49335 • 24. Jahrgang • No. 04 / 2022 HOSTS OF THE EROTIX AWARDs 2022 • Strengstes Jugendverbot

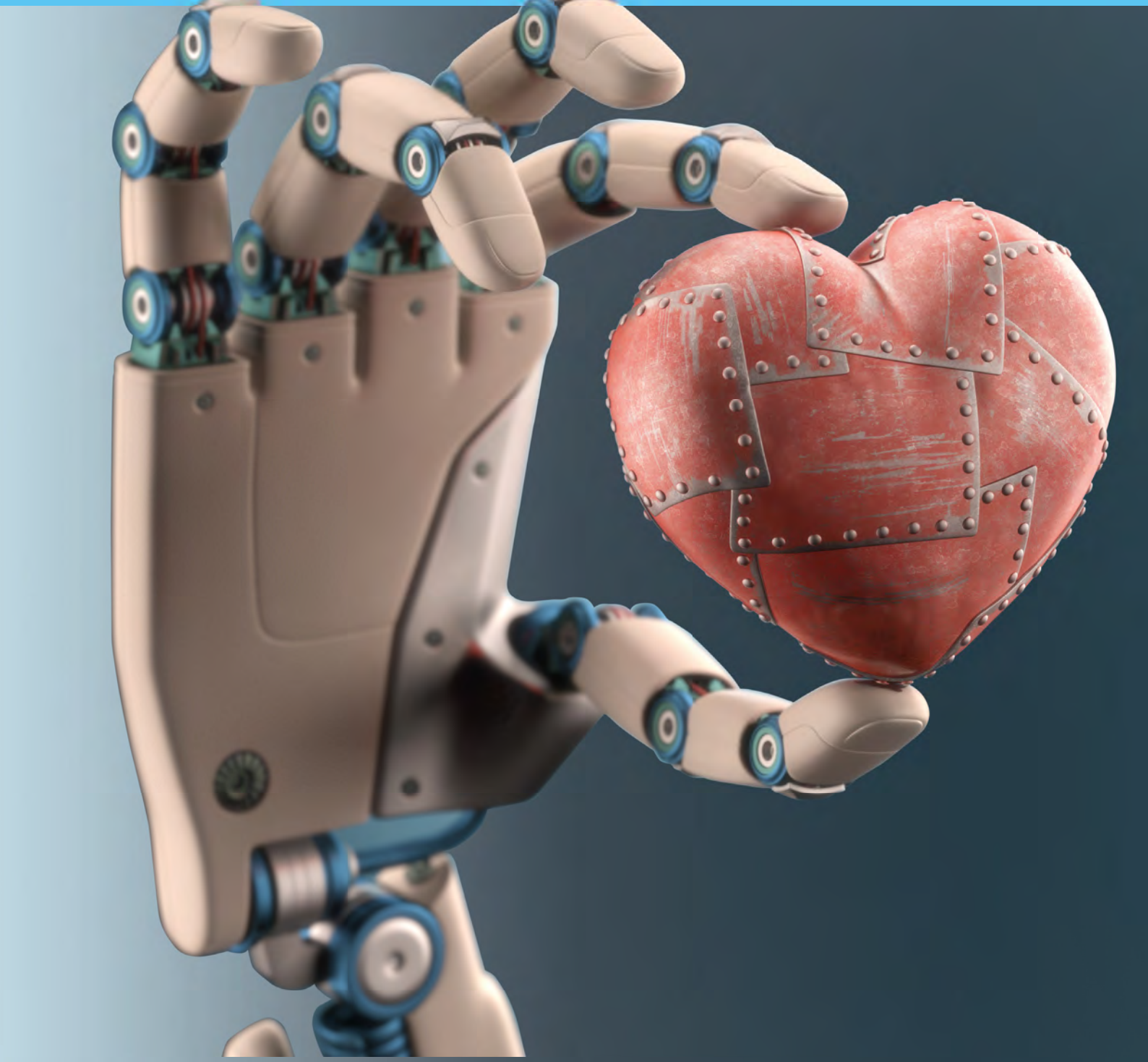
eLine

Europe's first choice for the erotic trade

Official media cooperation partner

eroFame Global Trade Convention
anme FOUNDERS SHOW Adult Novelty Manufacturers Expo
ETO SHOW
XBIZ THE INDUSTRY SOURCE

WWW.EROPARTNER.COM



EROPARTNER
DISTRIBUTION

EUROPE'S PREMIER SUPPLIER OF PREMIUM QUALITY SENSUAL AND INTIMATE LIFESTYLE PRODUCTS

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

SEX TECH

WE LOVE TECHNOLOGY

Technology that can guide and shape our most intimate relationships is on the horizon, with simulations and robotics amongst them. In the near future, artificial intelligence, augmented reality, wearables, and digital environments will also change the way we meet, interact, and manage our relationships.

SHARE OUR LOVE APRIL 11 - MAY 13

Scan the QR-CODE and visit our special SEX TECH website now! It's PACKED WITH INFO, DISCOUNTS AND PROMOTIONS relevant to all our favorite High Tech Sex Toys on the market.

LELO FLESHLIGHT TENGA SVAKOM EXPLORE YOUR LIMITS Autoblow JO LOVENSE Magic Motion

40

Sjoerd Pereira präsentiert zwei FUN FACTORY Dildo-Aktionen für den Einzelhandel

58

Paolo Davide Griffo zieht eine erste Bilanz seines Engagements bei MaleEdge

72

Pedro Correia, Geschäftsführer des Unternehmens Refixe, berichtet über die aktuelle Situation im portugiesischen Sex Toy Markt

Yoav Elani informiert über den durch die Corona-Pandemie verursachten Wandel im israelischen Sex Toy Markt

46

76

Die Toys von Vibio tragen ab sofort das Vegan Trademark - Alma Ramírez Acosta informiert über diesen bedeutenden Schritt

52

Melanie de Jonge freut sich, dass Tongas MasterClass zur Normalität zurückkehrt

36

Eine globale Krise jagt die nächste. Was macht das mit dem Sex Toy Markt? Brian Sloan ordnet die aktuellen Ereignisse auf der Welt ein

64

Frank Kok, Sales Director von Kiiroo, wirft einen genaueren Blick auf den Sex Tech Markt

84

Fällt das angekündigte goldene Zeitalter des Sex Toy Markts aus? Francesco Daniele sieht keinen Grund für Pessimismus

Eva und Jan Vinzenz Krause teilen Wissenswertes zum Thema Kondomgrößen

32

News:
Internationales Marktgeschehen 06

Feature:
Wissen ist Macht 26

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

Interview:
Brian Sloan (Autoblow) 36

Interview:
Yoav Elani (Import Master) 46

Interview:
Paolo Davide Griffo (MaleEdge) 58

Interview:
Frank Kok (Kiiroo) 64

Interview:
Alma Ramirez Costa (Vibio) 76

Interview:
Jason Wong (Durio Asia) 80

Interview:
Francesco Daniele (International Dreamlove) 84

Interview:
Roy Jacobs (Ylva & Dite) 88

Interview:
Dan Liu (Lovense) 92

Interview:
Nicola Relph (Adulttoymegastore) 98

Monthly Mayhem: 104

Highstreet: 108

Produktstrecke: 112

eLine Kalender: 114

Vorwort

Liebe Leser,

wieder mal sind wir als Magazin, das monatlich erscheint, von aktuellen Ereignissen überholt worden, weswegen der russische Überfall auf die Ukraine in unserer März-Ausgabe mit keinem Wort erwähnt worden ist. Der Grund dafür ist, dass als wir die März-Ausgabe in den Druck geschickt haben, noch ein letztes Fünkchen Hoffnung bestand, dass es nicht zum Krieg kommt - und nichts anderes als Krieg ist das, was gerade in der Ukraine passiert, ganz egal wie die offizielle Sprachregelung aus Moskau auch immer lauten mag. Was am 24. Februar passierte, hat uns zu tiefst schockiert und auch wenn wir immer versucht haben, Politik so weit wie möglich außen vor zu lassen, sind wir jetzt an einem Punkt angekommen, an dem das nicht mehr möglich ist. Daher möchten wir an dieser Stelle unsere volle Solidarität mit der Ukraine erklären und verurteilen den russischen Angriffskrieg.

In diesem Sinne,
Matthias Johnson

Vibio ist mit dem Vegan Trademark zertifiziert

Vegan Society

Am 11. Februar hat Vibio, das queere und von Frauen geführte Sex Tech Unternehmen, als erstes Unternehmen der Welt seine App-gesteuerten Sex Toys bei der Vegan Society mit dem Vegan Trademark registrieren lassen. Vibio wurde 2018 von Alma Ramírez Acosta und Patricia Cervantes Santana gegründet.

Sie brachten ihren ersten Vibrator und die dazugehörige App auf Kickstarter – der globalen Crowdfunding-Plattform – auf den Markt, die es den Nutzern ermöglicht, das Sex Toy über die App zu steuern, die auch Informationen für diejenigen bereithält, die mehr über sexuelles Wohlbefinden erfahren möchten. Alle vier bisher von Vibio entwickelten Sex Toys sind jetzt mit dem Vegan Trademark zertifiziert. Auch die Gleitmittel Glee und Wake, die völlig frei von tierischen Produkten und Tests sind, wurden registriert. Beide Gleitmittel werden in umweltfreundlichen Tuben geliefert, die zu 100 % aus Zuckerrohr bestehen. Ericka Durgahee, Marketing-Managerin bei der Vegan Society, sagt dazu: „Die Zertifizierung unserer ersten elektronischen Sex Toys e mit dem Vegan Trademark ist eine aufregende Nachricht – auch für unser Team. Nicht nur, weil Vibio ein so bahnbrechendes Unternehmen ist, sondern auch, weil es bedeutet, dass wir neue Schritte bei der Registrierung von elektronischen Produkten gemacht haben. Vielen Dank für die Zusammenarbeit!“ Viele Menschen sind sich nicht darüber im Klaren, dass viele Gleitmittel, Sex Toys und sogar Kondome tierische Derivate enthalten können, wie z. B. bestimmte Enzyme, Tierhaut und Bienenwachs, oder an Tieren getestet wurden. Jahrelang mussten viele Veganer aufgrund ihrer ethischen Überzeugung auf Komfort und Vergnügen verzichten oder Kompromisse eingehen. Doch dank Vibio sind diese eleganten Innovationen nun auch für Veganer erhältlich.“ Patricia Cervantes Santana, Mitbegründerin von Vibio, fügte hinzu: „Wir glauben fest an die Macht der Technik, wenn es darum geht, Veränderungen und positive Auswirkungen in der Welt zu schaffen und wollten dies auf den Bereich der sexuellen Wellness anwenden. Unsere Mission war es schon immer, eine integrative Marke zu schaffen, die nicht nur Tools zur Erforschung der Sexualität herstellt, sondern diese auch mit Inhalten kombiniert, die Menschen auf ihrer sexuellen Reise begleiten. Da ich selbst Veganer bin, war es wichtig, dass unsere Produkte auch für die vegane Gemeinschaft zugänglich sind.“

DIVERSIA

Neu bei Dreamlove

Passend zum nahenden Frühling bringt Dreamlove DIVERSIA auf den Markt. Farbe und Freude steht hier an oberster Stelle, um bei den Konsumenten ‚Frühlingsgefühle' auszulösen.

DIVERSIA steht für sexuelle Vielfalt und besteht aus einem Sortiment aus festen Dildos mit flexiblen Schäften, Saugnäpfen und Fernbedienung. Die Designs überzeugen durch eine realistische Maserung und verschiedene Farben. DIVERSIA bietet ein aufregendes Spiel für zwei ‚Mitspieler' durch eine Fernbedienung, an die zwei Dildos gleichzeitig angeschlossen

werden können. Das Unternehmen verweist auf die hohe Qualität seiner Marken und Produkte und verweist auf eine eigene Umfrage aus dem Dezember 2021 mit 435 Frauen und Männern aus 25 verschiedenen Ländern. Diese hat zum Ergebnis geführt, dass 98% der Befragten mit einem Toy von Dreamlove zum Orgasmus gekommen sind.

st RUBBER

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

STRUBBI.COM

Tongas MasterClass kehrt wieder zum 'normalen' Format zurück

12. und 13. Mai

Nachdem die virtuelle Version der jährlichen MasterClass im letzten Jahr ein großer Erfolg war, freut sich Tonga sehr, das Event in diesem Jahr wieder auf die gewohnte Art und Weise organisieren zu können: das heißt, dass die Gäste und Teilnehmer persönlich vor Ort sein werden und es Gespräche von Angesicht zu Angesicht geben wird.

„Was wir am meisten vermisst haben, war das persönliche Zusammentreffen mit unseren Kunden und Lieferanten. Niemand kann sich vorstellen, wie glücklich wir sind, dass wir wieder eine herkömmliche MasterClass organisieren können, um alle in unseren Büros zu begrüßen und mit ihnen zu plaudern und etwas zu trinken!“ sagt Melanie de Jonge. Die diesjährige MasterClass findet am Donnerstag, den 12. und Freitag, den 13. Mai in den Räumlichkeiten von Tonga in Axel, Niederlande, statt. Wie immer können Teilnehmer ein großartiges Programm mit vielen Top-Marken erwarten, die ihre neuesten und erfolgreichsten Produkte vorstellen werden. Natürlich wird auch der persönliche Austausch nicht zu kurz kommen, damit Tonga seinen Kunden helfen kann, ihre Geschäftsaktivitäten auszubauen und noch erfolgreicher zu werden.

EDC Wholesale stellt Sex Toys für Linkshänder vor

Untersuchungen zeigen, dass nur 71 % der Linkshänder sexuell zufrieden sind. Das bedeutet, dass 29% nicht berücksichtigt werden, Speziell für die Linkshänder-Community hat EDC Wholesale daher zwei brandneue Toys in der PMV20 Kollektion entwickelt, um sicherzustellen, dass niemand zu kurz kommt. Die PMV20 Kollektion wird um zwei neue Produkte erweitert: Lirpa und Eno. Lirpa ist ein ergonomisch bewährter Bullet-Vibrator für Linkshänder. Die einzigartigen Kurven bieten den ultimativen Griff für Linkshänder. Eno bewegt sich synchron mit dem Körper des Linkshänders. Mit diesem Toy können Linkshänder neue Welten erkunden. Der PMV20 Eno wurde für Frauen entwickelt, die neue Höhepunkte entdecken wollen, die mit normalen Toys kaum zu erreichen sind. „Wir freuen uns sehr, Toysfür Linkshänder einführen zu können“, kommentiert Andre Visser, Sales Director bei EDC Wholesale. „Bei uns dreht sich alles um Inklusion und wir wollen nicht, dass jemand unzufrieden oder unbefriedigt ist. Unser Designteam hat bemerkenswerte Arbeit geleistet und Sex Toys für Linkshänder entworfen. Die ersten Rückmeldungen unserer Kunden waren bereits sehr positiv, und ich bin sicher, dass die Linkshänder-Community genauso begeistert sein wird wie wir.“

SCALA

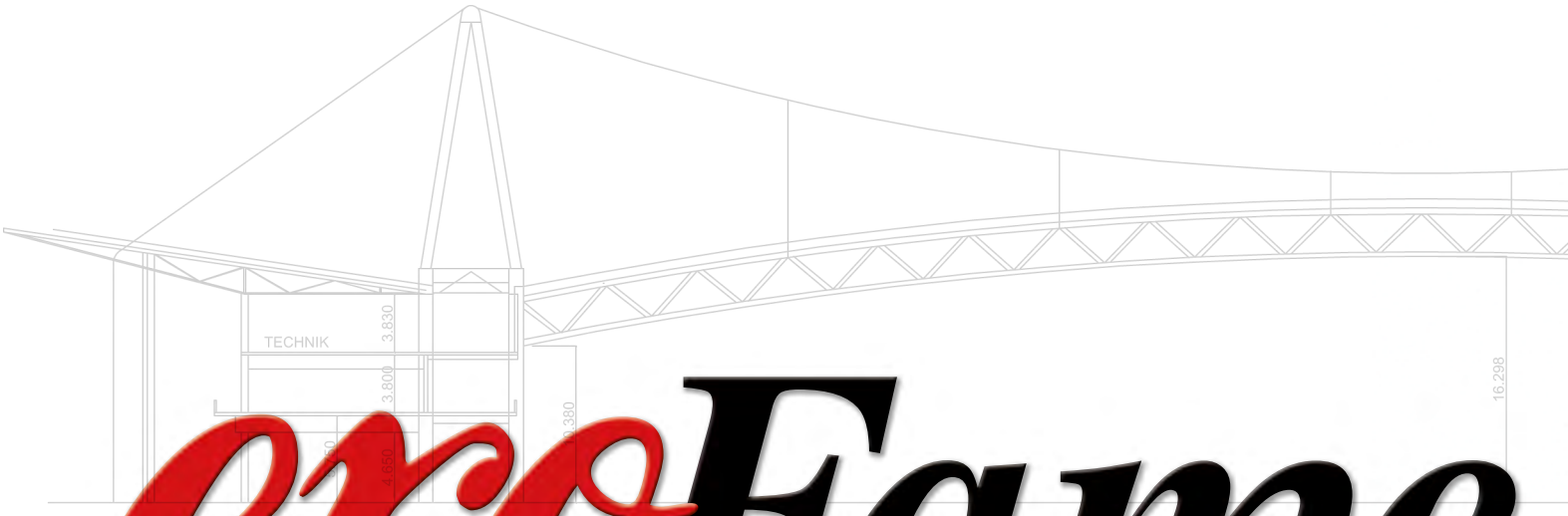
NEW

BOOST YOUR ANAL PLEASURE

BUTTOCKS by TOYJOY

WWW.SCALA-NL.COM

SCALA



eroFame

Global Trade Convention

The international b2b trade fair for the erotic industry

Internationale b2b Fachhandelsmesse für den Erotikmarkt

Hannover Messe Halle 4 • 30521 Hannover • Deutschland

05.–07. Oktober 2022

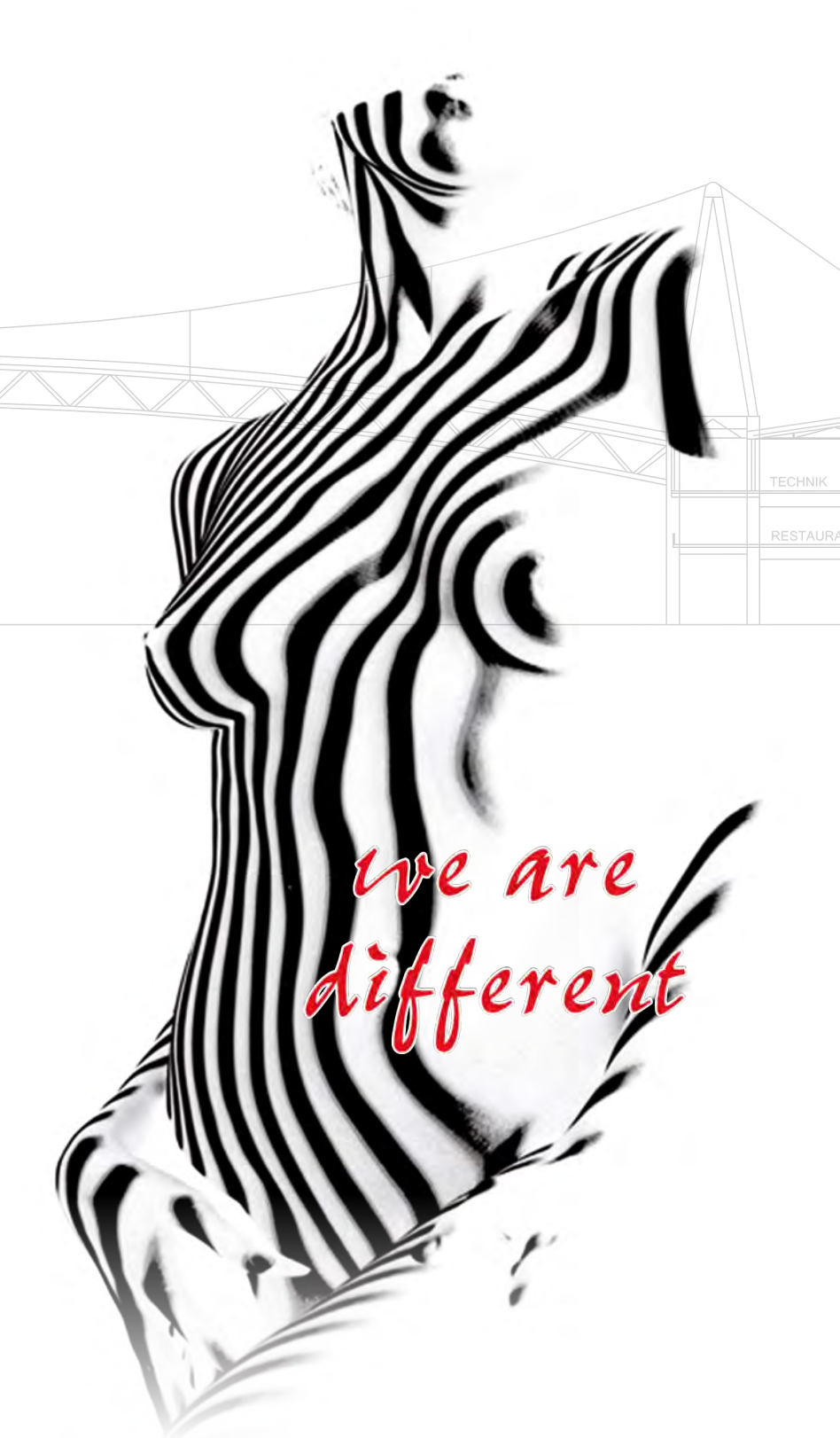
Nur für Fachhändler. Eintritt frei.

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

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

die eroFame 2022 wird gesponsert von:

SCALA JOYDIVISION ...my Lovestyle! ORION



Auszug Aussteller eroFame 2022

ABS Holdings / Prowler, Adloran GmbH, Aneros, Asha, axami, California Exotics, Cnex, Cobeco Pharma, Cotr, DanaMedic Aps, Dusedo, Eau Zone (Shunga), E-Stim System Ltd, Fleshlight International, Hot Productions & Vertriebs GmbH, Interantional Dreamlove, Joydivison, Kamasutra, Ledapol, Leg Avenue, LELO AB, Lockerroom, LTC Heathcare, Noir Handmade, Orion, Patrice Catanzaro, Penthouse, Pjur, Rimba, Rosebuds, Satisfyer, Scala, ST-Rubber, United Brands, Wow Tech Europe GmbH, XR Brands,

Stand 01.04.2022

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

BIOglide ist seit Jahren das einzige CO2-freie Gleitgel

Lieben für die Umwelt

Mit BIOglide lieben bedeutet einen kleinen Beitrag für den Klimaschutz zu leisten, denn bewusste Konsumkultur kann auch in der schönsten Nebensache der Welt gelebt werden.

Die JOYDIVISION international AG setzt daher bewusst auf die klimafreundliche Herstellung in Deutschland. Nachhaltiges Handeln und freiwilliges Engagement im Bereich des Klimaschutzes sind nicht immer selbstverständlich! Für JOYDIVISION schon! BIOglide gibt der Natur ein Stück Lebensraum zurück! Bei der Herstellung des natürlichen Gleitgels kann CO2 Ausstoß leider nicht komplett vermieden werden, die freigesetzte Kohlendioxidemission wird jedoch durch das Sumatra Merang Torfmoor-Projekt in Indonesien kompensiert. Nicht vermeidbare CO2-Emissionen für Herstellung und Transport werden durch das Klimaschutzprojekt ausgeglichen. Das Sumatra Merang Torfmoor-Projekt arbeitet an der Wiederherstellung des Torfregenwaldes in der Region Merang in Indonesien. Das Projekt schützt dabei ein Gebiet, das mehr als 3,5-mal so groß ist wie Manhattan. Der Korridor ist eines der größten und tiefsten Torfmoore in Süd-Sumatra und beherbergt eine hohe Artenvielfalt, darunter eine Vielzahl von kritisch bedrohten und gefährdeten Arten. Es ist eines der letzten verbleibenden Torfgebiete, die in der Region Süd-Sumatra vor der Umwandlung bewahrt wurden. In den vergangenen 30 Jahren haben Holzgewinnung, illegaler Holzeinschlag und die Ausweitung der kommerziellen Landwirtschaft den Wasserhaushalt gestört und die Degradierung des Moors vorangetrieben, was es anfälliger macht für Brände. Die Gemeinden in den nahegelegenen Siedlungen profitieren von einem verbesserten Zugang zur Gesundheitsversorgung, neuen Beschäftigungsmöglichkeiten und Gelegenheiten zur Weiterbildung durch Einkommen schaffende Aktivitäten.

Ylva & Dite mit neuer Verpackung

Ein niederländisches Qualitätsprodukt sollte natürlich auch eine hochwertige Verpackung haben. Deshalb ist Ylva & Dite stolz darauf, ihre handgefertigten Dildos in einer schönen Metallbox anbieten zu können. Sobald die Konusmenten die Verpackung sehen und fühlen, wird ihnen sofort klar, dass sie ein Spitzenprodukt gekauft haben, heißt es aus dem Unternehmen. „Bei Ylva & Dite werfen wir nichts weg, deshalb können unsere Verpackungen auch als Aufbewahrungsbox für Sex Toys verwendet werden. Aber natürlich können sie auch als Keksdose genutzt werden“, sagt ein Unternehmenssprecher. „Natürlich denken wir als Ylva & Dite auch an die Umwelt und deshalb ist diese Verpackung zu 100% recycelbar.“ Alle Informationen zu Ylva & Dite und ihren Produkten sind auf www.ylva-dite.com zu finden.

st RUBBER

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

STRUBBI.COM

Frühlingsfrische Kollektion von Cottelli Lingerie

Neu beim ORION Wholesale

Die neue Kollektion von Cottelli Lingerie macht Lust auf den Frühling, denn sie vereint pure Sinnlichkeit mit detailverliebter Raffinesse in den Trendfarben des Frühlings.

