



Europe's first choice for the erotic trade

BOY DOCK®

UNIVERSALES STRAP-ON HARNESS SYSTEM



KEINE RINGE. KEINE RIEMEN. KEIN AUFWAND!

pipedream^o



Satisfyer

Pro 2 Generation 3

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



















Gabriel Tamer wagt mit seinem Unternehmen den Schritt vom E-Commerce in den stationären Erotikeinzelhandel

Nadine und Daniel Jedlicka sind mit ihrem Unternehmen 'Liebesengel Toypartys' seit vielen Jahren erfolgreich im Direktvertrieb tätig



Skins Sexual Health veröffentlicht eine neue Kollektion: Jane Bowles informiert über Skins Touch



88



Paolo Davide Griffo, Key Account Manager von DANAMEDIC, über die Expansion nach Nord- und Mittelamerika

58



Ist stärker immer besser? Nein, sagt Eddie Marklew, Global Marketing Manager von TENGA, und tritt mit Puffy den Gegenbeweis an

102



Celine Menting, Inhaberin des Geschäfts "La clefs de charmes", berichtet über ihre Erfahrungen im französischen Einzelhandel



Matthew Butler verstärkt ABS Holdings als International Sales Executive

92



Ein Interview mit Chris, Falko und Peter vom XTRM Play Harder! Großhandel

64



Erodeals feiert das fünfjährige Jubiläum – Jeroen Rosier blickt zurück und nach vorn

82

N e w s : International Business News
Feature: The show(s) must go on
Feature: Liebesengel Toypartys
Interview: Gabriel Tamer (TREND)
Interview: Eddie Marklew (TENGA)
Interview: Chris, Falko & Peter (XTRM Play Harder!)
Interview: Jeroen Rosier (Erodeals) 82
Interview: Paolo Davide Griffo (DANAMEDIC)
Interview: Matthew Butler (ABS Holdings)
Interview:
Interview:
102



Monthly Mayhem:	 ۰		0	۰	٠	۰	0	۰	۰	0	0	۰	 108	
Highstreet:	 •		0	٠			•		•	•	•		 112	
eLine Kalender:													116	



viele von uns werden sich an die zahlreichen Aussagen während der Corona-Pandemie erinnern, die den Siegeszug der digitalen Kommunikation voraussagten <u>un</u>d d<u>en</u> Abgesang der herkömmlichen Veranstaltungen verkündeten. Nichts von dem ist eingetroffen. Vielmehr scheint das Gegenteil der Fall zu sein. Die Zahl der Veranstaltungen ist gegenüber den Jahren vor der Pandemie es neue Messen gibt, während die Zahl der so genannten Inhouse Shows nicht von der 2021 abweicht. Ob der gegenwärtige Zustand nun dauerhaft oder nur temporärer Natur ist, weil sich unser Markt, wie wir ja alle wissen, ständig verändert, wird Augenblick lässt sich sagen, dass die Nachfrage nach Messen und Events mehr als gegeben zu sein scheint. Die Revolution durch die digitale Kommunikation ist vorerst also ausgeblieben.

In diesem Sinne, Matthias Johnson

Eropartner Distribution sucht Top-Talente zur Verstärkung des Vertriebsteams

Der Fokus liegt auf Expansion

Eropartner Distribution revolutioniert mit seinem Pioniergeist und seinen ehrgeizigen Wachstumsplänen die Sexual Wellness Industrie. Während das Unternehmen seine Marktpräsenz ausbaut, sucht es nach Top-Talenten, um sein Vertriebsteam zu verstärken und sein Ziel, Europas größter Distributor für Sexual Wellness Produkte zu werden, voranzutreiben.



er sich dem dynamischen Vertriebsteam des Unternehmens anschließt, hat die einmalige Gelegenheit, mit einer innovativen Produktpalette zu arbeiten, die Grenzen überschreitet und Industrienormen setzt. Bei Eropartner Distribution stehen Zusammenarbeit und Kreativität im Mittelpunkt des Erfolgs. Das Unternehmen fördert ein kollegiales und teamorientiertes Umfeld, in dem jeder Einzelne die Möglichkeit hat, einen spürbaren Beitrag zu leisten. Durch kontinuierliche Schulungen und Mentoren können die Mitarbeiter ihre Fähigkeiten verbessern und ihr volles Potenzial ausschöpfen, während ihnen gleichzeitig ein klarer Weg für den beruflichen Aufstieg offen steht, wäh-

rend das Unternehmen weiter wächst. Die neuen Mitarbeiter im Vertriebsteam werden dazu beitragen, die Reichweite des Unternehmens zu vergrößern und seine Position als mitführender Distributor für Sexual Wellness Produkte in Europa zu festigen. Fließende Englischkenntnisse sind erforderlich, und die Beherrschung weiterer europäischer Sprachen ist von großem Vorteil, da sich das Unternehmen an einen vielfältigen Kundenstamm wendet.Interessierte Kandidaten sind eingeladen, ihren Lebenslauf und ihr Anschreiben, in dem sie ihre einschlägige Erfahrung und ihre Leidenschaft für die Branche darlegen, an Lennard@eropartner.com zu senden.

Control by Sir Richard's

Erhältlich bei SCALA

Control by Sir Richard's, eine Reihe von Pipedream mit Produkten für Männer – erhältlich bei SCALA – ermöglicht es, die Kontrolle zu übernehmen und neue Höhen der Lust zu erkunden.

Mit Control by Sir Richard's haben die Konsumenten den Schlüssel zu einer verbesserten Prostatastimulation, intensiveren Erlebnissen und einer Welt stärkerer Orgasmen in der Hand. Mit sorgfältig ausgearbeiteten Designs und ergonomischen Formen bietet die Control Reihe gezieltes



Vergnügen für die erogenen Zonen des Mannes und sorgt für ein unvergleichliches Erlebnis. Mit Control können Verbraucher neue Empfindungen erforschen, das Vergnügen verstärken und das volle

Potenzial der empfindlichsten Bereiche ihres Körpers ausschöpfen.



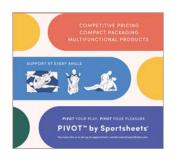


Schneider & Tiburtius Rubber Vertriebsgesellschaft mbH D-66787 Wadgassen-Hostenbach T +49 6834 4006-0 · F +49 6834 4006-11 info@st-rubber.de

Sportsheets präsentiert Pivot

Vielseitigkeit, Erschwinglichkeit und Inklusivität

Sportsheets freut sich, die mit Spannung erwartete Markteinführung von Pivot anzukündigen, einer bahnbrechenden Produktlinie von Positionierungshilfen, die das Vergnügen sowie den Komfort steigern und tiefere Verbindungen für alle Menschen, ganz abgesehen von ihren Fähigkeiten, fördern sollen.



Diese innovative Kollektion werde den Markt revolutionieren, indem sie unvergleichliche Vielseitigkeit, Erschwinglichkeit und Inklusivität bietet, heißt es von Sportsheets. Intimität sollte niemals durch körperliche Einschränkungen oder durch die Beschränkung auf einige wenige Stellungen begrenzt sein, deswegen zielt Pivot darauf ab, die Grenzen des Vergnügens neu zu definieren und den Weg für eine erfüllendere sexuelle Erfahrung zu ebnen. Indem Pivot auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der

Nutzer eingeht, ermöglicht die Marke ihnen, neue Bereiche des Vergnügens und der Intimität zu erschließen, ohne durch körperliche Einschränkungen oder Ermüdung daran gehindert zu werden. Die Pivot Kollektion umfasst acht sorgfältig gefertigte Produkte, die ein breites Spektrum an Bedürfnissen und Wünschen abdecken. Jeder Artikel ist so konzipiert, dass er Komfort, Stabilität und Benutzerfreundlichkeit bietet und es den Menschen ermöglicht, eine Reihe von Positionen und somit neue Erfahrungen zu erkunden.

FETISH SUBMISSIVE präsentiert die neue Reihe von ATTITUDE Harnessen



FETISH SUBMISSIVE gibt dem Träger nicht nur das Gefühl, attraktiv und kinky zu sein, sondern schafft auch eine Menge zusätzliches Selbstvertrauen, egal ob er ein dominanter Herr oder in einer unterwürfigen Position ist. FETISH SUBMISSIVE ist nicht für den stereotypen schwulen

Mann gemacht, denn den gibt es laut Dreamlove einfach nicht: FETISH SUBMISSIVE wurde mit Stolz für die LGBTIQ+ Gemeinschaft im weitesten Sinne entwickelt. Ganz gleich, welche Vorlieben oder Wünsche, FETISH SUBMISSIVE ist die perfekte Harness-Kollektion für Männer.

D U S E D O . C O M D I S T R I B U T I O N

SPORT FUCKER

TAILSLIDE COCKSLING



PRODUCT INFORMATION

- PUT A TICKLE In your taint
- GRIND YOUR FRONTSIDE into your friend
- JUST THE RIGHT amount of resistance









ERGO BALLS BALLSTRETCHER

PRODUCT INFORMATION

- AVAILABLE COLORS: Red, Blue and Black
- MATERIAL: Pure liquid silicone
- SIZES: 60 mm | 50 mm | 40 mm | 30 mm



SWITH HITTER COCKSLING

PRODUCT INFORMATION

- ALL-IN-ONE cock & ball ring
- MADE OF wonderfully soft liquid silicone
- ENSURES FOR a harder and longer lasting erection



FREEBALLER COCKSLING

PRODUCT INFORMATION

- ALL-IN-ONE cock & ball ring
- MADE OF wonderfully soft liquid silicone
- ENSURES FOR a harder and longer lasting erection



COCK CHUTE COCKSLING

PRODUCT INFORMATION

- WHEN YOU WANT some light ball play
- MADE OF 100% liquid silicone
- A SMALL STRETCH and separation for your balls



TAILSLIDE 2.0 COCKSLING

PRODUCT INFORMATION

- VERY COMFY and does not pinch
- MADE OF pure liquid silicone
- STRETCHY yet strong and durable











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:









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

Luxus-Vibrationen mit dem ,Rotating Vulva Massager' von Belou

Exklusiv beim ORION Wholesale

Die neueste Produktentwicklung aus dem Hause ORION ist da: Der 'Rotating Vulva Massager' von Belou! Dieser luxuriöse Hotspot-Spezialist fördert auf anregende Weise die Durchblutung und ist der ideale Partner für besondere Verwöhn-Momente.



Intwickelt wurde der "Rotating Vulva Massager" von den ORION Produktmanagern, die von einem Nackenmassagegerät mit Perlenrotation inspiriert wurden. Dabei herausgekommen ist ein kleiner aber feiner Auflegevibrator mit praktischem Haltering, der sich in jedes Solo- und Liebesspiel aufregend miteinbeziehen lässt. Sein mittig platziertes Vibrationskissen in Form einer Halbkugel und die 5 darum kreisenden Massagekugeln sind in seidig weiches Silikon eingebettet und schmeicheln lustvoll jedem erotischen Hotspot. Zudem sorgen sie für eine

starke Durchblutung – insbesondere an Vulva und Klitoris. Auch bei erkundungsfreudigen Verwöhn-Massagen am ganzen Körper liegt der raffinierte Auflegevibrator gut in der Hand und lässt sich einfach führen und bedienen. Gleich 2 leistungsstarke Motoren sorgen für 10 Vibrationsmodi in dem mittig platzierten, soften Vibrokissen sowie in den insgesamt 9 Rotationsmodi der Massagekugeln. Die Kugeln rotieren unter dem seidigen Silikon in jeweils 3 Geschwindigkeiten rechts oder links, sowie rechts/links-kombiniert herum.

Neu bei SCALA: das S8 Hybrid Cum Glide



Jetzt exklusiv bei SCALA erhältlich: das S8 Hybrid Cum Glide – ein sorgfältig entwickeltes öl- und fettfreies Gleitmittel, das Sperma imitiert und das intime Erlebnis mit seiner Hybrid-Formel verbessert. Das S8 Hybrid Cum Glide wurde speziell entwickelt, um sanft zu Haut und Schleimhäuten zu sein, was es zu einer ausgezeich-

neten Wahl für Personen mit empfindlicher Haut macht. Es sorgt für Komfort und Vergnügen und ist gleichzeitig mit Kondomen kompatibel. Das Gleitmittel lässt sich leicht abwaschen und hinterlässt keine Rückstände oder Spuren. Das S8 Hybrid Cum Glide ist bei SCALA in den Größen 50 ml und 125 ml erhältlich.



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



Rundum-Verwöhner von JAVIDA

Neu beim ORION Wholesale

Der ,4 Function Vibrator' ergänzt ab sofort das umfangreiche JAVIDA Sortiment des ORION Wholesale.



er perfekt gebogene Vibrator bietet das Rundum-Verwöhnprogramm für Vagina und Klitoris: Er verwöhnt mit Vibrationen und Klopfimpulsen intensiv die Vagina und die G-Zone, während die Klitoris mit Zungenbewegungen und saugendem Unterdruck mitverwöhnt wird. Für reichlich Abwechslung bei der Dual-Stimulation sorgen 10 Vibrationsmodi in der eichelähnlichen Spitze und 5 pochend pulsierende Klopfmodi im reizstrukturierten Schaft, sowie die 5 Geschwindigkeiten der

beweglichen Zunge im Klitorissauger. Alle Funktionen sind bequem per Knopfdruck direkt am Toy steuerbar – getrennt oder aufregend miteinander kombiniert. Der starke Motor sorgt dabei für zuverlässige Kraft und Energie – und das alles flüsterleise. Angenehm flexibel im unteren Bogen passt sich der ,4 Function Vibrator' optimal dem Körper und den Bewegungen an. Und rundum aus Silikon mit seidig softer Oberfläche gefertigt, lässt er sich leicht einführen und komfortabel bespielen.

TENGA bringt Puffy auf den Markt



TENGA Puffy ist ein ultraweiches und seidenweiches Produkt, das unwiderstehliche, geschmeidige taktile Empfindungen bietet. Der Benutzer kann in ein weiches, umhüllendes Vergnügen eintauchen und ultimative, luxuriöse Weichheit erleben. Der weiche "Marshmallow"-Körper des TENGA Puffy besteht aus einem erstklassigen, weichen Elastomer, das ein noch nie da gewesenes, verführerisches Gefühl von unwiderstehlicher,

geschmeidiger Haptik vermittelt.

Die zarten inneren Details erzeugen ein prickelnd-weiches, umhüllendes Gefühl für ein luxuriöses, schmelzend-weiches Vergnügen. Um den Druck im Inneren während des Gebrauchs zu steuern, drückt der Nutzer einfach auf das weiche Gehäuse, das mit einer Anti-Staub-Schutzschicht versehen ist und Dank seiner glatten und geschmeidigen Textur für eine angenehme Haptik sorgt.



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



COSMOPOLITAN Germany wählt pjur Produkte zu den besten Gleitgelen

Sexualberaterin empfiehlt mehrere pjur Gleitgele

COSMOPOLITAN Germany wählt gleich mehrere pjur Produkte zu den besten Gleitgelen. In zwei Ende Juni veröffentlichten Artikeln auf der Website der Zeitschrift werden pjur BACK DOOR Relaxing und pjur med PREMIUM, zwei Silikon basierte Gleitgele, für Analsex empfohlen.



ußerdem gehören laut der Zeitschrift We-Vibe Lube von pjur sowie pjur AQUA zu den besten wasserbasierten Gleitgelen. Frauen setzen sich immer häufiger auch öffentlich mit ihrer Sexualität und ihren sexuellen Bedürfnissen auseinander. Daher sind Themen wie Analsex und vermehrt auch Ratgeber zu Gleitgelen in großen Lifestyle-Magazinen zu finden. In zwei online Artikeln empfiehlt Sexualberaterin

Rena Föhr gleich mehrere pjur Gleitgele. Ob silikonbasierte Produkte für Analsex oder wasserbasierte Formulierungen für die Verwendung mit Sex Foys – pjur Gleitgele sind immer ihre erste Wahl und stehen sogar unter ihren Profi-Tipps. "Die Artikel belegen die Stärken von pjur: Bei der Qualität und Sicherheit der Produkte machen wir keine Kompromisse. so Alexander Giebel, CEO & Gründer von pjur.

Kraftvolle Vibrationen & pulsierende Klopf-Impulse von Sweet Smile



Der handliche "Wand with Thumping Function" ergänzt das umfangreiche Sweet Smile Sortiment des ORION Wholesale, Dieses Lifestyle-Lovetoy ist beidseitig verwendbar und überrascht gleich mit zwei Funktionen: Der ausgeprägte flexible Massagekopf vibriert, die Öffnung am Griffende stimuliert mit pulsierenden Klopf-Impulsen. So ist das Toy perfekt für vielseitige Ganzkörpermassagen und die gezielte Lustpunkt-Stimulierung.

Die starke Vibration des Massagekopfes ist im Griff kaum spürbar.
Die Klopf-Öffnung wird mit einer abnehmbaren Kappe geschützt. Der leistungsstarke "Wand with Thumping Function" ist angenehm strukturiert und liegt beim Verwöhnen leicht und gut in der Hand. Rundum aus Silikon mit seidiger Oberfläche gefertigt, passen sich Massagekopf und Klopf-Öffnung optimal den Körperund Intimkonturen an.





VIBRATION & E-STIM

ALLES IN EINEM TOY - OHNE EXTRA GERÄTE ODER KABEL







Auch neu bei Mystim: Patrick Mallaise, unser Sales Director.

Um mit Patrick in Kontakt zu treten, bitte einfach den QR Code scannen. Er freut sich auf Ihr Feedback!



Neue Oxballs Produkte bei DUSEDO erhältlich

AIRBALLS, AIRLOCK & SNAKE

DUSEDO hat sein Sortiment mit drei neuen Produkten von Oxballs erweitert. AIRBALLS hat mehrere Abflusslöcher, die für eine leichtere Nutzung sorgen und gleichzeitig als Halterung für Elektrokontakte dienen. Das Ergo-Dip-Design und das weiche Material sorgen für ein angenehmes Tragegefühl.



IRLOCK Rubbery Airflow Chastitiy: Eine integrierte Schlinge an der Basis sorgt für einen sicheren Halt und hält AIRLOCK an Ort und Stelle. Löcher im gesamten Schaft und an der Spitze dienen als Abflusslöcher oder zum Anbringen von Elektrokontakten. Die leuchtenden Farbkombinationen und das auffällige Design fallen auf und ziehen die Aufmerksamkeit auf sich. Das weiche Material und der erschwingliche Preis machen diesen Peniskäfig ideal für Neulinge, die mit Keuschheit

experimentieren möchten. SNAKE Max-Deep Cocksheath Das üppige, samtige plus+SILICONE Material fühlt sich an wie ein echt. Das spitz zulaufende Design und die geäderte Textur sind wie geschaffen für eine guten Griff. SNAKE enthält 3 Bullet-Einsätze, mit denen diskret die innere Passform am Schaft angepasst werden kann. Die Basis ist so gestaltet, dass sie extra griffig ist und SNAKE fest an seinem Platz hält. Die Größe und die auffällige Verpackung ziehen die Blicke auf sich.



