49335 • 25. Jahrgang • No. 06 / 2023

HOSTS OF THE EROTIX AWARDs 2023 • Strengstes Jugendverbot

eLine

Europe's first choice for the erotic trade

Official media cooperation partner

eroFame

anime/SHOW

XBIZ THE INDUSTRY SOURCE

LELO

the future is now

The evergrowing category of luxury sex toys for men represents an excellent opportunity for them to expand their options when it comes to self-pleasure. LELO offers a broad selection of award-winning pleasure devices, from powerful prostate massagers and penis rings to unique app-controlled male masturbators. Those seeking to experience powerful catharsis and reach new heights of self-play will be delighted to get their hands on them and turn their fantasies into reality.

FOR YEARS TO COME
made for long-term satisfaction

WIDE RANGE OF PLEASURE SETTINGS
from a teasing murmur to a satisfying pulse

SCULPTED FOR YOUR PLEASURE
fit your body like a glove

100% WATERPROOF
perfect for the bath and shower

GLOBAL BESTSELLER
longer time for pleasure

EXTRA-SOFT SILICONE
ultra-smooth premium silicone that's extra soft to the touch

F1S™ V2

A legendary pleasure console that is the ultimate act of self-love with double the power, a more pliable sleeve, and a wider range of sonic intensities.

HUGO™

The ultimate remote-controlled prostate massager for unlimited pleasures with a smooth design perfect for achieving bigger, better, and even hands-free orgasms.

LOKI Wave™ 2

A vibrating prostate massager for daring solo or couple play. It surges inside in a finger-like massage motion, easily reaching the prostate using WaveMotion™ technology.

TOR™ 3

An app-controlled couples' ring made of premium body-safe silicone, ideal for all shapes and sizes, that transfers the sensations to both partners.

LELO HEX™

Strength and sensitivity with flexibility and stretch. LELO HEX™ is the ultra-thin condom the world has been waiting for for 70 years.

58

Brian Sloan stellt sich 17 ‚eLine Thesen‘

66

Patricia López, Gründerin von MYHIXEL, spricht über die Orgasmuslücke und Ejakulationskontrolle

82

Good Vibrations Education Director Andy Duran beleuchtet Sex Toys für Paare aus allen Blickwinkeln

‚Moments of pleasure‘ mit Gianluca Pomponi (IntimateLine Sensual Cosmetics)

100

70

Share Satisfaction bringt Neuseelands erste Komdommarke auf den Markt - Taslim Parsons hat die Details

86

April Lampert wandelt Hot Octopuss in eine nachhaltige Sex Toy Marke um

76

Elizabeth Thomas stellt mit lovegun eine neue Marke in der Kategorie der Massagepistolen vor

32

SHOTS Goes Wild – Die Sex Toy Safari begeistert alle Besucher

40 *Bernd Poitz und Henning Geßner über Neukundengewinnung und Markenstärkung*

News:
Internationales Marktgeschehen 06

Feature:
Rumble in the sex toy jungle 28

Event:
SHOTS Goes Wild 32

Interview:
Bernd Poitz (Bemapharm GmbH)
& Henning Geßner (DEVEXGO GmbH) 40

Interview:
Brian Sloan (Autoblow) 58

Interview:
Patricia Lopez (MYHIXEL) 66

Interview:
Taslim Parsons (Share Satisfaction) 70

Interview:
Elizabeth Thomas (lovgun) 76

Interview:
Andy Duran (Good Vibrations) 82

Interview:
April Lampert (Hot Octopuss) 86

Interview:
Gianluca Pomponi (IntimateLine) 100

Monthly Mayhem: 108

Highstreet: 112

eLine Kalender: 116

Vorwort

Liebe Leser,

die ersten Messen unserer Industrie liegen schon etwas hinter uns, da geht es auch schon weiter mit einer Reihe von Unternehmen organisierten Veranstaltungen. Auch an diesen lässt sich leicht festmachen, wie sehr sich unser Markt gewandelt hat, denn die Hausmessen von früher, die vor allem im Zeichen von Rabatten und Sonderangeboten standen, gehören lange der Geschichte an. Nicht dass es keine Gelegenheit mehr gibt, auf den angesprochenen Events das eine oder andere Schnäppchen zu schlagen, aber der Fokus hat sich verändert. Heute nehmen die Teilnehmer dieser Veranstaltungen mehr mit, als zig Produkte zum Sonderpreis: es geht um Informationen, Produktwissen, Verkaufstraining, Markttrends, den Austausch zwischen Industrie und Handel, also all das, was den Einzelhändlern dienlich dabei ist, ihre Geschäfte erfolgreich führen zu können.

In diesem Sinne,
Matthias Johnson

iroha mai verändert das Konzept vibrierender Freudenbringer

Haptic WAVE Technologie

iroha mai bietet eine völlig neue Art der Vibration mit einem tieferen, dreidimensionalen Erlebnis, das im ganzen Körper spürbar ist.

Die Haptic WAVE Technologie, die auf der gleichen Technologie basiert, die auch in Smartphones, Game Controllern und anderen Geräten zum Einsatz kommt, bietet ein taktiles Feedback durch Vibration und Bewegung und verändert damit das Konzept der Vibration grundlegend. Die Haptic WAVE Technologie wandelt niederfrequente Schallwellen in Vibrationen um, die den Tast- und Bewegungssinn stimulieren und so ein realistisches Erlebnis für den Körper des Benutzers schaffen. Der Benutzer kann die Intensität steuern und aus zehn klangbasierten Rhythmusmustern wählen, um ein noch nie da gewesenes Erlebnis von tiefen, schwingenden Vibrationen im ganzen Körper zu erleben. Voneinander getrennte Tasten geben dem Benutzer außerdem Freiheit und Kontrolle, so dass es viel einfacher ist, zwischen den verschiedenen Klangwellenmustern zu wechseln. iroha mai ist in zwei Varianten erhältlich: TOKI (rosa) und TSURU (weiß).

Cottelli Party: Sexy Looks für heiße Partynächte

Vier neue, raffinierte Hingucker für heiße Partynächte sind ab sofort über den ORION Wholesale erhältlich: Bei den Designer-Stücken von Cottelli Party setzen hautenge Wetlook-Stoffe mit sehr angenehmen Trageeigenschaften die weiblichen Vorzüge raffiniert in Szene. Geliefert werden sie in Verpackungen aus hochwertiger Kartonage, die auch als Geschenkverpackung genutzt werden kann. Die Kartonage ist ummantelt von einem zusätzlichen Schuber mit Detail-Abbildungen des jeweiligen Artikels sowie der Artikelbeschreibung in mehreren Sprachen.

Butterscotch von Wicked

Jetzt bei Tonga erhältlich

Nach den neuen Gleitgel-Geschmacksrichtungen von Simply und der Einführung von drei Massagecremes bringt Wicked nun Butterscotch auf den Markt.

Diese neue leckere Ergänzung der Wicked Flavour Collection kann verzehrt werden und eignet sich hervorragend für langanhaltende Spiele jeglicher Art. Wicked Butterscotch ist ein Gleitmittel, das auf der Zunge zergeht wie ein Bonbon. Es ist nie klebrig, hat keinen Nachgeschmack und ist nur mit Stevia gesüßt. Das Gleitmittel auf Wasserbasis ist frei von Propylenglykol und Parabenen und zu 100% vegan. Das neue latexfreundliche Wicked Gleitmittel ist mit Olivenblattextrakt angereichert und eignet sich hervorragend für orale und andere Spielarten. Es lässt sich leicht mit Wasser abwaschen. Jetzt bei Tonga erhältlich.

Prostata-Vibrator von Black Velvet

Neu beim ORION Wholesale

Der ORION Wholesale erweitert ab sofort sein umfangreiches Sortiment von Black Velvets für die anale Lust. Neu im Sortiment ist jetzt der ‚Prostate Vibrator' für aufregende Anal-Massagen.

Er ist optimal geformt und mit leicht abgewinkelter, flexibler Kugelspitze und Kugel-Verdickung, die bei der Anal-Massage speziell seine Prostata und den Anus vibrierend verwöhnen. 10 Vibrationsmodi sorgen dabei für aufregende Abwechslung und sind per Knopfdruck direkt am Toy bequem rauf und runter steuerbar. Rundherum mit einer samtig-seidigen Soft Touch Textur überzogen, sorgt der Prostata-Vibrator beim analen Stimulieren für leichtes Einführen und höchsten Verwöhnkomfort. Wiederaufladbar ist er mit beiliegendem USB-Ladekabel. Geliefert wird der ‚Prostate Vibrator' in einer hochwertigen Karton-Verpackung mit mehrsprachigen Artikelbeschreibungen. Der Umwelt zuliebe wurde bei der Verpackung komplett auf Plastik verzichtet – auch das Tray, in dem das Toy platziert wird, ist aus Pappe.

GLAMOUR Germany empfiehlt pjur INFINITY

GLAMOUR Germany empfiehlt pjur INFINITY in einem Artikel auf ihrer Website und bezeichnet es zusätzlich als derzeit schönstes Gleitgel, das mit der für den Erotikhandel typischen Optik bricht. Das Thema Gleitgel beschäftigt zunehmend Frauen jeglichen Alters und wird daher auch immer häufiger in bekannten Lifestyle-Magazinen thematisiert. Dabei sind die besprochenen Themen vielseitig: Welche Sorten Gleitgel gibt es überhaupt? Wie verwendet man Gleitgel richtig? Und was sind die besten Gleitgele? Bei so viel Angebot fällt die Auswahl schwer und deswegen hat die GLAMOUR die 12 besten Produkte, die es derzeit auf dem Markt gibt, zusammengetragen. Diese Liste wird von der wasserbasierten Formulierung von pjur INFINITY angeführt. Nicht nur die Qualität hat die Redaktion überzeugt, sondern auch die moderne Optik, die es zum perfekten Accessoire für den Nachttisch macht.

NEW

EXCLUSIVE

DARING
INTIMATES

76032
Glam Chain String
Daring Intimates
RRP: €19,99

New styles!

76033
Grace String with Keyhole back
Daring Intimates
RRP: €17,99

76031
Lily Embroidered String
Daring Intimates
RRP: €11,99

76030
Valerie Monarch Crotchless String
Daring Intimates
RRP: €9,99

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

SCALA

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

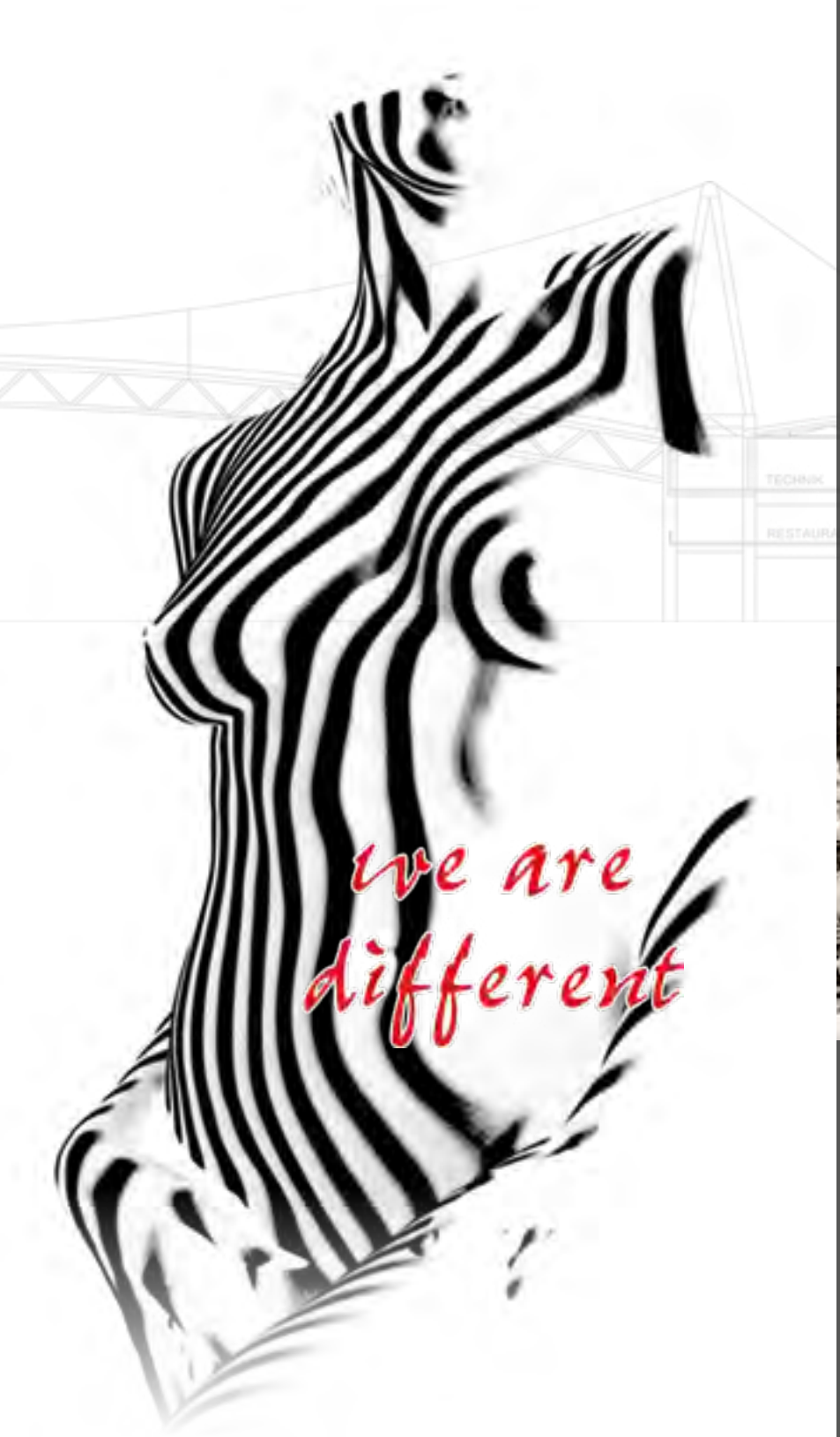
Nur für Fachhändler. Eintritt frei.

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 ORION pjur st RUBBER



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

Kiiroo begrüßt Tanya Tate im Feel Star Lineup

Zusammenarbeit geht in die vierte Runde

Kiiroo begrüßt die Branchenikone Tanya Tate in der Feel Stars Collection. Fans können nun Dank ihres personalisierten Feel Tanya Stroker Sleeves

Der Feel Tanya Stroker Sleeve wurde für den Keon von Kiiroo entwickelt und ermöglicht es den Nutzern, jede Bewegung von Tanya zu spüren, während sie sich interaktive Inhalte ansehen. Das Stroker Sleeve selbst ist so konzipiert, dass er Tanyas Anatomie nachahmt und durch seine kontrastreiche Textur und Enge ein intensives Vergnügen bietet. „Ich fühle mich geehrt, meinen Fans ein so persönliches Erlebnis zu bieten, bei dem sie mich wirklich spüren können“, sagt Tanya. „Ich schätze die Möglichkeit, die Fantasien meiner Fans zum Leben erwecken zu können. Ich danke Kiiroo und meinen Fans, dass sie mir das Privileg gewähren, gemeinsam auf unsere intimste Reise zu gehen.“ Die Einführung von FeelTanya Tate ist die vierte Produktkooperation, die Kiiroo seit 2016 mit Tanya Tate eingegangen ist.

Le Wand präsentiert neuen Lila-Farbton für den Le Wand Massager

Die Le Wand Kollektion wächst mit dem Debüt eines prächtigen Lila-Farbtons und den neuen Aufsätzen namens Flick und Stroke.. Ebenfalls neu von Le Wand ist ein Paar neuer Aufsätze, die so konzipiert sind, dass sie genau auf den Kopf eines Le Wand Rechargeable Vibrating Massager passen und mit ihren einzigartigen Formen und Texturen eine gezielte Stimulation erzeugen. Zu den neuen flexiblen Silikonaufsätzen gehört der Le Wand Flick, der mit einer vibrierenden, zungenähnlichen Spitze ausgestattet ist, die schnell auf und ab flackert, um oralen Genuss zu simulieren. Die flache Form des Flick kann für einen größeren Stimulationsbereich verwendet werden, wenn er über die Klitoris, die Penisspitze, die Brustwarzen oder eineandere erogene Zone gelegt wird. Le Wand Stroke verwandelt den Vibrator in eine sensationelle Masturbationshülle für den Penis.

EROPARTNER
DISTRIBUTION
+400
NEW SKU'S
NEW
ITEMS ARRIVED
CELEBRATING
17TH
BIRTHDAY
obsessive
INSPIRE YOUR DESIRE
WWW.EROPARTNER.COM
Tomatenmarkt 1 | 1681PH Zwaagdijk | The Netherlands | +31 (0)228 82 00 00 | info@eropartner.com

TABOOM Dona ist exklusiv bei SCALA erhältlich

Bondage

TABOOM Dona ist ein hochmodernes Bondage-Label, das die Schönheit und das Vergnügen von Bondage kombiniert und zelebriert.

Inspiriert von der berühmten Donatella verschiebt die Kollektion die Grenzen von Stil und Design und verwischt die Grenzen zwischen Mode und Fetisch. Jedes Teil der Kollektion ist so konzipiert, dass es sowohl sinnlich als auch stilvoll ist und einen verführerischen und provokativen Look erzeugt. Die Kleidungsstücke sind aus luxuriösem vergoldetem Metall und weichem veganem Leder gefertigt. Die Produkte wurden entwickelt, um das sinnliche Erlebnis zu steigern und Nutzer auf die nächste Stufe der Lust zu bringen. Von Handschellen über Peitschen bis hin zu Fesseln bietet TABOOM Dona alles, was Verbraucher brauchen, um ihre wildesten Wünsche zu realisieren.

Je Joue eröffnet sein neues europäisches Logistikzentrum

Je Joue freut sich, die Eröffnung seines neuen europäischen Logistikzentrums bekannt zu geben, das nur wenige Kilometer von Rotterdam entfernt liegt. Das neue Zentrum wird es der Marke ermöglichen, ihren Kunden in ganz Europa einen schnelleren und effizienteren Service zu bieten. Da das neue Lager innerhalb der EU liegt, kann Je Joue Bestellungen effizienter und ohne die Probleme mit den Zollbestimmungen, die beim Versand aus dem Vereinigten Königreich auftreten, bearbeiten und versenden. Das neue Lager ist bereits vollständig mit der gesamten Produktpalette von Je Joue und den dazugehörigen Materialien bestückt und bereit für den Versand von Bestellungen!
John Gorman, Geschäftsführer von Je Joue, sagt: „Wir freuen uns sehr, unser neues europäisches Logistikzentrum in Rotterdam zu eröffnen. Europa ist seit jeher eine wichtige Region für Je Joue und wir wollen unsere Handelspartner weiterhin mit einem effizienteren Service unterstützen. Wir freuen uns auf die Zukunft, denn wir werden die Marke Je Joue weiter ausbauen und freuen uns auf die Zusammenarbeit mit neuen und alten Kunden in Europa“.

