49335 • 25. Jahrgang • No. 09 / 2023

HOSTS OF THE EROTIX AWARDs 2023 • Strengstes Jugendverbot

eLine

Europe's first choice for the erotic trade

Official media cooperation partner

eroFame Global Trade Convention

anme SHOW Adult Novelty Manufacturers Expo

XBIZ THE INDUSTRY SOURCE

FLESHLIGHT®

©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.

FLESHLIGHT GIRLS
INTRODUCES
Savannah
BOND

38

LOVE NOT WAR präsentiert mit NeoSilicone eine Lösung für ein jahrelang existierendes Problem

56

Ikenna Lewis-Miller über zehn Jahre iroha

30

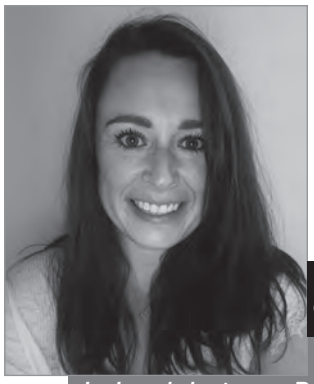
Andre Visser steigt bei Dildos Assorted als Global Sales Director ein

Hein Schouten, CEO SHOTS, über die neue Strategie des Unternehmens in Bezug auf Messeteilnahmen

76

46

Elisabeth Neumann, Sexologin und Head of User Testing der Lovehoney Group, steht Rede und Antwort zu We-Vibes neuestem Produkt: Ditto+



84

Je Joue bringt neue Produkte in der Kategorie der Anal Toys auf den Markt – Sophie Manning hat die Details

88

Muss es immer Silikon sein? Biird geht mit der neuen Kollektion einen anderen Weg, den Andrea Rey erklärt

66

Davey Ottema, Senior International Account Manager bei ONE-DC, spricht über die internationale Expansion

110 *Jason Dante ist der neue Eigentümer von ETO. Welche Pläne er mit der B2B-Marke hat, verrät er in einem Interview*

Kalila Bolton und Holly Jackson fokussieren mit ihrem Onlineshop SheSpot.co.uk das sexuelle Wohlbefinden von Frauen

98

News:
Internationales Marktgeschehen 06

Feature:
Von Enten und Delfinen 28

Feature:
Andre Visser schließt sich Dildos Assorted an 30

Interview:
Will Ranscombe (LOVE NOT WAR) 38

Interview:
Elisabeth Neumann (Lovehoney Group) 46

Interview:
Ikenna Lewis-Miller (iroha) 56

Interview:
Davey Ottema (ONE-DC) 66

Interview:
Hein Schouten (SHOTS) 76

Interview:
Sophie Manning (Je Joue) 84

Interview:
Andrea Rey (Biird) 88

Interview:
Kalila Bolton & Holly Jackson (SheSpot) 98

Monthly Mayhem: 114

Highstreet: 118

eLine Kalender: 122

Vorwort

Liebe Leser,

wenn Sie diese Ausgabe in den Händen halten, sind es nur noch wenige Tage bis zur eroFame. Der Veranstalter berichtet über ungebrochenes Interesse an der Messe, so dass das beeindruckende Vorjahresergebnis wohl übertroffen wird. Zu den Unternehmen, die jedes Jahr auf der eroFame ausstellen, gesellen sich dieses Mal zahlreiche neue Firmen, heißt es von Veranstalterseite. Es darf dabei aber auch nicht unerwähnt bleiben, dass einige wenige bekannte Namen fehlen werden. Die Gründe dafür sind nterschiedlicher Natur, aber es ist kein Geheimnis, dass die eine oder andere Firma einen Strategiewechsel in Bezug auf Messeteilnahmen vollzogen hat, was dem sich ändernden Marktumfeld geschuldet ist. Vor einigen Monaten ist einiges in Bewegung geraten, auch durch eine neue Alternative im Messebereich im Süden Europas. Dennoch wird es wahrscheinlich bis ins nächstes Jahr dauern, bis feststeht, wohin die Reise wirklich geht.

In diesem Sinne,
Matthias Johnson

LOVE NOT WAR stellt NeoSilicone vor

Das erste Silikon, das sicher mit Silikongleitmitteln verwendet werden kann

LOVE NOT WAR, hat heute die Entwicklung und Markteinführung einer völlig neuen Generation von Silikon für Sex Toys bekannt gegeben, das mit Silikon-Gleitmittel kompatibel ist: NeoSilicone.

LOVE NOT WARs exklusives NeoSilicone benötigte zwei Jahre Forschung und Entwicklung und bietet einen einzigartigen Durchbruch, der von Kunden seit langem gefordert wurde: Es ist eine Silikonverbindung, die sicher mit Silikon-Gleitmitteln verwendet werden kann. NeoSilicone wurde aus einem bestehenden Material entwickelt, das in der Luft- und Raumfahrtindustrie für hochspezialisierte Zwecke verwendet wird. Es wird die Art und Weise, wie Kunden ihr Vergnügen genießen, verändern, so das Unternehmen. Als es zum ersten Mal für Sex Toysverwendet wurde, hat Silikon die Branche völlig verändert. Ebenso sind Silikon-Gleitmittel nach wie vor sehr beliebt bei den Verbrauchern, obwohl beide leider immer inkompatibel waren, wenn sie zusammen verwendet wurden, was zum ‚Schmelzen' der Sex Toys führt und diese porös macht. Die Innovation von LOVE NOT WAR hat dieses Problem nun zum ersten Mal gelöst, und zwar mit einer Verbindung, die bei der Verwendung von Silikongleitmitteln keinerlei Beeinträchtigungen aufweist. Dies ermöglicht dem Kunden ein weitaus besseres sinnliches Erlebnis, das länger anhält, weniger Gleitmittel benötigt und sauberer ist. Kurz gesagt, die neuen Sex Toys von LOVE NOT WAR sind von unabhängiger Seite vollständig für die Verwendung mit Silikon-Gleitmitteln zertifiziert.

Velseitige Sex-Positionen mit dem ‚Sex Swing Ring'

Neu beim ORION Wholesale

Einfallsreiche und vielseitige Stellungen mit dem richtigen Schwung ermöglicht die neue Liebesschaukel ‚Sex Swing Ring' von You2Toys.

Dabei gewährleistet die raffinierte Konstruktion mit 2 verschieden großen, weich gepolsterten Metallringen und breiten, reißfesten Gurten einen sicheren Halt und bequeme Sitzpositionen. Der ‚Sex Swing Ring' lässt sich mit seinem stabilen Karabiner schnell und einfach anbringen und individuell in der Höhe einstellen. Die pflegeleichten, widerstandsfähigen Materialien erlauben zudem auch die Outdoor-Verwendung. Mit ihren reißfesten Gurten und robusten Metallringen ist die Liebesschaukel bis maximal 100 kg belastbar. Geliefert wird der ‚Sex Swing Ring' von You2Toys in einer hochwertigen Kartonverpackung mit zahlreichen Artikelabbildungen und mehrsprachigen Artikelbeschreibungen.

Klein, kompakt und kraftvoll sind die Neuzugänge von Sweet Smile

ORION Wholesale

Das Lifestyle-Design der Lovetoys von Sweet Smile macht einfach Lust auf die Liebe. Ab sofort ergänzen zwei neue Freudenspender das umfangreiche Lovetoy-Sortiment von Sweet Smile – klein, kompakt und kraftvoll.

Der handliche ‚Vibrating G + P-Spot Massager' ist ein ideal gebogener, flexibler Vibrator zur gezielten Stimulierung des analen P-Punktes (Prostata) oder des vaginalen G-Punktes. Dabei sorgen 12 Vibrationsmodi für aufregende Abwechslung. Am praktischen Haltering sind die tiefgehenden Vibrationen bequem per Knopfdruck steuerbar. Der griffige Ring sorgt auch für die analsichere Handhabung ohne Hineinrutschen. Rundum mit seidiger Soft Touch Textur überzogen, lässt sich der Silikon-Plug leicht einführen und gleitet fast wie von selbst. Wiederaufladbar ist der ‚Vibrating G + P-Spot Massager' mit beiliegendem USB-Ladekabel. Der anfängerfreundliche ‚Vibrating Butt Plug' ist ein optimal geformter, fester Analplug mit 12 Vibrationsmodi, die für aufregende Abwechslung im Hinterstübchen sorgen. Am praktischen Haltering sind die tiefgehenden Vibrationen bequem per Knopfdruck steuerbar. Auch hier sorgt der griffige Ring für die analsichere Handhabung ohne Hineinrutschen. Rundum mit seidiger Soft Touch Textur überzogen, lässt sich der Silikon-Plug ebenfalls leicht einführen und gleitet fast wie von selbst. Wiederaufladbar ist der ‚Vibrating Butt Plug' mit beiliegendem USB-Ladekabel.

ONE-DC kooperiert mit Entrenue & Nalpac

ONE-DC freut sich, eine strategische Partnerschaft mit Entrenue & Nalpac, zwei führenden Distributoren in der amerikanischen Erotikbranche, bekannt zu geben. Die Zusammenarbeit beinhaltet ein exklusives Vertriebsabkommen, bei dem Entrenue & Nalpac als alleinige Distributoren der begehrten Rosy Gold Kollektion in den Vereinigten Staaten fungieren werden. Die Partnerschaft markiert einen bedeutenden Meilenstein für beide Unternehmen, da sie ihre Kräfte bündeln, um der wachsenden Nachfrage nach anspruchsvollen und hochwertigen Produkten gerecht zu werden.

RealRock Crystal Clea

SHOTS

SHOTS hat die neueste Linie einer ihrer ‚Heldenmarken' auf den Markt gebracht: Realrock: Crystal Clear. Diese aufregende Kollektion bietet eine Reihe von Dildos, sowohl realistisch als auch nicht-realistisch, entworfen von ihrem eigenen Kreativstudio.

Die neue Linie umfasst drei realistische Dildos und fünf nicht-realistische, die in fünf verschiedenen Farben erhältlich sind. Die realistischen Dildos zeichnen sich durch naturgetreue Texturen und Konturen aus, die die Grenze zwischen Fantasie und Realität

verschwimmen lassen, während die nicht-realistischen Dildos eine Welt voller kreativer Möglichkeiten und Fantasie eröffnen. „Bei der Realrock Crystal Clear-Kollektion geht es vor allem darum, den Momenten des Vergnügens einen Hauch von Farbe zu verleihen", erklärt Michel, Key Account Manager bei SHOTS, enthusiastisch. „Mit Farben wie Türkis, Blau, Transparent, Pink und Lila sind diese Dildos ein Hingucker. Jeder Dildo ist mit einem starken Saugnapf ausgestattet, der ein vielseitiges Spiel auf praktisch jeder glatten Oberfläche ermöglicht."

Bioconcept Baltics - Your Partner in worldwide Pleasure Product Distribution.

www.bioconcept.eu

Why Choose Us:

• **19+ YEARS OF INDUSTRY EXCELLENCE:**
Proven history of successful collaborations worldwide.
Trust our experience for top-notch service.

• **WAREHOUSING & DROPSHIPPING EXPERTS:**
Hassle-free inventory management.
Efficient dropshipping services available.

• **GLOBAL REACH, LOCAL COMMITMENT:**
Estonia-based for international partnerships.
Enjoy local support on a global scale.

• **SWIFT & RELIABLE:**
Fast order processing for timely deliveries.
Trustworthy service every step of the way.

• **TAILORED FLEXIBILITY:**
Customized solutions to match your needs.
Your success, our priority.

• **TRUSTED BY MANY**

SUTIL · JE JOUE · EMOJIBATOR · YES LOV · EGZO · demoniq · SpareParts · G vibe · TENGA New Adult Concept · WHIPS ...it's all NATURAL · WET FOR HER · Hot Octopuss

• **READY TO SCALE YOUR BUSINESS?**
Contact us at **info@bioconcept.eu** or **visit us at booth nr 33**.

BIOCONCEPT

33 booth nr

Learn more at: www.bioconcept.eu

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

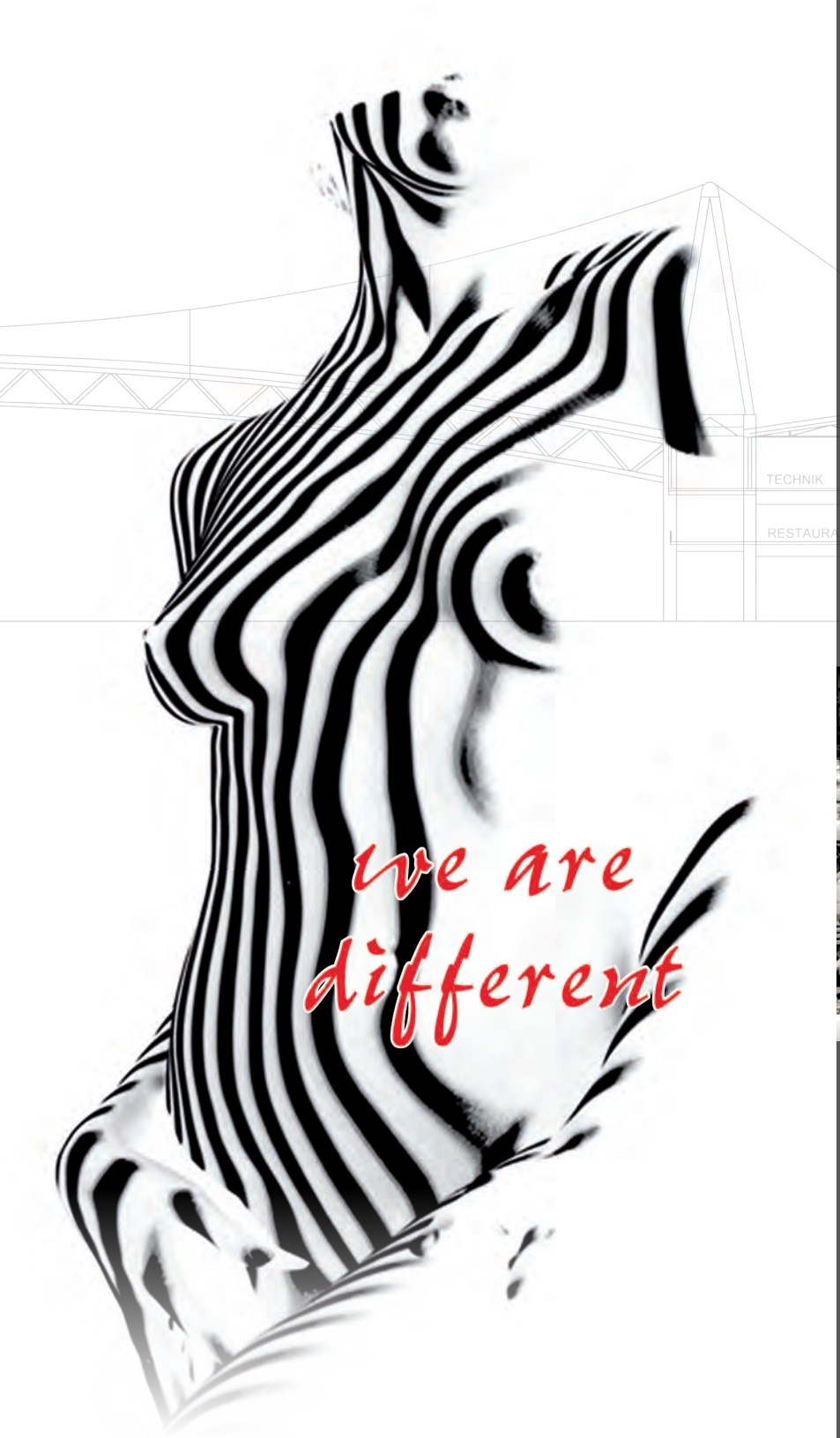
Nur für Fachhändler. Eintritt frei.

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



Auszug Aussteller eroFame 2023

ABS Holdings, Adloran, Asha International, Baile Health Care, Bathmate, beGLOSS, Bellyfashion, Bioconcept, Bizzy Diamond, BSwish / Zini, CalEx, CNEX, Cobeco, Creative Conceptions, Demoniq / Regnes, Dreamlove, Dusedo, Electrastim, Eropartner, E-Stim, Femarvi, Fleshlight, Fun Factory, Fundistrie, Funline, Gisele Intl., Goodvibesonlytoys, Grace Land Co. / Liebe Seele, Gvibe, HighOnLove, Hismith, Honey Play Box, HOT Productions, Import Kareva, INTT Cosmetics, Je Joue, JO (CC Wellness), Joydivision, Kiiroo, Kioske GmbH, Ledapol, LELO, Lets out, Life is Short, Lockerroom, Lola Games, LoveHoney Group, LSW Trading, LTC Healthcare, Mapale, Morningstar Pharma, Mystim, Neo Cosmetique, Nexus, Noir Handmade, NS Novelties, Nu Sensual, Obsessive, Amocarat, Odeco, Ohlala Cherie, Orgie Company,

ORION Wholesale, Passion free your Sense / Casmir, Pasante, Patrice Catanzaro, Pipedream, pjur, Platanomelon, Plazacraft, RCC Wholesale, Satisfyer, SCALA, Shunga, S-Linkey, ST Rubber, Smokenuud, Svakom, Tenga, Tonga, Turkuaz, TZ Fashion, United Brands, UPKO, VIA Health, Vibentoys, Vinergy, WM Dolls, XR Brands, Yesforlov, Ylva & Dite, Zalo, Zorba

Stand: 29. Juni 2023

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

Leder-Outfits und Accessoires von ZADO in neuem Verpackungs-Design

ORION Wholesale

Ab sofort werden die Leder-Kollektionen von ZADO in neuen, umweltfreundlichen Verpackungen im neuen Look ausgeliefert. Die Umstellung erfolgt sukzessive, somit kann es kurzzeitig zu Mischbeständen kommen.

Alle Verpackungen, sowohl alt als auch neu, haben zahlreiche Abbildungen sowie Artikelbeschreibungen in mehreren Sprachen. Die Verpackungen können sowohl hingestellt als auch mittig aufgehängt werden. Da sie sehr kompakt sind, können auf einer Verkaufsfläche mehrere Artikel präsentiert werden, und auch die Lagerhaltung ist platzsparend. Der ‚Strap-on-Harness' und die ‚Leather Wrist Cuffs' in typischer Natur-Optik sind die beiden ersten neuen ZADO Artikel im neuen Verpackungs-Design.

Die Leder-Outfits und Accessoires von ZADO werden exklusiv im Hause ORION designt und überzeugen durch ausgefallene Styles aus hochwertig verarbeitetem Leder – aufregend kombiniert mit stählernem Metall. Vielseitig und bequem, aber mit viel Sex-Appeal, lassen diese Outfits und Accessoires auch die wildesten Fantasien Wirklichkeit werden. Die besonderen Highlights erfreuen nicht nur Fetisch-Freunde, sondern auch modewusste Frauen und Männer mit dem Sinn für das ‚gewisse Extra'.

Bombshell Boudoir

Das Wort ‚Boudoir' stammt aus dem Französischen und bezeichnet den privaten Salon einer Frau. Boudoirs" waren somit früher Privatsuiten von Damen in luxuriösen Residenzen. Die neuen Dessous von Bombshell Boudoir sind ideal, um dieses Gefühl von Luxus und Sinnlichkeit zu erleben. Oder wie es Bombshell Boudoir ausdrückt: „Umarme deine innere Sexbombe. Werde zur Boudoir-Göttin. Gestalte dein eigenes Schicksal und sei die Hauptdarstellerin. Märchen gibt es nicht, also nimm deine Geschichte selbst in die Hand." Die Bombshell Boudoir Dessous-Kollektion bietet V-Draht-Korsetts, üppige Spitzen-BHs, kombiniert mit Strings und Strapsen, und halbtransparente Teddys mit Trägern. Die meisten sind schwarz, zwei Teddys gibt es auch in weiß.

STIMUL8®

S8

BLOW JOB

DEEP THROAT SPRAY

ADVANCED

97445
S8 Deep Throat Spray
30ml
RRP: €21,95

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

SCALA

Magnum Opus Thruster Pro aus der TOYJOY Designer Edition

Jetzt bei SCALA erhältlich

Der Magnum Opus Thruster Pro wurde entwickelt, um die tiefsten Sehnsüchte zu erfüllen, und verfügt über eine Reihe von Funktionen, die dem Benutzer den Atem rauben werden.