ORION WHOLESALE: ,bunt' kommt gut!



Die Liebe ist so bunt wie das Leben! Und so sind auch die neuen Vibratoren der Serie ,bunt' von You2Toys: Farbenfroh, vielseitig, inspirierend! Sie überzeugen von außen mit ihrer Optik im trendigen Color-Blocking und von innen mit ihren kraftvollen Vibrationen. Dabei liegen sie gut in der Hand und gleiten mit ihrer seidigen Soft Touch Textur wie von selbst über die Haut. Bei jedem der Toys liefern leistungsstarke Motoren abwechslungsreiche Vibrationsmodi, die mittig einfach per Knopfdruck bequem steuerbar sind auch unter oder im Wasser, denn die bunten Freudenspender sind wasserdicht. Das Aufladen erfolgt jeweils über ein beiliegendes USB-Kabel. Geliefert werden die farbenfrohen Lovetoys von ,bunt' in hochwertigen Karton-Verpackungen mit mehrsprachigen Artikelbeschreibungen.







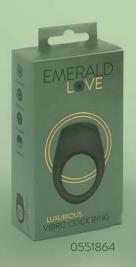


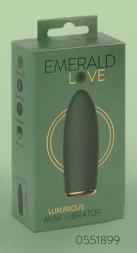
LUXURI©US VIBES

LEISTUNGSSTARKE TOYS IM SMARAGD-GRÜNEN EDEL-DESIGN

- Goldfarbene Details, griffige Rautenstruktur und intuitive Bedienung
- Hochwertige, ästhetische und nachhaltige Verpackungen











BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

Honey Play Box stellt ADRIAN vor

Wassermassage-Masturbator

Honey Play Box freut sich, die Veröffentlichung seiner neuesten Innovation namens ADRIAN anzukündigen, einem noch nie da gewesenen Wassermassage-Masturbator.



Dieses hochmoderne Gerät definiert die männliche Masturbation neu, indem es drei erstaunliche Funktionen miteinander kombiniert: eine kraftvolle Wassermassage, belebende Rotationsbewegungen und eine vollständig wasserdichte Technologie. Im Vergleich zu den meisten automatischen Masturbatoren für Männer auf dem Markt zeichnet sich ADRIAN dadurch aus, dass er vollständig wasserdicht ist das heißt, er funktioniert auch dann

noch einwandfrei, wenn er komplett unter Wasser getaucht ist. Dieses Kunststück gelingt ihm durch sein ausgeklügeltes Design, das den Motor und die Batterie in einem wasserdichten Fach schützt und so die Gefahr von Wasserschäden ausschließt. Wer nicht unter Wasser gehen will, kann ADRI-AN auch mit Wasser füllen und durch seine fünf erstaunlichen Rotationsmodi surfen. Sowohl kaltes als auch warmes Wasser kann zum Einsatz kommen.



Erneuerte iroha Serie erleichtert das Vergnügen

iroha hat seine klassische und originelle iroha Serie anlässlich des 10-jährigen Markenjubiläums erneuert. Umhüllt von einem einzigartigen und geschmeidigen Soft-Touch-Silikon, fühlt sich die kissenweiche Oberfläche seidenweich an und ermöglicht es dem Benutzer, Empfindungen zu genießen, die einer Massage ähneln. Das diskrete und dennoch kraftvolle Design ermöglicht dem Benutzer ein nie da gewesenes Vergnügen. Mit drei verschiedenen Vibrationsstär-

ken, von sanft bis stark, und zwei Impulsmustern ist die iroha Serie für alle Geschmäcker und Bedürfnisse geeignet. Darüber hinaus wird jedes Produkt der iroha Serie mit einem modernen Ladekabel geliefert, das kompakter ist und weniger Kunststoff als herkömmliche wendet, so dass der Benutzer das Toy einfach auf das Kabel legen können. Das Toy leuchtet beim Aufladen. Das Soft-Touch-Material von iroha ist sowohl staub- als auch wasserabweisend.



BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com



Tonga lässt es funkeln und glitzern

Blush Novelties

Tonga freut sich, die neue Blush Serie von Vibratoren vorzustellen, die jeweils nach einem wunderschönen Edelstein benannt sind: Aquamarin, Topas, Morganit, Granat, Amethyst und Diamant.



quamarine' hat ein spitz zulaufendes Ende und der bauchige Kopf sind für die innere und äußere Stimulation konzipiert. Mit 10 kraftvollen Vibrationsfunktionen und einer Erwärmungsfunktion bietet er zusätzliche Erlebnisse. Blue Topaz' besitzt ein abgerundetes Ende und eignet sich perfekt für innere und äußere Erkundungen, und seine wärmende Funktion sorgt für zusätzlichen Komfort. "Morganite': sein abgerundetes Ende und die Lustwellen bieten ein einzigartiges Erlebnis für die innere und äußere Erkundung. Mit 10 kraftvollen Vibrationsfunktionen und ei-

ner Wärmefunktion wird "Morganite" die Selbstbefriedigung aufwerten. Garnet": seine geschwungene Form umschließt den gewünschten Bereich und bietet eine Vielzahl unterschiedlicher Empfindungen. "Amethyst": sein schalenförmiges Design verteilt die Vibrationen perfekt, und seine wärmende Funktion sorgt für ein Plus an Komfort. "Oh my Gem Bold": seine geschwungene Form umschließt den gewünschten Bereich und bietet eine Vielzahl verschiedener Empfindungen. 10 kraftvollen Vibrationsfunktionen und eine Erwärmungsfunktion stehen zur Verfügung.



,Bendz Prostate Edition'

Nexus hat ein neues Produkt für die Massage der Prostata und des Perineums veröffentlicht, das vibriert und einen biegbaren Schaft besitzt. Die neue "Bendz Prostate Edition" ergänzt sein Vorgängermodell, die "Bendz Probe Edition". Beide Toys verfügen über einen geriffelten, vibrierenden Schaft aus Dual Density Silicone, der biegsam ist und sich

somit perfekt an die Kurven des Körpers des Benutzers anpasst. Im Gegensatz dazu ist die Spitze verjüngt und fester, was eine gezielte und gründliche Prostatamassage ermöglicht. Die neueste Version massiert zudem das Perineum mit sechs Vibrationsmodi, so dass Prostate und Perineum gleichzeitig stimuliert werden.









PLUG IN!

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com



Stainless Steel Pleasure Tools

b-Vibe bringt eine neue Kollektion auf den Markt

b-Vibe freut sich, seine neueste Edelstahl-Kollektion namens Stainless Steel Pleasure Tools vorzustellen.



Die b-Vibe Stainless Steel Pleasure Tools Kollektion umfasst Anal Beads, einen Prostata Plug und ein P-Spot Training Set. Die Stainless Steel Pleasure Tools von b-Vibe sind perfekt geformt, um die richtigen Stellen zu treffen, und eignen sich auch ideal für Temperaturspiele. Die Anal beads sind für ein sicheres und tief befriedigendes Einführen und Entfernen mit Perlen in abgestuften Größen ausgestattet. Der Prostata Plug in der Kollektion ist so konzipiert, dass er jeden Nerv und jede Kurve des Schließ-

muskels bis hin zur Prostata umarmt und streift. Das P-Spot Training Set enthält drei Stahlplugs in verschiedenen Größen, die jeweils den P-Punkt treffen. Die Edelstahl-Kollektion von b-Vibe wird aus medizinischen Materialien hergestellt. Die polierte Oberfläche des Edelstahls trägt nicht nur zur optischen Attraktivität bei, sondern macht sie auch leicht zu reinigen. Außerdem sind die Produkte der Kollektion sehr haltbar und langlebig, so dass sie Konsumenten jahrelang Freude bereiten werden.





Kiiroo kündigt die Veröffentlichung von PowerBlow an, ein interaktiver Masturbator mit automatischer Saugfunktion. Zeitgleich kommt dazu ein passender Stroker in Form des Mundes der Pornodarstellerin Victoria June auf den Markt. In PowerBlow sind zwei Jahre Forschung und Entwicklung geflossen. Das kleine, kompakte Produkt erschafft ein intensives "Saugerlebnis", vergleich-

bar mit einem Blowjob, und ist mit Kirroos Feel Strokers Linie kompatibel. In Verbindung mit dem FeelVictoria June Mouth Stroker können die Benutzer mit der FeelConnect App eine Verbindung zu Blowjob-Inhalten herstellen, um das, was sie auf dem Bildschirm sehen, in Echtzeit zu fühlen. Die Kompatibilität mit FeelMe Al soll in Kürze folgen, so das Unternehmen.



BUSINESS MEETS **PLEASURE**

ORION-WHOLESALE.com

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







Pleasure-seekers constantly dreaming about their next big travel adventure will be amazed by our latest product, specifically designed with their needs in mind. SONA™ 2 Travel, a petite sonic clitoral massager, features the best of the legendary sonic waves for a mindblowing clitoral massage, but in a discreet fashion convenient for all types of travel. Smaller than your average pair of sunglasses, this pleasure device is an essential addition to any orgasmic journey ahead.



COMPACT SIZE & TRAVEL LOCK

Perfect travel companion thanks to its compact size and ability to lock it during transport. At 3.4 in (8.7 cm) long, it's smaller than your average pair of sunglasses.



TWELVE POWERFUL PLEASURE SETTINGS

SONA™ 2 Travel offers 12 different modes to experience and explore your sexuality on the go.



BODY-SAFE SILICONE

LELO's classic body-safe silicone design allows for deeply fulfilling and hygienic pleasure.

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

The show(s) must go on

Eine alte Diskussion erlebt ihre Wiedergeburt

Pro



Colleen Godin, EAN U.S. Korrespondentin

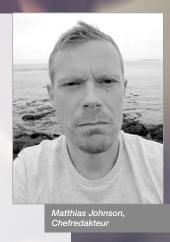
Während der Corona-Pandemie ist das Ende von Messen prophezeit worden, aber ein Blick auf den Terminkalender zeigt, dass genau das Gegenteil eingetreten ist: es gibt sogar mehr Events als vor der Pandemie – und die Diskussion darüber ist in vollem Gange. Die Messen in unserer Markt sind in die Fußstapfen der Industrie selbst getreten und haben scheinbar mehr Möglichkeiten hervorgebracht, als die Reisebudgets der Unternehmen verkraften können. Viele Branchenveteranen rollen daher mit den Augen, wenn jedes Jahr neue B2B-Veranstaltungen auftauchen, aber ein wachsendes Veranstaltungsangebot ist keineswegs negativ. Ohnehin schadet es denen nicht, die ohnehin nicht bei der Messe dabei sein wollen oder können. Die Covid-Jahre haben vieles verändert, denn vor der Pandemie fühlten sich viele Unternehmen verpflichtet, auf jeder neuen Messe mit einem Stand vertreten zu sein. Heute erwartet niemand mehr, dass jeder einzelne Hersteller an allen Messen teilnimmt und diese fühlen sich um einiges wohler, wenn sie Messen auslassen, die sich für sie nicht lohnen. Zudem diversifiziert sich unsere Branche immer weiter, somit bietet ein Mehr an

Messen mehr Optionen für alle Marktteilnehmer. Ein Hersteller von Vibratoren muss wahrscheinlich nicht an einer Dessous-Messe teilnehmen. könnte aber von einer Veranstaltung mit Schwerpunkt auf Sex Tech sehr profitieren. Eine kleine, unabhängige Butt Plug Marke macht auf einer Technikmesse vielleicht keinen Sinn, aber sie kann sich auch auf der eroFame oder auf der neuen B2Bmeets-B2C-Show Vibes in Los Angeles präsentieren. Und überhaupt sind Messen nur Dienstleister. Wer seine Kunden nicht zufrieden stellen kann, wird nicht überleben. Heute werden Unternehmen nicht mehr zu Messen kommen, die keine Ergebnisse liefern, schlecht gemanagt werden oder anderweitig keinen Spaß machen. Letztendlich ist es an der Zeit, mit dem Jammern über die Zahl der Messen aufzuhören. Wie und wo sonst kann man eine Reise zu einer Party auf Hawaii oder in Barcelona als Geschäftsreise bezeichnen?



Ich beginne mit einer verwegenen Vision, nämlich der, dass es nur noch eine einzige Messe für unseren Markt in Europa gibt. Wer jetzt sagt, dass sei angesichts der Tatsache, dass wir eh nur zwei B2B-Messen haben. keine große Veränderung, dem sei gesagt, dass dieser Schritt auch bedeuten würde. dass es auch keine Hausmessen und Veranstaltungen von Distributoren, Großhändlern etc. mehr geben würde. Alles - aber wirklich alles - würde sich auf diesen einen Fixpunkt unserer Industrie konzentrieren und fokussieren. Unrealistisch, ohne Zweifel, aber angesichts der wieder aufgeflammten Diskussion um den vollen Terminkalender, lohnt es sich zumindest darüber nachzudenken. Bekanntlich belebt Konkurrenz das Geschäft, aber es gibt eben auch den Punkt einer möglichen Sättigung bzw. die Entwicklung einer möglichen Kannibalisierung unter den Veranstaltungen. Ob es dazu kommt, ist noch nicht absehbar, aber die Frage, welche Events es zwingend zu besuchen gilt, stellt sich durchaus, schließlich ist der Aufwand für einen Messebesuch nicht zu vernachlässigen. Selbiges gilt auch

und besonders für Unternehmen, die ihre Produkte für gewöhnlich auf Messen ausstellen. Wer jetzt meint dass ihm diese Situation bekannt vorkommt, dem sei gesagt, dass wir die Diskussion, ob wir zu viele Messen und Events haben, alle Jahre wieder führen – und zwar meist dann, wenn neue Alternativen zu den lang etablierten Messen entstehen. Was, so glaube ich, die letzten Monate aber auf jeden Fall gezeigt haben, ist, dass alle die, die während der Corona-Jahre davon gesprochen haben, dass Messen und ähnliche Events durch digitale Kommunikation ersetzt werden, komplett falsch lagen.



"Wir verkaufen Spaß!"

,Liebesengel Toypartys' - Himmlische Abende mit Toys und Dessous seit 2009



In der Diskussion um Vertriebswege für Sex Toys geht es immer wieder um deren Stärken und Schwächen. Allzu häufig stehen sich dabei der stationäre Einzelhandel und der E-Commerce gegenüber. Der stationäre Einzelhandel setzt bekanntlich voll auf die Beratung und das Einkaufserlebnis. Und hier kommt ein weitere Vertriebsweg ins Spiel, der mit ähnlichen Faktoren erfolgreich ist: der Direktvertrieb, sprich Toyparties. Beratung und Einkaufserlebnis stehen auch hier an erster Stelle, nur die Art und Weise ist eine andere.

'Liebesengel Toypartys' ist seit 2009 in diesem Markt aktiv und greift heute über ein Netzwerk von 150 Beraterinnen zurück, den so genannten 'Liebesengeln'. eLine wollte mehr über das Unternehmen in Erfahrung bringen und hat das Gespräch mit Co-Gründerin und Co-Geschäftsführerin Nadine Jedlicka gesucht. Sie erzählt die Geschichte ihres Unternehmens, veranschaulicht welche besonderen Anforderungen der Markt für Toypartys besitzt und erklärt, warum sie für den Direktvertrieb eine rosige Zukunft vorhersagt.

"Nach oben ist immer Luft!" antwortet Nadine Jedlicka auf die Frage ob sie sich 2009, als sie 'Liebesengel Toypartys' gemeinsam mit ihrem Mann Daniel gründete, hat träumen lassen, dass fast 15 Jahre später rund 150 Beraterinnen für ihr Unternehmen aktiv sind und Toypartys organisieren. Angefangen hat damals alles mit einem Regal eines omnipräsenten schwedischen Möbelhauses und 'iust in time' Bestellungen, heißt, es wurden die Produkte bei den Lieferanten bestellt, die die Kunden geordert hatten. An eine Lagerhaltung war noch nicht zu denken. "Tatsächlich sind wir in unserer damaligen Wohnung gestartet. Später dann bauten wir ein Lager im Keller unseres Hauses auf", blickt Nadine zurück. "2015 haben wir uns dann auf 150 Quadratmeter Büround Lagerfläche vergrößert. Heute sind es 300 Quadratmeter." Im Gründungsjahr 2009 kam auch die erste Beraterin ins Unternehmen und unterstütze Nadine, die damals auch noch selbst Partys veranstaltete. Ursprünglich kommt sie aus der Kosmetikbranche und war dort jahrelang selbstständig. "Durch einen Kontakt zu Fun Factory kam der Stein ins Rollen. Wir dachten uns, dass es doch möglich sein muss, Sex Toys und ähnliche Produkte bei den Kunden zuhause zu präsentieren – in einem Ambiente, dass sie kennen und in dem sie sich wohl fühlen. Dieser Ver-

triebsweg funktionierte ja bekanntlich für andere Produkte bereits sehr gut." Gesagt, getan? Ganz so einfach war es nicht. Für 'Liebesengel Toypartys' ging es nicht von Null auf Hundert. "Um die Firma am Leben zu halten und weiterentwickeln zu können, haben wir zeitweise Jobs nebenher gehabt. Manchmal sogar in Vollzeit!" Die Strategie der 'kleinen Schritte' sollte sich auszahlen, wenn man bedenkt, wo Liebesengel Toypartys' heute steht. Daher ist Nadine zurecht stolz darauf, dass ihr Unternehmen in den fast 15 Jahren komplett ohne Kredite ausgekommen ist. So viel zum Thema organisches Wachstum. Vieles entstand in der Anfangszeit in Eigenregie, wie zum Beispiel die ersten Kataloge, die, wie Nadine sagt, ein 'spärliches Design' hatten. "Wir haben viel selber gemacht und auch wenn wir dafür hier und da mal Lehrgeld bezahlt haben, sind wir dieser Philosophie immer noch treu." Ganz egal, ob es sich um den Internetauftritt, Onlineshop, Social Media Aktivitäten oder Digitales Marketing handelt, Nadine und Daniel erledigen so viel wie nur möglich selbst. Unterstützt werden sie dabei von erfahrenen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, wie zum Beispiel Vertriebsleiterin Alexandra Schötz, die für das Coaching und die Schulungen der Beraterinnen verantwortlich ist, und einem Backoffice, das die Geschäftsprozesse steuert. "Für



uns ist es immer wichtig, dass wir immer wir bleiben!" macht Nadine die Bodenständigkeit des Unternehmens deutlich. "Dieses 'mehr Schein als Sein' ist nicht unser Ding. Wir bieten Qualitätsprodukte und gute Beratung für unsere Kunden! Das sind unsere Stärken!" Was aber passiert, wenn eine dieser Säulen weg bricht, wie zum während der Corona-Pandemie, als der direkte Kontakt mit den Kunden nicht mehr möglich war? "Wir mussten unsere Philosophie verändern", sagt Nadine über die Jahre 2020 und 2021, "wir begannen mit dem E-Commerce, um uns und natürlich auch unseren Beraterinnen ein

Auskommen zu ermöglichen." Die Kunden konnten so an die Marke 'Liebesengel' gebunden werden, ohne dass es herkömmliche Toypartys gegeben hat. Dennoch war die Freude und Erleichterung groß, als die Corona-Krise sich mehr und mehr verabschiedete und sich die 'Liebesengel' wieder ihren Kunden direkt zuwenden konnten. Zu diesen zählen übrigens nicht ausschließlich Frauen, denn es gibt auch Partys für Pärchen und Junggesellen. Und wenn auch der Schwerpunkt bei jeder Party ein anderer ist, so steht doch eins immer im Vordergrund: der Spaß. "Ganz egal für welches Klientel, wir verkaufen Spaß!", macht Nadine deutlich worauf es bei den Partys ankommt. "Das Komplettpaket muss stimmen, aber es muss immer lustig zugehen und der Spaß steht im Mittelpunkt." Dass dabei ein offenes, aufgeschlossenes und zugängliches Publikum hilft, liegt auf der Hand. Damit dieses nicht überrascht oder überfordert wird, prüfen die Beraterinnen im Vorfeld ab, welche Produkte vorgestellt werden können und welche nicht. "Das Thema Anal zum Beispiel ist immer noch heikel", weiß Nadine zu berichten. Grundsätzlich sei es aber so, dass die Akzeptanz gegenüber Sex Toys oder auch die Bereitschaft, über Themen wie Sex offen zu sprechen, in den letzten Jahren gestiegen sei, so Nadine weiter. Das sei sowohl auf den Partys zu spüren als auch in ihrem privaten Umfeld. "Als ich früher erzählt habe, was ich beruflich mache, ist der eine oder andere vom Stuhl gefallen. Das ist heute - zum Glück - anders!"



