Die Dessous werden exklusiv im Hause ORION designt, und setzen die weiblichen Vorzüge sexy, stilvoll und selbstbewusst in Szene. Die neue Kollektion von Cottelli Lingerie besteht aus sechs atemberaubenden Dessous in unterschiedlichen Designs mit viel verführerischer Spitze, anmachendem Wetlook und sinnlich-seidigem Stretchmaterial. Die neue Kollektion von Cottelli Lingerie ist über den ORION Wholesale erhältlich. Geliefert wird sie in Verpackungen aus hochwertiger Kartonage, die auch als Geschenkverpackung genutzt werden kann. Die Kartonage ist ummantelt von einem zusätzlichen Schuber mit Detail-Abbildungen des jeweiligen Artikels sowie der Artikelbeschreibung in neun Sprachen. Die Verpackungen können sowohl hingestellt als auch mittig aufgehängt werden. Da sie sehr kompakt sind, können auf einer Verkaufsfläche mehrere Artikel präsentiert werden – und auch die Lagerhaltung ist platzsparend.

Neu bei Tonga: Die Silver Edition von Mai Attraction

Die Silver Edition ist eine vielseitige Produktreihe von Mai Attraction, die in Europa exklusiv bei Tonga BV erhältlich ist. Die neue Produktlinie umfasst fünf Vibratoren aus dunkelblauem Silikon mit einer glatten und abgerundeten silbernen Metallbasis. In der Silver Edition gibt es einen Bunny Vibrator, der glatt und schlank ist und einen Durchmesser von 2,8 cm hat. Er eignet sich dank der ‚Hasenohren' und der abgerundeten ‚Hasennase' hervorragend zur Stimulation der Klitoris. Außerdem gibt es Bubbles, einen Vibrator in Form von vier übereinander liegenden Blasen, die nach unten hin immer größer werden. Die größte Blase ist 4 cm breit. Der G-Punkt Vibrator der Silver Edition hat einen geraden Schaft und einen großen gebogenen Kopf. Mit dieser Krümmung, Form und Größe ist es einfach, den G-Punkt zu erreichen. Seine Gesamtlänge beträgt 16,6 cm und er ist aus dem gleichen seidigen Silikon wie die anderen Vibratoren dieser Kollektion. Mit dem gleichen Schaft und Kopf wie der G-Punkt-Vibrator, hat der Rabbit Vibrator eine tolle Form und natürlich ein zusätzliche ‚Kaninchenohren'. Und zu guter Letzt: die Spirale. Dieser Vibrator hat einen großen Kopf mit einer vertikalen, spiralförmigen Textur für diejenigen, die eine zusätzliche Stimulation durch die Oberfläche ihres Toys lieben. Alle Toys der Silver Edition können für Vorspiel, Massage und sexuelle Stimulation verwendet werden.

PHEROMONE sind Sexual-Lockstoffe welche der Mensch absondert, um das andere Geschlecht anzuziehen. Duftstoffe, die der biochemischen Kommunikation zwischen Lebewesen dienen.

HOT
London - Miami - Tokyo

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

Le Wand enthüllt neueste ‚Feel My Power' Sonderedition

Die achtteilige Kollektion wurde am Internationalen Frauentag veröffentlicht

Le Wand hat die neueste Zusammenarbeit für seine Feel My Power Special Edition Kollektion 2022 enthüllt, die die Arbeit der Illustratorin Kelly Malka zeigt. Ihre ermutigende Kunst ziert den limitierten Le Wand Rechargeable Massager und die dazugehörigen lustigen Accessoires.

Die achtteilige Kollektion, die am Internationalen Frauentag erscheint, umfasst den Le Wand Rechargeable Massager in limitierter Auflage, eine Reisetasche, ein 3-teiliges Postkartenset, ein Aufkleberset, ein Stickkartenset, einen gewebten Aufnäher, einen Schlüsselanhänger und ein Pleasure Guide Booklet. Das wiederaufladbare Vibrationsmassagegerät Le Wand verfügt über 10 verschiedene Vibrationsgeschwindigkeiten und 20 Vibrationsmuster. Der körperverträgliche Silikonkopf sitzt auf einem flexiblen Hals und sorgt für gezielte Stimulation. Die Kunst von Malka für die Feel My Power Special Edition fordert die Verbraucher dazu auf, ihr Vergnügen ernst zu nehmen und zelebriert dabei Vielfalt, Selbstliebe und sexuelles Vergnügen als ein angeborenes Recht. Malka ist eine in Los Angeles ansässige Illustratorin und Designerin, die fünf Jahre lang als traditionelle Grafikdesignerin in der Werbung tätig war, bevor sie ihre Leidenschaft entdeckte, ihre Fähigkeiten zur Unterstützung von gemeinnützigen Organisationen und für gute Zwecke einzusetzen. „Die 2022 Edition der Feel My Power Kollektion erinnert daran, dass man den ganzen Spaß verpasst, wenn man alle Regeln befolgt", so Alicia Sinclair Rosen, Gründerin und Geschäftsführerin von Le Wand. „Wir wollen, dass niemand sich von Stigmata und Fehlinformationen vorschreiben lässt, wie man sexuelles Vergnügen zu genießen hat. Wir ermutigen die Menschen, ihre negativen Gedanken und Zweifel zu überwinden und sich mit ihrem Körper und ihren sexuellen Erfahrungen wohl zu fühlen. Wir freuen uns sehr, diese kraftvolle Kollektion, die in Zusammenarbeit mit einer inspirierenden Künstlerin wie Kelly Malka entstanden ist, am Internationalen Frauentag zu veröffentlichen."

Neuheiten von b-Vibe jetzt bei ST RUBBER erhältlich

Spannende, farbenrohe und sinnliche Love Toy Neuheiten der Marke b-Vibe sind neu im Sortiment bei ST RUBBER. Die verschiedenen Anal Plugs sind ab sofort lieferbar.

Bei weiteren Rückfragen hilft Ihnen gerne der Kundenservice von ST RUBBER unter der Telefonnummer: 06834 4006-0 oder besuchen Sie einfach den Online Shop: www.strubbi.com

Beloü

BE SATISFIED.

ORION WHOLESALE

FLUTTER EFFECT FINGER VIBRATOR

GEZIELT STIMULIERT DANK FLATTERNDER BLÜTENBLÄTTER.

- Leidenschaftliches Multitalent mit zwei komplett verschiedenen Stimulationsarten
- Feine, präzise Vibration in der Spitze: Verwöhnt Klitoris und Brustwarzen mit aufregend kribbelnden Streicheleinheiten
- Kraftvoll flächige Auflegevibration: Kann auf unterschiedliche Art und Weise für intime Massagen genutzt werden

0598720

- Extra starke Vibrationen
- Wasserdicht
- Wiederaufladbar
- Tastensperre

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2202-043

NO-PARTS ab sofort bei EDC Wholesale erhältlich

Neue Strap-On Marke

EDC Wholesale hat eine neutrale Strap-on Marke eingeführt. Die stilvollen NO-PARTS Harnesse sind robust und dennoch bequem. Sie sind einfach zu verstellen, so dass sie sich nahezu jeder Körpergröße und jedem Körpertyp perfekt anpassen.

Außerdem sind alle NO-PARTS Produkte untereinander kombinierbar, so dass sich die Aufsätze leicht austauschen lassen. Das Ziel der Marke ist es, jedem die Möglichkeit zu geben, seinen Körper und sein Sexualleben so zu genießen, wie er es möchte, ohne jegliche Einschränkung und ohne sich zurückzuhalten. NO-PARTS richtet sich an ein junges, aufgeschlossenes Publikum, das offen für neue Erfahrungen ist. Die Marke fokussiert keine bestimmten Geschlechter oder bestimmte sexuelle Orientierungen, sondern die Produkte könne von jedem benutzt werden – in jeder Form von Beziehung und von Menschen mit oder ohne Penis. Strap-ons können als Ergänzung zum Penis oder anstelle des Penis verwendet werden, und sie können als Ergänzung zum Penis verwendet werden. NO-PARTS kann von Einzelhändlern ab sofort bei EDC Wholesale bestellt werden.

Pipedream Europe versendet Body Docks und Crown Juwels

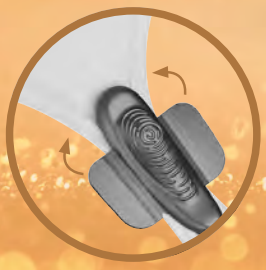
Pipedream Europe liefert ab sofort das Body Dock Universal Harness System und die Crown Juwels der King Cock Elite Kollektion aus. Das Body Dock ist das zum Patent angemeldete Saugnapf-Umschnall-System von Pipedream und ist in zwei Versionen erhältlich: Beginner's Body Dock Strap-on Harness und Comfy Body Dock Strap-on Harness. Mit einem konkaven, kreisförmigen Dildo-Dock, das mit einem weichen Nylon-Taillengurt verbunden ist, hält das Body Dock einen mit einem Saugnapf ausgestatteten Dildo an Ort und Stelle. Das zum Patent angemeldete Push-and-Play Design des Body Docks gibt dem Benutzer volle Kontrolle und funktioniert nahtlos mit den meisten Silikon-Saugnäpfen. Für das ultimative, lebensechte Erlebnis sind die Crown Jewels, die Premium Swinging Balls von King Cock Elite, in vibrierender und beschwerter Ausführung erhältlich. Die knautschigen, dehnbaren Hoden bestehen aus Elite Dual Density Silicone und sind außen weich und innen fest. Mit einem strategisch platzierten Vibrator, der in jedem Hodem summt, erhält der Benutzer zehn Pulsationsmuster. Die 20-teilige Kollektion mit den Dual Density Silicone Dildos, dem Body Dock Universal Harness System und den Crown Jewels ist in nicht-vibrierenden und vibrierenden Ausführungen, mit superstarken Saugnäpfen und ohne Bullets erhältlich.

GOOGASM

Orgasm to Go!

ORION WHOLESALE

0552330



PANTY VIBRATOR

- Verwöhnt ganz diskret Vagina und Klitoris
- Mit Magnetflügeln für rutschsichere Befestigung im Slip
- Bequem steuerbar per Fernbedienung.

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2202-043

Pipedream Europe liefert neue Produkte der Anal Fantasy Elite Collection aus

Drei brandneue Analstimulatoren aus Silikon sind erhältlich

Pipedream Europe liefert ab sofort drei brandneue Analstimulatoren aus Silikon aus der erfolgreichen Anal Fantasy Elite Collection aus: Ass-Gasm Pro P-Spot Milker, Hyper-Pulse P-Spot Massager und Auto-Throb Inflatable Vibrating Plug.

Der Ass-Gasm Pro P-Spot Milker ist die neueste Innovation aus Pipedreams Flaggschiff-Linie Ass-Gasm und ist vollgepackt mit fortschrittlichen Funktionen. Wie die Vorgängerversionen kombiniert der doppelte Cockring mühelos die tragbare anale Stimulation mit gezielten P-Punkt-Melkbewegungen, die den Träger in den Wahnsinn treiben werden. Der dehnbare Silikon-Cockring des wiederaufladbaren Melkers verlängert die Ejakulation für den Träger und das Vergnügen für beide Partner, während die vollautomatische Cum-Hither-Bewegung des P-Punkt-Massagegeräts für unglaubliche Empfindungen im Hintertürchen sorgt. Für die ultimative, punktgenaue Stimulation der Prostata nutzt der Hyper-Pulse P-Spot Massager zwei leistungsstarke Motoren und von Pipedream entwickelte Percussion Therapy, um rhythmische, klopfende Pulsationen und explosive, pochende Orgasmen zu erzeugen. Das ergonomische Design des leicht zu erreichenden Griffs verfügt über einen clever gebogenen Schaft, um jedes Mal die richtige Stelle zu treffen, während die konzentrierte Stimulation an der Spitze des Vibrators sanft gegen den P-Punkt des Benutzers pulsiert. Der Auto-Throb Inflatable Vibrating Plug kombiniert sofortiges automatisches Aufblasen mit rhythmischem Pochen und gezielten Vibrationen - alles auf Knopfdruck! Der Auto-Throb Inflatable Vibrating Plug ist mit einer wiederaufladbaren Pumpe ausgestattet, die an einem strukturierten, seidig-glatten Silikonplug und zwei leistungsstarken Motoren befestigt ist.

Neue FUCK GREEN Produkte bei SCALA erhältlich

Die FUCK GREEN Marke hat neue Designs veröffentlicht, die ab sofort exklusiv über SCALA geordert werden können. FUCK GREEN hat Sex Toy Klassiker genommen und sie aus PLA Biokunststoff gefertigt, so dass Konsumenten ihr Lieblings-Toy nutzen können, ohne dabei den Planeten zu schädigen. FUCK GREEN steht auch im Mittelpunkt des Planogramms in der März-April Ausgabe von SCALAs PLAY Magazin. Das bedeutet, dass Kunden von einem Rabatt von 10% auf die FUCK GRREN Marke profitieren können. Die Rabatt-Aktion gilt vom 1. März 2022 bis zum 15. April 2022.

NEK

PARTY, FASHION UND STREET STYLE

- Maskuline Looks für experimentierfreudige Trendsetter
- Stylisch, lässig und erstklassig in der Verarbeitung

ORION WHOLESALE

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2202-043

Womanizer startet globale GWP-Kampagne mit Lunette

Retail Partner können ihren Kunden eine kostenlose Menstruationstasse anbieten

In Anlehnung an die globale Menstrubation-Studie und den Anspruch, nachhaltiger zu werden, baut Womanizer die Zusammenarbeit mit dem führenden Hersteller von Menstruationsprodukten Lunette weiter aus.

Seit dem Internationalen Frauentag am 8. März 2022 bietet Womanizer seinen Partnern ein besonderes Gift-with-Purchase an: eine speziell für diese Zusammenarbeit entwickelte Lunette Menstruationstasse in drei komplementären Farben (blau, violett und durchsichtig). Mit dieser Kampagne wollen Lunette und Womanizer das Bewusstsein für die Vorteile der Masturbation während der Periode weiter schärfen - und Kund:innen beim Kauf eines Womanizer-Produkts ein attraktives und nachhaltiges Geschenk im Wert von 39,99 Euro machen. Die GWP-Kampagne startete am 8. März, dem Internationalen Frauentag, und wird von verschiedenen Werbemaßnahmen wie z. B. Blogbeiträgen, Social-Media-Inhalten, Bildmaterial, GIFs und Instore-Merchandise begleitet, um die teilnehmenden Retail Partner mit vielen Materialien und Touch-Points für die Kampagne auszustatten.

TENGA FLIP ZERO GRAVITY

TENGA Co., Ltd. hat die neueste Ergänzung zu seiner sehr beliebten TENGA FLIP ZERO Serie angekündigt - TENGA FLIP ZERO GRAVITY. Die Serie besteht aus einer weißen und einer schwarzen Variante, jeweils mit unterschiedlichen Innendetails und Materialstärke, beide zu einem UVP von 120,00 € Die TENGA FLIP ZERO Serie ist die erfolgreichste High-End Produktserie von TENGA. Sie zeichnet sich durch das bahnbrechende Flip-Open Design von TENGA aus, das neben einer starken Saugkraft ein einfaches Einfüllen von Gleitgel und eine hygienische Reinigung ermöglicht. Die beiden Artikel der FLIP ZERO GRAVITY Serie werden sich zu der ursprünglichen FLIP ZERO Serie, der FLIP ZERO Electronic Vibration Serie und dem FLIP ZERO Red (mit Wärmestab) gesellen. Während die originalen FLIP ZERO immer noch auf dem Markt sind, reagiert TENGA auf das Feedback der Benutzer, die sich eine schnellere Bewegung des Artikels während der Benutzung wünschen. Daher sind inneren Strukturen der FLIP ZERO GRAVITY Serie genauso raffiniert und stimulierend wie die der ursprünglichen Serie, aber sie kommen mit weniger Erhebungen aus, so dass das Produkt während des Gebrauchs besser auf und ab gleitet. Der FLIP ZERO GRAVITY wird in den Varianten Standard White und Stronger Black erhältlich sein, beide mit unterschiedlichen inneren Strukturen.

vibepad2

Erlebe Orgasmen durch neue Stimulationsfunktionen!

ORION WHOLESALE

DIE NEUE INNOVATION: ZÜNGELNDE STIMULATION ZUM AUFSITZEN

- Vibrokissen mit 2 Stimulationswellen
- Handfreie Stimulation von Vagina, Klitoris und Anus
- Leckzunge in 7 Modi
- Wärmefunktion bis 55 °C
- Automatische Abschaltfunktion
- Leicht bedienbar mit Fernbedienung
- Wasserdicht und wiederaufladbar

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2202-043

Love Not War präsentiert Maya

Ein Vibrator aus 99% recyceltem Aluminium

Die britische Sex Toy Marke Love Not War, die bekannt für ihr Engagement in Nachhaltigkeit ist, bringt pünktlich zum Earth Day (22. April) sein bisher nachhaltigstes Produkt auf den Markt:

Maya. Dieser Vibrator besteht zu 99% aus recyceltem Aluminium. Maya ist bereits das achte Produkt im Repertoire von Love Not War, der weltweit ersten Reihe nachhaltiger Sexspielzeuge. Er besteht aus recyceltem und recycelbarem Aluminium und ist das ideale Sex Toy für umweltbewusste Menschen. Der Bullet-Vibrator ist vollständig wasserdicht, hat vier Intensitätsstufen und sieben Vibrationsmuster. Maya wird mit einem austauschbaren Batteriesockel geliefert, der mit den abnehmbaren Aufsätzen der Marke kompatibel ist, so dass der Konsument mehrere Toys in einem haben können. Maya kann in warmes Wasser getaucht werden, um die Sinne zu stimulieren, und da der Kopf leicht abgenommen werden kann, kann er im Gefrierschrank aufbewahrt werden, um ein einzigartiges Kühlerlebnis zu bieten. Will Ranscombe, Geschäftsführer und Mitbegründer von Love Not War, sagt: „Wir haben in den letzten Jahren beobachtet, dass sich die Verbrauchergewohnheiten geändert haben und dass immer mehr Wert darauf gelegt wird, ob etwas umweltfreundlich ist oder nicht. Die Menschen wollen nachvollziehen können, woher ihre gekauften Produkte stammen, wie sie hergestellt wurden und aus welchen Materialien sie bestehen. Die Sex Toy Industrie ist von diesem wachsenden Trend nicht ausgenommen, und wir bei Love Not War sind stolz darauf, dass wir Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt unseres Geschäfts stellen. Es wird prognostiziert, dass die Sex Toy Industrie bis 2025 einen Wert von 27 Milliarden Pfund haben wird, und da sie immer beliebter wird, ist es unser Ziel, die Welt wissen zu lassen, dass Nachhaltigkeit auch Freude macht. Wir hoffen wirklich, dass in nicht allzu ferner Zukunft die Einführung nachhaltiger, grüner“ Praktiken in der Branche und insbesondere im Herstellungsprozess eine Grundvoraussetzung für alle Beteiligten sein wird. Maya ist unser bisher nachhaltigstes Produkt, und wir freuen uns sehr, es endlich der Welt vorstellen zu können. Maya besteht nicht nur zu 99 % aus recyceltem Aluminium, sondern ist auch glatt, schlank und sexy und eignet sich perfekt für Temperaturspiele.“

Neuheiten von Lux Fetish

ST RUBBER freut sich über die Ankunft neuer Artikel der Marke Lux Fetish. Dazu gehören zum Beispiel Produkte wie der Strapless Strap-On, der Inflatable Sex Chair With Vibrating Dildo, das Inflatable BDSM Sex Sofa Set (6pc) und viele mehr.

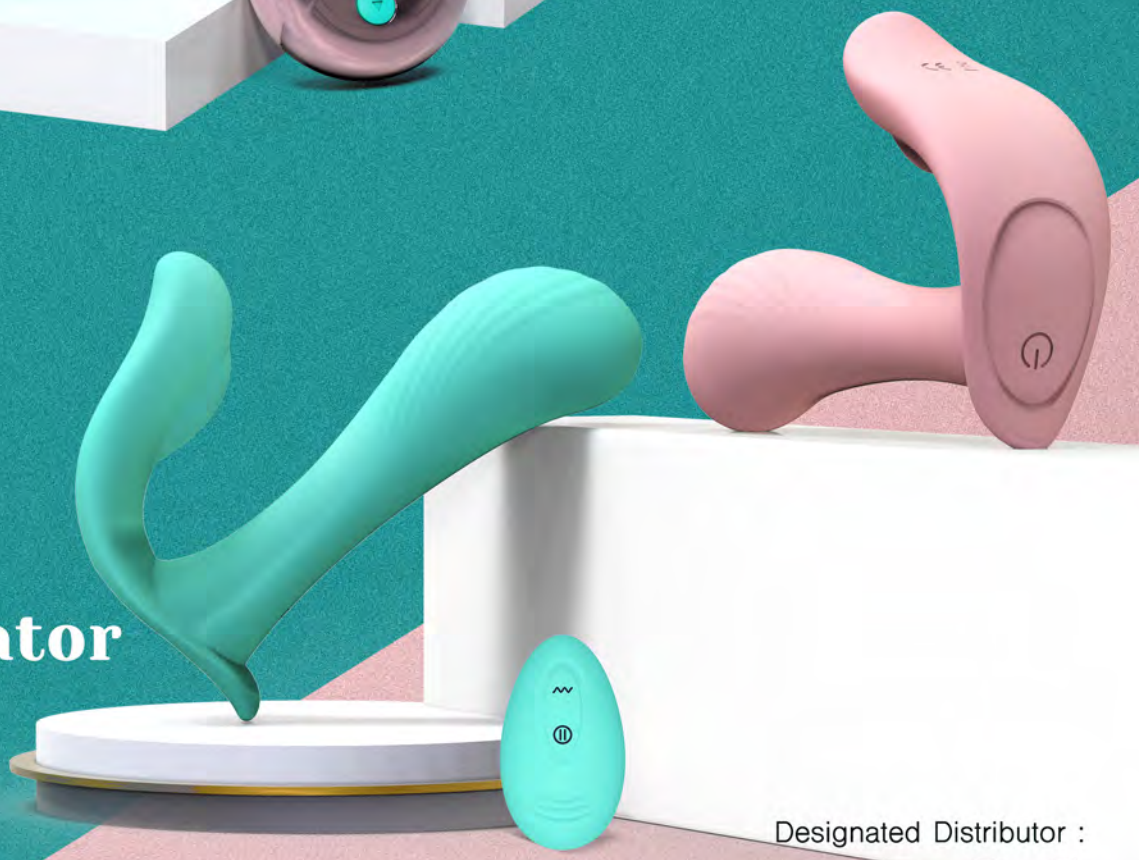
Alle Neuheiten sind ab sofort lieferbar. Bei weiteren Rückfragen hilft Ihnen gerne der Kundenservice von ST RUBBER unter der Telefonnummer: 06834 4006-0 oder besuchen Sie einfach den Online Shop: www.strubbi.com

Tracy's Dog®

More to discover

bit.ly/2W1Vd7V

Juicy Clitoral Licking Vibrator



Wearable Panty Vibrator

Designated Distributor :

sinful

Wissen ist Macht

Ist Sex Education ein Umsatzbringer für den Einzelhandel?

Ja

Matthias Johnson, Chefredakteur

Sex Education liegt voll im Trend. Die Corona-Pandemie hat dafür gesorgt, dass das Interesse an sexuellem Wohlbefinden und sexueller Gesundheit angewachsen ist, was dazu führte, dass Inhalte, die von diesen Themen handeln, besonders gefragt waren. Dass das Internet hier als Bezugsquelle an oberster Stelle stand, ist nahezu logisch. Welche Chancen aber bietet diese Entwicklung für den Handel? Müssen stationäre Geschäfte und Onlineshops auf den Zug aufspringen?

Wer von uns kann von sich behaupten, wirklich bis ins letzte Detail sexuell aufgeklärt zu sein? Die Antworten auf diese Frage dürften sehr unterschiedlich ausfallen, denn der ‚Aufklärungsgrad' variiert erheblich und Faktoren, die ihn beeinflussen, gibt es unzählige. Dass es für viele noch viel zu erfahren und zu lernen gibt in Bezug auf Sex Education, zeigt allein schon das große Interesse daran, das durch die Corona-Pandemie nochmal verstärkt wurde. Aber es kommt noch besser, denn nicht nur das Interesse wächst, sondern auch die Bereitschaft, offen über Sexualität zu sprechen. Was das für den Einzelhandel bedeutet, liegt auf der Hand: er trifft auf wissbegierige Konsumenten, die gewillt sind, sich vom Verkaufspersonal beraten sowie aufklären zu lassen und dabei auch vor Themen nicht zurückschrecken, die vielleicht vor Jahren als ‚heikel' tabuisiert gewesen wären. Sicher, nicht jeder Kunde sucht das Gespräch mit dem Personal und eine profunde Sex Education setzt ein gewisses Fachwissen voraus, dennoch bieten sich hier große Chancen, die sich auch in den Verkaufszahlen niederschlagen können. Sowohl Konsumenten, die sich auf ihre persönliche Entdeckungsreise begeben haben und in Bezug auf ihre Sexualität eine neue Stufe erklimmen wollen, als auch die, die sich den vielen Möglichkeiten, die unser Markt und seine Produkte bieten, noch nicht bewusst sind, werden ein offenes Ohr für Sex Education haben, zu der auch Toys gehören, mit denen der Konsument seine Wünsche und Bedürfnisse befriedigen kann – denn natürlich gilt immer die Devise: Beratung ist gut - Verkaufen noch besser. e

Nein

Wenn Sie meine Artikel und Interviews gelesen haben, in denen ich die Bedeutung von Sex Education stark betone, werden Sie sich wahrscheinlich wundern, wie ich dazu komme, diesen Monat den ‚Nein'-Teil zu übernehmen. Aber als ich hinter den Kulissen der Sex Toy Industrie gearbeitet habe, ist mir etwas klar geworden – etwas, das ich wahrscheinlich nicht zugeben sollte, damit ich keine Kunden (oder mein Gesicht) verliere. Es hilft ja aber nichts: man braucht keine Sex Education, um Sex Toys zu verkaufen. Was man braucht sind interessante und passende Inhalte in Social Media, Marketing-Blogs und Beziehungen zu Influencern, denen die Konsumenten vertrauen. Nicht jedes Unternehmen kann es sich aber leisten, einen zertifizierten, ausgebildeten Profi zu engagieren, der sich um Instagram kümmert. Was kann man also verkaufen, wenn es keine Sex Education sein soll? Es gibt viele Inhalte zum Thema Sex Toys, die man erstellen kann, die Spaß machen und auch bei der Suchmaschinenoptimierung hilfreich sein. Sexualität ist etwas sehr Persönliches, daher können anekdotische Inhalte über die üblichen Sex Education Ratschläge hinausgehen. Einer meiner meistgelesenen Artikel, den ich für einen Einzelhändler geschrieben habe, war ein Blog über das Thema ‚Sexy sein auf einem Musikfestival'. Viele Leute wollen eben keinen wissenschaftlichen Blog lesen, der wie eine Doktorarbeit geschrieben ist. Mit leichteren Blog-Themen wie ‚Fünf verlockende Vibratoren für einen Solo-Freitagabend' oder ‚Die besten Paar-Toys für den Valentinstag' kommt man genauso weit – oder sogar weiter. Das hat nicht viel mit Sex Ed zu tun, aber die Menschen lesen so etwas öfter als langatmige, wissenschaftliche Abhandlungen über Anatomie und Libido. Was nicht heißt, dass Sex Ed nicht nötig ist, natürlich ist das Gegenteil der Fall. Ich rate Marken sogar mit Sexualpädagogen zusammenarbeiten, denn das zahlt sich bekanntlich aus, aber meiner beruflichen Erfahrung nach braucht man sie nicht zwingend, um qualitativ hochwertige Inhalte zu produzieren, die die Konsumenten anziehen, informieren und zum Kauf anregen.

