und doch flexiblem Silikon und hat sechs Vibrationsmodi. Die neueste Veröffentlichung von Nexus ist klein, aber fein, mit einem superstarken Motor, der starke Vibrationen liefert, die im ganzen Toy widerhallen. „Der Duo Plug ist so konzipiert, dass er an Ort und Stelle bleibt und starke Vibrationen liefert, die vom Benutzer oder einem Partner gesteuert werden können“, so heißt es aus dem Unternehmen. Der Nexus Duo Plug und die Fernbedienung sind beide wiederaufladbar und wasserdicht.

ST RUBBER

Schneider & Tiburtius Rubber Vertriebsgesellschaft mbH
D-66787 Wadgassen-Hostenbach
T +49 6834 4006-0 · F +49 6834 4006-11
info@st-rubber.de

STRUBBI.COM

JOYDIVISIONs Beteiligung am Grünen Punkt

Fachgerechte Verwertung von Verpackungen

Die DIN EN ISO13487-zertifizierte JOYDIVISION international AG aus Hannover trägt durch die Teilnahme am Dualen System ‚Grüner Punkt' für die fachgerechte Verwertung ihrer Verpackungen bei.

Das schützt endliche Ressourcen, das Klima und die Umwelt. Ist der Grüne Punkt auf eine Verpackung gedruckt, so zeigt der Hersteller dieser Verpackung, dass er die Pflichten des Verpackungsgesetzes erfüllt.Auch im Jahr 2022 hat JOYDIVISION durch diese Maßnahme zu umfangreichen Einsparungen beigetragen. Die durch JOYDIVISIONs Beitrag vermiedene Menge an CO^2 entspricht der Menge, die 9.420 m2 Wald in einem Jahr aus der Luft filtern. Auch heute noch hat der Grüne Punkt den größten Marktanteil unter den deutschen Recyclingsystemen. Seit 2009 muss der Grüne Punkt nur noch freiwillig abgebildet werden. Verbraucher haben so die Sicherheit, dass die Verpackungen der Topseller AQUAglide, BIOglide, Soft-Tampons, WARMup und auch alle weiteren Verpackungen aus dem Hause JOYDIVISION dem System fachgerecht zugeführt werden.

Rasantes Wachstum der Erotikindustrie wird in einem neuen Buch beschrieben

‚From Sex Shops to Supermarkets' beschreibt das phänomenale Wachstum des Markts und zeigt, wie Fernsehen, Kino und Prominente sich auf ihn stürzten. In dem Buch werden viele Meilensteine der Branche vorgestellt, darunter ein Unterhaltungselektronikriese, der sein eigenes Sex Toy auf den Markt brachte, eine Privatklage, die das Geschäftsmodell von Ann Summers hätte bedrohen können, und die Liebeskugeln-Knappheit im Jahr 2012. Das Buch endet damit, dass Investoren den Fuß in den Markt setzen. Geschrieben von Dale Bradford (von 2003 bis 2022 war er Redakteur beim ETO Magazin, dem britischen Fachmagazin für den Erotikmarkt), ist das Buch gespickt mit Interviews und interessanten Einblicken. ‚From Sex Shops To Supermarkets' ist ab sofort als Taschenbuch und ebook auf den Amazon-Plattformen weltweit erhältlich.

BIO

Line of Lubricants

Organic & Vegan

Exclusive for those who do not compromise on their sustainability values even during those intimate moments.

Products Not Tested On Animals

HOT Productions & Vertriebs GmbH /// Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck ///
AUSTRIA email: office@hot-dl.com /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9

Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w panstwa hurtowniach

HOT
London - Miami - Tokyo

Whipsmart leuchtet in Blau

Die Produkte werden im März bei Tonga eintreffen

Das neue Whipsmart Bondage Sortiment bietet alle beliebten BDSM-Artikel wie einen Silikon-Kugelknebel, Handschellen, ein Paddel und einen Flogger.

Es gibt auch ein Halsband mit Leine, einen Hogtie mit Handschellen und ein Set für die Fesselung unter dem Bett in dieser neuen Whipsmart Produktlinie. Das Besondere ist, dass die Produkte im Dunkeln blau leuchten! Bei Tageslicht sind die Produkte schwarz und weiß, aber in der Dunkelheit leuchtet das wunderschöne Blau hell. Konsumenten werden das blaue Leuchten auf der Polsterung der Manschetten, auf dem Silikonball, an den Rändern des Hogties, dem gesamten Griff und den Schnüren des Floggers, an den Rändern des Paddels, sehen. Auf den Verpackungen ist ein Model abgebildet, das die Produkte im Dunkeln trägt, so dass für die Kunden sofort klar ist, dass es sich um im Dunkeln leuchtende Produkte handelt und was in der Verpackung enthalten ist.

Neu bei SCALA: der ACE Multi-Play Vibe von Nu Sensuelle

Wer eine Prostata besitzt, sollte ihr eine Massage gönnen. Das kann nicht nur viele gesundheitliche Vorteile bringen, sondern fühlt sich auch fantastisch an. Der seidenweiche ACE Massager von Nu Sensuelle ist bereit für ein intensives Prostatavergnügen. Ein Blick auf den Kopf des Toys verrät, dass er speziell entwickelt wurde, um jedes Mal das Ziel zu treffen. Die lange, schlanke Form ist flexibel und passt sich der Körperform an. Der ergonomische Griff bietet volle Kontrolle über Tiefe und Druck. Sobald die individuelle Wohlfühlzone gefunden worden ist, liefert ACE dank seiner zwei leistungsstarken Motoren - einer an der Spitze und einer im Schaft - eine unglaublich angenehme Stimulation. Das einzigartige Motordesign sorgt dafür, dass die Vibrationen gleichmäßig über die gesamte Oberfläche des Toys verteilt werden. Die 15 Vibrationsmuster werden mittels intuitiver Bedienelemente gesteuert. ACE ist wiederaufladbar, 100% wasserdicht, aus 100% körperverträglichem Silikon und jetzt bei SCALA erhältlich.

ANOS

FINEST BUTT WEAR

ORION WHOLESALE

PLUG & PLAY

0555878

FUNKTIONALITÄT
VERGNÜGEN
SUCHTPOTENTIAL

0555894

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de

2301-075

Lola Games präsentiert die ‚Universe' Kollektion

Vier neue Vibratoren

Die Universe Kollektion von Lola Games wurde entwickelt, um das Problem der Orgasmuslücke zu beseitigen - die Diskrepanz zwischen der sexuellen Befriedigung bei heterosexuellen Paaren.

Denn, so sagt die Marke, mit Hilfe dieser wiederaufladbaren Vibratoren ist es einfach, die verborgenen Superkräfte der Klitoris zu wecken. Vier einzigartige Formen, von denen jede bei der Anwendung ein besonderes Gefühl vermittelt, stehen zur Verfügung: Mamasita's Fantastic Shield bedeckt die Vulva vollständig mit zwei ‚Arbeitsflächen' und überträgt die Vibrationen auf die gesamte Oberfläche. Anwender können eine sanftere oder stärkere Stimulation auswählen, je nachdem welche Seite des Toys sie nutzen. Playful Bonbon's Powerful Spear stimuliert die Klitoris, indem er isie mit seinen Ohren umschließt.Airy's Mystery Arrow berührt die Klitoris nur ganz knapp und sorgt dank seiner zarten Nadelform für eine umhüllende Stimulation. Rocky's Fairy Mallet stimuliert die Klitoris perfekt sowohl von außen als auch von innen. Dabei macht sein anatomisch gebogene Form den Vorgang so bequem und einfach wie möglich. Die Vibratoren halten auch den extremsten Situationen stand. Dank des IPX7-Standards können sie sogar unter Wasser verwendet werden - die Toys sind komplett wasserdicht und besitzen eine Laufzeit von einer Stunde. Sie sind zudem wieder aufladbar, aus hypoallergenem Silikon gefertigt und besitzen zehn Vibrationsmodi. e

MY.SIZE Mix jetzt bei ST RUBBER erhältlich

Ab sofort sind die neuen Mix Artikel von MY.SIZE bei ST RUBBER erhältlich. Die Kondome werden in den Größen 49 bis 69 angeboten. Unterschieden wird zwischen der 10er und der 28er Packung. Bei weiteren Rückfragen hilft Ihnen gerne der Kundenservice von ST RUBBER unter der Telefonnummer 06834 4006-0 oder besuchen Sie einfach den Online Shop: www.strubbi.com e

couples CHOICE

ORION WHOLESALE

PAARTOYS DER EXTRA-KLASSE

0552313

0597333

VIELSEITIG EINSETZBAR

PERFEKT FÜRS VORSPIEL

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de

2301-075

XR Brands stellt die hochbelastbare ‚Saddle Pro Sex Machine' vor

Lovebotz Linie

XR Brands ist stolz darauf, die Saddle Pro Sex Machine aus ihrer Lovebotz Linie zu präsentieren. Die Saddle Pro ist robust und kann bis zu 220 kg Gewicht tragen.

Sie bietet langanhaltendes Vergnügen, ohne dass Nutzer Angst haben muss, zu wild oder zu grob zu werden. Saddle Pro bietet fünf Geschwindigkeitsstufen und zehn Vibrationsmuster, die mit der mitgelieferten Fernbedienung gesteuert werden können, und wird mit vier phthalatfreien, hochwertigen Silikonaufsätzen geliefert. Zu den Aufsätzen gehören ein großer, realistischer Dildo, ein langer Dildo mit rundem Kugelende, der für das Erreichen von Sweet Spots wie dem A-Punkt, G-Punkt oder P-Punkt entwickelt wurde, ein Doppelpenetrationsaufsatz mit einem gerippten Dildo und einem kleinen Analplug sowie ein stimulierender Noppenaufsatz, der sich perfekt zum Reiben eignet. Die solide gebaute Maschine ist mit einer Gewichtskapazität von 220 Kilo und einer Metallstruktur, die mit dickem Kunststoff ummantelt ist, besonders zuverlässig, so dass der Motor geschützt ist, während die Benutzer den Ritt ihres Lebens erleben können.

Der Mythologic Silicone Squirting Dildo

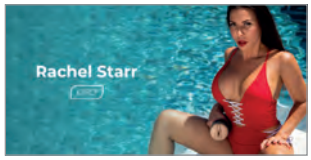
Die Mythologic Linie von Dreamlove besteht aus einer Reihe von Dildos, die alle aus hochwertigem Liquid Silicone bestehen und in zwei Versionen (mit und ohne Vibration) und verschiedenen Größen (S, M, L) erhältlich sind. Neu in der Linie ist der Mythologic Silicone Squirting Dildo. Er ist flexibel und gleitet sanft ins Innere, um alle erogenen Zonen zu massieren. Der breite Saugfuß haftet auf fast allen glatten Oberflächen und dient als Sicherheit, wenn es hart auf hart kommt. Der Mythologic Silicone Squirting Dildo verfügt über eine automatische Squirting-Funktion (mit einem maximalen Fassungsvermögen von 10ml), die die gewünschte Flüssigkeit dorthin schickt, wohin der Dildo gerichtet ist. Das Besondere am Mythologic Silicone Squirting Dildo ist nicht nur sein Material und der Spaß an der Ejakulation, sondern er ist auch mit dem Mythologic Strap-On Sortiment kompatibel.

Noir
HANDMADE®
NEUE KOLLEKTION
JETZT ORDERN!
ORION
WHOLESALE
2730677
BUSINESS MEETS PLEASURE
ORION-WHOLESALE.com
Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de
2301-075

Rachel Starr gehört ab sofort zur Feel Stars Kollektion von Kiiroo

Das FeelRachel Starr Stroker Sleeve ist jetzt erhältlich

Kiiroo begrüßt Rachel Starr in der Feel Stars Collection. Fans können jetzt Dank des FeelRachel Starr Stroker Sleeves erleben, wie es ist, mit dem Star intim zu sein.



Entwickelt, um mit dem Keon von Kiiroo kombiniert zu werden, können Nutzer des FeelRachel Starr Stroker Sleeves jede Bewegung des Stars spüren, während sie sich interaktive erotische Inhalte ansehen, die auf FeelMe AI und einer Vielzahl von Premium-Seiten verfügbar sind. Der Stroker Sleeve selbst ist so konzipiert, dass er Rachel Starrs Anatomie mit kontrastierenden Texturen nachahmt. „Ich fühle mich sehr geehrt, das nächste Kiiroo Feel Star Model zu sein! Es ist ein unglaubliches Gefühl, meinen eigenen Stroker zu haben“, sagt Starr. „Es hat sich herausgestellt, dass das Produkt genau so ist, wie ich es mir erhofft habe. Die Mitarbeiter von Kiiroo haben bei jedem Schritt mit mir zusammengearbeitet, um das Toy zu entwickeln, das ich mir für meine Fans immer gewünscht habe! Ich bin wirklich froh, dass ich mich mit Kiiroo zusammengetan habe, um meinen Fans eine Möglichkeit zu geben, mich wirklich zu ‚fühlen‘!“

Das neue Anal Jelly von Swiss Navy ist jetzt lieferbar

M.D. Science Lab teilt mit, dass ihr Anal Jelly Premium Personal Lubricant ab sofort ausgeliefert wird. Briana Watkins, Vertriebs- und und Marketingleiterin von M.D. Science Lab, sagt dazu: „Unser Anal Jelly Premium kombiniert die beliebtesten Elemente unseres silikonbasierten Swiss Navy Premium Anal Lubricant mit seinem Nelkenblattöl und unseres wasserbasierten Slip ‚N Slide Premium Jelly Lubricant. Jetzt können die Verbraucher das Beste aus beiden Formeln in einem extradicken wasserbasierten Anal-Gel mit Nelkenöl erleben.“ Die Zugabe von Nelkenblattöl ist einzigartig, da es den Wirkstoff Eugenol enthält, der ein natürliches Anästhetikum ist und antimikrobielle Eigenschaften hat, was wichtig sein kann, da die medizinische Forschung festgestellt hat, dass dies besonders vorteilhaft für diejenigen ist, die Analsex praktizieren.

ORION WHOLESALE

vibepad

Enjoy orgasms with a new kind of external stimulation!

29 x 20.7 x 4.2 cm

0594733

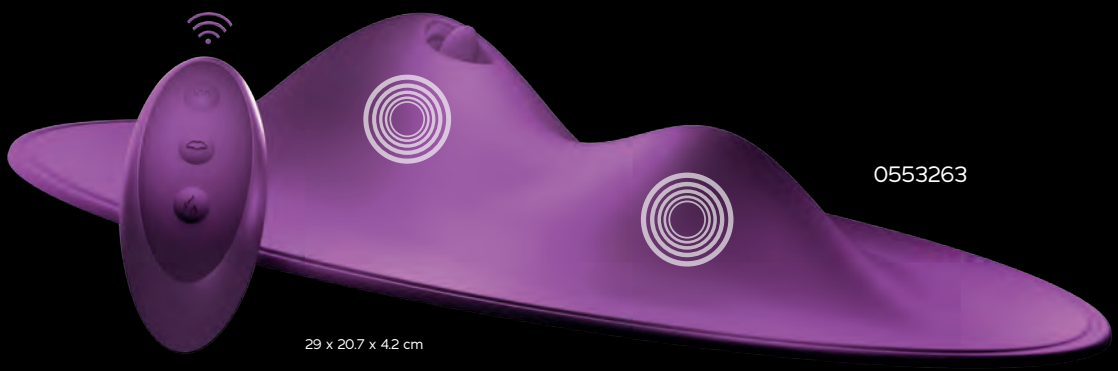
GERMAN DESIGN AWARD NOMINEE 2022

vibepad2

Enjoy orgasms with new kinds of stimulating functions!

Leck-Funktion

Wärme-Funktion



0553263

29 x 20.7 x 4.2 cm

ELEGANT – BEQUEM – PUNKTGENAU | ÄUSSERE ART DER STIMULATION NEU GEDACHT | SAMTWEICHES SILIKON | FLIESSENDE FORMEN VERSCHMELZEN PERFEKT MIT DEM KÖRPER

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de

2301-075

LELO
20 years
of pleasure
20
YEARS
OF PLEASURE

This year marks the 20th anniversary of launching LILY™, the first LELO sex toy that revolutionized the entire industry. It created a widespread demand for sexual wellness products, and our mission is to pave the path for those who wish to embark on this journey of self-discovery.

Today, LELO has established itself as the pioneering luxury pleasure brand, leading the market in design, innovation, technology, and reputation. We're offering the pleasure of discovering all the wonders of one's body and arming our customers with confidence that leads to a fulfilled, intimate life.

Retailers interested in stocking LELO products are invited to contact

sales@lelo.com | www.lelo.com

Früher war nicht alles besser... aber einiges leichter

Der Sex Toy Einzelhandel in Krisenzeiten

Ja

Colleen Godin,
EAN U.S. Korrespondentin

Auf der einen Seite wächst die Akzeptanz gegenüber Toys stetig und mit ihr die Nachfrage, auf der anderen Seite aber sind die Klagen aus dem Einzelhandel angesichts explodierender Betriebskosten und immer stärkerer Konkurrenz selten so laut wie heute. Sind also die Erfolgschancen im Einzelhandel zu bestehen, heute die gleichen wie in der Vergangenheit?

Die Materialkosten sind stark angewachsen geworden, die Versandkosten explodieren - und jeder versucht, ein Stück vom Sex Toy Markt abzubekommen. Die Betriebskosten für stationäre Geschäfte machen es schwierig, kostendeckend zu arbeiten. Und was Hersteller angeht, so besteht die Gefahr, dass Copycats Innovationen ‚klauen', für die viel Geld in Forschung und Entwicklung gesteckt worden ist. Ist das Jahr 2023 die einfachste Zeit in der Geschichte, um ein Sex Toy Geschäft zu eröffnen, ein Vertriebsunternehmen zu gründen oder als Hersteller zu agieren? Sicherlich nicht. Aber aus gesellschaftlicher Sicht spricht vieles für Sexual Wellness Marken. Denn die Verbraucher sind von Sex Toys begeisterter denn je. Warum sonst würden führende Mainstream-Magazine wie ‚Men's Health', ‚Glamour' und sogar ‚Seventeen' fast in jeder einzelnen Print-Ausgabe Artikel über sexuelle Gesundheit und Sex Toys veröffentlichen, ganz zu schweigen von den vielen Artikeln, die jeden Monat online erscheinen? Unsere Industrie ist auch offener denn je für neue Unternehmen, die bereit sind, zu lernen, sich zu beteiligen und ehrliche Geschäftsbeziehungen aufzubauen, selbst wenn eine neue Marke praktisch gesehen eine Konkurrenz darstellt. Einige helfen sogar neuen Geschäftsinhabern, die in den bekannten Branchenforen Rat suchen. Denn jeder weiß, dass je mehr sich am Wandel beteiligen, desto stärker wird dieser. Die Zahl der potenziellen Geschäftspartner hat sich stark erhöht, es gibt jetzt mehr Fabriken, die bereit sind, Sex Toys herzustellen, mehr Einzelhändler, die bereit sind, diese zu verkaufen und mehr Konsumenten, die danach verlangen. Zudem sehen Investoren Unternehmen in unserem Markt als legitime Einnahmequelle an. Das klingt durchaus nach guten Erfolgschancen. Und: zum ersten Mal steht eine große Mehrheit der Welt hinter Ihnen und unterstützt Ihren Traum, Geschäftsführer eines Sex Toy Unternehmens zu werden!