MORE INFO AT WWW.EROPARTNER.COM





NEW SKU'S



LELO





Es ist aber nicht nur das bereits erwähnte ausgesuchte Sortiment aus Qualitätsprodukten und namhaften Marken aus dem Sex Toy Bereich, mit sich 'Liebesengel Toypartys' im umkämpften Markt für Homepartys von den Mitbewerbern unterscheidet, sondern ebenso ein großes Angebot an Dessous sowie ein ausgeklügeltes Schulungssystem für die Beraterinnen, damit diese erfolgreich arbeiten können. "Wir geben unseren Beraterinnen einiges mit auf den Weg, damit wir gemeinsam erfolgreich sein können", so Nadine, die ein Lied davon singen kann, dass es in dem von außen so heimelig wirkenden Markt für Homepartys oft rau zugeht. Vor allem werde mit Abmahnungen gekämpft. "Die kosten Zeit, Geld und vor allem Nerven", so Nadine zu diesem

Thema. "Für uns gilt die Devise 'Leben und leben lassen'... schade, dass nicht auch alle anderen so denken." Bei der Auswahl der Produkte, die während den Partys präsentiert werden, geht es den 'Liebesengeln' vor allem Qualität, sprich die verwendeten (und geprüften) Inhaltsstoffe und Materialien, aber ebenso auch um andere wichtige Details, wie zum Beispiel Lautstärke in der Sex Toy Kategorie. "Ein günstiger Preis ist für uns kein Kriterium. Es ist die Qualität, von der wir uns überzeugen lassen." Im Sortiment finden sich daher Produkte vieler namhaften Marken, aber keine Eigenmarken. Zu den gegenwärtigen Topsellern gehören neben der Womanizer Linie sowie Vaginalkugeln auch ein Gerät zur dauerhaften Haarentfernung. "Für uns geht es um ein





LUXURY BONDAGE ESSENTIALS

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





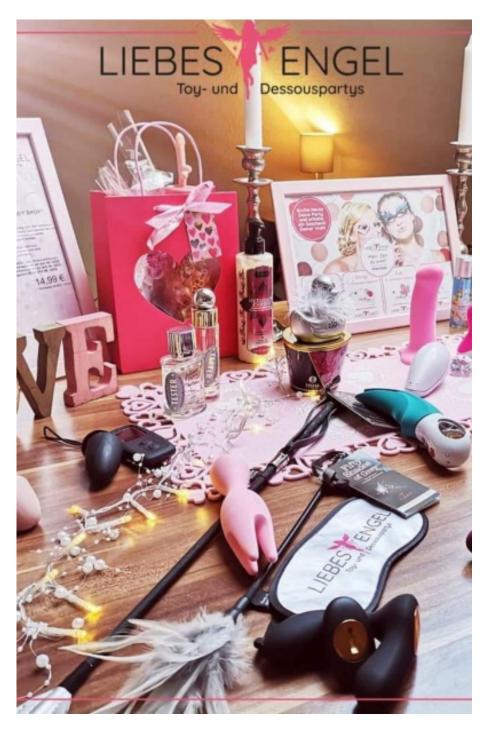
Rundum-Programm aus Sexualität, Wellness und Schönheit" erklärt die Gründerin und Geschäftsführerin, "denn nur wer sich schön fühlt, kann sich beim Sex fallen lassen." Da Sexualität ein so vielschichtiges Thema ist und sich das Angebot an Produkten für das sexuelle Vergnügen permanent verändert, ist es notwenig, dass die Beraterinnen auf einen großen Fundus an Hintergrundwissen und Produktwissen zurückgreifen können. "Für uns steht die Beratung der Kunden an erster Stelle. Das

setzt voraus, dass unsere Beraterinnen wissen, wovon sie reden. Schließlich geht es um Sexualität und zudem gilt es, über die 300 unterschiedlichen Produkte Bescheid zu wissen, die wir anbieten." All das geschieht durch hausinternes Coaching, durch Produktschulungen von Lieferanten und Hersteller oder durch die Vermittlung von Wissen durch Experten, wie zum Beispiel durch eine Therapeutin beim Top-Thema Beckenboden.

Dass das Geschäft mit den Toypartys unter den gegenwärtigen Bedingungen - Inflation, steigende Lebenshaltungs- und Energiekosten etc. - leidet, kann Nadine nicht feststellen. Als ihr Unternehmen im letzten Jahr auf der Venus Messe ausstellte, packte das Team vor allem mittelpreisige Produkte ein, aber am Ende verkauften sich die hochpreisigeren am besten. "Geld ist immer noch genug da, der Fokus der Konsumenten liegt aber jetzt noch stärker auf der Qualität der Produkte, die sie kaufen wollen", berichtet sie. Auch das der durchschnittliche Umsatz pro Party sich in den letzten fünf Jahren mehr als verdoppelt hat, spricht gegen die Theorie, dass die Konsumenten weniger konsumbereit sind. Was die Zukunft betrifft, so sieht die Geschäftsführerin den Vertriebsweg Toypartys auf der sicheren Seite. "Frauen sind ein nachwachsender Rohstoff", scherzt sie. "Immer neue Frauen bedeutet immer mehr und neue Fragen rund um das Thema Sexualität." Zudem würden auch neue Trends und die vielen Produkte. die in rasanter Geschwindigkeit auf den







Markt kommen, für Bewegung sorgen. "Die Homeparty wird nicht aussterben. Dafür bietet dieser Vertriebsweg durch Faktoren wie Beratung, Spaß und Geselligkeit zu viele Vorteile." Für 'Liebesengel Toypartys' bedeutet das, weiter am Ball zu bleiben. Zur Stärkung der Marke hat das Unternehmen wieder zahlreiche Aktionen geplant, wie zum Beispiel eine Tour mit den Chippendales durch Deutschland, gemeinsame Events mit Kinos und Messeteilnahmen. Auch die erfolgreiche Kooperation mit der EFAG GmbH, bekannt für ihren Partyschnaps namens 'Ficken', soll ausgebaut werden. "Das macht sonst keiner – jemand macht eine Party und wir bringen den Schnaps mit!" Es erübrigt sich fast zu erwähnen, dass Nadine und ihr Team den Sex Toy Markt im Auge behalten werden, um neue Trends und neuartige Produkte rechtzeitig zu erkennen und um ihrem sorgsam ausgewählten Sortiment weiterhin gerecht zu werden. Auf die Frage was Herstellern und Marken ihrer Meinung nach besser machen könnten, antwortet sie, dass sie sich mehr Verständnis für den Vertriebsweg Homepartys wünsche. "Wir sind nun mal kein Onlineshop. Unser Geschäft funktioniert anders, denn wir erreichen unsere Kunden anders – wir treffen direkt mit ihnen zusammen!" Hilfreich wäre es auch, mehr Sachets, Testprodukte etc. zu erhalten. 'Letztendlich stärken wir mit unseren Toypartys die Bekanntheit der Marken unserer Zulieferer!"



Niveauvoller Begleiter für endlose Spielerei







INDIVIDUALITÄT



HAUTFREUNDLICH



GERUCHS-UND GESCHMACKSNEUTRAL PARFÜM- UND **FARBSTOFFFREI**



MY.SIZE QUALITÄT DERMATOLOGISCH **GETESTET**

MY.SIZE LUBRICANTS - besonders gleitfähig & ergiebig

Für genussvollen Sex - perfekt auch für sinnliche Massagen.

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

LUBE me - Natural LUBE me - Tingly Warming LUBE me - Anal

Für ein prickelnd wärmendes und lustvolles Gefühl.

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

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

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

So feucht wie du möchtest

- Medizinprodukt der Klasse 2a
- Verwendung von besonders hochwertigen und reinen Inhaltsstoffen (Pharma-Qualität)
- Rezeptur bereits erfolgreich erprobt durch Dermatest mit 5-Sterne-Siegel "sehr gut" bewertet
- sehr gute Nutzer-Feedbacks
- keine Tierversuche
- alle eingesetzten Materialien für die Gleitmittelherstellung sind frei von Mikroplastik
- Verwendung von nachhaltigen Verpackungsmaterialen

MY.SIZE - ALL WE DO IS FOR YOUR PLEASURE -



pjur gewährleistet MDR zertifizierte Qualität in sämtlichen Bereichen

Drastische Veränderung im Gleitgelmarkt



2024 wird sich der Markt für Gleitgele drastisch verändern. Bis dahin gilt noch die Übergangsfrist zur Umsetzung der neuen Verordnung über Medizinprodukte (MDR). Diese löst die aktuellen Medizinprodukte-Richtlinien (MDD) ab und nimmt eine wesentlich strengere Regulierung medizinischer Produkte vor. Laut der neuen Verordnung gelten unter anderem Gleitgele als Medizinprodukte der Klasse Ilb, da sie im Gegensatz zu Kosmetika in den Körper eingeführt werden. Auch die Änderung der Übergangsfrist im März 2023 erfordert von allen Gleitgelherstellern diese Zertifizierung spätestens bis Mitte 2024 anzugehen, ansonsten gilt ihr Produkt nicht mehr als Medizinprodukt, darf nicht mehr in den Körper eingeführt und auch nicht mehr als Gleitgel bezeichnet werden.

Trotz der eindeutigen Rechtslage gibt es immer noch zahlreiche Gleitgel- hersteller, die eine MDR-Zertifizierung nicht nur nicht ernst nehmen, sondern auch diesbezüglich bewusst Fehlinformationen verbreiten. So wird gerne auf ein sogenanntes Borderline-Dokument aus dem Jahr 2019 ver- wiesen, dass längst nicht mehr aktuell ist und somit keine relevanten, geltenden Richtlinien zu Gleitgelen, deren Herstellung sowie Vertrieb beinhaltet. pjur weiß um die Wichtigkeit sowie die Tragweite der MDR-Zertifizierung und hat schon früh begonnen, Anforderungen der MDR umzusetzen. Mit Erfolg: Bereits im August 2022 absolvierte der Hersteller von Premium Gleitgelen erfolgreich das Erst-Audit und kann nun alle notwendigen Dokumente vorweisen.

pjur setzt auf volle Transparenz und zertifiziertes Know-How

Als einer der ersten und immer noch wenigen MDR zertifizierten Gleitgelherstellern setzt pjur auf transparente Kommunikation. Daher stellt pjur das MDR-Zertifikat als Konformitätsbescheinigung gemäß MDR 2017/745 und das EN ISO 13485

Zertifikat allen Händlern und Distributoren auf der pjur Homepage zur Einsicht und zum Download zur Verfügung. Somit ist für alle gewährleistet, MDR konforme und folglich sichere Produkte von pjur zu erhalten.

Doch da beginnt für pjur erst die Verantwortung, die die MDR-Zertifizierung mit sich bringt. Denn pjur lässt nun das Wissen eines MDR konformen Herstellers medizinischer Produkte der Klasse IIb in die externe Kommunikation einfließen. Um bestmöglich auf Rückfragen aus dem Fachhandel und von Kunden reagieren und diese mit höchster Qualität beraten zu können, hat pjur die Mitarbeiter/innen aus den Bereichen Sales, Marketing sowie PR und Kommunikation zu 'medical product advisors' geschult.

'Medical product advisors' für pjur Produkte informieren den Fachhandel als auch deren Kunden, die Anwender, über Medizinprodukte und weisen diese in die sachgerechte Handhabung der Produkte ein. Somit agieren sie als Schnittstelle zwischen Kunden und Herstellern. Um Geschäftspartner/in- nen sowie Kunden/innen mit höchster Qualität zu beraten, schult pjur seine Mitarbeiter/innen regelmäßig umfangreich.





"Anspruch, Qualität, Beratung, Vielfalt – wer das sucht, ist bei uns richtig."

Das E-Commerce Unternehmen TREND macht den Schritt in den stationären Einzelhandel



Die Flensburger Innenstadt ist seit dem 15. Juli um eine Attraktion reicher, denn dann eröffnete 'G.', das erste stationäre Erotikfachgeschäft der TREND Groß- und Einzelhandel KG. Das Unternehmen aus dem schleswig-holsteinischen Harrislee ist seit zehn Jahren mit verschiedenen Onlineshops im E-Commerce aktiv und schickt sich nun an, einen Vertriebsweg zu erobern, der für einige kein zukunftsfähiges Geschäftsmodell mehr darstellt. Gabriel Tamer, Geschäftsführer von TREND, ist da ganz anderer Meinung. In einem Interview erklärt, warum er auf den stationären Einzelhandel setzt und welchen Herausforderungen es sich zu stellen gilt, um in diesem Vertriebsweg erfolgreich zu sein.

Kannst du vorab etwas über euer Unternehmen erzählen? Seit wann ist TREND im Markt aktiv? Wie sieht euer Geschäftsmodell aus?

Gabriel Tamer: Unseren ersten Online-Shop 'SMASH ME' haben wir vor ziemlich genau zehn Jahren eröffnet. Dort wollten wir ein möglichst breites Sortiment für ein breites Publikum

anbieten – deutlich über den bis dahin üblicherweise angebotenen Mainstream hinaus. Von soft bis hart, ohne dabei jeweils zu hart rüberzukommen oder sensiblere Gemüter zu verschrecken. Ein persönlicher Kundenservice, hohe Servicequalität und kurze Lieferzeiten waren von Anfang als Selbstverständlichkeit gegeben. Im Laufe der Jahre kamen dann weitere Online-Shops hinzu, die sich gezielter an bestimmte Zielgruppen richteten. Auch wurde das Sortiment stetig ausgeweitet, so dass wir heute über 30.000 Artikel im Sortiment haben.

Ihr betreibt mehrere Onlineshops. Welche sind das und was wird dort verkauft?

Gabriel: Neben 'SMASH ME' gibt es unter anderem noch 'Bazonga', der etwas jünger und frecher und vor allem auch etwas preissensibler ist. Mit 'Sara Luna' brachten wir dann einen Shop an den Start, der eine femininere Ausrichtung hatte und über den wir auch exklusivere Produkte und Marken anbieten, die es sonst eher nicht oder nur bedingt im Markt gibt. In Ergänzung zu den Erotik-Shops launchten wir dann schließlich mit 'Trendparfum' einen Online-Shop für Beauty, Wellness und Parfüm. Auch hier

wird ein breites Sortiment angeboten, vor allem auch exklusivere Produkte, die man sonst so nicht im Markt findet. 'Trendparfum' hat sich als sinnvolle Ergänzung erwiesen, auch da sich hier hervorragend Cross-Marketing-Aktivitäten nutzen ließen. Schließlich kamen noch zwei Fashion-Stores hinzu mit 'Trend4Women' und 'Trend4Men' – auch dies wieder als sinnvolle Ergänzung zum bisherigen Sortiment.

Wie sieht eure Unternehmensphilosophie aus? Womit überzeugen eure Onlineshops im hart umkämpften E-Commerce Markt?

Gabriel: Gerade in unserem Erotikbereich ist es unser Anspruch, ein One-Shop-to-Stop zu sein. Also ein Shop, indem man wirklich nahezu alles findet, was man in diesem Bereich sucht oder suchen könnte. Dementsprechend sind wir tagtäglich auf der Suche nach neuen spannenden Produkten. Ein exzellenter Kundenservice, kurze Response-Zeiten, persönliche Ansprechpartner und kurze Lieferzeiten sind ein weiterer Anspruch, den wir uns auf die Fahne geschrieben haben und der von den Kunden sehr geschätzt wird. Wie eigentlich immer und überall im Online-Business ist natürlich auch der





Preis ein wichtiger Faktor. Hier versuchen wir immer das bestmögliche Preis-Leistungsverhältnis zu bieten. Dabei ist nicht der Anspruch, immer der Günstigste zu sein, aber der Beste, so dass der Kunde im Gesamtpaket bei uns das beste Preis-Leistungsverhältnis vorfindet. Der hohe Anteil an Stammkunden bestätigt uns hier.

Jetzt habt ihr den Schritt gewagt und habt euren Stammmarkt verlassen, um ein stationäres Erotikeinzelhandelsgeschäft zu eröffnen. Was hat

euch bewogen, den Fuß in einen Markt zu setzen, der als schwierig gilt?