Die lebensechten Adern und die intensive Stimulation sorgen für ein authentisches und berauschendes Erlebnis, das den Genuss auf ein neues Niveau hebt. Mit beeindruckenden 70 Stößen pro Minute setzt dieser Stoßvibrator einen neuen Standard. Ganz gleich, ob der Verbraucher sanfte Liebkosungen oder heftigere Empfindungen sucht, der Magnum Opus Thruster Pro hat die Kraft und Geschwindigkeit, um jede Lust zu befriedigen. Um den Komfort und die Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen, ist der Magnum Opus Thruster Pro mit einer Fernbedienung ausgestattet. Damit lassen sich die Einstellungen mühelos anpassen, um ein individuelles und maßgeschneidertes Erlebnis zu gewährleisten, das allen Vorlieben gerecht wird. Der Saugfuß sorgt dafür, dass die Hände frei sind, um sich ganz auf das Vergnügen einlassen zu können. Der Magnum Opus Thruster Pro bietet eine Reihe von aufregenden Funktionen, die es zu entdecken gilt. Mit einer Verlängerung von bis zu 8 cm, drei Aufwärts- und Abwärtsgeschwindigkeiten und sieben Vibrationsmodi mit drei Vibrationsgeschwindigkeiten ist dieser Vibrator so konzipiert, dass er seine Benutzer fesselt und zufrieden stellt.

INTENSE Shelly Plug

Stark, stärker, intensiv: Der INTENSE Shelly Plug ist der wahr gewordene Traum eines jeden Analfans. Mit dem vibrierenden Unisex-Analplug erlebt der Konsument die stärksten Vibrationen, köstliche Stimulation und endlose Möglichkeiten dank der mitgelieferten Fernbedienung. Dieser vibrierende Analplug ist aus hygienischem Silikon hergestellt. Ein flexibles und angenehmes Material für den Körper. Seine ergonomische Form erleichtert das Einführen. Der INTENSE Shelly ist mit einem Eier- und Doppelmotor ausgestattet, der für zusätzliche Stimulation sorgt. Seine breite Basis verspricht zuverlässige Sicherheit. Erhältlich bei Dreamlove.

mystim
THE WAY I LIKE IT

NEW

JEDE MENGE **NEUE TOYS** WIE Z.B.
DER ERSTE E-STIM AUFLEGER MIT
ELECTROSTIMULATION & VIBRATION
ERWARTEN DICH

SICHER DIR DEIN GESCHENK BEI UNS AM STAND !!!!

TRIFF UNS BEI DER EROFAME
HALLE 4 STAND 6!
Jetzt direkt einen Termin mit unserem Sales Director, Patrick Mallaise vereinbaren & einen GRATIS Oktoberfest HUT sichern!

www.mystim.com

XOCOON Heartbreaker 2-in-1 Stimulator

Eine Revolution der Lust, exklusiv bei SCALA

Die neueste Innovation von XOCOON, der Heartbreaker 2-in-1 Stimulator, ist jetzt exklusiv bei SCALA erhältlich. Dieses herzförmige Wunderwerk wurde entwickelt, um eine Welt des sinnlichen Vergnügens zu eröffnen und bietet ein unvergleichliches Erlebnis für Klitoris und Brustwarzen.

Das einzigartige Design des Heartbreaker ermöglicht es, sich zwei verschiedenen Empfindungen hinzugeben. Auf der einen Seite sorgt die Mikrovibrationsfunktion für intensive Vibrationen, die die süßen Stellen reizen und aufreizen. Auf der anderen Seite sorgt die Leckfunktion für ein sanftes, aber dennoch erregendes Erlebnis, das einem Schauer der Lust über den Rücken jagt.

Sportsheets befördert Kelly Sofferman

Sportsheets freut sich, bekannt zu geben, dass Kelly Sofferman, zur neuen kaufmännischen Direktorin ernannt wurde. Kelly Sofferman, die zuvor die Rolle der Leiterin der Marketingabteilung und Produktentwicklung innehatte, hat während ihrer Zeit bei Sportsheets außerordentliches Engagement, strategisches Geschick und einen unermüdlichen Einsatz für hervorragende Leistungen gezeigt. Ihre Beiträge zur Steuerung von Marketinginitiativen und zur Produktentwicklung haben neue Maßstäbe in der Branche gesetzt. In ihrer neuen Funktion wird Kelly Sofferman die kaufmännische Abteilung leiten und die Vertriebsbemühungen mit der strategischen Vision und dem kundenorientierten Ansatz des Unternehmens in Einklang bringen. Ihre Branchenkenntnisse, gepaart mit ihrer angeborenen Fähigkeit, Markttrends zu verstehen und zu antizipieren, machen sie zu einer treibenden Kraft, die Sportsheets zu neuen Höhen des Erfolgs führen wird.

DUSEDO.COM
DISTRIBUTION

BRUTUS

BUM BUDDIES

Amazing sensual anal or vaginal stimulation
made of supersoft liquid silicone

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

XR Brands erweitert die ‚Prisms' Linie

Zwei neue Produkte erhältlich

XR Brands liefert ab sofort vier neue Vibratoren der Linie ‚Prisms Erotic Glass' aus: den 10X Turquoise Dual Ended Silicone and Glass Wand und den 10X Mini Vibe in einer blauen abgerundeten Bullet-Form, einer lilafarbenen konischen Bullet-Form und einer rosa Mini-G-Punkt-Bullet-Form.

Diese schönen neuen Vibes zeichnen sich durch eine farbenfrohe, glasartige Konstruktion mit besonderen Eigenschaften aus, die nur Borosilikatglas bieten kann. Der 10X Turquoise Dual Ended Silicone and Glass Wand ist mit drei kraftvollen Geschwindigkeiten und sieben Vibrationsmustern ausgestattet, die alle in einer stabähnlichen Form mit einem türkisfarbenen Silikonkopf an einem Ende und einem einführbaren schillernden Borosilikatglas am anderen Ende untergebracht sind. Der Hals des Silikonkopfes ist halbflexibel, so dass er die perfekten Winkel erreichen kann, und ein kleines LED-Licht beleuchtet das irisierende Glas, wenn die Vibrationen aktiviert sind. Der 10X Turquoise Dual Ended Silicone and Glass Wand ist IPX6 wasserdicht und wiederaufladbar. Die neuen 10X Mini Vibes sind ABS-Bullets, die mit drei kraftvollen Geschwindigkeiten und sieben Vibrationsmustern ausgestattet sind und komplett von glattem Borosilikatglas umschlossen werden. Sie sind vollständig wiederaufladbar und nach IPX5 spritzwassergeschützt.

ETO hat neue Eigentümer

Die im Vereinigten Königreich ansässige B2B-Ressource ETO hat neue Eigentümer. ETO wurde für eine ungenannte Summe von der All Purpose Media Ltd. übernommen, die von dem Branchenveteranen Jason Dante geleitet wird. Jason, der Vertriebs- und Marketingdirektor der britischen Verbrauchermesse Erotica war, erwarb das Unternehmen am 28. Juli 2023 von Carnal Creative.

ETO wurde als Printmagazin 2003 erstmals in der Branche bekannt, damals noch unter dem vollständigen Namen Erotic Trade Only. Die monatlich erscheinende B2B-Publikation veranstaltete in der Folge auch ihre eigenen jährlichen Fachveranstaltungen und die dazugehörigen Preisverleihungen. Sie ist jetzt online und bietet einen wöchentlichen E-Mail-Newsletter.

GIVE YOURSELF A

Sweet Smile

ORION WHOLESALE

0559768

NEU

0558362

KLOPFFUNKTION & VIBRATION

ROTATION & VIBRATION

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2307-087

Wieder gehört pjur zu den Favoriten von COSMOPOLITAN Germany

pjur ORIGINAL, pjur WOMAN & owie pjur BACK DOOR

Wieder konnte pjur die Redaktion von COSMOPOLITAN Germany begeistern. Bereits Ende Juni empfahl das große Lifestyle-Magazin mehrere pjur Gleitgele.

Nun wählte die Redaktion in zwei Artikeln auf der Website des Magazins weitere pjur Produkte zu ihren FavoritenNachdem bereits pjur Produkte in den Kategorien wasserbasiertes Gleitgel und Gleitgel für Analsex von der Sexualberaterin Rena Föhr empfohlen wurden, ist nun pjur ORIGINAL das Favoritenprodukt, wenn es um silikonbasiertes Gleitgel geht. Doch auch die pjur WOMAN-Reihe sowie pjur BACK DOOR überzeugten die Redaktion als auch die Sexualberaterin. In einem zweiten Artikel wird ein sensibles Thema aufgegriffen: Gleitgel in der Schwangerschaft. Auch in der Schwangerschaft muss man nicht auf ein langanhaltendes Vergnügen verzichten. Der Favoritentipp ist eindeutig pjur WOMAN Vegan, ein wasserbasiertes Gleitgel. Es ist auf den pH-Wert der Vagina abgestimmt und enthält weder Parabene noch Duftstoffe.

We-Vibe Ditto+

We-Vibe bringt mit Ditto+ ein neues Anal- Sextoy auf den Markt. Dieses Produkt wurde speziell für Anfänger:innen konzipiert, die neugierig auf anale Stimulation sind. Als Paar-Toy, ist Ditto+ die perfekte Ergänzung, um gemeinsam neue erogene Zonen und Empfindungen auszuprobieren und damit die intimen Stunden auf ein ganz neues Level zu heben.Ditto+ ist einzigartig auf dem Markt: Die dezente Größe macht das Produkt zu einer großartigen Option für alle Anfänger:innen in diesem Bereich. Dank der einzigartigen Form passt sich Ditto+ den natürlichen Konturen des Körpers an sorgt für höchsten Komfort. Kraftvolle, intensive Vibrationen sorgen für höchstes Vergnügen. Die Flexibilität und Größe der Basis bieten absolute Sicherheit, damit sich Paare komplett aufeinander konzentrieren können. We-Vibe Ditto+ kann auch mithilfe der We-Vibe App gesteuert werden.

WYNE

WHAT YOU NEVER EXPECTED

ORION WHOLESALE

5401321

NR. 06 IST DA!

SQUEEZING-FUNKTION IN 7 MODI

10 VIBRATIONS- UND 7 SAUGMODI FÜR BLOWJOB-FEELINGS

MIT LAUTSPRECHER UND KOPFHÖRERN FÜR STÖHN-FUNKTION

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2307-087

OhMiBod präsentiert Foxy

Wearable Panty-Vibrator der nächsten Generation

OhMiBod kündigt mit Foxy, dem Wearable Panty-Vibrator der nächsten Generation, die neueste Ergänzung seiner umfangreichen Kollektion an App-gesteuerten Vibratoren an.

Der vom französisch-amerikanischen Designer Matthieu Pung entworfene, tragbare, App-gesteuerte Panty-Vibrator von OhMiBod ist für eine ideale anatomische Passform am Körper konzipiert und verfügt über Velvet Wave-Technologie für ein komfortables Trageerlebnis. „Es war uns wichtig, ein Produkt zu liefern, das nicht nur gut aussieht, sondern sich auch den Kurven des Körpers anpasst“, so Suki Dunham. „Das kissenartige Gefühl der Velvet Wave-Technologie macht diesen Vibrator so angenehm zu tragen. Ich habe keinen Zweifel, dass unsere Kunden ihn lieben werden.“ Foxy verfügt außerdem über einen Positionsmagneten, der den Vibrator im Slip hält, ganz egal welche From oder welche Größe dieser hat. Sein einzigartige, subtile Oberfläche bietet genau die richtige Menge an Reibung und seine weichen Silikonborsten stimulieren das Perineum. Wie viele OhMiBod-Produkte ist auch der Foxy Bluetooth-fähig und App-gesteuert, was ihn perfekt für pikante Paarspiele oder Fernbeziehungen macht. Die Benutzeroberfläche der OhMiBod Remote App ist intuitiv und bietet viele Spielmöglichkeiten.

CUT4MEN neu bei ST RUBBER

ST RUBBER erweitert sein Sortiment mit der Marke: CUT4MEN! Hierbei handelt es sich um hochwertige sexy Herrenunterwäsche aus den neuesten BL4CK- und EMERALD Kollektionen, die Stil, Komfort und Individualität neu definieren. Mit einem vielfältigen Sortiment, darunter Slips, Jockstraps, Minihosen, Strings und Körpergeschirre, weiß CUT4MEN zu überzeugen! Die Qualität und Haptik ist erstklassig und beeindruckend. Bei weiteren Rückfragen hilft Ihnen gerne der Kundenservice von ST RUBBER unter der Telefonnummer 06834 4006-0 oder besuchena Sie einfach den Online Shop: www.strubbi.com

WYNE

WHAT YOU NEVER EXPECTED

ORION WHOLESALE

5401763

NR. 07
IST DA!

2 MOTOREN FÜR MAXIMALE POWER

EXTRA KRAFTVOLLE VIBRATION IN 7 MODI

INTENSIVE SAUGFUNKTION IN 4 MODI

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2307-087

Allure Lingerie stellt seine Holiday Love Potion 2023 Kollektion vor

Sexy Glamour

Die Holiday Love Potion Kollektion von Allure bietet alles, was man sich für den ultimativen Date-Abend oder für eine romantische Nacht zu Hause vorstellen kann.

Das charakteristische Designelement der Kollektion sind glitzernde Strassbänder, die sich an die richtigen Stellen schmiegen, sie anheben und betonen, gemischt mit zarter, gewellter Spitze. Es ist für jede Stimmung etwas dabei, von einer neu gestalteten Baby Doll über eine Vielzahl von Strumpfbandoptionen bis hin zu Höschen.. Einer der Favoriten ist das Madelyn Lace Baby Doll. Aufreizende Träger mit offenen Cups stehen im Kontrast zu der weichen Spitze und machen es zum perfekten Outfit für jedeFemme Fatale. Alle Modelle sind sowohl in Allure's klassischem Scarlett-Rot als auch in einem neuen, leuchtenden Blauton erhältlich. „Der Countdown für Herbst/Winter hat begonnen… Im August ist zwar noch Sommer, aber wir alle wissen, dass in der Lingerie-Welt das Weihnachtsgeschäft bereits begonnen hat und bei den meisten Einzelhändlern fast abgeschlossen ist“, sagt eine Markenrepräsentantin, „bei dieser Kollektion dreht sich alles um schwüle Vibes, die Glamour mit Sexyness verbinden, denn wir alle mögen es für die Feiertage besonders dramatisch und gewagt, aber immer feminin!“

Lola Games präsentiert Leaf

Lola Games stellt Leaf vor: ein revolutionäres Schmuckstück. Mit zehn verschiedenen Vibrationsmodi wird dieser Halskettenvibrator zu einem persönlichen Manifest. Er erlaubt es, verschiedene Empfindungen zu erforschen und zu genießen und befriedigt alle Wünsche. Die Erfahrung des Vergnügens kennt keine Grenzen mit diesem tragbaren Toy, da es immer diskret mit dabei ist, ganz egal wohin die Trägerin/Nutzerin geht. Das blattförmige Toy wird mit einer 55 cm langen, roségoldfarbenen Edelstahlkette geliefert. Er fügt sich nahtlos in die tägliche Garderobe ein, wertet jedes Outfit auf und verleiht ihm einen Hauch von Raffinesse.

WYNE

WHAT YOU NEVER EXPECTED

ORION WHOLESALE

5401771

NR. 08
IST DA!

AUF-UND-AB-BEWEGENDE SLEEVE
SHAKING-FUNKTION IN 7 MODI
BOOSTER-BUTTON FÜR SOFORT-POWER

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2307-087

EROFAME 2023

October 11th
1st trade show night

- 5 DJS
- 25 VIDEO SCREENS
- 40 ENTERTAINERS
- 50 DANCERS
- 240 COSTUMES SPECIALLY DESIGNED FOR THIS EVENT
- FULL VIP FOOD AND DRINK CATERING

THE PULS
OF PLEAS

1.000.000 EURO PARTY

7 PM UNTIL 12 AM

Satisfyer
SE
SURE

Von Enten und Delfinen

Is vanilla the new black?

Pro

Colleen Godin,
EAN U.S. Korrespondentin

In der Frage, welche Trends den Markt beeinflussen, setzt sich gegenwärtig immer mehr die Meinung durch, dass ‚vanilla' das nächste große Ding ist. Werden Plüsch-Handschellen also zum Bestseller? Und was wird aus der starken Nachfrage nach Anal Toys? Oder sind diese bereits ‚vamilla', weil sie nicht ‚kinky' genug sind?

Als ich neulich über den Therapeuten Luis Mojica las, stellte er die Frage ‚Befreit Sie Ihr Fetisch oder traumatisiert er Sie?' und ich wusste sofort, dass das was ich vermutet hatte, Wirklichkeit geworden war. Der Kreis hat sich geschlossen und wir sind wieder bei den Grundlagen des Vanilla-Sex gelandet. In den letzten Jahren hat die Sexualpädagogin Bonnie Bliss die Vorteile von Vanilla-Sex verkündet und dabei sowohl Produkte, die mit Druckwellen arbeiten, als auch kraftvolle Massagestäbe ins Abseits gestellt, von denen sie glaubt, dass sie uns mechanisch von einer starken Verbindung mit unserem Körper trennen. Auch Elena Rossi wendet sich von Vibratoren ab, weil sie behauptet, dass diese Frauen desensibilisieren. Sogar Gigi Engle, eine zertifizierte Sexualpädagogin, die regelmäßig Fetische und Kinks fördert, achtet darauf, dass alle – auch die Anhänger von Vanilla-Sex - in ihren Inhalten gut vertreten sind. Sind Fetischinteressen also am Aussterben oder kehren sie in ihr frühere oft auch tabuisierte Nische zurück? Nein, ganz und gar nicht, aber die Sexualpädagogik und die Psychologie sind dabei, ihr Verständnis für Fetische, ihre Entstehung und ihre Auswirkungen auf unser Sexualleben zu verbessern. Viele Fachleute nähern sich dem Thema jetzt wieder an, damit die Verbraucher das Beste aus ihrem Sexualleben herausholen können. Ich glaube, dass Sex Toy Marken das Beste aus beiden Welten leben können, indem sie sich über die Psychologie von Fetischen auf dem Laufenden halten oder einen Sexualpädagogen engagieren, der die Zügel in die Hand nimmt. Es ist an der Zeit, dass wir alle das Wesen von Fetischen verstehen, auch wenn sie nicht verkaufsfördernd sind, und gleichzeitig mehr Verständnis und Unterstützung für die Verbraucher aufbringen, die sich nicht für Anal-, Fessel- oder Rollenspiele begeistern können.

Contra

Manchmal sieht man den Wald vor lauter Bäumen nicht. Dieses Spruchwort wird gerne genutzt, um einen Mangel an Übersicht zu verdeutlichen. Dieser lässt sich auch in der Diskussion um Trends im Sex Toy Markt erkennen. Dadurch dass sich der Mainstream gegenüber Sex Toys mittlerweile weit geöffnet hat, stehen Vibratoren & Co im Fokus und genießen mediale Aufmerksamkeit. Dass dabei diskret oder ‚niedlich' Produkte bevorzugt werden und nicht etwa der fleischfarbene Dildo in Form eines 30 cm Penis, ausgestattet mit Adern und Hoden, oder der schmiedeeiserne Cock Cage, liegt auf der Hand. Und auch wenn es eine hohe Nachfrage nach ‚soften' Produkten gibt, die sich natürlich auch dadurch erklärt, dass sich unser Markt noch immer an einem ständigen Zustrom an Neukunden erfreut, so sollte nicht der falsche Schluss gezogen werden, dass alles in Richtung ‚vanilla' oder ‚soft' geht. Bekanntlich entdecken auch immer mehr Konsumenten die Bereiche Fetisch & BDSM für sich und der Run auf realistisch aussehende Produkte ist sowieso ungebrochen. Und überhaupt: wo ist die Grenze? Was ist ‚vanilla', was ist ‚kinky'? Einstellungen ändern sich, was gestern noch als ‚kinky' galt, ist heute normal. Man muss sich zum Beispiel nur das große Angebot an Produkten für die anale Stimulation ansehen. Das Produktangebot unseres Marktes ist so vielfältig wie die Geschmäcker, Bedürfnisse und Wünsche der Konsumenten. Ohne Frage ist es existentiell, zu erkennen, welche Trends den Markt bestimmen bzw. bestimmen werden, aber dazu bedarf es eines Weitblicks, um nicht auf eine falsche Fährte geführt zu werden. e

Matthias Johnson, Chefredakteur

Andre Visser verstärkt Dildos Assorted als Global Sales Director

Spanisches Distributionsunternehmen will international expandieren

Andre Visser schließt sich Dildos Assorted an und übernimmt dort den Posten des Global Sales Director

Dildos Assorted freut sich, Andre Visser als neues Teammitglied willkommen zu heißen. Ab dem 1. September wird er als Global Sales Director die weltweiten Verkaufsaktivitäten des spanischen Distributionsunternehmen sowie die Neugeschäftsentwicklung verantworten.