Colleen Godin,
EAN U.S. Korrespondentin

#FemaleMasturbation

Warum pjur im Frühjahr auf weibliche Masturbation setzt

2021 startete pjur mit der Kampagne 'Normalize Lube', mit dem Ziel, die Nutzung von Gleitgel zu normalisieren. Im Frühjahr 2022 legt pjur mit dem Thema weibliche Masturbation nach, um mit einem weiteren Tabu zu brechen. Die Kampagne enthält Insights aus der pjur & yourself Umfrage, die 2021 von pjur durchgeführt wurde. Die Online-Kampagne wird ab Anfang April, schwerpunktmäßig über Social Media, ausgespielt.

Mit dem aktuellen Schwerpunkt #femalemasturbation thematisiert pjur ein weiteres Tabu, von dem vor allem Frauen betroffen sind. Da über weibliche Masturbation nur wenig (öffentlich) gesprochen wird, hat pjur sich entschieden, bei Frauen, die masturbieren nachzufragen. Die Umfrage pjur&yourself fasst die Ergebnisse zusammen und will dazu beitragen, dass offener über Selbstbefriedigung gesprochen wird.

Sechs Fakten (Quelle: pjur & yourself, Umfrage zum Thema Masturbation, durchgeführt in 2021), die mehr Aufmerksamkeit verdienen:

1) 63% der Frauen masturbieren 2-4 Mal pro Woche: Das zeigt, dass Frauen, die masturbieren, dies auch sehr regelmäßig tun und es definitiv keine „Randerscheinung" (mehr) ist. Ein Grund mehr, warum es kein Tabu sein sollte darüber zu reden.

2) Frauen machen es am liebsten mit den Händen, Toys und viel Gleitgel. Befragt danach, wie sie masturbieren sind das die drei häufigsten Angaben: Mit ihren Händen, mit Toys und mit Gleitgel. Einige geben an, dass Gleitgel sie dabei unterstützt, zum Orgasmus zu kommen.

3) Das Kennenlernen des eigenen Körpers und der eigenen Lust sind ein Mitgrund, warum Frauen masturbieren. Darüber hinaus ist der Orgasmus auf Rang 1 wenn es darum geht, warum Frauen masturbieren.

4) In einer Beziehung zu sein, ist kein Grund sich nicht selbst zu befriedigen: Es zeigte sich, dass die Masturbationsroutine nicht vom Beziehungsstatus abhängig ist. Selbstbefriedigung ist daher vor allem ein Part der Beziehung zu sich selber und ein Bestandteil der eigenen, gelebten Sexualität und wird nicht von sexuellen Handlungen mit anderen Personen ersetzt.

5) Am häufigsten wird im Schlafzimmer, unter der Dusche oder im Wohnzimmer masturbiert. Frauen wollen sich nicht auf nur einen Ort festlegen, daher gibt es keinen klaren Favoriten. Ein bisschen Abwechslung ist auch ganz gut.

6) 68% der Frauen präferieren pjur WOMAN Aloe zur Masturbation. In einem praktischen Test, wurde die Konsistenz des wasserbasierten Gleitgels, sowie die Verträglichkeit mit Sex Toys besonders hervorgehoben und von mehr als zwei Drittel der Tester als präferierte Formulierung ausgewählt.

Über 'Female Masturbation': Die Kampagne, die die 2021 gestartete Kampagne #NormalizeLube um das Thema der weiblichen Masturbation erweitert. Sie will Tabus brechen und Gespräche rund um Masturbation und Gleitgel normalisieren. Raum schaffen für das offene Gespräch über die eigenen Bedürfnisse und mehr Menschen dazu motivieren, die Verantwortung für ihr Sexleben zu übernehmen. Zu guter Letzt der Appell, selbstbewusst Gleitgel als Begleiter zu einem erfüllteren Sexleben zu benutzen. Denn Masturbation und Gleitgel sollten, frei von Vorurteilen, einen Platz in deinem Liebesleben haben dürfen.

12 new designs join the TENGA EGG series to bring an even wider variety of pleasure.

Out Now

WAVY II
Overlapping Waves
of Stimulation!

BOXY
Stimulating Edges
of Pleasure!

BRUSH
Long Strokers Brush
and Excite!

TORNADO
Spiraling Ribs
of Satisfaction!

SPHERE
Tumble Through
Dynamic Orbs!

SILKY II
Silky Smooth
Sensations!

WIND
Vertical Waves
of Stimulation!

STUD
Hexagonal Nubs
of Delight!

MESH
Trapped in a Net
of Pleasure!

TUBE
Spiraling Stairs
of Sensations!

CURL
Massaged by
Spherical Swirls!

RING
Ribbed Rings
of Satisfaction!

MASTURBATE BETTER
www.tenga.co

@TENGA_Global TENGAGlobal
YouTube TENGAChannel tenga_global

XR
PLAY HARD.
300+ topsellers
back in stock
40+ impressive lines of top quality fetish and BDSM products
best sellers
STRICT LEATHER
STRICT
MASTER SERIES
EDC Wholesale offers you the largest range of XR Brands' products in Europe.
Find all fetish brands at www.one-dc.com

Offer your customer the favorite BDSM brands from America

STRICT LEATHER

Gear you can count on.
Made with exquisite craftsmanship
from premium leather.

STRICT

All classic and unique BDSM products in 1 collection.
Explore your desires and fantasies. Strict believes
that BDSM should be accessible to everyone.

MASTER SERIES®

Master your domain. Discover cutting-edge toys,
tools and devices that will make your inner
Dominant or submissive tremble with excitement.

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

EDC WHOLESALE

Passgenau zu gutem Sex

Ein Interview zum Thema Kondomgrößen mit Eva und Jan Vinzenz Krause

Seit 20 Jahren beschäftigt sich Jan Vinzenz Krause mit dem perfekt passenden Kondom. Der Pionier in Sachen Kondomgröße ist aus zahlreichen TV- und Radio- Sendungen in ganz Europa bekannt. 2019 brachte Krause mit MISTER SIZE ein besonders gefühlsechtes Größenkondom mit einer Wandstärke von 0,05 mm in den Markt, das kürzlich in der TV Sendung ‚Paula kommt' (Sixx) zum ‚Sex Trend 2022' gekürt wurde. Seit drei Jahren teilt er sich die Geschäftsführung mit seiner Frau Eva Krause. Gemeinsam arbeiten sie an ihrer Vision, Kondome in der passenden Größe weltweit zum Standard zu machen.

Herr und Frau Krause, räumen Sie mit der Vorstellung, dass Kondomgrößen eigentlich nur Männer interessieren, endlich auf?

Jan Vinzenz Krause: Kondome in der passenden Größe sind für Männer genauso wichtig wie für Frauen. Wenn Kondome perfekt passen, erhöhen sie nicht nur die Sicherheit, sondern sind auch angenehmer zu tragen. Männer und Frauen können sich ganz auf das Liebesspiel konzentrieren und brauchen keinen Gedanken an ein schlecht sitzendes Kondom verlieren. Eine wichtige Voraussetzung für guten Sex.

Eva Krause: Besonders für uns Frauen ist diese Sicherheit wichtig, um wirklich loslassen zu können. Das zeigt sich auch an der Tatsache, das über die Hälfte der Kondome von Frauen gekauft werden. Frauen profitieren von passenden Kondomen mindestens genauso wie Männer. Der Hauptgrund, warum manche Männer das Kondom ablehnen, ist mit passenden Kondomen ausgeräumt.

Was brachte Sie auf die Idee, passgenaue Kondome zu entwickeln?

Jan Vinzenz Krause: Die erste Berührung mit Kondomen hatte ich mit 16. Damals haben mich die ‚Dinger' einfach nur gestört. Also habe ich mich gefragt, warum es sie eigentlich nicht in verschiedenen Größen gibt. Bei Schuhen oder Hosen ist es doch auch ganz normal, die passende Größe auszuwählen. Niemand trägt zu kleine oder zu große Schuhe! Warum sollte das bei Kondomen anders sein? An dieser Situation etwas zum Besseren zu verändern, faszinierte mich schon damals und beflügelt meinen Innovationsgeist bis heute. Ich weiß, dass es auf der ganzen Welt viele Millionen Männer gibt, die Kondome als störend empfinden. - bis sie ihre passende Kondomgröße mit MISTER SIZE gefunden haben.

Ihre Idee, passgenaue Kondome herzustellen, hat für Bewegung im Markt gesorgt. Wie haben Sie das geschafft?

Jan Vinzenz Krause: Wie schon erwähnt, war da ja am Anfang ein gewisser persönlicher Leidensdruck. Ich wollte mich einfach nicht damit abgeben, dass Verhütung unbequem sein kann. Ich dachte mir, dass es anderen Paaren mit Kondomen in Einheitsgröße ähnlich ergeht wie mir. Das hat meinen Pioniergeist angestachelt. Es wurde sehr viel probiert und experimentiert. Mittlerweile sind wir mit MISTR SIZE nicht nur in ganz Deutschland und Europa bekannt, sondern verkaufen unsere passgenauen Kondome weltweit. Das funktioniert natürlich nur, weil wir allerhöchste Anforderungen an die Sicherheit unserer Produkte stellen. Um die Qualitätsansprüche unserer Kunden zu erfüllen, haben wir uns mit namhaften Herstellern wie Karex zusammengetan. Der Hersteller in Malaysia kennt alle Voraussetzungen für die Zertifizierung, ohne die die Kondome gar nicht auf den Markt kommen dürfen.

Eva und Jan Vinzenz Krause

Individuell angepasste Kondome setzen voraus, dass der Mann weiß, wie groß sein bestes Stück ist. Dementsprechend ist das Messen das A und O. Wie aber bekommt man einen Mann dazu, seinen Penis zu messen?

Eva Krause: Männer haben ein grundsätzliches Interesse zu erfahren, wie ihre Penisgröße im Vergleich zu anderen Männern ist. Da setzen wir mit unseren verschiedenen Messtools an. Die haben wir für verschiedene Anwendungen entwickelt, um Männern und Frauen dabei zu helfen, das passende Kondom zu finden. Aus der Praxis hören wir immer wieder, dass Paare das Messen in ihr Liebesspiel eingebaut haben. Das freut uns besonders!

Welche Zielgruppe interessiert sich am meisten für ‚Größenkondome'?

Eva Krause: Das sind alle Kondomverwender, die mit der Standardgröße nicht zufrieden sind. Und davon gibt es sehr viele: Sowohl Männer als auch Frauen. Die meisten Nutzer von Kondomen sind zwischen 18 und 40 Jahre alt.

MISTER SIZE bietet zahlreiche Tools zum Thema Messen an. Welche sind das genau?

Jan Vinzenz Krause: Männer brauchen das passende Kondom und für unsere Vertriebspartner stellen wir das passende Tool zum Verkaufs- und Beratungsgespräch zur Verfügung. Ein stationäres Erotikfachgeschäft hat eine andere Verkaufssituation als ein Online-Shop. Deshalb stellen wir dem Händler ein kostenloses Mess-Tool für seine Kunden zur Verfügung, das er im Beratungsgespräch einsetzen kann. Beratung ist gut - Verkaufen noch besser: Das funktioniert

am besten, wenn der Kunde eine echte Auswahl hat. Dafür haben wir ein spezielles Test-Set entwickelt. Die 3er Packungen lassen sich als 3x3 Bundle verkaufen. Die meisten Männer schätzen es, wenn sie zwei bis drei verschiedene Kondomgrößen im Vergleich ausprobieren können. Der Gefühlsunterschied ist enorm und überzeugt jeden Mann, ab sofort nur noch passende Kondome zu verwenden. Unser neues Test-Set besteht aus einer Probierpackung mit drei Kondomgrößen und einem Maßband.

Eva Krause: In einem Laden kann man am Regal schlecht seine Kondomgröße messen, da müsste man ja die Hosen runterlassen. Also haben wir auf die MISTER SIZE Verpackungen einen Streifen gedruckt, der von Größe zu Größe variiert und der die Penisbreite symbolisiert. Mit diesem Streifen kann man relativ gut einschätzen, welche Kondomgröße voraussichtlich passt. So etwas gab es bisher noch nicht auf dem Kondommarkt. Unser Ansatz soll den Verkäufer(innen) die Beratung deutlich erleichtern.

Wie unterstützt MISTER SIZE seine Vertriebspartner sonst noch?

Jan Vinzenz Krause: Uns ist der Dialog und der persönliche Austausch mit unseren Vertriebspartnern sehr wichtig. Gemeinsam können wir voneinander lernen und die Themen noch besser ausarbeiten. Wir entwickeln für unsere Vertriebspartner passende Lösungen in der jeweiligen Landessprache. Dabei orientieren wir uns am jeweiligen Geschäftsmodell.

Wie wird es mit MISTER SIZE weitergehen? Welche Pläne für die Zukunft haben Sie mit Ihrer Marke?

Jan Vinzenz Krause: Unsere Vision mit MISTER SIZE ist es, die passende Kondomgröße weltweit zum Standard beim Kondomkauf zu machen. Wir wollen bis 2030 weltweit 1 Milliarde Männern dabei helfen, ihr passendes Kondom zu finden und besseren Sex mit Kondomen zu haben. Das maßgeschneiderte Kondom muss zur Selbstverständlichkeit werden.

info@tongabv.com
tongabv.com
+31 (0) 115 566 322

Unsere Produkte machen die Menschen glücklicher – und das zu einem relativ niedrigen Preis

Brian Sloan über die Situation des Sex Toy Markts im Frühjahr 2022

Es waren nicht wenige, die dem Sex Toy Markt nach dem Ende der Corona-Pandemie Erfolg und Wachstum prophezeit haben. Nun aber scheint angesichts vieler äußerer Faktoren – Inflation, steigende Lebenshaltungskosten, der Krieg in der Ukraine mit all seinen Auswirkungen etc. - so etwas wie Ernüchterung einzutreten. Gibt es vielleicht sogar Grund für Pessimismus oder wird sich der Sex Toy Markt wieder mal als krisenfest erweisen? Fragen, die eLine mit Brian Sloan, Schöpfer und Kopf der Autoblow Marke, diskutiert hat.

Brian Sloan, Geschäftsführer von Very Intelligent Ecommerce Inc. und Schöpfer der Marke Autoblow

Noch während der Corona-Krise wurde dem Sexual Wellness Markt ein goldenes Zeitalter samt beeindruckenden Wachstumszahlen prophezeit. War dieses Einschätzung zu optimistisch oder müssen wir uns alle nur ein bisschen gedulden?

Brian Sloan: Es ist schwer zu sagen, wie die Umsätze in den verschiedenen Unternehmen aussehen, da ich natürlich nur die Zahlen meiner eigenen Firma kenne. Wachstum aber findet nicht auf einmal statt, sondern in Schüben. Was wir aber nicht leugnen können ist, dass Corona fast allen von uns einen lang anhaltenden Umsatzschub beschert hat. Die Lockdowns während der Pandemie haben Millionen neuer Käufer in den Markt gebracht und diese werden beginnen ihre ersten gekauften Produkte für langweilig anzusehen, so dass sie weitere Produkte kaufen werden. Ich habe übrigens nie geglaubt, dass der Markt in ein goldenes Zeitalter eintreten wird, aber ich denke, dass er eindeutig ein neues und höheres Niveau erreicht hat, zumindest soweit ich das bei unseren eigenen Verkaufszahlen gesehen habe.

Wo ist die Euphorie geblieben, über die wir in den letzten beiden Jahren angesichts der starken Nachfrage nach Sex Toys und dem ebenso gestiegenen Interesse an Sexual Wellness so viel diskutiert haben? Hat uns die 'Normalität' wieder eingeholt?

Brian: Ich denke, es hängt wirklich davon ab, was die Unternehmen herstellen und wie sie es verkaufen. In unserer Branche haben sich viele neue Kanäle geöffnet, darunter der Vertrieb direkt an den Konsumenten, es gibt Mainstream-Einzelhändler, die Sex Toys anbieten, es gibt Social Media Influencer und so weiter. Die Nachfrage ist ohne Zweifel da, aber ich denke, dass viele Unternehmen es nicht beherrschen, die Konsumenten an den Orten zu erreichen, an denen diese sich heute – online und auch offline- aufhalten. Es ist heute also 'normal', wenn man nicht weiß, wo die angesprochenen neuen Kunden sind. Wenn man aber weiß, wo und wie man sie erreichen kann, ist das fantastisch!

Wir befinden uns nun in der Post-Corona Phase. Wie würdest du den gegenwärtigen Status Quo unseres Marktes beschreiben?

Brian: Viele Menschen befinden sich noch in der Corona-Phase. Die Menschen geben ihr Geld sehr großzügig für Dinge aus, die ihnen Vergnügen bereiten, daher denke ich, dass wir uns immer noch in einer Wachstumsphase befinden. Und wenn es das nächste Mal zu einem Anstieg der Infektionszahlen kommt, werden sich bestimmte Leute wieder isolieren und mehr Sex Toys kaufen. Das ist zwar traurig, aber wahr.

Aus der Krise in die Krise: nach der Pandemie müssen sich die Konsumenten seit geraumer Zeit mit steigender Inflation und explodierenden Lebenshaltungskosten rumschlagen. Würgen diese Faktoren das Konsumklima ab und stellen eine Gefahr für das Wachstums unseres Marktes dar?

Brian: Ich bin seit 13 Jahren in dieser Branche tätig und habe noch nie eine Krise erlebt, sei es eine finanzielle oder sonst wie geartete, in der der Kauf von Sex Toys für viele Konsumenten kein Allheilmittel gewesen ist. Unsere Produkte machen die Menschen glücklicher – und das zu einem relativ niedrigen Preis. Ich glaube nicht, dass sich das ändert, auch nicht angesichts der aktuellen globalen Probleme. In Zeiten der Inflation bieten Erotikprodukte den Konsumenten ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Es gibt nicht wenige, die behaupten, dass unser Markt krisensicher ist, weil die Konsumenten

auch in schwierigen Zeiten nicht auf die 'kleinen und bezahlbaren Freuden' verzichten wollen. Teilst du diese Sicht der Dinge?

Brian: Ich denke, wir können nur auf unsere Erfahrungen aus der Vergangenheit zurückblicken, zum Beispiel auf die letzte große Finanzkrise, die wir mit hohen Umsätzen überstanden haben. Daher habe ich keinen Grund zu der Annahme, dass es bei der nächsten Krise anders sein wird.

In Europa ist Krieg. Russland hat die Ukraine überfallen. Die Auswirkungen auf die Weltwirtschaft zeigen sich schon jetzt. Sämtliche Wachstumsprognosen werden korrigiert, die Börsen sind eingebrochen, Preise für Erdöl und Erdgas explodieren… auf lange Sicht sieht das wenig optimistisch aus. Muss unser Markt sich für die nächsten Jahre von Expansion und Wachstum verabschieden?

Brian: Ich habe das schon ein paar Mal in eLine gesagt - ich denke, dass die Unternehmen, die sich am meisten Sorgen machen müssen, die sind, die nicht innovativ sind. Die Konsumenten werden auch in unsicheren Zeiten Geld ausgeben, aber sie wollen interessante Produkte mit neuen Funktionen deren Besitz 'cool' ist. Die Unternehmen, die solche Produkte herstellen, werden florieren, aber die Mehrheit der Unternehmen, die mit Standardprodukten untereinander konkurrieren, wird es schwerer haben.

Russland ist für seinen Einmarsch in die Ukraine mit harten Wirtschaftssanktionen belegt worden. Werden die Auswirkungen davon auch im internationalen Sex Toy Markt direkt zu spüren sein?

Brian: Ich habe mich diesbezüglich mit einem unserer wichtigsten Lieferanten unterhalten und er sagte mir, dass er mit keinen Auswirkungen auf unseren Markt rechnet. Ich war besorgt, weil Russland zum Beispiel ein wichtiger Lieferant von Kunststoffgranulat usw. ist, aber unser Lieferant sagte, das sei kein Thema. Es ist schwer zu erkennen, inwieweit der krieg und seine Auswirkungen unsere Branche beeinträchtigen werden, abgesehen natürlich von den Unternehmen, die bedeutende Geschäfte in Russland tätigen. Offensichtlich wird das in absehbarer Zukunft wahrscheinlich nicht mehr ohne weiteres möglich sein.

Nach allem, was wir besprochen haben, wo siehst du unseren Markt in fünf oder zehn Jahren?

Brian: Es läuft bereits eine Konsolidierungswelle, da Private Equity Firmen die Rentabilität unserer Branche erkannt haben und es ihnen gelungen ist, Investoren zu finden, die kein Problem mehr haben, in unsere Industrie zu investieren. In fünf bis zehn Jahren sehe ich drei bis vier Konglomerate, die mindestens die Hälfte aller Sex Toy Verkäufe weltweit auf sich vereinen.

SCALA

NEW

SMALL PACKAGES BIG PLEASURE!

GRAB and GO FOIL PACKAGING!

MULTIPLE COLOR OPTIONS!

Available styles: Rings, Bullets, Tongue teasers and Finger teasers

CALEXOTICS®

Mit dem Dildo hat es angefangen!

FUN FACTORY startet zwei Aktionen für B2B-Kunden

Im Fokus von FUN FACTORYs neuer ‚No Vibration – Hot Sensation' Aktion stehen die Dildo Bestseller des Unternehmens. Zu diesen gehört auch AMOR, der ab sofort auch in der ‚Amor Pride Edition' erhältlich ist. Über die beiden Aktionen informiert Sjoerd Pereira, Head of Sales FUN FACTORY.

Sjoerd Pereira, Head of Sales FUN FACTORY

‚Im Zeichen des Dildos' – könnten eure Aktionen, die ihr im März gestartet habt, so bezeichnet werden?

Sjoerd Pereira: Dildos sind nach wie vor ein elementarer Bestandteil unseres Portfolios und gehören zu den beliebtesten Spielzeugen weltweit. Die Kategorie an sich wächst: Innovative Dildos wie BOUNCER oder LIMBA FLEX oder SHARE waren, sind und bleiben ein spannendes Ad on für Singles und Paare.

Erlebt der Dildo gerade so etwas wie eine ‚Renaissance'?

Sjoerd: Mit dem Dildo hat es angefangen! Bei FUN FACTORY mit dem Pinguin Dildo, der erste Steindildo oder besser Phallus aus Stein ist vor vielen tausenden von Jahren entstanden. Dildos gibt es also quasi seit es die Menschheit gibt. Heute ist es so, dass Dildos was Form und Funktion angeht immer optimierter werden. Und wir haben auch noch einen weiteren Dildo zu den schon genannten dieses Jahr in der Pipeline.

Rund um euer Dildo-Angebot habt ihr eine Aktion namens ‚No Vibration – Hot Sensation' ins Leben gerufen. Worum geht es bei dieser Aktion?

Sjoerd: Wir haben den Fokus mit dieser Aktion auf alles gelegt, was eben keinen Motor oder andere hochkomplexe Technik braucht, um ‚Spaß' zu machen. So dass es um die gute Zeit mit sich selbst, dem Dildo oder mit dem/ der Partner:in und dem Dildo geht. Ab und zu eben auch mal den Fokus aufs Wesentliche beim Spiel mit Toys zu legen, erweitert den Horizont.

Gilt diese Aktion für alle eure Dildos oder nur für ausgesuchte Produkte?

Sjoerd: Die Aktion gilt für unsere Dildo Bestseller: AMOR, MAGNUM, BOUNCER, THE BOSS, SHARE und die beiden LIMBA FLEX. Und dazu gibt es dann im Dildo Deal eben jeweils ein TOYBAG oder ein TOYFLUID dazu.

Euren Dildo ‚Amor' gibt es nun auch in der streng limitieren ‚Amor Pride Edition'. Wie ist es zu dieser Idee gekommen?

Sjoerd: Wir haben den AMOR in der Pride Edition schon in den letzten Jahren auf Bestellung produziert und die Nachfrage ist mittlerweile so groß – et voilà es war Zeit für die limitierte Sonderedition dieses Verkaufsschlagers. Wir haben an einem neuen Verpackungsdesign gearbeitet und es gibt jetzt auch für dieses Toy unser beliebtes ‚Game inside'.

Was kannst du zu den Produkteigenschaften der ‚Amor Pride Edition' sagen? Womit punktet der Dildo abgesehen von seiner Farbenvielfalt?

Sjoerd: AMOR hat einfach eine ideale Größe für ein besonders abwechslungsreiches Spiel, passt mit der extra dünnen Basis ideal in einen Harness – sanft gebogen und somit super für die G- oder P-Punkt Massage. Auf glatten Flächen hält der Dildo dank Saugeffekt, was er verspricht! Und das alles im Gewand der Regenbogenflagge.

Die ‚No Vibraion – Hot Sensation'Aktion ist bereits im März angelaufen und im selben Monat ist die ‚Amor Pride Edition' auf den Markt gekommen. Wie lange können eure Kunden noch daran teilhaben?