Gabriel: Mit dem Gedanken eines stationären Einzelhandels haben wir uns in der Tat schon eine geraume Zeit beschäftigt und diese Option diskutiert. Die Gründe hierfür sind dabei recht vielfältig. Im Rahmen unserer permanenten Sourcings haben wir so z.B. immer wieder überaus spannenden und interessante Produkte gefunden, die sich jedoch online nicht wirklich oder nur sehr bedingt verkaufen ließen. Einige waren zu erklärungsbedürftig, andere waren so innovativ und neu, dass der potentielle Kunde sie schlichtweg nicht suchen und nicht finden konnte. Wenn der Kunde nicht weiß, dass es sowas gibt, wird er es nicht suchen und nicht finden. Dies ließ sich auch nicht ausreichend durch Marketing kompensieren. Von diesen Produkten haben wir über die Jahre sehr viele ausgemacht und mussten sie immer wieder zurückstellen. Aber wenn man sie Face2Face erklärt. der Kunde sie nur sieht oder in der Hand hält, würden sie ein Selbstläufer sein. Des Weiteren ist das Thema Sexualität spätestens seit 'Fifty Shades of Grey' in der Mitte der Gesellschaft angekommen und auch gesellschaftsfähig(er) geworden. Je beratungsintensiver ein Produkt ist, desto eher neigt der Kunde dazu, es sich vor Ort erklären zu lassen. Zudem gibt es direkte Konkurrenz in den Innenstädten eher weniger -





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





oftmals befinden sich Erotik-Shops doch etwas außerhalb, für viele schwer erreichbar.

Es gibt nicht wenige, die in der Diskussion um Verkaufskanäle für Sex Toys die Meinung vertreten, dass einzig allein der E-Commerce ein Geschäftsmodell mit Zukunft ist. Welche Möglichkeiten bietet der stationäre Einzelhandel aus eurer Sicht heute (noch)?

Gabriel: Das Thema Sexualität ist wohl das intimste Thema in Sachen Verkauf.

Nun wissen zwar viele Kunden schon recht viel, aber aufgrund der zahlreichen Neuerungen des riesigen Angebotes sind viele Kunden überfordert. Zahlreiche Produkte überzeugen einfach, wenn man sie erst einmal in der Hand hat, die Funktionen gesehen und das Konzept verstanden hat. Mit diesem Aha-Erlebnis ist der Kunde nicht selten euphorisch und entdeckt ganz neue Möglichkeiten. Wie schon erwähnt, gibt es so viele Produkte, von denen der Kunde nicht weiß, dass es sie gibt, für die es aber einen sehr großen Bedarf gibt. Beratung ist hier also ein großes Thema. Es ist auch nicht zu unterschätzen, dass viele sich ein Sex Toy nicht aus rein sexuellen Gründen kaufen. Es gibt sexuelle Probleme, Disfunktionen etc. bei denen so manche Sex Toys sehr gut Abhilfe schaffen können. Und sei es nur der Beckenbodentrainer nach einer Schwangerschaft.

Auch das geänderte Verbraucherbewusstsein ist ein Aspekt. Es wird immer mehr Wert darauf gelegt, was man trägt, was man isst, womit man sich eincremt etc. Und gerade in unserer Branche geht es ja doch sehr stark um Produkte, die sehr eng mit dem Körper in Berührung kommen. Und da ist es nur naheliegend und konsequent, wenn man bei allem anderen sehr darauf achtet, was man auf, an und in den Körper gibt, dies auch im Sex Toy Bereich tut. Auch hier ist der Beratungsbedarf sehr hoch, weil viele Produkte für viele Kunden eben noch keine Dinge des alltäglichen Bedarfs sind





ROTATING VULVA MASSAGER MUST-HAVE FÜR DEN INTENSIVEN ORGASMUS



0553832











BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com









und warum dort weniger Allgemeinkenntnisse vorherrschen, die eine Beratung so hilfreich machen.

Die Nachfrage nach Sex Toys ist groß, die Akzeptanz gegenüber diesen Produkten wächst stetig... aber Neueröffnungen von stationären Erotikeinzelhandelsgeschäften sind äußerst selten. Die Konkurrenz aus dem Internet wird nicht von heute auf morgen verschwinden, aber was muss passieren, dass der stationäre Erotikeinzelhandel im Sex Toy Markt nicht weiter an Gewicht verliert?

Gabriel: Die Nachfrage in diesem Bereich ist in der Tat sehr stark gestiegen.

Während Corona und auch danach ist die Tendenz weiter steigend. Damit ist die Nachfrage also auf jeden Fall gegeben. Im gleichen Atemzug verschwinden mehr und mehr Sexshops. Allerdings liegt das nicht immer an fehlender Rentabilität. vielmehr ist dass darin begründet, dass die Inhaber aus Altersgründen aufgeben. Ein weiterer Grund ist sicherlich auch, dass viele Shops selbst vom Konzept her ins Alter gekommen sind und aufgrund der integrierten Videokabinen oder Kinos doch eher ein anrüchiges Image haben. Die Hemmschwelle in solche Shops zu gehen, ist ungleich größer. Diese Prozesse werden sich wohl auch in den nächsten Jahren noch fortsetzen. Wichtig ist, dass man kein 'Schmuddel-Image' hat. Man sollte sich als stilvolles Fachgeschäft verstehen, in dem der Kunde Dinge des täglichen erotischen Bedarfs in nettem Ambiente kaufen und sich von einer übersichtlichen Auswahl inspirieren lassen kann. Ein unverzichtbarer Baustein ist auch das Beratungsangebot und ein hervorragend geschultes Team. So fühlt man sich gut aufgehoben und bekommt garantiert das Richtige für seine eigenen Belange und Bedürfnisse.

Natürlich wird es immer welche geben, die sich einen Billigvibrator in Asien bestellen. Aber früher oder später kommt die Erkenntnis, dass das nicht die beste Qualität ist und es vielleicht doch besser ist, sich etwas abzusichern bezüglich der Produkte, die man in und am Körper einsetzt. Gängige und selbsterklärende Produkte kann man ebenfalls problemlos im



Premium Lybricant FUN GEAR





SILICON COCK RINGS

T6257 Silicone Ring red T9133 Silicone Ring red, 3er-Set T6256 Silicone Ring black T9132 Silicone Ring black, 3er-Set

S = 40mm M = 45mm L = 50mm

UVP € 29.95

Ihr Preis: € 10.78



SOFT-PADDLE

T9064 Paddle Slave T9065 Paddle Bitch T9066 Paddle Slut T9067 Paddle Pig

UVP € 19.95 Ihr Preis: € 7.98

Ihr Preis: € 5.98

UVP € 14.95

SILICONE-PADDLE T9063 Silicone Paddle black

> UVP € 29.95 Ihr Preis: € 11.98

UVP € 14.95

Ihr Preis: € 5.98

UVP € 19.95 Ihr Preis: € 7.98

Anal Plug 11 x 4cr

19 x 6,2 cm

T9077

ANAL PLUGS

REALISIC DILDOS

Real Dude Adam

T8072 light

T8073 black

Mini Bead Anal Plug 7,8cm

UVP € 24.95

Ihr Preis:e € 9.98

Little Dude Findus T8090 light T8091 black

Anal Plug Beginner 13cm

Unicorn Dude T8082 light T8083 black

> UVP € 24.95 Ihr Preis: € 9.98

Double Dude Pascal+André T8096 light T8097 black 18 x 3-3,5 cm

UVP € 32.95 Ihr Preis: € 12.98

UVP € 32.95

Ihr Preis: € 13.18

KRAHO GmbH

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

Webshop: wholesale.gayshop.com







Internet kaufen, was auch vollkommen in Ordnung ist. Aber wenn man ein Produkt nicht kennt, eine Herausforderung oder ein Problem hat, oder etwas Neues ausprobieren möchte, da ist es definitiv von Vorteil wenn man Produkte anfassen. testen und sich dazu beraten lassen kann. Denn es gibt wohl nichts Ärgerlicheres, als wenn man gerade zuhause ist und das Produkt zum Einsatz bringen will und dann feststellt, dass es ein Problem damit gibtund die schöne Stimmung ist ruiniert, ob nun für sich selbst oder zu zweit. Rückgaben und Retouren in diesem Bereich werden zudem doch von vielen als sehr unangenehm empfunden. Es ist also absolut sinnvoll, genau zu wissen, was man kauft. Wenn Kunden zufrieden sind mit dem erworbenen Produkt, kommen diese

auch wieder. Denn viele belassen es nicht bei einem Spaß-Produkt, sondern wollen dann auch anderes ausprobieren. Oder es gibt Veränderungen in den eigenen Lebensumständen, plötzliche Unverträglichkeiten etc. – warum es gut ist, immer einen Experten des Vertrauens ansprechen zu können, wenn man es möchte. Vor einiger Zeit wurden auch die Begriffe des Omnichannel und Multichannel sehr stark strapaziert, ohne jedoch wirklich in der Praxis mit Leben erfüllt zu werden. Wir können in der Fläche eine begrenzte Anzahl an Produkten präsentieren, erhältlich ist aber das ganze Sortiment bei uns - über unseren angeschlossenen Online-Shop. Über Displays und Screens wird der Kunde jeweils über das gesamte Sortiment informiert, dies kann dann selbstverständlich direkt vor Ort online geordert werden. Ohnehin bieten wir dem Kunden an, sich auch die im Store direkt erworbenen Produkte nach Hause schicken zu lassen. Gerade bei größeren Produkten, die man vielleicht nicht den ganzen Tag mit sich rumschleppen will beim weiteren Shopping-Bummel. Dies kann manchmal auch eine Frage der Diskretion sein.

Kannst du etwas zu euren neuen Geschäft sagen? Wo befindet es sich? Welches Einkaufserlebnis bietet ihr dort?

Gabriel: Die Frage bietet mir die Gelegenheit zu meiner Lieblingsantwort. Der Name unseres Erotik-Stores lautet 'G.'







dreamtoys

EXPLORE · DISCOVER · ENJOY





ESSENTIALS



DREAMTOYS ESSENTIALS

Offer your customers the sensational experiences of Essentials pleasure with the new Dream Toys collection "Essentials". This captivating collection offers a range of innovative and powerful toys designed to elevate their intimate experiences to new heights.



– also G-Punkt. Und der ist in diesem Fall wirklich recht leicht zu finden. 'G.' befindet sich direkt in der Flensburg-Galerie, einem Einkaufszentrum mitten in der City von Flensburg. Einen Erotik Store in so prominenter Lage, also direkt in einer Shopping Mall zu haben, ist die absolute Ausnahme in Deutschland. Aber wir gehen diesen Weg bewusst, da wir denken, die Zeit ist reif – Sexualität ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen, warum also nicht auch ein entsprechendes Fachgeschäft? Wir möchten auf jeden Fall den Anspruch erfüllen, für alle da zu sein und etwas zu bieten. Von soft bis hart trifft das

schon ganz gut. Viele spannende und neue Produkte, man kann alles anfassen und testen, sich umfangreich informieren, es wird eine Beratung geboten, die möglichst keinerlei Fragen offen lassen sollte. Und das Ganze nicht nur in einer stilvollen Atmosphäre sondern auch in einer diskreten Atmosphäre. Zwar ist die Schaufensterfront einladend und offen, trotzdem ist alles so ausgelegt, dass man von außen nicht in den Laden reinschauen kann.

Man kann also vollkommen ungestört von Blicken von außen intensiv das Sortiment erkunden.

Als Experten in unserem Bereich werden auch immer wieder Workshops zu bestimmten Themen angeboten, die für Kunden sehr interessant, aber im Detail eben nicht so bekannt sind.

Wie lange hat der Prozess von der Idee bis zur Geschäftseröffnung gedauert? Welche Hürden musstet ihr dabei überwinden?

Gabriel: Auch wenn wir uns mit der grundsätzlichen Eröffnung eines Offline-Shops gedanklich schon länger beschäftigt hatten, so war dieses Projekt dann am Ende doch eher spontaner Natur. Vor einigen Jahren hätten wir diesen Schritt an dieser Stelle, also in der Flensburg Galerie, nicht gewagt. Seitdem es aber ein neues Center-Management gibt, das in letzter Zeit sehr viel bewegt und geschafft hat, haben wir sehr großes

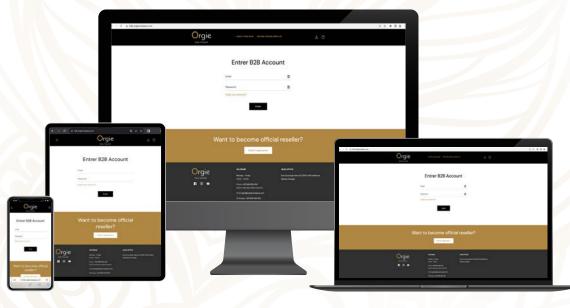


Dare Yourself.

Orgie Company **B2B**

Website Up & Running

www.b2b.orgiecompany.com





Orgie Company B2B is reserved only for professionals of the sector



b2b.orgiecompany.com or **orgiecompany.com** and submit your access application



Customers continue to rely on the full support from Orgie's commercial team



Unlimited access to all marketing material: photos, video, texts, technical information, and more. Download anything you need whenever you need



Do not forget to complete the field "Tell us more about your company..." adding how did you hear about Orgie B2B and get an extra 5% discount on your first purchase

Join Orgie Company B2B Website Now!

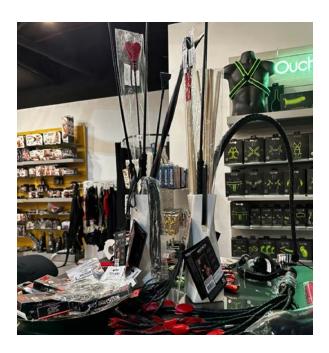












Vertrauen in den Standort bekommen. Als uns dann die Fläche im Frühjahr diesen Jahres für ein Pilotprojekt angeboten wurde, haben wir dementsprechend zugeschlagen. Das Eröffnungstermin am 15. Juli war zwar ein sehr sportliches und knappes Zeitfenster, aber wir haben es hinbekmmen. Hürden waren keine großen zu überwinden. Wann und wo immer man das Thema ansprach gab es von allen Seiten nur überraschtes, aber positives Feedback und volle Unterstützung. Erst recht, seitdem die 'Coming Soon' Plakate in den Schaufenstern hingen, und recht gut veranschaulichten, welche Art Store dort eröffnet, konnte man in den Gesichtern der Passanten viel Neugier erkennen, manchmal sogar ob der Motive etwas Heiterkeit, oftmals wurde sogar ein schnelles Foto geschossen.

Welche Zielgruppe wollt ihr mit eurem Geschäft ansprechen?

Gabriel: Im Prinzip alle. Von der jungen Frau, die sich ihr erstes Toy kaufen möchte und ein wenig auf den Preis achten muss bis hin zum erfahrenen Anwender, der auf der Suche nach was Neuem ist. Jeder, der mit gutem Gewissen ein Erotik-Toy, heiße Fashion oder Drogerie-Artikel rundum Sex kaufen möchte, ist bei uns an der richtigen Adresse. Und natürlich auch das breite Spektrum rundum die beliebten Bachelorette-Parties und Junggesellen-Abschiede mit all seinen lustigen Gadgets wird abgedeckt. Anspruch, Qualität, Beratung, Vielfalt – wer das sucht, ist bei uns richtig.

Könntet ihr euch vorstellen, weitere Einzelhandelsgeschäfte zu eröffnen?

Gabriel: Ja. Der 'G.' ist ein Pilot-Store. In der Pilotphase werden wir sehr genau hinschauen, viel lernen und wann und wo immer etwas zu ändern oder verbessern ist, dies tun. Am Ende soll ein Store stehen, der auch in jedem anderen Einkaufszentrum angesiedelt sein könnte. Und das ist der eigentliche Plan. Wie schon erwähnt wird es in vielen Städten und größeren Orten in Zukunft keinerlei Angebot eines Erotik-Stores mehr geben. Gleichzeitig ist die Verfügbarkeit an Einzelhandelsflächen deutlich besser als noch vor Jahren. Wenn alles klappt ist also durch aus ein Roll-Out vorgesehen.







MY.SIZE Mix 49, 10er Artikel-Nr.: 10000019054 MY.SIZE Mix 49, 28er Artikel-Nr.: 100000019055

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 64, 10er Artikel-Nr.: 100000019070 MY.SIZE Mix 64, 28er Artikel-Nr.: 100000019071

Artikel-Nr.: **100000019071**

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.





"TENGA Puffy hat ein Design, das sich von allen anderen auf dem Markt befindlichen Produkten unterscheidet."

TENGA räumt mit der Wahrnehmung auf, dass stärker immer besser ist



Während viele Hersteller und
Marken auf der Suche nach neuen
Erlebnissen und Empfindungen bei
ihren Masturbatoren auf die Devise
'stärker gleich besser' setzen, geht
TENGA mit Puffy einen anderen
Weg. 'Luxuriöse Weichheit' ist das
Schlagwort. Eddie Marklew, Global
Marketing Manager bei TENGA,
erklärt, was es damit auf sich hat
und was Puffy so einzigartig macht.

Wann ist es bei TENGA zur Idee für Puffy gekommen? Wie schnell ist aus der Idee das erste fertige Produkt geworden?

Eddie Marklew: Hier bei TENGA verfügt unsere Forschungs- und Entwicklungsabteilung über ein engagiertes
Team von Produktentwicklern, das allein aus über 15 Produktdesignern besteht - und weitaus mehr, wenn man die Grafikdesign-, Ingenieurs- und Produktionsteams hinzurechnet, die in mehreren Teams arbeiten und das ganze Jahr über alle möglichen Ideen einbringen. Der TENGA Puffy entstand unter der Vorgabe 'wie kann man ein weiches Produkt herstellen, das sich gut anfühlt und aus körperverträglichen Materialien besteht?, denn viel

sehr weiche Materialien können gefährliche Inhaltsstoffe enthalten. Von der Idee bis zum fertigen Produkt vergingen etwa zwei Jahre - etwas länger als bei den meisten unserer Produkte - und ein großer Teil davon war von der Suche nach den richtigen Materialien gekennzeichnet.

Das Produktangebot im Bereich der Masturbatoren ist riesig – wie schwer ist es, hier mit etwas Neuem zu kommen?