Nein

Ich denke, dass es nicht übertrieben ist, zu sagen, dass die Situation derzeit durchaus kompliziert ist. Neben den Problemen und Schwierigkeiten, mit denen sich der stationäre Einzelhandel schon viele Jahre herumschlagen muss und die wir schon unzählige Male thematisiert haben, sind viele neue dazu gekommen, hervorgerufen durch den Krieg in der Ukraine und seinen Auswirkungen. Nicht umsonst fallen in unseren Interviews in den letzten Monaten immer wieder Begriffe wie Inflation, Energiekrise, Konsumrückgang etc. Den stationären Handel trifft es am härtesten – Stichwort Betriebskosten – aber auch der ‚Goldrausch' im E-Commerce mit Sex Toys scheint gegenwärtig verflogen zu sein. Die Konkurrenz durch die riesigen Player im Markt ist nahezu übermächtig und die Großen fressen die Kleinen. Dem steht vielleicht gegenüber, dass nicht wenige den E-Commerce für den zukunftsträchtigsten Vertriebsweg für Sex Toys halten, aber nichtsdestotrotz macht es den Anschein, als sei das Klima derzeit auch in diesem Markt rauer. Deswegen würde ich der Aussage zustimmen, dass es früher leichter gewesen ist, im Sex Toy Einzelhandel zu bestehen und erfolgreich zu sein. Warum das so ist, liegt auf der Hand: wir leben gegenwärtig in durch Krisen gekennzeichnete unsicheren Zeiten. Leider lässt sich derzeit nicht sagen, wann und wie sich das ändern wird. Umso erfreulicher ist es zu sehen, dass es viele Beispiele gibt – und zwar im E-Commerce als auch im stationären Einzelhandel – die zeigen, dass es trotz der beschriebenen Widrigkeiten funktionieren kann.

Matthias Johnson, Chefredakteur

pjur INFINITY erobert Social Media

pjur startet erfolgreiche Influencer-Kampagne

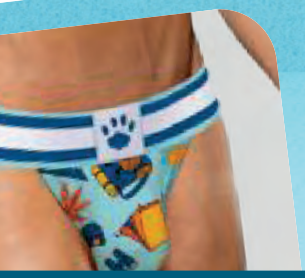
Mit der neuen Produktserie pjur INFINITY, die speziell für das Luxussegment und eine anspruchsvolle Käuferschicht kreiert wurde, geht pjur in vielerlei Hinsicht neue Wege. So unterscheidet sich die neue Produktserie nicht nur durch die Glasflasche deutlich von den bisherigen pjur Produkten. Auch vom Design schlägt pjur mit der neuen Produktserie eine ganz neue Richtung ein. Die pjur INFINITY Serie weist bereits alle Elemente des Brand-Refreshs auf und steht so exemplarisch für die neue Richtung der Marke. Darüber hinaus geht pjur ebenfalls in der Vermarktung des Produktes neue Wege und hat Ende Januar eine spannende Social Media-Kampagne mit zwei deutschen Top-Influencern gestartet.

Für das neue Premium-Gleitgel, das aufgr- und seines eleganten Designs mit der typischen Optik eines Gleitgels bricht, konnte pjur zwei deutsche Stars als Testimonials gewinnen, die wie pjur für Diversität und Freiheit sowie Selbstbestimmung in allen Lebensbereichen stehen: Jessica Huber und Hanna Sökeland, bekannt aus der Dating-Show 'Princess Charming'. Hanna und Jess sind wahre Power- Frauen. Man kann beide am besten beschreiben als: stark, modern und elegant. Sie stehen mitten im Leben und verkörpern ein selbstbestimmtes Leben – und selbstbestimmte Liebe. Genau wie pjur! Beide waren direkt von pjur INFINITY begeistert: Endlich ein hochwertiges Gleitgel mit moderner Erscheinung, das man gerne als Accessoire auf seinen Nachttisch stellt. Dabei überzeugte beide auch die Qualität von pjur INFINITY, die für die Marke oberste Priorität hat. So gehört pjur immer noch zu den wenigen Gleitgelherstellern, die bereits die MDR- Zertifizierung für medizinische Produkte der Klasse IIb erhalten hat: Zertifizierte Qualität und das seit über 27 Jahre 'Made in Germany'. Daher waren beide Stars sofort Feuer und Flamme, um für pjur zu werben und pjur INFINITY ihren Followern vorzustellen. Auf ihren Instagram-Kanälen, @jessi_jsworld_ und @hannasoekeland, haben beide von ihren persönlichen Erfahrungen mit pjur INFINITY gesprochen. Hierbei war es für pjur und die Influencer wichtig, eine authentische Produktrezension zu geben: Besonders begeistert waren sie von der Qualität des Premium-Gleitgels, das ein angenehmes Hautgefühl hinterlässt und nicht klebt. Und dazu sieht die Flasche auch noch richtig schick aus. Davon konnten sich auch die Follower der beiden überzeugen: Insgesamt 30 interessierte Fans konnten eine pjur INFINITY Pleasure-Box gewinnen, die sowohl die wasser- als auch die silikonbasierte Formulierung enthält. Die Resonanz auf dieses Gewinnspiel war überwältigend. Im Anschluss daran veröffentlichten die Gewinner ihre privaten Erfahrungen mit pjur INFINITY auf ihren Instagram-Accounts und wurden so selbst zu kleinen Influencern: Egal ob Post, Story oder Reel – der Kreativität waren keine Grenzen gesetzt. Auch hier zeigte sich die Instagram-Gemeinde vom neuen Premium-Gleitgel begeistert. Folglich war diese Kampagne ein voller Erfolg für pjur.

up to
80%
discount

Clearance SALE

Everything must go!



ONE-DC

Phoenixweg 6 | 9641 KS Veendam | the Netherlands
+31 (0) 598 690 453 | sales@one-dc.com | www.one-dc.com

Blow out prices on
more than 100 products

SCAN OR VISIT
bit.ly/ONE-DC-Clearance

„Wir sind und bleiben Experten für Kondome."

MISTER SIZE setzt auf unterschiedliche Wege, um die Zielgruppe zu erreichen

Jan Vinzenz Krause und Eva Krause

Sexuell übertragbare Krankheiten sind in Europa auf dem Vormarsch – Frankreich reagiert darauf und versorgt junge Menschen umsonst mit Kondomen. Eva und Jan Vinzenz Krause, Geschäftsführer der Vinergy GmbH und Markeninhaber von MISTER SIZE, ordnen diesen Schritt ein. Weitere wichtige Themen in diesem Interview sind Aufklärung, Social Media, eine App zur Messung der Penisgröße und zwei neue Produkte, mit denen MISTER SIZE sein angestammtes 'Kondom-Terrain' das erste Mal verlässt.

Das Thema Kondome ist derzeit in aller Munde: Frankreich hat sich entschieden, Kondome kostenlos abzugeben und auch in Deutschland wird darüber diskutiert, ob ein solcher Schritt nicht sinnvoll wäre. Wie verfolgen Sie als Kondommarke diese Diskussion?

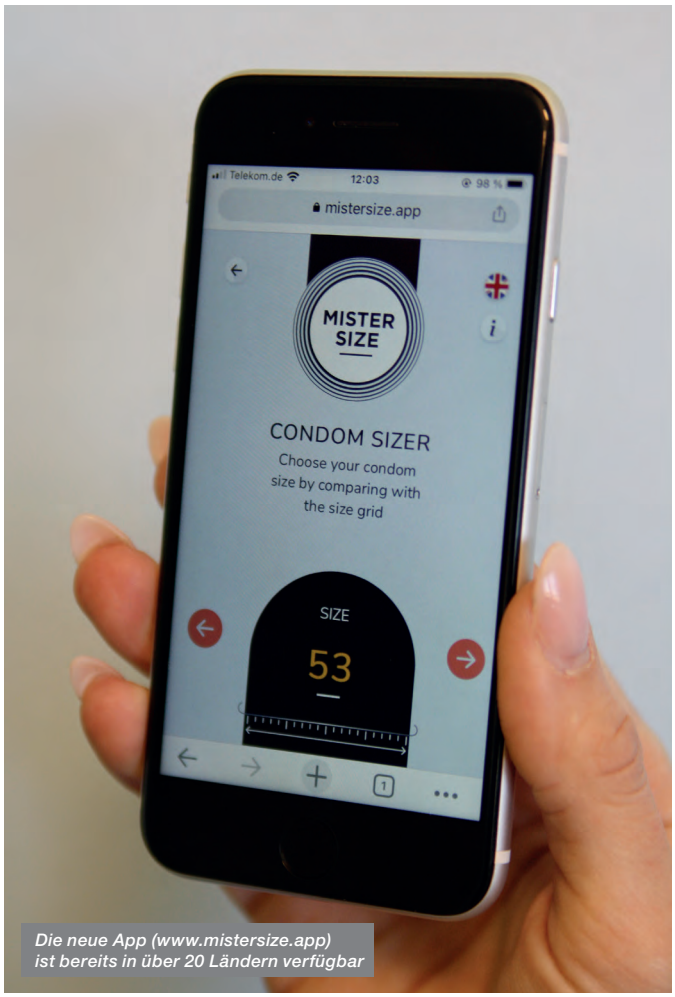
Eva und Jan Vinzenz Krause: Wir verfolgen das Thema intensiv in den Medien und tauschen uns dazu mit unseren Geschäftspartnern in Frankreich aus. Nach unserem Kenntnisstand wird in Frankreich eine Marke in einer Standardgröße kostenlos abgegeben und das nur an junge Menschen bis 25 Jahre. Wir sind genauso wie unsere Geschäftspartner überzeugt, dass hier weiterhin viel Raum für andere Marken ist. Da es bei dieser Maßnahme um die Bekämpfung der massiv steigenden Zahlen von sexuell übertragbaren Krankheiten in Frankreich geht, ist ein Kondom in sieben Größen, wie MISTER SIZE es ist, natürlich eine wirksame Lösung: Es ist sicherer und wird auch noch mehr genutzt, weil es angenehm sitzt. Das heißt: Fast so gut wie ohne mit den Vorteilen von 'mit'!

Wie Sie sagen, reagiert Frankreich mit den kostenlosen Kondomen vor allem auf eine rasante Zunahme der Infektionen mit sexuell übertragbaren Krankheiten. Gibt es Zahlen für andere europäische Länder?

Eva und Jan Vinzenz Krause: In Frankreich sollen die sexuell übertragbaren Krankheiten in den Jahren 2020 und 2021 um 30 % gestiegen sein. Auch in anderen Ländern steigen die Zahlen rasant. Für gesamt Europa lagen die Wachstumsraten zwischen 2015 – 2019 zwischen 9 % und 75 %. Insgesamt stecken sich jedes Jahr in Europa und UK über eine halbe Million Menschen mit einer der STI an. Die WHO spricht von einer 'Stillen Epidemie', weil die STI nicht selten symptomfrei verlaufen und so durch ungeschützten Geschlechtsverkehr unbemerkt weiter verbreitet werden und so zu Unfruchtbarkeit, Leberzirrhose, Krebs und Schwangerschaftskomplikationen führen. Die Verwendung von Kondomen sind eine wirksames Mittel gegen STI, allerdings verwenden nur 1/3 der Singles beim Sex konsequent Kondome.

Wie ist es aus Ihrer Sicht zu erklären, dass das Thema STI so ein stiefmütterliches Dasein fristet?

Eva und Jan Vinzenz Krause: Wenn Sex und Kondomgrößen immer noch ein Tabu



Die neue App (www.mistersize.app) ist bereits in über 20 Ländern verfügbar

Thema sind, dann sind es STI erst recht. Und wer spricht schon in der Familie, im Freundes- und Bekanntenkreis über sexuell übertragbare Krankheiten? Dass viele Erkrankungen symptomfrei verlaufen und somit unerkannt bleiben, trägt seinen Teil dazu bei. Dazu kommt, dass insgesamt zu wenig Aufklärungsarbeit geleistet wird.

MISTER SIZE hat sich von Beginn an für Aufklärung stark gemacht und kooperiert jetzt mit einer Organisation, die Studenten mit gratis Kondomen versorgt und gleichzeitig das Bewusstsein in Bezug auf das Thema STI schärft. Wie ist es dazu gekommen? Wie sieht die Kooperation genau aus?

Eva und Jan Vinzenz Krause: Die Organisation hatte uns auf eine Kooperation angesprochen. Das Thema passte gut zur aktuellen medialen Aufmerksamkeit von STI und Kondomen. Da wir davon überzeugt sind, dass passende Kondome in Kombination mit Aufklärung eine wirksame Antwort auf STI sind, hat uns die Initiative überzeugt. MISTER SIZE Kondome werden jetzt kostenlos an mehreren Universitäten für einen begrenzten Zeitraum ausgegeben.

Welche Erwartungen haben Sie an die Kooperation? Wird der direkte Kontakt zu Ihrer Zielgruppe die Marke Mister Size stärken?

Eva und Jan Vinzenz Krause: Ja, Social Marketing ist für uns authentisches Branding. Student:innen und angehende Berufstätige sind eine wichtige und nicht zuletzt kaufkräftige Zielgruppe von MISTER SIZE. Ein wichtiger Teil unserer Marketing-Strategie ist, dass Kund:innen MISTER SIZE ausprobieren können. Wer als Student:in MISTER SIZE für sich entdeckt, wird in Zukunft MISTER SIZE kaufen. Wenn die Aktion erfolgreich ist, werden wir sie an weiteren Universitäten fortsetzen.

EROPARTNER
DISTRIBUTION

REDUCED PRICING RIANNE S

RIANNE S ANNOUNCES A REDUCTION IN WHOLESALE PRICES FOR RETAILERS. UNLIKE MANY BRANDS THAT HIKE UP THEIR PRICES, RIANNE S IS COMMITTED TO MAKING HIGH-QUALITY PRODUCTS ACCESSIBLE TO MORE CUSTOMERS. WITH THIS PRICE DROP, RETAILERS CAN NOW OFFER THE BEST OF RIANNE S TO THEIR CUSTOMERS AT EVEN MORE ATTRACTIVE PRICES. TRUST RIANNE S FOR A SATISFYING SHOPPING EXPERIENCE FOR BOTH YOU AND YOUR CUSTOMERS.

For more information please consult your account manager at Eropartner Distribution

WWW.EROPARTNER.COM

Tomatenmarkt 1 | 1681PH Zwaagdijk | The Netherlands | +31 (0)228 82 00 00 | info@eropartner.com

Um Ihre Zielgruppe zu erreichen, nutzen Sie auch die Ansprache über Social Media, speziell das Videoportal TikTok. Was können Sie über Ihre Erfahrungen berichten? Welche Inhalte können Sie mittels TikTok vermitteln?

Eva und Jan Vinzenz Krause: TikTok ist die 'Suchmaschine' der Generation Z. Wir liefern Informationen rund um Sexualität, sichere Verhütung und passende Kondome. Über diese Themen zu posten ist auf TikTok eine Gratwanderung, weil die Gefahr besteht, dass TikTok sie stoppt oder den ganzen Account sperrt. Durch das Verschlüsseln von kritischen Wörtern bekommen wir Posts aber ganz gut durch. Wir mussten allerdings auch schon die Erfahrung machen, dass Posts beginnen durch die Decke zu gehen und dann von TikTok gesperrt werden. Selbst wenn der Post später wieder freigegeben wird er nicht mehr durch die Decke gehen. Trotzdem haben wir uns in weniger als einem Jahr zu dem TikTok Kanal einer Kondommarke im deutschsprachigen Raum mit den meisten Followern entwickelt. Daher sind wir mit der Entwicklung von MISTER SIZE auf TikTok sehr zufrieden.

Wenn es um die Kommunikation mit den Kunden geht, hat sich das MISTER SIZE TEST SET zu einem Erfolgsprodukt entwickelt. Warum ist dieses Tool so wichtig und wie kann der Einzelhandel daraus Mehrwert ziehen?

Eva und Jan Vinzenz Krause: Unsere Marketingstrategie beinhaltet, Kunden MISTER SIZE Kondome ausprobieren zu lassen. Erst durch das Probieren erfahren sie, dass es einen Unterschied macht, Kondome in der passenden Größe zu tragen. Das TEST-SET kommuniziert dem Endkunden auf den ersten Blick, wofür es gut ist. Eine Beratung im Geschäft ist dann nicht mehr notwendig. Kunden nehmen das Produkt einfach mit, probieren es zu Hause aus und kaufen anschließend ihre MISTER SIZE Größe. Für den Einzelhandel ist das TEST-SET also ein 'Mitnahme'-Artikel, der nicht nur Umsatz bringt, sondern auch Kunden, die beim nächsten Einkauf, ihre passende MISTER SIZE Größe kaufen.

FANTASY

X-TENSIONS® ELITE

INKLUSIVE RAUSNEHMBAREM VERLÄNGERER

ERHÄLTLICH IN DEN GRÖßEN 2.5cm, 5cm UND 7.5cm

13 BRANDNEUE SILIKON PENISHÜLLEN!

GEWISSENHAFT GEFERTIGT AUS elite silicone™

ZUM VIDEO GEHT'S HIER!

DIE ERSTEN VIBRIERENDEN SILIKON PENISHÜLLEN MIT FERNBEDIENUNG!

BUSINESS MEETS PLEASURE

pipedream® | ELITE DISTRIBUTION PARTNER

ORION-WHOLESALE.com

Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de

ORION WHOLESALE

MISTER SIZE feiert Erfolge auf TikTok und ist im deutschsprachigen Raum mittlerweile die Kondommarke mit den meisten Followern

Mit einem Bio-Gleitgel und einem Supplement hat Mister Size zwei neue Produkte abseits der Kategorie Kondome auf den Markt gebracht. Warum dieser Schritt? Welche Synergien können aus dieser Markenerweiterung entstehen?

Eva und Jan Vinzenz Krause: Wir sind und bleiben Experten für Kondome. Mit zusätzlichen Produkten wollen wir in erster Linie eine größere Zielgruppe erreichen und für MISTER SIZE Kondome gewinnen. Mit dem Nahrungsergänzungsmittel 'MISTER SIZE Supplement – for active men' sprechen wir zum Beispiel Männer an, die sich für Fitness und Gesundheit interessieren, und darüber auf MISTER SIZE Kondome aufmerksam werden. Das Gleitgel ist eine naheliegende Ergänzung zu den Kondomen. Weitere ergänzende Produkte werden folgen.