Über seine Gründe, sich Dildos Assorted anzuschließen, sagt Andre: „Ich kenne Louise und Isaac, die Inhaber von Dildos Assorted, bereits seit 20 Jahren und ich schätze die familiäre Atmosphäre in ihrem Unternehmen. Sie erzählten mir, dass sie den Wunsch haben, mit ihrem Unternehmen und ihren Marken, die weder in Europa noch im Rest der Welt verkauft werden, weltweit zu wachsen. Das klang für mich nach einer perfekten Kombination, denn das ist genau das, was ich gerne mache – etwas von Grund auf aufbauen und zum Erfolg führen.“ Andres Aufgabe wird es sein, in allen Marktterritorien Wachstum zu erzielen und die Welt auf die Marken aufmerksam zu machen, die Dildos Assorted anbietet, wie zum Beispiel S Pleasures, Femme Republic und Liebe. „Alle diese Marken haben in Spanien bereits sehr gute Ergebnisse erzielt, so dass es an der Zeit ist, auch

Andre Visser kann für seine neuen Aufgaben bei Dildos Assorted auf einen Erfahrungsschatz von 25 Jahren in der Industrie zurückgreifen

den Rest der Welt damit vertraut zu machen. Das Gute daran ist, dass wir bereits alle Produkte auf Lager haben und versandbereit sind! Wir starten im September mit der XBIZ Europe und ich freue mich darauf, in den nächsten Monaten viele Marktteilnehmer wiederzusehen, um ihnen unsere Marken zu präsentieren“, sagt er mit Blick auf die kommenden Monate. Andre kann auf eine langjährige und äußerst erfolgreiche Karriere in der Industrie zurückblicken. Neben seinen Sales Skills, seinen Führungsqualitäten, seinem Industriewissen und seinem globalen Netzwerk hat er maßgeblich dazu beigetragen, Unternehmen aufzubauen und zum Erfolg zu führen. Seine ersten Schritt in der Industrie machte er vor 25 Jahren bei Forum Entertainment, einem Distributionsunternehmen für Erotikfilme. Er schloss sich dann Playhouse an, um weiterhin im Filmbereich zu arbeiten, bis das Unternehmen 2007 eine Wende hin zu einem reinen Sex Toy Unternehmen vollzog. Als Playhouse dann von Scala gekaut wurde, verantwortet Andre dort als Sales Manager die Märkte in den Benelux-Ländern sowie in Russland. Danach arbeitete er an der Seite von Walter Kroes und gemeinsam etablierten sie die Marke Leg Avenue in Europa. Während all dieser Jahr bestand eine enge Kundenbeziehung zwischen Andre und Eric Idema. Als dieser die Idee hatte, ein Großhandelsunternehmen aufzubauen, holte er Andre dazu. „Nach sieben großartigen Jahren bei EDC Wholesale (heute ONE-DC) und dem Aufbau von etwas, das klein anfing, zu etwas Großem

Andre Visser mit Louise Holmgren, Gründerin und Inhaberin von Dildos Assorted

und Erfolgreichem, war es Zeit für mich zu gehen und eine neue Herausforderung zu suchen“, erklärt Andre rückblickend. „In Holland sagen wir, wenn dein Baby Beine hat, ist es Zeit, es loszulassen. Genau das tat ich. Ich möchte mich an dieser Stelle ganz besonders bei Eric Idema, meinem Team und allen alten Kollegen für die großartige gemeinsame Zeit und die erzielten Ergebnisse bedanken! Es war eine unglaubliche Reise!“ Umso mehr zeigt er sich begeistert davon, seine bereits sehr lange Karriere in der Industrie fortzusetzen. „Viele meiner Kollegen und Kunden sind über die Jahre zu Freunden geworden. Die Arbeitsatmosphäre ist dadurch eine ganz spezielle und ich mag die sachliche Mentalität unserer Industrie“, sagt er, „bei meiner Arbeit galten für mich immer die Maxime der Ehrlichkeit und dass man nur gemeinsam etwas erreichen kann. Es ist kein ein typischer Job, der um 9 Uhr beginnt und um 17 Uhr endet, aber das gefällt mir. Die Arbeit ist erledigt, wenn sie erledigt ist, ohne Einschränkungen. Work hard, play hard!“ Louise Holmgren und Isaac Fargas, Inhaber des 1996 gegründeten Unternehmens Dildos Assorted, sind höchst erfreut, dass sie sich Andre Vissers Erfahrung und Expertise sichern konnten. „Wir sind sehr froh, Andre mit seinem Know-how und seinem großen Erfahrungsschatz an Bord zu haben. Wir freuen uns sehr auf eine enge und erfolgreiche Zusammenarbeit mit ihm.“

Andre ist telefonisch unter +31629506505 und per Mail an andre@dildosassorted.com zu erreichen.

EP
NEW
BRAND
THE LIONESS VIBRATOR 2.0
The famous, award-winning, smart vibrator
that improves your orgasms through science!
LIONESS
EROPARTNER
DISTRIBUTION
MORE INFO AT WWW.EROPARTNER.COM

pjur gewährt einen exklusiven Blick in die Zukunft

Iconic redefined geht weiter

Letztes Jahr wagte pjur einen visuellen Neuanfang und präsentierte sein neues Markendesign auf der eroFame in Hannover. Nach zwei-jähriger intensiver Arbeit erstrahlte das Unternehmen in neuen Farben, ästhetischen Werbefotos und enthüllte sein modernisiertes Logo. Gleichzeitig mit dem neuen Markenauftritt präsentierte pjur eine neue Produktserie: pjur INFINITY – ein Gleitgel höchster Qualität im modernen, ansprechenden Design. Doch was können Besucher/innen auf der diesjährigen eroFame erwarten?

Iconic redefined –
A Look into the Future of pjur

Dieses Jahr wagt pjur den nächsten Schritt und treibt den Brand Refresh weiter voran. Ein Jahr feilte das Team an den nächsten Schritten, um das Unternehmen noch weiter zu modernisieren und so die Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft zu legen. In intensiven Gesprächen integrierte pjur ausgewählte Partner und Kunden in diesen Prozess, um so gemeinsam die Entwicklung der Marke zu gestaltet und konnte so wichtige Fragen für den Brand Refresh sammeln:

Wie geht es mit pjur als Brand (auch optisch) weiter?

Wie weit wird das Unternehmen mit seiner bei den Konsumenten bekann- ten und beliebten Optik brechen?

Werden ikonische Designelemente, wie der Schweif, erhalten bleiben? Werden pjur Gleitgele noch als solche zu erkennen sein?

Diese und noch weitere Fragen werden ab dem 11. Oktober in Hannover geklärt.

Alexander Giebel, CEO & Gründer der pjur group dazu:
„Unser Brand hat sich enorm entwickelt und ist nun modern und frisch – ein echter Blickfang in jedem Store. Uns war es wichtig, den Kern der Marke zu erhalten, unsere Tradition weiterzuführen, aber diese dennoch zukunftsfähig zu machen. Für die eroFame haben wir uns etwas ganz Besonderes ausgesucht und ge- währen damit einen Blick in die Zukunft von pjur.“

Kommen Sie mit auf eine Reise in die Zukunft

Für die diesjährige Messe zeigt das Team von pjur, woran seit der letzten eroFame intensiv gearbeitet wurde und was für das nächste Jahr bedeut- sam sein wird – Sie können also vorab exklusiv in die Zukunft von pjur schauen. Wie diese aussehen wird, erfahren Sie am pjur-Stand, der die Nummer 40 trägt und sich in Halle 4 / F5 befindet. Das pjur Team freut sich bereits darauf, Sie mit auf eine faszinierende Reise zu nehmen!

TONGA

VISIT US

BIGGER, BOLDER, BETTER.

Discover the amazing world of DreamToys

DreamToys is a unique, distinctive and kick-ass brand with sex toys for everyone.
We distinquish ourselves through our appealing corporate identity, concept development and exquisite packaging that stand out!

Every year DreamToys launches new trendy toy collections and this year we have really outdone ourselves.
Come and see the new collections and the Tonga team at Erofame, Tonga booth no. 44

dt · RAM ROD · SEX ROOM · GLAM BE F*CKING GLAMOROUS · GLAZE GLASS · nude you're nudelicious. · AMOUR · RADIANT GLOW IN THE DARK SEXTOYS · BLASE

dreamtoys

EXPLORE · DISCOVER · ENJOY

Visit us at booth no. 44 at

eroFame
Global Trade Convention

www.tongabv.com @tongabv @tongabv

ONE-DC

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

LoveBOXXX

Christmas Stocking

7 Piece gift set!

There is no better way to celebrate Christmas than with your lover by your side. The soft glow of the tree lights, the Christmas stockings hanging by the fireplace. The thought of slipping your hand into that festive stocking and pulling out a seductive surprise for your partner makes your heart race. Will it be a tempting toy to explore your deepest desires? Only one way to find out!

#16

VISIT OUR BOOTH AT EROFAME

„Ich denke, wir sollten dies eher als Evolution denn als Revolution bezeichnen."

NeoSilicone - LOVE NOT WAR bringt eine Materialinnovation auf den Markt

Will Ranscombe, Mitgründer und Geschäftsführer von LOVE NOT WAR

Dank LOVE NOT WAR können Konsumenten ab sofort ihre Sex Toys aus Silikon auch mit Gleitgelen auf Silikonbasis verwenden – NeoSilicone, ein neues Silikon, das in der Luft- und Raumfahrtindustrie seit geraumer Zeit Verwendung findet und nun durch LOVE NOT WAR den Weg in die Sex Toy Industrie gefunden hat, macht es möglich. Warum das Problem der Inkompatibilität von Toys aus Silikon und Gleitgelen auf Silikonbasis jahrelang akzeptiert wurde, ohne dass sich jemand Gedanken um eine Lösung gemacht hat, ist nur eine von vielen Fragen, die eLine Will Ranscombe, Mitgründer und Geschäftsführer von LOVE NOT WAR, gestellt hat.

Sex Toys aus Silikon sollten nicht mit Gleitgelen auf Silikonbasis verwendet werden – das war bit heute ein in Stein gemeißeltes Gesetz. Nur zum Verständnis: was passiert, wenn man sich dieser Anweisung widersetzt?

Will Ranscombe: Der übliche Ratschlag, keine silikonbasierten Gleitmittel mit Sex Toys aus Silikon zu verwenden, rührte von der Sorge um mögliche chemische Wechselwirkungen zwischen den beiden Materialien her. Als Silikongleitmittel auf den Markt kamen, war bekannt, dass sie manchmal die Oberfläche von Toys aus Sikikon angreifen, was zu einer Reihe von Problemen wie einer klebrigen oder klebrigen Textur, Verfärbung und sogar strukturellem Schäden im Laufe der Zeit führt, was sehr wahrscheinlich die Lebensdauer des Produkts verkürzt. Dadurch wird das Toy weniger effektiv, weniger hygienisch und weniger sicher im Gebrauch. Es ist auch erwähnenswert, dass Toys aus Silikon in der Regel teurer sind, vor allem wegen ihrer höheren Qualität. Das bedeutet, dass es sich um eine Investition und nicht um einen Spontankauf handelt, was besonders wichtig für den Einzelhan-

del ist. Niemand will schließlich sein 200 Euro teures Toy durch die Verwendung des falschen Gleitmittels ruinieren!

Mit NeoSilicone bringt ihr nun ein Material auf den Markt, dass dieses Problem aus der Welt schafft, weil es mit Gleitgelen auf Silikonbasis verwendet werden kann. Kannst du für uns Laien erklären, was der Unterschied zwischen NeoSilicone und herkömmlichem Silikon ist?

Will: NeoSilicone ist eine Verbindung, die noch nie zuvor in der Sex Toy Industrie verwendet wurde, aber das Prinzip, das dahinter steckt, findet schon seit einiger Zeit in der Luft- und Raumfahrtindustrie Verwendung, wo Materialien sehr stark und gleichzeitig sehr flexibel sein müssen und mit den hochwertigsten Gleitmitteln in Kontakt kommen, die meist auf Silikon basieren.

Wie lange hat die Entwicklung gedauert? Welche Hürden gab es während den Entwicklungsprozess für euch zu überwinden?

Will: Wir haben fast drei Jahre lang intensiv geforscht, aber das ist auch eines unserer Ziele, die wir schon seit unserer Gründung verfolgen. Wir haben festgestellt, dass Kunden, die LOVE NOT WAR Produkte kaufen, in der Regel sehr gut über Intimität und sexuelles Vergnügen Bescheid wissen, und das bedeutet, dass sie auch wissen, dass Silikon-Gleitmittel anderen Gleitmitteln überlegen sind.
Was die Hürden anbelangt, so sind wir auf einige gestoßen. Die erste ist die des Vertrauens. Wir sind ein unabhängiger Entwickler von Sex Toys, haben aber das Glück, dass wir eine eigene Produktionsstätte haben, was nicht jeder von sich behaupten kann. Aber was wir nicht haben, ist die fast grenzenlose Finanzierung durch Private-Equity-Gruppen, und das ist leider etwas, das viele unserer größeren Konkurrenten haben.
Was wir damit andeuten wollen, ist, dass es angesichts des Geldflusses in unserer Branche schwierig ist, innovative Produkte im Geheimen zu entwickeln, und noch schwieriger, geistiges Eigentum zu schützen. Es war schwer, unser Projekt rund um NeoSilicone bis jetzt geheim zu halten. Unsere Branche hat leider nicht den besten Ruf, wenn es darum geht, geistiges Eigentum zu respektieren - jeder klaut ständig alles von jedem. Wenn man eine große Marke ist, macht das nicht so viel aus, aber wenn man ein kleines, unabhängiges Unternehmen wie wir ist,

kann das zum Verhängnis werden. Eine weitere Hürde ist die Forschung und Entwicklung. Darin sind wir gut, aber in diesem Fall hatten wir viel mit gescheiterten Versuchen zu tun. Wir dachten mehrmals, wir hätten das Problem geknackt, und mussten dann wieder bei Null anfangen, bis wir ein bestehendes Prinzip für die wirksame Entwicklung dieser Silikonverbindung entdeckten.

Da das Problem, dass Sex Toys aus Silikon nicht mit Gleitmitteln auf Silikonbasis verwendet werden sollten, wie schon erwähnt seit zig Jahren bekannt ist, stellt sich die Frage, warum sich so lange keiner um eine Lösung Gedanken gemacht hat?

Will: Will: Ich glaube, wir haben das alle als unumstößliche Tatsache akzeptiert und diese kollektive Weisheit nie in Frage gestellt. Wir haben Sex Toys aus Silikon entwickelt und dabei entdeckt, dass man sie nicht mit Silikon-Gleitgel verwenden kann, und dann haben wir alle kollektiv die Achseln gezuckt und angenommen, dass das immer so sein würde. Es ist auch möglich, dass andere – sogar größere – Marken nicht mehr so viel in Forschung und Entwicklung investieren. Was war die letzte große Innovation Die Druckwellentechnologie vielleicht? App-Integration? Die Dinge stagnieren seit einiger Zeit, trotz der ganzen Investitionen von außen. Das könnte ein Zeichen dafür sein, dass man eher auf Wiederholung als auf Innovation setzt. Ich denke, dass wir in dieser Hinsicht den Rahmen sprengen.

Was verändert sich für den Nutzer von Sex Toys durch NeoSilicone?

Will: Nun, die Dinge werden für den Kunden sehr viel interessanter werden. Das heißt, dass der Geschmack des Kunden in Bezug auf Gleitmittel anspruchsvoller werden wird. Da wir die Tür zur Verwendung von hochwertigen Silikon-Gleitmitteln mit Silikon-Toys geöffnet haben, können

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 davon ausgehen, dass der Benutzer eine bessere Erfahrung machen wird. Die Konsumenten haben jetzt Zugang zu einer größeren Auswahl an hochwertigeren Gleitmitteln, und das kann doch nur gut sein, oder?

Werden eure Produkte durch den Einsatz von NeoSilicone teurer? Wenn ja, wie überzeugt seid ihr, dass eure Kunden diesen Schritt mitgehen?

Will: Nein. Die Entwicklung von NeoSilicone hat viel Zeit in Anspruch genommen, aber es ist nicht viel teurer in der Herstellung, so dass die Preise im Wesentlichen gleich bleiben. Wir haben aber diese Gelegenheit genutzt, um einige andere Änderungen einzuführen. Zum Beispiel können die Kunden jetzt die Vibrationsköpfe und das Motor bzw. Akkufach separat kaufen. Das heißt, wenn sie bereits eine unserer Power Of Love" Motor bzw. Akkubasen besitzen, brauchen sie beim nächsten Mal nur noch einen der austauschbaren Köpfe zu kaufen. Eine Basis treibt sozusagen alle verschiedenen Köpfe an, was die Kosten halbiert, wenn die Konsumenten mehr als ein LOVE NOT WAR Produkt kaufen.

Wie revolutionär ist euer neues Material? Wird es den Sex Toy Markt 'durchschütteln?'

Will: Ich denke, wir sollten dies eher als Evolution denn als Revolution bezeichnen. Was ich damit meine, ist, dass wir mit NeoSilicone auf den Schultern von Riesen stehen. Das Prinzip gab es schon in der Luft- und Raumfahrtindustrie, wir haben es uns nur ausgeliehen und es... sexy gemacht.

Ihr habt NeoSilicone markenrechtlich geschützt. Wird das alle potentiellen Nachahmer abschrecken?

Will: Dies ist für uns ein schwieriges Dilemma. Einerseits wollen wir, dass dieser Fortschritt dem gesamten Markt zugute kommt und die Qualität in der gesamten Branche verbessert. Für uns ist es am wichtigsten, dass der Kunde ein möglichst angenehmes Erlebnis hat, und wir würden uns freuen, wenn sich diese Innovation weiter verbreiten würde. Andererseits wollen wir aber auch nicht, dass unsere

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

Arbeit von größeren Marken, die von großen Investorengruppen unterstützt werden, ausgenutzt wird. Die Innovation in dieser Branche scheint von unten nach oben zu kommen: unabhängige Marken wie LOVE NOT WAR experimentieren und werfen Dinge gegen die Wand, um zu sehen, was hängen bleibt. Das sollte verteidigt und nicht ausgenutzt werden. Wir hoffen also, dass wir unseren Vorsprung zumindest im Westen noch eine Weile halten können. Aber wie realistisch ist das in einer Branche, die für Plagiate berüchtigt ist? Wer in den letzten Jahren regelmäßig an Sextech-Konferenzen teilgenommen hat, erkennt Trends: 2010 drehte sich alles um Rabbit-Vibratoren. 2014 sah alles wie LELO und imJahr 2018 sah alles wie ein Womanizer aus. Das ist kein Zufall und auch kein 'konvergentes Denken'. Deshalb gibt es in unserer Branche so viele Rechtsstreitigkeiten hinter den Kulissen, und das ist etwas, das wir unbedingt vermeiden wollen.

Werdet ihr euer NeoSilicone nur für eure eigenen Produkt nutzen oder denkt ihr auch darüber nach, das Material weiterzuverkaufen (durch Lizenzvergabe oder dergleichen)?