Eddie: Wie die Leserinnen und Leser von eLine zweifellos wissen, ist die Produktauswahl bei Artikeln für den Penis im Vergleich zur Welt der Vibratoren winzig und viele davon befinden sich immer noch im Bereich der preisgünstigen OEM-Hersteller mit White-Label-Branding. Wenn es also um wirklich innovative Produkte geht, gibt es nicht wirklich viele 'neue' Ideen auf dem Markt: ich könnte vielleicht drei, vielleicht vier Marken nennen, die neue Ideen für Produkte für den Penis entwickelt haben. Wir bei TENGA haben aber noch viele Ideen, die wir ausprobieren wollen und arbeiten ständig an Konzeptmodellen für neue Ideen, sowohl in Bezug auf das Design und die Funktionalität als auch in Bezug auf die Zielgruppe, um den Markt für die Nutzer zu erweitern. Wir hoffen, dass wir sie in naher Zukunft präsentieren können!

Wie viel TENGA steckt in Puffy? Wie spiegelt Puffy TENGAs Markenwert wider?

Eddie: TENGA hat es sich zur Aufgabe gemacht, Sex und Sexual Wellness für jedermann zugänglich zu machen. Die Marke wird durch Produkte verkörpert, die für den Mainstream-Konsum geeignet sind und die Verwendung von Sex Toys normalisieren. TENGA Puffy hat ein Design, das sich von allen anderen auf dem Markt befindlichen Produkten unterscheidet und für ein breites Publikum zugänglich macht. Darüber hinaus müssen die Menschen Spaß an der Verwendung dieser Produkte haben, um sie zu normalisieren. Wie bei unseren anderen Produkten fühlt sich auch der TENGA Puffy fantastisch an. Während die meisten Menschen denken, dass 'stärkere' Produkte stimulierender sind, hat ein Produkt, das sich um den Penis legt und ihn von allen Seiten bedeckt, etwas ganz Besonderes, das die Benutzer wirklich genießen werden.

TENGA Puffy überzeugt durch 'luxuriöse Weichheit'- so heißt es in eurer Pressemitteilung zum Release des Produkts. Welche Materialien sind verwendet worden, damit der Nutzer ganz spezielle taktile Empfindungen erleben kann?



Eddie: Puffy ist eine wirklich interessante Konstruktion, Erstens besteht die weiche Außenhülle aus Silikon, das verformbar ist, damit man die Stimulation mit einem Griff kontrollieren kann, aber es fühlt sich auch seidig glatt an - etwas, für das unsere Schwestermarke iroha berühmt geworden ist. . Das Elastomer-Sleeve im Inneren ist mit den von TENGA gewohnten Details versehen, die für eine fantastische Stimulation während des Gebrauchs sorgen. Die Weichheit während des Gebrauchs wird jedoch durch einen einzigartigen Polyurethan-Einsatz im Inneren des Produkts gewährleistet, dessen Weichheit von einigen mit Memory Foam verglichen wird - und dies war der Teil, den ich vorhin erwähnt habe, der am längsten brauchte, um genau perfekt zu sein. Um den Artikel hygienisch zu halten, ist das Polyurethan im Inneren des Produkts versiegelt, so dass kein Gleitmittel während des Gebrauchs oder Wasser beim Waschen damit in Berührung kommen kann.

Wie reiht sich Puffy in das bestehende Produktangebot von TENGA ein? Welche Zielgruppen fokussiert ihr mit Puffy?

Eddie: TENGA Puffv steht auf unserer Liste der Produkte im mittleren bis oberen Preissegment. Das Produkt wird für Neueinsteiger zugänglich sein, die ein höherwertiges, wiederverwendbares Produkt suchen. Darüber hinaus wollen wir aber auch den eingefleischteren Fans von Sex Toys vermitteln, dass sich weiche, umhüllende Empfindungen erstaunlich anfühlen können. Ich weiß aus eigener Erfahrung, wie einfach es ist, die Verbindung herzustellen, dass "stark = besser" für die Stimulation ist, aber wir planen, dieses Produkt zu fördern, um unseren Benutzern wirklich die Augen zu öffnen, wie die matschig-weichen Empfindungen des TENGA Puffy diese Wahrnehmung umdrehen können!

Gebt ihr dem Einzelhandel POS Materialien an die Hand, um Puffy aufmerksamkeitsstark promoten zu können?

Eddie: Wir werden Informationsständer (A4) sowie Produktmuster zum Berühren und eine neue Produkttabelle mit Querschnittsbildern unserer Artikel anbieten, damit die Benutzer die inneren Details sehen und vergleichen können. All dies wird von den hochwertigen Produktvideos begleitet, für die TENGA bekannt ist.



AUSTRIA email: office@hot-dl.com /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9







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



"Unser Motto lautet: Wenn es etwas noch nicht gibt, erschaffen wir es einfach."

XTRM Play Harder! geht einen eigenen Weg



Es war eine Produktidee, die den Grundstein dafür legte, dass Falko, Chris und Peter, die seit 2008 im B2C-Bereich aktiv sind. den Fuß in das Großhandelsgeschäft gesetzt haben und XTRM Play Harder! gründeten. Das war 2019 und auch wenn sich seitdem vieles verändert hat, liegt der Fokus weiterhin auf einzigartige Produkte - die in Österreich gefertigt werden und ausgeprägten Kundenservice.

Bis 2019 seid ihr ausschließlich im B2B-Markt aktiv gewesen, dann erfolgte mit der Gründung des XTRM Wholesale der Schritt in den B2B-Markt. Was hat euch dazu bewogen?

Falko, Chris und Peter: Bis 2019 und auch noch heute, sind wir im B2C-Bereich tätig und haben dort über 15 Jahre lang eine Vielzahl von Produkten verkauft. Im Laufe der Jahre haben wir jedoch festgestellt, dass sich diese Produkte immer wiederholten - lediglich mit unterschiedlichen Farben und Verpackungen. Im Grunde genommen handelte es sich um dieselben Pro-

dukte mit nur wenigen Details, die sich unterschieden. WHITE LABEL! Wir waren der Meinung, dass es Zeit für eine Veränderung war. Im Jahr 2019 brachte Chris eine geniale Idee zu uns - den XTRM SNFFR, einen Aufsatz für Poppers Flaschen, der es ermöglicht, das Aroma zu genießen, ohne direkten Kontakt damit zu haben, sprich keine Hautreizungen oder Rötungen an der Nase oder Haut. Dieses innovative Produkt verfügt über ein geschütztes dreikanaliges System, und wir begannen, es mit einem kleinen SLA- und DLP-Drucker herzustellen. Anfangs produzierten wir täglich fünf Stück, dann 50, und schon bald darauf

erhielten wir so viele Anfragen, dass wir nicht mehr wussten, wie wir die Nachfrage bewältigen sollten. Schnell wurden aus einem SLA-Drucker binnen kurzer Zeit 50 Stück und mehr... Als sich zusätzlich zu den Kundenanfragen auch noch zahlreiche Händler bei uns meldeten, wurde uns klar, dass wir den Großhandel starten müssen. Das war der Moment, in dem die Idee zu XTRM geboren wurde. Und so nahm alles seinen Anfang - mit dem Ziel, innovative Produkte anzubieten und unsere Präsenz über den B2C-Sektor hinaus zu erweitern.

Wie würdest du die Unternehmensphilosophie von XTRM Wholesale beschreiben? Was bringt ihr dem Markt Neues?

Falko, Chris und Peter: Die Unternehmensphilosophie von XTRM Play Harder! lässt sich als innovativ und kundenorientiert beschreiben. Unser Ziel ist es, dem Markt ständig neue und aufregende Produkte anzubieten, die Kunden und Händlern Spaß machen. Wir streben danach, einzigartige Lösungen zu entwickeln, die den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden entsprechen. Ein Beispiel dafür ist unser Produkt SNFFR, das ursprünglich für kleine Flaschen entwickelt wurde. Aufgrund der großen Nachfrage haben wir schnell aber auch Aufsätze für alle Flaschenarten einge-

führt. Als ein großer Händler aus den USA Interesse an SNFFR zeigte, haben wir in großer Stückzahl SNFFR für die US-amerikanischen Flaschen produziert. Parallel dazu haben wir intensiv an der Entwicklung eines auslaufsicheren SNFFR gearbeitet, der mit einem hochwertigen Druckverfahren hergestellt wird und ein ansprechendes Design aufweist. Dieses Produkt haben wir auf der erofame 2022 vorgestellt und es wurde sehr gut aufgenommen.

Neben SNFFR haben wir auch andere Produkte auf den Markt gebracht, wie beispielsweise flexible Augenklappen in verschiedenen Farben und Stilen, Breath Control - SLAVE CONTROL für aufregende Atemspiele in der BDSM-Welt sowie Filter für Fetish Fans, in denen sie Stoffreste, Socken oder Aroma verstauen und genießen können. Aktuell arbeiten wir auch an Maskensystemen, für die wir bereits große Anfragen aus den USA erhalten haben. Diese zeigen uns, dass unsere Produkte bei Kunden und Händlern Anklang finden und eine Lücke auf dem Markt füllen. Insgesamt streben wir bei XTRM Wholesale danach, innovative und spannende Produkte anzubieten, die Kunden begeistern und den Markt bereichern.

Wie sehen denn die Stärken eures
Unternehmens aus? Womit setzt ihr euch



von euren Mitbewerbern, von denen es ja zahlreiche gibt, ab?

Falko, Chris und Peter: Unsere Stärken liegen in verschiedenen Bereichen, die uns von unseren Mitbewerbern abheben: Kreative Produktgestaltung: Wir setzen uns von unseren Mitbewerbern ab, indem wir unsere eigenen Produkte entwerfen und unsere Fantasie einsetzen. Anstatt von anderen zu kopieren, konzentrieren wir uns darauf, das zu tun, was uns Freude bereitet und was wir für einzigartig halten. Dadurch können wir einzigartige und originelle Produkte entwickeln, die unsere Kunden begeistern. Eigenständige Produktion: Bei uns wird alles selbst zusammengebaut. Wir übernehmen die volle Kontrolle über den Herstellungsprozess und können sicherstellen, dass

unsere Produkte den höchsten Qualitätsstandards entsprechen. Indem wir diesen Schritt nicht auslagern, können wir die Integrität unserer Marke und Firma zu 100% wahren. Authentische Markenverbundenheit: Unsere Leidenschaft für das, was wir tun, spiegelt sich in unserer 100%igen Verbundenheit mit unserer Marke und unserem Unternehmen wider. Wir sind nicht nur daran interessiert, schnelles Geld zu machen oder Trends zu folgen. Stattdessen entwickeln wir unsere Ideen und Produkte zu 100% selbst. Diese Authentizität und Hingabe zur Marke machen uns einzigartig. Langfristige Vision: Während einige Mitbewerber kurzfristige Gewinne suchen, richten wir unseren Blick auf langfristigen Erfolg und nachhaltiges Wachstum. Anstatt uns nach links und rechts zu orientieren und zu schauen, was andere tun,



BODY DOCK®

UNIVERSALES STRAP-ON HARNESS SYSTEM



- DAS PATNETIERTE, STARKE
 SAUGDESIGN MACHT DIESES
 STRAP-ON SYSTEM ZUM EINFACHSTEN
 AUF DEM MARKT
- FUNKTIONIERT MIT DEN MEISTEN SAUGNAPF-DILDOS, AUCH SOLCHE DIE SIE MÖGLICHERWEISE SCHON BESITZEN
- 6 EINZIGARTIGE STYLES FÜR ALLE IHRE SEXUELLEN BEDÜRFNISSE
- KOSTENLOSE 3D-HEADER-BOX UND TESTER SIND AUF ANFRAGE ERHÄLTLICH

LAP STRAP

KEINE RINGE. KEINE RIEMEN. KEIN AUFWAND!



BD104-00 BD107-00 BD109-00 BD105-00 BD106-00





Falko, Chris und Peter: Unser Sortiment ungewöhnlicher Produkte ist das Ergebnis unserer langjährigen Erfahrung im B2C-Bereich des Gay-Sektors und der kreativen Leidenschaft unseres Teams. Vor allem Chris, unser talentierter Designer, hat mit seiner leidenschaftlichen und phantasievollen Affinität zum Hetero BDSM eine Fülle von Ideen entwickelt und mit großer Kreativität umgesetzt. Dadurch entstand ein vielfältiges und stetig wachsendes Sortiment, das unsere Einzigartigkeit widerspiegelt. Unser Motto lautet: Wenn es etwas noch nicht gibt, erschaffen wir es einfach. Der Name XTRM Play Harder! verdeutlicht unsere Ausrichtung auf extreme und außergewöhnliche Produkte. Wir sind einfach anders und bieten jedem etwas Besonderes.

konzentrieren wir uns auf die Entwicklung innovativer Ideen und Produkte, die einen echten Mehrwert bieten.

Durch diese Kombination aus kreativem Design, eigenständiger Produktion, authentischer Markenverbundenheit und einer langfristigen Vision können wir uns von unseren zahlreichen Mitbewerbern differenzieren und ein einzigartiges Angebot auf dem Markt präsentieren

Lass uns über euer Sortiment sprechen. Der Name XTRM Wholesale lässt schon vermuten, dass man bei euch keine allzu gewöhnlichen Produkte findet... wie ist es zu dieser Ausrichtung gekommen? Was für Produkte / Produktlinien finden sich in eurem Sortiment und mit welchen Alleinstellungsmerkmalen überzeugen diese?

Falko, Chris und Peter: In unserem Sortiment findest du eine faszinierende Auswahl an Produkten, die mit ihren einzigartigen Alleinstellungsmerkmalen überzeugen: Unser absoluter Burner ist der SNFFR und der Leak Proof SNFFR. Der Leak Proof SNFFR ist auslaufsicher und verfügt über einen innovativen geschützten 3-Phasen-Kanal, der ihn zu einem Highlight macht. Bei der Produktion des Leak Proof setzen wir auf jedes Detail, das von unserem engagierten Team sorgfältig zusammengesetzt wird.



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



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

Entire Collection Available Now

DOCJOHNSON®



Ganz neu in unserem Sortiment ist der Blubber, der bereits große Beliebtheit erlangt hat. Dieses Produkt besteht aus einem Adapter Kit mit einer bruchsicheren 50 ml Aluminiumflasche. Das Besondere daran ist der Regler, mit dem du die Freisetzung von Aroma oder anderen Substanzen individuell steuern kannst. Für Maskenliebhaber haben wir speziell die flexiblen Augen Clips entwickelt. Sie sind äußerst provokanten und unwiderstehlichen sowie speziell entwickelt für die russischen GP5 Gasmasken! Die schwarze GP5 Gas-Maske mit den herausragenden und kultigen Accessoires ist perfekt für jeden Fetisch-Liebhaber, der in der Menge herausragen möchte und seine Leidenschaft ausleben will. Dank ihres einzigartigen Designs und ihrer hochwertigen Verarbeitung sind unsere Augen Clips ein Blickfang, der Aufmerksamkeit erregt. Darüber hinaus präsentieren wir unser XTRM GP5 COVER, eine revolutionäre Ergänzung für die GP5 Rubber Gasmaske. Dieses einzigartige Accessoire bedeckt das Mundstück der Maske und eröffnet dir zusätzliche Anschlussmöglichkeiten für Schläuche und

weitere aufregende Spielvarianten. Egal, ob du neugierig auf Atemkontrolle, Maskenspiele oder andere BDSM-Praktiken bist, dass XTRM® GP5 COVER eröffnet neue aufregende Möglichkeiten. Darüber hinaus entwickeln wir Adapter und Endkappen, die speziell für BDSM-Anwendungen konzipiert sind. Damit hast du die Möglichkeit, deine Spielzeuge und Geräte auf innovative und individuelle Weise anzupassen und zu erweitern. Mit unserem vielseitigen Sortiment möchten wir dir die Möglichkeit geben, Fantasien zu erkunden und zu verwirklichen. Jedes Produkt wurde mit Leidenschaft und Kreativität entwickelt, um dir ein einzigartiges Erlebnis zu bieten.

Stimmt es, dass ihr alle eure Produkte selbst gestaltet und dass diese in Österreich produziert werden?

Falko, Chris und Peter: Ja, das ist korrekt. Wir sind stolz darauf, dass wir nicht nur alle unsere Produkte selbst gestalten, zeichnen, testen und in Kufstein - Österreich - produzieren, sondern auch persönlich jedes einzelne Produkt liebevoll einpacken. Bei uns bleibt nichts dem Zufall überlassen. Von der Konzeption bis hin zur Verpackung setzen wir unser Herzblut in jede Phase des Prozesses. Unser engagiertes Team (wir sind zu Dritt) kreiert nicht nur das einzigartige Design für unsere Produkte, sondern sorgt auch dafür, dass sie sorgfältig und professionell verpackt werden. Jedes Produkt wird von uns persönlich kontrolliert und handverpackt, um sicherzustellen, dass es in bestem

NAKED ADDICTION



STRIKE A POSE

THE 9" POSABLE DILDO BY NAKED ADDICTION.













Zustand beim Kunden ankommt. Diese umfassende Kontrolle über den gesamten Herstellungs- und Verpackungsprozess ermöglicht es uns, höchste Qualität und eine persönliche Note in jedes einzelne Produkt einfließen zu lassen.

Wie kommt ihr auf die Ideen für neue Produkte? Inwieweit spielt das Feedback eurer Kunden bei der Produktentwicklung eine Rolle?

Falko, Chris und Peter: Die Ideen für neue Produkte kommen auf verschiedene Weisen zu uns. Wir durchstöbern die neuen Medien und lassen uns von verschiedenen Quellen

inspirieren. Dabei können wir auf interessante Dinge stoßen, die uns zu neuen Ideen anregen. Darüber hinaus spielt das Feedback unserer Kunden eine wichtige Rolle in der Produktentwicklung. Wir schätzen das direkte Feedback und die Wünsche unserer Kunden sowie die Anregungen von Händlern, die mit unseren Produkten arbeiten. Oftmals haben sie großartige Vorschläge und Wünsche, die wir berücksichtigen und in unsere Produktentwicklung einfließen lassen. Wir nehmen uns auch die Zeit, selbst viel auszuprobieren und neue Ideen zu testen. Manchmal entstehen dabei zufällig spannende Entdeckungen oder wir haben plötzlich eine Idee, wenn wir morgens aufwachen. Unsere Kreativität kennt keine Grenzen, und wir sind immer auf der Suche nach neuen Wegen, um einzigartige Produkte zu entwickeln. Insgesamt sind wir noch am Anfang unserer Reise und freuen uns auf die Entwicklung neuer Ideen und den Dialog mit unseren Kunden und Händlern, um Produkte zu schaffen, die ihren Bedürfnissen und Wünschen entsprechen. Gemeinsam erschaffen wir eine aufregende und innovative Produktpalette.