Mit welchen Alleinstellungsmerkmalen können die beiden Neuheiten überzeugen?

Eva und Jan Vinzenz Krause: Für MISTER SIZE Supplement – for active men verwenden wir noch sehr hochwertige Inhaltsstoffe und lassen in Deutschland produzieren. Es enthält L-Arginin, L-Citrullin, Maca, Zink und Taurin. Das moderne Verpackungsdesign hebt sich von anderen Nahrungsergänzungsmitteln aus der Branche ab und spricht damit einen weiteren Kundenkreis an. Das Bio-Gleitgel überzeugt durch seine natürlichen Inhaltsstoffe und seine besondere Gleitfähigkeit sowie die einfache Handhabung.

Neu bei Mister Size ist auch eine App, mit der die individuell passende Kondomgröße per Smartphone bestimmt werden kann. Ist das die Antwort auf eine Welt, die immer digitaler wird?

bathmate®
JUST ADD WATER

BIGGER, HARDER, LONGER LASTING ERECTIONS.
THE WORLD'S #1 MALE ENHANCEMENT DEVICE.

tim@bathmatedirect.com · +44 (0)1924 288090 · www.bathmatedirect.com

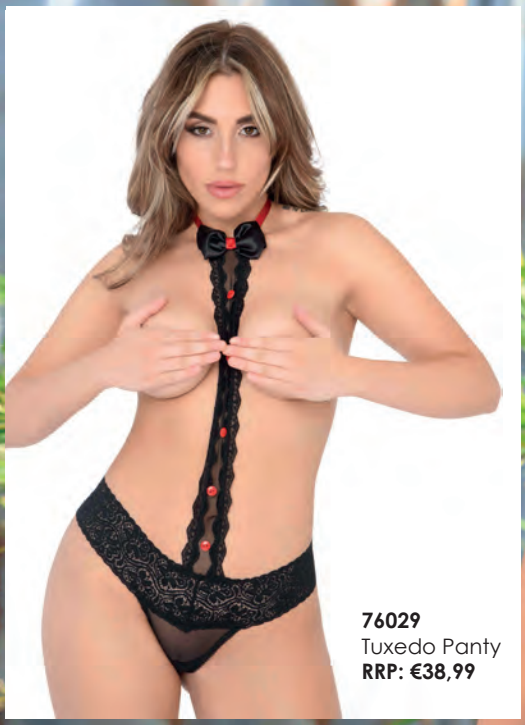
@bathmate

Eva und Jan Vinzenz Krause: Die Erfahrung zeigt: Kondomverwender kennen noch lange nicht alle ihre Kondomgröße. Neben den bewährten Mess-Tools von MISTER SIZE, hat die App den riesigen Vorteil, dass sie überall und sofort genutzt werden kann. Egal ob Influencer Kampagnen, TikTok Ads oder direkt im Laden - mit der App findet der Kunde sofort seine Größe und kann sie kaufen. Da wir vor allem auch außerhalb Deutschlands MISTER SIZE bekannt machen wollen ist die App bereits in über 20 Ländern verfügbar und weitere Länder und Sprachen sind in Vorbereitung.

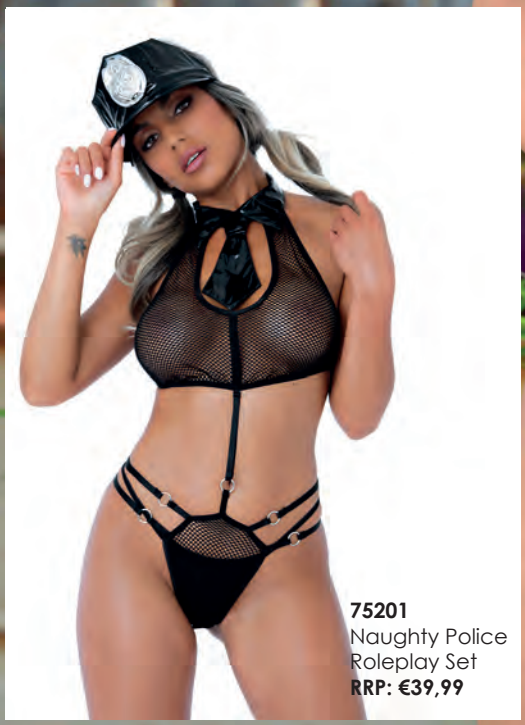
Wie funktioniert die App genau?

Eva und Jan Vinzenz Krause: Die Web App beinhaltet zwei Mess- bzw. Schätz-Methoden. Sie erklärt erst wie gemessen werden soll und leitet dann den Nutzer von Schritt zu Schritt zu seiner Größe. Der Nutzer vergleicht die Breite seines erigierten Penis mit einer Art Schablone. Die Erfahrung hat gezeigt, dass die Messung auch sehr gut aus der Erinnerung heraus funktioniert. Er wählt dann seine Größe aus und kann auch gleich bei einer Auswahl an Verkaufsstellen bestellen. Am besten Sie probieren es einfach mal aus: www.mistersize.app!

DARING
INTIMATES



76029
Tuxedo Panty
RRP: €38,99



75201
Naughty Police
Roleplay Set
RRP: €39,99

76012
Lucy crotchless
thong panty
RRP: €10,99

SCALA-NL.COM
SALES@SCALA-NL.COM
+31 (0)24 202 2390

SCALA

„Wir glauben, dass dieses Jahr Anal-Exploration ein wichtiges Buzzword ist.“

Sarah Moglia, Head of Innovation der Lovehoney Group, über Trends im Jahre 2023

Sarah Moglia, Head of Innovation der Lovehoney Group

Welche Trends werden den Sex Toy Markt dieses Jahr beeinflussen? Welche Innovationen werden auf den Markt kommen? Welche Technologien werden zukünftig zur sexuellen Stimulation genutzt? Fragen, die eLine gemeinsam mit Sarah Moglia, Head of Innovation der Lovehoney Group, zu beantworten versucht.

‘There was nothing surprising to me in 2022.’ - Dieses Zitat stammt aus unserer Januar-Ausgabe und beschreibt das Fehlen von wirklichen Innovationen im letzten Jahr, Natürlich ist das eine persönliche Sichtweise, ist an dieser aber etwas Richtiges dran?

Sarah Moglia: Das ist sicherlich eine Frage der Definition. Denn grundsätzlich ist Innovation die Realisierung einer neuen, zukunftsweisenden Lösung für ein bestimmtes Problem. Sie ist nicht gleichzusetzen mit einer konkreten Erfindung, sondern mit der Umsetzung eines neuen Konzepts in kommerziellen Erfolg oder für die breite Anwendung.
Mit dem Launch von Womanizer OG im vergangenen Jahr konnten wir

dennoch beides vereinen: Technologische Neuerung kombiniert mit einem starken User Need und einer der größten Herausforderungen auf dem Sex Toy Markt - die optimale Stimulation des G-Punkts. Womanizer OG ist der erste G-Punkt-Vibrator mit einem stimulierenden Zusammenspiel von Pleasure Air Technology und Vibrationen – für ein intensives und einzigartiges Orgasmuserlebnis.

Waren Nachhaltigkeit und Inklusion die Trends, die den Sex Toy Markt letztes Jahr am stärksten geprägt haben?

Sarah Moglia: Smart Sex Tech war eindeutig der größte Trend. Die Nachfrage nach smarten, per App steuerbaren Toys ist gestiegen. Aber auch Technologien wie Augmented Reality (AR), Mixed Reality, Virtual Reality und Künstliche Intelligenz werden immer wichtiger. Es wird immer mehr darum gehen, die digitale Welt mit der analogen zu verbinden. Und auch für das Kauferlebnis sind diese Technologien extrem spannend: Für etwas so intimes wie Sex Toys hilft es vielen Kund:innen, wenn sie sich von zu Hause aus eine Vorstellung von Größe und Form des Toys machen können. Und ja, auch Nachhaltigkeit rückt weiter ins Bewusstsein. So setzen wir beispielsweise bei Womanizer auf ein neues Packaging-Konzept mit nachhaltigeren Materialien sowie reduzierten Verpackungsgrößen.

Seit Jahren fließen moderne Technologien immer stärker in Sex Toys ein. Hat sich diese Entwicklung auch in 2022 wieder gezeigt?

Sarah Moglia: Ja, absolut. Das lässt sich beispielsweise beim Einsatz neuer Produktionstechnologien – sprich neue Materialien, neue Technologien oder auch neue smarte Lösungen wie beispielsweise music activated Toys - erkennen. Aber auch beim Vordringen von Sex Tech ins Web3. So konnten wir letztes Jahr unseren ersten Lovehoney Shop im Metaverse eröffnen.

Diese Entwicklung ist nicht mit dem Ende der Ära der Vibration einhergegangen, wie von einigen prophezeit, als die ersten Produkte auftauchten, die durch Luftdruck, Sog etc. stimulieren. Ist und bleibt der Vibrator unsterblich?

Sarah Moglia: Sexualität ist etwas sehr Individuelles. Die Prophezeiung vom Ende einer ganzen Stimulationsart, nämlich der Vibration, kann ich nicht nachvollziehen Jeder Körper hat individuelle erogene Zonen und braucht andere Reize. Innere Stimulation ist

und bleibt ein wichtiges Bedürfnis für Female Body Persons. Der Vibrator ist eine tolle Lösung dafür und wird sich immer weiterentwickeln. So gibt es bereits beispielsweise stoßende, drehende oder massierende Lösungen auf dem Markt. Mit dem Womanizer OG ist die nächste Evolutionsstufe der internen Stimulation eingeläutet worden.

Jedes Jahr werden wir von Buzzwords begleitet: wir hatten schon 'Pärchen-Toys', 'Male Toys', 'Sex Tech' etc. und in letzter Zeit 'Sexual Wellness'. Mit welchem Buzzword werden wir uns dieses Jahr beschäftigen müssen?

Sarah Moglia: Wir glauben, dass dieses Jahr Anal-Exploration ein wichtiges Buzzword ist. Anale Stimulation ist auf dem Vormarsch. Die Menschen werden sich des Potenzials neuer Empfindungen durch anale Stimulation immer bewusster, und da sich viele Kulturen langsam öffnen und offener über Sexualität sprechen, wächst auch die Akzeptanz früherer Tabuthemen. Wir erwarten, dass diese Kategorie in den kommenden Jahren stark wachsen wird. Sexual Wellness wird uns auf jeden Fall auch noch eine Zeit begleiten. Der Megatrend Health Empowerment, also proaktiv etwas für die eigene Gesundheit zu tun bleibt und weitet sich auch im Bereich Sexual Wellness weiter aus.

Mit welchen Trends rechnest du dieses Jahr? Wird es Veränderungen zu den Trends der Vorjahre geben?

Sarah Moglia: Im Vordergrund stehen dieses Jahr Sex und Achtsamkeit, offene Intimität, Smart Sex Tech/Metaverse, bewusstes Dating und sexuelle Fantasien sowie Anal-Play. Der Trend geht hin zu einem bewussten Dating; weniger zwanglose Treffen und stattdessen mehr Konzentration auf die/den Partner:in und den eigenen

BANGER STATION

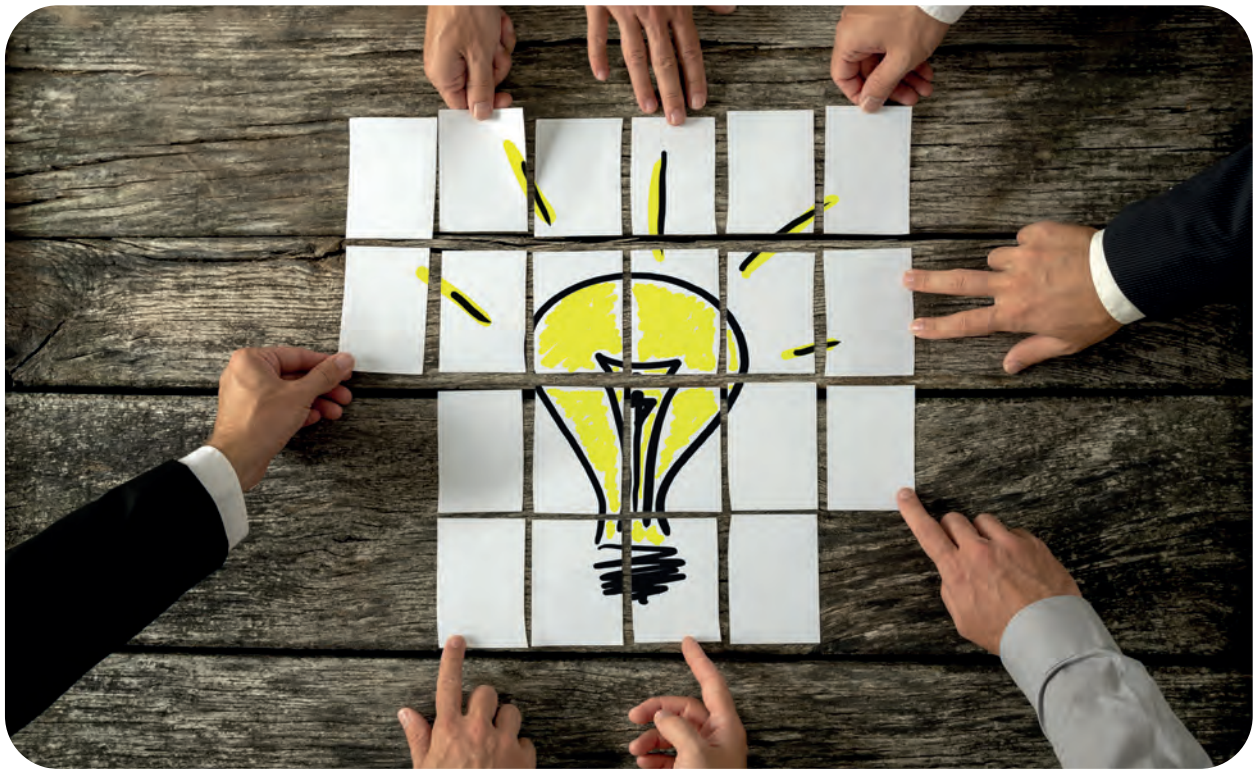
The best gadget that poppers kick...

XTRM

Wholesale by **XTRM.NET**

Made in Austria

FREE SHIPPING



Körper. Nach fast drei Jahren Distanz und Isolation wird die Dating-Kultur durch ein neues Verlangen nach Intimität aufgewirbelt, bei der eine emotionale Verbindung und bedeutungsvolle Gespräche am Anfang im Vordergrund stehen, während gleichzeitig die sexuelle Kompatibilität sichergestellt wird. Auch ehemals tabuisierte Themen wie Menstruation, Sex und (weibliche) Sexualität werden endlich offener diskutiert. Ein Wandel, der stark von Frauen und Mitgliedern der LGBTQI+-Community vorangetrieben wurde, die sich lautstark gegen Vorurteile und Stigmatisierung aussprechen. So wundert es nicht, dass auch Körperteile, die noch immer von Scharm und negativen Assoziationen besetzt sind in den Vordergrund rücken, wie beispielsweise die Prostata und damit Anal-Play.
Last but not least: Sex Toys werden immer smarter. Manche bieten die Steuerung über eine App an, andere haben eine Wärme-Funktion oder können Vibrationsmuster automatisch an Musik anpassen. Vor allem das Metaverse wurde im J ahr 2022 ausgiebig diskutiert und erforscht. Dies wird im kommenden Jahr weiterhin so bleiben.
Beim Betrachten der Trends für dieses Jahr fällt also deutlich auf, dass der Trend weg von Performance-driven Sex geht, hin zu ganzheitlichen und holistischen Erfahrungen und Erlebnissen. Ganz nach dem Motto: Der Weg ist das Ziel. Den eigenen Bedürfnissen und Wünschen wird mehr Platz eingeräumt.

Ist die Annahme falsch, dass wir dieses Jahr mehr erschwingliche Standardprodukte auf dem Markt sehen werden? Wird die Produktentwicklung durch die gegenwärtige Krise

Bad Kitty

ORION WHOLESALE

ZÜGELLOS

2493454

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de

2301-079

(Krieg in der Ukraine mit all seinen Auswirkungen) beeinflusst werden?

Sarah Moglia: Wie alle Märkte ist auch die Sex Toy Branche von den aktuellen Entwicklungen betroffen. Rohstoffe werden teurer, die Beschaffung mancher Einzelteile wird schwieriger, Transportkosten steigen, etc. Dies betrifft alle Marktteilnehmer. Gleichzeitig steigt das Bewusstsein der Verbraucher:innen in Bezug auf nachhaltigen Konsum. Die Konsument:innen befinden sich in einem Zwiespalt zwischen angespannter Konsumsituation/weniger verfügbaren Einkommen und dem Wunsch nach langlebigen Produkten, die Normen und Standards einhalten. Clevere Lösungen zu finden, wird die Herausforderung für die Sex Toy Branche in diesem Jahr sein.

Wir kennen Vibration, Oszillation und seit einiger Zeit natürlich auch Toys mit Saug- oder Druckwellenfunktionen... was ist in Zukunft noch möglich?

Sarah Moglia: The sky is the limit. Es gibt viele Technologien, die auf dem Sex Toy Markt noch nicht zur Stimulation eingesetzt werden. Und es entstehen auch immer neue Technologien, die für Sex Toys genutzt werden können (z. B. ist es Forschern gelungen, Gerüche zu digitalisieren). Wir bei der Lovehoney Group arbeiten an neuartigen Stimulationstechnologien und werden 2023 spannende Neuheiten auf den Markt bringen. Der Sex Toy Markt bleibt aufregend!

MY.SIZE PRO

out now!

ALLES WAS EIN KONDOM KANN

- 9 SIZES — GRÖSSTE VIELFALT & SICHERHEIT
- EXTRA THIN — SEIDENWEICH & GEFÜHLSECHT
- vytex — REIN, ALLERGENARM & DUFTEND
- EINFACH ZU ÖFFNENDE FOLIE
- FAIR FÜR MENSCH UND UMWELT
- vegan — FREI VON TIERLEID & TIERPRODUKTEN

CERTIFIED MY.SIZE PRO QUALITY

INKLUSIVE DER WELTWEIT GRÖßTEN AUSWAHL AN BREITEN

SLIM — WIDE

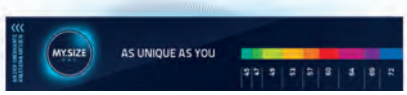
45 | 47 | 49 | 53 | 57 | 60 | 64 | 69 | 72

UND EINEM EINZIGARTIGEN BERATUNGSKONZEPT

ONLINE MESSTOOL

MY.SIZE PRO

ICONBASIERTE KOMMUNIKATION



KONDOMGUIDES ALS DRUCKVERSION UND DOWNLOAD IN 12 SPRACHEN

MY.SIZE - ALL WE DO IS FOR YOUR PLEASURE

st RUBBER

Schneider & Tiburtius Rubber Vertriebsgesellschaft mbH
D-66787 Wadgassen-Hostenbach
T +49 6834 4006-0 · F +49 6834 4006-11
info@st-rubber.de

STRUBBI.COM

Shiatsu

THE GARDEN OF LOVE

Pheromone Perfumes

A Natural Bond of **ATTRACTION**

For Male & Female

These special, highly concentrated pheromone perfumes with their varied compositions were formulated to make you even more desirable to the opposite sex.