Sjoerd: Die Bestellungen für die AMOR PRIDE EDITION werden ab Anfang Mai versendet, es kann also fleißig ab jetzt vorbestellt werden. Unsere Kampagnen sind generell so ausgelegt, dass sie von unseren Händlerkund:innen dann eingesetzt werden können, wenn es bei ihnen am besten passt. Bei der ‚NO VIBRATION – HOT SENSATION' Aktion kommt es nicht auf den Tag an. Wer im September einen Dildo-Push starten möchte, der kann das natürlich genauso gerne machen wie jetzt. Und bei Fragen gilt wie bei allen Themen und Kampagnen und Aktionen, wenden Sie sich immer gern an Ihre:n Ansprechpartner: in aus unserem Vertriebsteam, gemeinsam finden wir für Sie die beste Lösung.

Wie sehen die Planungen bei auch für die nächsten Monate aus? Worauf dürfen sich eure Kunden in nächster Zeit freuen?

Sjoerd: Ich hatte es ja eben schon erwähnt, es kommt noch was Neues in der Kategorie Dildo und wir haben wirklich einige sexy News in den Startlöchern. Momentan ist unser Augenmerk natürlich auch auf andere Themen gerichtet und wir unterstützen wo wir können auf unsere Weise. So haben wir uns entschieden, den Delfin Dildo in unserem Online-Shop zu verkaufen und sämtliche Einnahmen zu spenden. So fällt auch die Bekanntgabe der Gewinner:innen unserer 25 Jahre FUN FACTORY Kampagne ein wenig leiser und kleiner aus. Es ist uns eine Herzensangelegenheit, uns bei allen, die bei den Challenges mitgemacht haben zu bedanken, wir wollen aber angepasst an die Situation auf unserer Welt handeln.Und zu Ostern wird es bei uns ein Gewinnspiel und eine GWP-Aktion rund um Rabbits, Ostereier und Co. geben. Details dazu geben wir in Kürze bekannt.

HOT

London - Miami - Tokyo

BIOLOGISCHE & VEGANE GLEITMITTEL-SERIE!
ORGANIC & VEGAN LUBRICANT-SERIES!

VEGAN

lubricants

BIO

HOT BIO LUBRICANT

Erweiterung unseres **BIO Sortiments** mit **ANAL SUPERGLIDE**, **WARMING GLIDE** und **XTREME SUPERGLIDE**. Biologische & vegane, wasserbasierende Gleitgele. Besonders angenehm zur Haut. Verleiht einen seidenweichen Touch. Eco-Tube aus nachwachsendem Rohstoff.

HOT BIO LUBRICANT

Expansion of our **BIO range** with **ANAL SUPERGLIDE**, **WARMING GLIDE** and **XTREME SUPERGLIDE**. Organic & vegan, waterbased lubricants. Especially pleasant to the skin. Gives a silky soft touch. Eco tube made from renewable raw materials.

100 ml
3.4 fl.oz

NATURE CARE PRODUCT
nature-care.cc

all flip tops

world-of-hot.com

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

CUPA

WARMING VIBRATORS

0553409

0553395

EINHEIZENDER GENUSS MIT PRICKELNDER VIELFALT.

2202-048

ORION WHOLESALE

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

Der lokale stationäre Einzelhandelsmarkt ist um etwa 20 % geschrumpft

Yoav Elani über die Folgen der Pandemie auf den israelischen Erotikeinzelhandel

Seit fast 30 Jahren ist Yoav Elani im Erotikmarkt Israels aktiv. Während dieser Zeit hat er einiges an Entwicklungen und Veränderungen in seinem Heimatmarkt erlebt. Darunter fällt auch der Wandel, der durch die Corona-Pandemie versucht wurde. Um genau diesen geht es in diesem Interview, in dem Yoav auch darüber informiert, wie es nach der Pandemie in seinem Heimatmarkt weitergehen wird.

Yoav Elani, Inhaber des Distributionsunternehmen Import Master I.L Ltd

Wir kommen nicht umhin, über die letzten beiden Jahre zu sprechen, die bekanntlich durch Corona geprägt waren. Die Pandemie mit ihren Lockdowns hat in vielen Ländern dazu geführt, dass das Interesse an Sex Toys und die Nachfrage explosionsartig anstiegen. Gab es in Israel eine ähnliche Entwicklung?

Yoav Elani: Als die Pandemie gerade begonnen hatte und der erste Lockdown angekündigt wurde, schickten die meisten Unternehmen ihre Mitarbeiter nach Hause - in den ‚Urlaub', damit sie die staatliche Beihilfe in Anspruch nehmen konnten. Auch wir handelten so. Das erwies sich als großer Fehler! Ich musste Freunde und Familienangehörige rekrutieren, die rund um die Uhr arbeiteten und mir halfen, den enormen Anstieg der Verkäufe im E-Commerce zu bewältigen. Wie überall auf der Welt - Paare, die sonst eine Stunde am Tag miteinander verbrachten, fanden sich eingesperrt und hatten die Wahl zwischen Himmel und Hölle. Entweder streiten sie sich den ganzen Tag und lassen sich schließlich scheiden oder sie erleben noch einmal ihre Flitterwochen und haben jede Menge Sex.

Die meisten Menschen waren klug genug, sich für den Sex zu entscheiden.

Die Pandemie wird vielfach als Wendepunkt bezeichnet, da sich die Geschwindigkeit mit der sich der Sex Toy Markt Richtung Mainstream bewegt, um einiges erhöht hat. Wo steht der israelische Sex Toy Markt Anfang 2022 wenn es um die gesellschaftliche Akzeptanz gegenüber diesen Produkten geht?

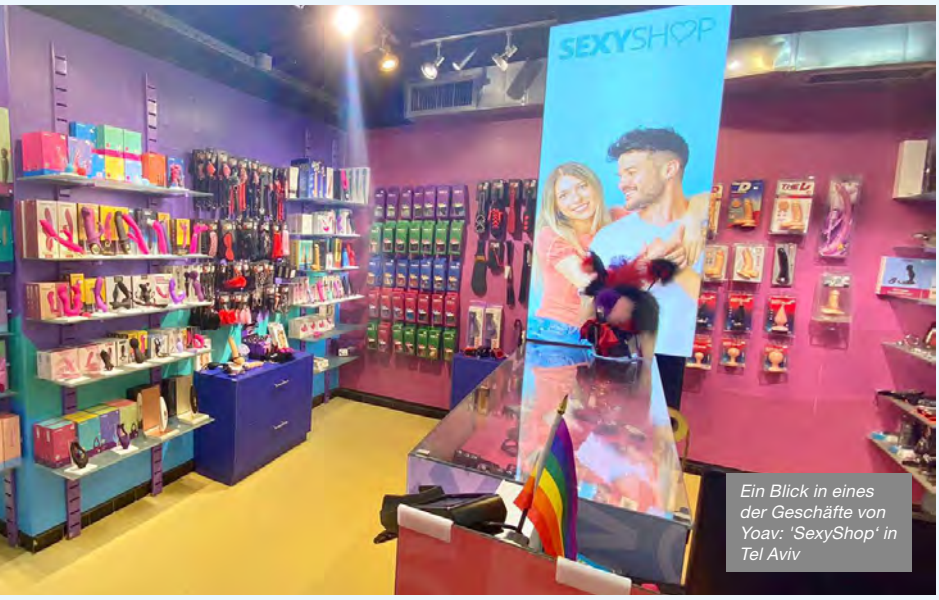
Yoav: In meinem letzten Interview mit eLine über den israelischen Markt aus dem Jahr 2013 hatte ich vorausgesagt, dass wir in naher Zukunft Produkte für sexuelles Vergnügen im Mainstreammarkt sehen werden. Damals hatte mein Unternehmen mit Gleitmitteln und Vibrationsringen bereits erste Schritte auf dem Apotheken-Markt unternommen. Die Pandemie war tatsächlich ein Katalysator, der diesen Prozess beschleunigt hat. Die größte Veränderung war die öffentliche Einstellung zu Erotikprodukten. Sexspielzeugw wurden nicht mehr als Sexspielzeug sondern als Produkte für das sexuelle Wohlempfinden und die sexuelle Gesundheit bezeichnet. Diese Produkte sind jetzt eine Kategorie der sexuellen Wellness - sie gelten als gesund und werden manchmal sogar ‚medizinisch' empfohlen.

Der E-Commerce ist der Gewinner der Pandemie, der stationäre Handel der Verlierer – so der allgemeine Tenor. Wie disruptiv hat sich Corona auf die Strukturen eures Marktes ausgewirkt? Hat Corona die Marktanteile weiter Richtung E-Commerce verschoben? Sind die Konsumenten, die sich vor der Corona-Krise in den Läden getummelt haben und dann wegen der Lockdowns in den E-Commerce gewechselt sind, für immer für den stationären Einzelhandel verloren?

Yoav: Die Auswirkungen der Pandemie auf den Einzelhandelsmarkt waren sehr dramatisch. Geschäfte, die schon vor der Pandemie kurz vor der Schließung standen, wurden an den Rand des Ruins gedrängt und mussten letztendlich schließen. Die staatlichen Hilfen reichten nicht aus, um sie über Wasser zu halten. Unternehmen, die einen negativen Cashflow und eine problematische Kreditsituation hatten, hatten keine Chance zu überleben. Der israelische Kunde wendet sich heute nun wieder dem stationären Handel zu. Er nutzt das Internet, um Preise zu vergleichen, und legt nach wie vor großen Wert auf Service, persönliche Beratung und die Möglichkeit, die Produkte vor dem Kauf anzufassen, zu fühlen und zu verstehen, wie sie funktionieren. Das Einkaufserlebnis ist sehr wichtig, vor allem wenn der Kunde sich nicht sicher ist, was er für sich oder seinen Partner kaufen möchte. Wenn der Preis aber online viel günstiger ist als im Ladengeschäft, werden die Kunden schließlich online kaufen und das Ladengeschäft als kostenlosen Showroom nutzen.

Mussten viele stationäre Geschäfte ihre Türen wegen der Pandemie für immer schließen? Und wie wird es mit diesem Geschäftsmodell in Israel weitergehen?

Yoav: Der lokale stationäre Einzelhandelsmarkt ist um etwa 20 % geschrumpft. Etliche Geschäfte mussten ihre Türen für immer schließen, andere kleine Ketten mussten die Anzahl ihrer Geschäfte



Ein Blick in eines der Geschäfte von Yoav: 'SexyShop' in Tel Aviv

reduzieren. Die stärkeren Geschäfte mit einer starken Online-Präsenz sind gewachsen. In einigen wenigen Fällen hat der Anstieg der Online-Verkäufe während der Pandemie einige Geschäfte vor der Schließung ‚gerettet'. Der Trend ist eindeutig: Ein stationäres Geschäft muss wettbewerbsfähig sein und ein einzigartiges Erlebnis bieten, um auf dem heutigen Markt erfolgreich zu sein.

Wie sieht es überhaupt mit dem Konsumklima aus? Ist es wieder auf dem Niveau von vor der Krise? Gab es vielleicht sogar so etwas wie ein Nachholbedarf?

Yoav: Der stationäre Einzelhandelsmarkt ist noch weit davon entfernt, sich von den Auswirkungen der Pandemie zu erholen, denn die Umsätze sind immer noch niedriger als früher. Doch jetzt, da das Land wieder geöffnet ist und alle Beschränkungen aufgehoben sind, sehen wir einen konstanten Anstieg der Offline-Verkäufe, während die Online-Verkäufe im Vergleich zum entsprechenden Zeitpunkt des letzten Jahres zurückgehen.

Welche Zielgruppen sind gegenwärtig im israelischen Sex Toy Markt tonangebend?

Yoav: Da Israel ein relativ kleiner Markt ist, gibt es nur sehr wenige internationale Investitionen in diesen Markt. Die großen Marken geben kein Geld für die Förderung ihrer Marken vor Ort aus und erwarten, dass die lokalen Distributoren die ganze Arbeit machen. Import Master I.L Ltd ist wahrscheinlich einer der einzigen Akteure auf dem lokalen Markt, der in die von uns exklusiv vertriebenen Marken - Satisfyer, ID Lubricants, Toy Box Toys, Naughty Toys usw. - investiert und sie fördert. Wir stellen sicher, dass jedes neue Produkt in den Medien - sowohl online als auch offline - ausführlich besprochen wird, wir haben eine sehr großzügige Giveaway-Politik und stellen sicher, dass der Kundenservice für die über unsere Kanäle verkauften Produkte tadellos ist.

Wie sehen die gegenwärtigen Trends in eurem Markt aus? Wonach verlangen die israelischen Kunden, wenn sie Sex Toys einkaufen gehen?

Yoav: Toys, die durch Druckwellen stimulieren, sind nach wie vor sehr beliebt. Die Menschen suchen auch nach neuen Möglichkeiten, ihren Partner zu stimulieren. Mir ist aufgefallen, dass jedes Mal wenn wir ein neues und innovatives Produkt eingeführt haben, der Markt sehr positiv reagiert hat. Wann immer wir Produkte importieren, die mehr oder weniger generisch sind, reagieren unsere Kunden sehr zurückhaltend.

In vielen Märkten anderer Länder wächst das Interesse der Konsumenten an nachhaltigen und umweltverträglichen Sex Toys. Wie weit sind die die Israelis diesbezüglich? Wird dieser Trend zukünftig dominierend sein oder nur einer von vielen sein?

Niveauvoller Begleiter für endlose Spielerei

2 SIZES · 3 STYLES — **INDIVIDUALITÄT**

HAUTFREUNDLICH

GERUCHS- UND GESCHMACKSNEUTRAL

PARFÜM- UND FARBSTOFFFREI

CERTIFIED MY.SIZE QUALITY — **MY.SIZE QUALITÄT**

DERMATOLOGISCH GETESTET

MY.SIZE LUBRICANTS - besonders gleitfähig & ergiebig

LUBE me - Natural

Für genussvollen Sex - perfekt auch für sinnliche Massagen.

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

LUBE me - Tingly Warming

Für ein prickelnd wärmendes und lustvolles Gefühl.

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

LUBE me - Anal

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

Wasserbasierend.

Gebinde 100ml & 250ml

So feucht wie du möchtest

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

MY.SIZE - ALL WE DO IS FOR YOUR PLEASURE

st RUBBER

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

STRUBBI.COM

Yoav: Es tut mir leid, sagen zu müssen, dass diese Themen bei den israelischen Durchschnittskunden leider nicht ganz oben auf der Prioritätenliste stehen. Die meisten Leute bevorzugen ein wiederaufladbares Produkt aus Bequemlichkeitsgründen - vor allem, weil sie dann keine Batterien austauschen müssen. Wir haben nur sehr wenige Kunden, die uns defekte Toys zum Recyceln schicken - es sei denn, sie befinden sich noch in der Garantiezeit. Andererseits ist die Materialsicherheit ein Thema, das den Kunden sehr bewusst ist. Unsere Kunden ziehen es vor, Silikonprodukte zu kaufen und verzichten definitiv auf den Kauf klebriger/geruchsintensiver Produkte.

Wie sieht es mit der viel diskutieren Markenloyalität aus? Spielen Markennamen eine Rolle bei der Einkaufsentscheidung?

Yoav: Da internationale Marken kaum in die Markenbekanntheit ihrer Produkte in unserem Heimat markt investieren, sind den meisten Menschen die verschiedenen Marken nicht bekannt – mit der Ausnahme der von uns beworbenen Marken. Das Problem ist, dass die meisten internationalen Marken Gebühren für das Branding erheben - manchmal findet man genau das gleiche Produkt ohne Branding für weniger als die Hälfte des Preises - aber wenn es um den israelischen Markt geht, werden diese Mittel häufig nicht dazu verwenden, die jeweilige Marke vor Ort bekannt zu machen.

Euer Markt ist auf Importe angewiesen. Bereiten euch die derzeitigen Probleme in den globalen Lieferketten Kopfschmerzen?

Yoav: Definitiv! Wir haben schreckliche Lieferprobleme. Wir müssen häufig Waren auf dem Luftweg transportieren, was extrem teuer ist - und natürlich am Ende kaum Gewinn zulässt - nur um unsere Regalplätze bei den großen Einzelhandelsketten zu behalten. Aber - und das ist das Positive - obwohl die Versandkosten so stark gestiegen sind, dass sie uns zu Preisanpassungen zwingen, ist der israelische Schekel während der Pandemie stärker geworden, so dass wir im Moment keine Preiserhöhung vornehmen mussten - außer wenn unsere Lieferanten ihre Preise erhöht haben.

Wie wird der israelische Erotikmarkt in fünf oder zehn Jahren aussehen? Blickst du optimistisch in die Zukunft?

Yoav: Ich denke, einfach allein ein Erotikeinzelhandelsgeschäft zu haben, wird nicht ausreichen, um das nächste Jahrzehnt zu überleben. Man muss mehr als das anbieten. Entweder man hat eine eigene Produkte oder man muss einen Weg finden, einzigartig zu sein. Kurzfristig ist die Online-Präsenz entscheidend und wird darüber entscheiden, wer überleben und wer aussterben wird. Aufgrund der beschleunigten Globalisierung werden die Gewinnspannen sinken, und diejenigen, die sich am frühesten anpassen, werden sich durchsetzen.

THE D™

BY DOC JOHNSON®

Best in Class

Available in

FIRMSKYN™ and ULTRASKYN™

Die Leute freuen sich auf ihren Besuch bei uns und das persönliche Wiedersehen genauso wie wir!

Tongas MasterClass 2022 findet am 12. und 13 Mai statt – und zwar im altbekannten Format

Melanie de Jonge, CEO Tonga BV

Zwei lange Jahre waren persönliche Kontakte zu Kunden und Geschäftspartnern gar nicht oder nur in digitaler Form und am Bildschirm möglich. Darunter hatten nicht nur internationale Messen zu leiden, sondern auch Großhändler und Distributoren mit ihren Kundenevents und Hausmessen. Kein Wunder also, dass die Freude bei Tonga BV groß ist, bekannt geben zu können, dass die MasterClass 2022 wieder im herkömmlichen Format stattfinden wird. Melanie de Jonge, Tongas Geschäftsführerin, spricht in diesem Interview über den Schritt zur Normalität und über das positive Feedback seitens der Kunden, sich im Mai endlich wieder persönlich und vor Ort mit dem Tonga Team treffen zu können.

Wie groß ist bei euch die Freude und die Erleichterung, dass eure nächste MasterClass wieder im herkömmlichen Format – sprich mit Kunden bei euch vor Ort – stattfinden wird?

Melanie de Jonge: Es ist schwierig, sich vorzustellen, wie erleichtert wir sind, dass wir die MasterClass dieses Jahr wieder im bekannten und bewährten Format durchführen können. Von Anfang an war die MasterClass eine Live-Veranstaltung, die hier in Tongas Firmensitz stattfand. Im Jahr 2020 mussten wir die Veranstaltung wegen der Corona-Pandemie ausfallen lassen. Letztes Jahr haben wir beschlossen, dass wir die MasterClass trotz Pandemie stattfinden lassen, weil es einfach zu lange her war, dass wir mit unseren Kunden zusammengekommen sind. Natürlich haben wir uns an die Begebenheiten angepasst und unser Event online durchgeführt. Also haben wir unser Büro in ein Studio verwandelt und unsere Treffen und Präsentationen über Zoom abgehalten. Obwohl die letztjährige virtuelle MasterClass ein Erfolg war, haben wir die Gelegenheiten vermisst, uns unter die Leute zu mischen, mit ihnen zu plaudern, gemeinsam zu essen, zu trinken und Spaß zu haben… also all das, was so ein Live-Event eben ausmacht. Daher freuen wir uns darauf, die Teilnehmer im Mai wieder persönlich in den Niederlanden willkommen zu heißen und ihnen ein zweitägiges Event zu bieten, auf dem sie Produktinformationen erhalten, über Geschäftliches sprechen können, mit Kollegen und Freunden zusammenkommen… und das alles in einer entspannten Atmosphäre.

Wie ist die Reaktion eurer Kunden auf diese Entscheidung ausgefallen?

Melanie: Die Leute freuen sich auf ihren Besuch bei uns und das persönliche Wiedersehen genauso wie wir! Es ist immer eine entspannte und freundschaftliche Atmosphäre mit viel Spaß und Unterhaltung. Wir bekommen jeden Tag Anrufe von begeisterten Kunden. Sie fragen, ob es schon möglich ist, sich zu registrieren. Allerdings hören wir auch, dass es einige Kunden und Lieferanten gibt, für die es aufgrund verschiedener Reisebeschränkungen immer noch schwierig ist, in die Niederlande zu reisen.

Für alle, die nicht über eure MasterClass Bescheid wissen, wie würdest du diese Veranstaltung beschreiben? Was sind die wichtigsten Säulen des Events? Warum lohnt es sich, daran teilzunehmen?

Melanie: Die MasterClass ist eine zweitägige Veranstaltung, die drei Hotelübernachtungen sowie gemeinsame Abendessen und unterhaltsame Aktivitäten am Abend umfasst. Tagsüber halten unsere Vertriebsmitarbeiter und die Vertreter unserer Lieferanten Produktpräsentationen für kleine Gruppen von Kunden in einer Art 'Speed-Dating' ab. Bei diesen halbstündigen Präsentationen zeigen, erklären und demonstrieren die Lieferanten ihre neuen Produkte. Die allgemeine Atmosphäre während der MasterClass ist informell und entspannt. Es gibt viel über Marken und Produkte zu lernen und zu erfahren – und natürlich darüber, was in Zukunft auf den Markt kommen wird.
Gleichzeitig bietet sich die Gelegenheit, Kollegen, Freunde und Geschäftspartner zu treffen und in einer ungezwungenen Umgebung Kontakte zu pflegen.

Tonga lädt zur MasterClass 2022 ein: diese findet am 12. und 13. Mai statt

In einer Pressemitteilung habt ihr angekündigt, dass die diesjährige MasterClass das gleiche Format haben wird wie eure Veranstaltungen in den Jahren vor der Pandemie. Was erwartet die Teilnehmer im Mai genau?

Melanie: Die Ankunft erfolgt am Mittwochabend (11. Mai), damit die Teilnehmer im Hotel einchecken und sich von ihrer Reise ausruhen können. Die Lieferanten haben an diesem Tag Zeit, ihren Bereich bei uns im Gebäude herzurichten. Am nächsten Tag werden die Teilnehmer von ihrem Hotel in Antwerpen – Belgien - abgeholt, um mit einem Reisebus zu uns nach Axel – Niederlande -

Neben dem Geschäftlichem wird auf der kommenden MasterClass das gemeinsame Beisammensein hohe Priorität genießen

zu fahren. Die MasterClass Sitzungen finden nach einem festgelegten Zeitplan statt, mit Pausen zum Essen, Plaudern und Trinken, und wir organisieren ein unterhaltsames Abendprogramm. Nach dem Abendprogramm werden die Teilnehmer zum Hotel zurückgebracht. Der zweite Tag verläuft nach dem gleichen Schema. Nach dem Ende der Veranstaltung können die Teilnehmer auf eigene Kosten im Hotel in Antwerpen übernachten. Die schönen historischen Städte Belgiens bieten ideale Voraussetzungen für einen unvergesslichen Städtetrip.

Kannst du schon sagen, welche eurer Lieferanten im Mai vor Ort sein werden, um mit euren Kunden über neue Marken und Produkte zu sprechen?

Melanie: Wir haben gerade erst die Registrierung für die Veranstaltung eröffnet. In der ersten Woche haben wir bereits die Bestätigung von Namen wie Blush, Evolved, Wicked Sensual Care, NS Novelties, Clandestine, Satisfyer, Penthouse, Kheper Games, Maï Attraction, Ruf, Shunga, Le Wand, b-Vibe und Cowgirl. Eine beeindruckende Liste! Und wir erwarten, dass in den kommenden Wochen viele weitere großartige Marken zu dieser Liste hinzukommen werden. Von Tonga können Teilnehmer Informationen über unser Lingerie Label Guilty Pleasure sowie über all die großartigen neuen Dream Toys Artikel erwarten. Wir erweitern die Marke Dream Toys ständig mit neuen Produkten und Kollektionen, so dass es immer etwas Neues gibt.

Abgesehen vom Geschäftlichen genießt natürlich auch das gemütliche Beisammensein hohe Priorität. Was kannst du zu eurem geplanten Unterhaltungsprogramm sagen?

NEW

Orgie

Dare Yourself.

ACQUA CROCCANTE

NEW FRAGRANCE

PASSION FRUIT

Effervescent Crunchy Massage Mousse

Ideal for Foreplay

SENSORIAL MASSAGE | EFFERVESCENT FOAM | MOISTURIZING MOUSSE | FOREPLAY

ean AWARD BEST BRANDING

ean AWARD BEST DEVELOPMENT OF SENSUAL COSMETICS

www.orgiecompany.com | facebook & instagram @orgiecompany

XBIZ EUROPA AWARDS Winner

XBIZ EUROPA AWARDS Winner

Für das Event im Mai haben bereits viele Marken und Lieferanten ihre Teilnahme zugesagt

Melanie: Eigentlich könnten wir viel über das geplante Programm sagen, was die Unterhaltung angeht. Aber das soll eine Überraschung für die Teilnehmer bleiben. Denn wenn diese Ausgabe des eLine Magazins erscheint, sind es noch vier oder fünf Wochen bis zur Veranstaltung. Was ich sagen oder verraten kann, ist, dass sich während der Veranstaltungstage niemand zu langweilen braucht.

Die Vorfreude, sich wieder persönlich zu treffen, ist groß, ganz egal über welche Events und Messen man spricht. Waren die digitalen Veranstaltungen der letzten beiden Jahre also tatsächlich nur eine Notlösung?

Melanie: Das kommt darauf an. Die virtuelle MasterClass im letzten Jahr war in der Tat eine taktische Lösung für eine Situation, amit der wir nie zuvor gerechnet hatten. Gleichzeitig haben wir mit neuen Kommunikationsmitteln experimentiert und konnten trotzdem Leute treffen. Das Event ist gut gelaufen, es war sehr informativ und wir haben trotzdem ab und zu gelacht. Aber es fehlte der Mehrwert an Atmosphäre und den vielen Möglichkeiten, die eine Live-Veranstaltung bietet - für die Kunden, für unsere Lieferanten und auch für unser Team hier bei Tonga. Nun kehren wir zurück zum gewohnten Stil. Aber wir sind immer auf der Suche nach anderen Wegen, um mit unseren Kunden zu kommunizieren und das ganze Jahr über in Kontakt zu bleiben.

SCALA

NEW

le WAND

WWW.SCALA-NL.COM

SCALA

Ich habe mein Bestes getan, um mich so schnell wie möglich an diese neue Welt anzupassen.