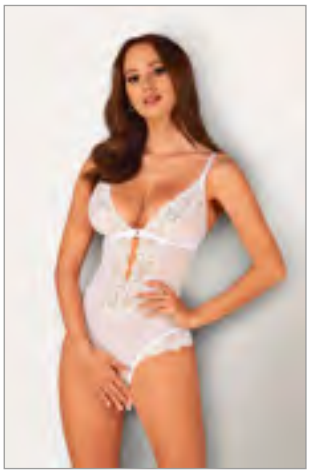
Twilight
PHEROMONE
Verführerisch und anziehend! Unsere Pheromone Natural Sprays wirken schnell als Anreiz für Sie & Ihn.
HOT Productions & Vertriebs GmbH /// Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck ///
AUSTRIA email: office@hot-dl.com /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9
Erhältlich 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 /// Fås hos din engros forhander /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w pierstwo hurtowniach
HOT
London - Miami - Tokyo

Der Unicorn Dildo

Neu von Lola Games

Der Unicorn Dildo aus der Flo Kollektion von Lola Games besteht aus Liquid Silicone, das sich weich und zart anfühlt. Er besitzt ein helles reliefartiges Design, das für atemberaubende Empfindungen sorgt.

Diese einzigartige Textur verleiht intimen Momenten ein aufregendes Element und sorgt für ein einzigartiges Erlebnis. Der Dildo verfügt über einen Saugnapf-Sockel, mit dem er sicher an jeder flachen Oberfläche befestigt werden kann, so dass er freihändig genutzt werden kann. Das Glitzern auf der Oberfläche des Dildos sorgt für einen zusätzlichen Hauch von Magie. Der Unicorn Dildo eignet sich sowohl für das Solospiel als auch für die Verwendung zu zweit und ist leicht zu reinigen und zu pflegen. Lola Games agiert sozial verantwortlich und schon natürliche Ressourcen durch den Verzicht auf Plastik und überflüssiges Papier. Jeder Dildo aus der Flow Kollektion ist frei von Phthalaten und wird sorgfältig in einem biologisch abbaubaren Stoffbeutel in einer Vollkartonverpackung aufbewahrt. Detaillierte Informationen über die Lagerung und Pflege des Toys können durch Scannen des QR-Codes auf der Verpackung abgerufen werden.



DREAMLOVE stellt die neue HEAVENLLY Kollektion vor

Wer auf der Suche nach einzigartigen Dessous für einen besonderen Anlass ist, der sollte die HEAVENLLY Kollektion in Betracht ziehen., die im wahrsten Sinne des Wortes mit einem himmlischen Design überzeugt… zartes, durchsichtiges Mesh mit aufgestickten kleinen Blumen, dreieckige, weiche Cups, bequeme Höschen und vieles mehr, denn die HEAVENLLY Kollektion steht für Vielseitigkeit. Egal zu welcher Jahreszeit oder zu welchem Zweck, die neue Kollektion ist für jeden Anlass die perfekte Wahl. Die HEAVENLLY Kollektion ist ab sofort bei Dreamlove, einem offiziellen Vertriebspartner von Obsessive in Europa, erhältlich.

Black Level

ORION WHOLESALE

2851504

DEIN LOOK DEINE REGELN

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2304-073

Nexus Forge vibriert

Neuer Penisring ist lieferbar

Nach dem großen Erfolg der verstellbaren Cockringe aus der Forge Linie bringt Nexus jetzt auch eine vibrierende Version auf den Markt.

Jedes Produkt in der Linie ist mit einem ‚Slide to fit' Toggle ausgestattet, der es dem Benutzer ermöglicht, seine Passform mit Leichtigkeit zu finden. Alle Ringe sind aus hochwertigem Silikon gefertigt, das stark, aber dennoch flexibel ist und nicht an den Haaren klebt, was dem Benutzer optimalen Halt und Komfort bietet. Die neue vibrierende Version sorgt mit seinem starken Motor mit sechs Geschwindigkeiten für eine spezielle Dynamik. Getragen werden kann Forge über oder unter dem Penis oder hinter den Hoden. Die starken Vibrationen bereiten dem Träger oder seinem Partner Freude, je nachdem, wie er ihn trägt. Nexus Forge ist wiederaufladbar und spritzwassergeschützt, was ihn zu einer perfekten Ergänzung für jede Sex Toy Sammlung macht.

Sync Lite

We-Vibe hat mit Sync Lite einen weiteren Paarvibrator auf den Markt gebracht. Sync Lite bietet noch mehr Vergnügen und Intimität für Paare. Das neue Produkt ermöglicht es Paaren, den Vibrator über ihr Smartphone zu steuern, neue Vibrationsmuster zu erstellen und so das gemeinsame Erlebnis ganz individuell zu gestalten.Das verbesserte ergonomische Design sorgt für maximalen Komfort und noch mehr Vergnügen als die Vorgängermodelle. Der intuitive Vibrator ist besonders für experimentierfreudige Paare geeignet, die ihre Leidenschaft noch weiter vertiefen wollen. Der schlankere Arm des Vibrators wird eingeführt und kann während des Sex getragen werden. Sync Lite kann mit der We-Vibe Fernbedienung gekoppelt werden, funktioniert aber auch ohne. Der neue Paarvibrator ist in zwei Farben erhältlich: Aqua und Pink.

CUPA

ORION WHOLESALE

WARMING VIBRATORS

VIBRATIONS-GENUSS IN EINHEIZENDER VIELFALT.

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2304-073

Der brandneue BRUTUS Sling Stand

Neu bei DUSEDO

Das Sling Stand Kit von BRUTUS enthält alles, um sofort loslegen zu können: einen Rahmen, griffige Gummifüße, eine Matte mit Kissen, Gurte, Steigbügel und eine robuste Tragetasche für den Transport des Ganzen.

Der Aufbau des BRUTUS Sling Stand dauert nur rund zehn Minuten und geht leicht von der Hand. Somit entfällt das Bohren von Löchern in Wände oder Decke, um eine Schaukel aufzuhängen. Der gesamte Rahmen des BRUTUS Sling Stand wurde einem dynamischen Belastungstest von 150 Kilo unterzogen, so dass er auch für schwere Menschen sicher zu verwenden ist. Dank der leicht verstellbaren Gurte müssen Nutzer auch nicht mehr aus der Schaukel aussteigen, um die Höhe zu verstellen. Die Gurte sowie die Matte, die aus robustem Nylon gefertigt sind, können einfach abgetrennt und in der Waschmaschine gesteckt werden. Maße im aufgebauten Zustand: 200 cm hoch, 125 cm breit, 160 cm tief.

Señuelo – Verführerische Nippelklemmen und Butt Plugs

Señuelo, eine neue Toy Linie von Chisa, ist jetzt erhältlich. Es handelt sich um eine Kollektion von gut gestalteten Anal Plugs und eleganten Nippelklemmen. Dank ihrer exquisiten Designs, wie zum Beispiel flauschigen Schwänzen, eignen sich diese Produkte perfekt für Rollenspiele. Vom Anfänger bis zum erfahrenen Sex Toy Kenner ist für jeden etwas dabei. Die verstellbaren Nippelklemmen passen sich perfekt an unterschiedliche Nippelgrößen an, während die Anal Plugs in verschiedenen Größen erhältlich sind. Mit ihren spitz zulaufenden Köpfen und gebogenen Körpern sorgen die Plugs für sanfte anale Erlebnisse, während die stabilen Sockel eine sichere Anwendung gewährleisten. Das gesamte Sortiment umfasst 18 verschiedene Formen.

JUST GLIDE

I'm green Plastic

ORION WHOLESALE

50 ml
0624942
200 ml
0624950

50 ml
0624926
200 ml
0624934

• VEGAN • AUF WASSER-/BIO GLYCERIN-BASIS
• TUBE AUS PE AUF ZUCKERROHRBASIS

100% VEGAN

MADE IN GERMANY

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2304-073

Dreamlove präsentiert neue Vibratoren von GALATEA

Jetzt kompatibel mit WATCHME-Technologie

Die Sex Toys der Marke GALATEA wurden speziell für Paare entwickelt, die dem Vorspiel oder dem Sex an sich das gewisse Extra verleihen wollen.

Die Marke richtet sich an alle Paare, die das Beste aus ihren aufregenden Abenteuern im Schlafzimmer machen wollen und die ihren Höhepunkt erreichen wollen, während sie gleichzeitig ihr Vergnügen teilen. Die neuen GALATEA Produkte verbinden tiefe und leise Vibrationen mit einem modernen Design, das die Aufmerksamkeit und das Herz jedes Benutzers erobern wird. Die neuen GALATEA-Produkte sind auch mit der WATCHME-Technologie kompatibel. Was ist die Idee hinter dieser drahtlosen Technologie? Es handelt sich um eine 'sexuelle Smartwatch' (nicht im Lieferumfang enthalten), mit der die Nutzer die GALATEA Sex Toys steuern können. Sie können die Vibration aktivieren/deaktivieren, die Vibrationsmodi ändern und die Intensität der einzelnen Vibrationsmodi mit der WATCHME Watch ändern. Die Nutzer können ihre GALATEA Toys auch mit anderen Sex Toys synchronisieren, die mit der WATCHME Technologie kompatibel sind, um die Funktionen und Vibrationen dieser Sex Toys zu steuern. Jetzt erhältlich bei Dreamlove.

SPRING-OFFER Special bei ST RUBBER

Das SPRING-OFFER Special ist gestartet! Vom 02.05.2023 bis zum 19.06.2023 sind bei ST RUBBER viele Artikel von Top-Marken wie z.B. Satisfyer, Joydivision, EROS, MY.SIZE PRO, LONDON, LELO, Billy Boy, MALESATION und vielen anderen bis zu 74% reduziert. Nur solange der Vorrat reicht! 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

ORION WHOLESALE

Your new favourite

VIBRATOR

YOUR 5 NEW FAVOURITES!

RAFFINIERTE FORMEN TREFFEN JEDE LUSTZONE

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2304-073

The next wave of surging pleasure with Liquid Air Technology

Stock Photo. Posed by Model.

Satisfyer

Pro 2

Generation 3

+ Liquid Air Technology
+ Vibration
+ Full Silicone
+ Bluetooth / App

CES TWICE Picks AWARDS WINNER
Satisfyer App

CES INNOVATION AWARDS 2021 HONOREE

Bluetooth®

The Bluetooth word mark and logos are registered trademarks owned by Bluetooth SIG, Inc. and any use of such marks by EIS GmbH is under license. Other trademarks and trade names are those of their respective owners.

GET IT ON Google Play

Apple and the Apple logo are trademarks of Apple Inc.

Download on the App Store

Google Play and the Google Play logo are trademarks of Google LLC.

FREE APP

15 YEAR GUARANTEE

Rumble in the sex toy jungle

Der Wandel zu nachhaltigeren Verpackungen für Vibratoren und Dildos

Pro

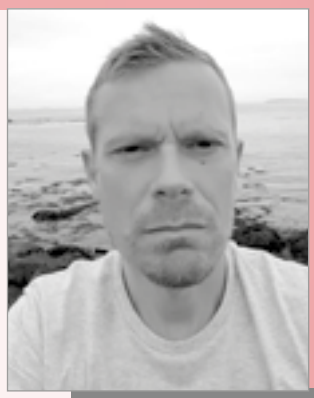
Colleen Godin,
EAN U.S. Korrespondentin

Hersteller setzen verstärkt auf recycelte und recycelbare Verpackungen. Sie tragen damit ihren Teil zu einem schonenden Umgang mit Ressourcen bei. Aber es gibt auch Stimmen, die darauf hinweisen, dass Verpackungen mehr sind als nur Boxen aus Karton. Von einem Richtungsstreit zu sprechen, ist übertrieben, aber es besteht auf jeden Fall Diskussionsbedarf.

Wir sollten nicht vergessen, dass unsere Industrie ihren Teil zum weltweiten weltweiten Abfallproblem beiträgt. Wir stellen jeden Tag Hunderttausende von Plastikprodukten her, von denen die meisten nicht recycelt werden können und schließlich auf einer Mülldeponie landen. Solange nicht jedes Sex Toy und seine Verpackung aus biologisch abbaubaren Materialien hergestellt werden kann - was ich stark bezweifle und was zu unseren Lebzeiten fast unmöglich sein dürfte - müssen wir unser Bestes tun, um die Belastung der Umwelt so gering wie möglich zu halten. Sicherlich erwarten einige Verbraucher von Luxusprodukten ein luxuriöses ‚Auspackerlebnis', aber wir können dies zu einem gewissen Grad mit Zusatzartikeln bieten, die wahrscheinlich nicht einfach weggeworfen werden. COTR Inc. zum Beispiel verpackt seine Produktsets oft mit witzigen kleinen Extras wie Logo-Pins aus Emaille, Aufnähern mit frechen Sprüchen und stabilen Anleitungsheften mit aufklärenden Informationen und kreativen Vorschlägen. Das macht einen Unterschied zu den häufig von Herstellern genutzten verschwenderisch billigen Werbegeschenken und dem zusätzlichen Plastik, Papier etc., um den Konsumenten die Illusion zu vermitteln, sie bekämen mehr für ihr Geld. Brauchen die Kunden diese Dinge wie grelle Marketingbroschüren, Produktproben minderwertiger Gleitgele etc. wirklich? Brauchen die Konsumenten eine Verpackung, die einen ganzen Mülleimer füllt? Muss ‚Luxus' im Zusammenhang mit ‚erschwinglichem Luxus' mit extra Plastik, extra Pappe und extra Papier betont werden? All das muss weg, um den Konsumenten ein Vorbild zu sein. e

Contra

Ohne Zweifel, wir alle müssen Müll vermeiden und die Kreislaufwirtschaft fördern. Somit ist es nur richtig, dass Sex Toy Hersteller auch beim Thema Verpackungen umdenken. Dass der eine diesen Wandel mehr begrüßt als der andere, liegt in der Natur der Sache. Verpackungen sind mehr als nur Schutz- oder Transporthüllen, sie dienen ebenso der Information, der Kommunikation sowie der Werbung und sind fundamental in Bezug auf das Branding und das Marketing. Sie spielen üblicherweise eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung des Konsumenten und es ist kein Geheimnis, das ansprechende Verpackungen den Verkauf eines Produkts fördern können. Das Sprichwort ‚Das Auge isst mit' könnte hier nicht besser passen und welchen Stellenwert allein das Auspacken von Produkten genießt, zeigen die unzähligen ‚Unboxing' Videos im Internet. Für nicht wenige Konsumenten ist das Auspacken ein Erlebnis an sich, das vor der eigentlichen Nutzung des Produkts beginnt. Und es scheint, als mache eine aufwendige und luxuriöse Verpackung dieses Erlebnis noch um einiges schöner. Nicht nur Herstellern von hochpreisigen Produkten im Luxussegment, sondern möglicherweise alle jenen, für die Verpackungen aus bereits genannten Gründen ein wichtiges Instrument darstellen, stellt sich also jetzt die Frage nach der Umsetzbarkeit, wenn sie ihre Verpackungen ändern wollen. Das soll nicht bedeuten, dass sich Ressourcenschonung bzw. Nachhaltigkeit mit ansprechendem Design beißen muß, aber es stellt durchaus eine Herausforderung dar (der sich immer mehr Hersteller mit sehr ansprechenden Ergebnissen stellen), all die erwähnten Faktoren unter einen Hut zu bringen, um dem gerecht zu werden, was eine Verpackung ausmacht.



Matthias Johnson, Chefredakteur

What are you proud of?

pjur startet mit einer großen Kampagne in den Pride Month

Die Monate Juni und Juli widmet pjur der LGBTQIA+ Community und feiert jede einzelne Farbe des Regenbogens. Themen wie Diversität, Inklusion, Toleranz, Empowerment und Selbstverwirklichung, also das 'Bunte' und die Vielfalt der Gesellschaft stehen im Fokus dieser Kampagne. pjur möchte alle – in- und außerhalb der Community – ansprechen und mit ihnen gemeinsam #allaspectsoflove feiern. Hierfür hat pjur eine große Kooperation mit deutschen Influencern gestartet.

pjur celebrates all aspects of love

pjur's Motto #loveislove begeistert deutsche Influencer

Unter dem #loveislove stellt pjur die Liebe in all ihren Facetten in den Mittelpunkt. Denn jede/r verdient Liebe und soll sein/ihr Liebesleben individuell gestalten dürfen. Mit der Kampagne will pjur die Menschen ermutigen, das Leben und die Liebe in seiner Vielfalt zu zelebrieren, unabhängig von Alter, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Identität, Präferenzen und Aussehen. Zahlreiche deutsche Influencer aus der LGTBQIA+ Community unterstützen die Kampagne auf ihren Social Media Kanälen und auf der Kampagnen- page. pjur hat ihnen die Frage 'What are you proud of?' gestellt und die Antworten sind inspirierend. Für sich beantworten das Unternehmen die Frage selbstbewusst: pjur unterstützt jede/n dabei, sich selbst kennenzulernen und das eigene Liebesleben frei von Tabus zu gestalten. Denn ein erfülltes Liebesleben stärkt das Selbstvertrauen und ist die Grundlage für eine gute Lebensqualität. Und darauf ist pjur stolz. Und nun stellen pjur und die Influencer ihrer Community die gleiche Frage – die besten Antworten werden mit etwas ganz Besonderem belohnt.

pjur launcht Pride-Box

Denn für den Pride-Month hat pjur eine eigene Pride-Box kreiert. Diese Bundle-Box, die die Bestandsprodukte BACK DOOR Relaxing als auch pjur Aqua beinhaltet, ist nicht im Handel erhältlich. Vielmehr ist diese Bestandteil eines Gewinnspiels, das über die Landingpage läuft.

DUSEDO.COM
DISTRIBUTION

BRUTUS

GET BIGGER SERIES

PREMIUM QUALITY

- **FOR VACUUM PUMPING** by BRUTUS
- **WIDE FLANGE** and optional silicone sleeve
- **ADD GIRTH** and length
- **QUICK CONNECT/DISCONNECT** safety valve

Moezelhavenweg 49-53 | NL-1043 AM | Amsterdam | The Netherlands | Phone +31 (0) 20 626 07 02 | sales@dusedo.com | www.dusedo.com

SHOTS Goes Wild

Die Sexual Wellness Industrie geht auf Dildo-Safari

Wenn Großhändler oder Distributoren eigene Veranstaltungen durchführen, finde diese bekanntlich größtenteils in den jeweiligen Firmengebäuden mit ihren Showrooms statt. Nicht aber so bei SHOTS. Das ‚SHOTS Goes Wild' Event vom 23. bis 25. Mai fand – ganz getreu dem Motto – im Safari Park Beekse Bergen statt. Zu diesem außergewöhnlichen Ambiente – wer kann schon Nashörner und Giraffen von seinem Hotelzimmer beobachten? - gehört auch ein Event Center, in dem sich viele Lieferanten des niederländischen Distributors präsentierten, aber auch SHOTS Eigenmarken vorgestellt wurden. Zwei Tage lang standen dort perfekt organisierte und zeitlich getaktete Meetings zwischen Lieferanten/ Marken und Kunden auf dem Plan. Aufgrund des sehr eindrucksvollen hohen Besucheraufkommens reihte sich Gespräch an Gespräch an den ‚Messeständen' der Lieferanten und Marken. Die Begeisterung, mit derart vielen Einzelhändlern aus unterschiedlichsten Ländern in Kontakt treten und einen für beide Seiten wertvollen Austausch pflegen zu können, war allen Teilnehmern anzumerken. Für die Abendstunden hatte SHOTS gemeinsam mit einigen seiner Lieferanten ein Unterhaltungsprogramm auf die Beine gestellt. Den Abschluss am Donnerstagabend bildete – wieder getreu dem Motto – eine Kostüm-Party für alle Besucher.