Will: Im Zusammenhang mit dem oben genannten Wunsch, die Qualität von Silikon in der gesamten Branche zu verbessern, sind wir offen für Gespräche über Möglichkeiten.

Wie wird die Zukunft aussehen in Bezug auf Materialien für Sex Toys? Bleibt die Dominanz des Silikons bestehen? Wie wird sich Silikon weiterentwickeln?

Will: Graphen ist das nächste große Ding in der Sex Toy Indiustrie. Silikon wird immer eine Hauptrolle spielen, aber sobald Graphen kommerziell nutzbar ist, wird es die ganze Welt verändern und damit auch die unsere Industrie. Sie haben es hier von mir zuerst gehört!

Iconic Redefined.

Der Blick in die Zukunft von pjur.

pjur®

Feel the Real.

Weltpremiere auf der eroFame (Stand #40)

Jetzt Termin vereinbaren! sales@pjur.com

223-08-019

„Ein gutes Anal Toy berücksichtigt sowohl die Sicherheit als auch das Vergnügen bei der Benutzung."

We-Vibe präsentiert Ditto+

Elisabeth Neumann, Sexologin und Head of User Testing der Lovehoney Group

Elisabeth Neumann, Sexologin und Head of User Testing der Lovehoney Group, spricht in diesem Interview über Ditto+, We-Vibes neues Anal Toy, sowie über das große und weiterhin steigende Interesse der Konsumenten an dieser Produktkategorie und den damit einhergehenden Anforderungen an die Produktentwicklung.

Ist Ditto+ eure Antwort auf das stetig wachsende Interesse an Toys für den analen Gebrauch?

Elisabeth Neumann: Ditto+ wurde gezielt für Einsteiger:innen entwickelt, die Interesse daran haben, anale Stimulation auszuprobieren. Ditto+ ist für die Benutzung allein und mit anderen geeignet. Als Spielzeug für Paare stellt Ditto+ eine ideale Möglichkeit dar, gemeinsam neue erogene Bereiche und Empfindungen zu erkunden, was die intimen Momente auf eine völlig neue Ebene heben kann. Dabei sind ein neues Spielzeug und die Entdeckung einer neuen erogenen Zone eine aufregende Möglichkeit, die Intimität und Kommunikation als Paar zu vertiefen.

Woher stammt dieses Interesse? Was hat dazu geführt, dass die Menschen Anal Toys heute so offen gegenüberstehen?

Elisabeth Neumann: Es ist wichtig zu betonen, dass jeder individuell ist, die Gründe für das Interesse an analen Spielzeugen können stark variieren. Aber einige Einflussfaktoren lassen sich ausmachen: Viele Menschen sind ganz einfach neugierig, ihre eigene Sexualität zu erkunden und neue Arten von Lust und Empfindungen zu entdecken. Anal-Stimu-lation kann für einige eine aufregende und unerforschte Möglichkeit sein, dies zu tun. Es gibt mittlerweile eine gewisse gesellschaftliche Offenheit, dass die eigene Sexualität eine Ressource für Gesundheit und Wohlbefinden sein kann. Zudem wurde anale Stimulation ebenso wie viele andere sexuelle Praktiken normalisiert und in den Mainstream getragen. Damit ist es Menschen möglich, ein Interesse daran zu entwickeln und dem auch nachzugehen. Ähnliches ist in den 60er-Jahren mit Oralverkehr geschehen: Damals galt es als absolutes Tabu, die Genitalien mit der Zunge zu stimulieren, heute ist es eine von vielen Optionen, die Menschen ganz selbstverständlich ausprobieren und dann in ihr sexuelles Repertoire aufnehmen, wenn es ihnen gefällt. Wichtig ist zu betonen, dass das nicht bedeutet, dass sich irgendjemand zur analen Stimulation gedrängt fühlen soll, weil es populärer wird. Weiterhin gilt: Alle sollen das tun, was sich körperlich und emotional gut anfühlt.

Dieses Interesse spiegelt sich auch in der Produktwelt unseres Marktes wider, denn es gibt kaum einen Marktteilnehmer, der keine Anal Toys herstellt, distribuiert oder verkauft. Was aber macht ein Anal Toy zu einem guten Anal Toy?

Elisabeth Neumann: Ein gutes Anal Toy berücksichtigt sowohl die Sicherheit als auch das Vergnügen bei der Benutzung. Sicherheit hat dabei die höchste Priorität! Das Design muss unbedingt so gestaltet werden, dass es keinerlei Risiko gibt, dass das Toy in den Körper hineinrutschen kann. Ohne zu detailliert zu werden ist es wichtig, die Anatomie des Anus zu verstehen. Der innere Schließmuskel arbeitet unwillkürlich, d.h. wir können diesen nicht bewusst steuern. Bei einem Anal Toy ohne flachen Abschluss besteht daher das Risiko, dass es in den Körper rutscht bzw. durch den inneren Schließmuskel fast schon “hineingezogen” wird. Zudem sollte ein gutes Produkt aus körpersicheren und hautfreundlichen Materialien hergestellt sein, die frei von schädlichen Chemikalien und Allergenen sind.

Die Form sollte harmonisch zur Anatomie des Anus und Rektums gestaltet werden. Für hochwertige Produkte ist es heutzutage elementar, die Anatomie zu verstehen, bevor wir in die Produktentwicklung gehen. Auch die Größe eines Anal Toys ist wichtig. Welche Größe bevorzugt wird, bestimmt die Erfahrung und der gewünschte Effekt. Anfänger:innen sollten mit einem kleineren, schlanken Toy wie Ditto+ starten. Zuletzt sollte ein Anal Toy leicht zu reinigen und hygienisch zu lagern sein.

Mit Ditto+ sprecht ihr vor allem Neueinsteiger ein, also die Konsumenten, die mit analer Stimulation noch keine oder nur wenig Erfahrung gemacht haben. Wie groß ist die Zielgruppe?

Elisabeth Neumann: Eine genaue Größe zu nennen ist schwierig, da es sich hier um eine sehr fluide Zielgruppe handelt. Fakt ist, dass anale Stimulation, insbesondere bei heterosexuellen Männern, noch stark stigmatisiert ist. Gerade wenn wir uns sehr stereotype Geschlechterrollen anschauen, in der heterosexuelle Männlichkeit oft mit Dominanz, Härte und Aktivität assoziiert wird. Einigen Menschen lehnen es ab, anale Sti-mulation zu erleben, weil sie diese mit schwulen Männern in Verbindung bringen. Dieser Abwehrprozess ist Ausdruck der Homophobie und Männlichkeitsbildern, die in unserer Gesellschaft immer noch stark verbreitet sind. Damit soll nicht gesagt werden, dass alle Menschen anale Stimulation praktizieren müssen, um inklusiv zu sein! Es ist aber ein wertvoller Gedankenanstoß, das 'Warum' der eigenen Gefühle zu reflektieren.

Um Stigmatisierungen zu begegnen, sollte das Potential des Anus für Lust und Erregung thematisiert werden, unabhängig von den Vorurteilen und Stigmatisierungen, die ihn tabuisieren. Offene, ehrliche und vorurteilsfreie Informationen über Anatomie und sichere Sexualpraktiken sollten ein fester Bestandteil der sexuellen Bildung und Gesundheitsvorsorge sein, unabhängig von sexueller Identität der Zielgruppe. Auch dabei können Sex Toys sehr gut unterstützen.

Welche Ansprüche stellt diese Zielgruppe an euch bzw. an euer Toys? Ist nur die Größe des Toys ausschlaggebend, wenn es um Neueinsteiger in das Thema Anal Play geht?

Elisabeth Neumann: Die Ansprüche der Zielgruppe, die Neueinsteiger im Bereich

LET'S JUST PLAY.

ORION WHOLESALE

ORIGINAL 11 SEHR GUT 2022 dermatest

dermatest-garantie.de

JUST PLAY

MADE IN GERMANY

JETZT BESTELLEN!

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2308-022

des Anal Play sind, können vielfältig sein und gehen über die reine Größe des Toys hinaus. Während die Größe des Toys wichtig sein kann, ist es noch wichtiger, dass das Toy eine runde und schmale Spitze für eine sanfte und bequeme Einführung hat. Neueinsteiger möchten oft mit kleineren Größen beginnen, um sich an die Sensation zu gewöhnen. Ein gewisses Maß an Flexibilität oder Weichheit kann das Einführen und Tragen angenehmer machen, insbesondere für Menschen ohne Erfahrung in dieser Art von Stimulation. Aber auch eine diskrete Verpackung und ein freundliches Aussehen des Toys können wichtig sein, um mögliche Schamgefühle oder Unsicherheiten bei Neueinsteigern zu minimieren.

We-Vibe ist als Marke für Pärchen-Toys weltweit bekannt. Lassen sich die Markenwerte eins zu eins in die Produktkategorie Anal Toys transportieren? Oder anders gefragt: wie viel We-Vibe kann in Anal Toys umgesetzt werden?

Elisabeth Neumann: We-Vibe steht für Qualität, Innovation und Intimität - diese Werte lassen sich so innerhalb verschiedener Produktkategorien eins zu eins übertragen. Meiner Meinung nach darf man das gar nicht so differenziert betrachten. Klar, Anal-Toys könnten spezifische Bedürfnisse und Vorlieben von Individuen ansprechen, sie können aber auch im partnerschaftlichen Spiel integriert werden.

Mit welchen weiteren Features weiß Ditto+ zu überzeugen?

Elisabeth Neumann: Dank der einzigartigen Form passt sich Ditto+ den natürlichen Konturen des Körpers an sorgt für höchsten Komfort. Die glatte Silikonoberfläche fühlt sich großartig auf der Haut an und ist extrem leicht zu reinigen. Darüber hinaus ist Ditto+ 100% wasserdicht und kann somit überall eingesetzt werden. Das Toy verfügt über 10 verschiedene Vibrationsmodi, die für viel Abwechslung sorgen. Ditto+ kann sowohl via Fernbedienung als auch mit der We Vibe App gesteuert werden, was die Flexibilität in der Anwendung deutlich erhöht.

Gibt es bei euch Überlegungen, weitere Anal Toys zu entwickeln und auf den Markt zu bringen?

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

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

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

Neu bei ST RUBBER im Sortiment!

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

Elisabeth Neumann: Wir sind mit Vector+ und Ditto+ derzeit super aufgestellt und bieten für verschiedene Erfahrungsstufen und Wünsche an ein Toy schon ein tolles Spektrum. Wir beobachten den Trend zur analen Exploration in der Gesellschaft genau, und sehen großes Potential für Innovationen und eine Erweiterung unseres Portfolios. In unserem Innovation-Lab in Berlin verfolgen wir einige vielversprechende Ideen, zum aktuellen Zeitpunkt können wir aber noch nicht mehr verraten.

Es folgt der obligatorische Blick in die Kristallkugel: wie lange wird der Run auf Amal Toys anhalten? Und welche Entwicklungen und Technologien sind in dieser Produktkategorie noch möglich?

Elisabeth Neumann: Es ist wichtig zu beachten, dass Entwicklungen in der Sexspielzeugbranche von einer Kombination aus Technologie, Benutzerfeedback, Trends und gesellschaftlichen Veränderungen beeinflusst werden. Es bleibt spannend zu sehen, wie sich die Produktkategorie der Anal Toys weiterentwickeln wird, um den Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher gerecht zu werden. Verallgemeinert lässt ich aber sicherlich sagen, dass Anal Toys in der Zukunft noch stärker an die individuellen Körperformen und -bedürfnisse angepasst werden, um maximalen Komfort und Vergnügen zu gewährleisten. Zudem denke ich, dass der Trend sich weiter festigen und so schnell nicht verschwinden wird. Anale Stimulation wird sich als fester Bestandteil des breiten Angebots an sexuellen Spiel- und Entdeckungsarten etablieren.

Get Real
by TOYJOY
The Manhandler
10136
TOYJOY Get Real
The Manhandler
RRP: €35,99
35CM
Also available in light skin tone!
WWW.SCALA-NL.COM
SALES@SCALA-NL.COM
+31 (0)24 202 2390
SCALA

LELO

orgasmic revelation

ENIGMA Wave™

triple stimulation massager

We invite you to gaze upon ENIGMA Wave™, our latest action-packed triple stimulation massager from the ENIGMA™ range. But what separates it from other devices is the introduction of a signature WaveMotion™ technology that mimics the finger-massage motion on the insertable tail of the device for mesmerizing G-spot stimulation. With eight powerful pleasure settings and an updated design, ENIGMA Wave™ is the go-to pleasure device for those looking for unparalleled triple stimulation.

THREE MOTORS FOR TRIPLE PLEASURE

Three powerful motors offer an all-encompassing sensation inside and out.

WAVEMOTION™ TECHNOLOGY

ENIGMA Wave™ moves like a subtle wave, fusing satisfying inner stimulation with teasingly fun, deep sensations.

SENSONIC™ TECHNOLOGY

Without making direct contact, ENIGMA Wave™ sonic waves offer fast yet gentle clitoral stimulation for immense pleasure.

ERGONOMIC INTERNAL STIMULATOR

Fully flexible stimulator with ultra-powerful vibrations that offer stimulation of the G-spot.

Retailers interested in stocking LELO products are invited to contact **sales@lelo.com**

www.lelo.com

„Wir glauben, dass sexuelles Vergnügen für jeden zugänglich sein sollte."

iroha feiert das zehnjährige Jubiläum

Ikenna Lewis-Miller, PR & Marketing Director TENGA

Ikenna Lewis-Miller, PR & Marketing Director von TENGA, blickt in diesem Interview auf die Erfolgsgeschichte der Marke iroha zurück, die vor zehn Jahren ihren Anfang nahm. Er erklärt, welche Motivation zur Gründung der Marke geführt hat, wie iroha frischen Wind in den Markt gebracht hat und in kürzester Zeit eine treue Anhängerschaft gewinnen konnte und gibt einen Ausblick, wohin der Weg der Marke geht.

Was TENGA vor zehn Jahren dazu bewogen, mit iroha eine Marke für Frauen zu entwickeln?

Ikenna Lewis-Miller: Durch unseren Erfolg mit TENGA haben wir eine Reihe von Beobachtungen gemacht, sowohl im Inland als auch weltweit. Erstens war die weibliche Sexualität in Japan zu dieser Zeit immer noch ein selten diskutiertes Thema. Über sexuelles Vergnügen wurde nicht offen gesprochen, und Sex Toys, die für den Gebrauch an der Vulva, der Klitoris oder der Vagina entwickelt wurden, waren 'Produkte, die von Männern hergestellt wurden und die Männer kauften, um sie an Frauen

anzuwenden'. iroha wurde als Marke gegründet, um Frauen dabei zu unterstützen, ihre eigene Sexualität zu erforschen und zu verstehen, mit Produkten, die von einem Team von Frauen entwickelt wurden, natürlich zum Vergnügen, aber auch, um ergonomischer zu sein, wie z.B. leichter zu drückende Knöpfe, unser berühmtes Anti-Staub-Silikon für Sauberkeit oder Möglichkeiten, um zu verhindern, dass die Hände von der Vibration taub werden... und das alles unter Wahrung eines oft gewünschten Maßes an Diskretion.

Weltweit haben wir auch festgestellt, dass es einen Trend hin zu kräftigen und sehr leistungsstarken Produkten gibt, die sich auf die Jagd nach dem Orgasmus konzentrieren. Das ist zwar großartig, aber wir haben auch verstanden, dass es Menschen gibt, die sich noch nicht so gut mit Sex Toys auskennen oder die ein höheres Maß an Sensibilität haben, was nicht berücksichtigt wird, so dass sie ihre Bedürfnisse mit minderwertigen Produkten befriedigen müssen.

Wir verstehen die Bedeutung von sexuellem Vergnügen, und iroha unterstützt Frauen mit der Botschaft, dass Selbstvergnügen völlig normal ist und nichts ist, wofür man sich schämen muss. iroha will eine Marke sein, die mit ihren Nutzern wächst und diejenigen unterstützt, die vielleicht noch kein klares Verständnis oder eine Antwort auf ihre eigene Sexualität haben.

Wie haben Industrie, Handel und Konsumenten diesen Schritt damals aufgenommen?

Ikenna: Wir haben festgestellt, dass iroha für viele Menschen etwas Neues und Frisches darstellte, das sich von dem Luxus-Premium-Stil der frühen 2000er-Jahre entfernte (man denke nur an die vielen Designs in Schwarz, Lila und Gold) und als Designkonzept hatten wir von Anfang an eine Menge Fans.
Während die meisten westlichen Märkte eine unglaubliche Vielfalt an Geschlechtern und sexuellen Vorlieben aufweisen, wurde die Erotikindustrie überwiegend von Männern geführt, die wichtige Entscheidungen darüber trafen, 'was Frauen in Bezug auf Vergnügen suchen', was nicht immer mit der Realität übereinstimmte.
iroha wurde geschaffen, um das Vergnügen für ein breites Spektrum von Menschen neu zu definieren, egal ob sie erfahren oder unerfahren in der Verwendung von Sex Toys sind, ein diskretes Produkt zum Einführen oder einen stärkeren Klitorisvibrator suchen, der ihre Hände

MIDORI, YUKI und SAKURA kommen zum Jubiläum in optimierten Versionen auf den Markt

nicht taub macht. Unsere Fans haben das, wofür die Marke steht, voll und ganz angenommen, und wir haben viele Fans auf der ganzen Welt, die sich in die von uns angebotenen Produkte verliebt haben.

Sind eure Erwartungen in Bezug auf iroha erfüllt worden?

Ikenna: Wir sind sehr zufrieden damit, wie iroha aufgenommen wurde, aber es liegt noch ein langer Weg vor iroha, um die Mission zu verwirklichen, das sexuelle Vergnügen neu zu definieren. Für das Unternehmen TENGA lag der Fokus im Westen in den letzten Jahren auf der Entwicklung eines soliden Fundaments für unsere Marke TENGA, vor allem durch unsere bahnbrechende PR-Arbeit, die den Markt für Sex Toys für den Mann in den USA und Europa wirklich geöffnet hat. Mit dieser soliden Grundlage bereiten wir nun unsere nächsten großen Schritte vor, indem wir unseren gesamten Katalog von Sexual Wellness Marken über die Marke iroha anbieten.

Es ist bekannt, dass das Angebot an Sex Toys für Frauen riesig ist. Was hat iroha dem Markt Neues gebracht? Was hat iroha, was andere Marken in diesem Marktsegment nicht haben?

Ikenna: iroha ist eine Marke für Sex Toys die mit dem Ziel gegründet wurde, sexuelles Vergnügen neu zu definieren, indem wir Selbstbefriedigung auf die gleiche Weise behandeln wie Selbstpflege. Wir glauben, dass sexuelles Vergnügen für jeden zugänglich sein sollte. Unsere Produkte verkörpern das Bedürfnis der Marke, zugänglich zu sein, Vergnügen zu

Orgie

Dare Yourself.

NEW LUBE TUBE

SEMEN LUBE

Water Based Intimate Gel

SEMEN TEXTURE AND COLOR

LONG LASTING

WATER BASED

LOOKS REAL, FEELS GOOD.

Visit Us At eroFame Booth No 31

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

bereiten und eine intime Berührung für unsere Nutzer zu bieten. Darüber hinaus haben wir neuartige Methoden gefunden, um ein bahnbrechendes Soft-Touch-Silikon zu schaffen, das für diejenigen, die das harte Äußere anderer Produktenicht mögen, weich wie ein Marshmallow ist und gleichzeitig Staub und Fusseln wie von Zauberhand abweist.

Die Liebe zum Detail, die wir bei den iroha Marken an den Tag legen, hebt die Marke von ihren Mitbewerbern ab. Die Knöpfe sind für alle Benutzer leicht zu drücken (z. B. wenn sie längere Fingernägel haben), und das Silikon bleibt nicht an den Körperhaaren hängen wie herkömmliches Silikon. Wir haben auch Produkte wie den iroha temari, der unseren bisher stärksten Vibrator enthält und in einem Gehäuse untergebracht ist, das die Übertragung der Vibrationen auf den Halter reduziert. In die Entwicklung, das Prototyping, das Testen und die Herstellung dieser Produkte ist eine Menge Forschungs- und Entwicklungsarbeit geflossen.

We viele und was für Produkte finden sich gegenwärtig in der Marke?