Paolo Davide Griffo zieht eine Bilanz seiner ersten Monate bei MaleEdge & Jes-Extender

Paolo Davide Griffo, MaleEdge & Jes-Extender B2B Key Account Manager

Seit Sommer 2021 ist Paolo Davide Griffo als B2B Key Account Manager für die Marken MaleEdge & Jes-Extender aktiv. Über seine ersten Schritte in einem neuen Umfeld sowie seine ersten Erfolge, wie zum Beispiel die Erschließung neuer Märkte wie Indien und Israel, spricht er in einem Interview. Natürlich gibt er auch Auskunft darüber, welche Pläne er dieses Jahr verfolgen wird.

Paolo, du hast im Sommer 2021 die Position des Key Account Managers bei MaleEdge & Jes-Extender übernommen. Wie waren die ersten Monate für dich?

Paolo Davide Griffo: Großartig, bis jetzt! Ich hatte einige sehr intensive Monate und ich genieße meinen neuen Job wirklich. Wir haben ein tolles Team und das Arbeitsumfeld ist großartig.

Wie schnell hast du dich in die Welt des Penis Enlargements eingewöhnt?

Paolo: Ich habe mein Bestes getan, um mich so schnell wie möglich an diese neue Welt anzupassen. Sagen wir es mal so, das Spielfeld ist das gleiche wie im Sex Toy Markt, aber wir spielen ein anderes Spiel. Bei unseren Produkten handelt es sich um patentierte medizinische Geräte, die für eine dauerhafte Penisvergrößerung mittels Zugkraft entwickelt wurden und wir sprechen nicht über sexuelles Vergnügen, sondern über Selbstoptimierung.

Was macht für dich den Reiz aus, mit diesem Thema zu arbeiten?

Paolo: Wir helfen Menschen, sich selbst zu verbessern, besseren Sex zu haben, eine bessere Beziehung zu ihrem eigenen Körper und zu anderen zu haben. Daher sehe ich meine Aufgabe darin, Sex-Positivität und sexuelles Wohlbefinden zu

fördern und das Selbstvertrauen aller Penisbesitzer zu stärken.

Wie wichtig ist es für dich, etablierte und namhafte Marken und Produkte zu repräsentieren, deren Wirkung wissenschaftlich belegt sind?

Paolo: Das ist von großer Bedeutung. Das erste, was ich sage, wenn ich einem neuen Kunden unsere Marken vorstelle, ist, dass es sich bei unseren Produkten um CE/FDA-zertifizierte, patentierte Medizinprodukte handelt, die mit Liebe in Dänemark entwickelt und hergestellt werden, wobei die höchsten Qualitäts- und Sicherheitsstandards eingehalten werden. Wir können auf über 25 Jahre nachweisliche Verkaufserfolge zurückblicken, haben weltweit über 1 Million Einheiten verkauft und werden durch mehrere medizinische Studien Dritter gestützt. Eine Garantie für Spitzenqualität, wie es Gucci für den Mokassins ist.

Hat die Pandemie dich stark bei deinen Aktivitäten eingeschränkt? Bekanntlich wurden viele Messen abgesagt, persönliche Treffen waren schwierig, das Reisen kompliziert …

Paolo: Ich hatte die Gelegenheit, persönlich an der EroExpo in Moskau teilzunehmen - zusammen mit unseren Partnern von Kazanova - die ein großer Erfolg war, an der SX Tech in Wroclaw, wo ich einen Vortrag über die Vorteile unserer Methode zur dauerhaften Penisvergrößerung hielt und an der XBIZ/ANME (virtuell), die wirklich erfolgreich war. Glücklicherweise hat Covid unsere Aktivitäten also nicht so sehr beeinträchtigt.

Wo wir gerade bei der Pandemie sind: das Interesse an Sex Toys und die Nachfrage danach sind während der Pandemie - und vor allem während der Lockdowns – stark angestiegen. Konntet ihr eine ähnliche Entwicklung beim Thema Penis Enlargement feststellen?

Paolo: Ja, absolut! Wer mehr Zeit zu Hause verbringt, kann leichter trainieren. Zudem sahen wir einen Anstieg der Nachfrage nach unseren Produkten auch in Bezug auf die Behandlung von erektiler Dysfunktion, die anscheinend eine schleichende Nebenwirkung von Covid sein kann. Glücklicherweise sind unsere Geräte auch sehr effektiv, wenn es darum geht, die Blutzirkulation im Penisschaft zu verbessern und die Erektion deutlich zu verstärken.

Was sind die größten Missverständnisse wenn es um das Thema Penis Enlargement geht?

Wie groß ist deiner Meinung nach der Aufklärungsbedarf überhaupt noch?

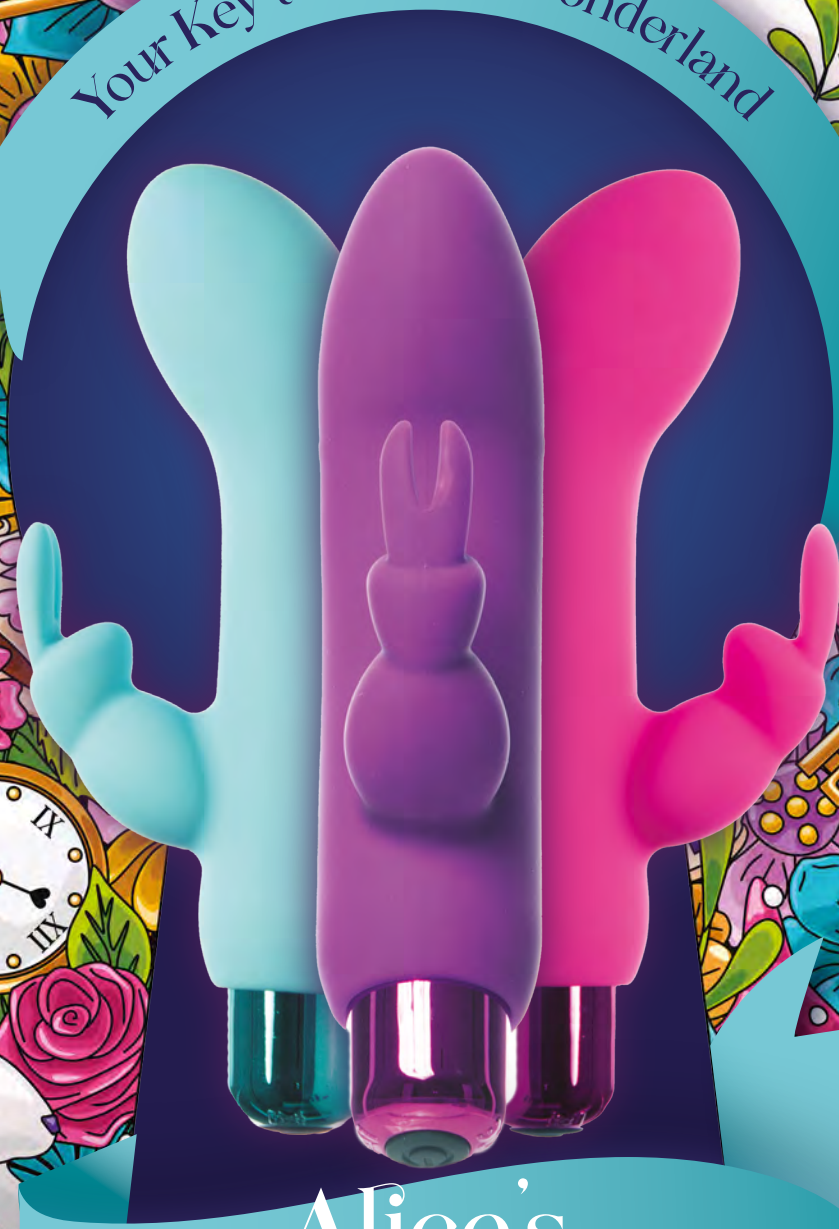
Paolo: Es gibt eine große Wissenslücke, wenn es um Penisvergrößerung geht. Meine Mission ist es auch, über alle Vorteile unserer Methode aufzuklären, die zu 100 % sicher und natürlich ist und keine Nebenwirkungen hat - wenn sie richtig durchgeführt wird. Der größte Irrglaube ist sicherlich die Vorstellung, dass eine Penisvergrößerung mittels Zugkraft nicht wirksam oder sogar gefährlich sein könnte, aber wir arbeiten derzeit sehr daran, diese Vorstellung auszumerzen. Wir haben viele zuverlässige medizinische Studien, wie die vom British Journal of Urology veröffentlichte, und über eine Million zufriedene Kunden, die das bezeugen können. Der durch Zugkraft angetriebene Zellteilungsprozess wird seit Jahrzehnten in der Medizin und seit Anbeginn der Zivilisation von den Menschen zur Verlängerung verschiedener Körperteile genutzt.

Wie unterstützt ihr eure Kunden aus dem Handel, wenn es darum geht, die Aufmerksamkeit für dieses Thema bei Konsumenten zu wecken? Wie wollt ihr euren Kundenservice und die Unterstützung für den POS dieses Jahr angehen?

Paolo: Die Aufklärung zu diesem Thema ist von größter Bedeutung, daher stellen wir unseren Handelspartnern alle Marketingressourcen zur Verfügung, die sie benötigen, um das Thema der dauerhaften Penisverlängerung mittels Zugkraft zu verbreiten, wie z. B. alle unsere Marketing- und Schulungsvideos, E-Books, Links zu allen medizinischen Studien und Daten. Ich stehe auch für die Durchführung von Online-Schulungen zur Verfügung.

Als du im Sommer 2021 bei MaleEdge & Jes-Extender begonnen hast, sagtest du in einem Interview gegenüber EAN, dass du noch

Your Key to Unlock Wonderland



Alice's Bunny

10 Functions | Silicone

BMS FACTORY
www.BMSFACTORY.com

Powered by:
PowerBullet®

viele Wachstumschancen für eure Marken siehst. Erwähnt hattest du vor allem den asiatischen Markt. Konntest du hier bereits Erfiolge erzielen?

Paolo: Vor kurzem haben wir den indischen Markt durch eine erfolgreiche Partnerschaft mit IMBesharam erschlossen und wir sind mit unserem Partner Sexlifeshop in den israelischen Markt eingetreten. Unser Ziel ist es nun, in China, Japan und Südostasien weiter zu wachsen. Wir haben bereits einige sehr gute Partner in diesen Regionen, mit denen wir zusammenarbeiten, um unsere Präsenz auf diesen Märkten zu verstärken.

Wenn du die Märkte, in denen du mit euren Produkten unterwegs bist, vergleichst, was fällt dir auf? Ist der Wunsch der Männer nach einem größeren Penis überall gleich stark ausgeprägt?

Paolo: Definitiv nicht. Kulturelle Unterschiede spielen bei solchen Themen eine große Rolle. In der westlichen Welt akzeptieren wir zum Beispiel die Idee, ein Gerät zur Penisvergrößerung zu benutzen: wir wollen unseren Penis wachsen lassen, so wie wir es mit unseren Muskeln machen, wenn wir ins Fitnessstudio gehen. In der östlichen Welt wird diese Idee nicht so leicht akzeptiert, daher müssen wir daran arbeiten, die kulturellen Barrieren zwischen unseren Welten auszugleichen. Das ist es sicherlich wert, denn es geht um die Themen sexuelle Positivität, sexuelle Freiheit und Selbstwertgefühl. Deshalb haben wir kürzlich das Konzept des ‚Penis-Yoga' eingeführt: Stretching für den Penis.

Ein weiteres Thema, von dem du im Sommer 2021 gesprochen hast, war die Stärkung der Markenbekanntheit. Wie bist du diesbezüglich in den letzten Monaten vorgegangen?

Paolo: Das geht gut voran. Wie bereits erwähnt, hatten wir in den letzten Monaten die Gelegenheit, an einigen B2B-Messen teilzunehmen und unsere Marken bei vielen neuen Kunden in verschiedenen Märkten bekannt zu machen. Wir arbeiten auch an mehreren B2C-Marketinginitiativen, um den Bekanntheitsgrad der Marke auch bei den Endkunden zu erhöhen.

Wie sehen deine Pläne für dieses Jahr aus? Was wird der Markt in den nächsten Monaten von MaleEdge & Jes-Extender hören?

Paolo: Wir haben viele spannende neue Projekte in Planung. Eine neue Verpackung für unsere Jes-Extender Serie ist auf dem Weg, wir entwickeln die Konzepte für einige brandneue Produkte, arbeiten an einer limitierten Auflage von MaleEdge zusammen mit einem neuen Testimonial und arbeiten mit Influencern zusammen, um unsere Produkte in einigen Zielmärkten zu bewerben. Aber mehr kann ich an dieser Stelle nicht verraten. Wie auch immer, es gibt ein großes Potenzial für Wachstum!

Noir

HANDMADE®

ORION WHOLESALE

ENTDECKEN SIE DIE **NEUEN DESSOUS**

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2202-087

Interaktivität und VR werden in nächster Zeit die wichtigsten Themen sein

Kiiroos Sales Director Frank Kok über Entwicklungen in der Sex Tech

Frank Kok, Sales Director Kiiroo

Was Sex Tech angeht, so stehen die Räder in Bezug auf Fortschritt und Fortentwicklung niemals still. Wie aber hat sich die Corona-Pandemie auf diese Produktkategorie ausgewirkt? Hat sie ähnlich wie im Markt für herkömmlichen Sex Toys für gestiegene Nachfrage gesorgt? Und welche Trends haben sich in dieser Zeit ausgeprägt? Frank Kok, Sales Director Kiiroo, stellt sich diesen Fragen in einem Interview.

Die Pandemie hat für viele Veränderungen im Markt für Sex Toys gesorgt. Vor allem die Nachfrage ist stark gewachsen. Gilt das auch für den Sex Tech Bereich?

Frank Kok: Ja, das trifft definitiv auch auf den Sex Tech Sektor zu! Für viele Menschen war die Pandemie das erste Mal, dass sie allein waren, getrennt von ihren Lieben, Partnern und Freunden. Das Liebesleben wurde auf Eis gelegt und die Menschen begannen, alte, aber vertraute Kommunikationsmittel zu nutzen, um miteinander in Kontakt zu treten. Sexting, Telefonsex, Skype-Sex und dann kam die nächste Stufe, der interaktive Sex mit Bluetooth-fähigen Sex Toys. Die Nachfrage ist definitiv gestiegen.

Welche Entwicklungen hat die Pandemie in der Sex Tech besonders nach vorne gebracht?

Frank: Verbesserte Konnektivität über große Entfernungen. Die Menschen sind bereit, mit verschiedenen Produkten zu experimentieren. Einer der größten Booms, den wir erlebt haben, ist die Suche nach anonymen Kontakten aus der ganzen Welt über unsere interaktiven Produkte auf Plattformen wie Reddit und Discord.

Hat sich die Pandemie auch in euren Neuheiten, die ihr in den letzten beiden Jahren auf den Markt gebracht hat, widergespiegelt?

Frank: Nicht wirklich. Unser Produktentwicklungszyklus kann Jahre dauern. Einige der Produkte, die wir während der Pandemie auf den Markt brachten, standen bereits Jahre zuvor auf unserer Agenda.

Wo steht Sex Tech zu Beginn des Jahres 2022? Kritiker sagen, dass der große Durchbruch immer noch auf sich warten lässt… andererseits sagt die Mediaplattform FemTech Live voraus, dass die Sex Tech Industrie 2024 voraussichtlich einen Wert von 122 Milliarden US-Dollar haben wird.

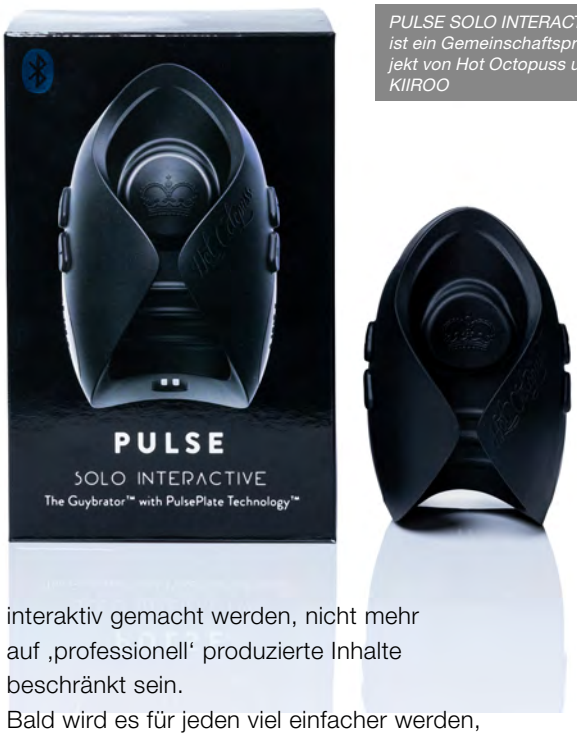
Frank: Langsam aber sicher wird es normaler werden, dass Menschen Sex Toys benutzen. Damit meine ich vor allem Männer. Die Menschen sind offener dafür, zu erfahren, wie es ist, ihr ganz eigenes Vergnügen zu genießen.

Ist Sex Tech heute überhaupt noch eine für sich eigenständige Kategorie? Immer mehr ‚herkömmliche' Sex Toys nutzen moderne Technologien, während es Produkte gibt, die völlig ohne Technologie auskommen, sich aber durchaus als Sex Tech bezeichnen…

Frank: Sex Tech sollte Technologie sein, die in den Sex einbezogen wird. Ein Sex Toy, das keine Technologie enthält, sollte nicht wirklich als Sex Tech bezeichnet werden. Es hat heute den Anschein, dass Sex Tech ein neues Trendwort geworden ist. Viele Leute möchten auf diesen Trend aufspringen, obwohl sie keine Produkte mit Technologie oder technologischen Features verkaufen. Zurzeit ist das Hinzufügen von Bluetooth zu Sex Toys noch recht teuer, aber in ein paar Jahren werden wir sehen, dass andere Marken, die keine Technologie oder Bluetooth in ihren Produkten haben, auf Bluetooth setzen werden, um interaktiv zu werden, denn der Preis von Bluetooth wird unweigerlich sinken. Dies ist der Fall bei vielen anderen technologischen Fortschritten, die wir im Laufe der Jahre gesehen haben - Wi-Fi, VR und mehr.

Welche Entwicklungen werden Sex Tech dieses Jahr bestimmen? Werden Virtual Reality und Interaktivität weiter die bestimmenden Themen sein?

Frank: Ja, Interaktivität und VR werden in nächster Zeit die wichtigsten Themen sein, insbesondere im Marktsegment für Männer. Während interaktive Premium-Inhalte bisher ein Nischendasein fristeten, sehen wir, dass sich die Hersteller von Content nun in eine Richtung bewegen, in der die Erstellung interaktiver Inhalte immer mehr zum Standard wird. Vor allem wird die Art der Inhalte, die



PULSE SOLO INTERACTIVE ist ein Gemeinschaftsprojekt von Hot Octopuss und KIIROO

interaktiv gemacht werden, nicht mehr auf ‚professionell' produzierte Inhalte beschränkt sein.
Bald wird es für jeden viel einfacher werden, interaktive Inhalte zu erstellen. Angetrieben durch die neuesten Entwicklungen im Bereich der Computer Vision und des maschinellen Lernens glauben wir, dass die rasche Ausbreitung von Inhalten, die interaktiv erlebt werden können, einen großen Schritt in Richtung der Akzeptanz von Sex Tech für ein größeres Publikum darstellen wird. Da es für jeden einfacher wird, interaktive Inhalte zu erstellen/aufzuzeichnen, glauben wir, dass Sex Tech für Menschen in Fernbeziehungen noch zugänglicher werden wird. Wenn man einen Partner am anderen Ende der Welt hat, wird es aufgrund der Zeitverschiebung schwierig sein, zum richtigen Zeitpunkt miteinander in Kontakt zu treten. Wenn man den Nutzern eine sichere Möglichkeit bietet, persönliche interaktive Erlebnisse zu einem Zeitpunkt zu genießen, an dem sie am meisten Lust dazu haben, wird dies neue Möglichkeiten eröffnen und eine noch interessantere Art der Verbindung schaffen. Wir beobachten genau, wie sich VR und das Metaverse entwickeln und wie es für die breite Öffentlichkeit zugänglich wird. Es wird interessant sein zu sehen, welche Maßnahmen einige der größeren Unternehmen in Bezug auf Sex Tech ergreifen werden. Da dies ein so großer Teil des (Online-)Lebens ist, erwarten wir, dass VR-Tools für Anwendungen in unserer Branche immer zugänglicher werden.

Als ihr Ende 2021 KEON by Kiiroo veröffentlicht habt, wurde das Produkt als ‚new standard in interactive pleasure' angekündigt. Wie schwierig ist es, in einem sich technologisch rasant verändernden Markt immer an der Spitze der Entwicklung zu bleiben?

Frank: Wir haben schon früh antizipiert, dass wir Produkte als Plattform herausbringen müssen. Das bedeutet, dass man verschiedene Aufsätze, verschiedene Produkte und verschiedene technologische Upgrades an einer ‚Produktplattform' anbringen kann. Unsere Vision für Keon ist es, die Technologie - Keon - als Ausgangspunkt für andere Produkte beizubehalten. Wir werden immer wieder neue Wege für unsere Kunden finden, sie zu nutzen. Die Plattform und die Aufrüstbarkeit unserer Produkte ist etwas, das unsere Kunden immer wieder aufs Neue anzieht. Neue Stroker für Keon oder auch Zubehör wie das Nackenband, die Handschlaufe, das Kissen und mehr. Jedes Mal, wenn ein neues Produkt entwickelt wird, wird es mit Keon kompatibel sein.
Es ist jedoch ziemlich schwierig, in unserer Branche an der Spitze zu bleiben, da wir eine Vielzahl von Konkurrenten haben, die unsere Premium-Technologie mit billigeren Technologien unterbieten, die nicht die gleichen oder bessere Leistungen bieten, aber aufgrund ihres Preises einen größeren Markt ansprechen. Es ist also eine Herausforderung, ein Gleichgewicht zwischen Innovation und Kosteneffizienz durch Innovation zu erreichen.

Ihr seid Ende 2021 mit Hot Octopuss eine Kooperation eingegangen, um gemeinsam den

SVAKOM

EXPLORE YOUR LIMITS

Robin

SURREAL SENSATION

SVAKOM0171

SVAKOM

EXPLORE YOUR LIMITS

Tulip

POWERFUL BULLET VIBRATOR

SVAKOM0170

SVAKOM0169

SIGN AWARD WINNER

DEBRANET DISTRIBUTION

www.debranet.com, sales@debranet.com, office@debranet.com
Phone: +36 20 538 50 08, Open: Monday to Friday 07:00 - 17:00 (CET)

BEST DISTRIBUTOR CENTRAL AND EASTERN EUROPE

PULSE SOLO INTERACTIVE auf den Markt zu bringen. Ist vorstellbar, dass es im Markt zu ähnlichen Kooperationen aus Sex Toy Herstellern auf der einen und Sex Tech Unternehmen auf der anderen Seite kommt?

Frank: Es ist durchaus möglich, dass diese Art von Partnerschaften mit Sex Toy Herstellern zunehmen wird. Unternehmen wie Hot Octopuss haben einige der besten Produkte auf dem Markt, die durch Forschung und begeisterte Kundenrezensionen gestützt werden. Anstatt ein konkurrierendes Produkt mit unserer Interaktivität zu entwickeln, macht es Sinn, mit den führenden Herstellern von Sex Toys zusammenzuarbeiten, denn sie sind die Experten auf ihrem Gebiet. Die Einbindung unserer Technologie in diese bereits erfolgreichen Produkte bietet ihren Nutzern eine neue Möglichkeit, ihre Produkte neu zu erleben.

Wie sehen Kiitoos Pläne für dieses Jahr aus? Kannst du uns einen kleinen Vorgeschmack auf das geben, was ihr dieses Jahr veröffentlichen wollt?

Frank: Wir haben eine lange Liste interaktiver Produkte, nicht-interaktiver Produkte und einige Upgrades für unsere Software (Apps und Online-Plattformen) in Planung, so dass es noch viel zu tun gibt.

„SEX TECH SOLLTE TECHNOLOGIE SEIN, DIE IN DEN SEX EINBEZOGEN WIRD. EIN SEX TOY, DAS KEINE TECHNOLOGIE ENTHÄLT, SOLLTE NICHT WIRKLICH ALS SEX TECH BEZEICHNET WERDEN."

FRANK KOK

HOT

London - Miami - Tokyo

MORINGA POWDER

MORINGA wird traditionell verwendet, um die **sexuelle Ausdauer und Lust zu steigern** und um sexuelle Störungen bei Männern zu behandeln.

In der Siddha-Medizin wird Moringa als sexuelles Potenzmittel verwendet, um Erektionsstörungen bei Männern und auch die Verlängerung der sexuellen Aktivität bei Frauen zu behandeln.

Moringa women
Art.No. **44063**

Moringa men
Art.No. **44062**

SEX POWER

LIVE VITALITY

for active women & men

world-of-hot.com

Nahrungsergänzungsmittel mit L-Arginin

PREMIUM MORINGA

Energie Kapseln vom Moringa Baum unterstützen
Ihr **Immunsystem** und bringen **POWER** in Ihr (Sex) Leben.

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

Tracy's Dog®

Tracy's Dog is an innovative and modern adult toy company.
At our company, we strive to deliver products to enhance the user's sex life, in the meantime raising and educating the individuals on their sexual wellbeing.
We dedicate our time and research to providing an enjoyable experience to all that purchase our product.
Our commitment and our main concern are to construct a foundation for our users to start enjoying their sex life a little more.
At Tracy's Dog, we set the basic steps and guide users into the vast community and excitement of the adult toy world.

With our new and innovative designs on our 3 very successful products, we were able to implement the most groundbreaking innovation yet.
With our product introducing the new and improved clitoral stimulation, we have narrowed our competition in the industry.
Our design focused primarily on realistic tongue-like sensations, compared to the stiff and rigid designs in the industry.
With our product-focused on clitoral stimulation, we have manufactured the path to a new trend and a new desire for users.