Ralf Albers erklärt die Vorzüge von SHOTS Eigenmarke REAL ROCK

Michael Sonner (HOT)

Das Mister Size Team

Chad Braverman bringt Doc Johnsons brandneue Linie ‚In A Bag' nach Europa

SHOTS Marketing Managerin Roos-Anne Bijen mit Justin Vickers (ABS Holdings)

Alle Lieferanten und Markenrepräsentanten – wie hier das Gvibe Team - zeigten sich von der Organisation des Events sowie von der starken Besucherzahl begeistert

Ein Blick in die Lingerie Area

SHOTS stärkt mit seiner Veranstaltung dem direkten Austausch zwischen Handel und Hersteller

Die ‚EAN Giraffe' mit ‚Medizinmann' Vincent Renou (Lets Out)

Rebecca Weinberg (XR Brands)

Orgie

Dare Yourself.

Dual Vibe!

Kissable

Intimacy savored with vibration and oral

Milder Vibration Intensity For Louder Moans

Coming soon.

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

Tim Brown (Bathmate)

Ende und Höhepunkt des SHOTS Goes Wild Event: die ‚Wild Life' Motto Party

Briana Watkins (M.D. Science Lab)

Annika Traumann (Satisfyer)

Niveauvoller Begleiter für endlose Spielerei

2 SIZES · 3 STYLES — **INDIVIDUALITÄT**

HAUTFREUNDLICH

GERUCHS- UND GESCHMACKSNEUTRAL

PARFÜM- UND FARBSTOFFFREI

MY.SIZE QUALITÄT

DERMATOLOGISCH GETESTET

MY.SIZE LUBRICANTS - besonders gleitfähig & ergiebig

LUBE me - Natural

Für genussvollen Sex - perfekt auch für sinnliche Massagen.

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

LUBE me - Tingly Warming

Für ein prickelnd wärmendes und lustvolles Gefühl.

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

LUBE me - Anal

Höhere Viskosität sorgt für länger anhaltende Gleiteigenschaften und unterstützt genussvollen Analsex.

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

So feucht wie du möchtest

- Medizinprodukt der Klasse 2a
- Verwendung von besonders hochwertigen und reinen Inhaltsstoffen (Pharma-Qualität)

- Rezeptur bereits erfolgreich erprobt durch Dermatest mit 5-Sterne-Siegel „sehr gut" bewertet
- sehr gute Nutzer-Feedbacks
- keine Tierversuche

- alle eingesetzten Materialien für die Gleitmittelherstellung sind frei von Mikroplastik
- Verwendung von nachhaltigen Verpackungsmaterialen

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

Tracy's Dog

NEW BRAND

What The Fu**?

We make versatile toys designs suitable for everyone. Tracy's Dog is known for the OG Sucking Vibrator, but that's just the tip - just to see how it feels. We believe people should be the boss of their bedrooms. So our team works like a dog developing upgrades to accommodate evolving desires and shifting trends.

Discover all Tracy's Dog's products now!
Scan or visit www.one-dc.com

ONE-DC

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

Tracy's Dog

Tracy's Dog

Tracy's Dog

„Der Erotikmarkt kann definitiv von anderen Märkten lernen."

Im Fokus: Neukundengewinnung und Markenstärkung

Bernd Poitz, Geschäftsführer der Bemapharm GmbH

eLine hat sich mit zwei ausgewiesenen Experten zusammengesetzt, um über Themen zu sprechen, die im heutigen Erotikmarkt eine immer wichtigere Rolle spielen: Neukundengewinnung und Markenstärkung, sprich alle strategischen Maßnahmen, die das Ziel haben, neue Kunden zu gewinnen bzw. die eigene Marke im Markt zu profilieren, um den Umsatz zu erhöhen und das Wachstum eines Unternehmens oder einer Marke zu fördern. Über die 'Basics' der Neukundengewinnung und Markenstärkung informiert Bernd Poitz, Geschäftsführer der Bemapharm GmbH, während Henning Geßner, Geschäftsführer der DEVEXGO GmbH, das Thema anhand von reichweitenstarken Kampagnen in den Medien 'ABOUT YOU Deals' und 'DOUGLAS Gutscheinheft' konkretisiert.

Bernd, du kannst jahrelange Erfahrungen aus verschiedenen Märkten vorweisen und hast dich auch und besonders der Neukundengewinnung und der Markenstärkung gewidmet. Kannst du

einen kurzen Überblick über deine Aktivitäten geben?

Bernd Poitz: Als ich Ende der 1990er Jahre mein erstes Unternehmen gründete - eine Kommunikationsagentur im Gesundheitsmarkt - wurde mir schnell bewusst, dass der Erfolg im Markt abhängig ist von Kundenwachstum und Awareness. So entwickelten wir Vermarktungskonzepte für unsere Kunden, die auf Neukundengewinnung und Markenstärkung ausgerichtet waren. Daraus entwickelte sich über 16 Jahre einer der führenden Kommunikations- und Vertriebsdienstleister für den Gesundheitsmarkt im deutschsprachigen Raum – die Vendus Sales & Communication Group. Seit meinem Exit 2018 unterstütze ich als Gründer und Investor diverse Start-ups in ihrer Marktausrichtung und strategischen Entwicklung. Meine Aktivitäten sind weiterhin auf Neukundengewinnung und Markenstärkung ausgerichtet, so gründete ich gemeinsam mit einem Geschäftspartner die Bemapharm GmbH, ein Unternehmen, das innovative Gesundheitsprodukte für die Bereiche Health, Beauty und Lifestyle herstellt und vertreibt, z.B. den Energie Booster ‘up Green Power’. Auch erwähnen möchte ich die DEVEXGO GmbH in unserem Verbund, ein Unternehmen, das spezialisiert ist auf Coupon-Kampagnen, die auf Neukundengewinnung und Markenstärkung ausgerichtet sind.

Gibt es für dich ein A und O wenn wir über Neukundengewinnung und der Markenstärkung im Allgemeinen sprechen?

Bernd Poitz: Es ist entscheidend, dass du deine Zielgruppe genau kennst, sowie deren Bedürfnisse, Interessen und Vorlieben. Um sich von der Konkurrenz abzuheben, musst du zeigen, warum dein Produkt oder deine Dienstleistung die beste Wahl ist. Entwickle eine klare und konsistente Markenbotschaft, die deine Werte, Vision und Mission widerspiegelt. Diese Botschaft sollte in allen Marketing- und Kommunikationskanälen einheitlich vermittelt werden. Nutze verschiedene Marketingkanäle, um deine Zielgruppe effektiv zu erreichen, dies kann Social Media, Suchmaschinenmarketing, Content-Marketing, E-Mail-Marketing, Influencer-Marketing und andere Kanäle umfassen. Baue langfristige Beziehungen zu deinen Kunden auf, um ihre Loyalität zu gewinnen. Biete exzellenten Kundenservice, personalisierte Angebote und Anreize, um die Kundenbindung zu stärken. Und zu guter Letzt: Überwache kontinuierlich deine Marketingmaßnahmen und nutze Analysen, um den Erfolg zu messen.

Seit einiger Zeit bist du bekanntlich auch im Erotikmarkt aktiv. Wenn du die verschiedenen Märkte in Bezug auf Neukundengewinnung und Markenstärkung vergleichst, wo steht der Erotikmarkt dann?

Bernd Poitz: Der Erotikmarkt befasst sich mit intimen und persönlichen Themen, die oft als tabu oder sensibel betrachtet werden. Bei der Markenkommunikation und Werbung müssen diese Aspekte berücksichtigt werden, um eine angemessene und respektvolle Ansprache zu gewährleisten. Darüber hinaus steht der Erotikmarkt oft vor Einschränkungen hinsichtlich der Werbekanäle. Bestimmte Plattformen und Medien akzeptieren möglicherweise keine Erotikwerbung oder haben spezifische Richtlinien, die beachtet werden müssen. Daher müssen Marken im Erotikmarkt alternative und kreative Wege finden, um ihre Zielgruppe zu erreichen. Da Erotikprodukte und -dienstleistungen oft mit Privatsphäre und Diskretion verbunden sind, ist es wichtig, diese Aspekte in der Kundenkommunikation zu berücksichtigen. Es ist entscheidend, ein hohes Maß an Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufzubauen, da Kunden möglicherweise vorsichtiger sind und nach seriösen Anbietern suchen. Eine klare Markenidentität, positive Kundenbewertungen und ein konsistenter Kundenservice können dabei helfen, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen.

Der Erotikmarkt gilt als ein sehr spezieller Markt. Kann er dennoch von anderen Märkten lernen? Lohnt sich der ‘blick über den Tellerrand’?

Bernd Poitz: Ja, der Erotikmarkt kann definitiv von anderen Märkten lernen. Zum Beispiel können Content-Marketing-Techniken, Social-Media-Strategien oder Influencer-Marketing-Ansätze aus anderen Branchen inspirierend sein und an den Erotikmarkt angepasst werden. Die Erfahrungen anderer Märkte können als Inspirationsquelle dienen, um das Kundenerlebnis im Erotikmarkt zu verbessern. Der Blick auf andere Märkte kann Ideen und Best Practices liefern, wie Kundenwünsche und -bedürfnisse erfüllt werden können. Andere Branchen sind oft Vorreiter bei technologischen Innovationen. Diese Innovationen können auch im Erotikmarkt angewendet werden, um beispielsweise den Online-Verkauf, die Kundeninteraktion oder die Produktpräsentation zu verbessern. Neue Technologien wie Virtual

XTRM®

WHOLESALE

Reality, künstliche Intelligenz oder personalisierte Empfehlungssysteme könnten neue Möglichkeiten für den Erotikmarkt eröffnen. Auch ein Blick auf erfolgreiche Marken in anderen Märkten kann helfen, die Markenbildung im Erotikmarkt zu verbessern. Die Analyse von Markenwerten, Positionierung und Kommunikationsstrategien anderer Unternehmen kann dabei helfen, das eigene Markenimage zu schärfen und sich von der Konkurrenz abzuheben.

Social Media gilt im Erotikmarkt (noch) als 'Allzweckwaffe' – weil bezahlbar, hohe Reichweite, zielgenau etc. Warum ist es deiner Meinung nach ein Medienmix für Hersteller und Marken dennoch wichtig?

Bernd Poitz: Indem Hersteller auf verschiedene Marketingkanäle setzen, wie zum Beispiel Social Media, Suchmaschinenmarketing, Influencer-Marketing, Content-Marketing und E-Mail-Marketing, können sie ihre Reichweite erweitern und verschiedene Zielgruppen erreichen. Eine zu starke Abhängigkeit von nur einem Kanal, wie zum Beispiel Social Media, kann riskant sein, da sich Algorithmen ändern können oder bestimmte Plattformen Restriktionen für erotische Inhalte einführen könnten. Darüber hinaus nutzen verschiedene Zielgruppen unterschiedliche Medien und Kanäle. Während Social Media ein breites Publikum ansprechen kann, gibt es möglicherweise spezifische Nischen und Kundensegmente, die besser über andere Kanäle erreicht werden können. Ein Medienmix ermöglicht es den Herstellern, ihre Zielgruppen gezielt anzusprechen, auf ihre individuellen Bedürfnisse und Präferenzen einzugehen und verschiedene Ansätze für Kundenbindung und Wiederholungskäufe einzusetzen. Neben Social Media können beispielsweise E-Mail-Marketing und CRM-Strategien effektiv sein, um bestehende Kunden zu erreichen und langfristige Beziehungen aufzubauen. Welche Möglichkeiten zum Beispiel die DEVEXGO GmbH bietet, erklärt uns gleich deren Geschäftsführer Henning Geßner. Er beleuchtet für uns die Relevanz des Themas Couponing im Mediamix. Für welche Marketingkanäle letztendlich die Entscheidung auch immer ausfällt, fest steht, dass eine einheitliche Markenkommu-

Doc Johnson's 'in a Bag' line is committed to bringing straightforward, high-quality essentials to price-conscious consumers. Our playful essentials are accessible, inclusive, and minimally packaged, because even small choices can make a difference. With options for all genders and orientations, no matter what you are looking for, it can be found **in a Bag.**

Items shown (L to R): Really Big Dick 10 inch • Wand Vibe • Nipple Suckers • Ass Stroker • Rabbit Vibe • Bullet Vibe • HandCuffs • Spanking Paddle • Butt Plug 3 inch • Feather Tickler • C-Ring Set • Big Dick 8 inch

Entire Collection Available Now

DOCJOHNSON®

Henning Geßner, Geschäftsführer der DEVEXGO GmbH

nikation über verschiedene Kanäle hinweg die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen der Kunden in die Marke erhöht.

Henning, du bist Mitgründer und Geschäftsführer der DEVEXGO GmbH. Was genau macht euer Unternehmen und wie sieht euer Leistungsspektrum in Bezug auf Neukundengewinnung und Markenstärkung aus?

Henning Geßner: Wir haben uns mit der DEVEXGO auf performanceorientierte, reichweitenstarke Kampagne in geschlossenen Zielgruppen spezialisiert. Es stehen immer die Neukundengewinnung und Umsatzsteigerung im Fokus. Wir bieten unseren Kunden die Möglichkeit, in exklusiven Verbundmedien wie z.B. den ABOUT YOU Deals und dem DOUGLAS Gutscheinheft in Millionenauflagen mit einem Vorteilsangebot vertreten zu sein. Darüber hinaus konzipieren wir mit den größten Verlagen ganzheitliche und crossmediale Kampagnen, bestehend aus Print, digitaler Verlängerung und begleitenden Social Media Kampagnen. Natürlich bieten wir unseren Kunden auch digitale Plattformen an. Mit unserem Portal Couponheld.de haben wir im letzten Jahr eine einzigartige Möglichkeit geschaffen, die Schnittstelle zwischen Print & Digital mit einem Print-to-Web Ansatz effektiv zu nutzen. Couponheld dient als digitale Verlängerung unserer Printmedien. Hier erhalten unsere Kunden einen maßgeschneiderten Markenraum, der sowohl mit Bild-, Video und redaktionellem Content der Markenstärkung dient, aber durch die Platzierung eines Online-Gutscheincodes auch hier die Neukundengewinnung und Conversion im Fokus hat.

Wir wollen uns auf eure Produkte 'ABOUT YOU Deals' und das 'DOUGLAS Gutscheinheft' fokussieren. Die Marken 'ABOUT YOU' und 'DOUGLAS' kennt jeder, aber hast du ein paar Informationen zu den beiden angesprochenen Produkten, wie zum Beispiel Reichweite, Zielgruppe etc.?

Henning Geßner: Mit ABOUT YOU und DOUGLAS haben wir zwei Premium-Kam-

STIMUL8® S8 EXTREME

NEW

EXCLUSIVE

S8 Hybrid Extreme Fist Lube
97486 – 200 ml – RRP: €28,95
97487 – 500 ml – RRP: €37,95

S8 Hybrid Fist Lube
97484 – 200 ml – RRP: €24,95
97485 – 500 ml – RRP: €31,95

S8 Silicone based Glide
97482 – 100 ml – RRP: €23,95
97483 – 250 ml – RRP: €41,95

S8 Water based Extreme Lube
97490 – 100 ml – RRP: €12,95
97481 – 250 ml – RRP: €24,95

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

SCALA

pagnen im Portfolio mit denen wir regelmäßig sehr gute Ergebnisse für unsere Kunden erzielen. Beide Kampagnen werden zweimal im Jahr mit einer jeweiligen Auflage von 1 Million Exemplare umgesetzt. Beide Medien, die ABOUT YOU Deals und das DOUGLAS Gutscheinheft werden in den Paketen von ABOUT YOU bzw. DOUGLAS an die KundInnen versendet. Wir erreichen bei beiden Partnern überwiegend weibliche Kundinnen, die eine hohe Loyalität aufweisen und Lifestylegetrieben sind.

Es heißt schon seit Jahren immer wieder, dass Printmedien tot sind und sich Werbung in diesen nicht mehr lohnt. Was erwiderst du bzw. warum beweisen 'ABOUT YOU Deals' und das 'DOUGLAS Gutscheinheft' das genaue Gegenteil?

Henning Geßner: Es wird des Öfteren gesagt, dass der Markt für Printmedien im Umbruch sei. Tatsächlich erleben wir aktuell einen Wandel zugunsten performanter Printmedien. Damit sind Anzeigen gemeint, die sich digital verlängern lassen. Der Endkunde wird eingeladen, an einer Customer Journey teil zu nehmen, an dessen Ende ein digitales Angebot platziert wird. Die Kundenbindung wird dadurch zusehends und nachhaltig gestärkt. Das ist aus unserer Sicht ein notwendiger Schritt, wenn man bedenkt, dass es den Werbetreibenden nicht mehr ausschließlich um Awareness-Raising geht, sondern vor allem, das Kaufverhalten besser nachzuvollziehen und das eigene Produktportfolio zu positionieren. Insbesondere in einer Zeit, in der die meisten Kaufabwicklungen Mobil durchgeführt werden und der Abverkauf mit Hilfe von QR-Codes wesentlich schneller zur Umsatzsteigerung beiträgt. Hier setzen wir mit unseren Medien an. Wir erreichen in nur wenigen Schritten E-Commerce affine Zielgruppen, die sich bereits im Kaufprozess befinden und offen sind für mehrwerthaltige Angebote, die perfekt auf sie zugeschnitten sind. Wir fokussieren uns dabei insbesondere auf den Markt für Paketbeilagen. Diesem Bereich wird Year-on-Year ein stetiges Wachstum zugesprochen und das aus gutem Grund. Unsere Kunden nutzen unsere exklusiven Kanäle, um ihr respektives Angebot zielgruppenspezifisch zu platzieren. Dafür stimmen die Kunden ihre Angebote auf die entsprechende Zielgruppe ab, um Neukunden mit niedrigen Akquisitionskosten für sich zu gewinnen.
Zusätzlich bieten wir mit unserem Portal Couponheld.de allen Partnern die Möglich-

DEBRANET
DISTRIBUTION
www.debranet.com • sales@debranet.com • office@debranet.com
Phone: +36 20 530 5008 • Open Monday to Friday (CEST: 10:00 CET)
DIGN - BEST SUPPLIER 2022 • PRETTY LOVE - EUROPEAN BEST WHOLESALER 2022 • EMA - OUTSTANDING SERVICES TO THE INDUSTRY FOR CUSTOMER CARE 2022

keit, Ihr Angebot auch digital zu hinterlegen. Das Portal ist Multiplikator für eine breite Masse an Menschen, die ständig auf der Suche sind nach neuen Angeboten von Marken aus dem E-Commerce Bereich. Unser Anspruch ist es aber nicht nur die Vorteilsangebote unserer Partner zu verlängern, sondern Kunden mit Hilfe einer qualitativ hochwertigen Ansprache für die Marken zu emotionalisieren. Die Rückmeldungen unserer Kunden geben unserem Print-to-Web Ansatz recht, weil wir die Brücke schlagen zwischen Awareness-Raising und Performance. Das ist der Grund, weshalb sich Printmedien mehr denn je lohnen.

Wenn es um Werbung. Marketingkampagnen etc. geht, fällt früher oder später der Begriff Streuverluste. Wie geht ihr damit um?