Diese speziellen, hochkonzentrierten Pheromone Parfums mit den unterschiedlichen Mischungen wurden entwickelt, um auf das andere Geschlecht noch anziehender zu wirken.

HOT Productions & Vertriebs GmbH /// Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck ///
AUSTRIA email: office@hot-dl.com /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9

Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w panstwa hurtowniach

HOT

London - Miami - Tokyo

PINK
SHIATSU Pheromone Fragrance woman
15ml/1.66fl.oz
Art. No. 67143

LIME
SHIATSU Pheromone Fragrance woman
15ml/1.66fl.oz
Art. No. 67145

RED
PHEROMONE Eau de Perfume women
15ml/1.66fl.oz
Art. No. 67144

PINK
SHIATSU Pheromone Fragrance woman
50ml/1.66fl.oz
Art. No. 67133

LIME
SHIATSU Pheromone Fragrance woman
50ml/1.66fl.oz
Art. No. 67135

RED
SHIATSU Pheromone Fragrance woman
50ml/1.66fl.oz
Art. No. 67134

DARK BLUE
SHIATSU Pheromone Fragrance man
15ml/0.5fl.oz
Art. No. 67140

IGHT BLUE
SHIATSU Pheromone Fragrance man
15ml/1.66fl.oz
Art. No. 67142

GREY
SHIATSU Pheromone Fragrance man
15ml/0.5fl.oz
Art. No. 67141

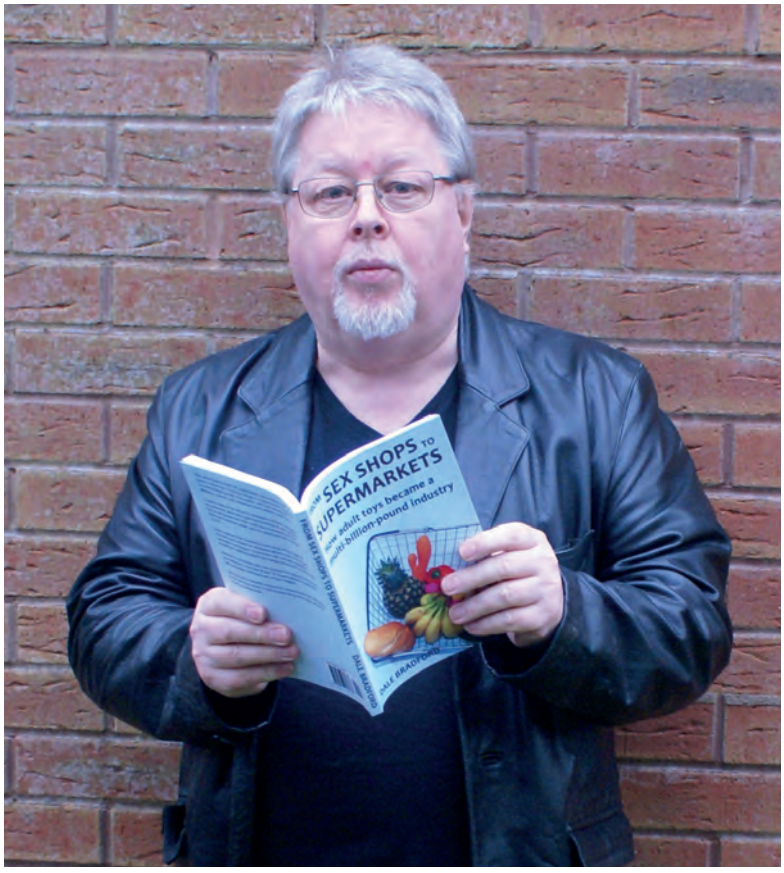
DARK BLUE
SHIATSU Pheromone Fragrance man
50ml/1.66fl.oz
Art. No. 67130

LIGHT BLUE
SHIATSU Pheromone Fragrance man
50ml/1.66fl.oz
Art. No. 67132

GREY
SHIATSU Pheromone Fragrance man
50ml/1.66fl.oz
Art. No. 67131

„Die Sex Toy Industrie hat sich im 21. Jahrhundert stark verändert."

‚From Sex Shops To Supermarkets: How Adult Toys Became A Multi-Billion Pound Industry'



In seinem neuen Buch 'From Sex Shops To Supermarkets: How Adult Toys Became A Multi-Billion-Pound Industry' beschreibt Dale Bradford, der von 2003 bis 2022 als Redakteur beim britischen Fachmagazin Erotic Trade Only (ETO) tätig war, wie sich ein Nischenmarkt, der mit Tabuisierung und Stigmatisierung zu kämpfen hatte, zu einer dynamischen und rasant wachsenden globalen Industrie im 21. Jahrhundert entwickelte. eLine hat mit Dale über sein Buch gesprochen, das eine wertvolle Ressource für alle die darstellt, die sich für die Historie der Sex Toy Industrie interessieren.

Herzlichen Glückwunsch zur Veröffentlichung deines neuen Buches! Wann und wie ist dir die Idee gekommen, ein Buch über die Geschichte und den rasanten Aufstieg der Sex Toy Industrie zu schreiben?

Dale Bradford: Ich danke vielmals! Ich erzählte einem Freund, dass ich an ein Buch schreibe und er antwortete: 'Wovon handelt es? Von der Geschichte der Sex Toys?' Nun, darum ging es in meinem Buch nicht, vielmehr um ein Zeitreiseabenteuer, aber sein Kommentar brachte mich zum Nachdenken. Die Sex Toy Industrie hat sich im 21. Jahrhundert stark verändert, aber das wurde bisher nicht wirklich dokumentiert. Selbst das Internet ist etwas lückenhaft, wenn es darum geht, Ereignisse und Entwicklungen aus den frühen Nullerjahren zu recherchieren, bevor Fachzeitschriften regelmäßig Nachrichten online stellten. Wie dem auch sei, ich gab das Buch auf, an dem ich gerade schrieb, und begann stattdessen mit der Arbeit an 'From Sex Shops To Supermarkets'.

Kannst du etwas über deine Vorgehensweise berichten? Wie und wo bist du an Informationen gekommen, mit welchen Quellen hast du gesprochen etc.?

Dale: Ich habe mir die Frage gestellt: 'Wie hat sich die Sex Toy Industrie von ihren Anfängen, als sie einen schweren Stand hatte was Akzeptanz betraf, zu einer Multi-Milliarden-Industrie im Jahr 2023 entwickelt?' und bin dabei auf 20 Faktoren gestoßen, die dazu beigetragen haben. Dann habe ich versucht, sie nach ihrer Bedeutung zu ordnen. Einige wurden zusammengelegt und am Ende hatte ich 14 Kapitel. Da ich die Ereignisse, über die ich schreibe, selbst miterlebt habe, stützte ich mich auf mein eigenes Archiv und zeitgenössische Berichte.

Hat es dir bei deinen Recherchen geholfen, dass du selber viele Jahre Teil der Sex Toy Industrie gewesen bist?

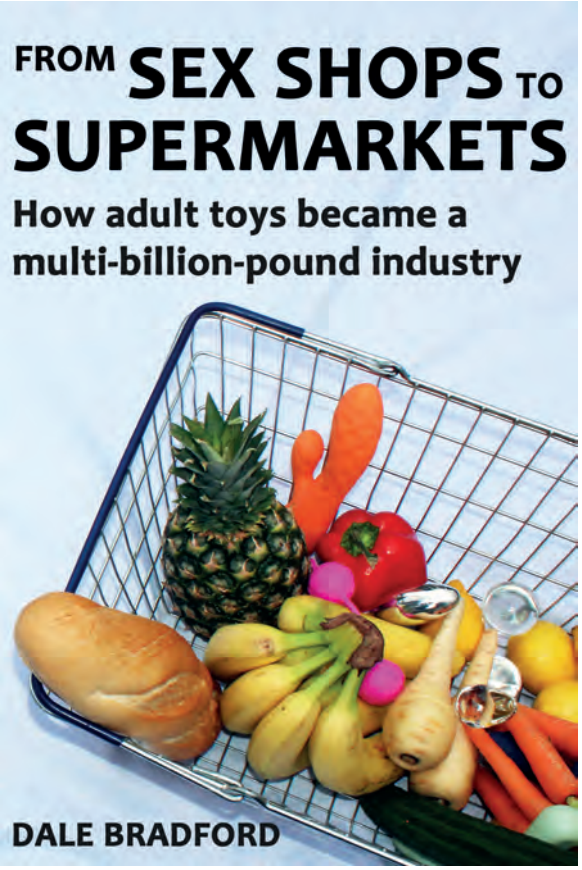
Dale: Ganz genau. Ich habe viele der wichtigsten Akteure der Branche mehrmals und zu verschiedenen Zeitpunkten ihrer Laufbahn interviewt. Und einige von ihnen waren auch jetzt noch bereit, mit mir zu sprechen...

Mit deinem Buch fokussierst du den kometenhaften Aufstieg unseres Marktes von einer kleinen stigmatisierten Industrie zu einer Milliarden-Dollar-Industrie. Liefert dein Buch auch eine Erklärung dafür, wie dieser Aufstieg möglich wurde?

Dale: Vielleicht gibt es noch andere Faktoren, die ich nicht kenne, aber ich bin sicher, dass ich die wichtigsten, die zu Wachstum des Marktes beigetragen haben, herausgestellt habe. Natürlich ist jede Arbeit dieser Art zwangsläufig subjektiv und das Buch spiegelt letztlich nur meine Meinung wider. Nicht jeder wird damit einverstanden sein und ein anderer Autor könnte zu anderen Schlussfolgerungen kommen, vor allem, wenn er sich dem Thema komplett neu nähern würde und nicht auf 20 Jahre Branchenerfahrung zurückgreifen könnte.

Wie viel von diesem Aufstieg war gelenkt und gesteuert - zum Beispiel durch geschickte PR, clevere Werbung, der klugen Nutzung bestimmter Trends, Phänomene etc.?

Dale: PR war enorm wichtig, vor allem im ersten Jahrzehnt dieses Jahrhunderts, als so viele herkömmliche Werbekanäle für



Sex Toy Marken verschlossen waren, entweder weil ihre Preise zu hoch waren oder weil sie unsere Industrie und ihre Produkte nicht akzeptierten.
Aus rein britischer Sicht gab es niemanden, der in Sachen PR besser war als Lovehoney und das Buch hebt einige ihrer größten Erfolge hervor. Es zeigt aber auch, wie buchstäblich jeder mit der richtigen Geschichte in die Medien kommen kann.

Konntest du bei deinen Recherchen Erkenntnisse darüber gewinnen, welche Rolle bestimmte Marken oder Produkte dabei gespielt haben, unsere Industrie aus der dunklen Ecke zu führen? Oder mal hypothetisch gefragt: wo wären wir heute ohne LELO, We-Vibe, Satisfyer, Womanizer, Jimmyjane etc.?

Dale: Das mag kontrovers sein, aber ich glaube nicht, dass Marken für die breite Öffentlichkeit oder die Medien besonders wichtig waren, bevor Fifty Shades of Grey das Licht der Welt erblickte. Für die Industrie selbst waren sie natürlich enorm wichtig und die erwähnten Marken - zusammen mit einer Reihe anderer, wie OhMiBod, Big Teaze Toys, Rocks-Off, Jopen etc - haben sicherlich viel dazu beigetragen, sowohl die Standards als auch die Erwartungshaltung zu erhöhen.

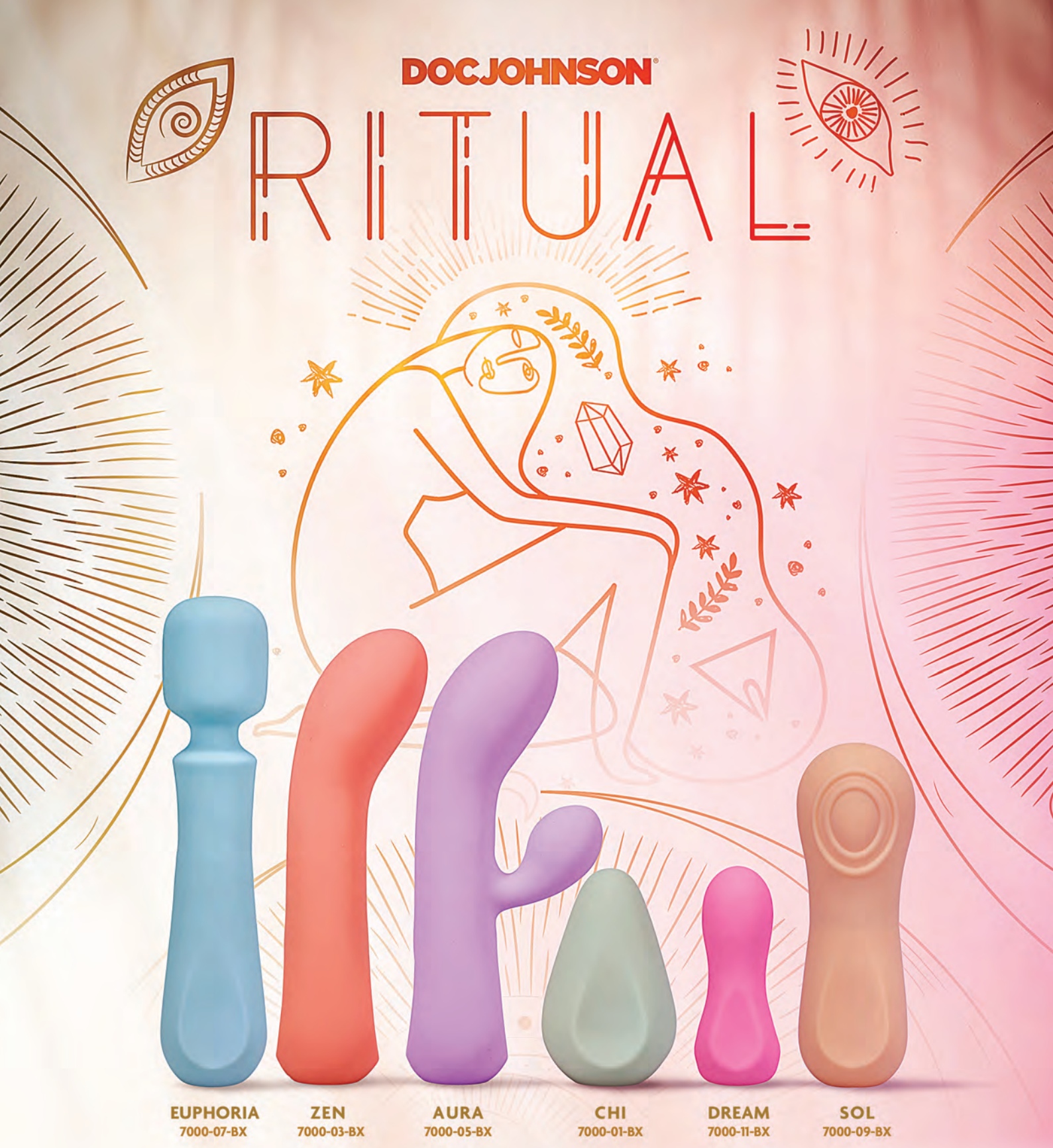
Du machst in deinem Buch auch deutlich, welchen Anteil das Fernsehen, Kinofilme und bekannte Persönlichkeiten an dem Aufstieg unserer Industrie hatten bzw. haben. Wie groß war bzw. ist dieser Einfuß?

Dale: Die Zusammenarbeit von Lily Allen mit Womanizer war ohne Zweifel eine große Neuigkeit. Der Film Fifty Shades of Grey hat auch viele Leute in Bewegung versetzt. Aber bitte zwingt mich hier jetzt nicht alles zu verraten, was in dem Buch steht!

Wie aus dem Titel deines Buches ersichtlich wird, werden Sex Toys

DOC JOHNSON®

RITUAL



Your new anytime ritual. RITUAL vibrators are made from soft and squishy silicone for ultimate pleasure. All vibes in the collection are completely hypoallergenic, body-safe, and phthalate-free.

heute auch von Supermärkten angeboten. Es gibt nicht wenige, die daran zweifeln, dass die Mainstream-Einzelhändler damit Erfolg haben. Du hast dich mit diesem Thema für dein Buch genauer befasst. Zu welchen Erkenntnissen bist du gekommen?

Dale: Ich bin in dieser Sache hin- und hergerissen. In meinem früheren Leben war ich selbst ein unabhängiger Einzelhändler, der sich auf ein damaliges Nischenprodukt – Videospiele - spezialisiert hatte und ich fühlte mich betrogen, als meine Lieferanten meine Loyalität damit belohnten, dass sie ihre Produkte in den großen Einzelhandelsketten und Supermärkten vertrieben - vor allem, wenn sie meinen Konkurrenten viel bessere Bedingungen boten als mir! 'Wir betrügen dich nicht, wir erweitern den Markt', erzählten mir meine Lieferanten damals, 'die Leute, die in diesen großen Läden einkaufen, sind nicht dieselben, die in deinem Geschäft einkaufen, zudem haben sie nur ein sehr kleines Sortiment. Wenn die Kunden bereit sind, weiterzuziehen, werden sie zu dir kommen, weil du ein großes Sortiment führst und ihnen persönlichen Service bietest!' Das ist offensichtlich so nicht passiert, denn wie viele unabhängige Videospielläden gibt es heute noch? Wie dem auch sei, damit eine Branche sich Richtung Mainstream bewegen kann, braucht sie jedoch die 'Hilfe' von Mainstream-Einzelhändlern. Aber die Einzelhändler unseres Marktes sind besser vor der Übernahme durch die 'großen Jungs' geschützt als die meisten in anderen Märkten, denn ich bezweifle, dass wir in absehbarer Zeit einen extra dicken 30 cm Dildo mit realistischem Aussehen geädertem Schaft, markanter Eichel und prallen Hoden in den Regalen unseres örtlichen Supermarkts oder unserer Apotheke sehen werden. Aber eine der besten Schutzmaßnahmen, die ein Einzelhändler gegen die Konkurrenz - in welcher Form auch immer - nutzen kann, sind seine Mitarbeiter. Sie können den Unterschied zwischen einem guten Geschäft und einem großartigen Geschäft ausmachen.

NEW!

Orgie

Dare Yourself.

Lube Tube

COCKTAIL

Water-Based Kissable Intimate Gels
Flavored After Iconic Cocktails
Non-Alcoholic, Full of Flavor. Cheers!