Ikenna: Während sich unser Angebot je nach Region unterscheidet, haben wir in Europa derzeit 37 Artikel aus 13 Produktserien im Angebot, die von batteriebetriebenen Klitorisvibratoren über wiederaufladbare Vibratoren zum Einführen bis hin zu Cockrings für Pärchen und unserem neuen pflanzlichen, nicht vibrierenden iroha petit reichen.

Ob das Soft Touch Material, klares ästhetisches Design, moderne Technologien wie zum Beispiel die Haptic Wave Technlogy etc. - spiegelt iroha die Anforderungen der Konsumenten im heutigen Sex Toy Markt wider? Oder setzt eure Marke eher die Standards, denen dann andere folgen?

Ikenna: Das Unternehmen TENGA verfolgt bei der Produktentwicklung einen starken

RUDE RIDER®

FUN GEAR

T9136

SUCKING AND ROTATING MEN MASTURBATION TOY

UVP € 119,95

Ihr Preis **€ 39,96**

- 7 frequency rotation
- 7 frequency suction
- Waterproof: IPX7
- USB Rechargeable

Material:ABS+TPE
Size: 24,8 x 8cm

Enjoy Life with More Size!

AUTOMATIC PENIS EXTENDER PUMP

- 5 speed adjustsable
- adjustable preasure
- Waterproof:IPX7
- USB Rechargeabl

T9135

Material:ABS+TPE
Size:28.1x6.2cm

UVP € 99,95

Ihr Preis **€ 35,98**

GAYSHOP.COM

wholesale.gayshop.com

We celebrate 20 Years GAYSHOP.COM

Oberau 6
6351 Scheffau - Austria
Email: info@gayshop.com

Ethos der von Menschen geleiteten Produktentwicklung. Das heißt, es sollte etwas sein, das jemand will, ohne aber genau zu wissen, was er wirklich will. Dies ist wichtig, wenn man bedenkt, dass das Ziel von iroha nicht auf die derzeitigen Nutzer von Sex Toys beschränkt ist, sondern auf Frauen insgesamt. Für die Schaffung eines innovativen und "neuen" Produkts ist also eine Menge "out-of-the-box"-Denken erforderlich. Wir sind der Meinung, dass unsere Produkte auch eine "Seele" brauchen in Bezug auf das, was der Produktdesigner in die Welt setzen will. Die Funktionen und das Design sind wichtig, aber es ist die Botschaft, die diese Funktionen und das Design vermitteln, die eine Person wirklich zum Kauf bewegt, und hier spielt die Seele ihre wichtige Rolle.

Zum Jubiläum habt ihr die ersten drei Vibratoren eurer Marke, mit denen damals vor zehn Jahren der Grundstein für iroha gelegt wurde, neu überarbeitet und wiederveröffentlicht. Was kannst du uns dazu sagen?

Ikenna: Als Marke, die mit ihrem Publikum wachsen will, schien es uns richtig, unsere Kollektion von drei Luxusvibratoren 10 Jahre nach ihrer Einführung zu erneuern. Die Erneuerung von iroha YUKI, iroha MIDORI und iroha SAKURA bleibt unserem Ziel treu, Funktionalität mit Design zu verbinden. Wir haben auch dafür gesorgt, dass die Artikel den Nutzern Freude bereiten und gleichzeitig alle Details enthalten, die in die ursprüngliche Serie eingeflossen sind, wie z. B. unser charakteristisches Soft-Touch-Silikon. Die neue Serie bietet jedoch natürlich neue Updates wie mehr Vibrationsoptionen, einfachere Handhabung und ist vollständig wasserdicht. Auch die Verpackung ist nicht mehr so plastiklastig und enthält keine unnötigen Teile mehr (obwohl wir aus hygienischen Gründen einige Plastikteile haben

TABOOM

DONA

17307
Peacock Tickler
RRP: €24,99

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

SCALA

müssen). Eine nette kleine Anpassung, die wir aufgrund von Kundenfeedback vorgenommen haben, ist der iroha MIDORI, bei dem der 'Kopf' jetzt ein wenig mehr nach oben zeigt, um eine engere Passform zu erreichen und mehr Vergnügen bei der Benutzung zu bieten.

Kannst du etwas über eure weiteren Pläne verraten, die ihr mit iroha habt? Sind zum Beispiel neue Produkte in Planung?

Ikenna: Ich kann zwar noch keine Zeitangaben zu unseren weltweiten Markteinführungen machen, aber so wie TENGA mit TENGA Healthcare von sexuellem Vergnügen zu sexueller Gesundheit expandierte, ist die Marke iroha in Asien jetzt viel mehr als nur eine Marke für Sex Tyos, und wir wollen in Zukunft eine ganze Palette von Femcare-Produkten und -Dienstleistungen anbieten. Dies beginnt mit der Ausweitung unserer Kosmetik- und Hygieneprodukte von der Marke iroha intimate care, die wir in Asien anbieten, auf den Westen und wird schließlich das gesamte Spektrum der Femcare-Bedürfnisse von PMS, Fruchtbarkeit, Menopause und mehr umfassen.
Für Europa und den Westen ist iroha mai gerade auf den Markt gekommen, und wir planen, in der zweiten Jahreshälfte einige neue Produkte auf den Markt zu bringen, die eine neue Art der Vibration darstellen. Wir planen auch eine viel stärkere Präsenz im Westen, und ich freue mich darauf, sie in naher Zukunft neuen und alten Kunden vorzustellen!

bathmate®
JUST ADD WATER

RISE & SHINE

GET BIGGER. STAY HARDER. LAST LONGER.

THE WORLD'S #1 MALE ENHANCEMENT DEVICE.

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

@bathmate

„Wir wollen nsere internationale Präsenz weiter ausbauen."

Davey Ottema, Senior International Account Manager von ONE-DC, im Interview

Davey Ottema, Senior International Account Manager von ONE-DC

Im Bestreben, die internationale Präsenz weiter auszubauen, hat ONE-DC in letzter Zeit wichtige Schritte unternommen – vor allem in den starken Märkten USA und Australien. Eline hat mit Davey Ottema, Senior International Account Manager von ONE-DC, gesprochen, um mehr über die Expansionsstrategie zu erfahren.

In den letzten Monaten hat ONE-DC die internationale Expansion vorangetrieben und neue Partnerschaften in den USA sowie in Australien abschließen. Bringst du uns bitte auf den neuesten Stand?

Davey Ottema: In den letzten Monaten hat ONE-DC seine globale Präsenz durch neue Partnerschaften sowohl in den USA als auch in Australien ausgebaut. In den Vereinigten Staaten haben wir mit Entrenue und Nalpac zusammengearbeitet, um ihnen die Exklusivität für den Vertrieb der Rosy Gold Produkte zu geben. Außerdem haben wir durch unsere Partnerschaft mit Eldorado dafür gesorgt, dass sie die Exklusivrechte für die Produktlinien LoveBoxxx und Bloom erhalten. Auf der anderen

Seite des Ozeans, in Australien, hat unsere Zusammenarbeit mit AAPD dazu geführt, dass unsere Produktreihen Bloom, BUTTR und Rosy Gold auf dem australischen Markt erhältlich sind.

Wie viel Potential bieten die angesprochenen Märkte für ONE-DC bzw. die Eigenmarken von ONE-DC?

Davey: Die erwähnten Märkte in den Vereinigten Staaten und in Australien bieten ein erhebliches Potenzial für ONE-DC und unsere eigenen Marken. Angesichts der schieren Größe und Bevölkerung dieser Märkte sind die Chancen beträchtlich. Die Ausschöpfung dieses Potenzials hängt jedoch von der Umsetzung geeigneter Strategien für jede Marke ab. Es ist unerlässlich, die Rentabilität jeder Marke auf diesen Märkten zu ermitteln. Dazu gehört die Identifizierung der Vertriebskanäle, die die Marke effektiv positionieren können, die Bestimmung der optimalen Preispunkte, um hohe Verkaufszahlen zu erzielen, und die Formulierung von Marketingstrategien, die die Markenbekanntheit und -bindung erhöhen. Der Erfolg auf diesen Märkten hängt von unserer Fähigkeit ab, unseren Ansatz auf die einzigartigen Stärken und die Marktdynamik jeder Marke abzustimmen.

Wenn es um die Herausforderungen bei internationaler Expansion geht, werden immer kulturelle Unterschiede genannt. Diese dürften im Falle Australiens und der USA weniger gravierend sein. Was aber sind die Herausforderungen für ONE-DC bei der Expansion in Länder der westlichen Welt?

Davey: Auch wenn die kulturellen Unterschiede in westlichen Ländern wie Australien und den USA weniger ausgeprägt sind, stellt die internationale Expansion für ONE-DC dennoch eine Herausforderung dar. Dazu gehören das Navigieren durch den Wettbewerb, die Anpassung an unterschiedliche Vorschriften, die Anpassung des Markenauftritts an die lokalen Gegebenheiten und die Auswahl der richtigen Vertriebskanäle. Auch die Anpassung an das unterschiedliche Verbraucherverhalten, die Feinabstimmung der Marketingstrategien, das Management der operativen Logistik und der Aufbau lokaler Partnerschaften sind wichtige Aspekte. Insgesamt ist ein durchdachtes und strategisches Vorgehen auch in vertrauten Märkten unerlässlich, um eine erfolgreiche Expansion zu gewährleisten.

Wo wir gerade bei kulturellen Unterschieden sind… sind alle eure Eigenmarken dahingehend konzipiert und entwickelt,

dass sie international vermarktet werden können oder gibt es Ausnahmen, weil sie nur den europäischen Geschmack ansprechen?

Davey: Unser Ansatz besteht darin, alle unsere Marken mit dem Ziel einer erfolgreichen globalen Vermarktung zu entwerfen und zu entwickeln. Obwohl wir die kulturellen Unterschiede anerkennen, sind unsere Marken so konzipiert, dass sie diese Grenzen überwinden. Unser Schwerpunkt liegt auf der Einführung innovativer Konzepte und bemerkenswerter Designs, die ein breites Publikum in verschiedenen Ländern ansprechen und begeistern. Dennoch haben wir bei einem Besuch in Geschäften in den USA vor zwei Jahren wertvolle Erkenntnisse gewonnen. Diese Beobachtungen veranlassten uns, unsere Verpackungen zu verbessern, insbesondere im Hinblick auf den stationären Einzelhandel. Wir haben diese Erkenntnisse schnell umgesetzt und dafür gesorgt, dass unsere Produkte gut auf die verschiedenen Marktdynamiken und Kundenpräferenzen, einschließlich der spezifischen des US-Marktes, abgestimmt sind. Dieser anpassungsfähige Ansatz unterstreicht unser Engagement, Produkte zu liefern, die nicht nur auf globaler Ebene, sondern auch in unterschiedlichen regionalen Kontexten hervorragend funktionieren.

Nach welchen Kriterien geht ONE-DC auf der Suche nach Distributoren vor?

Davey: Das Auswahlverfahren von ONE-DC für Vertriebspartner basiert auf mehreren Schlüsselkriterien. Wir bevorzugen Partner mit einem guten Ruf auf dem Markt und einer breiten Präsenz, die oft durch das Feedback von Einzelhändlern und die Teilnahme an internationalen Fachmessen gemessen wird. Die Fähigkeit, den gesamten Markt effektiv abzudecken, ist entscheidend, um sicherzustellen, dass unsere Marken ihr Zielpublikum umfassend erreichen. Darüber hinaus bewerten wir die Marketing- und Vertriebskapazitäten der Distributoren, um ihren potenziellen Beitrag zur Langlebigkeit unserer Marken zu ermitteln. Wir streben einen vielfältigen Kundenstamm an, insbesondere im Rahmen von Exklusivverträgen, die verschiedene Einzelhandelskanäle umfassen. Wir schätzen Distributoren, die den Einzelhändlern eine solide Unterstützung und Schulung bieten, um eine effektive Produktpräsentation und den Verkauf sicherzustellen. Dieser sorgfältige

BLACK FRIDAY
KANN KOMMEN

ORION WHOLESALE

we VIBE

10 %

GÜLTIG VOM
01.09. – 30.09.2023

MELT
0553450
0596760

SYNC LITE
5402212
5402204

SYNC
5401291
5401283
5401275

JIVE
0591890

JETZT AUFSTOCKEN!

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2307-111

Ansatz ermöglicht es uns, erfolgreiche Partnerschaften zu schmieden, die die internationale Marktpräsenz unserer Marke fördern.

Ende Januar 2022 hat ONE-DC ein Lager in den USA eröffnet. Es wäre also leicht möglich, den Einzelhandel direkt zu beliefern. Warum arbeitet ihr dennoch mit Distributoren zusammen?

Davey: Es stimmt zwar, dass wir im Januar 2022 ein Lager in den USA eingerichtet haben, aber es dient in erster Linie dazu, die Importprozesse zu straffen und effiziente Vorlaufzeiten für die Distributoren zu gewährleisten. Die Entscheidung zwischen der direkten Zusammenarbeit mit Einzelhändlern und der Nutzung von Distributoren ist eine strategische Entscheidung, die jeweils ihre Vor- und Nachteile hat. Unsere Entscheidung hängt davon ab, ob sie mit unseren übergreifenden Zielen übereinstimmt.
Für den US-Markt haben wir uns aus mehreren Gründen einen auf Distributoren orientierten Ansatz entschieden. Dazu gehören die größere Reichweite und Abdeckung, die Distributoren bieten können, die Kosteneffizienz, ihre Marktkenntnis und die Einsparung von Ressourcen. In Anbetracht der Herausforderungen, die mit der Aufrechterhaltung einer lokalen Präsenz von Europa aus und dem Umgang mit Zeitzonenunterschieden verbunden sind, erweist sich die Zusammenarbeit mit Distribitoren als die praktischere Wahl, um eine optimale Marktdurchdringung und einen effektiven Betrieb zu gewährleisten.

Sowohl mit Australasian Adult Product Distributors als auch mit Eldorado setzt ihr auf exklusive Distributionsabkommen. Warum diese Strategie?

Davey: Die Strategie, Exklusivvertriebsvereinbarungen sowohl mit Australasian Adult Product Distributors als auch mit Eldorado zu schließen, beruht auf mehreren Vorteilen, die dieser Ansatz bietet. Ein bedeutender Vorteil ist das verstärkte Engagement und die konzentrierten Bemühungen, die ein Exklusivdistiributor in der Regel investiert. Dieses verstärkte Engagement kann zu einer effektiveren Vertretung der Marke und zu höheren Umsätzen führen. Darüber hinaus ermöglicht uns die Entscheidung für den Exklusivvertrieb eine größere Kontrolle

XTRM
Wholesale
High-quality Made in Austria
Pump up to the limit
XTRM.net
We are again on Erofame 2023
POPPERS * BDSM * SNFFR * FETISH * GASMASK

über den Ruf der Marke auf dem Markt. Diese Kontrolle ist für die Aufrechterhaltung einer konsistenten Markenbotschaft, die Gewährleistung eines Premium-Images und die Anpassung der Markenwerte an die Kundenwahrnehmung von wesentlicher Bedeutung. Die Strategie des Exklusivvertriebs stärkt nicht nur das Engagement und den Fokus, sondern gibt uns auch die Möglichkeit, den Ruf der Marke zu schützen, was zu einem strategischeren und kontrollierteren Markenwachstum führt.

Wie unterstützt ONE-DC seine internationalen Distributionspartner?

Davey: ONE-DC bietet seinen internationalen Vertriebspartnern durch einen vielseitigen Ansatz eine solide Unterstützung. Dazu gehört die Bereitstellung von Mustern und Testern sowie von POS-Materialien, mit denen die Partner das Design und die Qualität der Produkte optimal präsentieren können. Dies hilft nicht nur bei der Präsentation in den Geschäften, sondern auch bei der Überzeugung der Verbraucher.
Wir arbeiten an gemeinsamen Marketingkampagnen über verschiedene Kanäle, wie z. B. Website-Banner, Social-Media-Videos und Anzeigen in Fachzeitschriften. Darüber hinaus sorgen wir für eine umfassende Schulung der Mitarbeiter, die den Partnern ein umfassendes Wissen über die Funktionen der Produkte und vor allem über die Botschaft der Marke vermitteln. Und schließlich organisieren wir bei Veranstaltungen und Messen Specials, um das Engagement der Partner zu erhöhen und die Sichtbarkeit und Reichweite der Marke zu steigern. Im Wesentlichen befähigt unsere umfassende Unterstützung die Vertriebspartner zu einer effektiven Markenvertretung und erfolgreichen Marktdurchdringung.

Ist damit zu rechnen, dass ihr in naher Zukunft weitere Partnerschaften im Zuge eurer internationalen Expansion verkünden werdet?

Davey: Jeder kann sicher sein, dass wir in naher Zukunft weitere Partnerschaften eingehen werden. Wir wollen nsere internationale Präsenz weiter ausbauen.

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

Xoroon

11101
Couples
Foreplay
Enhancer
RRP: €54,99

11102
Couples
Stimulator Ring
RRP: €44,99

11103
Couples
Vibrator Ring
RRP: €49,99

11105
Celestial Love
RRP: €74,99

11107
Bound Love
RRP: €64,99

11104
Eternal Love
RRP: €79,99

11108
Infinite Love
RRP: €49,99

11106
Divine Love
RRP: €64,99

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

SCALA

„SHOTS verändert sich ebenso wie der Markt."

Hein Schouten erklärt SHOTS neue Strategie in Bezug auf Messeteilnahmen

Hein Schouten, CEO SHOTS Europe

SHOTS wird die nächsten Jahre einer Strategie folgen, die vorsieht, dass das Unternehmen jährlich zwischen einer eigenen Veranstaltung und einer Messe eines Drittanbieters wechselt. Da SHOTS dieses Jahr bereits mit 'SHOTS Goes Wild' eine eigene Veranstaltung durchgeführt hat, wird das Unternehmen nicht auf der ero-Fame 2023 ausstellen. Nächstes Jahr wird sich SHOTS dann aber wieder als Aussteller auf einer Messe engagieren, um 2025 wiederum eine eigene Veranstaltung durchführen. Über diesen Strategiewechsel hat eLine mit Hein Schouten, Geschäftsführer von SHOTS Europe, gesprochen.

Fangen wir mit einem kurzen Rückblick an: es ist anzunehmen, dass ihr mit eurem 'SHOTS Goes Wild' Event Ende Mail mehr als zufrieden gewesen seid?

Hein Schouten: Ja, das waren wir. Es kam alles zusammen und die Reaktionen sowohl unserer Kunden als auch der teilnehmenden Marken waren überwältigend. Sie bestätigten, akzeptierten

und schätzten die neue Strategie von SHOTS. Die einzigartige Location war natürlich fantastisch, aber auch die Zeit, die wir hatten, um die Marken zu repräsentieren, Zeit mit den Kunden zu verbringen, Spaß zu haben, aber auch Produkte und Marken besser zu verstehen, war so wertvoll und wurde von allen hoch geschätzt. Also ja, es war ein großer Erfolg… ein riesiger Erfolg.

Nun habt ihr vor Kurzem eure neue Strategie in Bezug auf Messen bekannt gegeben. Kannst du unseren Lesern erläutern, wie diese Strategie genau aussieht?

Hein: SHOTS verändert sich ebenso wie der Markt. Veränderungen sind manchmal beängstigend, meist aufregend, aber ebenso oft notwendig, um an der Spitze des Wetbbewerbs zu bleiben und sich weiterzuentwickeln. Wir wollen näher an den Kunden sein und Zeit mit ihnen verbringen, in ihren oder unserem Büro, und stundenlang mit unserem Vertriebs- und Marketingteam zusammen mit dem Einkaufs- und Marketingteam der Kunden die Chancen und Möglichkeiten diskutieren, die wir haben und was wir für sie tun können! Wir nehmen uns viel Zeit, um die Geschäfte, Bedürfnisse, und die Wünsche unserer Kunden zu verstehen sowie um unsere Eigenmarken aber auch die Marken unserer Lieferanten noch weiter auszubauen. Dieser Ansatz erfordert Zeit und Ressourcen. Wir konzentrieren uns also auf diese Strategie und können nicht alles machen bzw. mitmachen.