Henning Geßner: Werbung ist ein Bestandteil einer (in sich schlüssigen) Marketingkampagne, an dessen Anfang Ziele formuliert werden, die der jeweilige Kunde erreichen möchte. Wir unterstützen unsere Kunden beratend, um ihre Bedürfnisse zielgruppenspezifisch einzuordnen. Dazu gehört beispielsweise eine einhergehende Analyse, die sowohl strategische als auch produktbezogene Ziele beinhaltet. Eine bestimmte Produktauslegung, die mit einem spezifischen Warenkorbwert einhergeht, gibt Aufschluss darüber, für wen das Angebot unseres Kunden gedacht ist. Darauf aufbauend empfehlen wir Kanäle, in denen geworben werden sollte, um den größtmöglichen Erfolg zu erzielen. In diesem Zusammenhang ist es grundsätzlich nicht vermeidbar, dass es auch zu Streuverlusten kommen könnte. Wir können aber die individuelle Zielsetzung mit einer Werbemaßnahme verknüpfen, die dem Endkunden direkt ins Auge sticht und dazu anregt, sich mit der Marke und / oder Produkt zu befassen. Mit diesem Vorgehen können wir potenzielle Streuverluste reduzieren. Das ist unser Auftrag. Unsere Kampagnen bauen auf großen Reichweiten auf, welche dazu beitragen, dass Streuverluste kompensiert werden können. Mit Bezug auf den Erotikmarkt schließen wir daraus, dass ein hoher Mediendruck mit einer entsprechenden Werbeplatzierung dazu beitragen kann, dass sich Endkunden mit der Marke und dem Produktportfolio einhergehender befassen und zum Kauf angeregt werden. Das klassische Schubladendenken ist passé. Erotik ist fester Bestandteil unserer Gesellschaft und trifft auf eine offene Community, die alle Altersklassen durchzieht. Erotik ist Lifestyle und wird auf D2C Ebene nachhaltig geprägt. Diese Community,

ANOS
FINEST BUTT WEAR

ORION WHOLESALE

PLUG & PLAY

0557749

GLASS & SILICONE

DOPPELTE STIMULATION

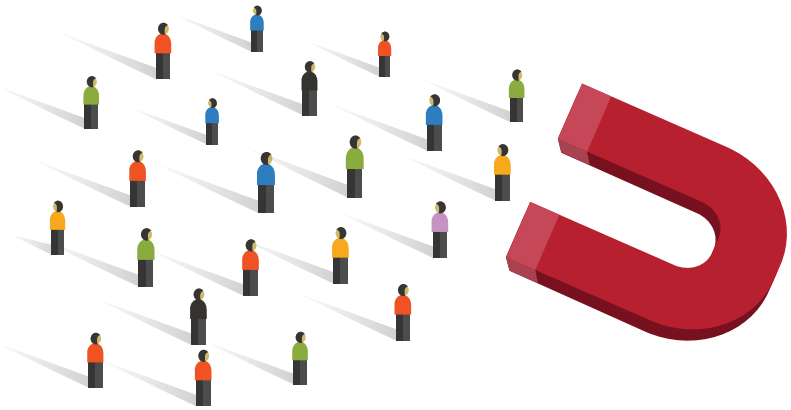
DOPPELTES VERGNÜGEN

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2304-074



ganz unabhängig vom Alter, erreichen wir mit unseren Medien. Daraus ergibt sich ein Marktpotenzial für Neukundengewinnung und Umsatzsteigerung, welches bei weitem noch nicht ausgeschöpft wurde.

Niemand investiert gerne ins Blaue – welche Tools nutzt ihr um eure Kampagnen, das Nutzerverhalten etc. auszuwerten?

Henning Geßner: Mit UTM-Parametern werten wir und unsere Kunden den erzielten Traffic einer Kampagne aus. Beim Scan eines QR-Codes kann dementsprechend nachvollzogen werden, wie viele Endkunden sich für die Werbemaßnahme interessiert haben. Mit der respektiven Einlösung von Gutscheincodes wird der tatsächliche Abverkauf gemessen. Während wir den Traffic und die aktivierten Gutscheine in unserem Portal Couponheld.de auswerten, können unsere Kunden dies in ihrem Online-Shop vornehmen. Die meisten Kunden nutzen generische Codes, d.h. ein Code, der mehrfach verwendet kann. Es gibt aber auch die Möglichkeit zum Einsetzen von sogenannten Unique Codes, d.h. jedes Printexemplare hat einen individuellen Code, der nur einmal eingelöst werden kann. Diese Methode geht mit einem hohen Vorabinvestment einher, weil beim Druck eine entsprechend hohe Anzahl an Druckplattenwechsel vollzogen werden muss. Aus diesem Grund nutzen die meisten Kunden generische Codes, die für das Tracking ausreichend sind. Für Couponheld.de wiederum ist der Einsatz von Unique Codes möglich. Somit wird eine unerwünschte Vervielfältigung im Internet ausgeschlossen.

Sobald ein Kunde den QR-Code gescannt hat, kann unser Kunde die kundenspezifische Journey auf seiner Landingpage nachvollziehen. Diese Informationen dienen maßgeblich dazu, dass Nutzerverhalten besser einzuordnen und das Angebot bei einer Folgekampagne entsprechend anzupassen. Manche unserer Partner setzen für eine zielgruppenspezifische Kampagne auch des Häufigeren eigenständige Landingpages ein, um den Kunden für eine bestimmte Produktkategorie zu gewinnen. Diese Vorgehensweise wird zunehmend genutzt, weil Ein- und Ausstieg während einer Customer Journey Aufschluss darüber geben, wie gut das beworbene Produkt bei den Endkunden performt. Kunden erwägen diesen Vorgang vornehmlich, um neue Produkte zu testen, die Markteinführung eines Produkts voranzubringen und eine Vorauswahl von Produkten vergünstigt anzubieten ganz losgelöst vom eigentlichen Online-Shop.

NOW IN STOCK

TONGA

LE WAND PLUGIN ROSE GOLD

Le Wand Plug-In is a best-in-class, classic style vibrating massager that features unparalleled quality with an awardwinning design to match. This globally compatible A/C powered vibe features 10 distinctive, rumbly vibration speeds and 6 vibration patterns.

Zu eurem Kundenportfolio gehören mittlerweile auch Unternehmen aus dem Erotikmarkt und deren Kampagnen sind erfolgreich verlaufen. Hast du dazu einige Infos oder Zahlen parat?

Henning Geßner: Die Erotikbranche boomt und Erotikprodukte werden von Endkunden stark nachgefragt. Zu dieser Erkenntnis sind wir auf Grundlage erfolgreicher Kampagnen mit Unternehmen aus dem Erotikmarkt gekommen. Erotikprodukte zählen heute auf D2C Ebene zu den typischen Accessoires, die Endkunden in den Warenkorb legen. Vergleichbar mit dem Parfüm, den Ohrringen oder dem neuen Badeanzug für den anstehenden Sommer. Dabei gilt es den richtigen Ton innerhalb einer entsprechenden Zielgruppe zu treffen und ein Angebot zu unterbreiten, welches der jeweiligen Lebenswirklichkeit entspricht. Ein in sich stimmiges Werbeangebot hängt immer ein Stück weit davon ab, welchen Bekanntheitsgrad die Marke / das Produkt hat und ob das Vorteilsangebot den Nerv des Endkunden trifft. Die dynamische Anwendbarkeit eines Rabattwerts im Shopsystem des Anbieters kann beispielsweise über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Ein konkretes Beispiel aus einer vorangegangenen Kampagne mit einem Partner aus der Erotikbranche: Unser Kunde hat einen 20% Rabatt für den gesamten Shop angeboten und konnte mit bereits reduzierter Ware verrechnet werden. Bei einem 15% Rabattwert auf ein bestimmtes Produkt wurden 5% hinzugerechnet. Ein besonderes Erlebnis für den Endkunden, der sich als Gewinner sieht. Ein anderes Beispiel: wir haben mit einem anderen Kunden sehr gute Erfahrungen mit der Bewerbung von Erotik- Adventskalendern in der Vorweihnachtszeit gemacht. Dabei lag der Schwerpunkt auf der Experimentierfreudigkeit der Kunden, die neue Produkte, die sie vorher nicht kannten, entdecken wollten. ‘Was steckt wohl hinter Türchen #13? Lass uns gemeinsam entdecken, was es Neues gibt.’ Ein voller Erfolg, wenn man bedenkt, dass innerhalb kurzer Zeit Produkte im vierstelligen Bereich verkauft wurden.

Nicht jedes Unternehmen kann sich kostspielige Werbekampagnen leisten, nicht jede Marke kann auf ein riesiges Marketingbudget zurückgreifen… sind eure Kampagnen auch für kleinere Player erschwinglich?

Henning Geßner: Wir bieten den budgetbezogenen Realitäten unserer Kunden entsprechende Angebote. Nicht jede

PDX ELITE®
FUCK-O-MATIC™
RD540
VIBRIERENDE MASSAGE FÜR TESTIKEL
RD543-29
HYPER-PULSE MASSAGE FÜR TESTIKEL
HIER GEHT'S ZUM VIDEO!
DIE MASTURBATIONS-REVOLUTION!
MIT PULSIERENDER SAUGFUNKTION
pipedream®
www.pipedreamproducts.com

Kampagne ist für jeden Kunden geeignet. Hier unterscheiden wir zwischen Print, Digital und crossmedialen Kampagnen. Es ist für jedes Budget etwas mit dabei. Jedoch gilt es zu beachten, dass wenn eine Marke eine entsprechende Zielgruppe nachhaltig erreichen möchte, die dahinterstehende Kampagne zielgerichtet und kontinuierlich begangen werden sollte. Langfristige Aufmerksamkeit, Reichweite, Angebot und ein hoher Mediendruck können dabei ausschlaggebend sein.

Welchen Service bietet ihr euren Kunden? Welche Beratung bekommen sie von euch? Und wie weit sind die Kampagnen an Wünsche und Bedürfnisse individuell anpassbar?

Henning Geßner: Wir ermitteln den Bedarf unserer Kunden anhand von Vorabanalysen und Briefings, um besser einordnen zu können, welche Kampagne in Frage kommt. Auf Grundlage gesammelter Erkenntnisse und einem internen Wettbewerbscheck sprechen wir Empfehlungen aus, die den individuellen Bedürfnissen unserer Kunden entsprechen. Darüber hinaus verfügen wir über eine In-House Kreativabteilung, die die Wünsche unserer Kunden auch grafisch umsetzen kann. Wir arbeiten modular und bieten eine Vielzahl an Bausteinen an, um das Kampagnenerlebnis zu komplementieren. Unsere Kampagnen und die entsprechenden Add-Ons, wie z.B. die digitale Verlängerung auf Couponheld.de, die Erstellung einer individuellen Konzeption zur Erschließung einer Zielgruppe, und andere Marketingmaßnahmen, die dazu führen, dass der Endkunde einen bleibenden Eindruck hat, setzen wir maßgeschneidert für unsere Kunden um. Das heißt ganz konkret: wir beraten, wir gestalten, wir produzieren, wir verteilen und wir denken out-of-the-box für unsere Kunden!

Interessenten können gerne telefonisch unter 02131 7736260 oder per Email an info@devexgo.de mit uns in Kontakt treten.

IT'S ALL ABOUT MANHOOD

MANCHE DINGE SIND NUR FÜR MÄNNER...

... wie V-Activ Man, PENIS POWER CREAM + SPRAY, Premium-Erotikprodukte, die speziell entwickelt wurden für den Mann. Um die Wirkung zu maximieren, verwenden Sie es regelmäßig.

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 /// Fås hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostpne w panstwa hurtownich

HOT
London - Miami - Tokyo

„Wollen wir wirklich, dass Sony anfängt, Vibratoren herzustellen?"

17 Thesen für Brian Sloan

Brian Sloan, Schöpfer und Kopf der Autoblow Marke

Entgegen dem traditionellen Interviewformat mit Fragen und Antworten, konfrontiert eLine Brian Sloan, Schöpfer und Kopf der Autoblow Marke, mit 17 Aussagen zum Marktgeschehen und aktuellen Entwicklungen in unserer Industrie, die zum Diskutieren und Nachdenken einladen.

Krise auf Krise… aber der Sex Toy Markt bleibt standhaft!

Brian Sloan: Stark im Vergleich zu anderen Märkten? Ja, sicher. Unbesiegbar? Nein, keineswegs.

Es sind keine Vertriebskanäle in Sicht, die dem E-Commerce mit Sex Toys den Rang streitig machen können.

Brian: Ohne Zweifel wird sich in den nächsten 5-10 Jahren immer mehr Umsatz weg vom stationären Einzelhandel in Richtung E-Commerce verlagern. Die stationären Geschäfte werden innovative Wege finden müssen, um die Menschen zu ermutigen, persönlich vor Ort einzukaufen, wenn sie Wachstum erzielen wollen. Stationäre Läden wird es immer für die Menschen geben, die den persönlichen Kontakt brauchen, aber Läden, die nichts anderes als Produkte anbieten und auf Beratung, der Vermittlung von Fachwissen etc. verzichten, werden das Schicksal der Reisebüros teilen.

Vibrationen, Oszillation, Saugfunktion, Druckwellen, Stoßen,

Stroking… das Potential an Technologien zur sexuellen Stimulation ist noch lange ausgeschöpft.

Brian: Nur die Zeit wird zeigen, ob wir den Höhepunkt der Stimulation bereits erreicht haben oder ob es neue Wege geben wird, uns zu stimulieren! Es stimmt, dass die jüngsten Innovationen als weniger bedeutend erscheinen als frühere, aber Innovation geschieht nicht auf einmal, sondern in kleinen Neuerungen, die die meisten Menschen kaum bemerken. Dann, nach 10 Jahren kleinerer Neuerungen, sind die neueren Produkte plötzlich ganz anders und in den meisten Fällen besser als die alten.

Die Post-Corona Phase ist durch Stillstand oder sogar einen Innovationsstau in der Produktentwicklung gekennzeichnet.

Brian: Es gibt keinen Stillstand oder Stau. Was die Leute verstehen müssen ist, dass kleine Neuerungen zu großen Innovationen führen. Die Neuerungen finden statt - vor allem bei Toys für Männern - man muss nur wissen, worauf man achten muss. Bei Produkten für die Frau habe ich aber in der Tat seit Jahren nichts Interessantes mehr gesehen. Hinzu kommt, dass über zwei Jahre lang niemand nach China reisen konnte, auch nicht zu Messen, so dass Innovationen, die sich aus persönlichen Treffen ergeben hätten, nicht zustande kamen. Das kann ein Hauptgrund für eine mögliche Verlangsamung bei der Produktentwicklung sein.

Das unserem Markt während der Pandemie prophezeite Goldene Zeitalter ist auf weiteres verschoben.

Brian: Alle wirtschaftlichen Vorgänge verlaufen in Zyklen und es ist nicht realistisch zu glauben, dass unsere Branche einfach weiterhin wachsen wird, ohne dass es mal zu einem Abflachen oder sogar zu einem Einbruch in der Umsatzkurve kommt. Die Verbraucher halten sich aufgrund der derzeitigen allgemeinen wirtschaftlichen Bedingungen zurück. Aber sie werden irgendwann in der Zukunft zurückkehren, sobald die Situation sich wandelt.

Dass gegenwärtig ‘erschwingliche Standardprodukte’ den Markt dominieren, ist darin begründet, dass die Konsumenten weniger Budget zur Verfügung haben (hervorgerufen durch Inflation, steigende Lebenshaltungskosten etc.).

Brian: Ich denke, dass die Konsumenten selbst unter diesen Bedingungen immer noch den Unterschied zwischen qualitativ hochwertigen und minderwertigen Produkten kennen. Abgesehen davon gibt es heutzutage immer mehr preiswertere Qualitätsprodukte, insbesondere für Frauen, da die Hersteller immer aggressiver versuchen, die Verbraucher direkt zu erreichen.

Sex Toys sind noch weit weg, Mainstream zu sein – auch im Jahr 2023.

Brian: Das stimmt, aber ich denke, das ist eine gute Sache. Wenn Sex Toys wirklich Mainstream wären, würden wir mit den größten globalen Unternehmen konkurrieren. Wollen wir wirklich, dass Sony anfängt, Vibratoren herzustellen?

Die hohe Nachfrage nach Sex Toys und die in die Höhe schießenden Umsätze vieler Marktteilnehmer während der Corona-Jahre haben sich nicht in der Produktentwicklung widergespiegelt.

Brian: Ich denke, die cleveren Akteure haben das Geld, das sie während der COVID-Pandemie verdient haben, zur Entwicklung neuer und besserer Produkte verwendet, die in den nächsten ein bis zwei Jahren auf den Markt kommen werden.

Marken, die den Direct-To-Consumer (D2C) Ansatz wählen, sind die Zukunft des Sex Toy Markts.

Brian: Daran habe ich schon geglaubt, als ich die Marke Autoblow gegründet habe – übrigens als D2C-Business.

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

SCALA

Und ich verhalte mich auch weiterhin so, als ob das D2C-Modell die Zukunft wäre. Wir genießen nach wie vor unsere Geschäftsbeziehungen mit Distributoren und Einzelhändlern, weil sie große Marktsegmente ansprechen, aber wir achten darauf, weiterhin Ressourcen in unsere D2C-Geschäft zu investieren.

In Krisenzeiten, wie wir sie gerade durchleben, nimmt natürlich niemand viel Geld für Produktentwicklungen in die Hand.

Brian: Ich denke, dass kluge Akteure diese Zeiten nutzen, um die Produktentwicklung zu verdoppeln, damit sie einen größeren Marktanteil erobern können, wenn dieser sich erholt.

Die Erfindung der Sex Toys mit Saugfunktion/ Druckwellen war die letzte große Erfindung im Sex Toy Markt in den letzten Jahren.

Brian: Für die Produkte für Frauen trifft das zu. Aber bei den Toys für Männer gibt es viele beeindruckendere Entwicklungen, speziell bei den Online-Features der Produkte.

Die traditionelle Lieferkette (Hersteller - Großhändler – Einzelhändler funktioniert im Sex Toy Markt trotz aller Wiederstände immer noch.

Brian: Ja, für die meisten Unternehmen funktioniert sie immer noch, vor allem für diejenigen, die Dutzende oder Hunderte von Produkten pro Jahr entwickeln. Aber für Unternehmen, die sich nur auf einige wenige hochwertige Produkte spezialisieren, ist das D2C-Modell jetzt üblicher.

Es gibt einfach viel zu viele gleiche Produkte im Markt.

Brian: Dafür ist Branding da.

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

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

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

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

MY.SIZE

Neu bei ST RUBBER im Sortiment!

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

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

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

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

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

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

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

MY.SIZE 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

Auf die Megatrends Nachhaltigkeit und Inklusion liefert der Sex Toy Markt die passenden Antworten.

Brian: Allein die Tatsache, dass Sex Toys heute für eine lange Lebensdauer gebaut werden und nicht mehr nach ein paar Mal benutzen kaputt gehen, macht unsere Branche viel umweltfreundlicher. Was die Inklusion angeht, so sorgt der freie Markt schon dafür, dass Produkte für alle möglichen Bedürfnisse verkauft werden.

Im Sex Toy Markt ist nur eine Sache gewiss: der stetige Wandel – und wer sich nicht an diesen anpasst, bleibt auf der Strecke.

Brian: Bis zu einem gewissen Grad ist das richtig, aber es gibt auch immer noch einen riesigen Markt für einfache Dildos und 10-Euro Vibratoren. Mehr als ein paar Leute werden auf diese Weise immer noch sehr reich.

Moderne Technologien in Sex Toys sind schon lange kein Alleinstellungsmerkmal mehr.

Brian: Die Technologie bei Produkten für Frauen stagniert, aber bei Toys für Männer entwickelt sich Technologie sehr schnell und wir werden in den nächsten ein bis zwei Jahren viele neue Alleinstellungsmerkmale im Zusammenhang mit Spitzentechnologie sehen.

‘Sexual Wellness’ ist das Buzzword dieses Jahres.

Brian: Ich nehme an, dass das so ist, aber ich mag das Wort nicht. Ich nenne es immer noch Masturbation.

©2023 Interactive Lile Forms, LLC. All rights reserved. Fleshlight, Fleshlight Girls & all associated logos are designs or registered trademarks of Steve Shubin, used under license.

SOFT TOUCH
OBERFLÄCHE!
AUFREGENDE
TEXTUREN!
Hazel
0559601
Hazel
0559466
Hazel
0559610

Hazel

Soft Silicone Vibrator

ORION WHOLESALE

EINZIGARTIGE FARBE!

YOU 2 TOYS

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

„Die Zeit zwischen deinem Orgasmus und dem deines Partners zu verkürzen, ist möglich."

Patricia López über die ‚Orgasmuslücke' und ‚Höhepunktkontrolle'

Über die Orgasmuslücke ist viel geschrieben und gesprochen worden, so dass heute jeder wissen sollte, was damit genau gemeint ist. Auch darüber, wie diese Lücke geschlossen werden kann, ist viel viel diskutiert worden. Dabei handelt es sich dabei um ein sehr vielschichtiges Thema, wie aus diesem Interview mit Patricia López, Gründerin und Geschäftsführerin von MYHIXEL, ersichtlich wird.

Patricia López, Gründerin und Geschäftsführerin von MYHIXEL

Wann und wo ist der Begriff 'Orgasmuslücke' genau aufgetaucht? Und was genau beschreibt er?

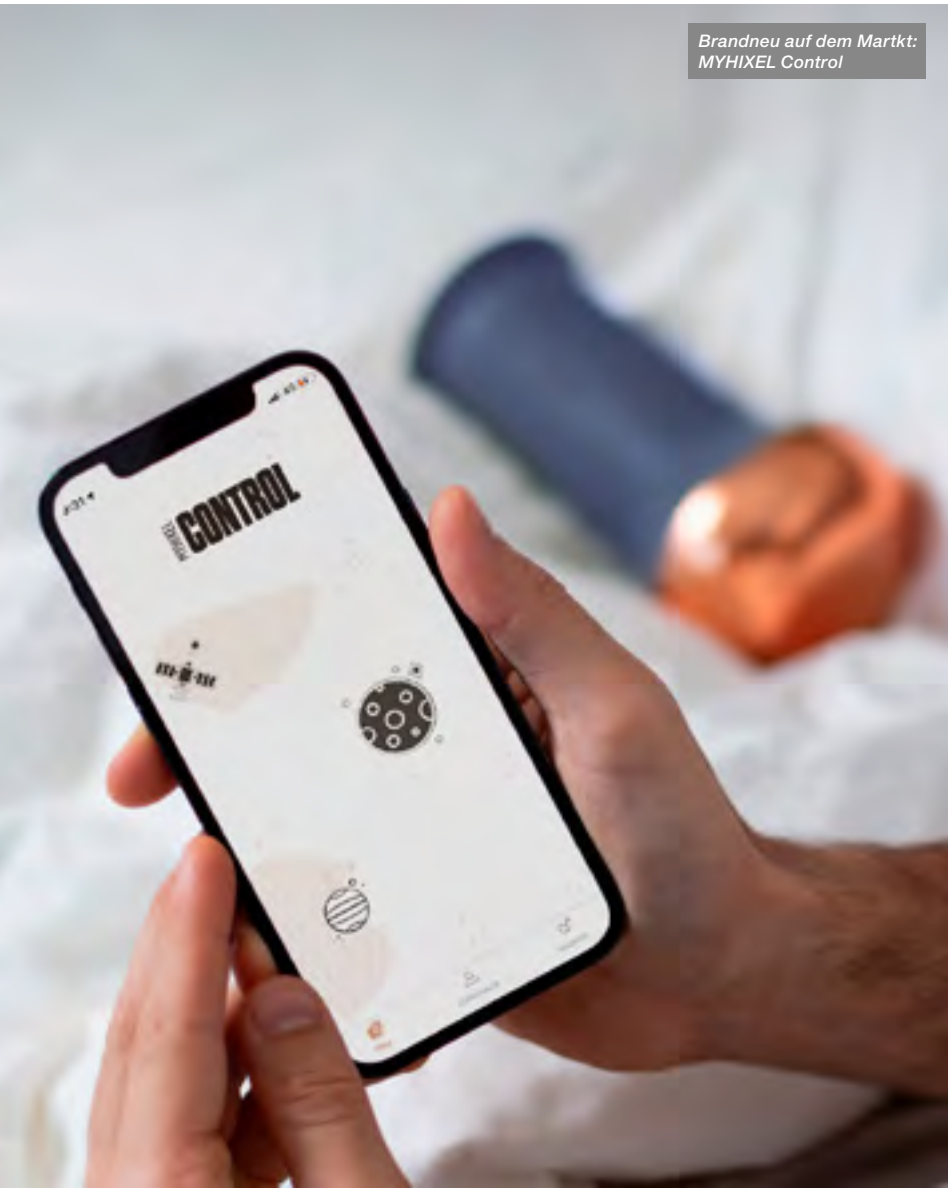
Patricia López: Der Begriff 'Orgasmuslücke' – im Englischen 'Orgasm Gap' oder auch 'Pleasure Gap' – ist heutzutage sehr weit verbreitet. Die 'Ungleichheit' beim Orgasmus zwischen Frau und Mann wurde zum ersten Mal durch einen Kinsey-Report im Jahr 1953 publik und auch Masters und Johnson forschten dann in den 60er Jahren danach. Der Begriff 'Orgasmuslücke' wurde jedoch erst in den 1990er Jahren verwendet. Die 'Orgasmuslücke' beschreibt in der Regel eine Diskrepanz zwischen heterosexuellen Männern und Frauen in Bezug auf die sexuelle Zufriedenheit. Konkret geht es darum, wie oft beide beim Sex oder bei einer sexuellen Aktivität zum Orgasmus kommen. Die Daten deuten darauf hin, dass heterosexuelle Männer häufiger zum Orgasmus kommen als

heterosexuelle Frauen, und dafür gibt es viele Gründe. Was wir als ‘Orgasmuslücke’ bezeichnen, berücksichtigt nicht das gesamte Spektrum der Geschlechter, da da die uns vorliegenden Daten sich in der Regel auf die Orgasmushäufigkeit bei heterosexuellen und homosexuellen Cis-Paaren beziehen. Wenn es also um transsexuelle, non-binäre oder fluid-sexuelle Menschen geht, gibt es natürlich schwarze Löcher in den Daten. Aber im Allgemeinen verstehen wir die ‘Orgasmuslücke’ so: Cis-Frauen haben nicht so viel Spaß wie Cis-Männer.

Welche Gründe führt die Wissenschaft für die ‘Orgasmuslücke’ an?

Patricia: Der erste ist, dass Cis-Männer in der Regel schneller zum Orgasmus kommen als Cis-Frauen. Heißt, dass es bei Menschen mit Vagina länger dauert bis sie zum Orgasmus kommen als bei Menschen mit Penis. Dann gibt es einen Mangel an Aufklärung und fehlende Kenntnis über den menschlichen Körper. Oft wissen die Menschen nicht, wie sie mit häufig auftretenden Problemen wie vorzeitiger Ejakulation oder Erektionsstörungen umgehen sollen. Oder sie verstehen nicht, dass man es langsam angehen lassen muss, dass man mit dem Partner kommunizieren sollte, dass man Gleitgel verwenden sollte oder wie man die Vulva berühren sollte. Ein Mangel an lustbetonter Sexualerziehung ist ebenfalls mitverantwortlich dafür. Studien zeigen zum Beispiel, dass nur vier Prozent der Frauen allein durch Penetration zum Orgasmus kommen können. Daher ist es gut und förderlich, zu wissen, wie der Partner zum Orgasmus kommt, und die Dinge zu tun, auf die der Körper des Partners reagiert, anstatt ein Wunder zu erwarten. Der Mangel an Kommunikation in einer intimen Beziehung ist ebenfalls ein echtes Problem. Wer seinen Partner nicht fragt, was er oder sie mag, oder wer seine Wünsche und Bedürfnisse nicht äußern kann, hat ein Problem, das zu Ablehnung, vorgetäuschten Orgasmen etc. führen kann. Viele Menschen täuschen Orgasmen vor, Männer wie Frauen, weil das oft einfacher erscheint, als seine Bedürfnisse und Wünsche zu äußern. Manche Menschen haben Angst, sich zu äußern, und täuschen deshalb Vergnügen vor. Das führt natürlich dazu, dass man denkt, der Partner sei befriedigt, und man immer dasselbe wieder tut. In diesem Szenario gewinnt niemand.

Du bist aber überzeugt, dass es noch einen weiteren wichtigen Grund für die ‘Orgasmuslücke’ gibt, nämlich den vorzeitigen Samenerguss. Kannst du das näher erläutern?



Brandneu auf dem Martkt: MYHIXEL Control

Patricia: Cis-Männer kommen in der Regel schneller zum Orgasmus als Cis-Frauen Frauen und bei manchen Menschen mit Penis erfolgt die Ejakulation schneller, als man normalerweise erwartet. Das ist ein sehr häufiges Problem und betrifft viele Menschen. Die Lücke zu schließen - oder in diesem Fall - die Zeit zwischen deinem Orgasmus und dem deines Partners zu verkürzen, ist möglich. Deshalb haben wir MYHIXEL und das Konzept der 'Höhepunktkontrolle', gamifiziertes Training und neue Wege der Kommunikation entwickelt, um sicherzustellen, dass jeder die bestmögliche Zeit hat, während er mit einem Partner intim ist.

'Höhepunktkontrolle' - was haben wir uns darunter vorzustellen?

Patricia: 'Höhepunktkontrolle' ist ein Weg, die natürlichen Reaktionen des Körpers zu trainieren, um gleichzeitig mit dem Partner Lust zu erleben. Durch die Arbeit mit unserer Technologie und unseren Übungen arbeiten die Nutzer unserer Produkte daran, die 'Orgasmuslücke' zu schließen, indem sie kontrolliert, wann und wie sie zum Orgasmus kommen. Das hilft nicht nur dabei, die Zeit bis zum Orgasmus zu verlängern und damit sicherzustellen, dass der Höhepunkt näher an dem des Partners liegt, sondern es gibt den Nutzern auch die Möglichkeit, die Kontrolle über ihr Vergnügen und die sexuellen Erlebnisse zu übernehmen, die sie haben. Außerdem liegt es in ihrer Verantwortung, miteinander zu kommunizieren und ihre eigene und die Lust des anderen in den Vordergrund zu stellen.

Leg Avenue
www.legavenueeurope.com

„Wir wollen die Neuseeländer dazu ermutigen, Safer Sex zu praktizieren."

Share Satisfaction bringt Neuseelands erste Kondommarke auf den Markt

Taslim Parsons, Gründerin von Share Satisfaction

Es war im Sommer 2021 als Share Satisfaction mit der Veröffentlichung von Neuseelands erster Sex Toy Produktlinie für Aufsehen auch weit über die Grenzen des Inselstaats gesorgt hat. Möglicherweise wiederholt sich das jetzt und die Marke kann sich erneut einer großen Aufmerksamkeit erfreuen, denn sie bringt Neuseelands erste Kondommarke auf den Markt. Share Satisfactions Gründerin Taslim Parsons informiert in einem Interview über die Linie sowie über ein neues Material für Kondome, bei dessen Entwicklung auch die Melinda and Bill Gates Foundation eine tragende Rolle gespielt haben.

Nach Neuseelands erster Sex Toy Linie bringt ihr nun Neuseelands erste Kondommarke auf den Markt. Geht ihr als Pionier des Sexual Wellness Markts in die Geschichte eures Landes ein?

Taslim Parsons: Ich glaube nicht, dass man uns als Pioniere bezeichnen wird, denn wir machen ja eigentlich nichts wirklich Neues. Was wir jedoch tun, ist, den Neuseeländern und der Welt eine weitere Verhütungsalternative zu bieten.

Was waren eure Beweggründe, eine neue Kondommarke zu entwickeln? Es ist ja nicht so, dass es dem Markt an Produkten und Marken im Kondombereich mangelt… Was und wie wolltet ihr dem Markt Neues bringen?

Taslim Parsons: Es gibt zwar schon viele Kondommarken, aber unser Ziel ist es, ein komplettes Angebot an Produkten für das sexuelle Vergnügen und die sexuelle Gesundheit auf den Markt zu bringen, und das geht eben nicht, ohne Kondome anzubieten. Zudem wollten wir ein Kondom entwickeln, das zum Teil aus

Graphen gefertigt ist, in witzigen Geschmacksrichtungen angeboten wird und alle Konsumenten anspricht. Kondomverpackungen sind oft sehr männlich, ich aber wollte etwas auf den Markt bringen, das ästhetisch ansprechend und nicht geschlechtsspezifisch ist, etwas, das jeder gerne in seinen Einkaufskorb legt.

Ist das Thema Safer Sex bei euren Landsleuten präsent? Hofft ihr, mit eurer Marke neuen Schwung zu entfachen, um Kondome als zuverlässigen Schutz vor ungewollter Schwangerschaft und Geschlechtskrankheiten wieder stärker in das Bewusstsein zu bringen?

Taslim Parsons: Auf jeden Fall gibt es eine zunehmende Voreingenommenheit in Bezug auf Safer Sex, und oft sagen Menschen, die einen Penis besitzen, dass sie bei der Verwendung eines Kondoms 'nichts oder weniger spüren' oder 'das es nicht so gut ist wie mit ohne Kondom'. Nun, mit der Entwicklung von ultradünnen Kondomen sollte dem nicht mehr so sein. Wir wollen die Neuseeländer dazu ermutigen, Safer Sex zu praktizieren. Der weltweite Anstieg von Geschlechtskrankheiten in den letzten Jahren ist alarmierend. Wer beim Sex ein Kondom benutzt, schützt seine Gesundheit, die seines Sexualpartners und die der Allgemeinheit. Und daran gibt es nichts zu rütteln!

Wie lange habt ihr von der Idee bis zum ersten fertigen Produkt gebraucht? Welche Hürden gab es während dieses Prozess für euch zu überwinden?

Taslim Parsons: Die Entwicklung unseres Kondomsortiments dauerte etwa zwei Jahre. Es gibt weltweit nur wenige Kondomhersteller und wir wollten mit den besten zusammenarbeiten, also haben wir viele Produktangebote von verschiedenen Herstellern getestet. Wir mussten sicherstellen, dass wir die Vorschriften einhalten und dass wir am Ende ein Produkt von außergewöhnlicher Qualität haben, das der Markt lieben würde.

Wie groß ist eure Kondomlinie und was für Produkte sind darin enthalten?

Taslim Parsons: Wir führen zehn Variationen in Einzelpackungen, 3er-Packungen, 12er-Packungen und im einer Großpackung mit 100 Stück.
- Ultrastark - Enthält Graphen
- Texturiert - Gerippt und gepunktet
- Ultradünn - Unser dünnstes Kondom
- Kondome mit Geschmack (Cola,

Erdbeere, Orange, Banane, Kaugummi, Minze und ein gemischtes 12er-Pack mit je zwei Stück von jedem Geschmack)

Was ein Novum ist, ist, dass ihr auf Graphen setzt, ein Material, das 200 Mal stärker ist Stahl und eine Million Mal dünner ist als ein menschliches Haar. Wie seid ihr auf dieses Material gekommen? Und wieso werden weiterhin von vielen Herstellern die uns bis dato bekannten Materialien bei der Produktion verwendet?

Taslim Parsons: Graphen wurde erstmals 2004 von Nobelpreisträgern an der Universität Manchester, Großbritannien, entdeckt. Bis heute wurde Graphen nur in einigen wenigen Bereichen eingesetzt. Als wir davon hörten, wussten wir sofort, dass wir Graphen in unseren Kondomen haben wollten. Es ist ein so erstaunliches Material und da es nur von sehr wenigen Marken genutzt wird, ist es umso sinnvoller, es in unser Sortiment aufzunehmen. Ich verstehe, dass Hersteller aus Kostengründen unterschiedliche Materialien verwenden und dem Markt verschiedene Alternativen anbieten wollen, ich bin jedoch der Meinung, dass es richtig ist, immer die neueste Technologie zu verwenden.

Stimmt es, dass die Melinda und Bill Gates Foundation eine tragende Rolle bei der Entwicklung eines Kondoms aus Graphen gespielt hat?

Taslim Parsons: Bill Gates und Kondome - eine unwahrscheinliche Kombination, oder? Aber es ist wahr. Im Jahr 2013 erhielt das National Graphene Institute an der Universität Manchester einen Zuschuss in Höhe von 100.000 US-Dollar von der Bill and Melinda Gates Foundation, um ein hochwertigeres und besseres Kondom zu entwickeln. Graphen ist ein flexibles und dünnes Material, das eine Million Mal dünner ist als ein menschliches

Dreamlove
OFFICIAL DISTRIBUTOR

Ibiza
exclusive experience

MORE **TOYS**, MORE **PLEASURE**, MORE **IBIZA**

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

Haar und das nur die kleinsten Moleküle durchlässt, was es perfekt für Kondome macht. Die erfolgreiche Kombination von Latex und Graphen erhöht die Festigkeit eines Polymerfilms um 60 Prozent und ermöglicht es, Kondome um 20 Prozent dünner zu machen, ohne bei der Stärke Einbuße zu machen.

Mit welchen weiteren Alleinstellungsmerkmalen können eure Kondome überzeugen? Wie sieht es zum Beispiel mit den bei Kondomen besonders wichtigen Attributen Qualität und Sicherheit aus?

Taslim Parsons: Die gesamte Palette ist von außergewöhnlicher Qualität. Mit der Graphen-Option heben wir uns natürlich von anderen ab. Aber auch die Ästhetik der Marke und die Geschmacksrichtungen sind anders als bei anderen auf dem Markt. Mein Favorit ist die Geschmacksrichtung Kaugummi, weil sie fantastisch riecht. Unsere aromatisierten Kondome enthalten keinen Zucker, so dass sie den menschlichen pH-Wert nicht beeinträchtigen, was ein weiterer großer Vorteil ist.

Über welche Verkaufskanäle werden eure Kondome vermarktet? Ist es für euch denkbar, sie auch über die Grenzen eures Landes hinaus anzubieten?

Taslim Parsons: Unser Kondomsortiment ist bereits von allen Erotikeinzelhändlern in Neuseeland und auch schon von einigen wenigen in Australien aufgenommen worden. Außerdem gibt es das Sortiment in rund 120 neuseeländischen Apotheken - Tendenz steigend. Ich würde gerne sehen, dass Share Satisfaction Kondome weltweit angeboten werden. Wir würden auf jeden Fall mit jedem zusammenarbeiten, der dieses großartige Kondomsortiment führen möchte.

NEW

EXCLUSIVE

TABOOM

GLOW IN THE DARK

17200
Wrist Cuffs
TABOOM
RRP: €23,99

17205
Hogtie
TABOOM
RRP: €17,99

17201
Ankle Cuffs
TABOOM
RRP: €25,99

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

SCALA

„lovgun = innerer Orgasmus, wie ihn kein anderes Produkt auf dem Markt erzeugt."

Elizabeth Thomas präsentiert eine ‚Massagepistole' mit Doppelfunktion

So genannte 'massage guns' (im Deutschen häufig als 'Massagepistolen' bezeichnet) werden seit geraumer Zeit zuhauf angeboten. Die Produkte, die so aussehen, als hätte sich eine Bohrmaschine mit einem Massageball gepaart, eignen sich besonders für Menschen, die häufig und intensiv trainieren. Sie nutzen die 'massage guns' um Muskelverspannungen zu lösen. Für dieses Einsatzgebiet eignet sich lovgun auch, aber Dank der Doppelfunktionalität lässt sich das Produkt mittels Aufsätzen schell und einfach in ein Sex Toy verwandeln. Elizabeth Thomas, Geschäftsführerin von lovgun, erklärt, warum ihr Produkt den Vergleich mit anderen 'massage guns' auf dem Markt nicht zu scheuen braucht und klassische Wand Vibratoren in den Schatten stellt.

Was genau ist lovgun? Wie genau funktioniert lovgun? Wann ist euch die Idee zu eurem 'massage gun' gekommen?

Elizabeth Thomas: lovgun ist ein System von Adaptern und Dildos, das an jede Massagepistole angeschlossen werden kann und sie in das ultimative Sex Toy verwandelt. Wir bieten auch ein Komplettpaket an, das unsere eigene Massagepistole umfasst.

Welche Bedürfnisse - ob körperlich, emotional oder beides - befriedigt lovgun, die der Markt bisher für Frauen und/oder Männer nicht erfüllen konnte? Was macht dieses Produkt und Ihre Marke so besonders?

Elizabeth Thomas: lovgun füllt buchstäblich die Lücke… und bietet einen ganzheitlichen Orgasmus, wie kein anderes Produkt auf dem Markt.

Ihr bezeichnet lovgun als 'World's Best Therapy Massager' – was ist an lovgun so einzigartig? Was kann lovgun, was ein klassischer Wand Vibrator nicht kann?

Elizabeth Thomas: Wand = Stimulation der Klitoris. lovgun = innerer Orgasmus, wie ihn kein anderes Produkt auf dem Markt erzeugt.

Und was kann lovgun besser als klassische Produkte für die Massage, die für sexuelles Vergnügen 'zweckentfremdet' werden?

Elizabeth Thomas: Die Massager Linie, die wir geschaffen haben, besitzt eine Doppelfunktion. Sie bieten die gleiche, wenn nicht sogar bessere Leistung als andere derzeit auf Markt erhältliche Massagepistolen, besitzt aber auch 'erotische' Fähigkeiten, die in Verbindung mit unserer Linie von Dildos zum Tragen kommt. Unsere Dildos dienen extra diesem Zweck und sind so geschaffen, dass sie das Erlebnis mit der Massagepistole erweitern. Ihre Länge, Breite, die Materialien, aus denen sie gefertigt sind, ihre Flexibilität etc. sind auf lovgun abgestimmt.

Wo positioniert ihr euch im Markt zwischen all den Produkten mit Vibrationsfunktionen, Produkten mit Stoßfunktionen, den bereits

erwähnten Wand Vibratoren und Sexmaschinen?

Elizabeth Thomas: Wir haben gerade ein Gebrauchspatent für unsere Produktlinie erhalten und wissen aufgrund des Feedbacks von Tausenden von Kunden sowie von Dani Daniels und Cherie DeVille, die nach der Verwendung des Produkts Eigentümer unserer Marke geworden sind, dass wir das beste Produkt auf dem Markt haben.

Wie viel Power bzw. Schubkraft steckt in lovgun? Kannst du etwas über die technischen Detail erzählen?

Elizabeth Thomas: Der Leistungsbereich geht über vier Geschwindigkeiten von 500 bis 2500 Stößen. Die Schubkraft wird in Millimetern gemessen und das Gerät selbst hat eine Amplitude von 4 bis 6 mm an Schubkraft. Für Muskelmassage genauso geeignet wie für sexuelles Vergnügen und perfekte Penetration mit unseren Dildos.

Es gibt zwei lovgun Massager Versionen und zahlreiche Aufsätze. Worin unterscheiden sich die beiden Versionen und welche Produkte umfasst die Auswahl an Aufsätzen?

Elizabeth Thomas, Geschäftsführerin von lovgun

Gegenwärtig bietet lovgun zwei Versionen ihrer ‚massage gun' an

Elizabeth Thomas: Beim Pocket Therapy Massager steht Massage an erster Stelle, sexuelles Vergnügen an zweiter. Es gibt eine Palette aus vier Aufsätzen. Kompakte Größe, Einhandbedienung. Beim Belt Massager geht es in erster Linie um das sexuelle Vergnügen und in zweiter um die Massage. Die Aufsätze umfassen einen Massageball zusammen mit einem Gürtel / Riemen, der eine Selbstmassage ermöglicht. Einfacher Griff, der die Nutzung für sexuelle Zwecke komfortabler macht.

Welche Faktoren sind deiner Meinung nach ausschlaggebend dafür, ob ein Produkt auf dem heutigen Markt Erfolg hat oder untergeht? Das Design? Funktionalität? Materialien? Form? Technologie? Zielgruppe und Nachfrage? Preisgestaltung?

Elizabeth Thomas: Unser Produkt wird derzeit hier in den USA durch Eldorado sowie bei Adam & Eve distribuiert, das Feedback ist positiv und es war bereits einmal ausverkauft! Die Preisgestaltung bietet hohe Gewinnspannen bei hohen Preisen. Hochwertige Komponenten machen unsere Produkte überlegen. Wir haben einen Markttrend von Massagepistolen aufgegriffen, die sich aufgrund der therapeutischen Vorteile durchgesetzt haben, und durch die Verbesserung der Aufsätze die Möglichkeit geschaffen, eine 'erotische' Funktion hinzuzufügen.

Wer sind die typischen lovgun Nutzer? Wer ist eure Zielgruppe? Eher erfahrene Sex Toy Nutzer?

Elizabeth Thomas: Jeder, der sich bewegt und / oder einen Sexualtrieb hat.

Welche Anforderungen müssen eure Produkte erfüllen, um dieser Zielgruppe gerecht zu werden?

Elizabeth Thomas: Die Fähigkeit, eine Massage zu empfangen oder zu geben. Keine Anforderungen oder Vorkenntnisse erforderlich

Wie vermarktet ihr eure Produkte? Welche Vertriebskanäle nutzt ihr?

Elizabeth Thomas: E-Commerce, Distributoren, stationärer Einzelhandel, Influencer und Affiliates. Traditionelles & organisches Marketing.

MAXIMUM

MAXIMUM PLEASURE

MAGNETIC CHARGING | LONG RUNTIME | WATERPROOF

lovgun Brand Ambassador & Inhaberin Dani Daniels mit dem Pocket Therapy Massager und dem Stud Aufsatz

Gibt es Pläne, euer Vertriebsnetz zu erweitern?

Elizabeth Thomas: Ja!

Schließt das Europa mit ein? Sucht ihr Distributoren für den heisigen Markt?

Elizabeth Thomas: Ja, kontaktiert uns per Mail an support@lovgun.com. Wir haben das Produkt versandfertig!

Ihr habt euch mit Dani Daniels und Cherie DeVille zwei Aushängeschilder der Erotikindustrie ins Team geholt. Warum dieser Schritt und welche Aufgaben werden die beiden für lovgun übernehmen?

Elizabeth Thomas: Sie wurden zu Eigentümern und Botschaftern der Marke, nachdem sie die Produkte verwendet hatten. Sie werden ihre Kanäle in den Sozialen Medien nutzen, um die Bekanntheit der Marke und den organischen digitalen Traffic zu unseren Partnern, Händlern und Distributoren zu steigern.

Wie geht es mit Lovgun weiter? Plant ihr euer Portfolio mit weiteren Produkten auszubauen?

Elizabeth Thomas: Wir werden in unserer Spur bleiben und die Marke lovgun weiter ausbauen. Wir arbeiten derzeit an etwas für Cam-Models, das wir auf der XBIZ Miami vorstellen werden.

Wie siehst du aktuellen Stand und die zukünftige Ausrichtung der Sex Toy Industrie?

Elizabeth Thomas: Wir sind eine neue Marke in der Branche und haben bereits Zensur und soziale Ausgrenzung der Marke erlebt.

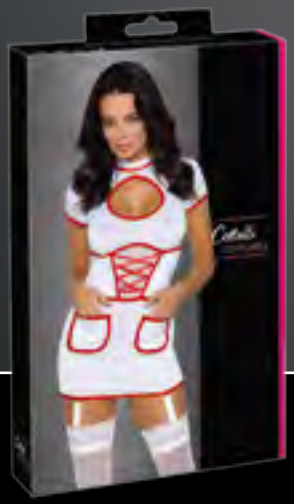
Wohin bewegen wir uns in Bezug auf Produkte, Marketing und Zielgruppen?

Elizabeth Thomas: Die Branche entwickelt sich weiter und Produkte wie unsere werden zum Mainstream. Mit den richtigen Kontrollen und Instrumenten können wir meiner Meinung nach genauso wachsen wie traditionelle Unternehmen und Firmen, die traditionelle Marketingmethoden anwenden.

Cottelli
COSTUMES

ORION
WHOLESALE

FIEBER TRAUM



2471019

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2304-075

„Viele Sex Toys für Paare werden für heterosexuelle Cisgender Personen entwickelt."

Andy Duran nimmt Sex Toys für Pärchen unter die Lupe

Andy Duran, Good Vibrations Education Director

Andy Duran ist so etwas wie ein allwissendes Orakel in der Welt der Sex Toys. Als Experte für Sexualerziehung und Sex Toys ist Duran seit 2005 für die Good Vibrations Adult Boutique, einem bekannten Erotikeinzelhandelsgeschäft in der Gegend von San Francisco, tätig. Es gibt daher sicher keine sexuellen Vorlieben sowie speziellen Wünsche und Bedürfnisse, die er in seiner derzeitigen Position als 'Education Director' nicht bedienen musste. Er ist stolz darauf, auch Konsumenten außerhalb des Mainstreams zu beraten, wie zum Beispiel aus der LGBTQIA+ Community. In eLine beleuchtet er sogenannte 'Pärchen-Toys' – und zwar aus allen Blickwinkeln.

Wie hat sich deiner Meinung nach die Kategorie 'Pärchen-Toys' im Laufe der Jahre entwickelt? Wann ist sie eigentlich entstanden und wie hat sich das Produktdesign seither entwickelt?

Andy Duran: Als ich vor fast zwei Jahrzehnten in der Branche anfing, waren die einzigen Produkte, die für das Spiel zu zweit entwickelt wurden, vibrierende Cockringe. Das machte allerdings Sinn, denn das fiel in die gleiche Zeit als Rabbit Vibratoren ihren Höhepunkt erreichten und wir als Verkäufer in den Shops boten vibrierende Ringe oft als eine spaßige Möglichkeit, den Lieblingsdildo oder sogar den Partner in einen Rabbit Vibe zu verwandeln – Stichwort äußere Stimulation. Die Einführung des We-Vibe war ohne Zweifel ein entscheidender Wendepunkt. Strap-ons und Harnesse gibt es auch schon seit Tausenden von Jahre und sie sind natürlich für das Spiel zu zweit gedacht, aber der Markt für 'Pärchen-Toys' konzentrierte sich oft auf 'softe' Toys für heterosexuelle Menschen – mit 'soft' meine ich all das, was nicht BDSM ist.

Gibt es Produkte oder Marken für Paare, die eure Kunden bei Good Vibrations besonders nachfragen?

Andy: blueMotion Nex 3 Couples Ring - dieser Ring konzentriert sich mehr auf die Stimulation des Penis, als dass er für die Stimulation der Klitoris entwickelt wurde. Ferngesteuerte Toys bieten übrigens großartige Möglichkeiten- auch über das Schlafzimmer hinaus. We-Vibe Sync - die neue biegsame Struktur ermöglicht jetzt eine bessere Anpassung an eine Vielzahl von Körperformen. Und er kann mit der Fernbedienung oder per Bluetooth-App bedient werden. The Cowgirl - wer will nicht seinem Partner beim Reiten zusehen! Und mit der Bluetooth-App-Funktion kann man Vibrationseinstellungen von jedem Ort aus steuern, an dem man ein Signal hat! Perfekt für Partner, die mit ihrem Produkt eine lustvolle Peepshow bieten wollen.

Und welche Produkte oder Marken würdest du persönlich empfehlen?

Andy: Sportsheets Under the Bed Restraint System - klassisch, einfach zu benutzen. Wird komplett montiert geliefert und kann an jede Bettgröße angepasst werden. Moxie von We-Vibe - ein großartiges Design. Er muss nicht mehr in eine Tasche der vorgefertigten Unterwäsche passen, sondern wird mit einem magnetischen Clip geliefert, mit dem er sicher an jeder beliebigen Unterwäsche befestigt werden kann.b -Vibe Novice - weil Paare auch gerne anal spielen! Oft werden Anal Toys für das Spiel zu zweit vergessen, aber der b-Vibe Novice ist die perfekte Ergänzung. Pulse Duo von Hot Octopus - die Leute lieben das Produkt! Das Design ist großartig für die Stimulation des Penis, ohne dass man dafür erigiert sein muss. Der Duo ermöglicht eine gemeinsame Stimulation, wenn man ihn an den Geschlechtsteilen des Partners reibt.

Wo und wie kann die Kategorie 'Pärchen-Toys' verbessert werden? Könnte das Produktdesign deiner Meinung nach besser sein? Übersieht die Branche LGBTQIA+-Paare?

Andy: Wenn Produkte von mehreren Communitys getestet werden, trägt das dazu bei, dass die Kunden in den Genuss von mehr Inklusion kommen, denn viele Sex Toys für Paare werden für heterosexuelle Cisgender Personen entwickelt, so dass ein großer Teil der Bevölkerung von der Verwendung ausgeschlossen wird. Wenn also Queer- und Trans-Kunden in die Sey Toy Geschäfte gehen und dort nur

Produkte für bestimmte Pärchen sehen, fühlen sie sich benachteiligt und/oder ausgegrenzt.

Trägt die Kategorie 'Pärchen-Toys' und das Marketing für diese Produkte zu einem offeneren Umgang mit Themen wie Sexualität bei? Wie verändern Produkte für Paare die Einstellung zur Sexualität zum Besseren?

Andy: Eine der Möglichkeiten, wie all das zur Aufklärung beiträgt, besteht darin, ein klares Beispiel für die verschiedenen Arten der Stimulation zu geben.Ich kann zum Beispiel erklären, dass etwa 70 % der Cis-Frauen berichten, dass sie durch Penetration allein keinen Orgasmus bekommen und irgendeine Art von klitoraler Stimulation benötigen, um einen Orgasmus zu erreichen. Wenn ich dann eine Reihe von Produkten zeige, die speziell entwickelt wurden, um die Klitorisstimulation in das Liebesspiel einzubauen, habe ich nicht nur dieses Praktik normalisiert,, sondern auch gezeigt, wie die Menschen ihr Vergnügen aktiv in ihre eigenen Hände - oder in die Hände ihres Partners – legen können.

Gibt es abschließend noch etwas, was du zu diesem Thema sagen möchtest?

Andy: Ich würde es gerne sehen, wenn Sex Toys jenseits der Mainstream-Darstellung von Paaren vermarktet würden. Man muss auch nicht immer von einer Beziehungsdynamik ausgehen, um Toys für zwei oder mehr zu verkaufen.

Dieses Interview wurde uns bereitgestellt von Colleen Godin, EAN U.S. Korrespondentin

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 /// Disponibil presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fås hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostępne w pandzie hurtowniach

HOT
London - Miami - Tokyo

„Nachhaltigkeit ist nicht nur ein Schlagwort - es ist eine entscheidende Notwendigkeit für die Zukunft unseres Planeten."

April Lampert über ihren neuen Verantwortungsbereich bei Hot Octopuss

April Lampert ist vor Kurzem zum Chief Sales & Partnerships Officer befördert worden

Seit sechs Jahren arbeitet April Lampert bereits für Hot Octopuss und hat maßgeblich zum Erfolg der Marke beigetragen. Seit Anfang April führt sie nun den Titel Chief Sales & Partnerships Officer und ist zudem Teilhaberin der Marke geworden. Grund genug also, um sie zu ihren neuen Aufgaben zu befragen, zu denen vor allem die Transformation von Hot Octopuss zu einer nachhaltigen Sex Toy Marke gehört.

Herzlichen Glückwunsch zur Beförderung zur Chief Sales & Partnerships Officer und zur Teilhaberschaft an Hot Octopuss. Wie fühlt sich das für sich an?

April Lampert: Für mich war die Arbeit bei Hot Octopuss schon immer mehr als nur um meinen Lebensunterhalt zu verdienen – Hot Octopuss ist wie ein Teil meiner Familie. Daher ist es eine große Anerkennung, Partner zu werden und eine komplexere Rolle zu übernehmen, was mich mit großem Stolz und Dankbarkeit erfüllt. Es ist eine große Ehre, mit einem Team zusammenzuarbeiten, das mit Leidenschaft innovative und atember-

aubende Sex Toys entwickelt. Zu wissen, dass wir alle auf das gleiche Ziel hinarbeiten, nämlich Produkte zu entwickeln, die das Leben der Menschen verändern können, ist wirklich ein wahr gewordener Traum. Ich freue mich darauf, mit allen zu teilen, was wir noch alles auf Lager haben, denn es gibt einige aufregende Projekte am Horizont.

Du arbeitest bereits sechs Jahre für Hot Octopuss. Was begeistert dich an der Marke? Was sind deiner Meinung nach die Alleinstellungsmerkmale von Hot Octopuss?

April: Bei Hot Octopuss geht es nicht nur um den bloßen Verkauf von Sex Toys, sondern um ein unvergessliches Erlebnis. Wir sind stolz darauf, zukunftsorientiert zu sein und unsere Produkte für alle zugänglich zu machen. Deshalb bieten wir eine begrenzte Auswahl an Sext Toys an, die sorgfältig entworfen wurden, um eine maximale Wirkung auf die Benutzer zu erzielen. Wir glauben an Qualität statt Quantität und sind bestrebt, eine Kollektion zusammenzustellen, die über die traditionelle Vorstellung von einem SexToy hinausgeht. Hot Octopuss hebt sich von anderen Herstellern in der Branche ab, weil wir davon besessen sind, ein unvergleichliches Erlebnis für unsere Kunden zu bieten. So ist es nicht verwunderlich, dass wir eine immense Markentreue erlangt haben, da wir uns wirklich um unsere Kunden und das Vergnügen der Welt im Allgemeinen kümmern.

Nun bist du also Chief Sales & Partnerships Officer. Kannst du uns etwas zu deinem neuen Tätigkeits- und Verantwortungsbereich erzählen? Was müssen wir uns unter der Arbeit eines Chief Sales & Partnerships Officers vorstellen?

April: In meiner Rolle als Chief Sales & Partnerships Officer werde ich mich darauf konzentrieren, unsere bestehenden Partnerschaften auszubauen und unser Partnernetzwerk ständig zu verfeinern. Ich werde die einzigartigen Qualitäten unserer Branche sowie die anderer Branchen im Auge behalten und mich bemühen, unsere Marke bekannter zu machen und gleichzeitig weiterhin ein außergewöhnliches Kundenerlebnis zu gewährleisten. Mein oberstes Ziel ist es, das Unternehmen zu neuen Höhen zu führen, das Wachstum voranzutreiben, unser Branding zu verbessern und ein wirkungsvolles Produktmarketing zu fördern. Diese Position erfordert eine Kombination aus Kreativität

und Weitsicht, um Hot Octopuss den Eintritt in neue Märkte zu ermöglichen. Außerdem möchte ich sicherstellen, dass wir weiterhin offene Gespräche über Sex Toys und sexuelles Vergnügen anregen, damit sie in der breiten Masse akzeptiert werden, einen höheren Stellenwert erhalten und weniger stigmatisiert werden.

In der offiziellen Pressemitteilung zu deiner Beförderung wird betont, dass es eine deiner Hauptaufgaben sein wird, die Marke Hot Octopuss nachhaltiger zu machen. Wie willst du das erreichen?

April: Ich bin begeistert, dass ich in eine Position befördert wurde, in der ich die Verantwortung habe, der Marke Hot Octopuss zu mehr Nachhaltigkeit zu verhelfen. Nachhaltigkeit ist nicht nur ein Schlagwort - es ist eine entscheidende Notwendigkeit für die Zukunft unseres Planeten. Um dies zu erreichen, möchte ich verschiedene Strategien umsetzen, die unseren CO2-Fußabdruck verringern. In erster Linie sind wir bereits dazu übergegangen, umweltfreundlichere Materialien für unsere Produkte und Verpackungen zu verwenden; wir wollen jedoch auch unseren Plastikverbrauch weiter reduzieren, indem wir uns für biologisch abbaubare und kompostierbare Alternativen entscheiden, wann immer dies möglich ist. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Qualitätssicherung unserer Produkte. Wir sind bestrebt, Sex Toys herzustellen, die nicht nur robust sind, sondern auch eine lange Lebensdauer haben. Indem wir auf die Qualität unserer Produkte achten, reduzieren wir den Bedarf unserer Kunden an häufigem Ersatz, der zu mehr Abfall führt. Und außerdem werde ich weiterhin eng mit unserem Team zusammenarbeiten, um weitere Bereiche zu ermitteln, in denen wir Verbesserungen vornehmen können, um nachhaltiger zu werden. Aber es geht nicht nur darum, Veränderungen innerhalb des Unternehmens vorzunehmen. Ich glaube auch daran, unsere Plattform zu nutzen, um andere zu inspirieren und über die Bedeutung von Nachhaltigkeit aufzuklären.

WE ARE THRILLED TO PRESENT TO YOU:

#2590 | Valencia
Also available in:

#2572 | Madeira
Also available in:

#2577 | Palma
Also available in:

#2575 | Oslo
Also available in:

#2571 | Liverpool
Also available in:

LAST, BUTT NOT LEAST:

Also available in:

#2536 | Buttplugs Barcelona

Also available in:

#2527 | Buttplugs Berlin

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

Dazu gehört die Erstellung ansprechender Inhalte, die die Vorteile umweltfreundlicher Praktiken hervorheben, und die Zusammenarbeit mit gleichgesinnten Organisationen, um positive Veränderungen zu fördern. Insgesamt freue ich mich auf dieses neue Kapitel für Hot Octopuss und bin zuversichtlich, dass wir einen positiven Einfluss auf die Umwelt und die Branche insgesamt haben werden.

Du bringst was das Thema Nachhaltigkeit angeht, nicht nur persönliche Leidenschaft mit, sondern auch Fachwissen durch deinen Universitätsabschluss. Wie wird dir all das dabei helfen, eine Sex Toy Marke (noch) nachhaltiger zu machen?

April: Nachhaltigkeit ist nicht nur eine persönliche Leidenschaft von mir, sie ist eine Lebenseinstellung. Mit meinem Bachelor of Science in Umweltrecht und -politik habe ich auch das Fachwissen, um meine Begeisterung zu untermauern. Ich bin in der Lage, mein Wissen über nachhaltige Materialien anzuwenden, wenn ich nach erneuerbaren Möglichkeiten zur Herstellung unserer Produkte suche, damit sie sowohl effektiv als auch umweltbewusst hergestellt sind. Aber es geht nicht nur um die Produkte selbst - ich werde mich auch mit den wirtschaftlichen Vorteilen und der Nachhaltigkeit unserer Versandmethoden befassen. Aber wie lässt sich all dies in eine nachhaltigere Sex Toy Marke umsetzen? Zunächst einmal weiß ich, dass es bei der Nachhaltigkeit nicht nur darum geht, umweltfreundliche Materialien zu verwenden oder Abfall zu reduzieren. Es geht darum, ein Produkt zu schaffen, das nicht nur umweltfreundlich ist, sondern auch sozial verantwortlich. Und wenn es um Nachhaltigkeit geht, suchen die Verbraucher nach Marken, die ihre Werte teilen. Indem ich die nachhaltigen Praktiken unserer Marke hervorhebe, kann ich dazu beitragen, unseren Ruf zu verbessern und eine neue Gruppe bewusster Verbraucher anzusprechen.

Hot Octopuss hat bereits einige Dinge in Angriff genommen, um nachhaltiger zu agieren, so setzt ihr zum Beispiel verstärkt auf den Seetransport statt auf Luftfracht und euer Sales Team fliegt

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

SCALA

weniger umher. Kannst du etwas über die einzelnen Schritte erzählen?

April: Die Logistik trägt wesentlich zu den Treibhausgasemissionen bei. Indem wir uns für den Seetransport entscheiden, verringern wir unseren ökologischen Fußabdruck erheblich. Die Luftfracht ist bekanntlich eine der umweltschädlichsten Transportarten, daher ist dieser Schritt ein großer in Richtung einer' grüneren' Zukunft. Der Seetransport mag zwar langsamer sein als die Luftfracht, aber er ist viel umweltfreundlicher und kostengünstiger, so dass wir die Einsparungen an unsere Kunden weitergeben können. Darüber hinaus haben wir die Anzahl der Flugreisen unseres Vertriebsteams reduziert.
Es mag zwar verlockend sein, um die ganze Welt zu jetten, um Kunden zu treffen, aber wir sind uns der negativen Auswirkungen auf die Umwelt bewusst. Stattdessen suchen wir nach effizienteren Wegen der Geschäftsabwicklung und nutzen Videokonferenzen und andere digitale Tools, um so oft wie möglich zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten. Dies reduziert nicht nur unsere Kohlenstoffemissionen, sondern es ermöglicht uns auch, effizienter und produktiver zu arbeiten.
Aber das ist noch nicht alles. Wir suchen ständig nach Möglichkeiten, nachhaltiger zu wirtschaften und unsere Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern. So verwenden wir beispielsweise mehr umweltfreundliche Materialien für unsere Produkte und Verpackungen und arbeiten daran, den Abfall in unserer gesamten Lieferkette zu reduzieren. Wir glauben, dass jeder kleine Schritt, den wir in Richtung Nachhaltigkeit unternehmen, einen großen Unterschied machen kann, und wir verpflichten uns, unseren Teil dazu beizutragen, eine nachhaltigere Zukunft für alle zu schaffen.

Ein weiterer gewichtiger Schritt Richtung Nachhaltigkeit ist die Umgestaltung eurer Verpackungen. Was genau habt ihr verändert und auf welche Materialien setzt ihr ab sofort für eure Verpackungen?

April: Wir wollten sicherstellen, dass unsere Verpackungen aus Materialien hergestellt werden, die weniger umweltschädlich sind, aber wir wollten keine Kompromisse bei der Robustheit oder

Fundistri

THE LARGEST FETISH COLLECTION

MORE THAN 2500 PRODUCTS

Bondage, Chastity, Punishment, Dilatation, Uro, Pumping, Wax Play...

FUNDISTRI.COM

Anfang April verkündete Hot Ocopuss die Umstellung auf eine neue, nachhaltigere Verpackung

Attraktivität eingehen. Wir waren auf der Suche nach Materialien, die recycelt oder kompostiert werden können, weil ihre Herstellung weniger Energie erfordert. Es gibt viele nachhaltige Verpackungsmöglichkeiten, darunter die Verwendung von biologisch abbaubaren Materialien wie Maisstärke oder Bambus anstelle von Plastik und Styropor. Wir haben uns für Karton, der zu 100% aus Altpapier besteht, entschieden, weil er gut aussieht und vollständig recycelbar ist. Ein weiterer Aspekt, den wir in Betracht gezogen haben, war die Größe unserer Verpackungen sowie die Menge, die pro Artikel verwendet wird. Übergroße Verpackungen verschwenden Material und erhöhen die Versandkosten, was der Umwelt schadet. Deshalb haben wir uns entschieden, die Größe der Kartons zu reduzieren und die Menge zu begrenzen, indem wir nur eine Pappmuschel und einen äußeren Karton verwenden. Dies verringert die Abfallmenge auf den Deponien und reduziert die Versandkosten, da die Artikel weniger wiegen. Nachhaltige Verpackungen sind nicht nur besser für die Umwelt, sondern können auch die Kundentreue und -zufriedenheit verbessern. Die Verbraucher werden sich zunehmend der Auswirkungen ihrer Einkäufe auf die Umwelt bewusst und unterstützen eher Unternehmen, die auf Nachhaltigkeit Wert legen.

In der offiziellen Pressemitteilung zur Einführung eurer neuen Verpackungen sagt ihr, dass diese zeigen würden, dass weder Qualität, Ästhetik noch das Markenimage geopfert werden müssen, um für Verpackungen recycelbare Materialien nutzen und nachhaltig agieren zu können. Ist dieser Prozess schwieriger als er klingt?

April: Viele Unternehmen zögern, auf nachhaltige Verpackungen umzusteigen, weil sie befürchten, dass dies die Qualität und den Look beeinträchtigen könnte, was verständlich ist. Dieser Irrglaube könnte jedoch nicht weiter von der Wahrheit entfernt sein. Dank des technologischen Fortschritts und innovativer Materialien ist es heute möglich, umweltfreundliche und optisch ansprechende Verpackungen herzustellen. Wir standen vor der schwierigen Aufgabe, ein recycelbares Material zu finden, das den Strapazen des Transports und der Lagerung standhält und gleichzeitig leicht genug ist, um den CO2-Fußabdruck zu verringern. Obwohl recycelbare Mate-

DUSEDO.COM
DISTRIBUTION

Moezelhavenweg 49 53 | NL-1043 AM | Amsterdam | The Netherlands | Phone +31 (0) 20 626 07 02 | sales@dusedo.com | www.dusedo.com

April ist bereits sechs Jahre für Hot Ocopuss tätig

rialien bekanntermaßen empfindlicher sind als herkömmliche Verpackungen, gelang es uns, eine geeignete Option zu finden, die dennoch optisch ansprechend ist. Der Umwandlungsprozess war zeitaufwändig, aber nicht so schwierig wie erwartet. Glücklicherweise musste bei der Umstellung der Verpackung nur wenig geopfert werden, und das Endergebnis ist besser, als wir erwartet hatten.

Welche weiteren Maßnahmen kannst du dir vorstellen, um Hot Octopuss noch nachhaltiger zu machen?

April: Als Marke haben wir bereits wichtige Schritte zur Herstellung nachhaltiger Sex Toys unternommen. Es gibt jedoch noch weitere Möglichkeiten für uns, noch umweltbewusster zu werden. Eine Möglichkeit, dies zu erreichen, wäre, mehr erneuerbare Energiequellen für den Betrieb der Produktionsanlagen zu erforschen und nach Möglichkeiten zu suchen, recycelte Materialien im gesamten Produktionsprozess einzusetzen.Ein weiterer Schritt wäre es, die Kunden zu ermutigen oder sogar zu ermuntern, ihre alten Sex Toys zurückzugeben, die dann zur Herstellung neuer Produkte recycelt werden könnten. Letztendlich könnten wir mit dieser Option sogar noch einen Schritt weiter gehen und ein Modell der Kreislaufwirtschaft einführen, indem wir Produkte entwerfen, die wiederverwendet, umfunktioniert oder recycelt werden können, wenn ihre Lebensdauer abgelaufen ist. Dieses Konzept

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 /// Disponibil presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fås hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostępne w państwa hurtowniach

HOT
London - Miami - Tokyo

Als Chief Sales & Partnerships Officer will April Hot Octopuss nachhaltiger machen

mag aufgrund der individuellen Natur von Sex Toys und dessen Verwendungszweck merkwürdig klingen, doch mit den richtigen Protokollen zur Gewährleistung der Sicherheit ist es eine solide Lösung, um die Abfallmenge weiter zu reduzieren und dem Planeten etwas zurückzugeben.

Wo wir gerade beim Thema Nachhaltigkeit sind: wie beurteilst du unseren Markt diesbezüglich? Sind wir auf dem richtigen Weg?

April: Man kann mit Fug und Recht behaupten, dass die Nachhaltigkeit auf dem Markt einige Fortschritte gemacht hat, aber es gibt noch viel zu tun. Viele Unternehmen haben nachhaltige Praktiken wie Abfallvermeidung und umweltfreundliche Verpackungen eingeführt, doch leider ist es so, dass einige immer noch den Profit über die Nachhaltigkeit stellen. Eine große Herausforderung für den Markt ist die fehlende Regulierung und Standardisierung im Bereich der Nachhaltigkeit. Es gibt keine klaren Maßstäbe dafür, was ein Produkt oder ein Unternehmen nachhaltig macht, was es den Verbrauchern schwer macht, eine fundierte Entscheidung zu treffen. Darüber hinaus kann die Einführung nachhaltiger Praktiken kostspielig sein, auch wenn sie sich auf lange Sicht auszahlt. Unternehmen, die der Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert einräumen, profitieren in der Regel von langfristigen Vorteilen, wie z. B. einer stärkeren Kundentreue und einem positiven Ruf. Insgesamt hat der Markt noch einen langen Weg vor sich, wenn es um Nachhaltigkeit geht, aber es ist wichtig festzustellen, dass es sich nicht nur um einen Trend handelt, sondern um eine Notwendigkeit. Ich bin sehr optimistisch, dass sich die Branche weiterhin in die richtige Richtung bewegen wird und es liegt an uns allen, unseren Teil zur Förderung und Umsetzung von Nachhaltigkeit beizutragen. Gemeinsam können wir einen positiven Einfluss auf den Planeten ausüben, um Veränderungen zu erleichtern und eine bessere Zukunft für kommende Generationen zu schaffen.

ST RUBBER
News Katalog 2023

Jetzt anfordern oder auf strubbi.com downloaden!

Über 240 Neuheiten auf 60 Seiten!

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

„Wir wollen das Konzept des sexuellen Wohlbefindens weiterhin überall entstigmatisieren."

IntimateLine Sensual Cosmetics sorgt seit 25 Jahren für Glücksmomente

Es war das Jahr 1998, als IntimateLine Sensual Cosmetics den Fuß iu den Erotikmarkt setzte, der damals ein völlig anderer war als er heute ist. Vom Mainstream war der Erotikmarkt damals weit entfernt, vielmehr hatte er mit Tabus und Stigmata zu kämpfen – und genau das wollte IntimateLine verändern, vor allem mit innovativen Produkten, mit denen Menschen ihre Sexualität unbeschwert geniessen können. Gianluca Pomponi, Geschäftsführer von IntimateLine, spricht in einem Interview über die Mission seines Unternehmens sowie über das Qualitätssiegel 'Made in Italy'und die Vorzüge einer hauseigenen Produktionsstätte.

IntimateLine ist bereist 25 Jahre im Markt aktiv. Was kannst du uns zu euren Anfängen erzählen? Was war damals eure Motivation, den Fuß in den Markt zu setzen? Was wolltet ihr dem Markt Neues bringen?

Gianluca Pomponi: Als wir 1998 in Italien anfingen, war der Markt gerade im Entstehen begriffen. Es gab nicht viele Geschäfte und die wenigen, die es gab, waren lange Zeit hinter verschlossenen Türen und abgeklebten Schaufenstern 'versteckt' gewesen. Die Leute schämten sich, hereinzukommen oder auch nur darüber zu sprechen. Es war ein echtes Tabu. Damals arbeiteten wir mit einigen italienischen Universitäten im Bereich der pharmazeutischen und kosmetischen Forschung zusammen, und dank dieser Zusammenarbeit konnten wir die ersten Produkte entwickeln - Produkte von höchster Qualität mit ausgewählten Rohstoffen. Von allen Produkten war das revolutionärste unser Verzögerungsspray, ein wirklich einzigartiges Produkt. Die handelsüblichen Verzögerungssprays wirken in der Regel als 'Anästhetikum'. Unser Spray funktioniert jedoch ohne jegliche anästhetische Wirkung. Es ist ein revolutionäres Produkt, für

dessen Vermarktung wir uns an die großen Sexshops gewandt haben. Wir haben ihnen die ersten Proben zur Verfügung gestellt, die sie ihren Stammkunden zum Testen angeboten haben. Das Produkt funktionierte hervorragend und sie wollten es wieder kaufen, so dass wir beschlossen, in die Produktion zu gehen. Damals haben wir unsere Produkte zwar selbst entwickelt, aber wir hatten keine eigene Fabrik. Aus diesem Grund mussten wir uns an andere Produktionsstätten wenden, was damals nicht einfach war, da viele Fabriken sich weigerten, unsere Produkte herzustellen, weil sie sie nicht für ethisch vertretbar hielten. All das hat uns stark motiviert, Vorreiter dieses Marktes zu werden, der damals noch keine feste Form hatte. Es gab keine Definition von Intimkosmetik, sinnlicher Kosmetik oder sexuellem Wohlbefinden. Es gab auch keine breite Palette für entsprechende Produkte - eine Palette von Produkten, die wir entwickeln und anbieten wollten.

Wie würdest du eure Unternehmensphilosophie beschreiben?

Gianluca: Wir wollen das Konzept des sexuellen Wohlbefindens weiterhin überall entstigmatisieren. Dies wollen wir tun, indem wir weiterhin innovative, zeitgemäße Produkte herstellen und diese auch in anderen Marktsegmenten abseits des Erotikmarkts anbieten. Wir wollen, dass die Menschen neugierig und entspannt sind, um in aller Ruhe neue Freuden und neues Vergnügen zu erleben, sowie um Sexualität auch als eine Form des Spiels zu erfahren und immer wieder Neues zu erleben. All dies tun wir, indem wir unsere Kunden, sprich Einzelhändler oder Distributoren, immer an die erste Stelle setzen und versuchen, ihnen diese Werte zu vermitteln, die sie ihrerseits an die Endkunden weitergeben werden.

25 Jahre sind eine lange Zeit und wie wir alle wissen, verändern sich Märkte. Wie ist es euch dennoch gelungen, über all die Jahre mit euren Produkten zu überzeugen?

Gianluca: Ja, 25 Jahre sind eine sehr lange Zeit. Der Markt hat sich sehr verändert, nicht nur in der Produktkategorie, in der wir unterwegs sind. Der Verbraucher entscheidet heute sehr bewusst und vor allem sehr informiert. Der Markt hat sich vergrößert und das Angebot ist stärker gestiegen als die Nachfrage. Heute ist Qualität in Bezug auf die Rezeptur oder das Design ein Mindeststandard, aber das allein reicht nicht mehr aus. Es ist notwendig, einen Mehrwert für den Verbraucher zu schaffen. Die beste Werbung, die wir derzeit haben, ist die Mundpropaganda der Endkunden, die sich nach dem

Ausprobieren unserer Produkte sehr positiv bei ihrem Fachhändler äußern. Sie probieren das Produkt aus, sind sehr zufrieden damit und kaufen es wieder. Natürlich bieten wir jedes Jahr einige neue Produkte und neue Marken an, die sich zum Beispiel durch ein bestimmtes Element von den anderen unterscheiden, wobei wir uns sehr auf die Zutaten und Rohstoffe konzentrieren.

Wer ist eure Zielgruppe? Wen sprecht ihr mit euren Produkten an?