Available in 100ml and 50ml sizes

ean AWARD BEST Branding

ean AWARD BEST Assortment of Sensual Cosmetics

ean AWARD 2022 Sexual Wellness Company of the Year

www.orgiecompany.com | **facebook & instagram** @orgiecompany

XBIZ EUROPA AWARDS

XBIZ EUROPA AWARDS

Besteht die Gefahr, dass die Revolution ihre Kinder frisst? Werden irgendwann die großen Unternehmen aus dem Mainstream das Steuer im Markt für Sex Toys übernehmen und die 'alte Garde' verdrängen?

Dale: Das ist eine gute Frage. Es besteht zumindest die Gefahr, dass das im Einzelhandel passieren könnte. Da die Betriebskosten weiter steigen und die Gewinnspannen unter Druck stehen, wird das Geschäft nicht einfacher werden. Glücklicherweise gibt es Lieferanten, die erkennen, dass es für sie nicht gut ist, wenn ihre einzigen Kunden Online-Riesen und große Ladenketten sind, die nur eine kleine Auswahl ihrer 'harmloseren' Produkte anbieten. Was Sex Toys angeht, wer weiß schon, was passieren würde, wenn renommierte Marken wie Estée Lauder oder Gucci, denen Frauen treu sind, eine Reihe von Toys auf den Markt brächten und dazu ihre 'Marketing-Muskeln' spielen lassen würden?

Dein Buch endet mit dem Einstieg von Investoren in unseren Markt und Unternehmensfusionen- und übernahmen vor allem in 2021. Ist das das Ende der Geschichte des Marktes, wie wir ihn bisher kannten? Oder wird einfach nur ein neues Kapitel in den Annalen unseres Marktes aufgeschlagen?

Dale: Diese bedeutenden Fusionen scheinen sowohl das Ende eines Kapitels als auch den Beginn eines neuen zu markieren. Persönlich hoffe ich, dass es in der Branche am Ende nicht nur ein halbes Dutzend Großunternehmen gibt, denn Innovationen gedeihen in einem nicht-konzerngebundenen Umfeld am besten.

Viele unserer Leser werden sicher großes Interesse an deinem Buch haben. Wo können sie es bekommen?

Dale: 'From Sex Shops To Supermarkets: How Adult Toys Became A Multi-Billion-Pound Industry' ist ab sofort als Taschenbuch und ebook auf den Amazon-Plattformen weltweit erhältlich.

MOB
eroticwear

NEW

81327
Fetish Swim
Jockstrap
RRP: €15,99

81329
Rose Lace
Boy Short
RRP: €20,99

81331
MOB
Tucan Thong
RRP: €18,50

81336
MOB Sexy Body
RRP: €31,50

81321
MOB Aero Brief
RRP: €19,99

SCALA-NL.COM
SALES@SCALA-NL.COM
+31 (0)24 202 2390

SCALA

„Die Prints sind natürlich das Alleinstellungsmerkmal dieser Marke."

Prowler Underwear veröffentlicht die Frühjahr/Sommer Kollektion 2023

Justin Vickers, Head of Global Trade Sales von ABS Holdings, auf der eroFame 2022

Der Frühling kommt – und mit ihm eine neue Kollektion der Marke Prowler Underwear. Diese, so erklärt Justin Vickers, Head of Global Trade Sales bei ABS Holdings, überzeugt durch Vielfalt der Produkte und vor allem der Prints, dank derer es der Marke gelungen ist, sich schnell im Markt zu etablieren. eLINE hat nachgefragt, um mehr über die neue Kollektion, die in Europa durch ONE-DC vertrieben wird, in Erfahrung zu bringen.

Kannst du uns kurz auf den neuesten Stand bringen was eure Prowler Underwear Kollektionen angeht? Welche Kollektion ist frisch auf dem Markt bzw. kommt in Kürze auf den Markt?

Justin Vickers: Wir haben gerade unsere Frühjahr/Sommer Kollektion für 2023 vorgestellt - sie umfasst vier saisonale Fun-Sommer-Prints, drei weitere Fetisch-Fun-Prints und unsere zwei Pride-Saison-Prints. Wir haben auch Barcelona und Miami in unserer City-Kollektion aufgenommen. Kürzlich haben wir zudem auch unsere Oversized Paw Pride Kollektion auf den Markt gebracht. Zu all diesen Prints gibt es übrigens auch die passende Bademode!

Was kannst du über diese Produkte sagen? Wie sehen die Alleinstellungsmerkmale dieser Kollektion aus? Reiht sie sich in die bereits bestehenden Kollektionen ein?

Justin: Die Prints sind natürlich das Alleinstellungsmerkmal dieser Marke. Und ich möchte sagen, dass wir auch mit der neuen

Kollektion für das Frühjahr und den Sommer nicht enttäuscht haben. Wir haben passende Bademode, Socken und sogar witzige Werbeartikel für die stationären Geschäfte hergestellt. Dinge wie Schlüsselanhänger, Schlüsselbänder, Handtücher und Taschen, die zu den jeweiligen Prints passen.

Wie viele Kollektionen plant ihr pro Jahr? Woher kommen die Ideen dafür? Wodurch werdet ihr inspiriert? Welche Faktoren beeinflussen die Produktentwicklung bzw. das Design?

Justin: Wir veröffentlichen zwei Kollektionen pro Jahr. Frühling und Sommer sowie Herbst und Winter, was die Weihnachtssaison miteinschließt. Die Ideen entstehen in Teamarbeit hier bei uns und jeder trägt seine Gedanken dazu bei, welche Prints uns Spaß machen würden und was auf dem Markt fehlt.

Was ist das Erfolgsgeheimnis von Prowler Underwear? Warum kommen eure Kollektionen so gut im Markt an? Ist es die Qualität, das Design, die Preisgestaltung oder doch die Marke Prowler mit ihrem Bekanntheitsgrad?

Justin: Ich denke, der größte Erfolg der Prowler Underwear Kollektionen sind die witzigen Prints und die Tatsache, dass wir sie jeweils nur einmal und dann nie wieder auf den Markt bringen. Auch den Preis halten wir so niedrig wie möglich, um sicherzustellen, dass die Kunden sie

als erschwingliche, lustige Alltagsunterwäsche kaufen können. Wir wollen nicht in den High-End Markt für Unterwäsche einsteigen, da es dort bereits viele großartige Marken gibt. Unsere Zielgruppe ist der ganz normale Konsument, der lustig bedruckte Unterwäsche will!

Wie bei den vorherigen Kollektionen auch setzt ihr auf dem europäischen Markt auf ONE-DC als exklusiven Vertriebspartner?

Justin: Ja, wir sind nach wie vor sehr zufrieden mit unserer Partnerschaft mit ONE-DC und wir werden die Beziehungen zu ihren Kunden weiterhin nutzen, um unsere Marke auszubauen! Sie haben eine große Präsenz in der EU und wir sind sehr zufrieden damit!

Es wird heiß über das Pro und Contra von exklusiven Vertriebsvereinbarungen diskutiert. Wie sieht deine Meinung zu diesem Thema aus? Oder anders gefragt: warum ist die exklusive Zusammenarbeit mit ONE-DC für dich die perfekte Lösung?

Justin: Ich denke, dass nicht wenige Lieferanten und Marken exklusiven Vertriebsvereinbarungen ablehnend gegenüberstehen - und ich muss sagen, dass ich dieser Aussage eigentlich zustimme. Aber durch den Brexit und den Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU-Handelsunion wurde schnell klar, dass es für uns schwieriger wurde, Produkte in die EU zu importieren, weil neue Gesetze und Gebühren auf unsere Kunden zukommen würden. Aus diesem Grund sind wir eine erstaunliche Kooperation mit ONE-DC eingegangen, damit sie unsere Marke Prowler in ihrem Sortiment führen, so dass Kunden aus dem Einzelhandel Produkte bestellen können, ohne die Gebühren und Kosten für den Import aus Großbritannien zu zahlen. Das funktioniert auch deshalb so gut für uns, weil wir die gleiche Vereinbarung mit den Eigenmarken von ONE-DC hier in Großbritannien haben. Es ist eine sehr fruchtbare Partnerschaft!

NEW BRAND:

NIYA®

MIND, BODY & SOUL

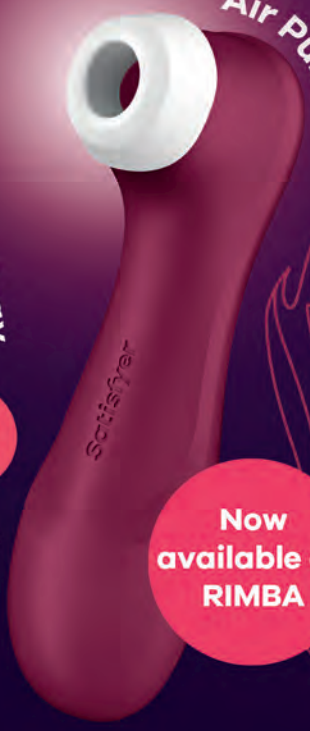
SEE THE WHOLE RANGE IN OUR WEBSHOP!

Pro 2
Generation 3

Air Pulse

Liquid Air Technology

+ NEW CAP



+ Liquid Air technology
+ 11 pressure waves
+ 12 vibration modes

#3942 - without app
#3943 - with app

Now available at RIMBA

NEW

strap-on-me®

LINGERIE HARNESSES

- Elastic waistband
- Ideal for pegging
- Dildo compatible
- Machine-washable

+ MORE NEW ARRIVALS!

RIMBA® LET'S PLAY

WWW.RIMBA.EU •

✔FAST DELIVERY, WORLDWIDE ✔HIGHEST QUALITY ✔RICH EXPERIENCE SINCE 1971

© Rimba BV • Pottenbakkerstraat 14 • 4871 EP Etten-Leur • The Netherlands • Tel. +31-765414484 • info@rimba.eu

11101
Couples
Foreplay
Enhancer
RRP: €54,99
11102
Couples
Stimulator Ring
RRP: €44,99
11103
Couples
Vibrator Ring
RRP: €49,99
11105
Celestial Love
RRP: €74,99
11107
Bound Love
RRP: €64,99
11104
Eternal Love
RRP: €79,99
11108
Infinite Love
RRP: €49,99
11106
Divine Love
RRP: €64,99

Xoroon

11122
Attachments
Personal Wand
RRP: €24,99

11113
The Curved Wand
RRP: €89,99

11112
The Personal Wand
RRP: €69,99

11111
The Traveller Wand
RRP: €37,99

SCALA-NL.COM
SALES@SCALA-NL.COM
+31 (0)24 202 2390

SCALA

„Wege zu finden, wie wir unseren Partnern besser helfen können, steht immer ganz oben auf unserer Agenda."

Briana Watkins, Vertriebs- und Marketingleiterin von M.D. Science Lab, im Interview

Briana Watkins, Vertriebs- und Marketingleiterin von M.D. Science Lab

Das Team ist verstärkt worden, neue Produkte sind in der Vorbereitung und an der Optimierung des Services für Kunden wird ohnehin immer gearbeitet - M.D. Science Lab hat das Fundament für ein erfolgreiches Jahr 2023 gelegt. Zu den genauen Plänen – im Speziellen für den europäischen Markt - gibt Briana Watkins, Vertriebs- und Marketingleiterin von M.D. Science Lab, Auskunft.

Lass uns zuerst über das vergangene Jahr sprechen. Nach zwei Jahren Pandemie kehrte 2022 wieder so etwas wie Normalität ein? Wie habt ihr das erlebt?

Briana Watkins: Das Jahr 2022 war wie ein frischer Wind! Es fühlt sich wirklich so an, als ob dieses Jahr, 2023, für uns und viele unserer Kunden und Partner eine Rückkehr zur Normalität bedeuten wird. Das ganze Jahr 2022 hindurch haben wir uns darauf konzentriert, unseren Kunden und Partnern zu helfen, die durch die Pandemie mit der Logistik und der Fluktuation von Mitarbeitern zu kämpfen hatten. Unser gesamtes Swiss Navy Team konzentrierte sich darauf, sicherzustellen, dass wir unsere

Einzelhandelspartner unterstützen können, wenn sie Hilfe brauchen, und wir haben clevere und praktische Wege gefunden, um unserem exklusiven europäischen Vertriebspartner SHOTS zu helfen, indem wir neue FlaschenGgrößen entwickelt haben, die die Produktmenge verdoppelten und gleichzeitig eine erhebliche Preisersparnis mit sich brachten. Alles in allem haben unsere Bemühungen dazu beigetragen, dass viele Einzelhändler ihre Umsätze im Jahr 2022 stabil halten konnten. Wir hoffen, dass wir unsere Bemühungen in diesem Jahr noch weiter ausbauen können, denn wir wissen, dass wir erfolgreich sind, wenn unsere Kunden und Partner erfolgreich sind.

Bist du zufrieden mit euren im vergangenen Jahr erzielten Ergebnissen? In unserem Markt war nicht selten von einer 'harten Landung' nach dem Sex Toy Boom in 2020 und 2021 die Rede…

Briana: Swiss Navy hat das Glück, dass unsere Produkte Verbrauchsgüter sind. Die Verbraucher haben sich daran gewöhnt, Gleitmittel und andere ähnliche Produkte zur Verbesserung ihres Intimlebens zu verwenden. Wir hatten also großes Glück, dass wir nicht die 'harte Landung' hatten, den viele andere Unternehmen in unserer Branche erlebt haben. Außerdem haben wir im letzten Jahr neue Produkte auf den Markt gebracht, was uns geholfen hat, neue Umsätze zu erzielen.

Welche Produkte, Maßnahmen, Aktivitäten etc. haben euer Ergebnis des letzten Jahres besonders geprägt?

Briana: Wir haben wirklich zugehört, was die Bedürfnisse unserer Kunden und Partner sind, und ebenso die Verbrauchertrends auf dem Markt für Erotikprodukte untersucht. Unser gesamtes Swiss Navy Team hat sich immer auf Lösungen konzentriert. Als die Silikonpreise letztes Jahr aufgrund von Materialengpässen stiegen, haben wir uns auf die Suche nach neuen Quellen und anderen Optionen gemacht. Dies führte dazu, dass wir die Preise für unsere Silikonprodukte senken konnten, nachdem wir gezwungen waren, sie zu erhöhen. Ich glaube, dass die Art und Weise, wie wir für unsere Kunden und Partner immer wieder den Extrameter gehen, der Grund dafür ist, dass 2022 trotzdem ein unglaublich erfolgreiches Jahr für unser Unternehmen und unser Team war.

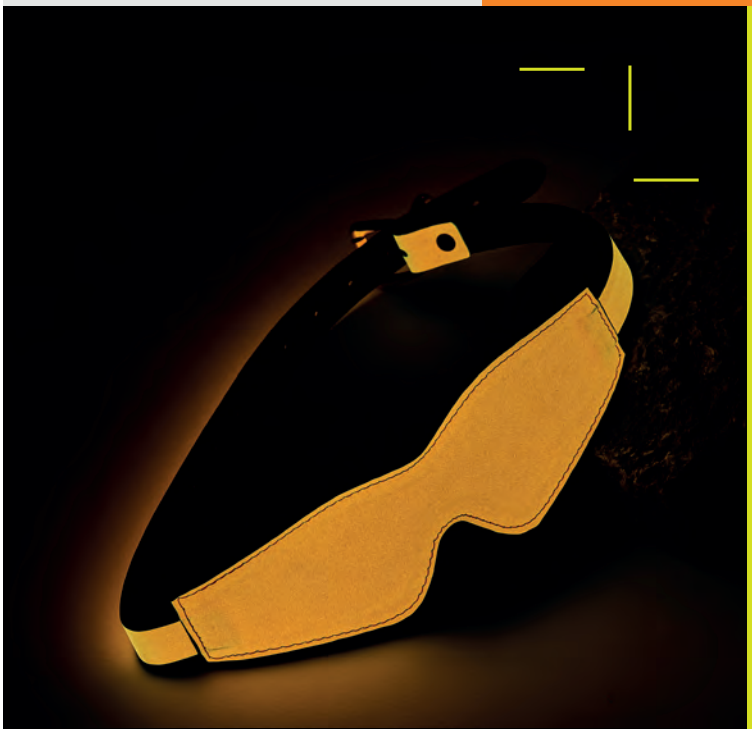
Eine Frage noch zum letzten Jahr bevor wir uns eueren Plänen für 2023 und darüber hinaus widmen: welche Trends

Kerrie Mckinnon ist neu bei M.D. Science Lab und wird als International Sales Executive den australischen Markt betreuen

in der Gleitgel Kategorie haben den Markt 2022 geprägt?

Briana: Interessante Frage! Wir haben festgestellt, dass die Verbraucher mehr denn je danach suchen, wie sie ihr Liebesleben verbessern können - und dass sich immer mehr Medien und auch wissenschaftliche Studien auf die intimen Bedürfnisse der Menschen konzentrieren. Das hat unserer gesamten Swiss Navy Produktlinie sehr geholfen. In der Vergangenheit haben wir viele Push-Marketingstrategien angewandt, um unsere Produktinformationen und -vorteile an die Verbraucher weiterzugeben. Aber im Jahr 2022 gab es definitiv eine Verschiebung, die dazu führte, dass mehr Verbraucher von sich aus nach Informationen über Produkte im Bereich Sexual Wellness suchten. Dies war höchstwahrscheinlich auf die Pandemie zurückzuführen, die jeden dazu zwang, mehr auf die allgemeine Gesundheit zu achten. Aufgrund dieser Verschiebung hat sich auch unser Marketing auf eine Pull-Strategie verlagert, um die Verbraucher in die Einzelhandels- und Online-Shops zu locken.

Der Jahreswechsel liegt schon etwas hinter uns, aber dennoch die Frage, mit welchen Hoffnungen und Erwartungen ihr in das Jahr 2023 gestartet seid? Besteht bei euch trotz der globalen Krisen, die wir auch dieses Jahr wieder durchstehen müssen, Optimismus?



THESE TOYS WILL MAKE YOU GLOW LIKE NEVER BEFORE.

RADIANT

info@tongabv.com

tongabv.com

+31 (0) 115 566 322

Kommt in Kürze auf den Markt : Naked, ein zu 100 % natürliches Gleitmittel auf Wasserbasis

Briana: Unsere Hoffnungen und Erwartungen sind zu Beginn eines jeden Jahres immer die gleichen. Wir wollen mehr und neue Wege finden, um unsere treuen Kunden zu unterstützen!
In den letzten Jahren waren wir damit sehr erfolgreich und konnten unsere Partner mit einer Vielzahl von Ansätzen unterstützen. Von der Anpassung unserer Preise über die Suche nach Lösungen für logistische Probleme bis hin zur Einrichtung eines B2B-Online-Ressourcenzentrums und eines Online-Zertifizierungskurses. Wege zu finden, wie wir unseren Partnern besser helfen können, steht immer ganz oben auf unserer Agenda.

Kannst du etwas zu euren Plänen und Zielen für 2023 sagen?