Miss Kitty
~~29.99$~~ 26.99$

www.tracysdog.com
www.tracysdog.eu

With a new dynamic to produce a more sensual
and pleasurable auto-eroticism for women.
The realistic tongue-like stimulation brings an
all-new meaning to masturbation.
Erasing the need for stimulation through standardized rod-like dildos,
and bringing a new pocket-sized suction stimulation to the mix.
Breaking the old, and bringing the new is what Tracy′ s Dog strives to do,
and has succeeded in doing for this surprising new trend.

Produces enhanced suction stimulation to the clitoris
Constructed with body-safe materials
Waterproof
Adorable and fun demeanor for all 2 products
Guarantees high and intense satisfaction
Easy to use and easy to clean
Consists of well-documented research to bring the
most desirable treats out of a sex toy

Mr. Duckie
~~36.99$~~ 26.99$

DucKing
34.99$

www.tracysdog.com
www.tracysdog.eu

Wir haben festgestellt, dass die Leute durstig nach Konsum sind – vor allem im stationären Handel

Pedro Correia über die aktuelle Lage im Sex Toy Markt Portugals

Pedro Correia, Geschäftsführer & Senior Partner von Refixe

Nach rund zwei Jahren Corona-Krise kehrt langsam in vielen Ländern Europas wieder Normalität ein, so auch in Portugal. Um einen Überblick über die Situation des dortigen Sex Toy Markts zu gewinnen, hat eLine mit Pedro Correia, Geschäftsführer & Senior Partner des portugiesischen Unternehmens Refixe, das sowohl im E-Commerce als auch im stationären Handel aktiv ist, gesprochen.

Wie sieht es heute – Stand Anfang März – in Portugal bezüglich der Corona-Maßnahmen aus? Ist das Land wieder zurück in der 'Normalität'?

Pedro Correia: Wir sind fast zurück in der 'Normalität', die meisten Einschränkungen wegen Corona sind aufgehoben worden. Lasst uns hoffen, dass das so positiv weitergeht.

Wie wirkt sich all das auf das Konsumklima aus? Sind die Konsumenten gewillt, Geld auszugeben? Und wenn ja, wo geben sie es aus – im stationären Handel oder online?

Pedro: Wir haben festgestellt, dass die Leute durstig nach Konsum sind – vor allem im stationären Handel.

Nun also ist die Post-Corona Phase angebrochen und keiner weiß so recht, wo wir stehen. Es ist viel darüber geredet worden, dass nach Corona für die Sex Toy Industrie

ein 'goldenes Zeitalter' anbrechen wird, weil die Pandemie die Türen für unzählige Neueinsteiger geöffnet habe, die nun in unserem Markt unterwegs sind. Siehst du das für dein Land ähnlich optimistisch?

Pedro: Es ist richtig, dass wir viele neue Kunden durch die Lockdowns bekommen haben, aber ich weiß nicht, wie hoch der Prozentsatz der Neueinsteiger ist, die zu Stammkunden in unserem Markt werden. Ich hoffe natürlich, dass es möglichst viele sind.

Haben Faktoren wie die steigende Inflation, die steigenden Lebenshaltungskosten, internationale Krisen etc. das Zeug dazu, den portugiesischen Konsumenten die Kauflaune zu verderben?

Pedro: Ohne Zweifel. Das Gehaltsgefüge in Portugal ist das niedrigste in Europa, so dass jede Veränderung oder auch jede Spekulation in den Märkten für Verunsicherung sorgt, was nach sich zieht, dass das Konsumklima schlechter wird.

Durch die Pandemie hat sich der Sex Toy Markt sehr schnell Richtung Mainstream bewegt. Wie akzeptiert sind Sex Toys in Portugal im Frühjahr 2022? War Corona wirklich so ein gravierender Wendepunkt dafür, die Wahrnehmung gegenüber Sex Toys zu verändern?

Pedro: Die Portugiesen sind immer noch nicht so offen diesen Produkten gegenüber wie zum Beispiel die Spanier. Ich denke aber, dass Corona und die vielen Influencer, die offen über Sex Toys berichten, zu einem Wendepunkt führen. Ab dem

Moment, in dem Einzelhändler aus dem Mainstream sich überwinden, Sex Toys zu verkaufen, werden die Menschen beginnen, darüber nachzudenken, dass die Nutzung dieser Produkte ganz normal ist. Aber für viele stellen Sex Toys noch immer ein Tabu dar.

Wie sehen die gegenwärtigen Trends in eurem Markt aus? Wonach verlangen die portugiesischen Kunden, wenn sie Sex Toys einkaufen gehen?

Pedro: Die Marke Satisfyer hat einen tollen Job gemacht, auf sich aufmerksam zu machen. Ihre Produkte bleiben Bestseller, vor allem der Satisfyer PRO+. Auch Produkte, die mit einer Fernbedienung ausgeliefert werden, werden stark nachgefragt.

Hat sich deine Kundschaft im Laufe der letzten Jahre verändert? Haben sich ihre Interessen, Wünsche und Bedürfnisse verändert?

Pedro: Es zeichnet sich ab, dass wir jüngere Kunden haben, vor allem Frauen. In der Vergangenheit war es oft der Mann, der Toys für seine Partnerin gekauft hat, jetzt sind es die Frauen, die nach Sex Toys fragen.

Du bist sowohl im E-Commerce als auch im stationären Handel zuhause. Wie viele deiner Kunden aus deinen stationären Geschäften haben sich wegen der Pandemie für immer in den E-Commerce verabschiedet?

Pedro: Ich denke, dass Kunden aus dem stationären Handel weiterhin in die Läden kommen. Sie sind halt andere Kunden, sie wollen persönlichen Service, sie wollen Beratung… und auch wenn sie wegen Corona gezwungen waren, online einzukaufen, werden sie weiterhin in die Geschäfte kommen.

Vor diesem Hintergrund muß die Frage gestellt werden, wie der stationäre Sex Toy Einzelhandel sich in einem konstant verändernden Marktumfeld in den nächsten Jahren bewähren kann?

Pedro: Sie müssen auch ihre Präsenz im Internet ausbauen – da gibt es kein Vertun. Der Online-Markt wächst und wächst und die Zahl der Konsumenten, die nur online kaufen, wird bestimmt nicht kleiner. Der stationäre Handel muß sich auf den Kundenservice und das Einkaufserlebnis fokussieren und darüber hinaus eine Omnichannel-Strategie entwickeln.

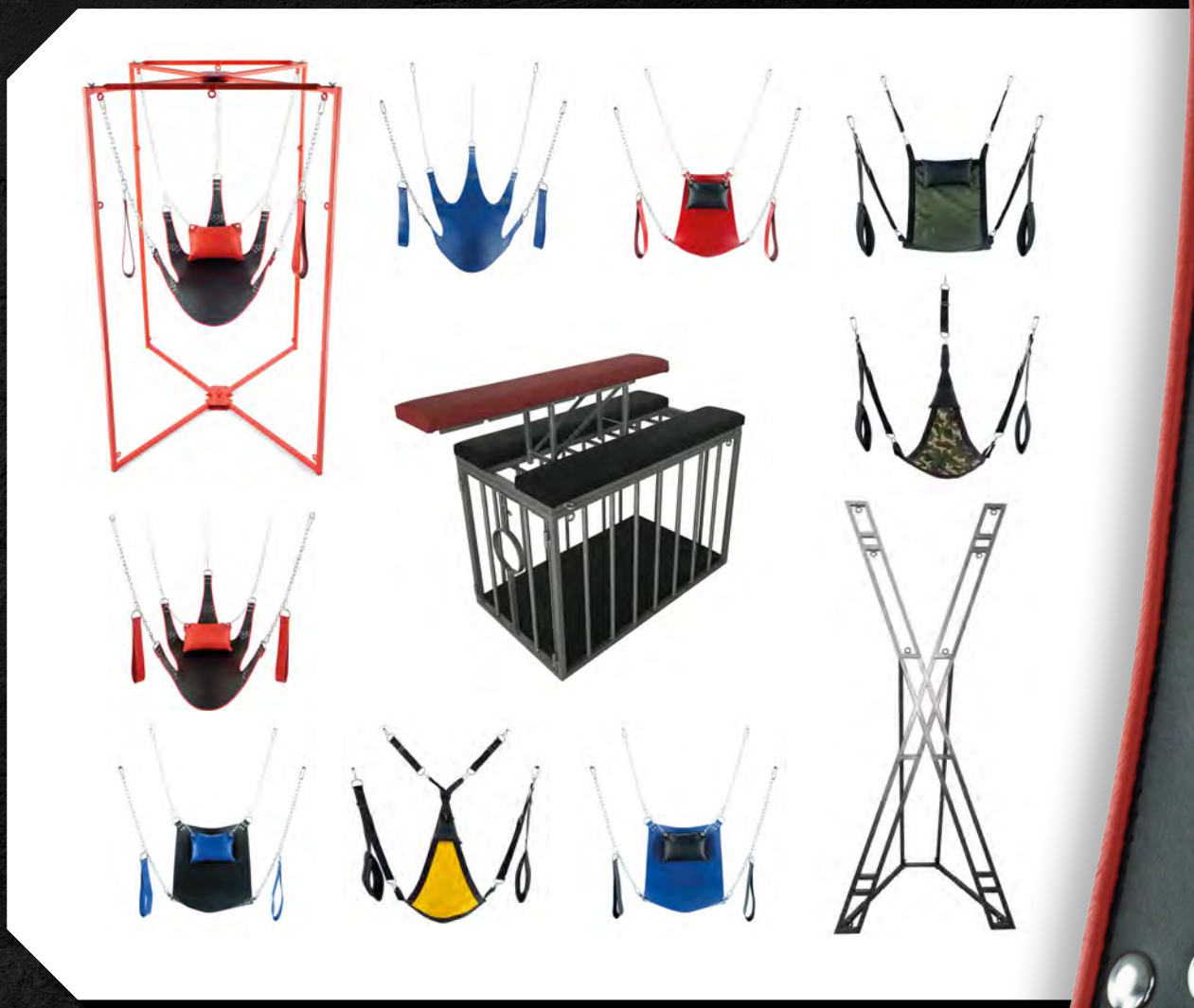
Wie wird der portugiesische Erotikmarkt in fünf oder zehn Jahren aussehen? Blickst du optimistisch in die Zukunft? Welche Verkaufskanäle werden dann bestimmend sein?

Pedro: Das ist sehr schwer vorauszusagen. Ich bin sicher, dass der Markt wachsen und der E-Commerce dominieren wird, aber ich fürchte mich davor, welche Player den Markt bestimmen werden. Die Marketplaces werden immer stärker und stärker… und auch große Ladenketten aus dem Mainstream beginnen damit, Sex Toys zu verkaufen. Das heißt nicht, dass ich nicht glaube, dass es keinen Platz mehr für den Erotikeinzelhandel geben wird, vor allem dann, wenn er ein gut ausgesuchtes und vielfältiges Sortiment hat.

Mr Sling

DISCOVER ALL THE MRSLING UNIVERSE

ON SHOTS.NL



SHOTS

MADE IN EUROPE

Unsere Sex Toys sind derzeit die einzigen, die mit dem Vegan Trademark zertifiziert sind.

Vibio beweist Pioniergeist

Vom ersten Tag stand für Alma Ramírez Acosta und Patricia Cervantes Santana fest, dass die Produkte ihrer Marke Vibio (www.vibiostore.com) vegan sein sollen. Das ist nun durch die Vegan Society bestätigt worden, so dass die Vibio Vibratoren und Gleitgele das Vegan Trademark tragen dürfen. Über die Beweggründe für diesen Schritt und den langwierigen Prozess der Zertifizierung informiert Vibio Mitgründerin Alma Ramírez Acosta in einem Interview.

Die Vibio Gründer: Alma Ramirez Acosta und Patricia Cervantes Santana

Herzlichen Glückwunsch zur Zertifizierung mit dem Vegan Trademark der Vegan Society. Was bedeutet dieser Schritt für euch als Unternehmen?

Alma Ramírez Acosta: Unsere Sex Toys sind derzeit die einzigen, die mit dem Vegan Trademark zertifiziert sind, und unsere Gleitmittel gehören zu den zwölf bisher registrierten Gleitmitteln. Wir sind stolz darauf, Pioniere des Wandels in unserem Bereich zu sein, mit dem Ziel, mehr Marken dazu zu bewegen, ihre Herstellungsprozesse für Produkte f ür das sexuelle Wohlempfinden zu überdenken.

Wann ist euch die Idee bekommen, eure Produkte mit dem Vegan Trademark zertifizieren zu lassen und warum war euch dieses Anliegen so wichtig?

Die Produkte von Vibio sind die weltweit ersten Sex Toys, die das Vegan Trademark tragen dürfen

Alma: Als wir Vibio gründeten, gehörte es zu unseren Grundwerten, unser Sortiment komplett vegan zu halten. Als wir also unsere erste Produktionsserie fertiggestellt hatten, kontaktierten wir sofort die Vegan Society zu kontaktieren, um den Zertifizierungsprozess zu starten.

Patricia Cervantes Santana: Wir glauben fest an die Macht der Technik, wenn es darum geht, die Welt zu verändern und positiv zu beeinflussen. Genau das wollten wir auf den Bereich der Sexual Wellness anwenden. Unser Ziel war es schon immer, eine Marke zu schaffen, die für Inklusion steht und die nicht nur Werkzeuge zur Erforschung der eigenen Sexualität herstellt, sondern ebenso für Informationen und Botschaften steht, die die Menschen auf ihrer sexuellen Reise begleiten. Da ich selbst Veganer bin, war es mir wichtig, dass unsere Produkte auch für die vegane Community zugänglich sind.

Ist es richtig, dass eure Produkte weltweit die ersten Sex Toys sind, die das Vegan Trademark tragen dürfen?

Alma: Ja, das ist richtig und sowohl die Vegan Society als auch wir sind sehr stolz auf diese Pionierleistung.

Vegane Sex Toys – das mag für den einen oder anderen merkwürdig klingen, weil es sich um elektronische Produkte handelt. Wo kommen hier tierische Produkte zum Einsatz?

Alma: Viele Gleitmittel, Sex Toys und sogar Kondome können tierische Derivate enthalten, wie bestimmte Enzyme, Tierhaut, Bienenwachs etc., oder sie wurden an Tieren getestet. Indem wir alle unsere Produkte frei von tierischen Inhaltsstoffen und Tierversuchen formuliert und hergestellt

Die Vibio Gleitgele sind ebenfalls von der Vegan Society zertifiziert worden

haben, beweisen wir, dass der Wandel möglich ist und ermutigen andere Marken, bei der Gestaltung ihres Sortiments einen ethischeren Weg einzuschlagen.

Auch eure beiden Gleitgele sind zertifiziert und dürfen das Vegan Trademark tragen. Wo lauern bei Gleitgelen die Gefahren, wenn wir über den Einsatz tierischer Produkte sprechen?

Alma: Es gibt keinen Grund, Inhaltsstoffe tierischen Ursprungs in Sexual Wellness Produkten zu verwenden. Es geht also nicht unbedingt darum, dass es für Menschen gefährlich ist, sondern darum, dass es eine zusätzliche Belastung für Tiere darstellt, die leicht vermieden werden kann.

Wie haben wir uns den Prozess der Zertifizierung vorzustellen? Wie aufwendig ist er und welche Anforderungen hat er an eure Produkte gestellt?

Alma: Es war ein sehr gründlicher Prozess, der etwa zwei Monate dauerte. Wir mussten alle Prozesse, alle Elektronikteile und Inhaltsstoffe auflisten, die in unseren Produkten verwendet werden, und die Vegan Society führte Nachforschungen woher diese Materialien und Bauteile stammen durch. Wenn man mit Fabriken und anderen Dritten zusammenarbeitet, ist es schwer, immer ein Auge darauf zu haben, was dort in die Produkte eingebaut wird. Durch das Zertifizierungsverfahren wird all das überprüft und kontrolliert.

Vegane Sex Toys, nachhaltige Sex Toys, recycelfähige Verpackungen… ist das ein Trend, der den Sex Toy Markt in nächster Zeit immer stärker beeinflussen wird?

Alma: Wir sind überzeugt davon! Marken aus allen Branchen werden sich ihrer Auswirkungen auf die Umwelt immer bewusster, und Veränderungen sind immer dann größer, wenn sie von der Spitze des Trichters ausgehen, anstatt darauf zu warten, dass die Konsumenten sie anführen.

SCALA

PRIVATE TOYS

NEW

EXCLUSIVE

Julia de Lucia

Hier ist so ziemlich alles wieder so wie vor der Pandemie

Jason Wong nimmt für eLine den Markt in Asien unter die Lupe

Die Signale, die aus dem asiatischen Markt kommen, sind durchaus positiv zu bewerten, erklärt Jason Wong, Director des Distributionsunternehmen Durio Asia, in diesem Interview. Die Post-Corona Phase sei angebrochen, die Menschen würden zur Normalität zurückkehren und der Sex Toy Markt sei nach der Corona-Krise gut aufgestellt, berichtet Jason. Mit Indien und Myanmar hat er zudem die beiden lokalen Märkte mit dem größten Wachstumspotential ausgemacht.

Wie beurteilst du das Marktgeschehen in Asien, jetzt da die Post-Corona Phase angebrochen ist?

Jason Wong: Hier ist so ziemlich alles wieder so wie vor der Pandemie. Alle gehen iwieder hren gewohnten Tätigkeiten nach. Der größte Unterschied dürfte jedoch in der Mentalität der Menschen liegen. Die Menschen haben sich daran gewöhnt, von zu Hause aus zu arbeiten. Und weiterhin gibt es viele Unternehmen, die ihre Mitarbeiter kurzfristig auffordern, von zu Hause aus zu arbeiten.

Kannst du ein paar Infos zu den einzelnen Markterritorien in Asien sagen? In welchen Ländern erkennst du Wachstum, wo Stagnation?

Jason: Ausgehend von unserem Kundenstamm ist Indien das Land mit dem größten Wachstumspotenzial. Auch wenn es nicht einfach ist, die Produkte dorthin zu exportieren, kann Indien ein lukrativer Markt sein, wenn man den richtigen Kanal hat. Ein weiterer potenzieller Markt wäre Myanmar, das ich bereits in meinen früheren Interviews erwähnt habe. Obwohl Myanmar ein buddhistisches Land ist, ist es überraschend offen für Erotikprodukte. Der Markt ist natürlich noch klein, hat aber ein enormes Wachstumspotenzial, das Marken meiner Meinung nach erkunden sollten.

Du hast gegenüber eLine immer darauf hingewiesen, dass der asiatische Sex Toy Markt trotz seines Wachstums und seines Potentials im Vergleich zu den Märkten in den USA oder in Europa sehr klein ist. Was genau hindert ihn, sich komplett zu entfalten?

Jason: Der wichtigste Faktor ist das rechtliche Umfeld in den betreffenden Ländern. Wenn bestimmte Länder Sex Toys weiterhin als illegal einstufen, ist es für die Märkte dort sehr schwierig, weiter zu wachsen.

Zurück zum Hier und jetzt: Es ist viel darüber berichtet worden, dass die Corona-Krise die Nachfrage nach Sex Toys stark befeuert hat. In deinem letzten Interview mit eLine hast geschätzt, dass der asiatische Markt ein Plus von 20% in der Nachfrage erlebt hat. Dieses Interview ist aber schon ein paar Monate her. Hat sich die Nachfrage wieder 'normalisiert'?

Jason: Der Anstieg hat sich zwar etwas abgeschwächt, aber es scheint, dass der Markt nach dieser Krise 'gestärkt' ist. Das liegt zwangsläufig an einem veränderten Lebensstil der Menschen hier. Draußen wird es weniger menschlich, aber hinter verschlossenen Türen wird es dafür intimer.

Kannst du durch deine Tätigkeiten als Distributor erkennen, wie sich die Trends bzw. die Bedürfnisse und Wünsche der Konsumenten durch die Corona-Jahre verändert haben?

Jason: Der E-Commerce wird sich durchsetzen. Einige Marken mögen die Präsenz in stationären Geschäften, aber es ist unwahrscheinlich, dass dies ein nachhaltiges Unterfangen sein wird. Die Marken müssen weiterhin an ihrer Online-Präsenz und ihrem Marketing arbeiten.

Du hattest vor einigen Monaten die Aussage getätigt, dass du dir kaum ein anderes erfolgreiches Geschäftsmodell auf dem asiatischen Markt vorstellen kannst, als E-Commerce. Lagst du mit dieser Aussage richtig?

Jason: Hier haben wir im letzten Jahr beobachtet, dass stationäre Geschäfte ihre Türen geschlossen haben. Die Geschäfte mit Sex Toys im Allgemeinen laufen gut, aber wenn stationäre Läden schließen, dann ist das sehr bezeichnend und eine Überlegung wert. Ich kann aber nur spekulieren.

Viele Unternehmen im Sex Toy Markt klagen derzeit über steigende Kosten für Materialen und Logistik. Zudem gibt es weiterhin Schwierigkeiten bei den Lieferketten.

Jason: Davon bekommen auch wir einiges zu spüren. Die großen Markenhersteller erhöhen die Preise, manche um mehr als 50 % - ob man es glaubt oder nicht! Durch Staus in Häfen verzögert sich die Entladung der Container, was wiederum die Auslieferung verzögert – manchmal bis zu zwei Monaten! Es ist ein Versorgungsproblem, das hoffentlich besser wird.

Satisfyer
New arrivals!

strap-on-me®

NEW

- Flexible shaft
- Realistic dildo
- Available in 5 sizes

RIMBA® LET'S PLAY

WWW.RIMBA.EU •

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

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

Ich muss sagen, dass wir nicht pessimistisch sein dürfen

Francesco Daniele nimmt Bezug zu aktuellen Ereignissen

Zu sagen, es herrsche Katerstimmung nach dem Sex Toy Boom der letzten beiden Jahre, wäre übertrieben, dennoch scheint das Ankommen in der Normalität – auch und besonders in Bezug auf die Umsätze - schwer zu fallen. Außerdem wartet bereits weiterer Ungemach, der das Wachstum des Sex Toy Markts abwürgen könnte: Inflation und steigende Lebenshaltungskosten können das Konsumklima negativ beeinflussen und wie sich der Krieg in der Ukraine auf die Weltwirtschaft auswirken wird, ist noch nicht absehbar. Für Francesco Daniele, Commercial Director von International Dreamlove, gibt es dennoch keinen Grund, den Kopf in den Stand zu stecken, wie er in diesem Interview erklärt.

In vielen Ländern kehrt wieder Normalität ein und wir sprechen bereits von der ‚Post-Corona Phase'. Kehrt jetzt nach zwei Jahren des Sex Toy Booms auch in unserem Markt wieder Normalität ein?

Francesco Daniele: Zunächst einmal vielen Dank für das Interview. Es ist eine Freude für Dreamlove, mit einem so professionellen Magazin wie Ihnen zusammenzuarbeiten. Wir denken nicht, die Welt hat sich in den letzten Jahren verändert und wir sollten nicht pessimistisch sein. Der Sex Toy Markt ist während der Pandemie sehr stark gewachsen. Logischerweise musste sich dieses Wachstum stabilisieren, sobald die Welt zur Normalität zurückgekehrt. Aber wir dürfen nicht vergessen, dass der Markt im Rahmen dieser Stabilisierung in den letzten Jahren ein erhebliches Wachstum verzeichnet hat.

Noch während der Corona-Krise wurde prophezeit, dass nach der Pandemie ein goldenes Zeitalter für den Markt mit Sex Toys anbricht. Jetzt scheint es so, als wäre der große Optimismus verflogen. Was ist passiert?

Francesco: Ich muss sagen, dass wir nicht pessimistisch sein dürfen. Viele Unternehmen des Sektors haben die Situation ausgenutzt, um Umsatz und viel Geld zu machen. Jetzt ist es an der Zeit, die Realität zu sehen und zu erkennen, dass das Wachstum, das wir in den letzten zwei Jahren hatten, nicht normal war. Jetzt ist es wichtig, dass sich alles stabilisiert und dass wir uns weiterhin für die Normalisierung von Sex Toys im Alltag von Millionen von Menschen einsetzen.

Stellt die ‚Post-Corona Phase' für unseren Markt vielleicht so etwas wie eine Übergangsphase dar, in der es noch Nachwehen der Corona-Krise gibt – wie zum Beispiel die Probleme mit den Lieferketten?

Francesco: Die Menschen erleben derzeit wirklich einzigartige Zeiten. Die Post-Corona Phase ist in der Tat eine Übergangsphase. Während der Pandemie gab es gravierende Veränderungen in der Politik Chinas und vieler anderer Länder der Welt. Die Fabrik der Welt – China – hat die Situation ausgenutzt und wir sollten uns nicht täuschen, dass alles eine Frage des Geldes ist. Chinesische Reedereien haben viel Geld mit der Pandemie verdient – und das ist in der jetzigen Situation immer noch der Fall. Jetzt ist eine besonders heikle Zeit, weil sich alles wieder normalisiert hat – sprich es gibt wieder einen normalen Konsum – aber die Kosten für Produktion und Logistik explodieren.

Welche Trends und Entwicklungen, die ihren Ursprung in der Corona-Krise hatten, spielen gegenwärtig weiterhin eine tragende Rolle?

Francesco: Neben den grundlegenden Produkten für die Intimhygiene, deren

Umsatz in die Höhe geschnellt ist, spielen Produktentwicklungen, die speziell auf die Selbstbefriedigung von Frauen oder Männern ausgerichtet sind, weiterhin eine wichtige Rolle.

Wie meistert International Dreamlove die Herausforderungen, die die ‚Post-Corona Phase' mit sich bringt? Musstet ihr eure Pläne für dieses Jahr bereits anpassen?

Francesco: Die Wahrheit ist, dass wir bei International Dreamlove ein stabiles, seriöses und sehr solides Unternehmen sind, was bedeutet, dass wir in der Lage sind, uns an jedes Spielfeld auf besonders einfache Weise anzupassen. Wir mussten einige Wachstumspläne für einige auf Intimhygiene ausgerichtete Marken anpassen, aber im Allgemeinen ist unser Wachstums- und Entwicklungsplan solide, wir engagieren uns stark für unsere Kunden und wir bieten maximale Unterstützung auf allen Ebenen. Ein Unternehmen, das mit Dreamlove zusammenarbeitet, kann sicher sein, dass dies eine gute Option für das eigene Wachstum ist.

Der Sex Toy Markt gilt als relativ krisensicher, nun aber müssen sich die Konsumenten in Europa mit einer steigenden Inflation und explodierenden Lebenshaltungskosten auseinandersetzen. Wird sich diese Entwicklung auf das Wachstum des Sex Toy Markts auswirken?