Welche Trends sind derzeit in eurem Markt zu beobachten? Wird zum Beispiel das Thema 'Fetisch' immer gesellschaftsfähiger?

Falko, Chris und Peter: Aktuell ist ein deutlicher Trend zu beobachten, dass das Thema Fetisch immer gesellschaftsfähiger wird. Fetischismus ist eine facettenreiche





NEW ARRIVALS!

Sliding Skin Dongs



#4354 #4355

34cm

36cm

Pleasure Brew



#4358 **Pleasure Brew** Cream Ale **Mouth Masturbator** Green & Nude





RIMBA.EU

SEE **ALL NEW**

ITEMS AT

#4359

Pleasure Brew Cream Ale **Mouth Masturbator** Yellow & Nude





Welt, die sich mit individuellen Vorlieben, Fantasien und sexuellen Ausdrucksformen befasst. Der BDSM-Bereich, der Teil des Fetischismus ist, hat ebenfalls an Popularität gewonnen. Bei XTRM Play Harder! sind wir uns dieser Entwicklung bewusst und bieten eine breite Palette an Produkten an. die speziell für den BDSM- und Fetischbereich konzipiert sind. Unser Sortiment umfasst Produkte, viele sehr neue und interessante Produkte, die so keiner hat. Wir erkennen die wachsende Offenheit und gesellschaftliche Akzeptanz für Fetisch und BDSM an und unterstützen unsere Kunden dabei, ihre erotischen Abenteuer sicher, stilvoll und aufregend zu gestalten. Unsere Produkte sind darauf ausgerichtet, die Grenzen zu erkunden und eine Welt der Lust und Hingabe zu entdecken, die jedem Einzelnen die Freiheit gibt, seine sexuelle Identität und Vorlieben auszudrücken.

Nochmal zur Produktion: warum lasst ihr in Österreich fertigen und geht nicht den Weg, den vielen gehen, und lasst in Fernost produzieren?

Falko, Chris und Peter: Es gibt mehrere Gründe, warum wir uns dafür entschieden haben, in Österreich zu produzieren, anstatt den Weg vieler anderer Unternehmen zu gehen und in Fernost fertigen zu lassen. Erstens sind wir ein kleines Team, bestehend aus nur drei Personen und unserer Aushilfe Sepp. Aufgrund unserer begrenzten Produktionskapazitäten können wir keine großen Mengen produzieren und irgendwo lagern lassen. Es wäre für uns logistisch und finanziell nicht realisierbar, große Bestellungen zu tätigen und mit den damit verbundenen Herausforderungen umzugehen. Zweitens haben wir von Anfang an den Entschluss gefasst, unsere Produktion vor Ort durchzuführen. Dies ermöglicht uns eine direkte Kontrolle über den gesamten Produktionsprozess und garantiert eine gleichbleibende Qualität unserer Produkte. Zudem ermöglicht es uns, schnell auf Veränderungen zu reagieren. Sollten sich beispielsweise Flaschen oder Materialien oder Geschmäcker ändern, können wir sofort Anpassungen vornehmen, ohne die Qualität unserer Produkte zu beeinträchtigen. Schließlich war Asien nie unser Ziel. Wir glauben, dass es möglich ist, hochwertige Produkte, ohne den Umweg über Asien herzustellen. Wir setzen auf lokale Ressourcen und das Know-how unserer Mitarbeiter in Österreich. Dadurch können wir schnelle Lieferzeiten und eine enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden gewährleisten. Es ist möglich, dass sich in der Zukunft ein Umdenken in der Branche vollzieht und andere Unternehmen ebenfalls lokale Produktion bevorzugen. Für uns war es jedoch von Anfang an wichtig, unsere







Produkte in Österreich herzustellen, um Qualität, Flexibilität und Kundenzufriedenheit sicherzustellen. Und so können wir sehr schnell auch sehr große Mengen inzwischen Produzieren und andere Händler, die in Fernost produzieren lassen müssen, lange Wartezeiten in Kauf nehmen ...

Bietet ihr ausschließlich eigene Produkte / Produktlinien / Marken an oder finden sich auch Fremdmarken in eurem Sortiment?

Falko, Chris und Peter: Wir konzentrieren uns hauptsächlich auf den Verkauf unserer eigenen Produkte und Produktlinien. Der Großteil unseres Sortiments stammt von unserer eigenen Marke. Gelegentlich arbeiten wir jedoch auch mit Händlern zusammen, um einige wenige Produkte von Fremdmarken in unser Sortiment aufzunehmen. Diese Produkte ergänzen unsere eigenen Artikel und werden sorgfältig ausgewählt, um den Bedürfnissen unserer Kunden gerecht zu werden. Diese Kooperationen ermöglichen es uns, unseren Kunden eine breitere Auswahl an hochwertigen Produkten anzubieten. Unser Hauptfokus liegt jedoch darauf, unsere eigenen Produkte kontinuierlich zu verbessern und innovative Lösungen anzubieten. Wir sind mit der Entwicklung und Produktion unserer Produkte bereits sehr beschäftigt und möchten sicherstellen, dass sie unseren hohen Standards entsprechen. Daher werden wir auch in Zukunft größtenteils unsere eigenen Markenprodukte in unserem Sortiment führen.

Kannst du etwas zu euren Kunden sagen? Bedient ihr vor allem stationäre Geschäfte oder auch Onlineshops? Sind das ausschließlich Einzelhändler aus dem Fetischbereich?

Falko, Chris und Peter: Wir bedienen sowohl stationäre Geschäfte als auch Onlineshops. Unser Kundenkreis ist vielfältig und reicht von Einzelhändlern









AVAILABLE IN DIFFERENT COLORS

- WRIST, ANKLE OR COLLAR restraints
- WITH 3 D-RINGS for bondage
- WITH LOCKABLE BUCKLE padlock not included
- ADJUSTABLE with 5 holes



im Fetischbereich bis hin zu großen Onlineshops, die eine breite Palette an Produkten anbieten. Wir haben bereits eine Präsenz in verschiedenen Ländern wie Österreich. Spanien, Portugal, den USA, Australien, Neuseeland, Belgien, den Niederlanden, Deutschland und Frankreich aufgebaut. In diesen Ländern haben wir einige stationäre Geschäfte, die unser Sortiment in ihren Shops führen. Darüber hinaus beliefern wir auch große und kleine Händler, die sich auf den Onlineverkauf spezialisiert haben und unsere Produkte in ihren Onlineshops anbieten. Wir sind immer auf der Suche nach neuen Geschäften, sei es stationär oder online, die Interesse an unseren Produkten haben und bereit sind, sie in ihr Sortiment aufzunehmen. Obwohl wir verschiedene Kunden bedienen, liefern wir wahrscheinlich mehr an Onlineshops als an stationäre Geschäfte. Dies liegt daran, dass der Onlinehandel im Fetischbereich zunehmend beliebter wird und viele Kunden ihre Einkäufe bequem von zu Hause aus erledigen möchten. Unser Ziel ist es, unsere Wholesale Kunden zufriedenzustellen, unabhängig davon, ob es sich um stationäre Geschäfte oder

Onlineshops handelt. Wir freuen uns immer über neue Geschäftspartner und möchten unser Netzwerk kontinuierlich erweitern.

Wie unterstützt ihr eure Kunden bzw. welchen Stellenwert genießen der Kundenservice bei euch?

Falko, Chris und Peter: Unser Kundenservice ist uns sehr wichtig. Hier sind die wichtigsten Punkte, die unseren Kundenservice auszeichnen:

- Kostenloser europaweiter Versand
- Profitabilität an erster Stelle: Unsere exzellenten Margen für Händler ein klares Statement gegen Preisdumping und geringe Gewinnspannen! Profitabilität steht bei uns an erster Stelle. Mit unseren überdurchschnittlich hohen Margen bieten wir Händlern eine solide Grundlage für erfolgreiche Geschäfte. Denn nichts ist schlimmer als Preisdumping und der Verlust wertvoller Gewinnmöglichkeiten durch kleine Margen von gerade einmal 2,0 oder 2,5.
- Die Möglichkeit, Bestellungen nach individuellen Wünschen anzupassen.
- Persönliche Beratung und auf Kundenwünsche eingehen
- Unsere Produkte sind Made in Österreich, was für Qualität steht
- Schneller Versand und schneller Service, auch spontan
- Wir bieten verschiedene Kommunikationskanäle: Web, Mobile, persönlich, telefonisch, in sozialen Netzwerken
- Gute Preise bei gleichzeitig hoher









Qualität. Wir ersetzen Produkte, die kaputt gehen sollten, sofort und kümmern uns um Versand- und Rückgabebedingungen mit dem Händler

- Händler, der bei uns bestellen, erhalten auch gerne mal ein kostenloses Sample-Paket mit neuen Produkten. So bleiben sie stets auf dem neuesten Stand und können ihren Kunden regelmäßig Neuigkeiten präsentieren.

Wir möchten einfach sicherstellen, dass unsere Kunden zufrieden sind und eine positive Erfahrung mit uns machen. Deshalb legen wir großen Wert auf einen schnellen, flexiblen und kundenorientierten Service, aus Erfahrung wissen wir das viele GH diesen Service nicht bieten, leider.

Wie wird es mit XTRM® Wholesale weitergehen? Welche Pläne habt ihr für die Zukunft? Und vor allem: auf welche neuen Produkte darf sich der Markt in den nächsten Monaten freuen?

Falko, Chris und Peter: Wir haben spannende Ziele für die Zukunft von XTRM®. Hier sind einige Highlights, auf die sich der Markt in den nächsten Monaten freuen kann:

- Ein brandneues Gas-Maskensystem für Fetischliebhaber, das noch nie dagewesen ist. Wir haben bereits große Anfragen aus verschiedenen Ländern
- Die Entwicklung eines neuen Atemweg-Kontrollsystems, an dem wir intensiv arbeiten und bereits geniale Fortschritte erzielt haben.
- Für Fans von Slings (Liebesschaukeln) bringen wir ein aufregendes neues System auf den Markt, das bei ersten Tests bereits auf sehr positiver Resonanz gestoßen ist.

Wir setzen auf eine beeindruckende Weiterentwicklung unseres gesamten Designs. Es wird massiver, maskuliner und noch verlockender, um den tiefsten Fantasien unserer Kunden gerecht zu werden. Diese Steigerung in Qualität und Ausdruckskraft verspricht eine unvergleichliche Erfahrung für alle Liebhaber des Extremen.

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











"Ich habe alles was ich mir wünschen könnte."

Erodeals feiert das fünfjährige Besteher



Aus diesem Interview mit Jeroen Rosier anlässlich des fünfjährigen Jubiläum seines Unternehmens Erodeals lässt sich viel herauslesen. Zum einen natürlich Stolz und Freude über das bislang Erreichte sowie Dankbarkeit seinen Kunden gegenüber, zum anderen auch eine gewisse Gelassnenheit den vielen Widrigkeiten gegenüber, mit denen es sich in unserem Markt jeden Tag auseinanderzusetzen gilt. Das heißt aber nicht, dass Jeroen bestimmten Marktentwicklungen nicht kritisch gegenübersteht.

Vor genau fünf Jahren hast du den Schritt gewagt und dich mit Erodeals selbstständig gemacht. Wie fühlt sich das an, wenn du jetzt dein fünfjähriges Jubiläum feierst?

Jeroen Rosier: Ich bin sehr glücklich, stolz und auch sehr dankbar all den Menschen gegenüber, mit denen ich jeden Tag zusammenarbeiten darf!

Du hast damals bei Null angefangen und den Fuß in einen hart umkämpften und nahezu saturierten Markt gesetzt – und das mit Erfolg. Was sind deiner Meinung nach die tragenden Säulen für diesen Erfolg?

Jeroen: Es ist auf jeden Fall der enge Kontakt, den ich mit meinen Kunden habe! Wenn sie etwas brauchen, ist es nur ein Anruf/eine WhatsApp-Nachricht entfernt.

Es gibt dieses bekannte Sprichwort 'Die großen Fische fressen die kleinen'... bist du mit Erodeals ein Gegenbeispiel dafür?

Jeroen: Um ehrlich zu sein, denke ich nicht (zu) viel über diese Dinge nach,

ich mache einfach jeden Tag mit großem Spaß mein Ding und schaue, wo ich am Ende dann landen werde.

Kannst du kurz skizzieren, wie sich dein Unternehmen über die fünf Jahre verändert hat?

Jeroen: Wir mussten vier oder fünf Mal in ein größeres Lager umziehen, nicht nur, weil unser Sortiment dies erforderte, sondern auch, weil ich es vorgezogen habe, mich in kleinen Schritten zu verändern. Mein Unternehmen war noch recht jung, da hatte ich Angst, zu hohe monatliche Kosten zu haben.

Wenn du auf die fünf Jahre Erodeals zurückblickst, was waren für dich die absoluten Highlights?

Jeroen: Das größte Highlight für mich ist, dass ich meinen Kindern ein besserer Vater sein kann. Jetzt kann ich immer für sie da sein. Sie fühlen sich krank? Kein Problem! Daddy kommt! Die Schule braucht Hilfe beim Transport der Kinder für einen Schulausflug? Kein Problem! Ich bin dabei. Ich bekomme so viel von ihnen zu sehen, was bei meinem vorherigen Arbeitgeber nie möglich war.

In den fünf Jahren hast du aber auch einige turbulente Momente überstanden – wie zum Beispiel die Corona-Pandemie. Wie bist du mit dieser existenzbedrohenden Krise umgegangen? Was haben dich die Jahre 2020 und 2021 gelehrt?

Jeroen: Ich denke einfach von Tag zu Tag. Man kann zu viel nachdenken und sich mit allem beschäftigen, was eine Bedrohung für einen selbst und/oder das Unternehmen darstellen könnte, aber wenn ich eines gelernt habe, dann ist es, die Dinge Tag für Tag anzugehen. Für jedes Problem gibt es eine Lösung, also versuche ich, logisch zu denken und mich nicht zu verzetteln.

Über das Auseinanderreissen der traditionellen Lieferkette haben wir in den letzten Jahren viel diskutiert, aber die Realität sieht so aus, dass die Grenzen zwischen den unterschiedlichen Geschäftsmodellen mittlerweile fließend sind. Du hast mit Erodeals das B2B-Geschäft nie verlassen, bietest auch keine Eigenmarken an... zahlt sich dass aus?

Jeroen: Ich gehe mit gutem Beispiel voran und hoffe, dass andere folgen





werden, obwohl wir alle wissen, dass das nie passieren wird! Meiner Meinung nach ist der Markt gerade ein einziges großes Durcheinander, Einzelhändler, die in großen Mengen in China einkaufen, Distributoren, die den B2C-Markt in Angriff nehmen... jeder will ein Stück vom Kuchen der anderen abhaben. Aber um die Frage zu beantworten: ja, für mich zahlt es sich aus, frnn meine Kunden wissen, dass ich keine Bedrohung für ihre Geschäft bin, sondern eine helfende Hand, und nein, wir führen keine White-Labels, das macht uns viel flexibler..... wir alle kennen die Einzelhändler auf Amazon, bol.com, eBay usw. usw., die, sobald ein neues Produkt auf den Markt kommt, die Preise für diese Produkte augenblicklich senken... einige von ihnen machen sogar nur einen Gewinn durch die Versandkosten und nicht beim Produkt selbst... ich kann diese Produkte sofort fallen lassen und ohne sie weitermachen.

Der Markt verändert sich permanent und diese Veränderungen machen auch vor dem Distributionsgeschäft nicht Halt. Mit 'shipping boxes' ist es heute alleine nicht mehr getan. Wo siehst du die größten Herausforderungen für Großhändler und Distributoren im heutigen Sex Toy Markt?

Jeroen: Meine vorherige Antwort hat eigentlich schon alles gesagt. Wie pflegt man eine gute Beziehung zu seinen Kunden, während man direkt an ihre Kunden - den Verbraucher - verkauft? Oder wie will man all die guten Beziehungen zum Kundenstamm aufrechterhalten, während man die eben erwähnten Einzelhändler, die auf Marketplaces aktiv sind und weit unter UVP verkaufen? Das sind Herausforderungen, die ich zum Glück nicht habe!

Wie wird es mit Erodeals weitergehen? Welche Ideen, Pläne oder Ziele hast du für die Zukunft?

Jeroen: Nun, man kennt uns ja... wir lassen es auf uns zukommen, nehmen jeden Tag so wie er kommt und sehen welche Möglichkeiten sich uns bieten!

Was wünscht du dir – persönlich als auch beruflich - für die nächsten fünf Jahre?

Jeroen: Ich habe alles was ich mir wünschen könnte,, ich bin ein einfacher, aber glücklicher Mann!













BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com



"Das Bewusstsein für Penis Enlargement wächst."

Halbjahresbilanz mit Paolo Davide Griffo, Key Account Manager von DANAMEDIC APS



Was hat sich bei den Marken MaleEdge & Jes-Extender im letzten halben Jahr getan? Und wie sehen die Pläne für die restlichen Monate des Jahres aus? Diese Fragen beantwortet Paolo Davide Griffo, Key Account Manager von DANAMEDIC APS. Dabei geht es vor allem um die Expansion nach Nord-und Mittelamerika, verbesserte Unterstützung für Distributoren sowie Einzelhändler und die Ankündigung einer neuen Produktlinie.

Paolo, die ersten sechs Monate des Jahres standen bei euch im Zeichen des Ausbaus eurer Präsenz in Nordund Mittelamerika. Zu welchen Ergebnissen haben eure Aktivitäten dort geführt?

Paolo Davide Griffo: Wir hatten die Gelegenheit, unsere Präsenz in Kanada, einem vielversprechenden Markt für unsere Produkte, zu verstärken, indem wir eine Kooperation mit zwei wichtigen lokalen Akteuren eingegangen sind. Auch die Beziehungen zu unseren US-amerikanischen Partnern haben wir ausgebaut. Weitere führende Einzelhändler wollen mit uns zusammenarbeiten und wir freuen uns sehr über das Wachstumspotenzial auf diesen Märkten.

Du hast unter anderem verschiedene Messen in den USA besucht. Wie wichtig sind diese, um eure Marken zu stärken, eurer Vertriebsnetz auszubauen etc.?

Paolo: Messen sind nach wie vor die beste Möglichkeit, unser Vertriebsnetz auszubauen und unsere Markenbekanntheit zu steigern. Wir hatten die Gelegenheit, zusammen mit unserem Partner Eldorado an der Altitude in Las Vegas teilzunehmen, was eine großartige Gelegenheit für uns war, Einzelhändler aus dem ganzen Kontinent zu treffen und ihnen unsere Marken vorzustellen. Die XBIZ Miami war eine weitere fantastische Gelegenheit, um mit neuen potenziellen Kunden in Kontakt zu treten und mit vielen tollen Leuten aus unserer Branche zu netzwerken.