Briana: Wir haben für 2023 ehrgeizige Pläne und sind bereit an mehreren Fronten aktiv. Zunächst haben wir das Jahr mit der Erweiterung unseres Teams begonnen. Wir haben Kerrie Mckinnon als International Sales Executive mit Sitz in Australien gewonnen. Das war ein wichtiger Schritt für uns, denn wir wollen mehr Mitarbeiter einstellen, um unser weiteres globales Wachstum zu unterstützen. Natürlich haben wir unseren Exklusivvertrieb mit unserem Partner SHOTS optimiert und erweitert, um unseren europäischen Kunden einen besseren Service zu bieten. SHOTS hat uns geholfen, die Marke Swiss Navy und unsere Produkte in Europa und Grossbritannien zu verbreiten, und wir sind gespannt, was das Jahr 2023 für unsere Partnerschaft bringt. Und an unserem Hauptsitz in Florida entwickelt unser Forschungs- und Entwicklungsteam einige fantastische neue Produkte und Rezepturen! Wir freuen uns darauf, dieses Jahr neue Produkte vorzustellen.

Müsst ihr euren bisherigen Kurs korrigieren, um eure Ziele zu erreichen oder stehen keine gravierenden Veränderungen euer Strategie an?

Dreamlove
OFFICIAL DISTRIBUTOR

JAMYJOB

BEST SELLER MASTURBATORS

www.dreamlove.es - info@dreamlove.es - CL Abasto 13, Parque logístico de Carmona, 41410, Carmona (Sevilla-Spain) - Tel. +34 955 630 377

Briana: Wir passen unsere Strategien und Pläne ständig an, um die Bedürfnisse unserer Kunden und Partner zu erfüllen. Unsere Kernprodukte sind das Herz und die Seele unseres Unternehmens, und wir planen, in diesem Jahr einige Verbesserungen an unseren Etiketten und Verpackungen vorzunehmen, um sie noch besser zu machen.

Von besonderem Interesse ist natürlich, mit welchen neuen Produkten oder Produktlinien ihr dieses Jahr auf den Markt kommen wollt?

Briana: Ich würde gerne alle unsere geplanten Produkteinführungen für dieses Jahr hier jetzt schon bekannt geben, aber ich weiß, dass sich jeder über eine gute Überraschung freut. Ich kann jedoch verraten, dass wir ein brandneues, 100% natürliches Gleitmittel auf Wasserbasis auf den Markt bringen werden. Wir haben intensiv an diesem Projekt gearbeitet und viele Verbraucheruntersuchungen dazu durchgeführt sowie viele Anregungen von unseren Kunden erhalten. Wir freuen uns sehr darauf, dieses neue Produkt sehr bald auf den Markt zu bringen.

Welche Trends werden den Markt für Gleitgele dieses Jahr bestimmen? Werden natürliche und nachhaltige Produkte auf der Wunschliste der Konsumenten weiter oben stehen?

Briana: Die Verbraucher werden immer informierter! Die meisten recherchieren gründlich, bevor sie etwas kaufen. Und so viele Menschen suchen heute nach sauberen, besseren Gleitgel-Rezepturen! Dies ist ein Grund dafür, dass unser neues, zu 100 % natürliches Gleitmittel auf Wasserbasis, das wir unseren europäischen Kunden über SHOTS vorstellen werden, ein so wichtiges Projekt für uns sein wird.

Gemäß eurer Distributionsstrategie in Europa arbeitet ihr exklusiv mit SHOTS zusammen. Von beiden beteiligten Parteien wird diese Partnerschaft immer sehr gelobt, daher gibt es keinen Grund diese zu ändern?

Briana: Wir sind sehr glücklich, den perfekten Vertriebspartner gefunden zu haben. Das SHOTS Team und seine Philosophien spiegeln unsere eigenen wider. Es war eine unglaublich positive Erfahrung, mit ihnen zusammenzuarbeiten, während wir unsere Marke weltweit aufgebaut haben.

Worauf darf sich denn der europäische Einzelhandel in den nächsten Monaten freuen, wenn es Verkaufsförderung, POS Materialien, Produktschulungen etc. geht?

Briana: Wir sind gerade dabei, mit dem Team von SHOTS eine Strategie für Werbeaktionen zu entwickeln. Leroy Klunder steht jederzeit für Schulungen und Kundenbesuche zur Verfügung. Leroy kann unter leroy@shots.nl erreicht werden.

PRORINO®

PREMIUM CAPS FOR MEN

EIN KRAFTPAKET VOLLER ACTION

STIR UP THE BULL IN YOU

2 Caps
Art. No. **78403**

5 Caps
Art. No. **78404**

10 Caps
Art. No. **78405**

HOT Productions & Vertriebs GmbH /// Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck ///
AUSTRIA email: office@hot-dl.com /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9

Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w panstwa hurtowniach

HOT
London - Miami - Tokyo

LELO

iconic pleasure

LILY™ 3

personal massager

THE BIRTH OF AN ICON

The sex toy that started it all is back for LELO's 20 years of pleasure anniversary! LILY™ 3 is an iconic personal massager that'll guide you on a passionate journey, triggering your senses for an unforgettable experience. Despite its petite size, it now comes with 10 powerful pleasure settings inside its ergonomically shaped body. It is an ideal toy to help you unlock the universe of pleasure at the palm of your hand.

Retailers interested in stocking LELO products are invited to contact

sales@lelo.com | www.lelo.com

sensual practice

NEA™ 3

personal massager

Grasp the bigger orgasmic picture with a petite-sized personal massager NEA™ 3. Known for its signature floral design, this tiny beast now comes with an even wider range of pleasure settings, varying in intensity and vibration patterns. It's perfect for solo or couple play and an ideal starting point for your sexual wellness experimentation journey.

- **TEN POWERFUL PLEASURE SETTINGS**
- **TRAVEL READY**
- **USB RECHARGEABLE & FULLY WATERPROOF**

„Unsere Zielgruppe hat definitiv ein größeres Bewusstsein für Trends, Mode und Qualität."

‚Bound in Elegance' – Kinky Diva veröffentlicht eine neue Bondage-Kollektion

Danny Linden, Gründerin von It's Diva Time (www.itsdivatime.com)

Danny Linden, Gründerin von It's Diva Time (www.itsdivatime.com), veranschaulicht in diesem Interview, welche unterschiedliche Einflüsse in der neuen Bondage-Kollektion 'Bound in Elegance' zum Tragen kommen. Dazu gehören auch weltberühmte Designer, die für Danny als Inspiration bei ihrer Arbeit dienen. Die neue Kollektion steht somit für viel mehr als nur für klassischen Bondage-Stil.

Du hast mit 'Bound in Elegance' eine neue Bondage Kollektion auf den Markt gebracht. Wie bist du auf die Idee dazu gekommen bzw. was hat dich inspiriert?

Danny Linden: Seit meiner Teenager-Zeit bin ich fasziniert und inspiriert von Sex & Fashion. Ich glaube, es begann mit der Punk Bewegung in London. Malcolm McLaren und Vivienne Westwood inspirierten mich mit ihrer Boutique – sie hieß SEX und war in der Kings Road zu finden. Neben Fetisch-Kleidung verkauften sie auch Bondage-Produkte. Die Designs waren frisch und schockierend und enthielten oft gesellschaftliche und politische Kommentare - und sie brachen Tabus, allerdings in sehr kleinem Maßstab. Andere Designer, die mich inspirierten, waren Thierry Mugler, Claude Montana und Jean Paul Gaultier. Diese Modeschöpfer waren dafür bekannt, dass sie in ihren Entwürfen Fetisch-Elemente verwendeten. Das ist eine lange Geschichte, aber das ist mein Hintergrund und alle Ideen und Inspirationen, die ich habe, kommen irgendwie von dort. Danach geht es um die Feinabstimmung von Farben und Looks.

Du bezeichnest deine neue Kollektion als ‘modisch’. Woran machst du das fest?

Danny: Wir leben im Jahr 2023, fast 50 Jahre nach Punk. Seitdem ist eine Menge passiert. Junge Leute, so um die 20+, kaufen Knebel, Fesselmanschetten, Peitschen etc. als wäre es ihr täglicher Einkauf. Ganz so, als ob es keine Tabus mehr gäbe. Dank Künstlern wie Rhianna, Madonna und so weiter sind Fetisch-Kleidung und BDSM-Klamotten akzeptiert. Sie tragen sie auch als modisches Statement, als Accessoire... ein bisschen frech und ein bisschen provokant. Deswegen ist die Nachfrage eine ganz andere heute. Leder-Bondage ist meist interessanter für ‘Hardcore-Fans’. Aber der eigentliche Trend ist Kunstleder. Auch bekannt als Veganes Leder. Klingt nicht nur besser, sondern verkauft sich auch besser. Das Aussehen hat sich verändert. Mehr Farben, bessere Qualität. Mit anderen Worten: modischer.

Welche aktuellen Trends sind in ‘Bound in Elegance’ eingeflossen?

Danny: Ich bewundere Chanel. Sie verwendete oft Rosa in Kombination mit Schwarz und Gold oder Roségold. Die niederländischen Designer Victor und Rolf

verwenden diese Farben immer noch für ihr Parfüm Flower Bomb.Ich liebe es. Es ist so schick und edel. Diese Farbkombination war meine Inspiration für die rosafarbene Version von Bound in Elegance. Außerdem habe ich die pinke Farbkombination nirgendwo sonst in der Erotikbranche gesehen.

Es gibt innerhalb der Kollektion zwei Editionen – die 'High Gloss Edition' und die 'Fashion Edition'. Was für Produkte sind darin zu finden?

Danny: Die Fashion Edition in Pink bietet Handfesseln, Fußfesseln, ein Halsband mit Leine, Handgelenk-/Knöchel-/Hogtie und die ach so beliebten Handgelenk-/Oberschenkelmanschetten. Die gleichen Produkte gibt es auch in der High Gloss Edition in zwei Farben. Aber dazu gibt es jeweils eine Katzenmaske und eine Hasenmaske. Alle Fesseln werden mit einem zusätzlichen Clipring für fortgeschrittene Aktionen und ein engeres Fesselgefühl geliefert.

Mit welchen Alleinstellungsmerkmalen überzeugt 'Bound in Elegance'?

Danny: Die Kollektion kombiniert die Kraft und die verführerische Wirkung des klassischen Bondage mit einem neuen, modernen, modischen Look und einem Gefühl von Luxus.

Und was ist typisch 'Kinky Diva' an deiner neuen Kollektion?

Danny: Bei allem was wir auch immer tun – unsere Art der Präsentation, die Art unserer Modelle, wie unsere Verpackungen aussehen – kann man den modernen, trendigen Touch des Kinky Diva Labels erkennen.

Kannst du noch etwas zur Preisgestaltung sagen?

Danny: Die Preise sind wirklich gut. Nicht zu billig und nicht zu teuer. Zum Beispiel ist unser UVP für die Handgelenk- und Oberschenkelfesseln € 89,95 Das ist sehr vernünftig für diese Qualität und das Aussehen der Produkte.

TWIST & SHOOOUT!

3 Toys in 1
Countless Possibilities through Vibration, Suction, and a Fluttering Tongue.

BMS FACTORY

swan

THE
MONARCH SWAN
TRANSFORM WITH A TWIST

Und an wen richtest du dich mit deiner neuen Kollektion? Wer ist die Zielgruppe?

Danny: Die Kollektion ist für alle Menschen gedacht, die sich wünschen, häufiger erotische Abenteuer in ihrem Liebesleben zu haben. Aber vielleicht haben sie diese Freude in ihrem Leben bereits und sie wollen diese Freude durch die Verwendung von Produkten, die sie noch nicht besitzen, wie zum Beispiel Handschellen und Hogtie oder das Tragen einer Maske für Rollenspiele erweitern. Aber die Kollektion ist auch für diejenigen gedacht, die ihre erotischen Aktivitäten gerne mit Stil ausleben. Es ist wirklich eine Kombination. Unsere Zielgruppe hat definitiv ein größeres Bewusstsein für Trends, Mode, Qualität usw.

Wie willst du 'Bound in Elegance' vermarkten? Stehst du interessieren Einzel- und Großhändlern offen gegenüber?

Danny: Wir verkaufen diese Kollektion bereits an Erotikboutiquen und Einzelhandelsgeschäfte in Europa. Wir sind aber immer offen für mehr...

Da wir gerade ins neue Jahr gestartet sind: was können wir von dir in den nächsten Monaten erwarten? Welche Pläne hat It's Diva Time für 2023?

Danny: Es hört nie auf. Das macht mich manchmal verrückt, natürlich auf eine positive Art und Weise. Im Moment entwickeln wir einige Gürtel und Harnesse in 'high gloss' für Kinky Diva. Wir beginnen mit drei oder veir Artikeln. Und vielleicht, vielleicht kommen wir mit einer sehr kleinen und limitierten modischen Latex-Kollektion bis zum Ende des Jahres auf den Markt.

Fundistri

ALL THE SEXTOYS YOU CAN IMAGINE ARE ALREADY ON FUNDISTRI

Thousands of quality toys
Looking for a particular sextoy ?
Ask us and we will order it !

FUNDISTRI.COM

„Wir sind sowohl mit unseren Ideen als auch mit unseren Produkten Wegbereiter für unsere Branche."

Lovely Planet ist weiter auf Expansionskurs

Anne Meunier, International Sales Director von Lovely Planet

In 45 Ländern der Welt verkauft Lovely Planet seine Produkte gegenwärtig, wobei der US-Markt das größte Wachstum aufweist. eLine hat mit Anne Meunier, International Sales Director bei Lovely Planet, gesprochen, um in Erfahrung zu bringen, welchen Weg das Unternehmen dieses Jahr einschlagen wird, um seine Marktposition zu festigen bzw. auszubauen.

Anne, mit wie viel Optimismus seid ihr in das Jahr 2023 gestartet? Auf der einen Seite wächst der Sex Toy Markt, auf der anderen Seite leben wir in unsicheren Krisenzeiten…

Anne Meunier: Wir sind mehr als optimistisch. Wir sind buchstäblich begeistert vom Beginn des Jahres, denn Januar und Februar sind sehr stark in Bezug auf den Umsatz. Wir haben das Jahr in den USA begonnen, wo wir auf zwei Messen mit Kunden aus aller Welt zusammengekommen sind und wir wurden für vier XBIZ Awards nominiert. Tatsächlich habe ich den 2023 Award als Markenbotschafterin des Jahres gewonnen. Dies ist eine großartige Anerkennung und Belohnung durch unsere Branche für drei Jahre harter Arbeit, um in die USA zu expandieren. Wir danken allen für ihr Vertrauen und ihre Unterstützung. Abgesehen von diesen Ereignissen, die uns Zuversicht geben, verkaufen sich unsere neuen Produkte äußerst gut.

Was steht in eurer Agenda für dieses Jahr? Kannst du uns etwas zu euren Idee, Plänen und Zielen verraten?

Anne: Unser nächstes großes Ding wird die Erospain Messe in Barcelona vom 22. bis 25. April sein, wo wir ausstellen werden. Außerdem werden wir dort eine große Party mit anderen Marken veranstalten und eine Strap-on-me Modenschau anbieten. Wir sind sowohl mit unseren Ideen als auch mit unseren Produkten Wegbereiter für unsere Branche. Die Idee und unser Ziel ist es, die Wahrnehmung gegenüber unserer Produktwelt zu verändern, indem wir Emotionen für den Endverbraucher schaffen. Diese Emotionen können visuell oder sensorisch sein, durch Ästhetik, Farbe, Form, Ergonomie, Geschmack, Berührung, Geräusch, Geruch oder Geschmack des Produkts Wir werden alle unsere Marketinginstrumente überarbeiten, um diese Emotionen auszulösen. Unsere Produktteams werden einzigartige, identifizierbare und wiedererkennbare Produkte und Inhalte schaffen, die unsere Love to Love und Strap-on-me Markenuniversen noch schöner, begehrenswerter und spielerischer machen. Das Ziel ist es, unseren Partnern und Kunden ein anderes sinnliches Vergnügen zu bieten.

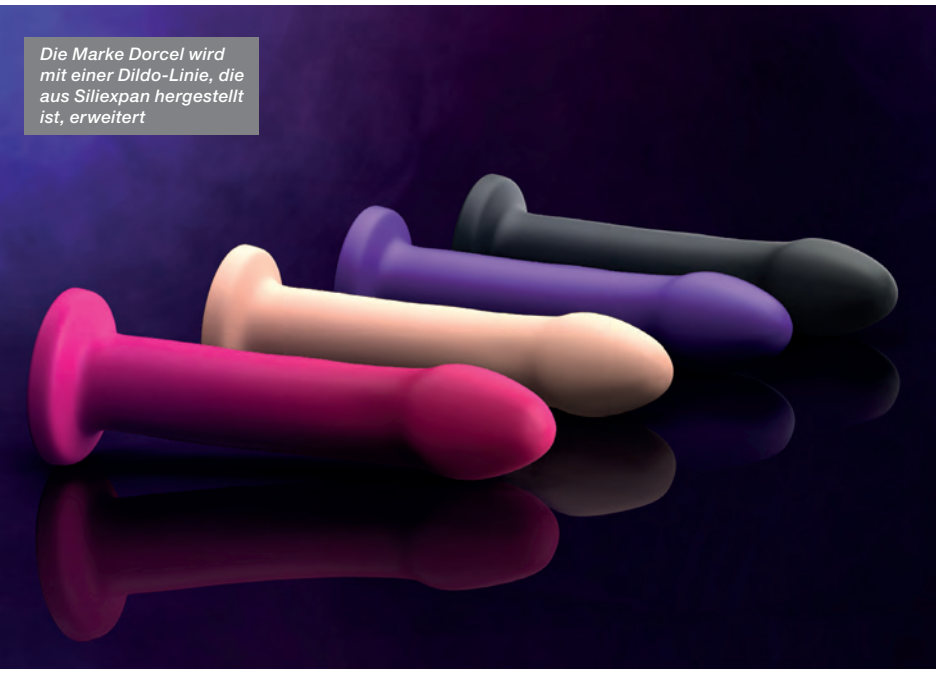
Ist es für die Umsetzung dieser Pläne bzw. das Erreichen dieser Ziele notwendig, gravierende Veränderungen an eurem Geschäftsmodell vorzunehmen?

Neu von Love to Love: Funky Bunny

Anne: Wir haben unser Geschäftsmodell im Jahr 2019 komplett geändert. Früher war Lovely Planet ein Vertriebsunternehmen, eine Plattform für diejenigen, die sich in Europa etablieren wollten. Heute sind wir ein Mehrmarkenunternehmen, das sechs Eigenmarken entwickelt und herstellt, die weltweit vertrieben werde.

In wie vielen Ländern ist Lovely Planet heute aktiv? Wie steht es um eure Expansion nach Nordamerika, die ihr vor einigen Jahren begonnen habt?