Francesco: Logischerweise werden die prognostizierten Wachstumsraten an die Realität, in der wir leben, angepasst. Und sehr wahrscheinlich wird auch der Krieg in der Ukraine

Francesco Daniele, Commercial Director von International Dreamlove

das Portemonnaie jedes europäischen Verbrauchers deutlich beeinflussen. Inflation und Lebenshaltungskosten steigen an und verringern das Wachstum unseres Markts.

Angesicht des Kriegs in der Ukraine und der gegen Russland verhängten Wirtschaftssanktionen stellt sich die Frage, welche Auswirkungen all das auf die Weltwirtschaft haben wird – und natürlich in weit das unseren Markt betrifft?

Francesco: Der Krieg in der Ukraine wird beträchtliche Auswirkungen auf ganz Europa haben und wollen wir hoffen, dass es sich dabei nur um einen Rückgang der Kaufkraft handelt und nicht um mehr. Das Wichtigste ist, dass nicht weiterhin Menschen ums Leben kommen. Europa ist stark und solide genug, dass wir gemeinsam aus dieser Krise herauskommen und uns den Herausforderungen durch Russland stellen.

Es gibt also genug Anlässe, uns von den prognostizierten positiven Wachstumszahlen unseres Marktes zu verabschieden. Siehst du das ähnlich? Welche Schlüsse zieht euer Unternehmen aus den beschriebenen Entwicklungen?

Francesco: Ich habe es zu Beginn des Interviews beschrieben, der Sex Toy Markt hat zwei Jahre lang ein Wachstum erlebt, das in keinem anderen Markt denkbar gewesen wäre, logischerweise hat dies für viele Vorteile gebracht, aber eben auch für Unternehmen, die nicht nachhaltig investiert haben, für Probleme gesorgt. Niemand hat geglaubt, dass Corona uns für immer im Würgegriff hält und logischerweise musste die Pandemie irgendwann zu Ende gehen. Jetzt wird der Sex Toy Markt weiterhin goldene Jahre erleben, aber eben mit gewissen Nuancen. Die Professionalität und der Einsatz eines jeden Unternehmens ist wichtig, einen Markt zu fördern, der im Leben von Millionen von Menschen eine wichtige Stellung geniesst.

Satisfyer

Farbenfroh & innovativ!

Neu bei ST RUBBER im Sortiment!

Curvy Trinity 3
red

Supernova
old rose

A-Spot Vibrator
A-Mazing 2
grey

Bullseye Ring
Vibrator blue

ST RUBBER

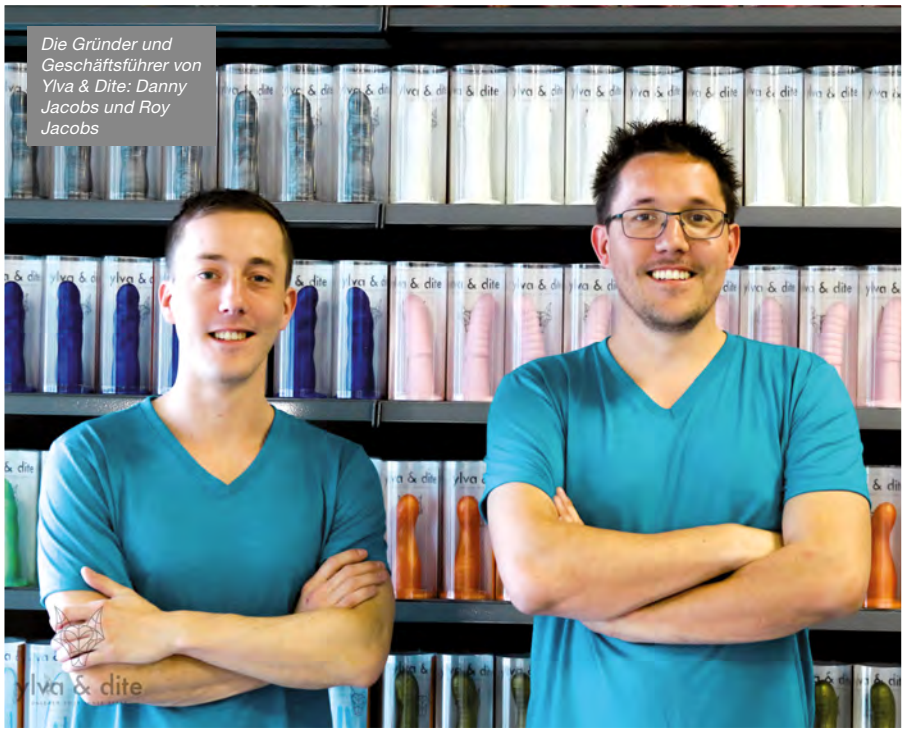
Schneider & Tiburtius Rubber Vertriebsgesellschaft mbH
D-66787 Wadgassen-Hostenbach
T +49 6834 4006-0 · F +49 6834 4006-11
info@st-rubber.de

STRUBBI.COM

Niederländische Spitzenqualität!

Ylva & Dite mit neuem Verpackungsdesign

Die Dildos von Ylva & Dite werden ab sofort in einer recycelbaren Metallverpackung ausgeliefert. Roy Jacobs, einer der beiden Gründer und Geschäftsführer des niederländischen Unternehmens, erklärt in einem Interview, warum es an der Zeit war, Plastikverpackungen hinter sich zu lassen und stattdessen auf Materialien für Verpackungen zu setzen, die recycelt werden können und die zudem die Qualität des Verpackungsinhalts besser widerspiegeln.



Die Gründer und Geschäftsführer von Ylva & Dite: Danny Jacobs und Roy Jacobs

Wann und warum ist euch die Idee gekommen, eine neue Verpackung für eure Dildos zu entwickeln und einzuführen?

Roy Jacobs: Wir starteten mit einer Plastikröhre als Verpackung für unsere Dildos, fanden aber heraus, dass diese Verpackung nicht zu einem echten niederländischen Qualitätsdildo, wie wir ihn fertigen und verkaufen, passt. Deshalb haben wir uns auf die Suche nach einer Verpackung gemacht, die wirklich zu unseren Dildos passt, damit die Konsumenten sicher sein können, dass ihr Dildo von höchster Qualität ist.

Wie spiegelt das neue Verpackungsdesign die Markenkerne von Ylva & Dite wider?

Roy: Wir haben angefangen, unsere eigenen Dildos zu produzieren, weil wir ein Qualitätsprodukt schaffen wollten, so dass jeder weiß, dass wenn er ein Dildo von Ylva & Dite kauft, höchste Qualität bekommt. Und unsere neue Metallbox passt perfekt, denn nun strahlt das gesamte Ganze Qualität aus – oder besser gesagt: niederländische Spitzenqualität!

Leg Avenue™
www.legavenueeurope.com

Wie wichtig ist die Verpackung eines Dildos? Wie stark beeinflusst sie die Kaufentscheidung eines Konsumenten?

Roy: Meiner Meinung nach spielt die Verpackung eine wichtige Rolle, da sie die Aufmerksamkeit eines Konsumenten während der Kaufentscheidung auf sich zieht - vor allem in stationären Geschäften, aber auch, wenn ein Konsument online von zu Hause bestellt. Bei unserer neuen Metallbox hat man sofort das Gefühl, dass man ein Qualitätsprodukt gekauft hat, bei dem alle Details stimmen.

Wie lange hat der gesamte Prozess – von euren ersten Überlegungen bis zur ersten fertigen Verpackung – gedauert?

Roy: Alles in allem dauerte es etwa ein Jahr von der ersten Idee bis zu den ersten Dildos in unserer neuen Verpackung. Es ist nicht so, dass man mit einem Klick eine neue Verpackung hat. Bis zum fertigen Produkt sind viele Schritte nötig: designen, testen… das Installieren von Maschinen, um die Einlegeteile selbst herzustellen, weitere Tests, die eigentliche Herstellung der Metallboxen, entwerfen der Hüllen usw. Aber am Ende hat man dann eine wirklich hochwertige Verpackung.

Warum habt ihr euch für Metall entschieden?

Roy: Wir haben uns für Metall entschieden, weil es vollständig recycelbar ist und weil es sich hochwertig anfühlt, was perfekt zu unseren Dildos passt. Es war also eine Win-Win-Situation für uns.

Wie wichtig ist es für euch, dass die neue Verpackung recycelt werden kann?

Roy: Für uns ist es sehr wichtig, dass die Verpackung recycelt werden kann, damit sie die Umwelt so wenig wie möglich belastet. Oder zumindest, dass man eine Verpackung hat, die man noch für einen anderen Zweck verwenden kann, als wie in unserem Fall als Aufbewahrungsbox für Dildos. Sie eignet sich nämlich auch perfekt als Keksdose.

Geht ihr davon aus, dass der Trend zu mehr Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit sich auch im Markt für Sex Toys an Gewicht gewinnt? Wie werdet ihr als Unternehmen darauf reagieren?

Roy: Natürlich wird dies ein immer wichtigerer Aspekt bei der Herstellung von Sex Toys und allen anderen Produkten sein. Deshalb versuchen wir bei Ylva & Dite auch, die Umwelt so weit wie möglich zu schonen. Zum Beispiel durch die Verwendung von umweltfreundlichen Produkten, Verpackungen, die man recyceln kann, und so weiter.

Wird das neue Verpackungskonzept für alle bestehenden sowie für alle geplanten Produktlinien umgesetzt werden?

Roy: Ja, unsere neue Verpackung wird jetzt für jedes Produkt von Ylva & Dite verwendet. Jede neue Bestellung wird also Produkte in der neuen hochwertigen Metallbox enthalten.

Dreamlove
OFFICIAL DISTRIBUTOR

Diversia

POWERFUL MOTOR

STRONG SUCTION CUP

STRAP-ON COMPATIBLE

FLEXIBLE

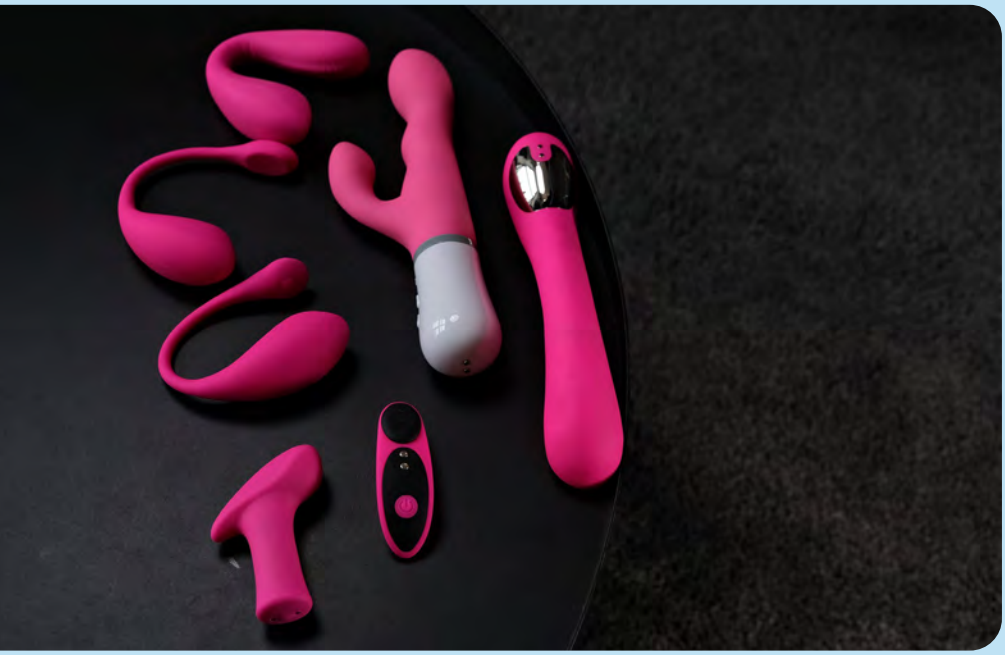
BODY SAFE MATERIAL

Watch the video here

www.dreamlove.es - info@dreamlove.es - Pol. Ind. Los Palillos c/Seis, 25, 27, 29 - 4150 Alcalá de Guadaira (Sevilla-Spain) - Tel. +34 955 630 377

Laut unseren Schätzungen beläuft sich der Markt für Sex Tech auf jährlich fast 40 Milliarden Dollar

Dan Liu, Geschäftsführer von Lovense, über Sex Tech Trends in 2022



Die Sex Tech Industrie wächst und entwickelt sich mit rasender Geschwindigkeit. Besonders in den letzten zwei Jahren hat sie angetrieben von der Pandemie und ihren Auswirkungen einen großen Schritt Richtung Mainstream gemacht. Die Fragen, wohin die Reise der Sex Tech Industrie geht und welche Trends uns 2022 und darüberhinaus begleiten werden, beantwortet Dan Liu, Geschäftsführer von Lovense.

Wie haben sich die letzten beiden Jahren, die besonders durch die Pandemie gekennzeichnet gewesen sind, auf den Bereich der Produktentwicklung von Sex Tech ausgewirkt?

Dan Liu: In den letzten zwei Jahren hat sich die Sex Tech Branche stark verändert: Sex Toys sind immer mehr zu Produkten des Mainstreams geworden, die Verkaufszahlen sind erheblich gestiegen und infolgedessen ist auch der Wettbewerb viel härter geworden. Und Wettbewerb ist, wie wir alle wissen, ein großer Motivator. In letzter Zeit haben viele Sex Toy Hersteller mobile Apps auf den Markt gebracht, haben neue Funktionen und Services veröffentlicht. Die Vielfalt der auf dem Markt erhältlichen Produkte ist überwältigend. Der Markt wächst und entwickelt sich in einem rasanten Tempo und es ist schwer zu leugnen, dass die Pandemie nicht dazu beigetragen hat.

Und wie sieht es mit der Akzeptanz gegenüber Sex Tech und der Nachfrage nach ihnen aus? Hat die Pandemie letztlich für den Durchbruch von Sex Tech gesorgt, der, so viele Kritiker in den letzten Jahren immer sagten, lange auf sich hat warten lassen?

Dan Liu: Richtig, Sex Tech wurde seit Beginn der Pandemie spürbar entstigmatisiert, was den Medien zu verdanken ist. Sex Toys tauchten auf den Seiten von Frauen- und Männermagazinen, Boulevardblättern, sowie Publikationen, die sich dem technologischen Fortschritt oder gesellschaftlichen Themen widmen, auf. Berühmte Persönlichkeiten begannen dafür zu werben oder wurden zu Markenbotschaftern von Herstellern, wie Cardi B oder Cara Delevingne zum Beispiel. All dies hat der Sex Tech und ihrem Eindringen in den Massenmarkt definitiv zum Durchbruch verholfen. Infolgedessen verdoppeln sich die Umsätze jedes Jahr und wir blicken sehr positiv in die Zukunft.

Was hat Lovense 2021 zum Markt beisteuern können? Wie spiegelte sich die Entwicklung in des Sex Tech Bereichs in euren Produkten wider – oder anderes gefragt: Welche Trends konntet ihr mit euren Produkten setzen?

Dan Liu: 2021 war ein extrem erfolgreiches Jahr für Lovense. Wir haben sechs neue Produkte auf den Markt gebracht, darunter eine neue Generation unseres Bestsellers Lush 3, die unglaublich erfolgreichen Toys Dolce und Gush, Diamo und Hyphy – die für uns neue Designs waren – sowie den aktualisierten Edge. Was die Trends bei den Toys angeht, so haben wir festgestellt, dass besonders Toys, die freihändig zu nutzen sind, beim Publikum sehr gefragt sind. Aber der wichtigste Faktor sind natürlich die begleitenden Services und es ist schwierig, in diesem Bereich mit uns zu konkurrieren. Wir haben die Funktionalität der Remote-App erheblich erweitert, indem wir Gruppenchats mit der Möglichkeit hinzugefügt haben, virtuelle Orgien mit bis zu 100 Teilnehmern zu veranstalten, die sich gegenseitig die Kontrolle über die gesamten hundert Toys übertragen können. Wir haben den Control Link Service - einen der beliebtesten Funktionen bei unseren Kunden - aktualisiert und um weitere Funktionen erweitert. Außerdem haben wir den Speed-Modus und andere lustige Funktionen eingeführt und das Design der App radikal überarbeitet.
Wir arbeiten auch unermüdlich daran, die Anwendbarkeit von Lovense Toys zu erweitern. In 2021 haben wir eine neue Richtung eingeschlagen - die Integration von erotischen Videospielen - und haben zwei Veröffentlichungen herausgebracht: 3DXChat, ein Online-Multiplayer-Spiel, und das WildLife-Rollenspiel in Zusammenarbeit mit der Vertriebsplattform Nutaku. Beide Veröffentlichungen waren ein durchschlagender Erfolg und wir werden weiter in diese Richtung gehen. Wir arbeiten auch aktiv an Servies für die Integration von Toys mit Multimedia-Inhalten und werden bald sehr coole Projekte auf den Markt bringen. Darüber hinaus nehmen wir weiterhin

eine führende Position in der Webcam-Branche ein. Wir erweitern ständig den Pool an Cam-Sites, die in die Lovense-Dienste integriert sind und führen aktiv neue Funktionen ein.

Was den Bereich Sex Tech so interessant macht, ist die Geschwindigkeit, mit der er sich entwickelt. Ist das für euch als Unternehmen Fluch und Segen zugleich? Wie schafft ihr es, mit diesem hohen Tempo mitzuhalten?

Dan Liu: Ich möchte nicht zu überheblich klingen, aber Lovense ist eines der Unternehmen, die dieses schnelle Tempo in unserer Branche vorgeben. Wir entwickeln in den Bereichen Gesundheit und Wellness, VR und AR, taktile Technologien, fortschrittliche Inhalte und in vielen anderen. Das

ist es, was die Sex Tech Branche so interessant macht - sie ist noch sehr jung und es gibt eine riesige Anzahl von Möglichkeiten, die vor uns liegen!

Was sucht der Konsument, wenn er sich heute für ein Sex Tech Produkt entscheidet?

Dan Liu: Der Verbraucher achtet in erster Linie auf die Performance des Produkts und seine Anwendungsszenarien. Ich bin mir ziemlich sicher, dass die Qualität und Sicherheit der Produkte führender Hersteller auf dem gleichen hohen Niveau sind und es sind die Software und die Funktionalität, die den Unterschied ausmachen. Indem man dem Kunden mehr Einsatzmöglichkeiten für das Toy bietet, vergrößert man also seine Wettbewerbsvorteile.

Sehr viele Sex Toys sind heute mit modernsten Technologien ausgestattet. Wie wichtig ist Technologie überhaupt noch bei der Kaufentscheidung der Konsumenten? Oder hat Technologie heute den selben Stellenwert wie das Design, das Material, die Funktionalität etc.?

Dan Liu: Wie ich bereits erwähnt habe, ist Technologie bereits zu einem entscheidenden Faktor geworden und die Funktionalität und Sicherheit des Produkts hängen vom technologischen Vorsprung ab. Der entscheidende Teil der Investitionen in die Entwicklung entfällt auf die technologische Forschung und die Einführung neuer Technologien. Im Alltag von Sex Tech Unternehmen gibt es heute viel mehr Technik als Sex.

Die Definition von Sex Tech ist ziemlich weit gefasst und deckt eine große Bandbreite von Produkten, Anwendungen, Services usw. ab. Solange der Zweck eines Produkts oder einer Software darin besteht, das sexuelle Vergnügen zu verbessern und zu steigern, kann es als Sex Tech bezeichnet werden. So findet man unter Sex Tech sowohl smarte Vibratoren, aber eben auch Produkte, die völlig ohne Technik auskommen…

NIXIE™

GLOBAL NOVELTIES LLC

EXCLUSIVE IN EUROPE AT TONGABV

WATERPROOF 10 FUNCTION VIBES

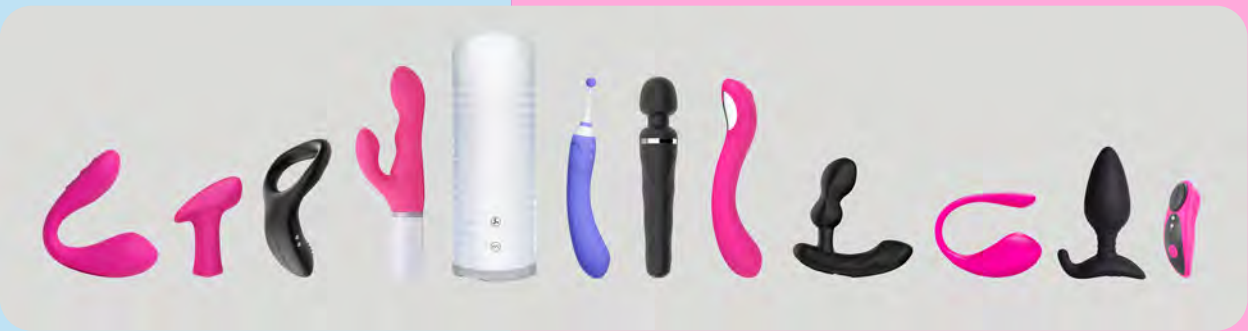
STORAGE BAG INCLUDED!

NEW

info@tongabv.com

tongabv.com

+31 (0) 115 566 322



ist Sex Tech somit einfach nur ein Begriff für eine neue Generation von Produkten, Services etc., die dem sexuellen Wohlbefinden zuträglich sind, ganz abgesehen von ihrem technischen Entwicklungsgrad?

Dan Liu: Natürlich würden wir uns gerne von anderen Herstellern von Sex Toys abgrenzen, denn wir sind in erster Linie ein Technologieunternehmen… wir gehören zur IT-Branche und in unserem Team gibt es mehr Entwickler und Programmierer als alle anderen Mitarbeiter. Und es ist ganz offensichtlich, dass die technologische und softwaretechnische Komplexität unserer Produkte immer weiter zunehmen wird, so dass ich mir wünschen würde, dass nur intelligente Sex Toys und ihre Ökosysteme als Sex Tech gelten.

Gibt es deiner Meinung nach aufstrebende Trends, die sich 2022 und darüber hinaus durchsetzen werden?

Dan Liu: Ich denke, dass unter den Trends der Sex Tech die weitere Integration von Toys mit VR-Technologien und -Inhalten hervorzuheben ist. Der zweite wichtige Trend ist die Konvergenz von Sex Tech und Wellness Industrie, ich persönlich denke, dass dies einer der wichtigsten Bereiche ist.
Und wenn wir über die Branche im Allgemeinen sprechen, warte ich auf neue Fusionen und Übernahmen. Wir haben bereits die Fusion von WOW Tech und Lovehoney erlebt und wir sehen auch, dass die Sex Tech Hersteller, die keine eigene Software haben, bereit sind, mit anderen zusammenzuarbeiten - das letzte Beispiel ist die Partnerschaft von Hot Octopus und Kiiroo.

Welche Pläne hat Lovense für 2022? Welche Erwartungen darf der Markt in Bezug auf Neuheiten von euch haben?

Dan Liu: Oh, wir haben so viel für 2022 geplant, dass wir es gar nicht erwarten können, bis wir endlich voll loslegen können. Wir werden neue Toys und Geräte, neue Services und neue Partnerschaften vorstellen, an denen wir derzeit intensiv arbeiten. Wir werden unsere Kunden bestimmt nicht enttäuschen!

Die Mediaplattform FemTech Live sagt voraus, dass die Sex Tech Industrie 2024 voraussichtlich einen Wert von 122 Milliarden US-Dollar haben wird. Ist das realistisch? Woher soll das Wachstum kommen?

Dan Liu: Ich glaube, dass es sich um das gleiche Missverständnis handelt, das wir bereits erörtert haben. Wenn Experten von Marktschätzungen in Höhe von 120-130 Milliarden Dollar sprechen, meinen sie die gesamte Sex Toy Branche, von der Sex Tech nur ein Teil ist. Laut unseren Schätzungen beläuft sich der Markt für Sex Tech auf jährlich fast 40 Milliarden Dollar.

SCALA

RUBY RED DIAMOND

INTENSE MICRO VIBRATIONS FOR
BRILLIANT CLITORAL ORGASMS

NEW

EXCLUSIVE

10377
Ruby Red Diamond
TOYJOY
RRP: €54.99

TOYJOY®

DESIGNER EDITION

Nichts ist tabu, nichts wird außen vor gelassen!

Nicola Relph über ‚The Electric Rodeo', den Adulttoymegastore Podcast

Nicola Relph, Inhaberin & Betreiberin Adulttoymegastore

Das neuseeländische Sex Toy E-Commerce Unternehmen Adulttoymegastore nutzt verschiedene Wege und Formate, um Sex Education unter die Menschen zu bringen. Darunter findet sich auch der sehr beliebte Podcast ‚The Electric Rodeo', der im März 2020 die Premiere feierte und dessen zweite Staffel vor kurzem ausgestrahlt wurde. Über das sehr lehrreiche und äußerst unterhaltsame Hörerlebnis hat eLine mit Nicola Relph, Inhaberin und Betreiberin von Adulttoymegastore, gesprochen.

Seit wann gibt es euren Podcast bereits? Und welche Beweggründe gab es für euch, einen Podcast zum Thema Sex Education zu starten?

Nicola Relph: Wir haben den Podcast während des ersten Lockdowns in Neuseeland im März 2020 gestartet. Wir beschlossen damit anzufangen, weil alle Menschen zu Hause eingeschlossen waren und somit Zeit zur Verfügung hatten, die sonst für andere Aktivitäten genutzt wird. Für uns war der Podcast eine weitere Möglichkeit, unsere Kunden in einer schwierigen, unsicheren und stressigen Zeit zu unterhalten, zu informieren und mit ihnen in Kontakt zu treten. Der Podcast wurde damals von zwei Mitgliedern unseres Teams moderiert, darunter Emma Hewitt, die derzeitige Moderatorin des Podcasts, und sie nahmen ihn in ihren eigenen vier Wände auf – daher auch die Hintergrundgeräusche wie Hundegebell oder Rasenmäher. Nach dem Start des Podcasts haben wir schnell festgestellt, dass

die Leute es lieben, unserem Team zuzuhören, wenn sie über alles reden, was mit Sex Toys und Sex zu tun hat, und dass es eine großartige Gelegenheit ist, mit unserer Community in Kontakt zu treten und den Hörern zu helfen, ihr Denken und ihr Wissen über Sex zu erweitern. Für die zweite Staffel haben wir dann noch mal einen drauf gesetzt - wir engagierten einen Produzenten, mieteten ein Studio und fanden Experten für spezielle Themen aus der ganzen Welt, die wir für den Podcast gewinnen konnten. Das Ergebnis ist ein Podcast, der lehrreich und unterhaltsam ist und ein fantastisches Hörerlebnis bietet.