Wo steht der nordamerikanische Markt gegenwärtig in Bezug auf die Produktkategorie Penis Enlargement? Ist das Bewusstsein dafür gewachsen?

Paolo: Das Bewusstsein für Penis Enlargement wächst und unsere Lösung für eine dauerhafte Penisvergrößerung ist die einzige Alternative zur Operation, die durch solide wissenschaftliche Ergebnisse gestützt wird, daher ist die Nachfragen seitens der Konsumenten groß. Viele von ihnen entscheiden sich nach wie vor dafür, unsere Produkte direkt bei uns oder über unser Affiliate-Netzwerk zu kaufen. Unser Ziel ist es daher, unsere B2B-Verkäufe dort weiter anzukurbeln, da es für unsere US-Nutzer bequemer ist, unsere Produkte bei lokalen Einzelhändlern zu kaufen, anstatt direkt bei uns in Dänemark zu bestellen. Ein weiteres Ziel ist es. den Unterschied zwischen unseren Extendern und Penispumpen/Pillen/ Cremes hervorzuheben, die sofortige, aber nur vorübergehende Ergebnisse erzielen können, so dass es auch möglich ist, Extender und Pumpen gemeinsam zu verkaufen -Pumpen für jetzt, Extender für immer.

Märkte wie zum Beispiel Mexiko sind für viele von uns 'unbekanntes Territorium'. Kannst du uns ein paar Einblicke geben? Und vor allem: heißt der dortige Markt eure Marken MaleEdge und Jes-Extender willkommen oder ist Mexiko eine hart Nuss, die schwierig zu knacken ist?

Paolo: In Mexiko besteht ein großes Interesse an unserer Produktkategorie und wir haben sehr gute Beziehungen zu einigen der wichtigsten lokalen Vertriebsunternehmen sowie Einzelhändlern. Mexiko ist ein riesiges Land mit vielen potentiellen Sex Toy Konsumenten. Definitiv ein sehr interessanter Markt. Das Hauptproblem ist das schwierige Zollabfertigungsverfahren für unsere Produktkategorie, aber wir arbeiten daran, es zu überwinden.

In Nord- und Mittelamerika arbeitet ihr mit Distributoren und großen Einzelhandelsketten zusammen. Wie unterstützt ihr diese dabei, eure Produkte mit größtmöglichem Erfolg zu vermarkten?

Paolo: Wir betonen stets die Bedeutung von B2B-Schulungen. Unsere Produkte müssen gut erklärt werden, deshalb bieten wir Markenschulungen, zahlreiche Marketingressourcen für Einzelhändler (wie Dildo-Tester, Fragen und Antworten, Schulungspakete für Ladenpersonal) und viele Anleitungs-/Schulungsvideos auf unseren YouTube-Kanälen (https://www. youtube.com/c/maleedgeofficial, https:// www.youtube.com/c/JesextenderOfficial) an, um alle Fragen zu beantworten und zu erklären, wie man unsere Penis Extender richtig verwendet. Wie wir zu sagen pflegen: Penisvergrößerung ist kein Sprint, es ist ein Marathon. Wie beim Training im Fitnessstudio, so gilt auch für das Training mit unseren Geräten, dass es wichtig ist, es richtig durchzuführen, um die beworbenen Ergebnisse zu erzielen.

Die zweite Jahreshälfte ist angebrochen. Was steht in eurer Agenda für die Zeit bis Jahresende in Bezug auf MaleEdge und Jes-Extender?

Paolo: Wir arbeiten an einem neuen B2B-Schulungsvideo, das sich auf die häufigsten FAQs konzentriert, die wir von Einzelhandelskunden erhalten haben, darüber hinaus implementieren wir einen QR-Code, der auf unsere Produktverpackungen aufgebracht wird und mit einer speziellen Landing Page mit all unseren Produktinformationen verlinkt ist, und nicht zuletzt werden wir bald eine neue Produktlinie auf den Markt



bringen, die sich speziell auf die Behandlung von Erekttiler Dysfunktion und vorzeitigem Samen-

Abgesehen von den beiden bereits erwähnten Marken MaleEdge und Jes-Extender seid ihr auch exklusiver Distributor des Zestra Arousal Oils. Welche Pläne habt ihr damit?

Paolo: Die patentierte Mischung aus pflanzlichen Ölen und Extrakten von Zestra wurde wissenschaftlich erarbeitet, um das sexuelle Empfindungsvermögen von Frauen zu unterstützen. Es ist ein großartiges Produkt, das in den USA hergestellt wird, von der FDA zugelassen ist und von vielen medizinischen Studien unterstützt wird, die die Wirksamkeit des 'Zestra Rush' belegen. Wir arbeiten an einem Rebranding von Zestra und an einer neuen Marketingstrategie, um die Markenbekanntheit von Zestra in einigen Schlüsselmärkten, die wir anvisieren, zu steigern.

Gibt es weitere Projekte von euch, auf die sich der Markt freuen kann?

Paolo: Wir befinden uns derzeit in der Brainstorming-Phase, um in naher Zukunft einige brandneue Produkte auf den Markt zu bringen, die sich durch ihre Eigenschaften, ihr Design und die hohe Qualität der Materialien auszeichnen, immer mit dem Ziel, das sexuelle Wohlbefinden aller Penisbesitzer weiter zu verbessern.



"Es herrscht immer eine gute Stimmung und eine lustige Atmosphäre!"

Neu bei ABS Holdings: Matthew Butler



ABS Holdings baut sein Verkaufsteam aus und hat sich mit
Matthew Butler verstärkt. Wie er in
die Sex Toy Industrie gefunden hat,
welche Herausforderungen und
Aufgaben nun vor ihm liegen und
wie er die nächsten Monate
in seiner neuen Position angehen
will, erzählt Matthew in einem
Interview.

Matthew, du hast dich ABS
Holdings angeschlossen und bist
dort nun als International Sales
Manager tätig. Was hat dich in die
verrückte Welt der Vibratoren und
Dildos geführt?

Matthew Butler: Es herrscht immer eine gute Stimmung und eine lustige Atmosphäre!

Was hat dich zu ABS Holdings geführt? Warum bist du sicher, dass du den richtigen Schritt gemacht haben?

Matthew: Als ich mich mit Justin – Head of Global Trade Sales – traf, war ich von seiner Leidenschaft für das Unternehmen und seiner Vision für das zukünftige Wachstum der Marken Prowler, Prowler Red und Me You Us begeistert. Und seitdem ich in der Branche bin und mit Kollegen, Lieferanten und unseren Kunden spreche, fühle ich mich wie zu Hause. Die Möglichkeit, mit unseren Lieferanten, zu denen viele renommierte Marken gehören, zusammenzuarbeiten und ihr Wachstum auf dem britischen Markt zu unterstützen, ist eine wunderbare Gelegenheit.

Was hast du vorher beruflich gemacht?

Matthew: Vor ABS habe ich in einem Reisebüro gearbeitet, wo ich unsere Partnerschaften mit Reiseveranstaltern, Hotels, Kreuzfahrtgesellschaften, Fluggesellschaften und Fremdenverkehrsämtern organisiert habe.

Kannst du uns einen Einblick in deine Aufgaben als International Sales Manager bei ABS Holdings geben?

Matthew: Zu meinen Hauptaufgaben gehören die Unterstützung all unserer Kunden, der Aufbau der Markenbekanntheit und das Wachstum im Vereinigten Königreich und international.



Wie würdest du deinen Arbeitsansatz beschreiben?

Matthew: Ich liebe es, Menschen – oder im unseren Falle Kunden - kennenzulernen, ihre geschäftlichen Bedürfnisse zu verstehen und herauszufinden, wie ich sie unterstützen kann und ob es Möglichkeiten gibt, um ihren Umsatz zu steigern. Ich würde mich als flexibel und anpassungsfähig beschreiben. Ich bin in der Lage, selbstständig zu arbeiten, aber ich bin auch gerne Teil eines Teams.

93

Welche Ideen, Visionen, Pläne usw. möchtest du ABS umsetzen?

Matthew: Da ich neu in der Branche bin, möchte ich sozusagen erst einmal das Laufen laufen lernen, bevor ich anfangen kann, zu rennen. Derzeit verschaffe ich mir also einen Überblick über die Funktionsweise von ABS und lerne unsere derzeitigen Kunden kennen, um Feedback darüber zu erhalten, wie wir sie in Zukunft unterstützen können. Kurzfristig möchte ich unsere Markenbekanntheit und unseren Umsatz in unseren derzeitigen Märkten ausbauen. Langfristig ist es mein Ziel, zu expandieren und unsere Marken in neue Märkte auf der ganzen Welt zu bringen.

Was steht auf deiner Agenda für die nächsten Monate? Gehst du auf Geschäftsreisen, besuchst du Messen, triffst du Kunden etc.?

Matthew: Ich freue mich auf meine erste Messe in den USA und werde im August auch an der Hausmesse von ECN teilnehmen. In der Zeit dazwischen werde ich einige unserer Kunden im Vereinigten Königreich besuchen.

Was sollte man über dich als Privatperson wissen? Was machst du zum

Beispiel in deiner Freizeit?

Matthew: Ich hatte schon immer eine Leidenschaft für das Reisen, das Erkunden neuer Reiseziele, Kulturen und die Vorzüge der lokalen Küche. Ich liebe Sport, sowohl das Zuschauen als auch das Spielen. Vor kurzem habe ich angefangen, Tennis zu spielen und liebe es, auf dem Platz zu stehen. Wenn ich nicht gerade sportlich aktiv bin, genieße ich mein lokales Pub-Quiz, Brettspiele und das Kochen. Ich habe das Glück, in der Nähe des Strandes zu wohnen und nutze ihn das ganze Jahr über, sei es für Strandspaziergänge im Winter oder für ein paar Sommerdrinks mit Freunden.

Kannst du uns noch kurz darüber informieren, womit der Markt in nächster Zeit rechnen kann, wenn es um neue Produkte aus eurem Unternehmen geht?

Matthew: Wir haben eine neue Reihe Stroker in unseren Marken Prowler Red und Me You Us. In beiden Marken haben wir auch eine Nipple Play Reihe herausgebracht. Und wir sind sehr gespannt auf unsere neue Prowler Underwear Herbst/ Winter Kollektion!





"Skins Sexual Health ist für die Liebe, das Vorspiel und für das Leben gedacht."

Jane Bowles präsentiert Skins Touch



Seit dem Start im Jahr 2006 hat sich das Produktangebot der Marke Skins Sexual Health stetig erweitert. Standen anfangs Kondome im Fokus, erfreuen sich Konsumenten heute auch an Gleitgelen, Delay & Enhance Produkten und Sex Toys der Marke. Mit Skins Touch baut Skins Sexual Health nun das Angebot an Sex Toys weiter aus. Alles Wissenswerte über die neue Kollektion vermittelt Jane Bowles, Geschäftsführerin von Skins Sexual Health, in einem Interview.

Bevor wir über die neue Kollektion sprechen, lass uns bitte kurz über die Marke Skins Sexual Health reden. Wann habt ihr die Marke gegründet? Wann habt ihr mit eurer Marke die Produktkategorie der Kondome verlassen und seid ins Sex Toy Segment expandiert?

Jane Bowles: Sex ist ein grundlegender Bestandteil des körperlichen und emotionalen Wohlbefindens und seit unserer Gründung im Jahr 2006 haben wir uns zu einem Anbieter von hochmodernen Produkten für sexuelles Wohlempfinden und Intimpflege entwickelt. Das Unternehmen wurde aus dem Wunsch heraus geboren, das ultimative Kondom zu entwickeln, das die Menschen mit Stolz und Freude kaufen und bei sich und beim Sex tragen würden. 2018 haben wir uns weiterentwickelt und eine Reihe von Sexual Wellness Produkten anzubieten, die der wachsenden Nachfrage entsprechen. Skins Sexual Health bietet nun unter den Marken Skins und Poweract ein ganzheitliches Produktangebot für alle sexuellen Bedürfnisse und Wünsche, einschließlich natürlicher und medizinischer Potenzmittel. Nahrungsergänzungsmittel,

Kondome, Gleitmittel und Sex Toys. Skins Sexual Health ist für die Liebe, das Vorspiel und für das Leben gedacht.

Für was steht die Marke? Was verbinden Konsumenten mit ihr?

Jane Bowles: Skins Sexual Health ist eine ganzheitliche Marke für Sexual Wellness. die einen Wandel herbeiführt, indem sie das Gespräch über Lust, Wohlbefinden und Sex verändert. Das Hauptaugenmerk von Sexual Wellness Produkten liegt darauf, jeden zu einem glücklichen und gesunden Sexleben zu befähigen und all die vielen ganzheitlichen Vorteile zu genießen, die diese Produkte bieten können. Skins Sexual Health bietet seinen Kunden die Informationen, Innovationen und Inspirationen, die sie brauchen, um ihre individuellen sexuellen Wünsche zu verwirklichen und besseren Sex zu genießen - dank der zugänglichen, sexpositiven, ermutigenden und integrativen Markenassoziation.

Mit der Skins Touch Kollektion sind jetzt vier neue Produkte auf den Markt gekommen. Was bringen diese dem Markt Neues? Womit heben sich eure neuen Produkte von der Masse des Angebots ab?

Jane Bowles: Im Gegensatz zu anderen Toys auf dem Markt hat die Skins Touch Reihe einen Silikonanteil von über 75 Prozent. Das bedeutet, dass die Toys sehr flexibel sind, sich in jede Form biegen lassen und sich leicht an den Körper jeder Frau anpassen.

Wie spiegelt Skins Touch die Markenwerte von Skins Sexual Health wider?

Jane Bowles: Wie alle anderen Skins Produkte sind auch die Skins Touch Produkte einfach in der Anwendung und jede einzelne Funktion und jedes damit verbundene Vergnügen lässt sich leicht dank der einfachen Namensgebung von Skins leicht entschlüsseln.

Eine Besonderheit der Skins Touch Kollektion ist die bei der Herstellung verwendete FeelMe-Technologie. Was hat es damit auf sich?

Jane Bowles: Die FeelMe-Technologie ist ein innovatives Verfahren, bei dem das Produkt doppelt in über 75iges % Silikon getaucht wird, um dem Toy eine superweiche und samtige Textur zu verleihen, die das bestätigende Erlebnis einer Berührung nachahmt.

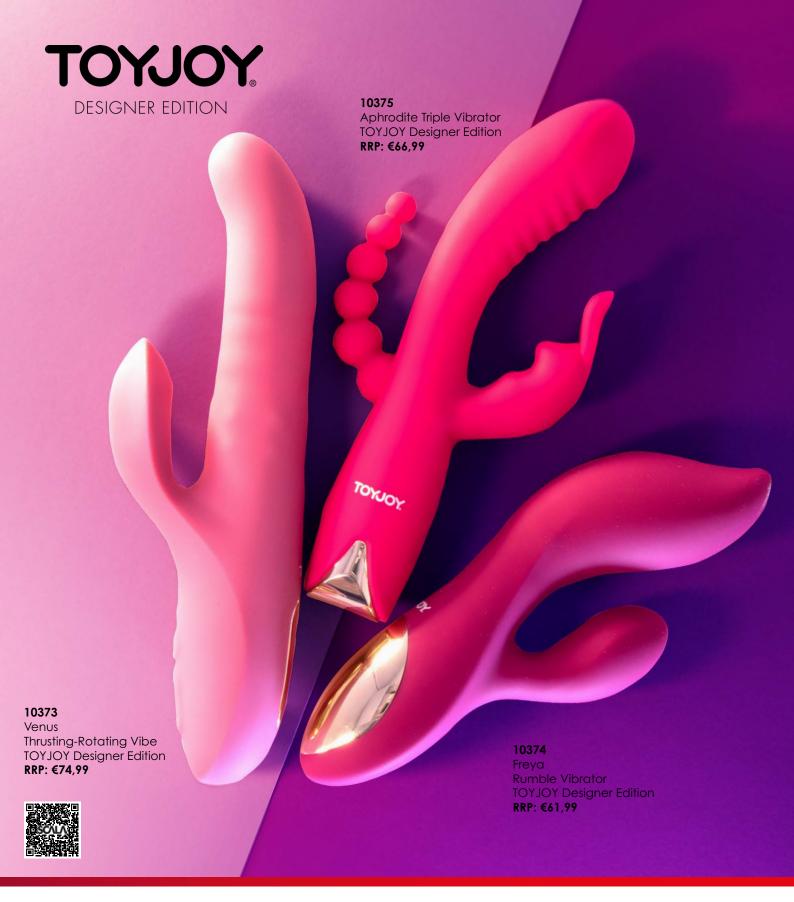


Mit welchen weiteren Produkteigenschaften weiß die neue Kollektion punkten?

Jane Bowles: Jedes Toy verfügt über eine Reihe von verschiedenen Einstellungen, die über die benutzerfreundlichen Bedienelemente aktiviert werden können. Sie sind über USB aufladbar und bietet bis zu zwei Stunden Laufzeit pro Ladung und sie sind außerdem wasserdicht.

Zur Skins Touch Kollektion gehören-The Wand, The Rabbit, The Glee Spot und The Pebble. Was kannst du zu den einzelnen Produkten sagen?

Jane Bowles: Der kraftvolle, ergonomische und schwere The Wand wurde für die innere und äußere Stimulation entwickelt und verfügt über eine vergrößerte, gerippte Spitze und einen wunderbar biegsamen Körper, der sich perfekt an die Konturen eines jeden Körpers anpasst, ob innen oder außen. The Rabbit ist die perfekte Kombination aus Kraft und Präzision. Er wurde entwickelt, um die Klitoris und den G-Punkt gleichzeitig zu stimulieren und so für glückselige Orgasmen zu sorgen. Sein biegsamer Körper hat eine breite, geriffelte Spitze für verbesserte innere Empfindungen und einen flexiblen, äußeren Arm mit einem zweiten Motor für super starke Vibrationen. Intuitiv für das Vergnügen des Benutzers entwickelt, fühlt sich die flexible Form des The Glee Spot wie eine intime Umarmung an, die G-Punkt-Orgasmen auf höchstem Niveau liefert. Das Produkt verfügt über eine einfache One-Touch-Steuerung, mit der der Benutzer leicht durch acht Vibrationsmodi wechseln kann. The Pebble wurde für die externe Stimulation entwickelt und ist ergonomisch geformt, um sich jedem Körper anzupassen und tief befriedigende klitorale Orgasmen zu ermöglichen. Vier taktile Rillen und ein schlankes, gebogenes Gehäuse sorgen dafür, dass dieser diskrete, handtellergroße Vibrator perfekt auf den individuellen Rhythmus des Benutzers abgestimmt ist.