Was waren die Gründe für diesen Schritt?

Hein: Wir wissen, dass wir Magie vollbringen, wenn wir uns mit dem Kunden zusammensetzen und die richtigen Leute am Tisch sitzen haben. Wir haben ein super talentiertes Vertriebs- und Marketingteam, das von einem erstaunlichen Designteam unterstützt wird. Und wenn wir alle Kräfte bündeln, können wir erstaunliche Dinge für den Kunden erschaffen, die nicht nur einfach gut aussehen und gut klingen, sondern auch die Verkaufszahlen auf ein noch höheres Niveau bringen. SHOTS ist ein Powerhouse mit Powermarken, und um dieses Bewusstsein zu schaffen, müssen wir alles tun, was in dem Marktterritorium, in dem unser Kunde zuhause ist, notwendig ist. Die Kunden kennen ihre eigenen Markt und ihr Klientel am besten. Wir kennen die Marken. Zusammen ist das

Gold wert. Aber wir müssen uns erst einmal Zeit nehmen und uns bemühen, zuzuhören, zu diskutieren und dann zu gestalten.

Inwieweit hat auch der Erfolg eurer eigenen Veranstaltungen – vor allem jetzt gerade 'SHOTS Goes Wild' Ende Mai - eine Rolle bei eurer Entscheidung gespielt, eure Strategie in Bezug auf Messen zu verändern? Oder anders gefragt: welche Vorteile seht ihr in eigenen Veranstaltungen in Vergleich zu Messen eines Drittanbieters?

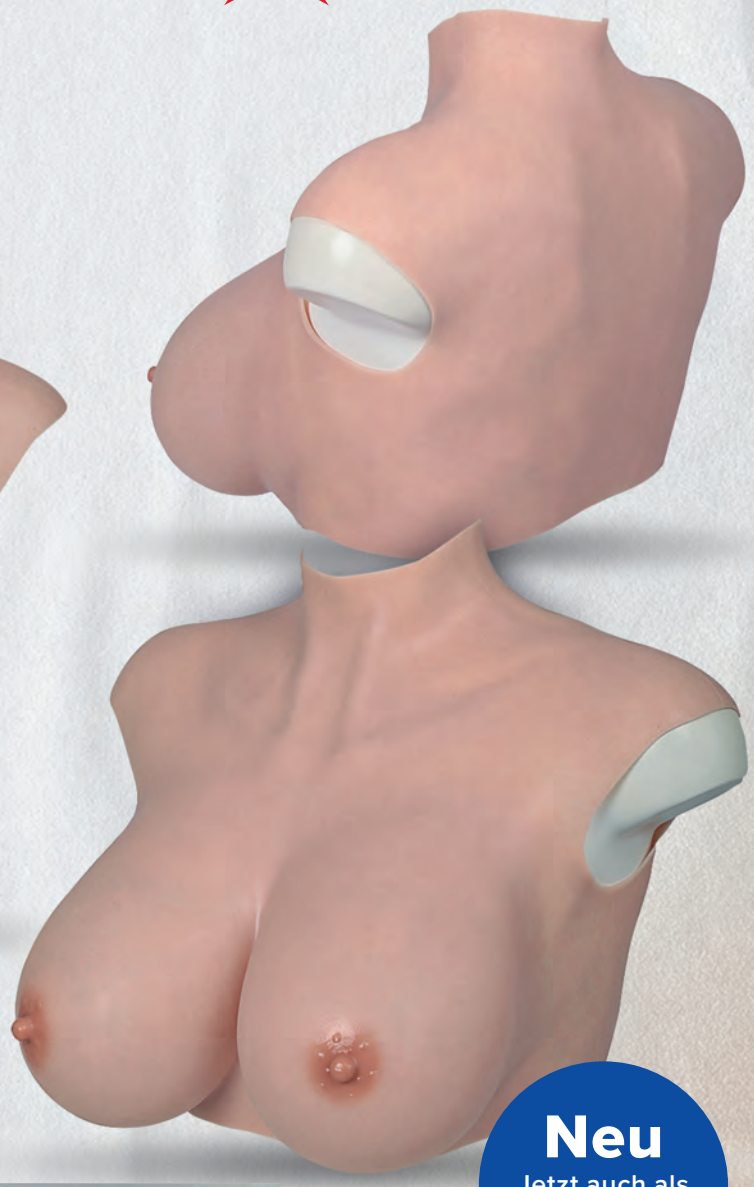
Hein: Die Ergebnisse des 'SHOTS Goes Wild' Events sind eine Bestätigung der Strategie, die wir bereits 2022 festgelegt haben. Wir wollten einfach nur sicher sein, dass wir das, was wir uns vorgestellt haben, auch umsetzen können. Und das haben wir! Wir respektieren weiterhin jede Messe in der Welt. Und wir werden auch in diesem Jahr als Besucher an Messes teilnehmen. Außerdem werden wir einmal in zwei Jahren an einer anderen Messe als unserer eigenen teilnehmen… irgendwo in Europa.

SHOTS hat einen beachtlichen Output an neuen Produkten – sowohl im Bereich der Eigenmarken als auch bei Fremdmarken. Ist eine Veranstaltung – sei es eine eigene oder eine Messe eines Drittanbieters – pro Jahr überhaupt ausreichend?

Hein: Wir werden Qualität statt Quantität herausbringen… Produkte, die Sinn machen. Unser Fokus ist es, ein Vollsortimenter zu sein. Wir brauchen nicht unzählige Vibrator-Marken und eine unbegrenzte Anazahl Bondage-Accessoires, wir werden Produkte in unserer Heldenmarken herausbringen, wenn wir fühlen und hören, dass es eine Nachfrage danach gibt oder etwas in unserem Sortiment fehlt. Das bedeutet Qualität statt Quantität. Wir werden diese Neuerscheinungen entweder auf unserer eigenen Messe oder im anderen Jahr auf der Messe eines Drittanbieters und natürlich über unser Vertriebs- und Marketingteam auf unseren eigenen Plattformen vorstellen.
Im Januar 2024 werden wir eine neue Website einführen, eine komplett neue B2B-Plattform, auf der dann auch

ULTRA REALISTIC BREAST FORM

XX-DREAMSTOYS



Neu	**Ultra Realistic Breast Form Size XL**	37 cm 93,5 cm
	Ultra Realistic Breast Form Size S	40 cm 88 cm
	Ultra Realistic Breast Form Size M	40 cm 89 cm
	Ultra Realistic Breast Form Size L	40 cm 91 cm

Neu
Jetzt auch als XL-Version verfügbar!

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

Neuerscheinungen präsentiert werden. Außerdem bedeutet die neue Strategie, dass unser Vertriebs- und Marketingteam viel mehr unterwegs sein wird. Sie werden dann unsere neuesten Produkte mitbringen. Wenn wir also im Büro des Kunden sind, können wir über aktuelle Vertriebs- und Marketingpläne sprechen, während wir die neuesten Produkte in den Händen halten. Das ist ein effektiver und ansprechender Weg, sowohl für Drittmarken als auch für unsere eigenen.

Als Folge eurer neuen Strategie wird SHOTS dieses Jahr nicht an der eroFame teilnehmen. Nun könnte man argumentieren, dass SHOTS es sich als eines der marktführenden Unternehmen nicht leisten kann, nicht auf der eroFame zu sein. Was entgegnest du?

Hein: Das Ziel ist es, die Kunden zu sehen und sich mit ihnen zusammenzusetzen, um einen Plan zu erstellen und gemeinsam daran zu arbeiten, die Marke / das Geschäft und die Rentabilität aufzubauen. Wir werden dafür sorgen, dass wir dieses Versprechen einhalten können. Das ist unser Ziel: mehr Zeit für unsere Kunden zu haben. Nächstes Jahr werden wir also wieder auf der eroFame sein. Wir sind immer noch überzeugt, dass es eine großartige Möglichkeit ist, einen großen Teil unserer Branche in nur drei Tagen zu sehen. Aber wegen unseres neuen Schwerpunkts können wir nicht alles auf einmal machen. Deshalb haben wir in diesem Jahr in Reisen investiert, um uns mit den Kunden in ihren eigenen Geschäften und Büros zusammenzusetzen, und wir haben unsere eigene Messe - SHOTS Goes Wild - veranstaltet, und im nächsten Jahr werden wir wieder an einer Drittmesse teilnehmen.

Wie haben eure Kunden auf die Ankündigung der neuen Strategie reagiert? Und gab es andere Reaktionen, zum Beispiel von euren Lieferanten, deren Marken ihr ja teilweise exklusiv in Europa vermarktet?

Hein: Für unsere Lieferanten war das keine Überraschung. Sie begleiten den Strategiewechsel schon seit einiger Zeit erkannt und schätzen ihn sehr. Sie sehen auch die Vorteile, wenn ein Distributor

THE MINI SWAN

WAND

swan

BMS FACTORY

INCREMENTAL SPEED CONTROL | SEAMLESS SILICONE | WATERPROOF
USB RECHARGABLE | LONG RUNTIME

sich so für eine Marke engagiert wie wir es tun, wir behandeln ihre Marken sie wie unsere eigenen, mit dem gleichen Zeitaufwand und Engagement für alle. Und es gibt ein großes Vertrauen, das in beide Richtungen geht, eine echte Partnerschaft, und es gibt auch Vertrauen in uns und auch in unsereEntscheidung. Das Gleiche gilt für unsere Kunden. Sie sehen den Wert, wenn wir sie besuchen, und sie sehen den Wert eines maßgeschneiderten Vertriebs- und Marketingplans. Engagement und Konzentration sind etwas, das sehr geschätzt wird, und wir sind froh, dass wir beides bieten können. Es gibt also viel Verständnis dafür, dass wir nicht alles gleichzeitig tun können, um im immer besten Interesse des Kunden zu handeln.

In der Ankündigung eures Strategiewechsels geht es um die Jahre 2023 bis einschließlich 2025. Danach werdet ihr die Situation neu bewerten?

Hein: Wir glauben an diese Strategie, auch wenn die Entscheidung dafür nicht an einem Tag gefällt worden ist. Wir sind zuversichtlich, dass der von uns eingeschlagene Weg unsere Partner, Lieferanten, Kunden und uns auf ein höheres Niveau bringt. Aber in einem sich schnell verändernden Markt wie dem unseren kann man nie gewiss sein. Und auch wenn man einen neuen Kurs einschlägt, sollte man nie vergessen, sich schnell anpassen zu können.

Mit der eroFame und der EroSpain haben wir in Europa nun zwei Messen und dann gibt es noch die Veranstaltungen der Distributoren/Großhändler. Seht ihr die Gefahr, dass das alles zu viel ist und die Veranstaltungen sich kannibalisieren werden?

Hein: Zu viele Veranstaltungen pro Jahr rauben uns zu viel Zeit und Energie, die wir für unsere eigentlichen Ziele brauchen. Die SHOTS Party ist überhaupt nicht neu, wir machen das schon seit über 15 Jahren, also sind die Leute daran gewöhnt und während der Corona-Pandemie haben sie die Party wirklich vermisst. Das Konzept, das wir erstellt haben, ist etwas Spektakuläres, also werden wir es sicher alle zwei Jahre beibehalten. Und dann wählen wir eine andere Messe im anderen Jahr. Eine Entscheidung, die wir mit Blick auf unsere neue Strategie getroffen haben und mit der wir uns sehr wohl fühlen.

Dreamlove
OFFICIAL DISTRIBUTOR

Oninder

THE GLOBAL PLATFORM FOR LONG DISTANCE SEX

Explore a universe of possibilities where every interaction is design to awaken your senses and take you to new levels of pleasure.

Connect with other users, explore and play with new people who share your same interest and desires. Our app is design to create satisfiying experiences for all its users, providing exciting encounters and meaninful connections.

Enjoy delightful experiences with the new ***call and videocall*** systems, sharing pleasure with your long distance partner while you control your favorite Oninder toys, or even theirs!

Play with a wide variety of vibration modes: custom patterns, ambient vibration and even your favorite playlist.

Now with an improve security system to keep all your personal data safe.

What are you waiting for ?
Discover this and more on our website:
wwww.oninder.com

DOWNLOAD NOW

NEW UPDATE
NOW ADDING **VOICECALLS & VIDEOCALLS**

GET IT ON Google Play
Download on the App Store

„Die Nachfrage nach Anal Toys ist uns auf jeden Fall aufgefallen."

Vesta, Onyx and Egon – Je Joue bringt drei neue Butt Plugs auf den Markt

Sophie Manning, Head of Marketing bei Je Joue

Mit drei neuen Produkten erweitert Je Joue das Produktsortiment, um der steigenden Nachfrage nach Anal Toys gerecht zu werden. In einem Interview präsentiert Sophie Manning, Head of Marketing bei Je Joue, die drei neuen Butt Plugs namens Vesta, Onyx und Egon und erklärt das stetig wachsende Verlangen der Konsumenten nach Produkten für den analen Gebrauch.

Hat euch die starke Nachfrage nach Anal Toys bewogen, dieser Produktkategorie vermehr Aufmerksamkeit zu schenken und euer Produktangebot diesbezüglich auszubauen?

Sophie Manning: Die Nachfrage nach Anal Toys ist uns auf jeden Fall aufgefallen. Wir wissen, dass unsere Kunden daran interessiert sind, denn sie haben es uns gesagt. Als inklusive Marke setzen wir uns für alle Arten des sexuellen Vergnügens ein und wollten daher unser Produktangebot diversifizieren, um dies widerzuspiegeln. Unsere Artikel zum Thema Anal gehören zu den meistgelesenen Blog-Inhalten auf unserer Website, so dass wir wissen, dass es ein

deutliches Interesse und eine große Neugierde gibt.

Wie erklärt ihr euch das wachsende Interesse der Konsumenten am Thema Anal Sex?

Sophie: Da die Gesellschaft immer offener wird und bereit ist, über Sexualität zu sprechen, entdecken die Menschen immer mehr Möglichkeiten, ihren Körper zu genießen. Das Analspiel ist völlig geschlechtsneutral, und während es traditionell eher tabuisiert war, wird immer deutlicher, dass es eine echte Neugierde diesbezüglich gibt.

Im Markt tummeln sich unzählige Produkte für den analen Gebrauch. Aber was macht ein Anal Toy zu einem guten und erfolgreichen Anal Toy?

Sophie: Anal Toys müssen von guter Qualität sein und natürlich aus körperverträglichem Silikon gefertigt sein. Anal Toys müssen zudem zweckmäßig sein, das bedeutet, dass man viel Wert auf die Praktikabilität legen muss. Die Form ist wichtig – das Produkt sollte sich leicht einführen lassen, aber auch breit genug sein, um an Ort und Stelle zu bleiben. Auch die Praktikabilität während des Gebrauchs muss berücksichtigt werden - zum Beispiel durch eine Fernbedienung oder eine Bluetooth-Steuerung, mit der man die Geschwindigkeit und das Muster ändern kann, damit das Vergnügen nicht gestört wird. Niemand möchte während der Benutzung versuchen, zwischen den Knöpfen wechseln, weil das ein Stimmungskiller ist. Und natürlich muss es bequem sein, vor allem für die Abenteuerlustigen, die ihr Toy auch unterwegs ausprobieren wollen. Produkte, die sowohl die Anatomie als auch das Vergnügen berücksichtigen, werden sich auf diesem Markt gut behaupten.

Mit Vesta, Onyx und Egon hat Je Joue jetzt drei neue Butt Plugs auf den Markt gebracht. Wie viel Je Joue steckt in den Produkten? Wie spiegeln sie die Werte wider, für die eure Marke bekannt ist und geschätzt wird?

Sophie: Wie bei allen Je Joue Toys haben wir unseren berühmten kräftig-tiefen rumpelnden Motor. Aus Gesprächen mit zahlreichen Partnern und Kunden ist dies etwas, das die Leute von ihrem Butt Plug erwarten Als Marke wissen wir, dass jeder Körper anders

ist und jeder unterschiedliche Vorlieben hat, deshalb haben wir drei verschiedene Varianten unserer Butt Plugs eingeführt, die dies berücksichtigen.

Bevor wir über die einzelnen Produkte sprechen: mit welchen Alleinstellungsmerkmale können eure neuen Butt Plugs punkten?

Sophie: Wir haben unsere charakteristischen Merkmale beibehalten: Niederfrequenzmotor, körpersicheres Silikon, wasserdicht, flüsterleise, vegane Materialien, fünf Geschwindigkeiten und sieben Muster, aber wir haben auch ein Travel-Lock und eine Fernbedienung hinzugefügt..

Worin unterscheiden sich Vesta, Onyx und Egon voneinander?

Sophie: Der Unterschied zwischen den neuen Plugs liegt in der Form und Größe der einzelnen Produkte. Dadurch bieten wir eine Reihe von Optionen auf der Grundlage sowohl von Vorlieben als auch von Erfahrungsstufen. Neueinsteiger sollten unsere kleinere weiche Vesta versuchen, wer es ein bisschen schwerer mag, sollte zu Onyx greifen und Egon ist für alle die, die es kräftiger mögen.

Für welche Zielgruppen habt ihr Vesta, Onyx und Egon entwickelt?

Sophie: Das Analspiel ist wirklich für jeden zu genießen, daher sind unsere Produkte für jeden, der neugierig auf diese Art von Stimulation ist. Wir haben eine Reihe von Butt Plug Optionen entwickelt, um jeden zu unterstützen, je nachdem, wie weit er mit seinen Erfahrungen ist.

Plant ihr, die Kategorie Anal Toys weiter auszubauen?

Sophie: Wir investieren weiterhin in die Entwicklung neuer Produkte, denn unsere Kunden haben uns laut und deutlich gesagt, dass sie dies von uns erwarten. Wie bei allen neuen Produktentwicklungen werden wir unsere Kunden fragen, was sie als Nächstes von uns sehen wollen, und wenn sie mehr Anal Toys wünschen… nun, dann werden wir reagieren.

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

„Die Entwicklung neuer Produkte ist immer eine Herausforderung."

Biird baut das Portfolio aus und expandiert in neue Märkte

Andrea Rey, Mitgründern von Biird

Auch wenn Silikon das vorherrschende Material ist (und wahrscheinlich auch noch lange bleibt), um Sex Toys herzustellen, gibt es zahlreiche Alternativen. Diese hat die Marke Biird für eine neue Kollektion genutzt, die den Namen 'Elements' trägt und für die Stahl, Glas und Quartz verwendet wurde. Über diesen Schritt informiert Andrea Rey, Mitgründerin von Biird, in einem Interview, in dem sie auch über den Eintritt der Marke in den B2B-Markt Ende letztes Jahr spricht, der bereits zu vielen erfolgreichen Partnerschaften geführt hat.

Lass uns zuerst über eure neuesten Produkte sprechen: was ist 'Gii' und was kann 'Gii', was andere G-Punkt Stimulatoren nicht können?

Andrea Rey: Gii ist unsere Interpretation des klassischen G-Punkt Vibrators. Wir haben die sanfte Kurve, eine abgeflachte Spitze, unsere ikonische Designsprache und einen tiefen und rumpeligen Motor kombiniert, um unser neuestes vibrierendes Sex Toy zu kreieren - und die Kritiken waren überwältigend! Unsere Kunden lieben den sehr sanften ersten Modus, um die Dinge in Gang zu bringen, sowie die stärkeren, tiefen und rumpeligen Vibrationen der höheren Modi.

Wie und wo positioniert sich 'Gii' in eurem Produktangebot?

Andrea: Gii ist unser neuestes motorisiertes Produkt und liegt genau zwischen Evii, unserem externen Stimulator und Namii, unserem Druckwellen-Toy. Was den Preis angeht, so wird Gii zu einem Verkaufspreis von 89 Euro angeboten. Wie bei allen unseren Produkten haben wir uns bemüht, ein Produkt von höchs-

ter Qualität zu schaffen und dieses zu einem sehr günstigen Preis anzubieten.

Mit der ‘Elements’ Kollektion habt ihr die Kategorie der Silikons-Toys verlassen und stattdessen auf Glas, Edelstahl und Quartz gesetzt. Was hat euch zu diesem Schritt bewogen?