Welche Ziele verfolgt ihr mit eurem Podcast?

Nicola: Unser Ziel mit dem Podcast ist es, auf unterhaltsame und ansprechende Weise wissenswerte Informationen über Sex zu vermitteln. Wir hoffen, dass wir auf diese Weise das Bewusstsein der Menschen für etwas öffnen können, das sie wahrscheinlich lange als ‚Tabu' betrachtet haben. Wir möchten, dass sie eine aufgeschlossenere und positivere Denkweise in Bezug auf Sex annehmen. Wir wollen die Konversation über Sex normalisieren und Sex und Sexualität als eine positive, vergnügungsorientierte Aktivität und nicht als etwas Schändliches darstellen, denn wir sind der festen Überzeugung, dass alle sexuellen Aktivitäten normal und gesund sind, solange sie legal und einvernehmlich sind und damit weder sich selbst noch anderen Schaden zugefügt wird. Unser großes Ziel ist es, die Idee zu normalisieren, dass Sex und sexuelles Vergnügen ein wichtiger Teil unserer Gesundheit und unseres Wohlbefindens sind. Daran arbeiten wir mit großer Leidenschaft, wodurch auch die Bekanntheit und das Vertrauen in unsere Marke erhöht wird. Letztendlich tragen wir so dazu bei, den Markt für Sex Toys zu vergrößern.

Welche Themen werden in eurem Podcast angesprochen?

Nicola: Nichts ist tabu, nichts wird außen vor gelassen! Im Podcast geht es um Sex, sexuelles Vergnügen, Beziehungen und alles, was dazwischen liegt. In den ersten vier Folgen geht es um Squirting, Analsex, Geschlechtskrankheiten und Online-Sex. Wir erschließen diese Themen mit Hilfe einiger ganz besonderer internationaler Gäste, darunter die aktuelle Squirting-Weltmeisterin und Rekordhalterin Lola Jean, die Gründerin von b-Vibe Alicia Sinclair Rosen, die Gründerin des STI Projekts Jenelle Marie Pierce und die Gründerin der Social Media Sex Plattform MakeLoveNotPorn,
Cindy Gallop.

Und wie würdest du den Umgang mit den vielen ‚heiklen' Themen beschreiben? Wenn es um Sex Education geht, ist der Grat manchmal schmal… manchmal ist es zu wissenschaftlich, manchmal zu verniedlichend etc.

Nicola: Wir haben dafür gesorgt, dass der Podcast von Menschen aller Erfahrungsstufen gehört und genossen werden kann, indem wir mit Experten gesprochen haben, die nicht nur Vordenker und Aufklärer sind, sondern auch wirklich interessante Menschen, die tolle Geschichten zu erzählen haben. Dadurch fühlt sich der Podcast viel persönlicher an und hält ein gutes Gleichge-

Sex Educator Emma Hewitt ist Moderatorin des Podcasts 'The Electric Rodeo'

wicht zwischen Wissensvermittlung und Spaß, was bedeutet, dass die Hörer am Ende einer Folge die Dinge wahrscheinlich ein bisschen anders sehen als zuvor. Und genau darum geht es: zugängliche Inhalte bereitzustellen, die dazu beitragen, die Wahrnehmung der Menschen in Bezug auf Sex zu verändern und ihnen das Wissen und das Selbstvertrauen zu geben, ihr Sexualleben zu verbessern.

Als Moderatorin für euren Podcast konntet ihr die Sexologin Emma Hewitt gewinnen. Warum ist eure Wahl auf sie gefallen und warum war es euch so wichtig, eine Expertin im Bereich Sex Education an eurer Seite zu haben?

Nicola: Wir halten Aufklärung für sehr wichtig, weil sie den Menschen hilft, Dinge anders zu sehen und offen dafür zu sein, etwas Neues auszuprobieren. Deshalb ist es wichtig, dass die Informationen, die wir weitergeben, korrekt sind. Unsere Moderatorin musste also nicht nur eine Expertin sein, sondern auch Charisma und eine gute Gesprächsführung haben, damit die Hörer das Gefühl haben, mit ihrer besten Freundin über Sex zu plaudern und nicht etwa einen wissenschaftlichen Vortrag zu hören. Deshalb haben wir Emma als Moderatorin unseres Podcasts ausgewählt. Sie arbeitet seit 2014 bei Adulttoymegastore als Vollzeit-Sexualpädagogin und Content Creator. Derzeit macht sie eine Ausbildung zum zertifizierten Sexualpädagogen am Institute for Sexuality Education & Enlightenment (ISEE), bei der wir sie unterstützen. Wir sind sehr froh, jemanden mit so viel Leidenschaft und Wissen in unserem Unternehmen zu haben.

Warum habt ihr einen Podcast als Hauptformat für die Präsentation von Sex Education gewählt?

Nicola: Der Podcast ist nur eines unserer vielen Formate, mit denen wir Aufklärung betreiben. Wir haben einen YouTube Kanal (ATMS TV) der ebenfalls von Emma moderiert wird und kurze Aufklärungs- und Informationsinhalte über Sex Toys bietet. Unser Blog, The Heat, enthält über 1.000 informative Artikel zum Thema Sex und wir nutzen Instagram (@loveatms) sowie Facebook, um uns mit unserer Community auszu-

NO:XQSE

Stretchy, nahtlos
und ultra-hot!

ORION WHOLESALE

2251221

2551306

2717948

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2202-076

Emma Hewitt ist seit 2014 bei Adulttoymegastore als Sexualpädagogin und Content Creator beschäftigt

tauschen - wir decken also alle Bereiche ab! Wir glauben, dass es wichtig ist, unsere Inhalte zu diversifizieren, denn da unsere Zielgruppe so breit gefächert ist, müssen auch die Wege, auf denen wir sie erreichen, entsprechend breit gefächert sein.

Wie sind die Reaktionen auf euren Podcast ausgefallen? Da mittlerweile eine zweite Staffel ausgestrahlt wird, scheint das Interesse daran recht groß zu sein?

Nicola: Wir sind sehr zufrieden mit der bisherigen Resonanz und die Hörerzahlen sind seit der ersten Staffel deutlich gestiegen! Wir sind seit dem Start in den Top 10 der Sexual Wellness Podcasts in Neuseeland und Australien gelistet, was fantastisch ist. Als wir gestartet sind, haben wir es auf Platz 36 der allgemeinen Spotify-Charts geschafft, was zeigt, dass Sexual Wellness zunehmend akzeptiert wird. Interessanterweise haben wir es auch in anderen Ländern in die Charts geschafft, z. B. in den Niederlanden, der Tschechischen Republik und sogar in Saudi-Arabien! Das zeigt uns, dass es eine wachsende Nachfrage nach dieser Art von Inhalten gibt, nicht nur in unserem eigenen Land, sondern weltweit.

Wie erklärt ihr euch die große Nachfrage und das Interesse an Sex Education?

Nicola: Ich glaube, die Menschen erkennen, dass ihre sexuelle Gesundheit ein wichtiger Teil ihres allgemeinen Wohlbefindens ist - und dazu gehört eben auch das sexuelle Vergnügen. Es scheint mehr Sexualpädagogen als je zuvor zu geben und immer mehr Menschen sprechen persönlich, online und in den Medien offen und positiv über Sex. Das Thema ist nicht mehr so tabu wie früher und die Menschen scheinen sich heute eher zu trauen, mehr Informationen darüber einzuholen, wie sie ihr Sexualleben verbessern können, als früher. Die Menschen sind neugierig auf Sex, sie sind daran interessiert, etwas Neues zu lernen, und am besten fängt man damit an, indem man sich selbst informiert. Hier kommt die Sex Education ins Spiel und wir sind stolz darauf, dass wir unseren Teil dazu beitragen können! The Electric Rodeo kann auf allen gängigen Podcast-Plattformen angehört werden.

world-of-hot.com

for men LONG POWER

PRORINO

DELAY CREAM
for man
50ml/1.7fl.oz
Art. No. 78210

DELAY SPRAY
for man
15ml/0.5fl.oz
Art. No. 78300

LONG POWER DELAY cream for men

Die Wirkung dieser kühlenden und pflegenden Creme kann dazu beitragen, eine vorzeitige Ejakulation zu verzögern.

LONG POWER DELAY spray for men

Die Wirkung dieser kühlenden und pflegenden Sprays kann dazu beitragen, eine vorzeitige Ejakulation zu verzögern.

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

HOT
London - Miami - Tokyo

Available at your wholesaler /// Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// 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

Polizist, Feuerwehrmann, Pilot… das sind die typischen Antworten, wenn Kinder nach ihren Berufswünschen gefragt werden. Florian Wittich aber hat sich seine Zukunft eher als Cowboy vorgestellt. Über welche Wege der Senior Sales and Business Development Manager von Pipedream Europe in die Sex Toy Industrie gelangt ist, statt mit einem Lasso Kühe einzufangen, beantwortet dieses Monthly Mayhem genauso wie die Fragen, warum er gerne einen Tag seines Lebens mit dem Autokraten Putin tauschen würde und wieso er Erling Haaland in Kürze bei einem englischen oder spanischen Fußballklub sieht.

Wie lange wird Erling Haaland noch beim BVB unter Vertrag stehen?

Florian Wittich: Das wird wohl nur noch ein paar Monate sein. Er ist aber auch einfach zu gut für den Kader und wird sich sicher in England oder Spanien zum neuen Weltstar entwickeln.

Welchen Berufswunsch hattest du als Kind?

Florian Wittich: Ich glaube, ich hatte anderes im Kopf als meinen zukünftigen Beruf. Ich kann mich also nicht an einen Berufswunsch erinnern. Ich habe mich jeden Tag als Cowboy verkleidet und das war, denke ich, damals auch so die Vorstellung für meine Zukunft.

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

Florian Wittich: Ich hatte damals bei einem anderen Unternehmen der Branche in Bremen meine Master-Thesis geschrieben. Während dieser sechs Monate hatte ich die meiste Zeit bereits aktiv im Vertrieb mitgearbeitet, so dass sich eine darauffolgende Anstellung ergab.

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

Florian Wittich: Ich habe zwischendurch im internationalen Vertrieb für Kostüme und Zubehör für einen britischen Hersteller gearbeitet. Das hat mir auch sehr viel Spaß gemacht. Generell finde ich die Branche nicht so entscheidend, speziell im Vertrieb. Wobei unsere Branche um einiges spaßiger ist als andere. Am wichtigsten sind ein gutes Team und ein interessantes Aufgabengebiet. Für mich sollte es auch immer einen internationalen Faktor haben.

Was war der größte Karriereschub für dich?

Florian Wittich: Den gab es so nicht wirklich, speziell die Jobwechsel hatten auch immer eine gewisse Weiterentwicklung mit sich gebracht. Aber im Allgemeinen verläuft meine Karriere durchgehend positiv, ohne große einzelne Sprünge.

Wo siehst du dich in zehn Jahren?

Florian Wittich: Ich habe aktuell kein festes Ziel oder eine feste Vorstellung für die nächsten 10 Jahre. In 20 Jahren, wenn die Kinder voraussichtlich aus dem Haus sind und anfangen, auf ihren eigenen Beinen zu stehen, würde ich gerne (wieder) viel reisen und eventuell auch den Wohnsitz zumindest teilweise ins Ausland verlegen.

Wie siehst du die Zukunft der Love Toy Industrie?

Florian Wittich: Es geschieht sehr viel in den letzten zwei Jahren in unserer Branche. Wie auch wir haben viele Unternehmen strukturelle und strategische Veränderungen vorgenommen, so dass es am Ende auf weniger, größere Player hinausläuft. Die aktuellen Lebenshaltungskosten entwickeln sich rasant und Menschen haben am Ende des Monats viel weniger über um sich etwas zu 'gönnen'. Hoffentlich wird sich das wieder stabilisieren, ansonsten könnte ich mir vorstellen, dass auch unsere Branche, die ja

Florian Wittich

Fragen & Antworten

COVID größtenteils gut überstanden hat, darunter leiden wird.

Wie sieht ein perfekter Tag in deinem Berufsleben aus?

Florian Wittich: In der letzten Zeit gab es offensichtlich sehr wenige Reisen und Kundenbesuche. Messen und Meetings mit einem positiven Resultat sowie die zugehörige Abendgestaltung gefallen mir.

Wie entspannst du dich nach der Arbeit?

Florian Wittich: Nach der Arbeit wird meist Zeit mit den Kindern verbracht. Entspannt wird erst danach.

Wer ist dein Vorbild und warum?

Florian Wittich: Gibt es so nicht, aber es gibt viele Menschen, von denen ich unterschiedlichste Eigenschaften bewundere.

Du darfst einen Orden verleihen. Wer bekommt ihn?

Florian Wittich: Mir fällt niemand spezielles ein. Allgemein alle Menschen die große Hilfsbereitschaft zeigen, verdienen meinen größten Respekt.

Auf welche eigenen Erfolge bist du besonders stolz?

Florian Wittich: Meine Kinder.

Was gefällt dir an deiner Person besonders gut?

Florian Wittich: Ich denke, ich kann Menschen und Situationen sehr gut analysieren. Zudem bin ich ehrgeizig und pflichtbewusst.

Welche Sünde kannst du nicht vergeben?

Florian Wittich: Ich glaube meist an das Gute in jedem Menschen. Wenn mein Vertrauen ausgenutzt wird, bin ich sehr nachtragend.

Was singst du unter der Dusche?

Florian Wittich: Ich dusche morgens und habe morgens keine gute Laune, ergo singeich nicht.

Wen würdest du wirklich niemals nackt sehen wollen?

Florian Wittich: Keine Ahnung, soll jeder der nackt rumlaufen will, nackt rumlaufen. Ich kann weggucken, wenn es mir nicht gefällt.

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

Florian Wittich: Einfach einen ruhigen Abend ohne Kinder mit meiner Freundin. Ein guter Thriller oder eine dämliche Komödie.

Du bekommst einen Monat Urlaub. Wo geht es hin?

Florian Wittich: Irgendwo wo man gut surfen kann, das Wetter und Wasser nicht zu kalt sind und es tolles Essen gibt. Lombok bspw. hat mir sehr gut gefallen.

"GENIESST DAS LEBEN!"

FLORIAN WITTICH

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

Florian Wittich: Ein Boot, da muss ich runter.

Mit wem würdest du gerne einen Tag deines Lebens tauschen?

Florian Wittich: Aktuell Putin, dann würde ich den Krieg beenden. Und besser verstehen was wirklich in ihm vorgeht.

Was würdest du nie wieder im Leben machen?

Florian Wittich: Ein Haus in Eigenregie bauen. Zu viel Stress.

Welchen gut gemeinten Rat gibst du unseren Lesern?

Florian Wittich: Puh, genießt das Leben!

XBIZ® RETREAT

Business + Pleasure

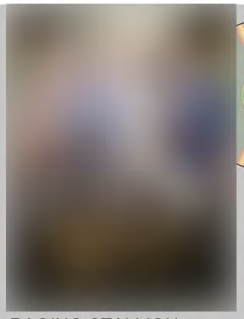
Take your success to the next level. Be part of XBIZ Retreat, the adult retail industry's premier all-inclusive event that brings together top buyers and product manufacturers for three days of private one-on-one meetings and networking special events.

SUMMER 2022 | MIAMI, FL

xbizretreat.com

GAYSHOP.COM
WHOLESALE

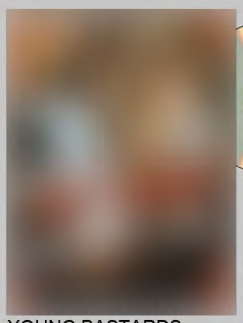
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21057D
UVP € 39,95
€ 12,86

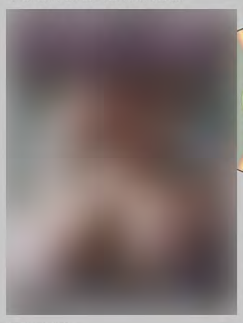
RAGING STALLION



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20562D
UVP € 39,95
€ 12,86

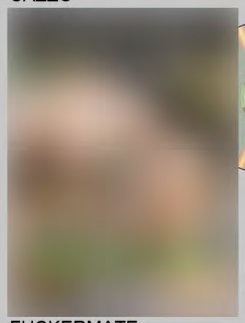
YOUNG BASTARDS



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20015D
UVP € 39,95
€ 12,86

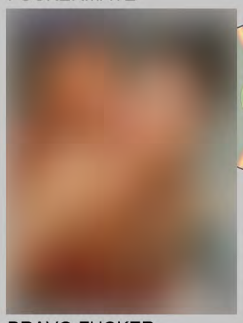
CAZZO



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20625D
UVP € 39,95
€ 12,86

FUCKERMATE



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20571D
UVP € 39,95
€ 12,86

BRAVO FUCKER

GAYSHOP.COM

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

Fall in love with love

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

Shiatsu

THE GARDEN OF LOVE

ORGASM CREAM

world-of-hot.com

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

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

Hier könnte Ihre
"Werbeanzeige"
stehen:

...und über 6.000
B2B-Kontakte erreichen

Internationaler
Erfolg gewünscht?

...und über 14.000
B2B-Kontakte erreichen

Dann setzen Sie sich mit
uns in Verbindung:

mediatainment publishing
Verlags GmbH
Große Kampstraße 3
31319 Sehnde
Germany

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

mail: mjohnson@mptoday.de

world-of-hot.com

Shiatsu 氣

THE GARDEN OF LOVE

PENIS POWER CREAM & SPRAY

PENIS POWER CREAM
for men
50ml/1.0fl.oz
Art. No. 67202

PENIS POWER
SPRAY
for men
30ml/1.0fl.oz
Art. No. 67302

Penis Power Cream für den Mann zur Anwendung im Intimbereich.
Wärmende und durchblutungsfördernde Inhaltstoffe können Ihnen helfen
eine härtere Erektion und Standfestigkeit zu erlangen.

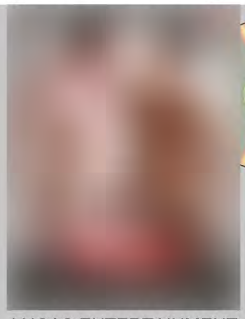
Available at your wholesaler /// Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponible a través de su vendedor mayorista /// Disponibili presso il vostro grossista /// Verkrijgbaar bij uw groothandel /// Disponivel junto do seu comerciante grossista /// Fåes hos din engros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

HOT
London - Miami - Tokyo

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

GAYSHOP.COM
WHOLESALE

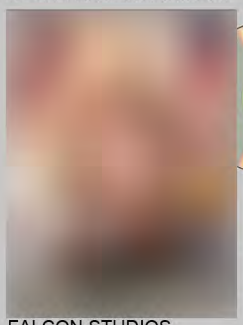
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20738D
UVP € 49,95
€ 17,96

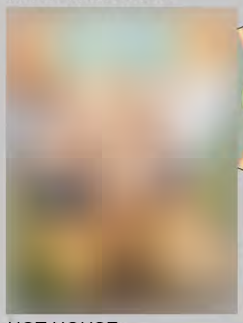
LUCAS ENTERTAINMENT



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20967D
UVP € 39,95
€ 12,86

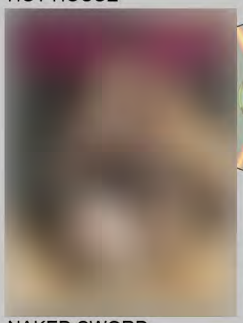
FALCON STUDIOS



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

20968D
UVP € 39,95
€ 12,86

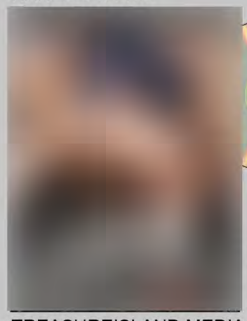
HOT HOUSE



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21056D
UVP € 39,95
€ 12,86

NAKED SWORD



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21040D
UVP € 49,95
€ 17,96

TREASUREISLAND MEDIA

GAYSHOP.COM

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

PRIVATE LABEL

YOUR BRAND NAME

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

Producer and wholesaler of pharmaceutical, cosmetic and stimulating products

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

NCV npn HACCP MEDICAL DEVICES ISO 13485:2016 NSAI Certified

Hier könnte Ihre
"Werbeanzeige"
stehen:

...und über 6.000
B2B-Kontakte erreichen

Internationaler
Erfolg gewünscht?

...und über 14.000
B2B-Kontakte erreichen

Dann setzen Sie sich mit
uns in Verbindung:

mediatainment publishing
Verlags GmbH
Große Kampstraße 3
31319 Sehnde
Germany

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

mail: mjohnson@mptoday.de

ero by HOT

spanish fly
GOLD & extreme

spanish fly
GOLD

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

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

spanish fly
extreme

women / 30ml
Art. No. 77103

men / 30ml
Art. No. 77102

spanish fly
drops

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

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

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

Firma	Produktpalette	Highlight	xZielgruppe(n)	Firmenkontakt/ Ansprechpartner	aktuell aus dem Sortiment
JOYDIVISION ...my Lovestyle!	· Gleitmittel · Massagemittel · Soft-Tampons · Joyballs	Mega-Seller seit über 20 Jahren			
		wirkt in 60 Sekunden			
		20 Jahre Soft-Tampons			
		Made with Love in Germany			

Firma	Produktpalette	Highlight	xZielgruppe(n)	Firmenkontakt/ Ansprechpartner	aktuell aus dem Sortiment

HOT
London - Miami - Tokyo

HOT Productions & Vertriebs GmbH

Wagrainer Str. 35
4840 Voecklabruck
AUSTRIA

world-of-hot.com

HOT
London - Miami - Tokyo

HOT Productions & Vertriebs GmbH

Wagrainer Str. 35
4840 Voecklabruck
AUSTRIA

world-of-hot.com

HOT
London - Miami - Tokyo

HOT Productions & Vertriebs GmbH

Wagrainer Str. 35
4840 Voecklabruck
AUSTRIA

world-of-hot.com

PRORINO®

HOT
London - Miami - Tokyo

world-of-hot.com

HOT PRODUCTIONS & VERTRIEBS GMBH

Wagrainer Str. 35
4840 Voecklabruck
AUSTRIA

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

HOT PRODUCTIONS & VERTRIEBS GMBH

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

ETO Show

Datum: tba • Coventry, Großbritannien
www.etoshow.com

ANME Founders Show

11 – 13 Juli, 2022 • Burbank, USA
www.anmefounders.com

eroFame

5 – 7 Oktober, 2022 • Hannover, Deutschland
www.erofame.eu

Venus Berlin

20 – 23 Oktober, 2022 • Berlin, Deutschland
www.venus-berlin.com

Sofort-Fax-Bestellung
05138-60 220-29

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

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

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

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

eLine
Europe's first choice for the erotic trade

Firma _____

Ansprechpartner /
Telefon; Fax _____

Straße / Postfach _____

PLZ / Ort _____

Datum / Unterschrift _____

☐ **Bankeinzug**

Geldinstitut _____

BLZ / Kto _____

Kontoinhaber _____

Datum / Unterschrift _____

ABO BESTELLCOUPON

IMPRESSUM

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

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

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

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

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

Grafik
Thomas Davidjan (-24)
tdavidjan@mptoday.de

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

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

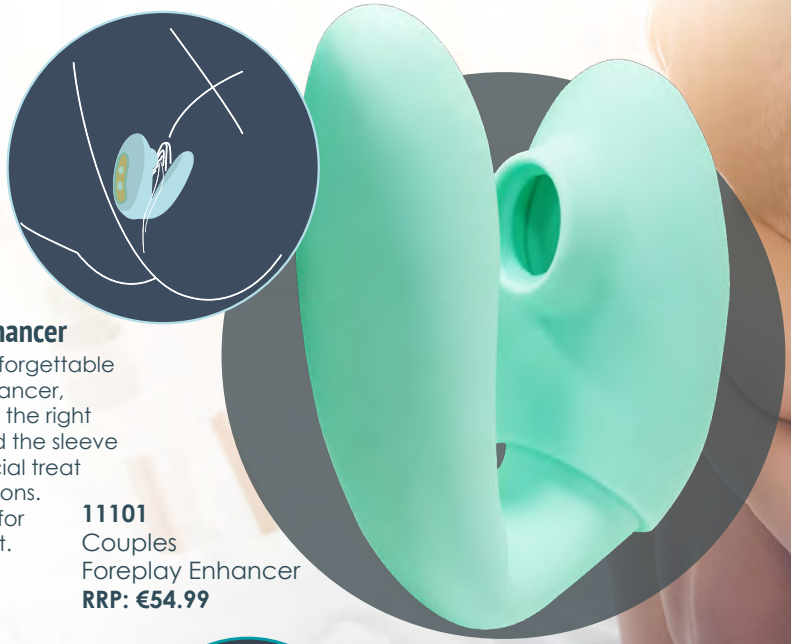
Druck:
Leinebergland-Druck GmbH & Co.

SCALA

Xocoon

NEW

EXCLUSIVE

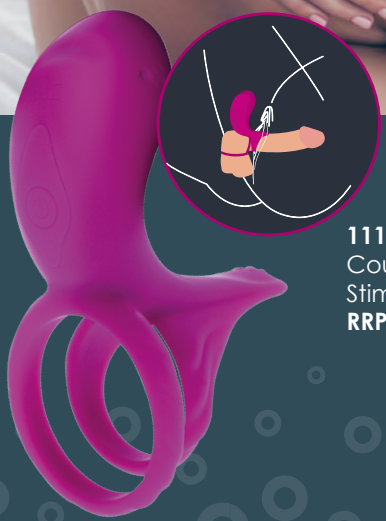


Couples Foreplay enhancer

Make your foreplay unforgettable with this stimulator enhancer, the stimulator will hit all the right nerves hands-free. Add the sleeve and give clitoris a special treat with extra micro-vibrations. This toy is all you need for a steamy Xocoon night.

11101
Couples
Foreplay Enhancer
RRP: €54.99

11103
Couples
Vibrator Ring
RRP: €49.99



11102
Couples
Stimulator Ring
RRP: €44.99