Die Skins Touch Kollektion besteht aus The Wand, The Glee Spot, The Pebble and The Rabbit









Welche Zielgruppe habt ihr im Fokus?

Jane Bowles: Skins Touch wurde speziell für alle Frauen entwickelt, die ein sinnliches Vergnügen mit einem Sex Toy suchen, das perfekt zu ihren individuellen Konturen und ihrem Rhythmus passt.

Wie unterstützt ihr den Einzelhandel? Stellt ihr POS Material zur Verfügung, damit der Einzelhandel eure neue Kollektion richtig in Szene setzen und erfolgreich vermarkten kann?

Jane Bowles: Bei Skins Sexual Health arbeiten wir hart daran, dass unsere Kunden alles haben, was sie brauchen, um ihre Produkte problemlos zu vermarkten und zu verkaufen. Daher produzieren wir eine breite Palette von Materialien, die Einzelhändler für die Vermarktung

der Produkte verwenden können, darunter hochauflösende Bilder, Website-Assets, Videos, Aufsteller, Displays und vieles mehr.

Wie wird es mit Skins Sexual Health weitergehen? Sind schon weitere Produkte oder Kollektionen in Arbeit?

Jane Bowles: Wir haben eine Reihe von Produkten, die in den kommenden Monaten auf den Markt kommen werden, darunter Produkte für Frauen wie unser neues Super Excite Clitoral Gel, drei brandneue Ergänzungen zu unserer Bestseller-Kollektion Rose Buddies und Gleitmittel in kleinen Probiergrößen, die, wenn man sie einmal ausprobiert hat, immer wieder nachgekauft werden, weil die Qualität und die Geschmacksrichtungen so gut sind - man darf also gespannt sein!

Fundistri

FUNDISTRI MAKES SUMMER HOT

Thousands of quality toys and lingerie items for everyone's pleasure





"Zuallererst gilt es, durch die Inflation zu kommen."

Celine Menting, Gründerin von ,La clefs de charmes', im Interview



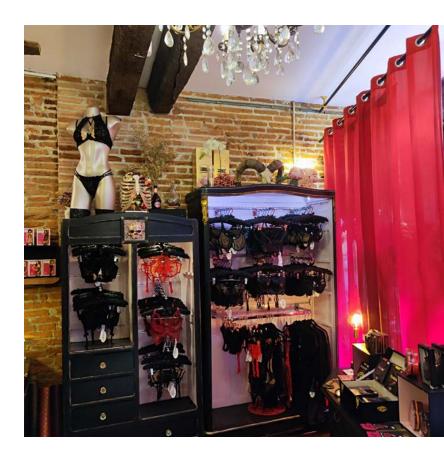
Im Süden Frankreichs. genauer gesagt in Toulouse, befindet sich ein kleiner Laden mit einem großen Herzen und noch größeren Träumen. 'La clefs de charme' ist im Besitz von Celine Menting, die seit zehn Jahren im Markt tätig ist. Sie eröffnete ihr Geschäft 2013 und ist seitdem einer der ersten Erotikläden in Frankreich, die sich an die LGBTQIA+ Community richtet. Sie hat sich dementsprechend vorgenommen, einen ganzen Ladenbereich für Produkte für Trans-Personen einzurichten, aber auch älteren Kunden will sie dabei zu helfen. ihr Lustpotenzial zum ersten Mal zu entdecken. In einem Interview teilt sie ihre Gedanken zu Trends, Marken und Design sowie zur Einstellung der Franzosen sexuellem Vergnügen gegenüber.

Was kaufen deine Kunden derzeit in deinem Geschäft? Fallen dir bestimmte Trends auf, die bei den französischen Sex Toy Konsumenten besondern einflussreich sind?

Celine Menting: Seit Monaten ist der Konsum wegen der Inflation und der vielen Krisen zurückgegangen, aber dennoch investieren Konsumenten aus allen verschiedenen Schichten der Gesellschaft und aus verschiedenen demographischen Gruppen weiterhin in ihr persönliches Vergnügen. Aber sie haben verstärkt ein Auge auf das Preisleistungsverhältnis. Und es gibt die Tendenz, dass die Kunden mehr über die Produkte wissen wollen und dass sie sich mehr Zeit nehmen, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Der Kunde will wirklich wissen, was er kauft.

Dein Geschäft trägt den Namen 'La clefs de charme'. Was bedeutet er?

Celine Menting: Der Name 'La clefs de charme' basiert auf dem französischen Sprichwort 'prendre la clefs des champs', was so viel bedeutet wie 'sich die Freiheit nehmen' oder 'einer bedrückenden Situation entfliehen'. Für uns repräsentiert unser Name die Freiheit und die individuelle Selbstbestimmung und Befähigung unseres Intimlebens.



Was war in den letzten Jahren deine beliebteste Produktkategorie? Hat dich irgendeiner der neuesten Trends überrascht?

Celine Menting: Ich kann sagen, dass es in den letzten zwei Jahren eine steigende Nachfrage nach analer Erotik und insbesondere nach Pegging gibt. Der Verkauf von Strap-Ons, Geschirren, Butt Plugs usw. ist in die Höhe geschnellt. Das war





für uns eine ziemliche Überraschung, insbesondere bei den trägerlosen Produkten...

Gilt dieserTrend auch für Männer?

Celine Menting: Generell haben wir einen Anstieg bei den Produkten für den Mann festgestellt, wobei der Schwerpunkt auf Toys zur Prostatastimulation liegt. Männer wollen dieses Vergnügen wirklich entdecken und mit ihren Partnerinnen teilen. Wir haben festgestellt, dass das Analspiel bei

Männern weniger tabuisiert wird und sie sich weniger schämen. Sie wollen wirklich mit Prostata-Orgasmen experimentieren.

Haben sich die gängigen Sex Toy Trends für Frauen in den letzten Jahren verändert?

Celine Menting: Womanizer Produkte sind nach wie vor der Renner, aber insgesamt sind Toys für die externe Stimulation – und da ganz besonders welche mit Saugoder Druckwellenfunktion - sehr beliebt. Was unsere jüngeren Kunden betrifft, so suchen sie eindeutig nach diskreten Produkten in einem schönen und lustigen Design, die sie allein oder mit ihrem Partner unkompliziert benutzen können. Toys sind wirklich ein Teil ihres Sexlebens und ihrer Erotik geworden.

Hast du festgestellt, dass immer mehr ältere Franzosen in dein Geschäft kommen? Was denkt die ältere Generation der Franzosen über Sex Toys?

Celine Menting: Diese Frage ist nicht ganz so einfach zu beantworten. Wir können feststellen, dass ältere Kunden eine Lücke in ihren früheren sexuellen Erfahrungen und Erlebnissen füllen, die meist aufgrund persönlicher Veränderungen im Leben, wie Trennung, körperliche Funktionsstörungen usw. entstanden sind. Sie entdecken ihre sexuelle Lust, ihre Vorlieben, ihren Körper und ihr Vergnü-





BRING SCHWUNG

IN DEIN LIEBESLEBEN

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com



gen neu und wagen es, mit Sex Toys zu experimentieren. Es gibt aber für sie nicht nur 'das eine' Sex Toy, denn der 'ältere Kunde' ist keine Gruppe an sich, sondern eher eine Ansammlung individueller Vorlieben und Erfahrungen.

Welche Sex Toy Marken werden deiner Meinung nach zu Verkaufsschlagern werden oder bleiben auf lange Zeit bei deinen Kunden beliebt?

Celine Menting: Ich denke, das ist nicht wirklich markenbezogen, aber insgesamt gesehen werden das die Produkte sein, die inklusiver sind, die ein breites Publikum ansprechen, die geschlechtsneutral sind und die vor allem mehr Spaß bringen!

Wo kaufst du ein? Zu welchen Distributoren und Großhändlern pflegst du Kontakte? Celine Menting: Zu französischen natürlich! Ich bin eine wahre Patriotin! Spaß beiseite, meine Distributoren in Frankreich sind toll, ich arbeite aber auch mit Unternehmen aus Spanien, Deutschland und den Niederlanden zusammen. Ich habe seit über 10 Jahren eine sehr starke Partnerschaft mit all meinen Distributoren. Sie kennen meine Art von Geschäft, sie haben alle unterschiedliche Produkte und Marken sowie unterschiedliche Alleinstellungsmerkmale. Wir arbeiten alle zusammen, um die Kunden von 'La clef des charmes' zufriedenzustellen.

Was sind deine Ziele für den Rest des Jahres?

Celine Menting: Zuallererst gilt es, durch die Inflation zu kommen. Aber produktbezogen konzentrieren wir uns wirklich auf die Nachfrage unserer LGBTQIA+ Kunden und eröffnen diesen Sommer eine Ecke für Toys, Dessous und Kleidung für Transgender und nicht-binäre Menschen. Wir werden die erste Boutique in Südfrankreich sein, die diese Produkte für unsere Kundschaft anbietet.



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







In diesem Monthly Mayhem mit Patrick Mallaise
geht es – wie sollte es
denn auch anders sein
– um seine neue Aufgaben als Sales Director
bei der Mystim GmbH
sowie um seine 16
Jahre beim SIGN
Magazine. Aber auch
die Themen Familie,
Kochen und der
Golfsport spielen
eine tragende Rolle.

Wie fühlt es sich an, unsere Industrie mal aus einer anderen Perspektive zu sehen?

Patrick Mallaise: Es fühlt sich ein wenig anders an, aber nicht viel. Schließlich handelt es sich bei beiden Positionen um Verkauf und Vertrieb. Der Blick auf Produkte und Marketing ist entscheidend.

Welchen Berufswunsch hattest du als Kind?

Patrick Mallaise: Ich wollte immer Koch werden, das habe ich auch gelernt. In meiner Freizeit koche ich immer noch sehr gern gemeinsam mit meiner Frau. Meine Kinder wundern sich manchmal über unsere Kreationen.

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

Patrick Mallaise: Ich bin durch die Borgmeier Media Gruppe in unsere Branche gekommen. Carsten Borgmeier hat mich als Fahrer eingestellt. Ich begann damit, Messerstände mit aufzubauen und schon bald habe ich Anzeigen verkauft. Carsten Borgmeier hat mein Potential erkannt und ich bin ihm für seine Unterstützung sehr dankbar.

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

Patrick Mallaise: Ich wäre vermutlich ebenfalls im Vertrieb tätig.
Für eine Karriere als professioneller
Golfspieler oder Trainer der niederländischen Nationalmannschaft ist es wohl zu spät ...oder das Talent fehlt.

Was war der größte Karriereschub für dich?

Patrick Mallaise: Der stückweise Wechsel vom Chauffeur bei Carsten Borgmeier zum Sales Director.

Wo siehst du dich in zehn Jahren?

Patrick Mallaise: Als Sales Director bei Mystim.

Patrick Mallaise

Fragen & Antworten

Wie siehst du die Zukunft der Love Toy Industrie?

Patrick Mallaise: Sehr positiv. In jeder Branche gibt es Höhen und Tiefen. Unsere Industrie hat in meinen Augen große Wachstumsmöglichkeiten und ein riesiges Potential.

Wie sieht ein perfekter Tag in deinem Berufsleben aus?

Patrick Mallaise: Ich habe sehr viele 'perfekte Tage' in meinem Berufsleben, denn ich treffe viele interessante Menschen. Gemeinsam können wir Ideen sammeln und die Zukunft unserer Branche prägen.

Wie entspannst du dich nach der Arbeit?

Patrick Mallaise: Nach der Arbeit entspanne ich mich in unserem Garten oder auf dem Golfplatz.

Wer ist dein Vorbild und warum?

Patrick Mallaise: Ich habe keine Vorbilder. Jeder sollte die beste Version seiner selbst sein.

Du darfst einen Orden verleihen. Wer bekommt ihn?

Patrick Mallaise: Meine Ehefrau.

Auf welche eigenen Erfolge bist du besonders stolz?

Patrick Mallaise: Über die letzten 16 Jahre beim SIGN Magazin.

Was gefällt dir an deiner Person besonders gut?

Patrick Mallaise: Mein Ehrgeiz.

Welche Sünde kannst du nicht vergeben?

Patrick Mallaise: Darüber muss ich erstmal gründlich nachdenken...

Was singst du unter der Dusche?



Du bekommst einen Monat Urlaub. Wo geht es hin?

Patrick Mallaise: Dann würde ich mit meiner Frau im Wohnmobil Golfplätze, Konzerte und Ausstellungen in der ganzen Welt besuchen.

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

Patrick Mallaise: Meine Kinder, meine Frau und ein Golfset – Bunkerschläge üben.

Patrick Mallaise: André Hazes oder Rowwen Hèze.

Wen würdest du wirklich niemals nackt sehen wollen?

Patrick Mallaise: Keine Ahnung, da habe ich nie drüber nachgedacht.

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

Patrick Mallaise: Mit meiner Frau in der Gondel in Bremen den Film 'Ein Mann namens Ove'.

Mit wem würdest du gerne einen Tag deines Lebens tauschen?

Patrick Mallaise: Ich würde gerne einen Tag wie Tiger Woods Golf spielen können.

Was würdest du nie wieder im Leben machen?

Patrick Mallaise: Rauchen!

Welchen gut gemeinten Rat gibst du unseren Lesern?

Patrick Mallaise: Sei dir selbst immer treu.



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



grosshandel.gayshop.com



€ 12.86

NASTY DADDY



ERHÄLTLICH!

21425D UVP € 39.95 € 12.86

KINKYTWINKS





MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20562D UVP € 39.95 € 12.86

YOUNG BASTARDS



22173D UVP € 39.95 € 12.86

NAKED SWORD





22331D UVP € 39.95

€ 12.86

RAGING STALLION FETISH



KRAHO GmbH Oberau 6 - A-6351 Scheffau Tel.: +43 5358 4 31 31 80

Email: info@gayshop.com



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

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



Hier könnte Ihre "Werbeanzeige" stehen:



B2B-Kontakte erreichen

Internationaler Erfolg gewünscht?



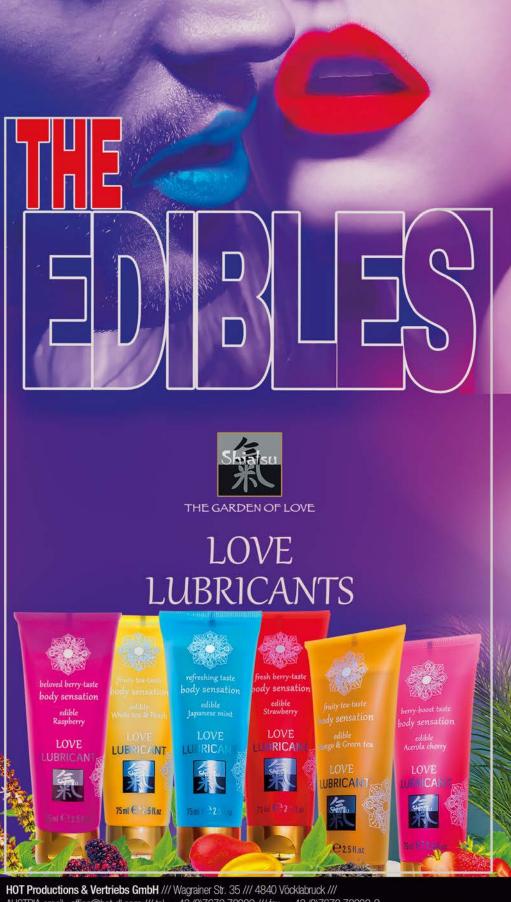
...und über 14.000 B2B-Kontakte erreichen

> 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



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





grosshandel.gayshop.com



RUDE**VRIDER**

22 x 4 cm vibrating-rotating-thrusting

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

UVP € 99,95

€ 39,98 **ACTIVE DUDE KILLIAN**

MIT FERNBEDIENUNG RUDE**GRIDER**

> Silicon 16 x 3,2 cm

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

T8090 UVP € 24,95

€ 9,98 LITTLE DUDE FINDUS



RUDE**VRIDER**

Polyester 10 m

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

T9057 UVP € 12,95

€ 5,18 ROPE POLYESTER BLACK



RUDE RIDER

Silicon 37 x 4,7 cm

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

UVP € 49,95 € 24,98

BIG DOG TAIL PLUG



RUDE RIDER Puppy Collection

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

T9040 UVP € 34,95

FISHNET HOOD

€ 13.98

GAYSH P.COM

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

PRIVATE ABEL YOUR

THE POSSIBILITIES ARE ENDLESS



COSMETICS | LUBRICANTS | GELS &CREAMS | HEALTHCARE | OILS | FOOD SUPPLEMENTS

With Cobeco Pharma's private label you can produce your own products by selecting your preferred components. You have the free choice to either update your former product range with new specs, or you can create a totally new sub-label with some new sensual looks. We produce and design the products under your label, whereafter it automatically will be delivered. The new face of erotics is only an order away!

For more information and inquiries go cobeco-privatelabel.com

COBECO PHARMA

private label producer and wholesaler of pharmaceutical, cosmetic and stimulating products

cobeco pharma wholesale by • hertzstraat 2 • 2652 xx berkel en rodenrijs • nl t +31 (0)10 290 09 91 • sales@cobeco.nl • cobeco-privatelabel.com





"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@mptodav.de



HOT Productions & Vertriebs GmbH Wagrainer Str. 35 /// 4840 Voecklabruck /// AUSTRIA

office@hot-dl.com /// fon. +43 7672 72009 /// fax. +43 7672 72009-9

London - Miami - Tokyo





eroFame

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





Venus Berlin

19 - 22 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



zum Jahres-Abonnement 12 Ausgaben p.a. incl. Doppelnummern

zum Abo-Komplett-Preis von nur 180,- ĖUR

(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



Firma
Ansprechpartner /
Telefon; Fax
Straße / Postfach
PLZ / Ort
Datum / Unterschrift
Bankeinzug
Geldinstitut
BLZ / Kto



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



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



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



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



Thomas Davidjan (-17) tdavidjan@mptoday.de



Sharon Lakomy (-22) slakomy@mptoday.de



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

Druck: Leinebergland-Druck GmbH & Co.

Kontoinhaber_

Datum / Unterschrift



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









FEEL EVERYTHING



Aus latexfreiem SKYNFEEL®-Material – spürbar weicher and natürlicher als herkömmliche Kondome

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