Andrea: Unsere ‘Elements’ Kollektion ist in der Tat eine kleine Abwechslung zu unseren bisherigen Silikonprodukten. Es begann damit, dass wir uns fragten, auf welchen anderen Materialien wir unsere Kreativität entfesseln könnten. Nach einiger Materialrecherche kamen wir zu dem Schluss, dass Rosenquarz, Edelstahl und Hochborosilikatglas aufgrund ihrer besonderen Haptik eine gute Wahl wären. Die Kunden wissen inzwischen sehr gut, wie sich Silikon anfühlt, aber sie sind noch nicht sehr vertraut mit diesen anderen Materialien und den neuartigen Gefühlen und Erlebnissen, die sie vermitteln. Das Gewicht, die Handhabung, das Gefühl und die Temperatur unserer ‘Elements’ Kollektion unterscheiden sich deutlich von dem, was man traditionell von einem Silikonprodukt kennt. Um ehrlich zu sein, waren wir uns nicht ganz sicher, wie der Markt auf diese Produkte reagieren würde, aber wir haben es trotzdem gemacht, weil wir Herausforderungen mögen. Und es hat sich ausgezahlt. ‘Elements” hat sich für uns zu einer aufsehenerregenden Produktlinie entwickelt und einige Bestseller hervorgebracht.

Kannst du uns etwas zu den einzelnen Produkten in der Kollektion erzählen? Welche Alleinstellungsmerkmale besitzen sie?

Andrea: Die ‘Elements’ Linie besteht aus 6 Produkten:
Polii – ein G-Punkt Dildo aus Edelstahl
Cecii und Kalii - zwei sehr nachgefragte Glasdildos sowie Anii, einem Analplug aus Glas. Last but not least Yonii - ein Set aus zwei Yoni-Eiern aus Rosenquarz und Pixii, ein sorgfältig gefertigter Rosenquarz-Dildo. Eines der Dinge, die unsere Kunden an dieser Linie wirklich beeindrucken, ist, dass jedes Produkt in einem eigenen veganen Lederbeutel geliefert wird, und ich muss sagen, dass wir sehr stolz auf diesen Beutel sind. Die Qualität dieses Accessoires ist unübertroffen und wertet die Produkte noch mehr auf.

Wie viel Biird steckt in ‘Elements”? Wie spiegelt ‘Elements’ eure Markenwerte wider?

Andrea: In unserer ‘Elements’ Kollektion steckt eine Menge Biird. Angefangen bei der Herausforderung, mit nicht traditionellen Materialien zu arbeiten, bis hin zur Preisstrategie, die zeigt, dass diese Produkte kreativ, innovativ und trotzdem erschwinglich sein können. Diese erschwinglichen Preise zu erreichen, ist für uns immer eine Priorität, da wir immer daran arbeiten, Produkte von höchster Qualität zu produzieren und dabei diesen sehr scharfen Preis beizubehalten.

Welche Zielgruppe sprecht ihr mit ‘Elements’ an?

Andrea: Diese Kollektion ist wahrscheinlich vom Material her etwas weniger zugänglich als die anderen Produkte, die wir hergestellt haben. Was das Design angeht, so gibt es diese klare Biird-Designsprache, die zugänglich und freundlich sein soll. Aber wir verstehen auch, dass diese Materialien die Einstiegshürde für einige erhöhen könnten. Gleichzeitig haben wir eine enorme Nachfrage nach den Glasprodukten festgestellt, was zeigt, dass es ein Interesse an diesen alternativen” Materialien gibt.

Biird bietet verschiedenste Produkte an – vo nvibrierenden Silikon-Toys über Dildos aus Materialien wie Stahl und Glas. Ist Biird auf dem Weg, eine ‘One-Stop-Shop’-Marke zu werden, die für jeden Geschmack und jedes Bedürfnis etwas bietet?

Andrea: Wir arbeiten definitiv daran, unser Angebot zu erweitern. Bei jedem Produkt, das wir herstellen, prüfen wir sorgfältig, ob wir glauben, dass es einen Bedarf für das jeweilige Produkt gibt. Niemand wird also erleben, dass wir ein endloses Angebot an nur leicht unterschiedlichen Produkten herstellen, aber jeder wird werden sehen, dass unser Angebot in allen wichtigen Kategorien stetig wächst.

Wird es mit einem wachsenden Produktportfolio immer schwieriger, der

Leg Avenue™
www.legavenueeurope.com

Marke mit neuen Produkten immer wieder gerecht zu werden?

Andrea: Die Entwicklung neuer Produkte ist immer eine Herausforderung. Es muss vom Standpunkt des Produkts, vom Standpunkt des Anwendungsfalls und vom Standpunkt des Marktes aus Sinn machen... daher sind einige Produkte leichter auf den Markt zu bringen als andere. Glücklicherweise sind wir ein starkes Team mit langjähriger Erfahrung in unserer Branche, so dass wir so etwas wie einen sechsten Sinn haben, wenn es um Produktdesign und Marketing geht, aber es kann trotzdem schwierig sein, das perfekte nächste Produkt zu finden.

Ende Oktober 2022 habt ihr offiziell verkündet, den Schritt in den B2B-Markt zu machen. Kannst du schon so etwas wie eine Zwischenbilanz ziehen?

Andrea: Ist es schon fast ein Jahr her? Die Zeit vergeht wie im Flug! Der Einstieg in den B2B-Markt hat sich für unsere Marke sehr gelohnt. Es ist uns gelungen, einige interessante Beziehungen zu B2B-Partnern wie Passage du desir in Frankreich, Landco in Kanada, Entrenue und Spectrum Boutique in den USA sowie zu Partnern in Japan, Südkorea, Taiwan und vielen anderen Ländern aufzubauen. Es war ein sehr erfolgreiches Jahr, und wir sind froh, dass wir diesen Schritt gemacht haben.

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

Wir sind auch froh, dass wir zwei Jahre gewartet haben, bevor wir in den B2B-Bereich eingestiegen sind, denn so hatten wir Zeit, die Marke wirklich zu etablieren und dadurch unseren Partnern einen zusätzlichen Nutzen zu bieten.

Was waren für euch die größten Herausforderungen bei eurem Schritt in den B2B-Markt?

Andrea: Der Einstieg in den B2B-Markt war für uns eine kleine Unbekannte. Wir wussten, wie man großartige Produkte herstellt, wir wussten, wie man sie direkt an den Verbraucher vermarktet, aber wir hatten vorher nicht wirklich mit B2B-Partnern zusammengearbeitet, und hier sind wir wirklich froh über die Hilfe von Gisele International, die unsere Repräsentanten waren und großartige Arbeit bei der Identifizierung und Umwandlung dieser wichtigen Partner für uns geleistet haben.

Kannst du uns noch über eure Pläne für die nächsten Monate aufklären? Wird es weitere Produktveröffentlichungen geben? Welcher Strategie werden ihr folgen, um eure Marke zu stärken bzw. auszubauen?

Andrea: Wie immer arbeiten wir an einer ganzen Reihe von Projekten. Wenn alles gut läuft, werden einige davon noch im Jahr 2023 verwirklicht werden. Wir haben einige aufregende neue Produkte in Vorbereitung, sowie einige Accessoires in typischer Biird-Manier und einige wichtige Neuigkeiten im Bereich der Einzelhandelspartnerschaften!

Wenn du über 2023 hinausblickst, welche Herausforderungen warten auf Biird in der Zukunft?

Andrea: Zu verstehen, in welche Richtung sich der Markt entwickelt, und zu wissen, was die Kunden erwarten, ist immer ein wichtiger Erfolgsfaktor. Wir versuchen, eine langfristige Beziehung zu unseren Kunden, Fans und Partnern aufzubauen, und wir tun alles, was wir können, um diese Beziehungen weiter zu stärken. Wir sind dieses Jahr gerade drei Jahre alt geworden und können es kaum erwarten, zu sehen, was die nächsten drei Jahre bringen werden!

NOW SHIPPING
Skye Blue
Ms Puiyi
Aidra Fox
MAINSQUEEZE™
The Only Stroker That Allows You to Control the Pressure
SKYE BLUE
@Ms_Puiyi
AIDRA FOX
MAINSQUEEZE
DOC JOHNSON®

FÜR **DIE LUST** ABSEITS DES ALLTÄGLICHEN

EDLE
LINGERIE MIT
FESSELNDEN
EXTRAS

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

„Die Aufklärung über Sex, sexuelles Vergnügen und intime Gesundheit ist Teil der SheSpot-DNA."

SheSpot.co.uk - Der Onlineshop rund um das sexuelle Wohlbefinden von Frauen

Ohne Zweifel, das sexuelle Vergnügen von Frauen stand lange Zeit nicht im Fokus des Sex Toy Markts. Glücklicherweise sieht das heute anders – auch Dank von Kalila Bolton und Holly Jackson, die sich vor rund zwei Jahren entschlossen haben, mit ihrem Onlineshop SheSpot.co.uk sorgfältig ausgewählte Premium-Produkte für Frauen anzubieten. eLIne hat mit Mitgründerin Kalila Bolton gesprochen, um mehr über die Mission von SheSpot zu erfahren.

Kannst du erzählen, wie es zur Gründung von SheSpot kam? Was hat euch dazu gebracht, Sex Toys über das Internet zu verkaufen?

Kalila Bolton: Holly Jackson und ich Bolton gründeten SheSpot im Jahr 2021 aus Frustration über einen Markt, der sich hauptsächlich auf männliches Vergnügen und männliche Bedürfnisse konzentrierte, um einem vertrauenswürdigen Ort für den Einkauf im Internet zu schaffen, der die besten Sextech-, Femtech- und Wellnessprodukte für das sexuelle Wohlbefinden von Frauen anbietet. SheSpot begann als Abo-Box-Service, der seiner Community ein ausgewähltes Sortiment an Sexual Wellness Produkten - von Sex Toys und Gleitmitteln bis hin zu Artikeln für die Aromatherapie und stimmungsaufhellenden Leckereien - anbot. Heute betreibt SheSpot einen breiteren Marktplatz mit einem ausgewählten Angebot an hochwertigen Sexual Wellness Produkten.

Habt ihr vorher bereits Erfahrungen im E-Commerce gemacht? Und wie sieht es mit irgendwelche Berührungspunkten mit der Sex Toy Industrie vor der Gründung von SheSpot aus?

Kalila Bolton: Seit wir uns vor über einem Jahrzehnt an der Universität kennengelernt haben, teilen wir die gleiche Leidenschaft für die Gesundheit von Frauen, Sex und Beziehungen.

Die Karriere von Holly Jackson vor der Gründung von SheSpot konzentrierte sich auf den Einzelhandel und den Verbrauchermarkt. Sie arbeitete bei THG im Bereich E-Commerce für Schönheitsprodukte, bevor sie in die Unternehmensberatung wechselte, wo sie Einzelhändler (sowohl stationär als auch im E-Commerce) und Verbrauchermarken strategisch als auch im operativen Geschäft beraten hat.

Onlineshops, die Sex Toys anbieten, gibt es im Internet wie Sand am Meer. Wodurch unterscheidet sich SheSpot von diesen? Wie sieht eure Philosophie aus?

Kalila Bolton: SheSpot hat sich zum Ziel gesetzt, Frauen zu befähigen, ihre Lust und Sexualität in einem sicheren und vertrauenswürdigen Umfeld

zu erkunden. Was SheSpot von seinen Mitbewerbern unterscheidet, ist der Fokus auf die Produktqualität und die Zusammenstellung eines Warenangebots im Shop, in dem nur Sexual Wellness Produkte zu finden sind, die im Rahmen des 'SheSpot Approved' Prozesses rigoros getestet und geprüft wurden. Bei den Sex Toys legt SheSpot besonderen Wert auf Produkte, die aus hochwertigen, körperverträglichen Materialien (z. B. hochwertiges Silikon) und auf nachhaltige Weise hergestellt werden - Einwegbatterien sind zum Beispiel etwas, was wir total ablehnen. SheSpot arbeitet außerdem mit einer einzigartigen Mischung aus innovativen Marken zusammen, die Produkte für die besonderen Bedürfnisse von Frauen entwickeln: von globalen Marktführern bis hin zu aufstrebenden Marken.

Wer ist eure Zielgruppe?

Kalila Bolton: Die Kundinnen von SheSpot reichen von neugierigen Frauen, die neu im Bereich der Sexual Wellness sind, bis hin zu jenen, die einen vertrauenswürdigeren Ort suchen, um Produkte für Intimität und Vergnügen zu kaufen. SheSpot richtet sich an Frauen aller Lebensphasen und hat Kunden in ganz Großbritannien – und demnächst auch in anderen Ländern!

Holly Jackson und Kalila Bolton haben das Ziel, mit SheSpot zur ersten Anlaufstelle für Sexual Wellness Produkte für Frauen zu werden

Shop sexual wellness

Im Shop finden sich sorgsam ausgesuchte hochqualitative Sexual Wellness Produkte

Seasonal Bundle

Sex Toys

Lubes & Accessories

Welche Anforderungen stellt eure Zielgruppe an euch?

Kalila Bolton: Die Zielgruppe von SheSpot verlangt nach einem verlässlichen, zugänglichen Ort, an dem sie vertrauensvoll Produkte für das sexuelle Wohlempfinden einkaufen kann. Sie schätzt schönes Design und Innovationen, die auf die besonderen Bedürfnisse und Wünsche von Frauen eingehen. Entscheidend ist, dass die Zielgruppe von SheSpot auch nach einer sorgsam ausgewählten Produktkollektion sucht, mit einer handverlesenen Auswahl an empfohlenen Produkten auf dem Markt - in einem Bereich, der sonst durch die vielen erhältlichen Produkte für Konsumenten ziemlich überwältigend sein kann!

Seit ihr der Meinung, dass die Sex Toy Industrie den weiblichen Verbrauchern einen schlechten Dienst erweist? Was genau läuft falsch?

Kalila Bolton: Der Markt für Sex Toys erscheint als recht unreguliert und wir haben gesehen, dass Produkte auf den Markt kommen, die einfach nicht körperverträglich sind und nicht auf den Körper und die Bedürfnisse von Frauen zugeschnitten sind. Wir haben sogar schon erlebt, dass Sex Toys als 'Novelties' ausgewiesen wurden, um minderwertige Materialien zu verwenden, die für den empfindlichen Intimbereich nicht geeignet sind. Einigen vor allem traditionelle Sex Toys mangelt es auch an Design und Schönheit, nach denen sich aber unserer Meinung nach viele Verbraucherinnen sehnen. Nehmen wir zum Beispiel den durchschnittlichen G-Punkt Vibrator. Viele aus unserer Community wollen diese Art von Produkten ausprobieren, fühlen sich aber von phallischen Designs und grellen,

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

'schäbigen' Verpackungen auf dem Markt abgeschreckt. Das schlechte Design und die Präsentation dieser Produkte verstärken nur die Scham über die weibliche Lust. Viele Frauen haben das Gefühl, ihr Toy verstecken zu müssen - oder noch schlimmer: sie kaufen es erst gar nicht!

Wie gelingt es euch, eure Zielgruppe zu erreichen und sie zu Stammkunden zu machen und SheSpot zu binden?

Kalila Bolton: Der Abo-Boxen Service von SheSpot ist eine hervorragende Möglichkeit, neue und aufstrebende Marken im Bereich der Sexual Wellness zu präsentieren und den Abonnenten eine vertrauenswürdige 'Anlaufstelle' für die Entdeckung zu bieten. Die Abonnenten können dann alle Produkte, die sie lieben, im SheSpot Self Love Store nachkaufen. Für 70 Pfund pro Quartal und einem garantierten Wert der Boxen von über 100 Pfund - in der Regel liegt der Gesamtwert bei über 150 Pfund - hat SheSpot seinen Abo-Service so gestaltet, dass Frauen eine erschwinglichere Möglichkeit haben, hochwertige Sexual Wellness Produkte zu kaufen. Der sorgsam bestückte SheSpot Self Love Store bietet auch eine erschwingliche Möglichkeit, in sexuelles Wohlempfinden zu investieren, besonders für diejenigen, die lieber einzelne Produkte kaufen als ein Abonnement abzuschließen. Mit regelmäßig aktualisierten Kollektionen der allerbesten Produkte auf dem Markt sehen wir, dass unsere Community in allen Kategorien - von Sex Toys bis hin zu Wellness-Produkten - immer wieder auf uns zurückkommt.

Über welche Kanäle kommuniziert und interagiert ihr mit euren Kunden?

Kalila Bolton: Neue Kunden zu erreichen, kann eine Herausforderung sein, vor allem angesichts der Einschränkungen in den Sozialen Medien in Bezug auf sexuelle Inhalte. SheSpot ist es jedoch gelungen, seine Community durch ein reichhaltiges Netzwerk von Partnerschaften zu vergrößern, sowohl mit anderen Sexual Wellness Marken als auch mit prominenten Influencern und Journalisten. Online hat SheSpot eine wachsende Fangemeinde auf Instagram, LinkedIn und so weiter, wo sie regelmäßig Updates zu neuen Produkten und Sex Education bekommen, wo sie sich aber auch austauschen. Wir lieben es auch, direkt mit unseren Kundinnen und Unterstützerinnen zu sprechen. Wir erweitern auch unser Angebot an Veranstaltungen, wo wir von Angesicht zu Angesicht mit unseren Kundinnen zusammentreffen können - mit Pop-up-Stores, Podiumsveranstaltungen und Partys!

EROPARTNER
DISTRIBUTION

EP

Step into the future of pleasure with Eropartner Distribution at this year's EroFame trade show!

Join us at **booth 11**, where our enthusiastic sales team and esteemed partners await to showcase the latest and greatest brand releases in the sexual wellness industry. Explore the hottest brands of the moment and discover groundbreaking innovations that will elevate your business. Don't miss this opportunity to indulge in a world of excitement and possibilities.

See you there!

Booth NO.11

10+ Brands

Special Show deals

WWW.EROPARTNER.COM

eroFame
Global Trade Convention

SheSpot startete als Abo-Boxe-Service

Wie wichtig ist das Thema Aufklärung für euch? Und wie stillt ihr den Wissensdurst, den viele Menschen in Bezug auf Sexual Wellness haben?

Kalila Bolton: Die Aufklärung über Sex, sexuelles Vergnügen und intime Gesundheit ist Teil der SheSpot-DNA. Wir haben uns verpflichtet, unser Community das Wissen zu vermitteln, das sie brauchen, um ihr sexuelles Wohlbefinden selbstbewusst und ohne Scham oder Stigma zu erforschen. Im Rahmen unseres Engagements für die Aufklärung stellen wir sicher, dass jedes Produktangebot umfassende Informationen darüber enthält, wie das Produkt verwendet werden kann, warum es für unseren Shop ausgewählt wurde, sowie wichtige Sicherheits- und Qualitätsinformationen, um das Vertrauen bei den Kundinnen zu stärken. SheSpot veröffentlicht außerdem regelmäßig Blogs und Artikel und veranstaltetVeranstaltungen, zu denen Experten eingeladen werden, um ein ganzheitliches Spektrum an Themen zu erörtern, darunter die Verbesserung des Sex mit dem Partner, die Entdeckung der eigenen Lust und die Förderung der hormonellen Gesundheit. SheSpot ist der Ansicht, dass Aufklärung ein grundlegender Bestandteil des Wohlbefindens ist und dazu beiträgt, archaische Tabus in Bezug auf die Lust und Sexualität von Frauen zu brechen.

Wie würdest du eure Produktpalette beschreiben? Was sind die Hauptschwerpunkte?

Kalila Bolton: Die Produkte, die sowohl in den SheSpot Abo-Boxen als auch im Self Love Store angeboten werden, repräsentieren die besten Produkte aus den Bereichen Femtech, Sex Tech und Wellness. Das Sortiment umfasst Sex Toys, Gleitmittel, Produkte, die die Sensibilität verstärken oder erregend wirken, Accessoires, Produkte für

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

die Intimpflege und Wellness-Artikel, die den Schlaf, das hormonelle Gleichgewicht etc. unterstützen. Jedes Produkt ist Teil einer sorgfältig ausgewählten Kollektion von Produkten, die mit Blick auf Frauen entwickelt wurden und für Qualität und Innovation stehen.

Wie sehen die Anforderungen aus, die Produkte und Marken erfüllen müssen, um von euch ins Sortiment aufgenommen zu werden?