Anne: Wir sind in 45 Ländern vertreten, zuletzt sind Panama und Indien dazugekommen. Nordamerika ist jetzt unser stärkster Wachstumsmarkt. In den USA und Kanada ist der Markt riesig. Er ist sehr



Die Marke Dorcel wird mit einer Dildo-Linie, die aus Siliexpan hergestellt ist, erweitert

offen, weil es dort ein Publikum gibt, das wir in Europa so nicht haben. In jedem Bundesstaat gibt es Tausende von Menschen, die nach Kostümen und Accessoires für ihre Arbeit suchen: Barkeeper, Tänzer, Stripper etc.. Und alle haben Halloween-Kostüme. Für diese Outfits und Kostüme gehen sie natürlich in Geschäfte, die auch Sex Toys führen, und unsere Marken waren und sind dort sehr erfolgreich, da wir eine andere Ästhetik anbieten. Wir denken daran, Ende des Jahres ein Lager in Nordamerika zu eröffnen, um unsere Kunden schneller bedienen zu können.

Sortiment, Lieferfähigkeit, Kundenservice… mit welche Faktoren wollt ihr euch 2023 im umkäpften Sex Toy Markt von der Konkurrenz abheben?

Anne: Lieferfähigkeit - es gibt nichts zu verkaufen, wenn Produkte nicht verfügbar sind, also sorgt unser Supply-Chain Team jeden Tag dafür, dass der Bestand unter Kontrolle ist. Und da nun bewiesen ist, dass unsere Produkte gut sind und sich verkaufen, zeigen wir unseren Kunden jeden Tag, wie sehr wir sie zu schätzen wissen.

Lovely Planet bietet eigene Marken sowie Marken von Lieferanten an. Bleibt ihr dieser Strategie treu?

Anne: Im Jahr 2023 werden wir drei Fremdmarken als Partner behalten. Uns verbindet mit ihnen eine langjährige Freundschaft und wir sind zusammen glücklich.

Wenn der Blick auf eure zahlreichen Eigenmarken fällt, könnte man fast meinen, dass ihr eher eine Design-Firma und nicht ein Distributor im klassischen Sinne seid. Was entgegnest du darauf?

Anne: Wir beschäftigen uns 99 % des Tages mit dem Design und der Herstellung von Produkten.

Mit welchen neuen Produkten in eurem Eigenmarkensortiment

Leg Avenue™
www.legavenueeurope.com

dürfen wir in den nächsten Monaten von euch rechnen?

Anne: Wirklich eine Menge aufregender Dinge. Diesen Monat bringen wir das neue Strap-on-me Curious Harness in den Metallic-Farben Gold, Grün, Blau und Fuchsia mit zwei verstellbaren Gurten für die Größen XS/M und für L/XXL heraus. Wir wollten, dass unser Verkaufsschlager wirklich inklusiv ist und von allen getragen werden kann. In diesem Sinne bieten wir diesen Monat auch einen neuen, kleineren Dildo mit Ejakulationsfunktion an. Und wir haben unseren vibrierenden, biegsamen Strap-on mit einem neuen Design aufgewertet, das jetzt aus einem Stück Liquid Silicone besteht. Dorcel wird seine erste weiche, realistische Reihe von Dildos, die aus knautschigem Silexpan bestehen, auf den Markt bringen. Love to Love wird seine neuen Funky Bunny in Metallic-Farben vorstellen. Und im Mai gibt es einen neuen süßen Dildo in der Dildolls Kollektion, voller Glitzer, in erstaunlich strahlendem Rosa. Absolut schön.

Welche Anforderungen stellt ihr bei der Produktentwicklung an euch selbst? Welche Parameter sind wichtig? Qualität? Material? Technologie? Preis? Design?

Anne: Design, Material und Ergonomie sind entscheidend. Die perfekte Kombination aus diesen drei Faktoren löst Emotionen aus und sorgt für Effizienz. Wir machen keine Kompromisse bei Qualität und Ästhetik.

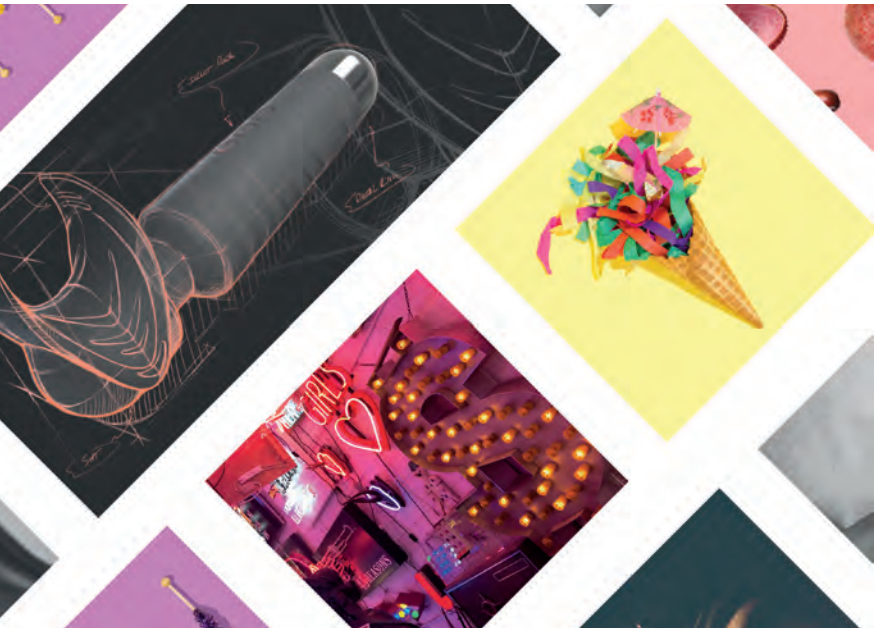
Welche Markttrends werden dieses Jahr eurer Meinung nach besonders starken Einfluß auf euere Produktentwicklung nehmen?

Anne: Wir lassen uns von einem gesellschaftlichen Phänomen inspirieren, das vor allem durch die Suche nach Wohlbefinden gekennzeichnet ist. Wir stellen daher Objekte her, die das intime Wohlbefinden verbessern und sich in die Einrichtung einfügen, das heißt, dass unsere Produkte ansprechend sein müssen, damit sie zum Beispiel problemlos auf einem

st RUBBER

Schneider & Tiburtius Rubber Vertriebsgesellschaft mbH
D-66787 Wadgassen-Hostenbach
T +49 6834 4006-0 · F +49 6834 4006-11
info@st-rubber.de

STRUBBI.COM



Wohnzimmertisch platziert werden können oder als Briefbeschwerer verwendet werden können. So denken wir. Was andere machen, ist für uns nicht interessant. Die Dildolls Linie von Love to Love ist ein perfektes Beispiel für diese Denkweise.

Wie wird sich unser Markt dieses Jahr und darüberhinaus entwicklen?

Anne: In Anbetracht unserer Ziele wollen wir Gutes tun. In Zukunft werden wir uns darauf konzentrieren, in einem transparenten und verantwortungsbewussten Universum zu produzieren, mit mehr umweltverträglichen Produkten und Verpackungen. Die erste Sorge der Generation unter 30 Jahren ist die Nachhaltigkeit und unsere Industrie muss zeigen, dass sie in diesem Sinne handelt. Bei unseren nächsten vier Love to Love Produktveröffentlichungen wird es keine Plastikschalen mehr in der Schachtel geben.

Welche Herausforderungen warten auf euch in der Zukunft?

Anne: Eine Herausforderung besteht darin, die Menschen weiter aufzuklären und die Sex Toy Industrie zu entstigmatisieren, indem man Aufklärung über die Verwendung der Produkts betreibt. Zum Beispiel ist die anale Lust aufgrund tief verwurzelter gesellschaftlicher Überzeugungen immer noch ein Tabuthema. Um das Bewusstsein der Menschen zu öffnen, müssen wir erklären, über Anatomie sprechen, und zwar in einer Sprache, die gleichzeitig unkompliziert, unterhaltsam und lehrreich ist. Eine weitere Herausforderung ist die Öffnung für weitere und vor allem neue Partner. Heute sind andere Marken und Einzelhändler an uns interessiert als früher. Die Akteure des Mainstreammarkts sehen jetzt das Potenzial unserer Produkte und fragen nach ihnen. Mode- und Kosmetikmarken wenden sich jetzt an uns, um mit Love to Love gemeinsame Produkte zu entwickeln. Es sieht so aus, als ob wir uns auf das zubewegen, wofür wir schon immer gelebt haben: Aufgeschlossenheit, Freiheit und Fortschritt. Unsere Herausforderung wird darin bestehen, diese Wachstumschancen zu antizipieren, damit wir in der Lage sind, darauf zu reagieren.

Mistress
DEBRANET
DISTRIBUTION
www.debranet.com • sales@debranet.com • office@debranet.com
Phone: +36 20 538 50 08 • Open: Monday to Friday 07:00 - 16:00 (CET)
SIGN - BEST SUPPLIER 2022 • PRETTY LOVE - EUROPEAN BEST WHOLESALER 2022 • EAN - OUTSTANDING SERVICES TO THE INDUSTRY FOR CUSTOMER CARE 2022

THE LATE X COLLECTION

2901331

2301-076

ORION WHOLESALE

NATURPRODUKT
LATEX – SO COOL

2901358

2901340

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de

Gibt es einen Flughafen auf der Welt, den Michael Guilfoyle, Director of International Marketing and Business Development von XR Brands, noch nicht kennt? Wahrscheinlich nicht, denn er fliegt durchschnittlich zwischen 100.000 und 200.000 Meilen pro Jahr, um Kunden auf der ganzen Welt zu treffen. Die Fliegerei spielt in diesem Monthly Mayhem übrigens neben Hip Hop, Richard Branson und Ryan Reynolds noch eine weitere Rolle.

Wie viele Meilen bist du in diesem Jahr bereits geflogen, um XR Brands auf Messen oder bei Kunden zu präsentieren?

Michael Guilfoyle: Das Jahr ist ja noch jung, von daher sind es wohl erst rund 5000 Meilen. Letztes Jahr habe ich in sechs Monaten 100.000 Meilen geschafft – bis Juni war ich überhaupt nicht unterwegs. Vor Corona bin ich in den letzten 17 bis 18 Jahren durchschnittlich 100.000 bis 200.000 Meilen pro Jahr geflogen. Ich bin viel rumgekommen, bevor ich in die Erotikindustrie gekommen bin, aber jetzt, so denke ich, liege ich vielleicht etwas über dem Durchschnitt, wenn ich mir die Meilen ansehen, die das Verlaufs- und Vertriebspersonal in unserer Branche zurücklegt.

Welchen Berufswunsch hattest du als Kind?

Michael Guilfoyle: Ich wollte an die US Naval Academy. Kampfflugzeuge fliegen. Dann wollte ich Anwalt werden. Mein Vater war Absolvent der US Naval Academy und Kampfpilot. Ich bin in diesem Umfeld aufgewachsen. Als ich die Gelegenheit hatte, an die Academy zu gehen, habe ich mich witzigerweise für eine 'normale' Existenz am College und nicht für das Militär entschieden. Ich wollte Frauen kennenlernen und auch mal ein - oder zehn - Bier trinken.

Wie ist es zum Einstieg in die Love Toy Branche gekommen?

Michael Guilfoyle: Ich komme aus dem Consulting – genauer gesagt aus der Unternehmensberatung. Ich habe Leuten geholfen, Unternehmen zu gründen oder den Verkauf von Unternehmen vorzubereiten. Ich hatte damals 18 Monate damit verbracht, einem Mann zu helfen, sein großes Versicherungsunternehmen zu verkaufen. Als der Verkauf besiegelt war, kam er mit einer Idee für ein Produkt für den Erotikmarkt auf mich zu. Er hatte das nötige Geld und wollte sehen, was passiert, wenn wir es herstellen und vermarkten würden. Das Ergebnis war die Marke Masque in der Produktkategorie Enhancement. Das war ein sehr kurzlebiges Abenteuer, das aber viele Türen im Mainstream für Erotikproduk-

Michael Guilfoyle

te geöffnet hat. Ich hatte mich in die Menschen und die Branche verliebt und als die Marke verkauft wurde, blieb ich der Industrie treu.

Wenn es nicht die Love Toy Branche wäre, welchen Job würdest du jetzt machen?

Michael Guilfoyle: Ich würde mich in der Unternehmensberatung, im Finanzwesen oder in der Technologiebranche zu Tode langweilen.

Was war der größte Karriereschub für dich?

Michael Guilfoyle: Ich wurde zum Geschäftsführer des Family Office eines wohlhabenden Unternehmers ernannt. Die zugehörigen Unternehmen hatten ihren Hauptsitz meist in Amsterdam, aber ich verbrachte viel Zeit in Panama, Zypern, Gibraltar usw. Das war zwar nicht in unserer Branche, aber es war ein großer Schritt, um globale Geschäftskontakte zu knüpfen, die nötig sind, um auf Märkten erfolgreich zu sein, die einem fremd sind. Davor hatte ich hauptsächlich in den USA gearbeitet.

Wo siehst du dich in zehn Jahren?

Michael Guilfoyle: Hoffentlich im Vorruhestand - entweder in Charleston, South Carolina, oder möglicherweise außerhalb der USA. Und vielleicht als Investor von Startup-Unternehmen.

Wie siehst du die Zukunft der Love Toy Industrie?

Michael Guilfoyle: Ich denke, es wird noch viel schwieriger werden, da der globale Wettbewerb immer stärker wird. Von Amazon über die Fabriken, die B2C anbieten, bis hin zu anhaltenden Logistikproblemen in vielen Märkten und neuer, vom Mainstream finanzierter Konkurrenz - der Erfolg wird schwieriger werden und die Gewinnspannen werden für viele sinken. Es wird noch mehr 'Wilder Westen' werden, bevor es sich beruhigt. Ich denke, dass die ISO-Vorschriften dazu beitragen, dass wir in Bezug auf die Qualität auf dem richtigen Weg bleiben, was sehr wichtig ist. Ich glaube auch, dass einige vom Mainstream finanzierte Unternehmen scheitern werden, da sie sich nicht wirklich in unsere Branche integriert haben. Wie aufregend es auch sein mag, ein Produkt im Regal eines Mainstream-

Einzelhändlers zu sehen, es stellt sich die Frage, ob das jetzt PR ist oder es sich wirklich um eine erfolgreiche Absatzmöglichkeit für Love Toys handelt?

Wie sieht ein perfekter Tag in deinem Berufsleben aus?

Michael Guilfoyle: Wenn ich meinen Kunden wirklich helfen kann. Ich verbringe Zeit mit ihnen, um besser zu verstehen, wo sie mit ihren Unternehmen hin wollen und wie wir ihnen helfen können, dieses Ziel zu erreichen. Ich weiß, das hört sich nach Sales Manager Gelaber an, aber das hat mit meinem Hintergrund zu tun. Ich habe mich in meinem Berufsleben – bevor ich in die Erotikindustrie gekommen bin - darauf konzentriert, anderen bei ihren Geschäften und Unternehmungen zu helfen. Ich versuche immer noch, diese beratende Taktik anzuwenden und mich auf die vielen Möglichkeiten zu konzentrieren, wie XR Brands seinen Kunden helfen kann. Vielleicht ist das erste Geschäft nicht immer das perfekteste für mich oder XR Brands, aber es legt den Grundstein für eine lange und für beide Seiten erfolgreiche Beziehung.

Wie entspannst du dich nach der Arbeit?

Michael Guilfoyle: Mit meiner Frau und meinen Katzen. Oder wir erkunden unsere neue Nachbarschaft hier in New York und verbringen Zeit in der Stadt.

Wer ist dein Vorbild und warum?

Michael Guilfoyle: Mein Vater. Als ich aufwuchs, dachte ich immer wie unterschiedlich wir doch sind. Er war ein 'guter Junge' aus Michigan, der sich das College nur leisten konnte, weil er auf die Marineakademie ging, und der mit 23 Jahren verheiratet war. Ich hingegen verbrachte sogar meine späten 20er Jahre mit Partys in South Beach – ja, ich war nicht immer ein fetter

EROPARTNER
DISTRIBUTION
NEW
PRODUCTS
the oh collective
NEXUS®
SVAKOM
strap-on-me®
WWW.EROPARTNER.COM
Tomatenmarkt 1 | 1681PH Zwaagdijk | The Netherlands | +31 (0)228 82 00 00 | info@eropartner.com

alter Mann. Als ich erwachsen wurde, wurde mir klar, dass ich von ihm gelernt habe, was Ehrlichkeit und Freundlichkeit bedeuten und wie man sich um seine Umwelt kümmert. Viele Jahre später schaue ich nun in den Spiegel und sehe mehr Ähnlichkeiten mit ihm als Unterschiede. Ich hoffe, dass ich eines Tages so bin wie er.

Du darfst einen Orden verleihen. Wer bekommt ihn?

Michael Guilfoyle: Das hört sich jetzt wie Arschkriecherei an, aber es ist meine Chefin und Freundin Rebecca Weinberg, Geschäftsführerin von XR Brands. Wir haben ein tolles Team bei XR Brands - dank Rebeccas harter Arbeit bei der Suche nach den richtigen Leuten. Rebecca und ich kannten uns schon seit Jahren, bevor ich bei XR Brands anfing, aber sie hat sich trotzdem viel Zeit genommen, um sicherzustellen, dass ich gut zum Unternehmen passe und mich dort wohl fühle. Sie hat ihre Hände überall drin, in allen Bereichen, von der Produktentwicklung über den Vertrieb und das Marketing bis hin zur Strategieplanung. Aber was noch wichtiger ist: Rebecca steht dafür, wie sich unsere Branche entwickelt hat. Als junge, alleinerziehende Mutter machte Rebecca eine erfolgreiche Karriere in der Navy, schloss ihr Studium ab und fand dann Glück und Erfolg in einer Branche, die damals nicht annähernd so frauenfreundlich war wie heute. Wie sehr sich das geändert hat, sehen wir an der Zahl der weiblichen Führungskräfte in unserer Industrie. Das ist vielen Frauen wie Rebecca zu verdanken, die hartnäckig und erfolgreich waren und die Branche ins richtige Licht gerückt haben. Ich habe großen Respekt vor ihr und vor Frauen wie ihr, die die Entwicklung der Erotikindustrie vorangetrieben haben.

Auf welche eigenen Erfolge bist du besonders stolz?

Michael Guilfoyle: Ich führe eine glückliche und erfolgreiche Ehe und lebe ein ziemlich 'interessantes' Leben. Ich habe das große Glück, jemanden an meiner Seite zu haben, der akzeptiert, dass ich wochenlang verschwinde und gelegentlich sogar an 'aufregenden' Veranstaltungen in der ganzen Welt teilnehme. Ironischerweise war die einzige Veranstaltung in der Erotikindustrie,

NEW

PARTNER TOY AND A 2 IN 1 MASSAGE & GLIDE GEL

Stiv

THE REAL TREAT

Ein revolutionäres ultramodernes Partnerspielzeug mit 7 und mehr einzigartigen Vibrationsmodi zusammen mit seinem seidigen 2-in-1-Massage- und Gleitgel. Dieses Paar ist genau die richtige Wahl für sexuell abenteuerlustige Personen, die eine neue Perspektive für ihr sexualleben suchen.

HOT Productions & Vertriebs GmbH /// Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck ///
AUSTRIA email: office@hot-dl.com /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9

Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w panstwa hurtowniach

HOT

London - Miami - Tokyo

die sie je mit mir besucht hat, eine Venus Show, als wir in der Nähe von Berlin Urlaub machten. Ich glaube, sie denkt, dass alle unsere Veranstaltungen so wild sind, aber sie ist trotzdem sehr verständnisvoll.

Was gefällt dir an deiner Person besonders gut?

Michael Guilfoyle: Ich denke, ich bin im Allgemeinen freundlich. Ich versuche, den Obdachlosen an der Ecke mit demselben menschlichen Respekt zu behandeln wie einen CEO. Wir haben in den letzten Jahren einige große Namen und Persönlichkeiten in unserer Branche verloren. Ich kann mich nicht erinnern, dass in all den Gesprächen, die zu Ehren dieser Persönlichkeiten geführt wurden, irgendjemand darüber gesprochen hat, wie viel Geld sie verdient haben. Es ging immer darum, welche Gefühle sie uns entgegenbrachten. Daher hoffe ich, die Menschen werden sich irgendwann wenigstens an meine großen freundlichen Umarmungen erinnern.

Welche Sünde kannst du nicht vergeben?

Michael Guilfoyle: Gewalt im Allgemeinen, aber insbesondere an jenen, die sich nicht selbst verteidigen können - Kinder, Tiere usw.

Was singst du unter der Dusche?

Michael Guilfoyle: Viele Menschen sind oft überrascht zu erfahren, dass ich seit fast 40 Jahren ein großer Hip Hop Fan bin. Also singe ich entweder Biggie oder einen ähnlichen Song - oder ich singe eine super kitschige Ballade. In der High School war ich Sänger. Ich war schrecklich, habe aber große Stücke auf mich gehalten. Ich singe also viel.

Wen würdest du wirklich niemals nackt sehen wollen?

Michael Guilfoyle: Es scheint gehässig, jemanden zu nennen. Der erste Name, der

JAVIDA

ORION WHOLESALE

RUNDUM STIMULIERT

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de

2301-078

mir einfiel, war Donald Trump. Das soll keine politische Aussage sein, denn Biden würde ich auch nicht nackt sehen wollen. Packt mich dich einfach auch auf die Liste…

Mit wem würdest du gerne ins Kino gehen und welchen Film würdest du wählen?

Michael Guilfoyle: Ich bin total verknallt in Ryan Reynolds. Er ist urkomisch, scheint aber auch ein wirklich guter Mensch zu sein. Wir würden uns den kommenden Film Deadpool 3 zusammen ansehen, aber dabei nicht Händchen halten. Ich liebe meine Frau.

Du bekommst einen Monat Urlaub. Wo geht es hin?

Michael Guilfoyle: Inseln im Pazifik. Eine der wenigen Gegenden, die ich noch nicht besuchen konnte, aber das steht ganz oben auf meiner Liste. Ich war noch nie auf Hawaii, was seltsam ist, weil ich mehrere Jahre in Kalifornien gelebt habe und das von dort ein recht häufiger Trip ist.

Du auf einer einsamen Insel... welche drei Dinge nimmst du mit?

Michael Guilfoyle: Toilettenpapier, ein Solarladegerät, ein iPad für Musik und Bücher

MY.SIZE PRO Mix 53, 10er
Artikel-Nr.: **100000019058**

MY.SIZE PRO Mix 53, 28er
Artikel-Nr.: **100000019059**

MY.SIZE PRO

MY.SIZE PRO Mix 49, 10er
Artikel-Nr.: **100000019054**

MY.SIZE PRO Mix 49, 28er
Artikel-Nr.: **100000019055**

MY.SIZE PRO Mix 57, 10er
Artikel-Nr.: **100000019062**

MY.SIZE PRO Mix 57, 28er
Artikel-Nr.: **100000019063**

Neu bei ST RUBBER im Sortiment!

MY.SIZE PRO Mix 60, 10er
Artikel-Nr.: **100000019066**

MY.SIZE PRO Mix 60, 28er
Artikel-Nr.: **100000019067**

MY.SIZE PRO Mix 64, 10er
Artikel-Nr.: **100000019070**

MY.SIZE PRO Mix 64, 28er
Artikel-Nr.: **100000019071**

MY.SIZE PRO Mix 69, 10er
Artikel-Nr.: **100000019074**

MY.SIZE PRO Mix 69, 28er
Artikel-Nr.: **100000019075**

10er-Packung-Inhalt: 10 Kondome aus Naturkautschuklatex mit Reservoir, zylindrisch, feucht. 4 Stück: naturfarben, glatt; je 2 Stück: naturfarben, gerippt – rot mit Erdbeeraroma – blau.

28er-Packung-Inhalt: 28 Kondome aus Naturkautschuklatex mit Reservoir, zylindrisch, feucht. Je 7 Stück: naturfarben, glatt; naturfarben, gerippt; rot mit Erdbeeraroma; blau.

st RUBBER

Schneider & Tiburtius Rubber Vertriebsgesellschaft mbH
D-66787 Wadgassen-Hostenbach
T +49 6834 4006-0 · F +49 6834 4006-11
info@st-rubber.de

STRUBBI.COM

Mit wem würdest du gerne einen Tag deines Lebens tauschen?

Michael Guilfoyle: Richard Branson. Da ich nicht in der Lage wäre, innerhalb eines Tages große Veränderungen zu bewirken – so wie wenn ich mich entschieden hätte, einen Tag meines Lebens mit einem der wichtigsten Politiker der Welt zu tauschen – würde ich den Nervenkitzel genießen, ein Leben zu führen, das wohl nur 0,1% der Gesellschaft führen. Branson scheint mir übrigens der einzige zu sein, der dieses Leben wirklich zu geniessen weiß. Viele der anderen Superreichen scheinen wirklich mürrisch und griesgrämig zu sein.

Was würdest du nie wieder im Leben machen?

Michael Guilfoyle: Ein eigenes Boot besitzen.

Welchen gut gemeinten Rat gibst du unseren Lesern?

Michael Guilfoyle: Ich habe eng mit Leuten zusammengearbeitet, die nichts hatten und mit Leuten, die über 10 Millionen Dollar im Jahr verdienten. Es gibt zwei Dinge, über die ich auf der Grundlage dieser Erfahrung viel nachdenke. Keine Aufgabe ist unter deiner Würde. Die erfolgreichsten und angesehensten Menschen, mit denen ich zusammengearbeitet habe, zögerten nicht, den Müll zu entsorgen - selbst wenn sie Leute hatten, die das für sie erledigen. Was noch wichtiger ist - und das ist ein Rat, den wir alle schon oft gehört haben - Glück kommt von harter Arbeit. Jeder wird rstaunt sein, wie viel 'Glück' sich einstellt, wenn man sich voll und ganz für eine Sache einsetzt.

XBIZ® RETREAT

Business + Pleasure

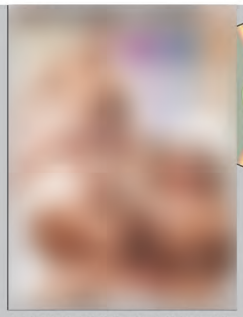
Take your success to the next level. Be part of XBIZ Retreat, the adult retail industry's premier all-inclusive event that brings together top buyers and product manufacturers for three days of private one-on-one meetings and networking special events.

MAY 15-19, 2023 // MIAMI, FL

xbizretreat.com

GAYSHOP.COM
WHOLESALE

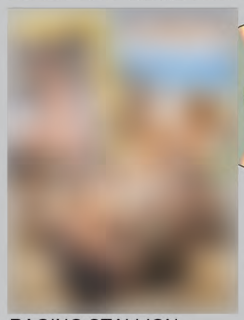
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21580D
UVP € 44,95
€ 15,96

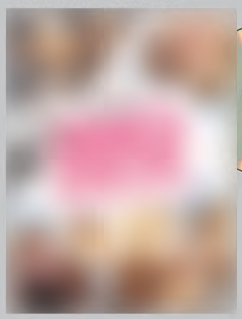
LUCAS ENTERTAINMENT



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21354D
UVP € 39,95
€ 12,86

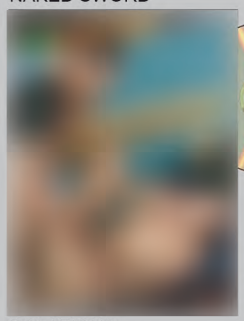
RAGING STALLION



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21810D
UVP € 39,95
€ 12,86

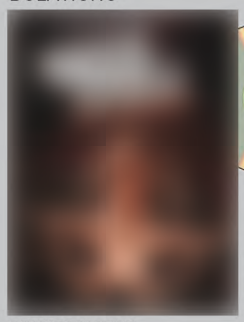
NAKED SWORD



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20573D
UVP € 39,95
€ 12,86

BOLATIONO



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21850D
UVP € 39,95
€ 15,96

RAY DRAGON

GAYSHOP.COM
KRAHO GmbH
Oberau 6 - A-6351 Scheffau
Email: info@gayshop.com
Tel.: +43 5358 4 31 31 80

Fall in love with love

ORGASM CREAM
couple
30ml/1.0fl.oz
Art. No. 67206

Shiatsu

THE GARDEN OF LOVE

ORGASM CREAM

world-of-hot.com

Perfekt zum gegenseitigen Auftragen im Intimbereich. Es entsteht ein wärmendes und kribbelndes Gefühl, das sie und ihn schneller zum Höhepunkt bringen kann.

Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w panstwa hurtowniach

HOT
London - Miami - Tokyo

HOT Productions & Vertriebs GmbH /// Wagrainer Str. 35 /// 4840 Voecklabruck /// AUSTRIA
office@hot-dl.com /// fon. +43 7672 72009 /// fax. +43 7672 72009-9

Hier könnte Ihre
"Werbeanzeige"
stehen:

...und über 6.000
B2B-Kontakte erreichen

Internationaler
Erfolg gewünscht?

...und über 14.000
B2B-Kontakte erreichen

Dann setzen Sie sich mit
uns in Verbindung:

mediatainment publishing
Verlags GmbH
Große Kampstraße 3
31319 Sehnde
Germany

TEL: +49 (0) / 5138 60220 - 23
FAX: +49 (0) 5138 60220 - 29

mail: mjohnson@mptoday.de

spanish fly
GOLD & extreme

ero by HOT

spanish fly
GOLD

GOLD – strong - women / 30ml
Art. No. 77101

GOLD – strong men / 30ml
Art. No. 77100

spanish fly
extreme

women / 30ml
Art. No. 77103

men / 30ml
Art. No. 77102

spanish fly
drops

Eines der bekanntesten Aphrodisiaka – damit können Frauen und Männer ein absolut anderes Liebeserlebnis haben. Für mehr Spaß bei Sex, Lust & Liebe.

erection
spanish fly cream
men / 30ml - Art. No. 77206

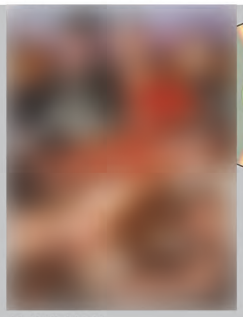
Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w panstwa hurtowniach

HOT Productions & Vertriebs GmbH
Wagrainer Str. 35 /// 4840 Voecklabruck /// AUSTRIA
office@hot-dl.com /// fon. +43 7672 72009 /// fax. +43 7672 72009-9

HOT
London - Miami - Tokyo

GAYSHOP.COM
WHOLESALE

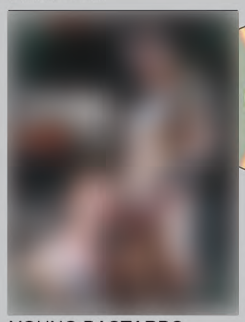
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21423D
UVP € 34,95
€ 12,86

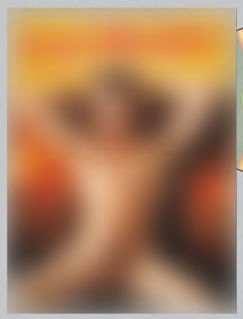
RAWFUCK



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21419D
UVP € 39,95
€ 12,86

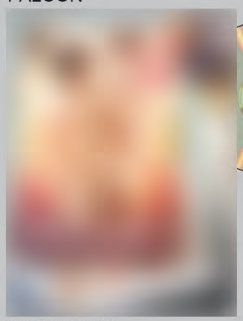
YOUNG BASTARDS



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21806D
UVP € 39,95
€ 12,86

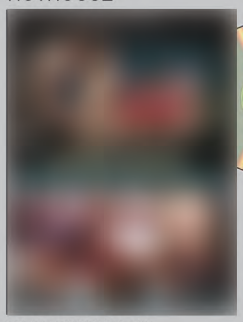
FALCON



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21812D
UVP € 39,95
€ 12,86

HOTHOUSE



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21808D
UVP € 39,95
€ 12,86

DRAGON MEDIA

GAYSHOP.COM

KRAHO GmbH
Oberau 6 - A-6351 Scheffau
Email: info@gayshop.com
Tel.: +43 5358 4 31 31 80

COBECO BODY LUBE

Your go-to lubricants for comfortable pleasure

CBL Cobeco BodyLube Water-based
11510932 50ml | **11510931** 100ml | **11510819.91** 250ml | **11500002.9** 500ml

CBL Cobeco BodyLube Silicone-based
11510938 50ml | **11510937** 100ml | **11510823.91** 250ml | **11500004.9** 500ml | **11500005.9** 1000ml

CBL Cobeco BodyLube Silicone-based
11510938 50ml | **11510937** 100ml | **11510823.91** 250ml | **11500004.9** 500ml | **11500005.9** 1000ml

This product is available at your regular wholesaler.

COBECO PHARMA
private label producer and wholesaler of pharmaceutical, cosmetic and stimulating products
Hertzstraat 2 | 2652 XX Berkel en Rodenrijs | the Netherlands
Telephone : +31 (0)10 - 290 09 91 | E-mail general : info@cobeco.nl
E-mail sales : sales@cobeco.nl | Web : www.cobecopharma.com

NCV npn
HACCP
MEDICAL DEVICES ISO 13485:2016 NSAI Certified

Hier könnte Ihre
"Werbeanzeige"
stehen:

...und über 6.000
B2B-Kontakte erreichen

Internationaler
Erfolg gewünscht?

...und über 14.000
B2B-Kontakte erreichen

Dann setzen Sie sich mit
uns in Verbindung:

mediatainment publishing
Verlags GmbH
Große Kampstraße 3
31319 Sehnde
Germany

TEL: +49 (0) / 5138 60220 - 23
FAX: +49 (0) 5138 60220 - 29

mail: mjohnson@mptoday.de

speziell für den INTIMBEREICH

UNISEX

3 Min - max 10 Min

ALOEVERA+PANTHENOL+JOJOBAOIL

INTIMATE
DEPILATION
CREAM
INTIM-ENTHAARUNGS-CREME

HOT Intimate Depilation
Cream für ein schöneres
und glatteres Hautgefühl.
Sie entfernt Körperhaare
besonders einfach und sicher.

Art. No. 44051

WORLD-OF-HOT.COM

HOT
London - Miami - Tokyo

Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w panstwa hurtowniach

HOT Productions & Vertriebs GmbH /// Wagrainer Str. 35 /// 4840 Voecklabruck /// AUSTRIA
office@hot-dl.com /// fon. +43 7672 72009 /// fax. +43 7672 72009-9

ThaiFest

26 April – 1 Mai, 2023 • Türkei
www.thaifest.ru

eroFame

11 – 13 Oktober, 2023 • Hannover, Deutschland
www.erofame.eu

Venus Berlin

19 – 22 Oktober, 2023 • Berlin, Deutschland
www.venus-berlin.com

Sofort-Fax-Bestellung
05138-60 220-29

☐ **ja, ich / wir bestellen ELINE**
zum Jahres-Abonnement
12 Ausgaben p.a. incl. Doppelnummern

zum Abo-Komplett-Preis
von nur 180,- EUR
(zzgl. ges. Mehrwertsteuer, zzgl. Versandkosten)

Hinweis: Das jeweilige Abonnement ist gültig für die Dauer eines Jahres und verlängert sich automatisch um jeweils ein weiteres Jahr, wenn nicht spätestens sechs Wochen vor Ablauf schriftlich beim Verlag gekündigt wird. Die Versand-/ Abogebühr für ein Jahr ist im Voraus fällig.
Garantie: Ich kann / wir können die Bestellung innerhalb von 7 Tagen bei MEDIATAINMENT publishing schriftlich widerrufen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs.
Das bestätige ich mit meiner Unterschrift.

Coupon ausschneiden und senden an:
MEDIATAINMENT PUBLISHING VERLAGS GmbH
Große Kampstraße 3 • 31319 Sehnde
per Fax-Antwort: 05138-60 220-29

eLine
Europe's first choice for the erotic trade

Firma _____

Ansprechpartner /
Telefon; Fax _____

Straße / Postfach _____

PLZ / Ort _____

Datum / Unterschrift _____

☐ **Bankeinzug**

Geldinstitut _____

BLZ / Kto _____

Kontoinhaber _____

Datum / Unterschrift _____

ABO BESTELLCOUPON

IMPRESSUM

eLine erscheint bei:
mediatainment publishing verlagsgesellschaft mbH
Große Kampstraße 3 • 31319 Sehnde
fon: 05138 - 60 220-0, fax: 05138 - 60 220-29
e-mail: info@mptoday.de

Geschäftsführung
Christine Rüter (-13),
crueter@mptoday.de

Verlagsleitung / eroFame
Wieland Hofmeister (-15)
whofmeister@mptoday.de

Chefredaktion
Matthias Johnson (-23)
mjohnson@mptoday.de

Grafik
Liam Labes (-26)
llabes@mptoday.de

Grafik
Thomas Davidjan (-17)
tdavidjan@mptoday.de

Administration
Sharon Lakomy (-22)
slakomy@mptoday.de

Bankverbindung:
Stadtsparkasse Burgdorf
IBAN: DE13 2515 1371 0270 0044 01
BIC: NOLADE21BUF

Druck:
Leinebergland-Druck GmbH & Co.

PRIVATE TOYS

NEW

NOW AVAILABLE AT SCALA

Jayla de Angelis

10715
Jayla de Angelis
Pussy
RRP: €54,95

SCALA-NL.COM
SALES@SCALA-NL.COM
+31 (0)24 202 2390

SCALA

INTENSE DEEP!

VIBRATIONS

ORION WHOLESALE

Sweet Smile

0557862

THE POWERFUL ONE

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

Tel. +49 461 5040-308 · wholesale@orion.de

2301-077