Gianluca: Was Alter und Geschlecht betrifft, so ist unsere Zielgruppe absolut universell, wir sprechen alle an. Was die Spezifität der Verwendung des Produkts betrifft, so haben wir im Laufe der Jahre mehrere Gründe für den Kauf festgestellt: Einerseits gibt es diejenigen, die spielen, experimentieren und Sexualität erleben wollen, indem sie mit stimulierenden Gelen, Massageölen oder aromatisierten Gelen neue Freuden oder neue Empfindungen erleben. Auf der anderen Seite gibt es diejenigen, die sexuelles Wohlbefinden im wörtlichen Sinne suchen. Ein Beispiel dafür ist unser Verzögerungsspray, das vor allem von Menschen gekauft wird, die unter vorzeitiger Ejakulation leiden und keinen befriedigenden Sex haben können und in unserem Produkt die Lösung gefunden haben. Natürlich schließt das eine das andere nicht aus.

Sind die Anforderungen der Konsumenten an eure Produkte in dieser Zeit gewachsen? Heute zum Beispiel ist bewusster Konsum angesagt und die Nachfrage nach natürlichen Inhaltsstoffen, nachhaltigen Produkten etc. wächst und wächst. Macht ihr ähnliche Beobachtungen?

Gianluca: Ja. Wir haben festgestellt, dass die Nachfrage nach Produkten im Laufe der Jahre gestiegen ist. Ich denke, das ist vor allem darauf zurückzuführen, dass der Markt zunehmend entstigmatisiert wird. Was die Inhaltsstoffe der Produkte anbelangt, werden jedoch sehr oft einige Inhaltsstoffe absichtlich 'verteufelt', und zwar nach einer Marketinglogik, die in erster Linie vom Kosmetikmarkt diktiert wird. Ich glaube, dass es heute darum geht, als Unternehmen so nachhaltig wie möglich zu werden. Ein 'nachhaltiges' Produkt muss von einem nachhaltigen Unternehmen hergestellt werden... sonst ist es meiner Meinung nach nur Marketing.

Euer Portfolio gliedert sich in die drei Produktkategorien Gleitgele, Aphrodisiaka und Enhancer. Was für Produkte finden sich hier?

Gianluca: Was die Gleitmittel betrifft, so können wir sie hauptsächlich nach ihrer Zusammensetzung unterteilen: Gleitmittel auf Wasserbasis (neutral, aromatisiert oder

le WAND

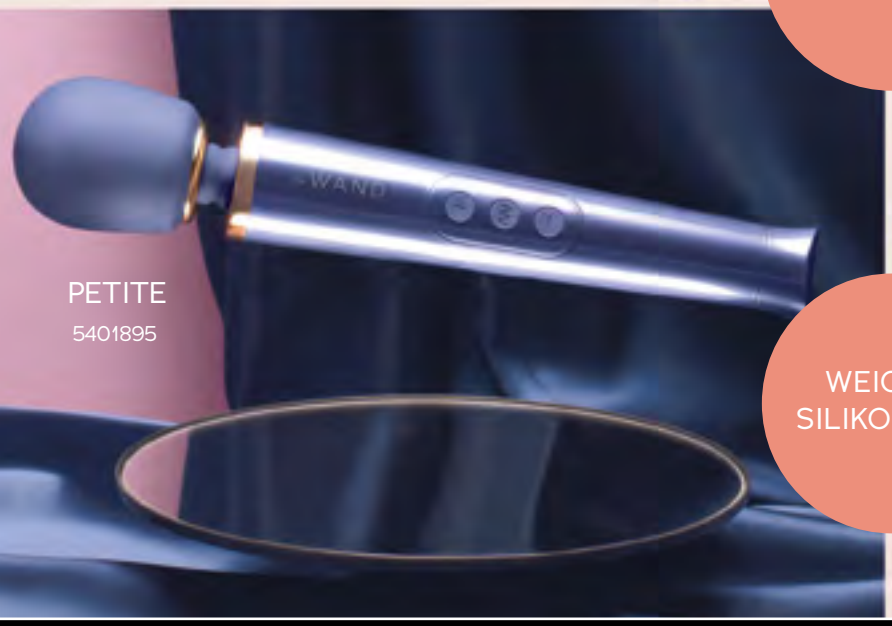
ORION WHOLESALE

LUXUS-MASSAGESTÄBE – JETZT IN NEUEN FARBEN

ORIGINAL
5401887

ULTRA KRAFTVOLL

FLEXIBLER HALS



PETITE
5401895

WEICHER SILIKONKOPF

PLUG-IN
5401909

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2304-076

stimulierend), auf Silikonbasis, auf Ölbasis oder auf Hybridbasis (Wasser + Silikon oder Wasser + Öl). Bei den Aphrodisiaka bieten wir aromatisierte Massagegels, Massagegels mit Wärmeeffekt, Nuru Massagegel, Massageöle und Parfüms an.
Und schließlich haben spezifische Enhancer: stimulierende Gele (Vibrationseffekt, Wärmeeffekt, Kälteeffekt), adstringierende Gele, bruststraffende Gele und gesäßstraffende Gele. Und was die Produkte für den Mann betrifft, so bieten wir: Verzögerungssprays, Enhancer und spezielle Gleitmittel.

Euer komplettes Sortiment umfasst über 100 Produkte. Woher nehmt ihr die Ideen für neue Produkte? Wie schwer ist es, im Markt für intimate care und wellbeing innovativ zu sein? Letztendlich bleibt ein Gleitgel ein Gleitgel…

Gianluca: Wir forschen gerne und probieren immer wieder neue Formulierungen aus. Bei den Gleitmitteln zum Beispiel haben wir je nach Inhaltsstoffen unterschiedliche Formulierungen. Das Gleitmittel auf Wasserbasis bieten wir zum Beispiel als sehr dichtes Gel und als sehr flüssiges Gel (das wie Wasser aussieht) an. Und all diese Formeln können wir von Zeit zu Zeit auch als stimulierende oder aromatisierte Versionen anbieten, und so weiter. Was die stimulierenden Gele oder Enhancer angeht, so bietet uns die Natur eine unendliche Vielfalt an Zutaten, die unsere sexuellen Erlebnisse revolutionieren können. Aus diesem Grund besuche ich gerne die größten Rohstoffmessen, die in der ganzen Welt stattfinden, um immer die neuesten Entwicklungen zu entdecken.

Mit welchen Alleinstellungsmerkmalen heben sich eure Produkte aus der Masse ab?

Gianluca: Tatsache ist, dass wir sie selbst herstellen und uns seit über 20 Jahren ausschließlich darauf spezialisiert haben. Wir lieben das, was wir tun, und wir tun es mit Leidenschaft. Wir bitten unsere Kunden immer um Feedback, um eventuelle Verbesserungen zu bewerten.

IntimateLine rühmt sich mit dem Qualitätssiegel 'Made in Italy'. Was dürfen wir uns darunter vorstellen? Wie spiegelt sich euer Engagement in Bezug auf Qualität in euren Produkten wider?

Gianluca: Es bedeutet, dass wir bestimmte Qualitätsstandards einhalten, dass wir jeden Schritt des Produktionsprozesses, den wir persönlich überwachen, mit Sorgfalt, aber vor allem mit Leidenschaft verfolgen. Von der Konzeption der Rezeptur bis zur Entwicklung des Produktdesigns.

Seit den Anfängen eures Unternehmens, habt ihr eine Fertigungsstätte in Italien. Wie wichtig ist das in Bezug auf eure Unternehmensphilosophie und auf euren Qualitätsanspruch?

EROPARTNER
DISTRIBUTION

PALE PINK

DARK BLUE

PULSE PURE

PRICE DOWN
SVAKOM

MSRP

~~59,99€~~

49,99€

WHOLE SALE

~~29,00€~~

24,00€

WWW.EROPARTNER.COM

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

Gianluca: Was die Qualitätsstandards betrifft, würde ich sagen, dass sie von grundlegender Bedeutung sind, da wir jeden Aspekt der Produktion aus erster Hand überwachen können. Unser Werk befindet sich in einem Industrie- und Pharmagebiet. Dadurch können wir uns mit anderen Unternehmen vergleichen und objektiv alle Aspekte analysieren, in denen es Verbesserungsmöglichkeiten gibt.

Über welche Vertriebskanäle vermarket ihr eure Produkte?

Gianluca: Unsere Produkte sind in den wichtigsten Vertriebskanälen vertreten, wie Sexshops, Online-Sexshops und Marktplätze. Für den Vertrieb unserer Produkte haben wir in mehreren Ländern Partner, die sich um den Vertrieb unserer Marken in diesen Kanälen kümmern.

Seid ihr daran interessiert, eurer internationales Vertriebsnetz weiter auszubauen? Welcher Strategie folgt ihr hier? Kooperiert ihr mit Distributoren und Großhändlern oder arbeitet ihr auch mit dem Einzelhandel direkt?

Gianluca: Ja, wir sind immer daran interessiert, unser internationales Vertriebsnetz zu erweitern. Wir arbeiten mit Distributoren als auch mit Großhändlern zusammen und kooperieren auch mit einigen Einzelhändlern direkt, wobei wir die getroffenen Vereinbarungen und die vereinbarte Preis- und Wettbewerbspolitik in vollem Umfang einhalten.

Wie unterstützt ihr eure Kunden aus dem Groß- und Einzelhandel?

Gianluca: Wir bieten Unterstützung auf Produkt- und Serviceebene. Wir versuchen, Groß- und Einzelhändler zu unterstützen, indem wir ihnen ein hohes Maß an Service bieten. Wir stehen ihnen bei Fragen oder Problemenjederzeit zur Verfügung. Darüber hinaus bieten wir gerne Schulungen zu Produkten und ihren Eigenschaften an und erklären dem Kunden alle Vorteile und Unterschiede zu anderen Produkten.

Wie sieht eure Agenda für den Rest des Jahres aus? Und wohin geht der Weg von IntimateLine in der Zukunft?

Gianluca: Sicherlich unser Vertriebsnetz international auszubauen, die bestehenden Beziehungen zu unseren Partnern zu konsolidieren und neue zu schaffen. Unser Unternehmen durch die Schaffung wertvoller Inhalte zu verbessern, die über die verschiedenen Vertriebskanäle angeboten werden. Wir wollen unseren Investitionsplan für die Produktion fortsetzen und die Produktionsabläufe optimieren, vor allem in Anbetracht der Tatsache, dass unser Eigenmarken-Service stark wächst.

HOT Productions & Vertriebs GmbH /// Wagraner Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck /// AUSTRIA email: office@hot-d.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 /// Fås hos din engros forhandler /// Finns hos Din grossist /// Dostępne w państwa hurtowniach

HOT
London - Miami - Tokyo

Die Modebranche ist Peline Kurtdarcan quasi in die Wiege gelegt worden, so ist es eigentlich nicht überraschend, dass sie heute als Sales Managerin für die Lingeriemarke Allure aktiv ist und in einer Industrie arbeitet, von der viele träumen. Weitere Stichwörter in diesem Monthly Mayhem sind die Band Kiss (genau die, die immer so albern geschminkt sind), Gwyneth Paltrow, John Travolta und viel viel Kaffee.

Im Lingeriemarkt arbeiten – träumt da nicht jede Frau von?

Peline Kurtdarcan: Ja! Es ist super spannend und kein Tag ist wie der andere.

Welchen Berufswunsch hattest du als Kind?

Peline Kurtdarcan: Ich bin in der Modebranche aufgewachsen, denn meine Familie hatte eine Kette von Geschäften für hochwertige Bekleidung, also dachte ich damals, dass ich irgendwann mal etwas mit Mode machen würde.

Wenn es nicht die Lingerie Branche wäre, welchen Job würdestdu jetzt machen?

Peline Kurtdarcan: Ich würde wahrscheinlich immer noch als Übersetzerin in der ägyptischen Botschaft arbeiten.

Was war der größte Karriereschub für dich?

Peline Kurtdarcan: Hmm… schwierige Frage… da bin ich mir nicht sicher, was ich darauf antworten sollte.

Wo siehst du dich in zehn Jahren?

Peline Kurtdarcan: Auf jeden Fall älter, aber immer noch in der Modebranche, denn sie ist spannend und hält einen auf Trab.

Wie sieht ein perfekter Tag in deinem Berufsleben aus?

Peline Kurtdarcan: Um den perfekten Tag zu haben, muss ich ihn richtig anfangen und zwar in dieser Reihenfolge: Meditation, ein gutes Training und zwei Kaffee machen meinen Tag absolut perfekt, egal was passiert!

Wie entspannst du dich nach der Arbeit?

Peline Kurtdarcan: Ich gehe mit meinem Hund raus und experimentiere mit neuen gesunden Rezepten.

Peline Kurtdarcan

Fragen & Antworten

Wer ist dein Vorbild und warum?

Peline Kurtdarcan: Gwyneth Paltrow... Ich finde, sie ist in allem, was sie tut, erstaunlich... sie ist immer widerstandsfähig und innovativ in allen Bereichen ihres Lebens.

Du darfst einen Orden verleihen. Wer bekommt ihn?

Peline Kurtdarcan: Meine Mutter!

Auf welche eigenen Erfolge bist du besonders stolz?

Peline Kurtdarcan: Ich denke, dass es keinen größeren persönlichen Erfolg gibt, als seine Kinder großzuziehen, vor allem wenn man gut geratene, glückliche und erfolgreiche Kinder hat.

Was gefällt dir an deiner Person besonders gut?

Peline Kurtdarcan: Ich bin insgesamt ein recht positiver Mensch, selbst in schwierigen Situationen.

Welche Sünde kannst du nicht vergeben?

Peline Kurtdarcan: Faulheit.

Was singst du unter der Dusche?

Peline Kurtdarcan: Zur Zeit Flowers von Miley Cyrus.

Wen würdest du wirklich niemals nackt sehen wollen?

Peline Kurtdarcan: Alle Mitglieder der Band Kiss.

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

Peline Kurtdarcan: Mit John Travolta… Grease.

Du bekommst einen Monat Urlaub. Wo geht es hin?

Peline Kurtdarcan: Cinque Terre, Italien.

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

Peline Kurtdarcan: Kaffee, Champagner und Sonnencreme.

Mit wem würdest du gerne einen Tag deines Lebens tauschen?

Peline Kurtdarcan: Natürlich mit Gwyneth Paltrow!

Was würdest du nie wieder im Leben machen?

Peline Kurtdarcan: Skifahren.

Welchen gut gemeinten Rat gibst du unseren Lesern?

Peline Kurtdarcan: Nehmt euch Zeit für eure Entscheidungen, wenn ihr gestresst seid… wenn ihr wartet, durchatmet und euch eine Minute Zeit nehmt, um nachzudenken, wird sich eine neue Perspektive auftun.

XBIZ RETREAT

Business + Pleasure

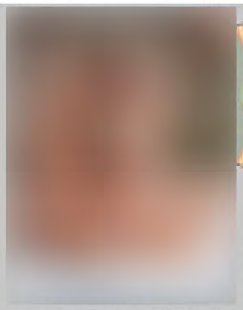
Take your success to the next level. Be part of XBIZ Retreat, the adult retail industry's premier all-inclusive event that brings together top buyers and product manufacturers for three days of private one-on-one meetings and networking special events.

SEP 10-13, 2023 // AMSTERDAM

xbizretreat.com

GAYSHOP.COM
WHOLESALE

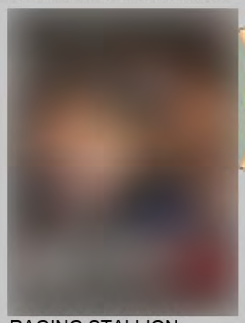
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21991D
UVP € 44,95
€ 15,96

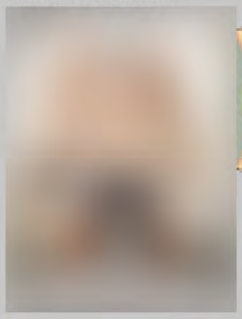
LUCAS ENTERTAINMENT



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22108D
UVP € 39,95
€ 12,86

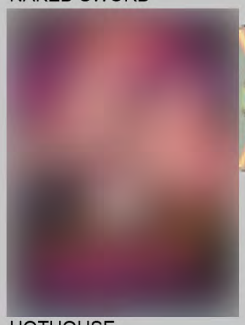
RAGING STALLION



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22173D
UVP € 39,95
€ 12,86

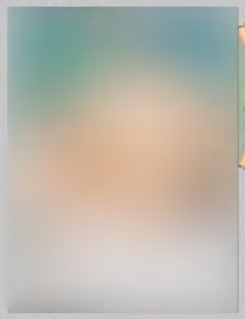
NAKED SWORD



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22160D
UVP € 39,95
€ 12,86

HOTHOUSE



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22175D
UVP € 39,95
€ 12,86

FALCON

GAYSHOP.COM

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

ANAL RELAX CREAM
unisex
for beginners
50ml/1.7fl.oz
Art. No. 67204

ANAL RELAX SPRAY
unisex
for beginners
50ml/1.7fl.oz
Art. No. 67304

Für einen entspannten Analverkehr. Spezielle Inhaltstoffe helfen den Muskel zu entspannen und die Haut geschmeidig zu machen.
Das ermöglicht ein schmerzfreies Eindringen auch bei Anfängern.

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

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.

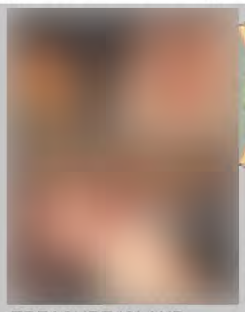
Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponível junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros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

GAYSHOP.COM
WHOLESALE

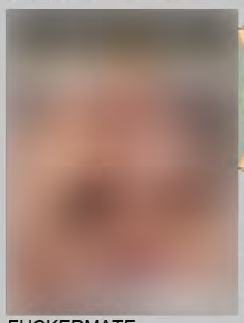
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22107D
UVP € 44,95
€ 17,98

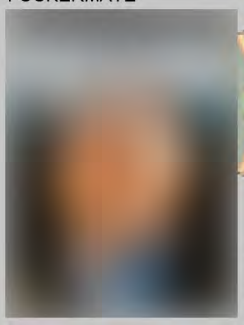
TREASURE ISLAND



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22023D
UVP € 39,95
€ 12,86

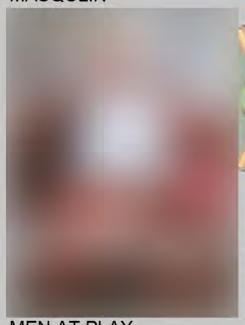
FUCKERMATE



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22013D
UVP € 39,95
€ 12,86

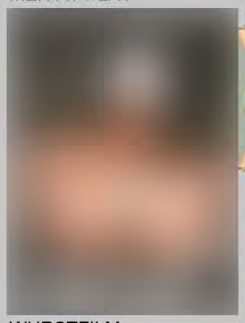
MASQULIN



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21902D
UVP € 39,95
€ 12,86

MEN AT PLAY



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

08119D
UVP € 39,95
€ 12,86

WURSTFILM

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

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

ANME Founders Show

11 – 12 Juli, 2023 • Burbank, USA
www.anmefounders.com

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.**

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 _____

A B O
B E S T E L L C O U P O N

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.

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

SCALA

REBEL
MEN'S GEAR

ORION WHOLESALE

0556955

MEGA DEAL

DAS PAKET FÜR SEIN PAKET

• POTENZ-TRAINING • BLOWJOB-FEELINGS
• ANALE STIMULATION • INTENSIVE HANDJOBS

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2304-072