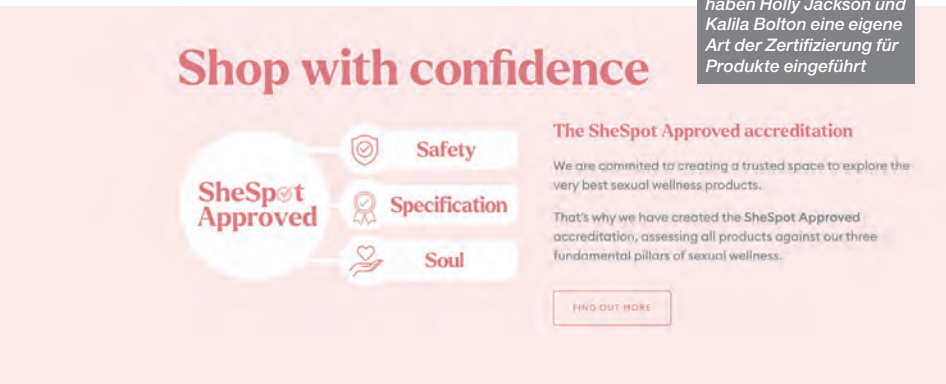
Kalila Bolton: Um in das Sortiment aufgenommen zu werden, müssen Marken und ihre einzelnen Produkte strenge Kriterien erfüllen, die in der 'SheSpot Approved' Zertifizierung festgelegt sind. Die Kriterien bestehen aus drei zentralen Säulen:
- Sicherheit: Hergestellt aus hochwertigen, körperverträglichen Materialien und Inhaltsstoffen. Schädliche oder reizende Stoffe sind ein No-Go.
- Eigenschaften: Entwickelt mit Blick auf Frauen. Erstklassige, innovative Produkte, die für die Ewigkeit gemacht sind.
- Philosophie: Entwickelt von einer sexpositiven Marke, die sich für Frauen einsetzt und sich für soziale Belange engagiert.

Mit 'SheSpot Approved' habt ihr eine eigene Zertifizierung eingeführt. Könnt ihr erklären, wie das genau funktioniert?

Kalila Bolton: Die 'SheSpot Approved' Zertifizierung prüft jedes Produkt anhand der drei wichtigsten Kriterien – Sicherheit, Eigenschaften und Philosophie - um die Community in die Lage zu versetzen, sachkundige und fundierte Entscheidungen zu treffen, wenn sie in ihr sexuelles Wohlbefinden investieren möchte. Nur die Produkte, die alle Kriterien erfüllen, werden in das Sortiment aufgenommen, und die schriftliche Bewertung jedes einzelnen Kriteriums kann neben jeder Produktseite eingesehen werden, damit die Kunden sie

EXTREME BUTT PLUG

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



Mit ‚SheSpot Approved' haben Holly Jackson und Kalila Bolton eine eigene Art der Zertifizierung für Produkte eingeführt

frei überprüfen können. Der Bewertungsprozess ist fortlaufend, so stellt SheSpot sicher, dass die Marken auch weiterhin den Hauptauswahlkriterien entsprechen. Alle eingereichten Produkte werden auf dieselbe strenge Weise geprüft.

Welche Faktoren sind für eure Kunden bei der Kaufentscheidung besonders wichtig? Material? Preis? Marke? Funktion? Nachhaltigkeit?

Kalila Bolton: Es gibt eine wachsende Anzahl von unglaublich tollen Sexual Wellness Marken auf dem Markt, aber für Konsumenten kann das den Raum zu navigieren sehr eng machen. SheSpot Kunden suchen nach sorgsam ausgewählten Produkten, Aufklärung und Bestätigung, wenn sie eine Kaufentscheidung treffen. Sie wissen, dass die bei SheSpot verkauften Produkte von hoher Qualität sowie körperverträglich sind, einen fairen Preis haben und von sexpositiven Marken hergestellt werden, die einen starken sozialen Beitrag leisten.

Welche Produkte werden gegenwärtig besonders nachgefragt? Welche Trends beeinflussen eure Kunden derzeit besonders stark?

Kalila Bolton: Seit der Eröffnung unseres Self Love Store haben wir festgestellt, dass die Kunden häufig sich ergänzende Produkte kaufen, insbesondere wenn es um Sex Toys geht. So sehen wir sehr oft Kunden, die einen Vibrator, ein Gleitmittel und ein Reinigungsspray zusammen kaufen. Wir freuen uns über diese Art von Bestellungen, denn sie zeugt von wachsender Produktkenntnis, wachsendem Vertrauen und einem stärker werdenden Engagement für ein komplettes Selbstliebesritual - von der ersten Erregung bis zur Nachsorge!

Was könnt ihr über für die Zukunft von SheSpot erzählen? Wohin führt euer Weg?

Kalila Bolton: SheSpot hat es sich zur Aufgabe gemacht, die erste Adresse für Sexual Wellness Produkte für Frauen zu werden – und zwar mit internationaler Reichweite. Wir freuen uns darauf, unsere Produktpalette im Self Love Store schnell zu erweitern und gleichzeitig unser Engagement für eine kuratierte, personalisierte Kundenreise zu demonstrieren, die die einzigartigen Bedürfnisse von Frauen in den Vordergrund stellt und die Scham vor der Lust beseitigt!

SNEAKXX
THE NEW FETISH SOCKS
MADE IN EUROPE - BEST PRICE
SLVE
BTTM
FXCKER
GOOD BOY
Kinky Puppy
ALSO AVAILABLE IN PUPPY VERSION
MEN4MEN.EU/SNEAKXX
MEN4MEN

„Obwohl ich die Branche nie wirklich verlassen habe, habe ich das Gefühl, dass ich wieder zu Hause bin."

ETO hat einen neuen Besitzer: Jason Dante

In diesem Interview legt Jason Dante dar, welche Ideen und Pläne er für die Marke ETO hat, die er am 28. Juli übernommen hat. Vor 20 Jahren als monatliches B2B-Printmagazin für den britischen Erotikmarkt gestartet, expandierte die Marke später auch in den Messe- und Eventbereich. Seit geraumer Zeit ist aber die Veröffentlichung des Magazins eingestellt worden und auch die alljährliche Messe findet nicht mehr statt, so dass die Marke heute ausschließlich online existiert.

Jason Dante hat am 28. Juli alle Geschäftsaktivitäten der Marke ETO übernommen

Jason, bevor wir darüber reden, dass du der neue Eigentümer von ETO bist, würden wir gerne etwas über dich erfahren. Vielen bist du als ehemaliger Sales & Marketingmanager der legendären Verbrauchermesse Erotica in Erinnerung, aber kannst du dennoch etwas über deinen beruflichen Werdegang erzählen? Bist du der Sex Toy Industrie treu geblieben, nachdem die Erotica Show nicht mehr stattfand?

Jason Dante: Nach meiner Zeit bei der Erotica blieb ich mit vielen der wunderbaren Menschen, die ich in dieser Zeit kennengelernt hatte, eng verbunden, beschloss aber, meine Fähigkeiten zu erweitern und wechselte

in ein Unternehmen, um meine Fähigkeiten zu verbessern. Nachdem ich erreicht habe, was ich mir vorgenommen hatte, möchte ich nun mein jahrelanges Wissen einsetzen, um möglichst viele Unternehmen über die Marke ETO zusammenzubringen.

Das von dir geführte Unternehmen All Purpose Media Ltd ist seit dem 28. Juli Eigentümer der ETO Aktivitäten. Wie ist es dazu gekommen?

Jason: Wie bereits erwähnt, blieb ich mit vielen Leuten aus der Branche in Kontakt, und einer von ihnen war Lee Schofield, der ehemalige Herausgeber des ETO Magazins. Meine Erfahrung, mein Interesse und meine Fokus stimmten überein, also habe ich die Marke gekauft. Obwohl ich die Branche nie wirklich verlassen habe, habe ich das Gefühl, dass ich wieder zu Hause bin.

Wie passt die Erotikmarkt-Ressource ETO in das Portfolio deines Unternehmens?

Jason: ETO ist jetzt der alleinige Schwerpunkt von All Purpose Media Ltd., aber frühere Interessensgebiete haben es uns ermöglicht, Erfahrungen zu sammeln und Geschäftsbeziehungen aufzubauen, die wir an unsere neuen Geschäftspartner und Leser weitergeben können.

Was waren deine Beweggründe, die ETO Geschäftsaktivitäten zu übernehmen?

Jason: Die Möglichkeit, wieder in der Branche zu arbeiten, war für mich eine wichtige Triebfeder, und ich sehe ein enormes Potenzial für das weitere Wachstum der Marke ETO. Ich glaube, dass noch so viel mehr möglich ist, und wir sind damit beschäftigt, bisher unerforschte, aber auch einige bekannte Bereiche zu erproben.

ETO war in der Vergangenheit als Marke vor allem durch das monatliche Printmagazin und die alljährliche B2B-Messe in den Köpfen der Menschen unserer Industrie verankert. Heute besteht die Marke rein online. Wie viel Potential siehst du in der Marke?

Jason: Es ist von entscheidender Bedeutung zu verstehen, wie im Markt und über den Markt kommuniziert werden soll, und ETO wird auf diese Nachfrage nach Bedarf reagieren. ETO feiert in diesem Jahr sein 20-jähriges Bestehen, und so wie sich die Branchenlandschaft verändert, so müssen

Der neue mit dem alten Besitzer: Jason Dante und Lee Schofield

auch wir uns verändern, aber es ist nur recht und billig, dass wir uns von unseren treuen Lesern und Geschäftspartnern und ihren Anforderungen an uns leiten lassen. Auf diese Weise werden wir auch in Zukunft sicherstellen, dass die Stimme der Branche auf bestmögliche Weise gehört wird.

Kannst du etwas zu den Plänen sagen, die du mit ETO hast? Kannst du dir eine Rückkehr des Printmagazins vorstellen? Ist eine B2B-Messe auf der britischen Insel denkbar? Und vor allem: wird ETO eine reine B2B-Marke bleiben?

Jason: Es ist erst einen Monat her, dass ich die Leitung von ETO übernommen habe, und es gab viel zu bedenken. Wie bereits erwähnt, untersuchen wir derzeit wichtige Möglichkeiten, um die Marke wieder auszubauen. Es gab erste Rückmeldungen, dass ein Magazin und eine Fachmesse willkommen seien. ETO ist seit 20 Jahren auf die Bedürfnisse der B2B-Gemeinschaft ausgerichtet, und ich bin der Meinung, dass dies derzeit die Stärke der Marke ist.

Welche Wege wirst du mit der Marke ETO im digitalen Bereich (und in den Sozialen Netzwerken) einschlagen? Sind hier nicht gerade was den B2B-Markt angeht Grenzen gesetzt?

Jason: Zwar gibt es bei einigen Social Media Plattformen gewisse Grenzen, aber die digitale Welt beseitigt mehr Barrieren als sie aufbaut und ermöglicht ein weiteres und schnelleres Engagement in unserer Branche. Die Möglichkeiten sind (fast) endlos und die Leser können www.erotictradeonly.com besuchen, um zu sehen, wie sich all das entfaltet!

MY.SIZE PRO

out now!

ALLES WAS EIN KONDOM KANN

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

CERTIFIED MY.SIZE PRO QUALITY

INKLUSIVE DER WELTWEIT GRÖßTEN AUSWAHL AN BREITEN

SLIM — WIDE

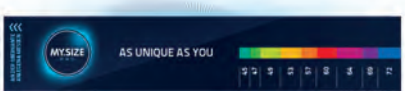
45 | 47 | 49 | 53 | 57 | 60 | 64 | 69 | 72

UND EINEM EINZIGARTIGEN BERATUNGSKONZEPT

ONLINE MESSTOOL

MY.SIZE PRO

ICONBASIERTE KOMMUNIKATION



KONDOMGUIDES ALS DRUCKVERSION UND DOWNLOAD IN 12 SPRACHEN

MY.SIZE - ALL WE DO IS FOR YOUR PLEASURE

st RUBBER

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

STRUBBI.COM

Seit dem ersten Monthly Mayhem im Jahr 2006 haben wir viele typische Antworten auf die Frage, welchen Berufswunsch unsere Teilnehmer als Kind hatten, bekommen. Weit oben in der Hitparade stehen natürlich Feuerwehrmann, Polizist und dergleichen, aber es gab auch einige überraschende Antworten. Beispiel gefällig? Hannes Hultman, Sales Manager Europe von SVAKOM, wollte Holzfäller werden! Neben diesem ungewöhnlichen Berufswunsch spielen Island, der angeblich schlechteste Film aller Zeiten, dichtes Haar und Pfefferspray tragende Rollen in diesem Monthly Mayhem.

In deiner Funktion als Sales Manager reist du durch ganz Europa. Wo ist es am schönsten?

Hannes Hultman: Auf Island! Es fühlt sich dort einfach magisch an!

Welchen Berufswunsch hattest du als Kind?

Hannes Hultman: Holzfäller.

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

Hannes Hultman: Durch einen kurzen Social Media Beitrag von meinem jetzigen Manager und einen kurzen Anruf.

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

Hannes Hultman: Dann wäre ich obdachlos.

Was war der größte Karriereschub für dich?

Hannes Hultman: Für acht Jahre nach China zu ziehen.

Wo siehst du dich in zehn Jahren?

Hannes Hultman: Ich weiß nicht einmal, was ich dieses Wochenende machen soll.

Wie siehst du die Zukunft der Love Toy Industrie?

Hannes Hultman: Ein SVAKOM Toy in jedem Haushalt,

Wie sieht ein perfekter Tag in deinem Berufsleben aus?

Hannes Hultman: Teilnahme an einer Messe mit dem SVAKOM Team irgendwo in Europa.

Wie entspannst du dich nach der Arbeit?

Hannes Hultman

Fragen & Antworten

Hannes Hultman: Ich habe eine zweijährige Tochter, da gibt es keine Entspannung.

Wer ist dein Vorbild und warum?

Hannes Hultman: Ich denke, es ist besser, verschiedene Charaktereigenschaften zu mögen, als nur ein Vorbild zu haben.

Du darfst einen Orden verleihen. Wer bekommt ihn?

Hannes Hultman: Will Ferrell, weil er so viele lustige Filme gemacht hat.

Auf welche eigenen Erfolge bist du besonders stolz?

Hannes Hultman: Meine Frau zu überreden, mich zu heiraten.

Was gefällt dir an deiner Person besonders gut?

Hannes Hultman: Mein Haar ist immer noch ziemlich dicht, obwohl ich schon 34 bin.

Welche Sünde kannst du nicht vergeben?

Hannes Hultman: Das Wort Sünde kenne ich nicht.

Was singst du unter der Dusche?

Hannes Hultman: Ich kann überhaupt nicht singen.

Wen würdest du wirklich niemals nackt sehen wollen?

Hannes Hultman: Jeder Mensch ist nackt schön.

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

Hannes Hultman: Mit Tommy Wiseau in den Film 'The Room'.

Du bekommst einen Monat Urlaub. Wo geht es hin?

Hannes Hultman: Ich würde eine ausgedehnte Wanderung auf Island machen.

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

Hannes Hultman: Ein Boot wäre genug.

Mit wem würdest du gerne einen Tag deines Lebens tauschen?

Hannes Hultman: Scheint so, als hätte Elon Musk eine Menge Spaß.

Was würdest du nie wieder im Leben machen?

Hannes Hultman: Pfefferspray in die Augen bekommen. Das tut höllisch weh.

Welchen gut gemeinten Rat gibst du unseren Lesern?

Hannes Hultman: Lernt aus euren eigenen Fehlern und von denen anderer, das kann euch sehr weit bringen… und nichts geht über harte Arbeit.

XBIZ® RETREAT

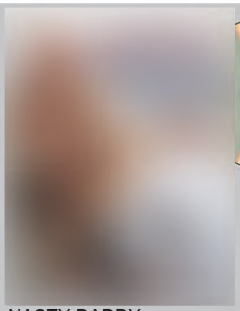
Business + Pleasure

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

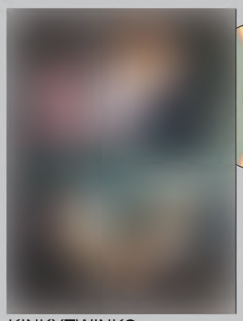
GAYSHOP.COM
WHOLESALE
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22176D
UVP € 34.95
€ 12.86

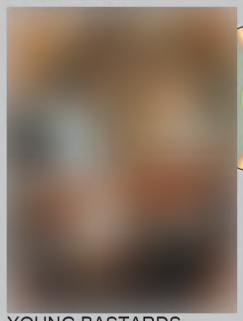
NASTY DADDY



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21425D
UVP € 39.95
€ 12.86

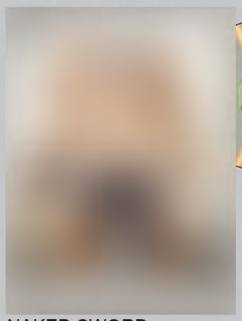
KINKYTWINKS



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20562D
UVP € 39.95
€ 12.86

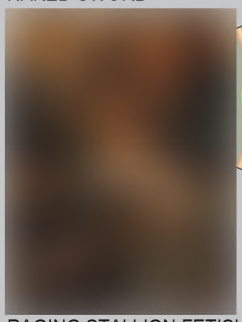
YOUNG BASTARDS



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22173D
UVP € 39.95
€ 12.86

NAKED SWORD



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

22331D
UVP € 39.95
€ 12.86

RAGING STALLION FETISH

GAYSHOP.COM

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

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

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

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

GAYSHOP.COM
WHOLESALE
grosshandel.gayshop.com

RUDE RIDER

Silicon
22 x 4 cm
vibrating-rotating-thrusting

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

T8101
UVP € 99,95
€ 39,98

ACTIVE DUDE KILLIAN MIT FERNBEDIENUNG

RUDE RIDER

Silicon
16 x 3,2 cm

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

MEGA BESTSELLER

T8090
UVP € 24,95
€ 9,98

LITTLE DUDE FINDUS

RUDE RIDER

Polyester
10 m

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

T9057
UVP € 12,95
€ 5,18

ROPE POLYESTER BLACK

RUDE RIDER

Silicon
37 x 4,7 cm

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

T9072
UVP € 49,95
€ 24,98

BIG DOG TAIL PLUG

RUDE RIDER

Puppy Collection

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

T9040
UVP € 34,95
€ 13,98

FISHNET HOOD

GAYSHOP.COM

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

COBECO STARWHITE

Lightening cream for the sensitive areas

Cobeco StarWhite is an exclusive skin lightening cream, especially suitable for the sensitive skin of the intimate areas. It lightens the skin and reduces discolourations. This cream is especially suitable for lightening sensitive skin, therefore it can also be used around the anus. The high quality ingredients cause local lightening of the skin and have a positive effect on preventing and reducing pigmentation, aging spots and freckles.

This product is available at your regular wholesaler.

COBECO PHARMA

Producer and wholesaler of pharmaceutical, cosmetic and stimulating products

cobeco pharma wholesale bv • hertzstraat 2 • 2652 xx berkel en rodenrijs • nl
t +31 (0)10 290 09 91 • sales@cobeco.nl • 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
men / 30ml
Art. No. 77100

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

spanish fly
extreme

men / 30ml
Art. No. 77102

women / 30ml
Art. No. 77103

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
www.world-of-hot.com
Wagrainer Str. 35 /// 4840 Voecklabruck /// AUSTRIA
office@hot-dl.com /// fon. +43 7672 72009 /// fax. +43 7672 72009-9

HOT
London - Miami - Tokyo

eroFame

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

Venus Berlin

26 – 29 Oktober, 2023 • Berlin, Deutschland
www.venus-berlin.com

EroSpain

05 – 07 Mai, 2024 • Barcelona, Spanien
www.erospain.eu

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 _____

ABO
BESTELLCOUPON

IMPRESSUM

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

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

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

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

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

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

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

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

Druck:
Leinebergland-Druck GmbH & Co.

TOYJOY®

DESIGNER EDITION

70 strokes per minute

10394
TOYJOY
Magnum Opus Thruster Pro
RRP: €129,99

MAGNUM OPUS PRO

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

SCALA

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo