49335 • 24. Jahrgang • No. 07 / 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
XBIZ THE INDUSTRY SOURCE

FLESHJACK BOYS®

Summer launches!

FLESHLIGHT®

©2022 Interactive Lile Forms, LLC. All rights reserved. Fleshlight, Fleshlight Girls & all associated logos are designs or registered trademarks of Steve Shubin, used under license.

LELO

sensual independence

IDA™ Wave

dual stimulation massager

IDA™ Wave is an app-connected massager powered by two separate motors created for those who wish to gradually build up their orgasm. The rotating, insertable tail is the source of deep pleasuring on the G-spot as it uses specially designed WaveMotion™ technology that mimics finger-like motion, while the larger top brings satisfying vibrations to the clitoris.

COMPATIBLE WITH THE NEW LELO APP!
DOUBLE THE POWER
Two vibrating motors provide dual sensation inside and out.
APP-CONTROLLED
Connect and control your device via Bluetooth for extended pleasure.
WIDER RANGE OF INTENSITIES
Experience different levels of satisfaction with 10 powerful pleasure settings.
WAVEMOTION™ TECHNOLOGY
Enjoy a surging finger-like massage that stimulates your G-spot.
Retailers interested in stocking LELO products are invited to contact sales@lelo.com
www.lelo.com

66

Wie muss ein moderner Masturbator aussehen? So wie AIRTURN 2, sagt Chalim Huang

84

Vincent Renou spricht über den Start von MEN4MEN.eu

56

Niklas Christiansen - ORIONs neuer Brand Coordinator im Interview

Eric Lee, Chief Innovation Officer von Blush, informiert über das Engagement seines Unternehmens in Bezug auf Nachhaltigkeit

74

70

Wohin führt der Weg des Geschäfts mit Toy Homepartys in der Post-Corona Phase? Eric Vonke (Ladies Night Home-parties) berichtet über seine Erfahrungen

94

Andrea Rey, Mitgründerin von Biird, präsentiert den zweifachen Award-Gewinner Evii

44

Sergi Martinez Reig, Account Manager bei Grutinet, über Umwälzungen in den Vertriebskanä-len für Sex Toys

48

Liberator kooperiert mit dem ORION Wholesale: Dennis Brito, Vertriebsleiter von OneUp Innovation, kennt die Details

88

Raymond Houtenbos, Vice President of Sales Evolved Europe, zieht eine positive Bilanz der ersten sechs Monate dieses Jahres

Eva und Jan Vinzenz Krause informieren über das Potential von Kondomen im Erotikeinzelhandel

58

News:
Internationales Marktgeschehen 06

Feature:
Immer auf die Kleinen 26

Event:
ORION Training Days 2022 30

Event:
Intimate Wellness Expo 36

Interview:
Sergi Martinez Reig (Grutinet) 44

Interview:
Tim Brown (Bathmate) 52

Interview:
Eva und Jan Vinzenz Krause (MISTER SIZE)) 58

Interview:
Chalim Huang (OTOUCH) 66

Interview:
Eric Vonke (Ladies Night Homeparties) 70

Interview:
Eric Lee (Blush) 74

Interview:
Vincent Renou (Men4Men.eu) 84

Interview:
Raymond Houtenbos (Evolved) 88

Interview:
Andrea Rey (Biird) 94

Monthly Mayhem: 100

Highstreet: 104

Produktstrecke: 108

eLine Kalender: 110

Vorwort

Liebe Leser,

schon immer sind die Meinungen darüber, wie unser Markt sich in Krisenzeiten verhält, sehr weit auseinandergegangen. Das ist auch jetzt nicht anders, wo wir täglich mit neuen Meldungen über steigende Lebenshaltungskosten und sinkende Konsumbereitschaft konfrontiert werden. Noch aber ist nicht absehbar, ob der Sex Toy Markt darunter leiden wird, wenn die globale Wirtschaftslage sich weiter abkühlt, oder ob er vielleicht sogar als Gewinner aus der Krise hervorgehen wird? Wenn es aber, wie uns ein Einzelhändler berichtete, spürbar ist, dass die Konsumenten gerade gegen Ende des Monats weniger kaufen als normal üblich ist ist, dann ist das vielleicht ein Signal. Natürlich kann man argumentieren, dass man nicht voreilige Schlüsse ziehen sollte, weil es sich nun mal um die Beobachtung eines einzelnen handelt und es sich noch nicht abschließend sagen lässt, ob diese Entwicklung vielleicht nur temporär ist. Die Krisenfestigkeit unseres Marktes aber wird in nächster Zeit definitiv auf die Probe gestellt.

In diesem Sinne,
Matthias Johnson

ORION Wholesale ist exklusiver Vertriebspartner von LIBERATOR in Europa

Sexmöbel

Ab sofort ist der ORION Wholesale exklusiver Europa-Vertriebspartner der Firma LIBERATOR.

Björn Radcke, Head of Sales & Marketing beim ORION Wholesale & LIBERATOR Sales Manager Dennis Brito

Die hochwertigen und außergewöhnlichen Sexmöbel von LIBERATOR machen nicht nur optisch was her, sondern laden auch dazu ein, neue Sex-Stellungen auszuprobieren. Ausgewählte Produkte des LIBERATOR Sortiments sind ab sofort europaweit exklusiv über den ORION Wholesale erhältlich, weitere werden folgen. Die Sexmöbel von LIBERATOR sind aus Schaumstoffkissen hergestellt und mit speziellen Mikrofaserbezügen bezogen. Um die Produkte umweltfreundlich, leicht und diskret zu transportieren, verwendet LIBERATOR eine besondere Kompressionstechnologie, mit der 90% der Luft entfernt werden ohne die Qualität des Produktes zu beeinträchtigen. Sobald der Kompressionsbeutel geöffnet wird, kehrt das Produkt langsam in seine ursprüngliche Größe zurück. „Wir sind immer auf der Suche nach neuen Kooperationspartnern mit außergewöhnlichen Produkten, die sich vom Mainstream abheben“, sagt Björn Radcke, Head of Sales & Marketing beim ORION Wholesale. „Genau solche Produkte bietet LIBERATOR an, und wir sind sehr stolz darauf, dass wir diese hochwertigen und außergewöhnlichen Produkte jetzt als exklusiver Vertriebspartner in Europa anbieten und erfolgreich vermarkten dürfen.“ Auch LIBERATOR Sales Manager Dennis Brito zeigt sich erfreut über diese Kooperation. “Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit dem erfahrenen Vertriebsteam und den fachkundigen Branchenführern vom ORION Wholesale. Ich bin überzeugt, dass dies nur der Anfang einer für beide Seiten vorteilhaften Kooperation zwischen ORION und LIBERATOR ist, und ich kann es kaum erwarten zukünftig weitere Projekte mit diesem kompetenten Team auszuarbeiten.“

Neu: Nexus Ride

Für die Stimulation von Prostata und Perineum

Nexus Ride ist ein hochwertiges vibrierendes Massagegerät für die Prostata und das Perineum, das mit Leistung und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt.

Es ist so geformt, dass es sowohl bequem als auch fest und sicher sitzt. Es wird mit einer Fernsteuerung ausgeliefert. Nexus Ride besitzt sechs Vibrationsmuster, die durch den Schaft und die Basis schwingen, um Prostata und Perineum gleichzeitig zu massieren. „Nexus Ride wurde für Kunden entwickelt, die sich ein ferngesteuertes, hochwertiges Prostatamassagegerät wünschen, aber noch nicht bereit für einen

Revo sind“, sagt Monique Carty, Geschäftsführerin von Nexus. „Wir glauben, dass Ride der Einstieg in die Revo Reihe sein wird, sobald die Kunden von der Qualität und Effizienz der Marke Nexus überzeugt sind.“ Nexus Ride und seine Fernbedienung sind wiederaufladbar und wasserdicht/tauchfähig. Der Preis ist sehr wettbewerbsfähig, um möglichst vielen Kunden eine befriedigende Prostatamassage zu ermöglichen.

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

Le Wand bringt die Rainbow Ombre Petite Massager Kollektion auf den Markt

7-teiliges Set

Diesen Monat stellt Le Wand den Rainbow Ombre Petite Massager vor, eine neue glitzernde Farbvariante in der limitierten 7-teiligen All That Glimmers Kollektion.

Der schillernde Farbverlauf in Regenbogentönen bedeckt den Schaft des wiederaufladbaren Vibrators sowie das Sortiment an lustigen, von den 90er Jahren inspirierten Accessoires, die in dem Set enthalten sind. Le Wand Petite ist ein vielseitiger Wand Vibrator, der große Leistung in kompakter Größe bietet. Diese kleinere Version des kultigen Le Wand Massagers verfügt über 10 Vibrationsgeschwindigkeiten und 6 Vibrationsmuster. Der schlanke und elegante Le Wand Petite ist auch ideal für Einsteiger in die Massagetechnik, denn er liegt gut in der Hand und ist dank seines leichten Designs leicht zu manövrieren. Der weiche, mit Silikon überzogene, flexible Kopf ist perfekt, um mit den kräftigen, rumpelnden Vibrationen des Produkts bestimmte Bereiche zu stimulieren. Der Le Wand Petite Vibe kann mit den neu eingeführten Silikonaufsätzen Glider, Flexi und Dual, die unterschiedlich geformt sind, auch für die innere Stimulation verwendet werden. Zusätzlich zum Le Wand Petite enthält die limitierte 7-teilige All That Glimmers Rainbow Ombre Le Wand Petite Kollektiom eine Anleitung zur Verwendung des Produkts, ein aufgewickeltes Glimmer-Ladekabel in Metallic-Pink, ein glitzerndes Reiseetui, eine Le Wand-Emaille-Anstecknadel, Rainbow Glimmer-Nagellack und -Körpergel sowie temporäre Tattoos – alles in der neuen Regenbogen-Ombre-Farbgebung.

Nalpac schließt exklusive Vertriebsvereinbarung mit EDC Wholesale

Nalpac vertreibt ab sofort exklusiv die PMV20 Kollektion von EDC Wholesale in den USA. Die Kollektion umfasst fünf farbenfrohe Vibratoren, ein Butt-Plug-Set und ein Kegelball-Set. „Die PMV20 Kollektion kombiniert Funktionalität, Stil, auffällige Farben und eine großartige Preisgestaltung. Das Nalpac Team freut sich darauf, in Zusammenarbeit mit EDC Wholesale Marketingmaßnahmen und Programme zur Verkaufsförderung zu entwickeln, um die Linie auf dem US-Markt erfolgreich zu vertreiben“, erklärt Phoebe Grott, Marketingleiterin bei Nalpac. Die PMV20-Kollektion ist ab sofort für Kunden von Nalpac bestellbar. Davey Ottema, Senior Account Manager bei EDC Wholesale, sagt: „Das Nalpac Team ist begeistert von den leuchtenden Farben und den Materialien der Marke. Wir sind sicher, dass sie der perfekte Partner sind, um die PMV20 Kollektion in den USA zu promoten. Ich bin zuversichtlich, dass ihre Kunden ebenso begeistert sein werden wie unsere. Ich kann es kaum erwarten, unsere Hausmarke im Einzelhandel und in den Online-Shops in den USA zu sehen!“

SCALA

BUTTOCKS by TOYJOY

NEW

BOOST YOUR ANAL PLEASURE

10228
The Heroic P-Spot
RRP: €44.99

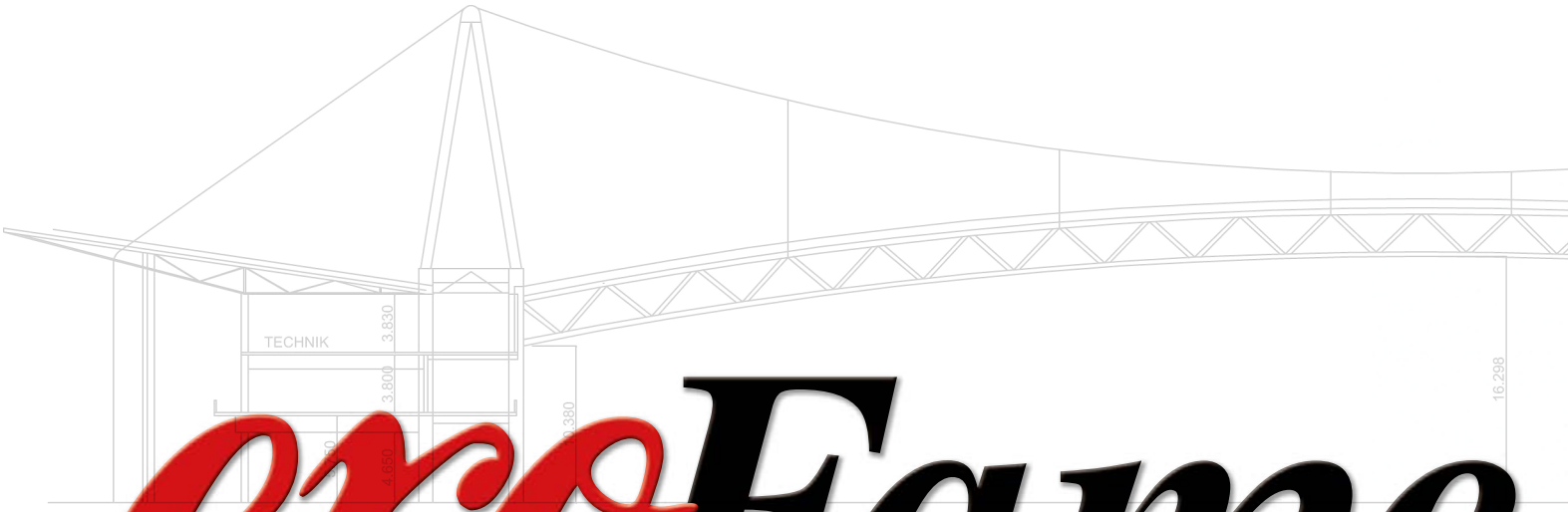
10226
The Spunky
RRP: €44.99

10227
The Risque
RRP: €44.99

10225
The Sparkle
RRP: €44.99

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

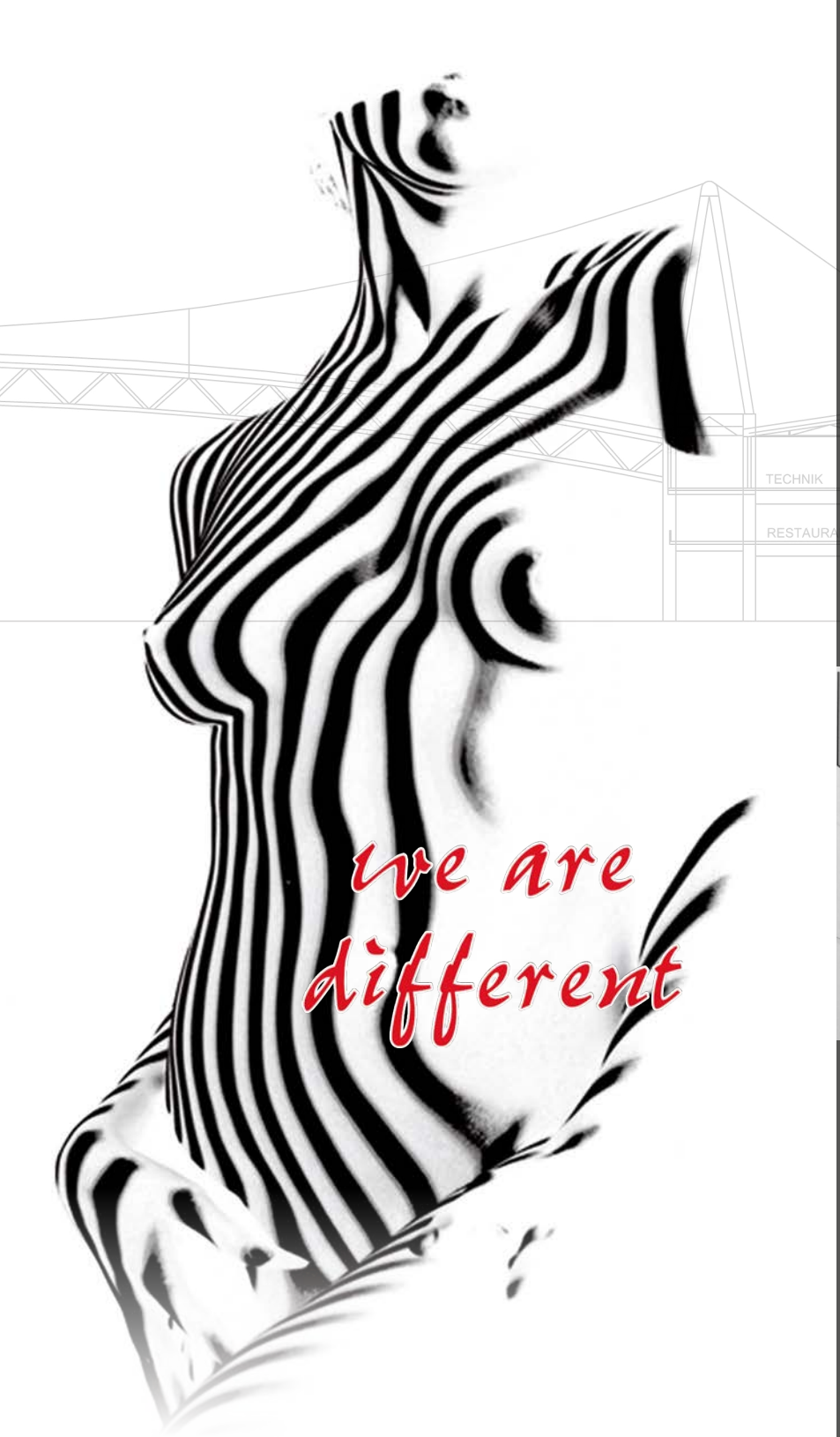
Nur für Fachhändler. Eintritt frei.

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

4trends, ABS Holdings / Prowler, Adloran GmbH, Anais Apparel, Aneros, Ansi Exports, Asha, axami, Bathmate, Beauty Enigma, Bijoux Indiscrets, Bizzy Diamond BV, CalExotics, Celebrity Knights, Clandestine Devices, CNEX, Cobeco Pharma, COTR, Creative Conceptions, Cut4Men, Cyrex, DanaMedic Aps, Dusedo, Eau Zone (Shunga), EDC Wholesale, Eropartner, E-Stim System Ltd, Evolved, F.P.C. Sarl, Femarvi S.L., Femme Funn, Fleshlight International, Fun Factory, Gisele International, Gvibe, Honey Play Box, Hot Octopuss, Hot Productions & Vertriebs GmbH, Hustler, Hyperion Mariusz Senger, International Dreamlove, Intimate Distribution, Intt Cosmetics, Je Joue, Joydivison, Kamasutra, Kheper Games, Kiiroo BV, Klipon, Ledapol, Leg Avenue, LELO AB, Let‘s Out, Life is Short, Lockerroom, Lovecherry, Lovely Planet, LTC Heathcare, MSX, Mystim,

Nexus, Noir Handmade, NS Novelties, O-Products, ORION, Pasante, PEMAW GROUP, Penthouse, pjur, Platanomelon, Plazacraft, Puissante, RCC Wholesale, Rimba, Rocks Off Ltd, Rosebuds, Satisfyer, SCALA, Sengerbrands.com, SHOTS, Spitzemjunge, ST Rubber, Svakom, Swiss Navy, System JO, Sygnis, Tenga, Tonga, TZ Fashion GmbH, United Brands, Wood Rocket, WOWTech Europe GmbH, XR Brands, YesforLov, Your Lifestyle BV, Zorba International

Stand: 7. Juni 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

pjur®

st RUBBER

Bathmate schließt Partnerschaft mit Besharam

Für den indischen Markt

Nach einem erfolgreichen Treffen auf der Xbiz Veranstaltung in Miami freut sich Bathmate, eine Partnerschaft mit Besharam bekannt zu geben.

Tim Brown, Bathmates Global Brand Manager, sagt dazu: „Ich habe Raj Armani, Mitbegründer und COO von Besharam, bei mehreren Gelegenheiten getroffen und war immer beeindruckt von Rajs Leidenschaft und Professionalität. Besharam ist zweifellos ein führendes Unternehmen auf dem indischen Markt für Erotikprodukte. Wir haben besprochen, wie wir die Marke in Indien weiterentwickeln können, und ich freue mich, sagen zu können, dass wir uns auf einen sehr spannenden Weg geeinigt haben“. Besharam wird das gesamte Bathmate Sortiment auf dem indischen Markt einführen und mit den Bestsellern der Marke beginnen. Raj Armani, Mitbegründer und COO von Besharam, fügt hinzu: „Während sich unsere Marke im indischen Ökosystem entwickelt, haben wir uns bewusst für eine Partnerschaft mit den besten Marken der Branche entschieden, die zu ihren Produkten stehen, unsere Beziehungen schätzen und ein echtes Interesse an einer Präsenz in Indien zeigen. Bathmate haben wir schon seit einigen Jahren auf dem Radar, da das indische Publikum nach qualitativ guten Produkten sucht. Kaum hatten wir die Produkte auf den Markt gebracht, gab es bereits Vorbestellungen für die Penispumpen, was den weltweiten Ruf von Bathmate und die Nachfrage in der indischen Bevölkerung unterstreicht.“

Neue Dessous von ‚obsessive‘ beim ORION Wholesale

Sechs neue Dessous des Labels ‚obsessive‘ sind ab sofort über den ORION Wholesale erhältlich. Der ORION Wholesale hat die hochwertigen Dessous von ‚obsessive‘ bereits seit Anfang 2019 im Sortiment. Das Wäschelabel ist speziell für Frauen, die ihre Weiblichkeit stilvoll, sinnlich und selbstbewusst in Szene setzen wollen. Die sexy Dessous überzeugen mit aufregenden, figurschmeichelnden Schnitten und viel Liebe zum Detail. Da die Dessous etwas kleiner ausfallen, gibt es beim ORION Wholesale eine separate Größentabelle für die Kollektion von ‚obsessive‘. Geliefert werden die Dessous in hochwertigen Kartonagen, die auch als Geschenkverpackung genutzt werden können, ummantelt von einem Papp-Schuber mit Artikelabbildungen und englisch-sprachigen Artikelbeschreibungen.

WWW.EROPARTNER.COM

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

le WAND

CHROME VIBES

RIDE A WAVE OF SENSUAL INTERNAL VIBES

COMING **SOON**

EROPARTNER
DISTRIBUTION

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

BAYEK

Neues Pärchen-Toy von ZALO ab sofort erhältlich

Als Teil der ZALO Legend Series wurde BAYEK entwickelt, um die sexuellen Erfahrungen von Paaren auf ein neues Level zu heben.

Glattes, weiches Silikon bedeckt dieses ergonomisch geformte Produkte, das bequem zwischen zwei Körper passt, um die Penetration von innen und außen zu verbessern. Mit acht starken Vibrationsmodi, die sowohl die Klitoris als auch den G-Punkt stimulieren, verfügt BAYEK über einen eingebauten Motor in seinem ausfahrbaren Arm, der eine tiefe innere Massage ermöglicht. BAYEK verfügt außerdem über zwei Ringe, die sich um den Hodensack und die Peniswurzel legen, um die Erektion zu verbessern. Er kann auch um die Finger getragen werden, um die Stimulation mit der Hand zu verbessern. Eine schöne, schimmernde, goldene, schildförmige Verzierung ziert das Äußere des Geräts und verleiht ihm einen luxuriösen Touch. BAYEK wird mit einer weichen, silikonummantelten Fernbedienung geliefert, mit der die verschiedenen leistungsstarken Vibrationsfunktionen bedient werden können, ohne das Pärchenspiel zu unterbrechen. Außerdem ist er mit der ZALO Remote Pro App kompatibel, mit der die Nutzer die leistungsstarken Funktionen durch Antippen oder Streichen mit der Fingerspitze anpassen und BAYEK von überall auf der Welt über Bluetooth und Wifi steuern können.BAYEK ist in drei Farben erhältlich und wird aus körperverträglichem Silikon hergestellt. e

b-Vibe jetzt bei Tonga erhältlich

Tonga freut sich, mitteilen zu können, dass die Premium-Analtoys von b-Vibe ab sofort bestellt werden können. b-Vibe ist eine hochwertigen Kollektion von technologisch fortschrittlichen Anal Toys, die von der zertifizierten Sexualpädagogin Alicia Sinclair gegründet wurde. Als Ergebnis jahrelanger Forschung nutzt jedes b-Vibe Produkt innovative Formen, um spezifische, oft nicht angesprochene Quellen der analen Lust anzusprechen. Die Hauptaufgabe sieht b-Vibe vor allem darin, die Aufklärung zum Thema Anal Play zu fördern. Alle Produkte von b-Vibe sind zu 100 % körperverträglich gemäß California Prop 65 (frei von Phthalaten), sie verfügen über weltweite CE- und REACH-Zertifizierungen und jeder Plug wird mit einer Garantie und einem Anleitungsheft geliefert, um das sexuelle Erlebnis sicherer, informierter und letztendlich angenehmer zu machen. e

SPARKLING

dreamtoys

NEW

info@tongabv.com

tongabv.com

+31 (0) 115 566 322

Dreamlove stellt ‚Ibiza' vor

Luxus-Toys

Wer an Ibiza denkt, der denkt nicht selten auch an Sex. Viele Besucher kommen auf die Insel, um sich zu entspannen, die Schönheit der Insel zu genießen, zu flirten – oder es zumindest zu versuchen – und vielleicht an einem der symbolträchtigsten Orte Ibizas Sex zu haben – oder es zumindest zu versuchen.

Ohne Zweifel ist die Insel ist der ideale Ort, um sich alleine oder mit dem Partner zu entspannen und zu erholen. Toys dürfen dabei nicht fehlen und Dreamlove bringt passend dazu mit ‚Ibiza' eine neue Linie auf den Markt, die für neue Erlebnisse, Detailverliebtheit, Formgebung, kräftige Motoren und eine exzellente Haptik steht. Die Marke besteht aus insgesamt zehn Toys, von denen jedes einzelne über besondere Funktionen verfügt. Sie sind aus hochwertigem, superweichem, hypoallergenem Silikon hergestellt und somit seidig in der Textur, sehr leicht zu reinigen und mit einem unschlagbaren Touch. Die Eleganz wird durch perlgoldfarbene Details noch gesteigert. Für den Komfort beim Transport der Produkte und der Diskretion setzt ‚Ibiza' auf eine hochwertige Verpackung mit einer schwarzen Tragetasche, in der sich das Toy, ein Ladegerät und eine Einzeldosis des Gleitmittels Waterfeel Neutral befinden, damit die erste Erfahrung des Kunden so angenehm wie möglich ist und das Toy diskret überallhin mitgenommen werden kann. „Wenn das Vergnügen eine Sache ist, die von zwei Menschen geteilt wird, wird alles besser", so heißt es von Dreamlove. ‚Ibiza' steht für Toys, die speziell für das Vergnügen zu zweit entwickelt wurden und für verschiedenste Spielarten genutzt werden können. „Unser ultimatives Ziel mit dieser Reihe von Luxus-Toys ist es, dass sich jeder, der eines von ihnen besitzt, besonders fühlt.Wir haben geduldig studiert, was der Endkunde braucht, um alle seine Bedürfnisse zu befriedigen, und wir haben uns um jedes Detail gekümmert, damit unsere Toys das beste Geschenk sind, das man jemandem machen kann, damit dieser sich besonders fühlt."

SCALA bietet neue Plugs von NS Novelties

Neu und sofort bei SCALA bestellbar: Renegade Bomba und Renegade Bull (beide in 3 Größen erhältlich). Die neuen und einzigartigen Plugs von Renegade sind aus superweichem und elastischem Silikon hergestellt. Diese Plugs können so gehandhabt werden, dass sie sich bei Bedarf anpassen. Renegade von NS Novelties ist ein Blickfang in jedem Geschäft und passt perfekt zu den Wünschen des modernen Mannes.

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2205-064

Winni 2

Der neue App-gesteuerte Penisring von SVAKOM

SVAKOM kündigt die Veröffentlichung seines neuesten Produkts an – Winni 2. „Der originale Winni war bei den SVAKOM Kunden sehr beliebt", sagt ein SVAKOM Mitarbeiter.

„Wir haben sorgfältig auf das Feedback der Benutzer gehört und eine aktualisierte, leistungsfähigere und leichter zugängliche Version entwickelt". Winni 2 verfügt über fünf verschiedene Vibrationsmuster, die den Penis und die Klitoris durch seinen spitzen Kopf stimulieren. Jeder Vibrationsmodus verfügt über fünf verschiedene Intensitätsstufen. „Der Ring von Winni 2 ist ultra-elastisch und passt sich jeder Größe an.
Er kann sich auf beeindruckende Größen ausdehnen und sich konsequent um den Penis zusammenziehen, um perfekte Befriedigung zu bieten."
Erhältlich in stilvollem schwarzem Silikon mit schickem Goldüberzug, bietet Winni 2 Luxus und Komfort. Der spitz zulaufende Kopf ermöglicht eine breite, gezielte Stimulation, während das superweiche Material ein einfaches Anlegen und ein sanftes Erlebnis ermöglicht. „Wir haben die Fernbedienung beibehalten, da wir wollen, dass unsere Toys so zugänglich wie möglich sind, aber wir haben auch App-Funktionen hinzugefügt", so der SVAKOM Vertreter weiter. „Mit der SVAKOM App können Nutzer eine Vielzahl von zusätzlichen Funktionen freischalten, wie z. B. das Spielen über große Entfernungen – perfekt, um Grenzen auszuloten." LED-Anzeigen bieten eine farbenfrohe Methode, um den Überblick über die bevorzugten Modi zu behalten und ermöglichen ein einfaches Umschalten in jeder Situation. Winni 2 kann ab sofort geordert werden. e

Neu bei SCALA: Le Wand

Le Wand ist ab sofort bei SCALA erhältlich! Diese Marke für Massagegeräte zelebriert das sexuelle Vergnügen und bietet hochwertige Produkte zum Verwöhnen der erogenen Zonen.
Le Wand ist eine von Frauen gegründete Premium-Marke für vibrierende Massagegeräte, die eine unvergleichliche Qualität bieten. Le Wand begann mit einem klassischen Wand Vibrator und hat sich nun zu einer kompletten Linie erstklassiger Toys entwickelt. Le Wand wurde mit dem Gedanken an das Vergnügen für alle Körper entwickelt und setzt sich mit leistungsstarken, vielseitigen Produkten für die Intimität aller Menschen ein. e

ANOS

FINEST BUTT WEAR

ORION WHOLESALE

DEHNEN DEN ANUS & FÜLLEN ECHT GUT AUS!

3 Größen im Set

0554847

0553026

47 g , 77 g, 181 g · Saugfuß · Flexibel

Wieder-aufladbar · Soft Touch · Flexibel · P-Punkt-Stimulation

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2205-064

PDX Brands stellt zwei neue Mega Masturbatoren vor

PDX Plus EZ-Bang Torso und PDX Plus 360° Banger

PDX Brands liefert ab sofort zwei brandneue Mega Masturbatoren aus seiner PDX Plus Kollektion aus: PDX Plus EZ-Bang Torso und PDX Plus 360° Banger.

Die aus hochwertigem Fanta Flesh gefertigten und in drei Hauttönen erhältlichen Prachtstücke zeichnen sich durch hyperrealistische Details, ein samtweiches Innenleben und ein Paar perfekt platzierte Lustlöcher aus, die für einen einfachen Zugang und eine noch nie dagewesene Benutzerfreundlichkeit sorgen. Die neuen Torsos sind zwei der größten und schwersten Stimulatoren in der PDX Plus Kollektion: der EZ-Bang Torso wiegt über 6 kg und der 360° Banger über 4,5 kg. Da die Masturbatoren immer größer und schwerer werden, ist die Benutzerfreundlichkeit der Schlüssel für den anhaltenden Erfolg der Kollektion. PDX Brands konzentriert sich darauf, die Zugänglichkeit für alle Benutzer zu verbessern, indem sie Produkte entwerfen, die sicher und einfach zu genießen sind, mit besonderem Augenmerk auf erstklassige Penetrationswinkel für den Benutzer. Beide Torsos werden in aufwändigen, handgefertigten Formen hergestellt, wobei ein besonderes Augenmerk auf die korrekte anatomische Lage der beiden strukturierten Liebestunnel gelegt wird. Mit naturgetreuen Hauttexturen und subtilen Airbrush-Akzenten ist das Fanta Flesh TPE superweich und imitiert das Aussehen und Gefühl echter menschlicher Haut.

Electra by NS Novelties ist bei SCALA eingetroffen

Neu und jetzt bei SCALA erhältlich: Electra Play Things von NS Novelties. Mit Electra Play Things von NS Novelties gehen gutes Aussehen und ein angenehmes Tragegefühl Hand in Hand. Diese neonfarbene Kollektion von BDSM-Utensilien verleiht frechen und ausgefalleneren Abenteuern einen Hauch von Stil. Electra von NS Novelties ist die sexy und farbenfrohe Alternative zur traditionellen BDSM-Ausrüstung und bietet modische Accessoires für ausgefallene und phantasievolle Spiele. Die Kollektion besteht aus synthetischen Materialien, ist leicht zu reinigen und mit Neopren gefüttert. Peitschen, Handfesseln, Masken usw. – Electra deckt alle Wünsche ab.

couples CHOICE

ORION WHOLESALE

0553530

Wieder-aufladbar · Soft Touch · Fernbedienung · Wasserdicht

PAARTOYS
DER EXTRAKLASSE

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2205-064

XR Brands stellt neue ‚Milkers' vor

Automatisierte Oralsex-Simulatoren

XR Brands ist stolz darauf, zwei neue automatisierte Oralsex-Simulatoren aus der beliebten LoveBotz Reihe zu präsentieren: den Auto Milker Intense 13X Sucking Masturbator und den Auto Milker Extreme 16X Sucking Masturbator.

Diese einzigartigen Masturbatoren saugen, quetschen und vibrieren, um dem Benutzer ein höchst befriedigendes Erlebnis mit völlig neuen, lebensechten Empfindungen und Kombinationen zu bieten. Der über USB aufladbare Auto Milker Intense verfügt über drei Vibrationsgeschwindigkeiten und sieben Vibrationsmuster sowie über drei starke Saugstufen. Der Auto Milker Intense ist wasserdicht, über USB aufladbar und so konzipiert, dass der Benutzer das Sleeve zur einfachen Reinigung abnehmen kann. Der Auto Milker Extreme verfügt über ein ultra-realistisches, weiches, dehnbares Sleeve aus Silikon, das zur einfachen Reinigung herausgenommen werden kann. Das ABS-Kunststoffgehäuse beherbergt einen leistungsstarken Motor, der drei Saugmodi, drei Quetschmodi und zehn Vibrationsmodi bietet. „Die automatischen LoveBotz Masturbatoren werden immer besser", so Rebecca Weinberg, Geschäftsführerin von XR Brands. „Der ursprüngliche Milker war und ist immer noch ein sehr gefragtes Produkt, das die Verbraucher lieben. Wir sind begeistert, dass wir nun aktualisierte, erschwinglichere und tragbarere Versionen anbieten können, die alles beibehalten, was das Konzept des automatischen Melkens so besonders gemacht hat, und es mit zusätzlichen Stimulationsmöglichkeiten erweitern. Der Auto Milker Intense 13X Sucking Masturbator und der Auto Milker Extreme 16X Sucking Masturbator sind aufregende Neuzugänge in einer Produktkategorie, von der wir annehmen, dass sie weiter wachsen wird!"

ST RUBBER Newskatalog 2022

ST RUBBER präsentiert stolz den neuen Newskatalog 2022! Auf über 60 Seiten werden über 200 spannende und starke Neuheiten gezeigt. Von Drogerieartikeln über Lovet Toys bis hin zu fesselnden Fetischpridukten, der neue Katalog hat einiges zu bieten. Jetzt bei ST RUBBER im Online Shop downloaden oder einfach online durchblättern! 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

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

2205-064

XX-DREAMSTOYS
Leder-Fußfessel
abschließbar
weiss/schwarz

XX-DREAMSTOYS
Leder-Halsfessel
weiss/schwarz

XX-DREAMSTOYS
Leder-Fußfessel
„The Crown“ schwarz

XX-DREAMSTOYS
Leder-Halsfessel
„The Crown“
rot

XX-DREAMSTOYS
Leder-Handfessel
„The Crown“
schwarz

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

XX-DREAMSTOYS
XX-DREAMSTOYS
Leder-Mund Knebel
Maske schwarz
XX-DREAMSTOYS
Leder-Ketten-BH
Set
XX-DREAMSTOYS
Chastity „Beauty“
rot
XX-DREAMSTOYS
Leder-BH mit Harness
und Fesseln
Neu bei
ST RUBBER
im Sortiment!
Sind Sie bereit für
fesselnde Abenteuer?

STRUBBI.COM

Immer auf die Kleinen

Leiden kleinere und mittlere Unternehmen durch die aktuellen Marktentwicklungen?

JA

Colleen Godin, EAN U.S. Korrespondentin

Dass Toys im E-Commerce seit vielen Jahren auch von Mainstream Unternehmen angeboten werden, haben wir uns gewöhnt. Im Zuge der Entwicklung, dass die Akzeptanz gegenüber Sex Toys weiter wächst, setzen nun aber auch verstärkt Unternehmen, die im Mainstream-Einzelhandel beheimatet sind, auf diese Produkte. Was bedeutet es für das Erotikgeschäft um die Ecke, wenn ‚Big Box Retailer' nun Sex Toys in den Regalen präsentieren?

Die kollektive harte Arbeit, die wir geleistet haben, um Sex Toys in die Welt des Mainstream-Einzelhandels zu bringen, hat sich endlich ausgezahlt. Oder doch nicht? Einige Betreiber kleinrere und mittlerer Unternehmen weisem daraufhin, dass Verbraucher nicht mehr darauf angewiesen sind, ein lokales Erotikgeschäft oder einen Nischen-Online-Händler aufzusuchen, um Sex Toys zu kaufen. In Anbetracht der Tatsache, dass Vibratoren und Dildos heute sowohl bei riesigen E-Commerce Unternehmen als auch im stationären Maistream-Einzelhandel erhältlich sind und einige Unternehmen unserer Branche ihre Mehrheitsanteile an Investoren verkaufen, stellt sich die Frage. wohin die Reise geht? „Der nächste Schritt ist der Kauf von Herstellern durch Hedgefonds. In den nächsten Jahren steht uns eine Welt voller Veränderungen bevor", so Jimmy Roark-Grunder, Manager bei Passions Video, in einem Facebook-Post, der sich an Branchenkollegen richtet. „Die kleinen Läden werden verdrängt werden, und Multi-Millionen-Dollar-Unternehmen werden auf den Märkt drängen". Auch weist Roark-Grunder auf die Schwierigkeiten für Erotikläden betreiber hin, mit den von den Verbrauchern am häufigsten besuchten stationären Geschäften zu konkurrieren. „Alle reden und beschweren sich darüber, dass Amazon Sex Toys verkauft. Leider muss ich darauf hinweisen, dass auch all die bekannten großen Einzelhandelsketten hier in den USA Sex Toys anbieten!" so Roark-Grunder in einem späteren Beitrag. „Man muss einen Weg finden, um mit den großen Jungs zu konkurrieren. Covid hat Sex Toys das Stigma genommen. Sie werden schneller zum Mainstream, als man sich vorstellen kann, und das nicht nur online. Immer mehr stationäre Einzelhändler verkaufen sie in ihren Geschäften und oft ist der dortige Verkaufspreis niedriger als der Großhandelspreis." Sabir Kishore, Inhaber von BelovedNovelties.com, ist der Meinung, dass das Problem vor allem bei den Herstellern liegt, die direkt an Unternehmen wie Amazon verkaufen, da diese riesige Bestellungen aufgeben und dann den Mindestpreis ignorieren, wodurch die Preise im Erotikmarkt unterboten werden. Jacob Henderson, ein Erotikeinzelhändler, fasst den Realismus und die potenzielle Trostlosigkeit des Mainstream-Dilemmas zusammen: „Das Beste, was wir tun können, ist zu hoffen, dass wir die Menschen erreichen, die ihr Vergnügen nicht nur bei Amazon Prime suchen."

Nein

Die Medaille hat bekanntlich immer zwei Seiten – und das ist bei der Entwicklung unseres Marktes in Richtung Mainstream nicht anders. Natürlich entsteht mehr Konkurrenz wenn die großen Super- oder Hypermarktketten Vibratoren anbieten, langfristig gesehen entstehen dadurch aber viele positive Effekte, von denen der traditionelle Erotikeinzelhandel profitieren wird. Warum? Ganz einfach, weil die beschriebene Entwicklung zum einen die Akzeptanz gegenüber Sex Toys weiter stärken wird und zum anderen, weil sie die Tür für eine Kundschaft öffnet, die bislang noch keinen Kontakt zu Sex Toys hatte. Folgender Fall: jemand kauft einen Vibrator – Standardmodell, nichts Außergewöhnliches – in einem Geschäft einer der großen Mainstream-Ladenketten, geht damit nach Hause und hat viel Spaß damit, was in dem Verlangen resultiert, ein weiteres oder anderes Produkt kaufen zu wollen, um damit den sexuellen Horizont zu erweitern. In dem besagten Geschäfte ist die Auswahl aber überschaubar klein, außer Standardprodukten wird nicht viel angeboten. Was also tun? Der Blick geht also zum ‚Spezialisten' – sprich zum Erotikeinzelhandel – denn dieser hat zig verschiedene Produkte in seinen Regalen und hat zudem die passende Expertise dazu. Ist die Beratung überzeugend und erfüllt das Produkt die Erwartungen und Bedürfnisse, steht einem neuen Stammkunden eigentlich nichts mehr im Weg. Natürlich geht das nicht immer so einfach und reibungslos wie hier skizziert, dennoch ist ein Nebeneinander von traditionellem Erotikeinzelhandel und Mainstream-Einzelhandel durchaus möglich, denn sie müssen sich nicht zwingend gegenseitig die potentiellen Kunden für Sex Toys streitig machen. e

Matthias Johnson, Chefredakteur

Dritter pjur DIGITAL DAYS Partner Summit erfolgreich

‚Stronger Together'

Die dritte Ausgabe des pjur Digital Days Partner Summits (14. – 17. Juni 2022, Online Event) ist vorüber und das Fazit ist hervorragend: In zahlreichen Terminen wurde mit Kunden und Partnern über aktuelle Kampagnen gesprochen und die Weichen für das nächste Halbjahr gestellt.

„Der pjur DIGITAL DAYS Partner Summit unter dem Motto 'Stronger Together' ist gut gelaufen. Wir konnten mit zahlreichen internationalen Kunden Gespräche führen, ihre Herausforderungen in der aktuellen Zeit besser verstehen und gemeinsam nach Lösungen suchen. Ich glaube, wir haben den Grundstein für ein starkes zweites Halbjahr gelegt", zieht Alexander Giebel, Geschäftsführer und Gründer von pjur, ein positives Resümee nach vier Tagen mit intensiven Kundengesprächen.

DIGITAL DAYS Partner Summit vernetzt pjur mit Kunden weltweit

Der DIGITAL DAYS Partner Summit dient als Dreh- und Angelpunkt für Kundentermine, die -auf Grund des digitalen Formates- ortsunabhängig stattfinden können. Das Motto 'Stronger Together' unterstreicht die Idee, dass Marken und Händler gemeinsam noch erfolgreicher sind und eine engmaschige Abstimmung und Planung unerlässlich ist. Insgesamt konnte das pjur Smarketing Team Kunden von vier Kontinenten virtuell begrüßen.

„Die Marke pjur ist global aufgestellt – dank unserer zahlreichen Vertriebspartner. Der Partner Summit ist die ideale Gelegenheit, sich ohne Reisekosten und Jetlag, über Ländergrenzen hinweg, auszutauschen und Aktivitäten zu erarbeiten und zu planen. Ich bin überzeugt, dass das digitale Angebot eine sinnvolle Maßnahme ist, um die Beziehung zu unseren Partnern weiter zu intensivieren und die Marke weltweit voranzutreiben", so Marco Castor, Head of Sales bei pjur.

Auch beim diesjährigen Partner Summit durfte der Spaß nicht zu kurz kommen und ein glücklicher Gewinner durfte sich zudem über eine Apple Watch Series 7 freuen.

Dreamlove
OFFICIAL DISTRIBUTOR

Ibíza
exclusive experience

PREMIUM SILICONE · MULTIPLE MOTORS · REMOTE CONTROL
INFLATABLE TOYS · **UNLIMITED WAYS TO PLAY**

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

ORION WHOLESALE

TRAINING DAYS 2022

‚BUSINESS meets PLEASURE' geht in die nächste Runde

Sommerversion der ORION Training Days begeistert und inspiriert die Teilnehmer

Nach dem Erfolg der ersten ORION Training Days Anfang November vergangenen Jahres fand vom 23. bis 25. Juni die Fortsetzung statt. Getreu dem Motto ‚BUSINESS meets PLEASURE' hat der ORION Wholesale rund 80 Einzelhändler aus 14 Ländern in die Zentrale nach Flensburg eingeladen und ihnen ein interessantes Programm aus Produktschulungen, Markenpräsentationen sowie Unterhaltung geboten.

Miguel Capilla (Fleshlight) im Einsatz

Das erfolgreiche Konzept der Premierenveranstaltung im November 2021, die Gäste in kleine Gruppen aufzuteilen, die dann verschiedene Stationen, sprich Vorträge, Präsentationen oder Produktschulungen durchlaufen, ist beibehalten worden. Das B2B-Team von ORION war verantwortlich für die Stationen ‚Toys'. ‚Lingerie' und ‚Gleitmittel'. Die anderen Stationen waren Fremdmarken, die von ORION distribuiert werden, vorbehalten. Folgende Marken und Lieferanten sind nach Flensburg gekommen: TENGA, Noir Handmade, Fleshlight und Pipedream.

Kristina Heimke und Marion Zobel informierten die Teilnehmer über alle Neuheiten aus ORIONs großem Lingerie-Angebot

Hier lauschen die Teilnehmer Hauke Christansen, der ORIONs Logistik erklärt

Während der Workshops gab es reichlich Gelegenheit, Produkte und Neuheiten genauestens unter die Lupe zu nehmen

Die Marke Liberator, mit der ORION erst vor kurzer Zeit ein auf Exklusivität basierendes Distributionsabkommen für den europäischen Markt abgeschlossen hat, ist von ORIONs neuem Brand Coordinator Niklas Christiansen präsentiert worden. Bei den rund 20minütigen Präsentationen ging es nicht nur allein um neue Produkte und Marken, sondern ebenso um den konstruktiven Austausch zwischen Groß- und Einzelhandel. Für das B2B-Team von ORION wie für die Referenten von Pipedream, TENGA, Noir Handmade und Fleshlight ging es darum, mehr über die

Bedürfnisse ihrer Kunden in Erfahrung zu bringen, auch um diese bei ihren Geschäften optimal unterstützen zu können. Vor dem Start der Produktschulungen hatten die Gäste die Gelegenheit, an einer Führung durch das Unternehmen samt der beeindruckenden Logistik teilzunehmen. Dass auch die Unterhaltung nicht zu kurz gekommen ist, bedarf eigentlich keiner Erwähnung. Am Abend vor den Inhouse-Schulungen gab es ein gemeinsames Essen in ‚Hansens Brauerei' und zum Anschluss des Events hat ORION seine Gäste in ‚Mäder's Restauration' eingeladen. „Auch unsere zweiten ORION Training Days waren ein voller Erfolg", resümiert Hans-Jürgen Bähr, Chief Product Officer (CPO) & Chief Sales Officer B2B (CSO) bei ORION. „Der persönliche Kontakt zu unseren Kunden ist das, was uns besonders am Herzen liegt, und das wissen unsere Kunden sehr zu schätzen. Unser Leitsatz „BUSINESS meets PLEASURE" ist für uns nicht nur ein Claim, wir leben ihn auch!"

Marcus Galka (Noir Handmade) kam mit zahlreichen Neuheiten auf die Training Days – und er kündigte weitere neue Produkte, die es im Oktober auf der eroFame zu sehen geben wird

In 'Hansen's Brauerei' fiel der Startschuss der ORION Training Days

Niklas Christiansen, ORIONs neuer Brand Coordinator

Die Gleitgel-Experten Niels Christiansen (ORION) und Axel Kaben (Lubry GmbH)

SCALA

NEW

nsnovelties

ELECTRA
PLAY THINGS

WWW.SCALA-NL.COM

SCALA

Bestes 'Cocktail-Wetter' – zum Abschluss der Veranstaltung hat ORION die Gäste ins Restaurant 'Mäders' eingeladen

Während der Workshops gab es reichlich Gelegenheit, Produkte und Neuheiten genauestens unter die Lupe zu nehmen

Björn Radcke (ORION) vor dem Hochregal

Satoshi Chatani (TENGA Europe) informiert über die Erfolgsgeschichte der Marke TENGA

Annika Scherer (Pipedream Europe) präsentiert die Vorzüge von Pipedreams

Orgie

Dare Yourself.

THE PLAY SET

ENJOY THE EXPERIENCE

Orgasm Drops

SENSITIZES THE CLITORIS · WARMING SENSATIONS · COOLING SENSATIONS

Touro XXXL

HARDENING EFFECT · ENLARGEMENT FEELING · VIBRATING SCALE

Sexy Vibe! Liquid Vibrator

VIBRATING EFFECT · INCREDIBLE ORGASMS · VIBRATING SCALE

Sexy Therapy Massage Oil Cotton Candy

SENSORIAL MASSAGE · WARMING SENSATIONS · KISSABLE

Set of 4 Orgie's best-sellers in 2ml sachet format designed to be the ideal choice for a romantic getaway, a nice little gift or to try these Orgie products

CRUELTY FREE · PARABEN FREE · RECYCLABLE PACKAGING

ean AWARD BEST BRANDING · ean AWARD BEST ASSORTMENT OF SENSUAL COSMETICS · XBIZ EUROPA AWARDS Winner · XBIZ EUROPA AWARDS Winner

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

Intimate Wellness Expo

IWE

Die Intimate Wellness Expo feiert eine erfolgreiche Premiere

Eropartner und EDC Wholesale laden Kunden und Lieferanten ein

Chris Bakker (EQOM Group) hält die Begrüßungsrede

Mehr als 80 Aktive aus dem europäischen Einzelhandel haben vom 8. bis 10. Juni 2022 an der ersten von EDC Wholesale und Eropartner Distribution organisierten Intimate Wellness Expo teilgenommen. Das Debüt der IWE, das vor allem im Zeichen des Austausches zwischen den Einzelhandelskunden der beiden Distributionsunternehmen, die bekanntlich Teil der EQOM Group sind, und ihren Lieferanten, war zugleich Premiere für EDC Wholesales Showroom, der kurz vor der Corona-Pandemie fertiggestellt worden ist und daher seit mehr als zwei Jahren auf eine gebührende Eröffnung mit Publikum warten musste.

Die Gespräche zwischen den Einzelhändlern, die aus verschiedensten Ländern Europas angereist waren, Vertretern der beiden gastgebenden Unternehmen sowie deren Lieferanten fanden in EDC Wholesales Showroom in Veendam statt. Aufgeteilt in Kleingruppen wanderten die Gäste von Lieferant zu Lieferant, um sich im direkten Gespräch über Sortimente, Neuheiten, Verkaufstips und ähnliches informieren zu lassen. Schnell entwickelten sich ein für alle Beteiligten lebhafter Austausch, der nicht allein auf den Verkauf

Monique Carty und Chloe Pearce (Nexus)

und auf Produkte fixiert gewesen ist, sondern auch das Verständnis füreinander stärkte. Zu den Lieferanten gehörten LELO, Nexus, Prowler, Fleshlight, System JO, Tenga, Dame Products, Rocks-Off, SVAKOM, XR Brands und Odile Toys. Offiziell eröffnet wurde die IWE am Donnerstagmorgen (9. Juni) durch Chris Bakker (Head of Business Development EQOM Group), der in seiner Begrüßungsrede betonte, dass sich die EQOM Group den gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen des Marktes gemeinsam mit ihren Kunden stellen will. Trotz der Krisen – Corona, Krieg in Europa – fallen die Wachstumsprognosen für den Sexual Wellness Markt mehr als positiv aus, so sagte Bakker weiter. Ihm folgte Victor Mids, ein in den Niederlanden äußerst populärer Illusionist. Mids zauberte keine weißen Kaninchen aus dem Zylinder hervor, sondern zeigte durch seine Tricks und Illusionen auf, wie beeinflussbar Menschen sind und welche Wirkung Körpersprache entfacht. Eine fesselnde Vorstellung mit zahlreichen Wow-Effekten für das Publikum. Danach starteten die bereits erwähnten Business Meetings sowie Führungen durch die Büros und die Logistik von EDC Wholesale. Am Abend wurde dann in ‚Donna's Social Club' in Groningens Innenstadt gegessen und gefeiert. Gesponsert wurde die Party von SVAKOM. Der Vormittag des nächsten Tages stand dann wieder im Zeichen von Business

Die IWE hat Einzelhändler mit den Lieferanten von EDC Wholesale und Eropartner ins Gespräch gebracht

Party in 'Donna's Social Club'

Hannes Hultman präsentiert SVAKOMs Neuheiten

Meetings. Mittags versammelten sich die Teilnehmer zu einer Stadtführung durch Groningen, um die IWE im Anschluss bei einem Lunch und einer Partie Boule – gesponsert von Fleshlight - ausklingen zu lassen. Der eigentliche Startschuss der ersten IWE fiel für alle bereits in Groningen eingetroffenen Gäste schon am Mittwochabend (8. Juni). System JO lud zu Drinks in der Bar des Veranstaltungshotels. Anschließend lud XR Brands die Teilnehmer in das Restaurant ‚Graansilo' ein.Die erste IWE war ein perfekt organisiertes Event, das nach einer Wiederholung verlangt. Die Gastgeber, Eropartner und EDC Wholesale, boten ihren Gästen eine mehr als gelungene Kombination aus Business und Entertainment. Was von allen - vom Veranstalter bis zu den Gästen - nach gut zwei Jahren Reise- und Kontaktbeschränkungen verständlicherweise besonders positiv bewertet wurde, war der persönliche Austausch, also das Gespräch von Angesicht zu Angesicht, das Händeschütteln, das in den Arm nehmen und natürlich das gemeinsame Feiern in großer, geselliger Runde.

Alexey Gaidai (APA Trading Ltd.) und Matthias Johnson (EAN)

Der in den Niederlanden sehr populäre Illusionist Victor Mids sorgte für so manchen Wow-Effekt beim Publikum

Powered by:

PowerBullet®

First-Class never felt better!

BMS FACTORY

First-Class Bullet
9 Functions | Crystal Button
Rechargeable | Travel Keychain

Book your ticket below

Stadtführung durch Groningen - auf der IWE kamen auch Kultur und Geschichte nicht zu kurz

Matthew Wright (System JO)

Siegertyp: Miguel Capilla beim Boule-Spiel

Nach der Stadtführung ließen die Teilnehmer die IWE mit Street Food und Boule im 'Boel Groningen' ausklingen

Lennard Honebecke erklärt den Teilnehmern der IWE wie die Logistik von EDC Wholesale funktioniert

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

PROWLER®
UNDERWEAR

Feeling Fruity!

Our new Spring/Summer Collection is certain to get heads turning and men growling with pleasure!

The range features 9 adorable prints; Fruit, Beach, Beach Bears, Ice-Cream, Pride Love, Brighton Pier and Soho London. Available in 4 cuts: Brief, Open Back Brief, Trunk, Jock and in 5 sizes (S-XXL). Made using a polyester and spandex blend.

NOW AVAILABLE
exclusively at EDC Wholesale

PROWLER

From jockstraps to trunks, we have you covered. With options to enhance, or expose, your best assets, we've got the underwear you're going to want to put on, because everyone else will be asking you to take it off.

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

Wir befinden uns noch in der Übergangsphase

Die Lieferkette des Erotikmarkts im Wandel der Zeit

Sergi Martinez Reig, Account Manager Grutinet

Jahrelang galt die traditionelle Lieferkette (Hersteller-Großhändler/Distributor-Einzelhändler-Konsument) als in Stein gemeißelt - auch und besonders im Sex Toy Markt. Dann kam die Digitalisierung und stellte alles auf den Kopf. Lässt sich das so vereinfacht ausdrücken?

Sergi Martinez Reig: Dieses Lieferkettenmodell ist für mich immer noch das beste. Aber es stimmt, dass wir in den letzten Jahren verschiedene Spielarten davon erlebt haben. Einzelhändler werden zu Distributoren und Herstellern. Hersteller werden zu Distributoren. Und Distributoren werden zu Einzelhändlern. Diese neue Formel kann erfolgreich sein, aber ein Unternehmen, das auf zwei verschiedenen Stufen der Lieferkette gleichzeitig arbeiten will, muss über das gesamte Know-how, die Logistik und die Systeme verfügen, die dafür erforderlich sind. Das schaffen nur sehr wenige. Es geht nichts über eine starke Lieferkette, die von erstklassigen Unternehmen gebildet wird, die sich gegenseitig vertrauen.

Die Disruption in den Vertriebswegen durch die Digitalisierung war riesig, sie forderte Opfer, sie eröffnete aber auch neue

Digitalisierung, Globalisierung und zuletzt die Corona-Pandemie – wer über die Lieferkettenstruktur im internationalen Sex Toy Markt diskutieren will, kann diese drei disruptiven Ereignisse und Entwicklungen nicht außen vorlassen, haben sie doch das traditionelle Netzwerk aus Hersteller-Großhändler-Einzelhändler-Konsument enorm unter Druck gesetzt. Eline hat über diese Thematik mit Sergi Martinez Reig, Account Manager beim spanischen Distributionsunternehmen Grutinet, gesprochen. Dabei geht der Blick nicht nur zurück, sondern richtet sich auch in die Zukunft, denn möglicherweise wartet mit der Mainstreamisierung von Sex Toys bereits die nächste Disruption auf die Lieferkette.

Möglichkeiten. Rein hypothetisch gefragt: wo würde unser Markt heute stehen, wenn es diesen Wandel nicht gegeben hätte?

Sergi: Es ist schwer vorstellbar, dass es im Jahr 2022 eine Industrie gibt, die nicht von der Digitalisierung oder Globalisierung betroffen worden ist.

Es folgte eine Zeit, die manch einer als 'Wilder Westen' bezeichnet hat: jeder verkaufte an jeden und die Grenzen zwischen Herstellern, Großhändlern und Einzelhändlern und ihren jeweiligen Geschäftsmodellen verschwommen immer weiter und weiter… war das eine direkte Folge der digitalen Revolution?

Sergi: Ich glaube nicht, dass der erwähnte 'Wilde Westen' eine Folge der digitalen Revolution in unserem Markt ist. Wir sind immer noch eine neue und relativ junge Branche, was neue Akteure anzieht. Jedes Unternehmen will sein Stück vom Kuchen abhaben. Einige von ihnen sind einfallsreicher und innovativer, andere treten mit einer Strategie der Kostenführerschaft auf den Markt. Das führt dazu, dass viele Unternehmen bereit sind, um jeden Preis zu kaufen, zu verkaufen und zu wachsen. Das ist für mich der 'Wilde Westen'. Und das wird nicht ewig so bleiben.

Diese Übergangsphase dauerte nur einige Jahre – hatte der Markt sich erfolgreich an den Wandel angepasst und die neuen Herausforderungen angenommen?

Sergi: Wir befinden uns noch in der Übergangsphase. Es wird noch ein paar Jahre dauern, bis wir sagen können, dass der Paradigmenwechsel endgültig vollzogen ist.

Wo wir gerade bei Herausforderungen sind: Welche neuen Herausforderungen waren das genau, vor denen Distributoren und Großhändler damals standen?

Sergi: Für ein Vertriebsunternehmen in einem Markt, in dem neue Teilnehmer auftauchen, besteht eine der größten Herausforderungen darin, die Situation eines 'Roten Ozeans' zu überwinden, die sehr wahrscheinlich eintreten wird. Wir haben diese Herausforderung auf zwei Arten gemeistert - durch Partnerschaften mit unseren Lieferanten und mit unseren Kunden. Ich kann keine weiteren Einzelheiten nennen. Aber ich kann sagen, dass dies allen Akteuren in der Lieferkette die Möglichkeit eines Szenario eines 'blauen Ozeans' gibt.

Ihr bezeichnet euch selbst als 'Digitaler Distributor'. Was haben wir uns darunter vorzustellen?

Sergi: Wir sind ein Distributor. Geboren wurden wir online. Und wir haben eine große Leidenschaft für neue Technologien und kontinuierliche Entwicklung. Ein großer Teil unserer Strategie besteht darin, dem technologischen Wettlauf immer einen Schritt voraus zu sein. Ich würde unserer Beschreibung noch viele weitere Worte hinzufügen, aber 'Digitaler Distributor' fasst es recht gut zusammen.

Kommen wir zum Hier und Jetzt: Wie disruptiv haben sich zwei Jahre Corona auf die Vertriebswege unseres Marktes deiner Meinung nach ausgewirkt?

Sergi: Corona stellte für jede Industrie eine große Herausforderung dar – und das auf allen Ebenen. Für viele Unternehmen eröffneten sich allerdings auch Möglichkeiten und Chancen. In beiden Fällen war eine schnelle Anpassung an den Markt entscheidend. Wir haben erlebt, wie die Nachfrage in bestimmten Marktsegmenten stieg und in anderen sank. Auch bei der Planung und Positionierung der Bestände herrschte Chaos. Der Anstieg der Rohstoff- und Transportpreise zwang viele Unternehmen zu strategischen und strukturellen Veränderungen. Auch viele etablierte Beziehungen zwischen Herstellern und Händlern haben sich verändert. Einige von ihnen konnten ihr Geschäft in den letzten zwei Jahren dank ihres Geschäftsmodells steigern. Für einige andere war es leider eine schwierige Zeit.

Was den B2C-Markt angeht, so ist der E-Commerce zum Sieger der Pandemie erklärt worden, weil der Konsum aus bekannten Gründen nur noch im Internet stattfand. Lässt sich heute schon sagen, dass all die Konsumenten, die während der Lockdowns ins Internet abgewandert sind, unwiderruflich für alle anderen Vertriebswege verloren sind?

Sergi: Der Markt und das Verbraucherverhalten sind zu komplex, um sie einfach so mit einem Satz zu erklären. Es gibt kein Schwarz oder Weiß. Wenn zum Beispiel ein Verbraucher ein Produkt wiederholt online kauft, wird es sehr schwierig sein, diesen Verkauf in den Offline-Markt zu verlagern. Außerdem geht es im E-Commerce um Positionierung und Positionierung braucht Zeit. Das bedeutet, dass der Online-Markt nicht immer der beste Markt ist, um neue Produkte zu kaufen, die gerade erst auf den Markt gekommen sind. Ich bin der festen Überzeugung, dass Offline-Märkte der beste Weg sind, auf dem Marken der Welt ihre neuesten Produkte, Fortschritte, Technologien, Ideologien oder Werte präsentieren können.

Und welche Rolle spielt die zunehmende Mainstreamisierung von Sex Toys auf die zukünftigen Vertriebswege?

Sergi: In dem Moment, in dem wir eine klare Antwort auf diese Frage haben, wird sich der Markt in der Endphase seines Übergangs befinden und einen Reifegrad erreichen, der mit großen und etablierten Industrien vergleichbar ist. Aus meiner Sicht und Erfahrung gibt es zwei Möglichkeiten, das Mainstreaming von Sexspielzeug zu erklären. Und in beiden Fällen ist der wichtigste Erfolgsfaktor der Abbau von mentalen Barrieren und Tabus gegenüber Sex Toys. Erstens bedeutet die Mainstreamisierung von Sex Toys eine riesige Geschäftsmöglichkeit für uns alle – und damit meine ich Hersteller, Distributoren und Einzelhändler. Kein Wunder also, dass so viele auf diesen Markt drängen. Zweitens erlebe ich selbst immer wieder, dass große Mainstream-Unternehmen und Industrien aller Art ein großes Interesse an unserer boomenden Branche zeigen.

JAVIDA

ORION WHOLESALE

ORGASMEN TO GO

Wieder-aufladbar · Fernbedienung · Soft Touch · Schüttelfunktion

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2205-083

Es gibt viele Paare in diesem Markt, die nach Qualitätsprodukten suchen, um ihr Liebesspiel zu verbessern

Liberator setzt auf den ORION Wholesale als Partner für den europäischen Markt

Dennis Brito, Vertriebsleiter von OneUp Innovations, Hersteller der Marke Liberator, hat sich einiges für den europäischen Markt vorgenommen. Dabei helfen soll ihm der ORION Wholesale. Beide Unternehmen haben ihre exklusive Zusammenarbeit am 1. Juni offiziell verkündet. eLine wollte mehr über die neue Kooperation wissen und hat das Gespräch mit Dennis gesucht.

Dennis Brito, Vertriebsleiter OneUp Innovation

Lass uns kurz über Liberator sprechen: die Marke und die dazugehörigen Produkte sind wahrscheinlich fast jedem in Europa geläufig, aber kannst du uns dennoch ein paar Informationen zu eurem Unternehmen und euren Produkten sagen?

Dennis Brito: Liberator Shapes sind wahre erotische Luxusartikel. Sie dienen als Sexmöbel für Solo- oder Pärchenspiele. Liberator ist eine der wenigen bekannten Consumer-Marken im Erotikmarkt. Und eine der wenigen Marken, die in den USA hergestellt werden. Unsere Produkte sind in verlockende Verpackungen gepresst, die perfekt für große und kleine Geschäfte geeignet sind. Zudem haben die Schachteln eine Flipdoor, die den Verkaufsprozess unterstützt, indem sie zeigt, wie man den Bezug des jeweiligen Produkts pflegt und welche Positionen man damit ausprobieren kann. Die Marke eignet sich für fast alle Arten von Geschäften - von eher mainstreamigen Geschäften bis hin zu denen, die ausgefallener sind. Letztendlich macht Liberator Sex zu einem kreativen Abenteuer für alle. Und all dies geschieht von unseren Büros und unserer Fabrik in Atlanta, Georgia, USA, aus. Die Firma basiert auf vertikaler Integration und verfügt über starke Fähigkeiten in den Bereichen Design, Markenbildung, Marketing und Vertrieb.
Meiner Meinung nach braucht jedes Liebesnest einen Liberator Wedge. Glauben Sie mir!

Wie ist es zu der Zusammenarbeit mit ORION gekommen?

Dennis: Der ORION Wholesale ist ein langjähriger Kunde von Liberator. Beide Parteien hatten in der Vergangenheit darüber gesprochen, eine gemeinsame Richtung einzuschlagen, aber die Sterne standen nicht gerade günstig. Im Dezember letzten Jahres sahen wir uns alle wieder und das Thema kam wieder auf den Tisch. Es war, als würde man einen alten Freund in der örtlichen Kneipe treffen und vereinbaren, sich öfter zu treffen.

Was hat dich an ORION überzeugt? Wo siehst du ORIONs Stärken?

Dennis: ORION hat sich in der Vergangenheit als kompetent, fair und insgesamt sehr einfach in der Zusammenarbeit erwiesen. Ihre Stabilität ist in einem chaotischen Umfeld ein gewichtiger Faktor.

Welche Kriterien sind überhaupt für dich ausschlaggebend, wenn es um die Suche nach Distributionspartner geht?

Dennis: Stabilität, Marktexpertise, ein dichtes Netz von Kunden.... und, wie soll ich sagen, nette Tischgenossen? Nein, Spaß beiseite, obwohl ORION Wholesale bereits seit über 30 Jahren im Geschäft ist, ist das Unternehmen sehr zukunftsorientiert. Dieses Vorwärtsdenken passt auch zu der Kultur von Liberator.

Warum hast du dich dafür entschieden, mit nur einem Distributor zusammenzuarbeiten? Welche Punkte sprechen für eine Exklusivdistribution?

Dennis: Wir brauchten einen Partner, der in der Lage ist, den gesamten Prozess von der Anlieferung der Waren aus den USA bis zur Auslieferung der Produkte an die Einzelhändler in Europa zu kontrollieren und der ORION Wholesale ist in einer Schlüsselposition, genau dies mit Liberator Shapes auf dem EU-Markt zu tun. Unsere Produkte waren in Europa zeitweise aufgrund von Problemen, die auf die Corona-Pandemie zurückzuführen sind, nur sporadisch verfügbar. Durch die Zusammenarbeit mit ORION können wir nun gemeinsam eine reibungslose Lieferung und einen hervorragenden Kundenservice durch einen starken Ansprechpartner gewährleisten.

Wird ORION das komplette Liberator Sortiment anbieten oder beschränkt ihr euch bei eurer Kooperation auf ausgesuchte Produkte oder Linien?

Dennis: Der ORION Großhandel wird mit ausgewählten Produkten beginnen und dann in ein erweitertes Warensortiment übergehen. Neue Shapes werden im Spätsommer eingeführt. Es gibt wirklich keine Grenzen, wohin unsere Zusammenarbeit führen kann.

Welche Erwartungen verknüpfst du mit der Kooperation mit ORION?

Dennis: Eine Wiederbelebung des EU-Marktes, Wachstum, Stabilität und hoffentlich viel gemeinsamen Spaß auf dem Weg dorthin.

Wie viel Potential siehst du für eure Produkte im europäischen Markt?

Dennis: Das Potenzial ist riesig, ich denke, es gibt eine aufgestaute Nachfrage nach Liberator Shapes. Es gibt viele Paare auf diesem Markt, die nach Qualitätsprodukten suchen, um ihr Liebesspiel zu verbessern.

Nun, da die Tinte unter Ihrer Vertriebsvereinbarung trocken ist, stellt sich die Frage, wie es weitergeht. Wie werden Ihre nächsten gemeinsamen Schritte aussehen? Was sind die Pläne für die nächsten Monate?

Dennis: Der nächste Schritt besteht darin, den Einkäufern und Einzelhändlern bei der Auswahl der für sie am besten geeigneten Liberator Shapes zu helfen, damit sie diese erfolgreich in ihren Geschäften anbieten können. Wir wollen sie schulen, wie sie Liberator verkaufen können und wie das ihren Umsatz steigern wird. Darüber hinaus planen wir für den Rest des Jahres 2022 den Ausbau der Lagerbestände in Flensburg, eine mögliche eroFame Präsenz und prüfen, welche Skus im Laufe der Zeit in ihr Angebot aufgenommen werden sollen. Das bringt uns in die zweite Hälfte dieses Jahres, wo wir dann das Jahr 2023 in Angriff nehmen werden.

Wie wird eure Unterstützung für euren neuen Distributionspartner und dessen Kunden aus dem Einzelhandel in Europa aussehen? Wie sieht für dich eine perfekte Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Distributor aus?

Dennis: Zunächst arbeiten wir mit unserem internen Produktionsteam zusammen, um sicherzustellen, dass ORION die Ware wie geplant erhält, was wiederum ORION dabei hilft, die Bestellungen rechtzeitig zu versenden. Der ORION Großhandel ist Experte dafür, was für die Kunden in der EU am besten ist. Das Großartige an der Zusammenarbeit ist, dass Liberator die Fähigkeit hat, schnell auf die Marktanforderungen zu reagieren. Darüber hinaus stellen wir sicher, dass das Verkaufsteam über die notwendigen Materialien verfügt, um erfolgreich zu sein - virtuell oder persönlich. Die Grundlage unserer Zusammenarbeit ist der offene Dialog, auf den wir uns alle geeinigt haben. Offen zu sein für Veränderungen und ORION das zu bieten, was sie benötigen, um erfolgreich zu sein, ist mein oberstes Ziel. Ich freue mich sehr über diese Partnerschaft.

SCALA
DARING
INTIMATES
NEW
EXCLUSIVE
75276
Flow Net
Halter Teddy
RRP: €28.99
Have playful days
&
Daring nights
-xoxo-

Wir sind überzeugt, dass Indien für uns ein weiterer wichtiger Markt wird

Bathmate kooperiert mit Besharam

Bathmate Brand Manager Tim Brown

In Bezug auf die globale Expansion hat Bathmate mit der neuen Partnerschaft mit Besharam (IMbesharam.com) einen großen Schritt getan, schließlich gilt der indische Markt als einer mit riesigem Potential. Tim Brown, Bathmates Brand Manager, spricht in einem Interview über diesen Meilenstein und warum Bathmate und Besharam perfekt zueinander passen.

Ist Indien das letzte 'unentdeckte Land' für für Hersteller und Marken unseres Markts?

Tim Brown: Nein, so würde ich das nicht sagen, denn es gibt noch viele Ländern, in denen der Erotikmarkt noch nicht wirklich gut entwickelt ist. Aber ohne Frage ist Indien ein Markt mit großem Potential, der sicherlich in der Zukunft für gute Umsätze sorgen wird.

Wann gab es bei euch die ersten Überlegungen, auf dem indischen Markt aktiv zu werden und für wie groß haltet ihr das Potential für eure Produkte dort?

Tim: Wir verkaufen Bathmate Produkte in Indien tatsächlich schon seit einigen Jahren und unsere Verkaufszahlen dort sind stetig gestiegen. Das Potential des indischen Markt ist phänomenal, die Bevölkerung ist 1,38 Milliarden groß… wir sind überzeugt, dass Indien für uns ein weiterer wichtiger Markt wird.

Die Produktkategorie 'Penispumpen' ist für indische Konsumenten also nicht ganz komplett neu?

Tim: Nun, die Produktkategorie ist natürlich relativ neu, weil das ganze Thema Erotikprodukte in Indien noch neu ist. Aber es ist so wie bei vielen anderen Ländern auch, wo sich Tabus auflösen und die Menschen offener

werden, was in einem steigenden Interesse gegenüber Sex Toys resultiert.

Jetzt habt ihr ein Vertriebsabkommen mit Besharam abgeschlossen. Wie ist es zu dieser Kooperation gekommen?

Tim: Ich habe Raj, den COO von Besharam, mehrmals getroffen… erst neulich auf der Xbiz Show in Miami. Ich habe unsere Gespräche immer sehr genossen, weil er ein super Typ ist und sehr viel Expertise besitzt. Wir hatten ein Exklusivdeal in Indien, der letztes Jahr ausgelaufen ist, so dass wir nun auf unserem letzten Treffen in der Lage waren, ein neues Vertriebsabkommen zu verhandeln. Es ist überflüssig zu sagen, dass wir mehr als glücklich sind, mit Indiens größtem Onlineshop zu kooperieren.

Wie würdest du diesen Schritt in eure Firmenhistorie einordnen? Wird er einfach als Teil der globalen Expansion verbucht oder ist er doch eher ein Meilenstein?

Tim: Ich würde gerne glauben, dass es sich um einen Meilenstein handelt. Es ist nicht einfach, den Fuß in den indischen Markt zu setzen und dass wir jetzt mit einem so kompetenten Partner kooperieren, wird sich positiv auf unsere Zukunft in Indien auswirken. Wenn man sich die 1,38 Milliarden Menschen ansieht, so wäre es für unsere globalen Verkaufszahlen ein riesiger Schritt, wenn wir nur an einen kleinen Prozentsatz der dortigen Bevölkerung verkaufen würden.

Warum passt es zwischen Bathmate und Besharam so gut? Welche gemeinsamen Werte und Vorstellungen teilt ihr deiner Meinung nach?

Tim: Ich bin überzeugt, dass wir perfekt zueinander passen, weil wir die gleichen Werte teilen… Ehrlichkeit, Integrität, Tatkraft, Enthusiasmus, Fokus auf die Verkaufszahlen und wir gehen beide die Extrameile, um Menschen glücklich zu machen. Die Partnerschaft ist eine gute Sache für beide Unternehmen.

"DAS POTENTIAL DES INDISCHEN MARKT IST PHÄNOMENAL, DIE BEVÖLKERUNG IST 1,38 MILLIARDEN GROSS..."

TIM BROWN

Welche Kriterien sind für euch überhaupt ausschlaggebend auf der Suche nach Vertriebspartnern?

Tim: Wir achten auf eine gute Erfolgsbilanz und den Ruf eines Unternehmens, mit dem wir Geschäfte machen wollen. Wir sehen uns auch die demografischen Merkmale des Marktes an, den sie bedienen, und die voraussichtlichen Verkaufsmengen.

Bietet ihr euer komplettes Sortiment in Indien an oder nur ausgesuchte Produkte?

Tim: Gegenwärtig bieten wir unsere Bestseller an, führen aber Schritt für Schritt das komplette Sortiment ein.

Welche Unterstützung wird Bathmate seinem Vertriebspartner gewähren? Wie wird eure Unterstützung für Besharam aussehen, um Bathmate als Marke in Indien zu etablieren?

Tim: Wir unterstützen Besharam auf die gleiche Weise, wie wir alle unsere Distributoren und Einzelhändler unterstützen. Wir stellen alle erforderlichen digitalen Medien und Verkaufsmaterialien zur Verfügung und können auf Wunsch maßgeschneiderte Bilder, Videos usw. liefern, um die bestmögliche Marketingbotschaft zu vermitteln. Außerdem schulen wir das Besharam Team via Zoom, um auf Wunsch zusätzliche Unterstützung zu leisten.
Die gute Nachricht ist, dass es bereits eine Nachfrage nach Bathmate Produkten in Indien gibt. Da Besharam der bekannteste Onlineshop für Sex Toys in Indien ist, werden die Produkte, sobald sie auf Besharams Website gelistet sind, schnell verkauft werden.

UNIQUELY TEXTURED ULTRASKYN
DUAL DENSITY VIBRATING LIFE-SIZE DOLL with Cock
NATALIE MARS
DOC JOHNSON
SIGNATURE DOLLS
TRANSGIRLS
NATALIE MARS + LENA MOON

Ich war tatsächlich zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Ein Interview mit Niklas Christiansen, ORIONs neuem Brand Coordinator

Niklas Christiansen, Brand Coordinator beim ORION Wholesale

Das Angebot an Marken beim ORION Wholesale wächst und wächst. Mittlerweile sind fast 60 Eigenmarken und eine noch größter Zahl an Third-Party Brands im Sortiment zu finden. Um die Vermarktung der Third-Party Brands zu optimieren, hat der ORION Wholesale die Position des Brand Coordinators geschaffen und diese mit Niklas Christiansen besetzt. In einem Interview informiert er über sein neues Aufgabengebiet.

Bevor wir über Ihre neue Position beim ORION Wholesale sprechen, würden wir gerne mehr über Sie erfahren. Seit wann zum Beispiel sind Sie bei ORION tätig? Und was müssen wir über die Privatperson Niklas Christiansen wissen?

Niklas Christiansen: Ich bin seit dem 1. August 2020 bei ORION tätig und mache hier meine Ausbildung zum Kaufmann im Groß- und Außenhandelsmanagement, die ich in Kürze abschließen werde. In den vergangenen zwei Jahren habe ich in diesem großen, international agierenden Unternehmen alle Abteilungen durchlaufen, wobei mich vor allem das Operative Geschäft begeistert hat und mir schnell klar war, dass hier mein berufliches Ziel liegt. Was den privaten Niklas Christiansen angeht: Ich bin 22 Jahre alt, bin Ur-Flensburger und liebe unsere schöne Stadt an der Förde. In meiner Freizeit mache ich viel Fitness und gebe als Kursleiter Indoor Cycling Stunden. Zum ruhigen Ausgleich gehe ich Angeln auf meinem eigenen, kleinen Boot und begeistere mich für Aquaristik.

Sie sind ab sofort als Brand Coordinator tätig. Was genau müssen wir uns unter einem Brand Coordinator vorstellen? Wie sieht Ihr Aufgabengebiet aus?

Niklas Christiansen: Als Brand Coordinator werde ich die Schnittstelle zwischen dem Purchase-Team und dem Team B2B

Sales & Marketing bei ORION sein. Ich werde zukünftig alle Informationen unserer Fremdlabel bündeln und an die entsprechenden Teams weiterleiten, damit diese die Produkte dann optimal vermarkten können. Zu meinem Verantwortungsbereich zählen die Zusammenstellungen wie Factsheets und Produktvideos sowie Produktschulungen, aber auch Marketing- und Sales-Analysen.

Die Position des Brand Coordinators hat es bei ORION bislang nicht gegeben. Warum war es notwendig, sie zu erschaffen?

Niklas Christiansen: Der ORION Wholesale hat neben fast 60 Eigenmarken mittlerweile auch eine noch größere Anzahl an Fremdlabeln im Sortiment und vertreibt diese, teilweise sogar exklusiv, sehr erfolgreich. Diese Third-Party Brands wollen wir zukünftig sowohl intern als auch extern noch intensiver vermarkten, weshalb es erforderlich war, eine koordinierende Schnittstelle bei ORION einzurichten.

Wie wichtig ist die Verzahnung aus den verschiedenen Abteilungen im Großhandel, den Lieferanten und den Kunden aus dem Handel im Erotikmarkt des 21. Jahrhunderts?

Niklas Christiansen: Kommunikation für den nötigen Informationsfluss ist auch in Zeiten der Digitalisierung sehr wichtig, und darauf wird vor allem beim ORION Wholesale sehr viel Wert gelegt. Das Wort ‘Verzahnung’ beschreibt es ganz gut: Nur wenn alle informiert sind, Hand in Hand arbeiten und sich aufeinander abstimmen, kann das Uhrwerk auch laufen und in diesem Fall das Produkt optimal vermarktet werden.

Warum sind Sie die richtige Person zur richtigen Zeit für die Position des Brand Coordinators beim ORION Wholesale?

Niklas Christiansen: Ich war tatsächlich zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Im Sommer werde ich meine Ausbildung zum Kaufmann im Groß- und Außenhandelsmanagement bei ORION erfolgreich abschließen und habe in den letzten drei Jahren alle Abteilungen, Teams und Abläufe in diesem großen Unternehmen intensiv kennengelernt. Das hilft mir natürlich sehr in meiner zukünftigen Position als Brand Coordinator.

Was hat Sie an dieser neuen Position und den damit verbundenen Herausforderung gereizt?

Niklas Christiansen: Im Einkauf sowie im Großhandel liegen meine Stärken, und als Brand Coordinator kann ich diese zukünftig perfekt bündeln. Ich bin sehr stolz auf das Vertrauen, das mir bei ORION entgegengebracht wird und freue mich auf meine zukünftigen Aufgaben.

Welche Erwartungen und welche Ziele verknüpfen Sie mit Ihrem neuen Aufgabengebiet?

Niklas Christiansen: Mein Ziel ist es, unsere starken Fremdlabel in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten sowie unseren internen Teams noch intensiver zu vermarkten und die Umsätze zu steigern.

In Sachen Safe Sex kann man nicht auf Kondome verzichten

Eva und Jan Vinzenz Krause über das Potential von Kondomen im Erotikeinzelhandel

Jan Vinzenz Krause und Eva Krause, Geschäftsführer der Vinergy GmbH

Wegzudenken sind Kondome aus den Erotikeinzelhandelsgeschäften ganz gewiss nicht, aber es ist offensichtlich, dass sie nicht mehr so im Fokus stehen wie es mal der Fall gewesen ist. Dabei ist das Potential dieser Produkte groß, wie Eva und Jan Vinzenz Krause, Geschäftsführer der Vinergy GmbH, in diesem Interview erklären. Sie geben Tipps und Ratschläge, wie dieses Potential erschlossen und zum eigenen Vorteil für den Einzelhändler genutzt werden kann.

Herr Krause, Kondome gibt es von zahlreichen Herstellern, doch sind Sie der eigentliche Pionier der passgenauen Präservative. Dass Kondome in jedes Erotikfachgeschäft gehören, liegt auf der Hand, dennoch entsteht der Eindruck, als seien sie durch andere Produkte – vor allem Love Toys – an den Rand gedrängt worden. Ist diese Beobachtung richtig oder überspitzt dargestellt? Und welche Rolle können Ihre maßgeschneiderten Kondome in dem Zusammenhang spielen?

Jan Vinzenz Krause: Vielleicht denkt man im Zusammenhang mit Erotikfachgeschäften nicht in erster Linie an Kondome. Aber ich bin überzeugt davon, dass in jedes gut sortierte Erotikfachgeschäft eine vielfältig sortierte Auswahl an Kondomen zu einem attraktiven Angebot gehört. Von den 1970er bis in die 1990er Jahre waren Pornofilme der Haupt-Umsatzbringer in Erotikfachgeschäften. Durch das Internet hat sich das massiv geändert. Die Menschen schauen sich Pornos verstärkt online an. Gleichzeitig hat die Vielfalt an Love Toys stark zugenommen, sie sind salonfähig geworden. Die Toys haben aus meiner Sicht mehr Platz für Erotik geschaffen. Und hier kommen natürlich die Kondome als ganz wichtiges Element dazu.

Was entgegnen sie denen, die sagen, dass Kondome heute überall –

im E-Commerce, in Drogerien etc. - angeboten, verkauft und auch gekauft werden und es deshalb keinen Sinn machen würde, diesen Produkten im Erotikeinzelhandel zu viel Aufmerksamkeit zu schenken?

Jan Vinzenz Krause: Die meisten Erotikprodukte - Toys, Gleitgele, Dessous - werden heute im E-Commerce und anderen Vertriebskanälen angeboten. Genauso findet man aber in vielen Drogeriemärkten heute neben Kondomen auch Gleitgele und Toys. Das sind sehr gute und wichtige Angebote. Ich bin aber überzeugt davon, dass ein Erotikladen ein ganz anderes Ambiente bietet und viel mehr Beratungs-Know-How zu den Produkten hat. Bei meinen zahlreichen Besuchen von Erotikläden, wie zum Beispiel den ORION Fachgeschäften, bin ich immer wieder beeindruckt über welches Wissen die Verkäufer/innen verfügen. Von der guten Beratung profitieren die Kunden, weil sie ihnen letztlich zu besserem Sex verhelfen kann.

Wie kann der Erotikeinzelhandel das Potential von Kondomen besser nutzen? Wie kann man dem Thema 'Kondome im Erotikmarkt' wieder frisches Leben einhauchen?

Jan Vinzenz Krause: Um das Potential von Kondomen besser zu nutzen, sehe ich eine Kombination aus einer guter Beratung, dem passenden Produkt und Zusatzverkäufen rund um das Thema Kondom. Dazu muss das Kondom aber noch stärker aus der Tabuzone raus. Hier könnte der Erotikmarkt mit einer eigenen Offensive dem gesamten Thema einen Schub verpassen.

Wie kann der Erotikeinzelhandel die Botschaften, die von Kondomen ausgehen – Sprichwort Safer Sex – stärker kommunizieren?

Eva Krause: Staatliche Organisationen, wie die BZgA (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung) setzen sich seit Jahren intensiv für Safe Sex und die Benutzung von Kondomen ein. Da ist Deutschland aus meiner Sicht sehr vorbildlich. Der Erotikeinzelhandel kann hier anknüpfen und durch seine Beratungsfunktion dabei helfen das passende Kondom zu finden. Denn ein Kondom, das so gut sitzt wie eine zweite Haut, fühlt sich besser und sicherer an. Und nur dann, wenn sich das Paar beim Sex wohl fühlt, wird es ganz selbstverständlich zum Kondom greifen.

Sie bieten zahlreiche Tools an, mit denen der Einzelhandel auf die Kondome Ihrer Marke MISTER SIZE aufmerksam machen kann. Welche sind das genau?

Jan Vinzenz Krause: Wir bieten als einziger Kondomhersteller sehr umfangreiche Lösungen und passende Tools für jeden Einsatzzweck an. Schließlich geht es uns ja um die richtige Passform.Schon unser Verpackungsdesign ist ein Wegweiser zur richtigen Kondom-Größe. Die unterschiedlich breiten blauen Streifen verraten bereits am Regal die benötigte Größe. Das funktioniert ganz ohne messen zu müssen. Für den stationären Fachhandel kommt der Size Guide mit einem herausnehmbaren Maßband in einem Aufsteller zum Einsatz. Hier haben wir mittlerweile über 150 ORION Fachgeschäfte in Deutschland ausgestattet.

Der Condom Sizer ist ein super Tool, um Menschen auf spielerische und unterhaltsamer Art an das Thema Kondomgröße heranzuführen. Den Sizer setzen wir auf Events, wie Partys und Messen ein. Wir stellen ihn unseren Vertriebspartnern in sieben Sprachen zur Verfügung. Unsere neueste Entwicklung ist das Test-Set: Drei Kondome in verschiedenen Größen mit einem Maßband in einer Packung. Mit diesem Angebot können unsere Vertriebspartner von Anfang an Geld verdienen.

Können Sie uns über Erfahrungen berichten, wie der Einzelhandel diese Tools anwendet und welche Erfolge er damit erzielt?

Jan Vinzenz Krause: Der Size Guide kommt bei den Kunden sehr gut an. Und der Size Guide im Aufsteller wird in vielen Fachgeschäften bereits genutzt. Er wird bei immer mehr Fachgeschäften zum Einsatz kommen. Inzwischen wir bieten diesen in über 10 Sprachen an. Wir bekommen viel gute Rückmeldung dazu, weil er ein einfaches Hilfsmittel ist, das wir dem Fachhandel noch dazu kostenlos zur Verfügung stellen.

Inwieweit stimmen Sie sich bei der Gestaltung Ihrer Tools mit den Bedürfnissen des Einzelhandels ab?

Eva Krause: Bei der Entwicklung des Displays für den Size Guide stand ich im intensiven Austausch mit den ORION Fachgeschäften. Unser erster Prototypen war anfangs zu groß. Außerdem wir hatten wir ihn nur in einer Sprache,

RIMBA® LET'SPLAY

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

nämlich Deutsch. Mit dem Feedback von den ORION Fachgeschäften haben wir das Display verbessert und die Wünsche in unser aktuelles Produkt aufgenommen. Neben dem Einzelhandel holen wir uns natürlich Rückmeldungen von den Kunden und Sexualberatern ein.

Gerade beim Thema Kondome geht es auch um Fachwissen eben um die hier schon diskutierte Beratung. Wie sieht Ihre Unterstützung diesbezüglich aus? Bieten Sie Produktschulungen und Verkaufstraining an?

Jan Vinzenz Krause: Da sprechen Sie ein ganz wichtiges und zumeist unterschätztes Thema an. In Sachen Safe Sex kann man nicht auf Kondome verzichten. Und je mehr und je besser Händler und Anwender Bescheid wissen, umso besser ist der Erfolg.

Auch ich hole mir immer wieder Anregungen, die ich dann in Fortbildungen weitergeben kann. Wenn ich zum Beispiel in Deutschland unterwegs bin, schaue ich gerne auch mal spontan in Erotikläden vorbei und so ergeben sich interessante Gespräch und Dialoge. Außerdem setzen wir seit Corona stark auf Online-Schulungen, die wir per Loom On Demand anbieten. Die Verkäufer/innen können sich unsere Videos, die wir unter 5 Minuten gestaltet haben, anschauen. Und per Zoom führe ich auch Live-Schulungen von 45 bis 60 Minuten durch, bei denen ich dann stärker auf Fragen eingehen kann. Ein Highlight am Ende unserer Schulungen ist die Live-Kondomproduktion, bei der ich ein Kondom aus flüssigem Latex vor den Augen der Teilnehmer herstelle. Danach sollten keine Fragen mehr offen sein.

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.
100ml
3.4fl.oz
NATURE CARE PRODUCT
nature-care.cc
ANAL
BIO
lubricant
waterbased
SUPERGLIDE
HOT
100ml ℮ 3.4 fl.oz
Anal Superglide
Art. No. 44181
BIO
lubricant
waterbased
WARMING
HOT
100ml ℮ 3.4 fl.oz
Warming Glide
Art. No. 44182
BIO
lubricant
waterbased
SUPERGLIDE
HOT
100ml ℮ 3.4 fl.oz
Xtreme Superglide
Art. No. 44183
nature pure ECO TUBE
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

Black Level

DIE ATTRAKTIVSTEN VERPACKUNGEN EVER!

Sukzessive Umstellung für alle Black Level Artikel.

2850354

2851105

2840669

2850745

NEUES VERPACKUNGS-DESIGN

2205-065

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

Technologie ist der Hauptantrieb für Fortschritt

OTOUCH präsentiert AIRTURN 2

Der Markt für Masturbatoren entwickelt sich mit rasender Geschwindigkeit. Immer neue und vor allem technologisch anspruchsvollere Produkte werden veröffentlicht. Eines der Unternehmen, die diesen Fortschritt antreiben, ist OTOUCH. Mit dem AIRTURN 2 hat das Unternehmen einen hochwertigen Masturbator auf den Markt gebracht, der durch viele Produkteigenschaften zu überzeugen weiß. Chalim Hunag, der Gründer von OTOUCH, erklärt, welche das sind.

Wann gab es bei euch die ersten Überlegungen zu AIRTURN 2?

Chalim Huang: Im Jahr 2016 hatten die meisten Masturbatoren nur eine begrenzte Funktion, zum Beispiel Vibration… aber ist das genug? Ist das genug, um die Konsumenten zufrieden zu stellen? Und welches Sex Toy ist überhaupt das beste? Es gibt schließlich Hunderte davon auf dem Markt. Wir sind der festen Überzeugung, dass ein Toy nur dann perfekt ist, wenn es fabelhaft aussieht, vielfältige Funktionen hat, preiswert ist und den menschlichen Körper simuliert. Deshalb haben wir in AIRTURN 2 Vibration, Saugen und eine Wärmefunktion miteinander kombiniert, um das Erlebnis von Oralsex nachzuahmen.

Was hat euch inspiriert, mit einen High-End Masturbator zu entwickeln?

Chalim Huang: Wir sind OTOUCH – wir streben seit Jahren nach immer besseren Sex Toys. Der entscheidende Faktor, um wettbewerbsfähig zu bleiben, ist das Beharren auf Innovation und Kreativität. Wir haben nie den Profit als unser Endziel betrachtet, denn der entscheidende Punkt für uns als Unternehmen ist die Langlebigkeit. ‚Let the world be full of love and fun' lautet unser Slogan, aber wie können wir ihn verwirklichen? Die Antwort lautet: durch immer bessere Sex Toys. Es gibt viele Menschen, die Singles sind – aus unterschiedlichen Gründen. Sie alle haben ein intrinsisches Bedürfnis nach Sex, das dem natürlichen menschlichen Instinkt entspricht. Deshalb haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, ihnen bessere Sex Toys, einschließlich hochwertiger Masturbatoren, zur Verfügung zu stellen, um körperliche oder seelische Schäden zu verhindern, die durch fehlenden Sex verursacht werden können, auch wenn Sex Tyos natürlich kaum einen echten Menschen ersetzen können.

Wie lange hat die Entwicklung von AIRTURN 2 gedauert? Welche Schwierigkeiten gab es zu überwinden?

Chalim Huang: ‚Gut Ding will Weile haben'. Von den ersten Vorschlägen, der Forschung und dem Design bis zur Fertigstellung brauchen wir ein Jahr oder mehr. Bei diesem Prozess treten natürlich immer

wieder Schwierigkeiten und Probleme auf. Zum Beispiel gab es bisher kein Produkt, das sowohl Vibration als auch Saugen in einem Masturbator vereint, unser AIRTURN 2 war somit beispiellos. Außerdem wussten wir, dass einige Nutzer das Produkt mit unter die Dusche nehmen würden, daher mussten wir das Problem der Wasserdichtigkeit lösen. Kompromisse gehen wir nicht ein bei unseren Produkten.

Würdest du uns bitte erklären, wie AIRTURN 2 funktioniert und welche Funktionen er bietet? Was kannst du uns über die Materialien und Technologien sagen, die bei der Herstellung dieses Produkts verwendet wurden?

Chalim Huang: Da sich das Äußere des AIRTURN 1, das vollständig aus Silikon besteht, bei den Konsumenten größter Beliebtheit erfreut, haben wir uns entschieden, dieses Design beizubehalten. Mit unserem luxuriösen AIRTURN 2 Masturbator erhalten die Kunden ein wunderbares Vibrations- und Saugerlebnis. Das weiche, gerippte und genoppte Innenleben aus Silikon ahmt das Gefühl einer oralen Stimulation nach und bietet ein einzigartiges Erlebnis und einen unvergesslichen Orgasmus. Der Masturbator verfügt über fünf verschiedene Saugfunktionen und sechs Vibrationsmuster.
Wie bereits erwähnt, ist ein weiterer Vorteil die Wärmefunktion – oder besser gesagt die intelligente Wärmefunktion. AIRTURN 2 hat zwei Heizstufen und kann eine maximale Temperatur von 45 Grad Celsius erreichen. Die Heizung kann mit den Tasten auf der Oberseite separat ein- und ausgeschaltet werden. Das Umschalten der Saug- oder Vibrationsfunktionen ist genauso bequem wie die Steuerung der Heizung, so dass man sagen kann, dass sich das Produkt mit einem Finger bedienen lässt. Nicht vergessen werden darf ist, dass AIRTURN 2 wasserdicht – IPX6 – ist. Das bedeutet, dass der komplette Masturbator mit Wasser abgewaschen und natürlich auch unter der Dusche verwendet werden kann. Er sollte aber nicht für längere Zeit komplett untergetaucht werden. Außerdem haben wir den AIRTURN2 mit OLED ausgestattet, ist das nicht cool? Total cool, sehr glamourös, sehr durchdacht.

Für welche Zielgruppe habt ihr AIRTURN 2 entwickelt? Welche Anforderungen stellt diese Zielgruppe an moderne Masturbatoren?

Chalim Huang: Junge Erwachsene auf der ganzen Welt sind unsere Zielgruppe, unabhängig von ihrer Herkunft, ihrer Religion und ihrem Alter. Wir sind der Meinung, dass es keine Unterschiede bei den Geschlechtern geben sollte. Die Entwicklung schreitet unaufhaltsam voran, so dass die Konsumenten bei einem neuartigen, ergonomischen und noch nie da gewesenen Produkt, das nur für sie erfunden wurde, wie AIRTURN 2, hellhörig werden.

Welche Faktoren sind ausschlaggebend dafür, dass ein Masturbator im Markt Erfolge feiert? Die Funktionen? Moderne Technologien? Das Design?

Chalim Huang: Alle! Durch die verschiedenen Funktionen werden die Kunden jedes Mal, wenn sie den AIRTURN 2 benutzen, verschiedene

Erfahrungen machen. Durch moderne Technologien können die Produkte noch bequemer und komfortabler bei der Nutzung sowie sicherer und hygienischer sein. Und das wunderschöne Design wird das Herz der Kunden höher schlagen lassen.

Es gibt hin und wieder Kritik daran, dass Technologie, die in Sex Toys einfließt, oftmals für den Nutzer gar keinen Mehrwert darstelle oder die Nutzung des Produkts unnötig kompliziert macht. Was sagst du dazu?

Chalim Huang: Technologie ist der Hauptantrieb für Fortschritt. Meine Antwort auf die Frage lautet: Wenn ein Produkt bequemer, komfortabler, sicherer und hygienischer werden soll, kann es nicht ohne Technologie auskommen.

Wo kann der europäische Handel AIRTURN 2 bekommen?

Chalim Huang: Er kann das Produkt über den EDC-Großhandel beziehen. In der Tat werden wir unseren Vertriebskanal in Zukunft immer weiter ausbauen.

Wie sollte der Handel das Produkt vermarkten? Kannst du Tipps gehen, wie der Handel vorgehen sollte, um mit AIRTURN 2 den größtmöglichen Erfolg zu erzielen?

Chalim Huang: Die Händler sollten vor allem die Vorteile des AIRTURN 2 kennenlernen, wie die Saugkraft, die Wärmefunktion und die Wasserdichtigkeit nach IPX6.

Erwartest du in naher Zukunft große Sprünge im Segment der Masturbatoren, oder ist das Innovationspotenzial in dieser Produktkategorie nur begrenzt?

Chalim Huang: Sicher, Innovation und Kreativität sind der Schlüssel zum Erfolg. Das ist unsere Ideologie und die werden wir niemals aufgeben. Was die großen Sprünge angeht, so kann ich versprechen, dass einige von uns völlig neu entwickelte Produkte wie INSCUP 2, DECOR2 usw. bald auf den Markt kommen werden.

Wie sehen die Zukunftspläne von OTOUCH aus?

Chalim Huang: Tag für Tag, von Generation zu Generation, die Entwicklung geht immer weiter. Wir müssen beharrlich unsere Produkte, unsere Strategie und sogar unsere Denkweise anpassen und erneuern, damit wir nicht abgehängt werden. Ich denke, dass Masturbatoren in Zukunft smarter und dynamischer sein müssen, da der Markt viel breiter sein wird als heute, aber das erfordert unaufhörlichen Fleiß und unerschöpfliche Inspiration.

SCALA

NEW

NU SENSUELLE

17512
Bullet Point Plus
RRP: €71.99

17509
Roller Motion
Andii Plug
RRP: €107.99

17511
Bullet Point
RRP: €56.99

17508
Multi-Play
Tulip
RRP: €80.99

17510
Roller Motion Roxii
RRP: €89.99

Unser Markt wird von jeder Krise erschüttert und das wird auch in dieser Krise nicht anders sein

Eric Vonke über das Homeparty Business in der Post-Corona Phase

Eric Vonke, Mitgründer von Ladies Night Homeparties

Auf der einen Seite geniessen es die Menschen, nach zwei Jahren wieder zusammenkommen zu können, wovon auch das Geschäft mit Sex Toy Homeparties profitiert, wie Eric Vonke, Mitgründer von Ladies Night Homeparties, in diesem Interview anmerkt, auf der anderen Seite aber sorgt die Weltlage für eine gedrückte Stimmung und die Konsumenten müssen den Gürtel aufgrund steigender Lebenshaltungskosten enger schnallen. Wohin geht also der Weg der Sex Toy Homeparties?

Euer Unternehmen konnte bereits seit August vergangenen Jahres wieder Veranstaltungen durchführen, wenn auch mit kleineren Einschränkungen wie zum Beispiel der Zahl der Kunden auf euren Toy Partys. Gibt es heute noch Einschränkungen oder ist wieder alles so, wie vor der Pandemie?

Eric Vonke: Die Einschränkungen wurden aufgehoben, aber wir kehren erst jetzt langsam zur Normalität zurück. Denn wie jeder weiß, sind wir auf kleine Gruppen von Frauen angewiesen. Wenn eine oder mehrere der Freundinnen an Covid erkranken – das Virus ist ka immer noch da, sehr begrenzt, aber es ist immer noch da – müssen die Partys verschoben oder abgesagt werden.

Wenn du auf euren Vertriebsweg blickst, welche Spuren hat die Pandemie in ihm hinterlassen? Ist er heute noch genauso gefragt wie vor rund zwei Jahren oder leidet er unter der mächtigen Konkurrenz des E-Commerce?

Eric: Ich würde sagen, die Nachfrage könnte sogar noch größer sein, weil die Menschen das Zusammensein wirklich vermisst haben. Der E-Commerce erreichte während der Pandemie einen Höhepunkt, hat aber in den letzten sechs Monaten etwas an Boden verloren, wie wir gehört haben.

'In my opinion, online commerce in all shapes and forms is probably most suitable for adult product purchases. Now and in the future.' Dies ist ein Zitat aus der EAN-Ausgabe Juli 2021. Warum gibt es deiner Meinung nach dennoch Platz für andere Vertriebswege?

Eric: Weil alle Vertriebskanäle ihren eigenen Charme und ihre eigen Kundschaft haben. Wer Bequemlichkeit und eine schnelle Lösung sucht, kauft online ein und nimmt in Kauf, dass das Produkt, das er kauft, vielleicht anders ist als erwartet. Wer ein anderes und direkteres Erlebnis sucht, geht in ein Geschäft. Die Konsumenten nehmen sich dort auch mehr Zeit für das Erlebnis. Die Menschen stürmen nicht mehr durch ein Geschäft, und das ist gut so. Frauen besuchen unsere Partys, um ein tolles Erlebnis zu haben. Sie werden nicht nur eine tolle Zeit mit ihren Freundinnen haben, sondern auch ein großes Sortiment erleben können, ohne sich unwohl zu fühlen. Ich denke also, es kommt darauf an, wie viel Zeit die Konsumenten verbringen wollen und wie... nur zum Einkaufen oder auch für das Erlebnis.

In unserem letzten Interview sagest du, dass der Prozess der wachsenden Akzeptanz der Gesellschaft gegenüber Sex Toys schon lange vor dem 'Sex Toy Boom' der Pandemie-Jahre eingesetzt habe. Ist die Mainstreamisierung von Sex Toys also durch Corona nicht beschleunigt worden?

Eric: Ich stehe immer noch hinter diesem Zitat. Ich glaube nicht, dass die Pandemiejahre die Akzeptanz von Sex Toys erhöht haben. Die Menschen waren sich vielleicht bewusster, dass sie mehr Zeit füreinander und mehr Zeit zum Experimentieren haben. Unsere Kunden haben Sex Toys bereits vorher sehr gut angenommen. Irgendwie ist es auch ein Unterschied, wann und wo die Sex Toys gekauft wurden. Unsere Partys machen es sicherlich leichter, etwas Aufregendes zu kaufen.

Du hast Ende 2021 auch darauf hingewiesen, dass eure Kunden nach der Corona-Zwangspause durchaus gewillt waren, Geld auszugeben – und das sogar im größeren Maße als noch vor der Pandemie. Ist das gegenwärtig immer noch so, wo ja die Lebenshaltungskosten nahezu explodieren?

Eric: Im Moment sehen wir noch einen Anstieg der Ausgaben unserer Kunden. Vielleicht geben sie weniger aus, wenn sie ausgehen, aber mehr für das, was zum Vergnügen zu Hause gedacht ist? Vielleicht geben die Leute das aus, was sie gespart haben, weil sie während der Pandemie nicht ausgegangen sind?

Von einer Krise in die nächste – so könnte die gegenwärtige Situation beschrieben werden. Kaum scheint die Corona-Krise überstanden, müssen wir wegen des Angriffskrieges Russlands gegen die Ukraine mit der nächsten Krise umgehen. Die Verunsicherung der Konsumenten ist groß, weil niemand weiß, wie sich alles weiter entwickelt. Spürt ihr diese Verunsicherung bei euren Kunden?

Das alljährliche Firmenevent von Ladies Night Homeparties fand dieses Jahr unter dem Motto 'Tausendundeine Nacht' statt

Eric: Um ehrlich zu sein, spüren wir diese Unsicherheit bei unseren Kunden nicht. Ich denke, weil dies die nächste Krise ist, werden die Menschen versuchen, so zu leben, als ob es keine Krise gäbe. Die Menschen sehnen sich nach den Zeiten vor diesen beiden Krisen und werden deshalb auch so leben. Niemand will sich Sorgen über das machen, was kommen könnte, denke ich, und lieber zelebrieren, was man hat, weil alles relativ ist.

Der Sex Toy Markt muss sich derzeit vielen widrigen Umständen stellen – angefangen von Problemen in der Lieferkette bis hin zu den bereits erwähnten wirtschaftlichen Entwicklungen (Inflation, Energiepreise etc.). Können die aktuellen Krisen unseren Markt erschüttern oder ist er – wie viele behaupten – krisensicher?

Eric: Gute Frage. Wie immer werden die Starken überleben. Und mit stark meine ich die Unternehmen, die kunden- und hersteller-orientier sind, die eine nachweisliche Erfolgsbilanz haben. Kundenorientiert, weil die Kunden bis zu einem gewissen Punkt loyal sind, und herstellerfreundlich, weil man als Unternehmen, das direkt in China einkauft, von den dortigen Kapazitäten abhängig werden kann. Hat man seine Hersteller vielleicht vorher wegen ein paar Cent bedrängt, suchen diese sich vielleicht einfach andere Kunden. Unser Markt wird von jeder Krise erschüttert und das wird auch in dieser Krise nicht anders sein.

Welche Pläne und Ziele wird euer Unternehmen in den nächsten Monate verfolgen?

Eric: Unser Ziel ist es, das Unternehmen zu bleiben, das wir schon immer waren. Innovativ wie immer, freundlich wie immer und uns verbessern, wo es nur geht. Wir wollen der Marktführer bleiben, der wir sind. Und wir versuchen, so entspannt zu bleiben wie wir sind und weiterhin das zu tun, was wir gerne tun. Wir haben das beste Team, das wir je hatten, und das wissen wir zu schätzen!

Veronica

MSTRS00038

Now all your fantasies can come true, only you can set the limits!

Mistress

Color: Flesh, Material: TPE, Weight: 50 kg, Height: 163 cm, Breast: 101 cm, Waist: 67 cm, Hip: 106 cm, Feet size: 21 cm, Vagina depth: 18 cm, Anus depth: 18 cm, Oral depth: 15 cm

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)

2011 SIGN AWARD WINNER

BEST DISTRIBUTOR CENTRAL AND EASTERN EUROPE

Es geht nicht nur um sexuelles Wohlbefinden, sondern auch um das Wohlbefinden des Planeten

Blush setzt mit seinen umweltfreundlichen und nachhaltigen Vibratoren Maßstäbe

In diesem Interview mit Eric Lee, seines Zeichens Chief Innovation Officer bei Blush, sind nachhaltige Sex Toys das Thema. Mit der 2016 veröffentlichten Gaia Produktlinie, für die Blush mit BioFeel ein Biokunststoff auf pflanzlicher Basis entwickelte und nutzte, zeigte das US-Unternehmen nicht nur Pioniergeist, sondern auch wie die Abhängigkeit der Sex Toy Industrie von Plastik beendet werden kann. Mit BioTouch hat das Unternehmen mittlerweile ein weiteres Material für Sex Toys, das auf Naturkautschuk basiert, auf den Markt gebracht, damit sexuelles Vergnügen nicht zu Lasten des Planeten geht.

Als ihr mit Gaia, der ersten Linie biologisch abbaubarer Vibratoren auf den Markt gekommen seid, hatten wir das Jahr 2016. Ist Blush somit der Pionier unter den Sex Toy Unternehmen wenn es um nachhaltige und umweltschonende Produkte angeht?

Eric Lee: Mit Gaia, der ersten Kollektion nachhaltiger Vibratoren aus BioFeel, einem Biokunststoff auf pflanzlicher Basis – ganz ohne Erdöl – waren wir sicher Pioniere im Bereich umweltfreundlicher Sex Toys. Dafür wurden wir 2020 mit dem ETO Award der Kategorie Excellence in Sustainability“ ausgezeichnet. Mit unserem neuen Naturkautschuk-Material namens BioTouch sind wir wieder einmal Vorreiter in Sachen umweltfreundlicher Innovation und führend bei der Entwicklung umweltfreundlicherer Sex Toys. BioTouch erfüllt strenge Anforderungen - mechanische und chemische - und ist robust und dennoch luxuriös. Umweltbewusste Konsumenten werden erleichtert sein zu wissen, dass ihr Sex Toy die Umwelt nur minimal belastet. Produkte, die nicht auf Erdöl basieren, wie zum Beispiel Naturkautschuk, sind eine weitaus bessere Wahl als synthetischer Kautschuk oder Plastik. Blush bezieht seinen Kautschuk von nachhaltig arbeitenden und verantwortungsbewussten Landwirten. Außerdem können Kautschukbäume der Umwelt helfen, indem sie CO2 aufnehmen.

Was hat euch vor sechs Jahren bewogen, nach neuen Materialien für Sex Toys zu suchen? Und vor allem: wie schwierig war die Suche?

Eric: Wir, Verna, Partnerin, und ich leben leidenschaftlich ein umweltfreundliches und nachhaltiges Leben. Wir haben jahrelang nach Alternativen zu herkömmlichen Kunststoffen gesucht, um unsere Leidenschaft mit den Produkten von Blush zu kombinieren. BioFeel schien uns die perfekte Wahl für Vibratoren zu sein, denn es ist porenfrei und somit absolut sicher und sauber in der der Anwendung a, und im Körper. Der verwendete Biokunststoff ist kompostierbar, verbraucht weniger Energie und verursacht weniger Treibhausgasemissionen. Wir haben zudem darauf geachtet, dass die Verpackung unserer Verpackungen aus recyceltem Papier und ohne Plastikeinlagen besteht. Die Welt verändert sich. Der Übergang zu einer ‚grüneren‘ und nachhaltigeren Gesellschaft ist für uns alle jetzt ein Muss. Die Sex Toy Industrie ist sehr stark auf Plastik angewiesen. Mit Gaia wollten wir Nachhaltigkeit in unseren Markt bringen. Wir sind ständig bestrebt, negative Auswirkungen auf den Planeten durch unsere Produkte und unsere Produktion zu reduzieren. Wir wollen uns auf die Langfristigkeit konzentrieren - auf die Bekämpfung der globalen Plastikkrise und die Entwicklung nachhaltiger Verpackungen. Wir haben zwar noch einen langen Weg vor uns, aber Gaia war der richtige Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Als wir 2016 damit auf den Markt kamen, hatten wir noch keinen Namen, der die Kollektion

perfekt beschrieben hat. Als wir uns an unsere Kunden und auch an Konsumenten wandten, schlug jemand ‚Gaia' vor, nach der griechischen Gaîa, einer Erdgöttin in der griechischen Mythologie, was wörtlich ‚Erde' bedeutet. Der Name passte perfekt zu der Kollektion!

Die Gaia Linie besteht aus ‚BioFeel'. Was genau für ein Material ist das und warum eignet es sich gut für Sex Toys?

Eric: BioFeel ist der einzigartige pflanzliche Biokunststoff von Blush, ein Polymerverbundwerkstoff, der mit pflanzlichen Materialien gemischt wird. BioFeel ist kompostierbar. Das Material verbraucht weniger Energie und verursacht bei der Herstellung weniger Treibhausgasemissionen als herkömmliche Kunststoffe. Dieses Material ist die perfekte Wahl für Vibratoren, da es porenfrei, körperverträglich und leicht zu reinigen ist. Es sieht aus und funktioniert wie jedes andere Toy aus Hartplastik. BioFeel von Blush fühlt sich glatt an und besteht zu 35% aus nachhaltigem, mineralölfreien Pflanzenstoffen. Da BioFeel stabil ist, überträgt es Vibrationen wunderbar.

Wie ist die Idee biologisch abbaubarer Vibratoren damals angenommen worden? Gab es damals schon so etwas wie ein ausgeprägtes Bewusstsein zu Themen wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz?

Eric: Der Klimawandel und die Bedeutung von Investitionen in die Nachhaltigkeit sind seit geraumer Zeit in aller Munde. Das ist nicht nur

ein globales Problem, sondern prägt auch die Kaufgewohnheiten der Konsumenten. Deshalb muss Blush als Marke mehr Verantwortung für die Umwelt übernehmen und versuchen, umweltfreundlichere Produkte anzubieten. Als wir die Linie auf den Markt brachten, bekamen wir eine unglaublich positive Resonanz. Die Kunden waren begeistert, dass Gaia sowohl umweltfreundlich als auch leistungsstarkes ist.

Habt ihr euch bewusst entschieden, den Anfang mit klassischen Vibratoren und Bullets zu machen oder sind aufwendigere Produkte schwieriger umzusetzen wenn sie zugleich nachhaltig sein sollen?

Eric: Das Konzept nachhaltig hergestellter, umweltfreundlicher Sex Toys war damals neu in der Branche, daher wollten wir Produkte kreieren, die von allen akzeptiert und genutzt werden können - unabhängig von Geschlecht, sexuellen Vorlieben, Beziehungsstrukturen, Alter, Anfänger oder Erfahrener, und Geldbeutel. Das klassische und schlichte Bullet bot ein Gefühl der Vertrautheit.

Sechs Jahre nach der Markteinführung von Gaia und ‚BioFeel' kommt Blush nun mit einem neuen Material, das den Namen ‚BioTouch' trägt. Was hat es damit auf sich?

Eric: Wir sind ständig bestrebt, die negativen Auswirkungen auf unseren Planeten, die durch unsere Aktivitäten entstehen, zu verringern. Wir wollen uns auf die Langfristigkeit konzentrieren - auf die Bewältigung der globalen Plastikkrise und die Entwicklung nachhaltiger Verpackungen. Wir haben zwar noch einen langen Weg vor uns, aber die Gaia Bullets aus BioFeel waren unser erster Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Außerdem wurde die Gaia-Kollektion mit einer Verpackung aus Recyclingpapier veröffentlicht. Wir hatten das Ziel, die erfolgreiche umweltfreundliche Kollektion durch weitere pflanzliche Materialien zu erweitern, um den Verbrauchern umweltfreundlichere Sex Toy Optionen zu bieten. Im Gegensatz zu den ersten Artikeln von Gaia werden die neueren Produkte - das sind Eco Love, Eco Bliss, Eco Caress und Eco Delight - aus BioTouch hergestellt, unserer eigenen Version eines Naturkautschukmaterials. Es erfüllt strenge mechanische und chemische Anforderungen und ist robust, aber weich genug für unsere Vibratoren. Es verfügt über eine hohe Zug- und Reißfestigkeit für die Langlebigkeit. Wir beziehen unseren Kautschuk von Farmen, die nachhaltige und verantwortungsvolle Landwirtschaft betreiben. Diese Produkte bieten Konsumenten ein Gefühl der Erleichterung und des Wohlbehagens in dem Wissen, dass sie weniger negative Aus-

MEN4MEN

WHAT MEN'S PLEASURE SHOULD ALWAYS BE ABOUT

MEET US FROM **OCTOBER 5 TO 7**
AT THE **EROFAME 2022** IN HANNOVER
BOOTH 69 ABOVE **BAD ASS DISTRIBUTION**

MEN4MEN.EU

wirkungen auf die Umwelt haben als Produkte aus herkömmlichen Kunststoffen. Daher sind Produkte, die nicht auf Erdöl basieren, wie z. B. Naturkautschuk, eine weitaus bessere Wahl als synthetischer Kautschuk oder Materialien wie Kunststoff. Kautschukbäume können der Umwelt helfen, indem sie CO2 speichern. BioTouch ist porenfrei, körperverträglich und leicht zu reinigen. BioTouch Produkte sind mit unserem firmeneigenen silikonbasierten UltraSilk beschichtet, das für ein seidenweiches Gefühl sorgt. Außerdem sind wir einen Schritt weiter gegangen und haben Verpackungen aus 100 % nachhaltigen und ethisch vertretbaren Materialien entwickelt. Daher werden unsere neueren Artikel in umweltbewussten Verpackungen aus recyceltem Kraftpapier geliefert, das recycelbar ist, sich natürlich abbaut und keine negativen Auswirkungen auf die Umwelt hat. Die Verpackungen werden mit Druckfarben auf Sojabasis bedruckt, einer umweltfreundlichen Alternative zu Druckfarben auf Erdölbasis. Der niedrige Gehalt an flüchtigen Verbindungen in Tinte auf Sojabasis beträgt 0,8 % im Vergleich zu Tinte auf Erdölbasis (4,6 %), was beweist, dass Tinte auf Sojabasis die Erdatmosphäre weniger belastet als andere Tinten. Da Tinte auf Sojabasis viermal besser biologisch abbaubar ist als Tinte auf Erdölbasis, ist sie die beste Wahl, wenn es darum geht, negative Umweltauswirkungen zu minimieren. Außerdem wird Sojaöl auf nachhaltige Weise angebaut und ist biologisch abbaubar.
Die Gaia Ladegeräte bestehen außen aus Baumwolle und haben Köpfe aus PLA (Polylactide). Diese Kunststoffalternativen werden aus erneuerbaren pflanzlichen Quellen hergestellt und können im Laufe der Zeit zersetzt werden.

Ist das Ende der Fahnenstange schon erreicht, wenn es um Materialien für nachhaltige Sex Toys angeht oder hat sich der Zug gerade erst in Bewegung gesetzt? Was darf der Markt diesbezüglich noch erwarten?

Eric: Ich stehe in sehr engem Kontakt mit der Kunststoffindustrie. Ich bin immer auf der Suche nach neuen und besseren Möglichkeiten. Wenn die nächste nachhaltige Kunststoffal-

Leg Avenue™
www.legavenueeurope.com

ternative zur Verfügung steht, wird Blush sie ergreifen. Wir glauben auch, dass Marken, die hervorragende Nachhaltigkeitspraktiken entwickeln, in Zukunft widerstandsfähiger sein werden.

Wie stellt ihr sicher, dass alle eure hohen Anforderungen in Bezug auf die Nachhaltigkeit, die ihr bei euren Produkten ansetzt, stets erfüllt werden? Wie kontrolliert ihr eure Zulieferer, die Produktion etc.?

Eric: Die Fabriken, in denen wir fertigen, gehören uns selbst, so dass wir wissen, dass sie die gleiche Priorität wie wir haben - Qualität. Unsere Produkte werden umfangreichen Sicherheitstests unterzogen, um sicherzustellen, dass wir die bestmögliche Version eines Produkts auf den Markt bringen. Wir haben strenge Qualitätskontrollen und Qualitätssicherungsverfahren und erfüllen bei jedem Schritt die ISO-Normen.

Plant ihr, die Gaia Linie weiter auszubauen?

Eric: Ja. Solange der Markt unsere Bemühungen um umweltfreundliche Sex Toys unterstützt, werden wir weiter expandieren.

Wen habt ihr mit euren nachhaltigen Toys als Zielgruppe ins Auge gefasst? Umweltbewusste Konsumenten allein oder wird das Thema Nachhaltigkeit in Zukunft der springende Punkt, wenn es um die Kaufentscheidung der Konsumenten geht? Löst Nachhaltigkeit vielleicht sogar Faktoren wie Design, Material, Funktion etc. früher oder später ab?

Eric: Unsere Zielgruppe für die Gaia Linie sind alle Konsumenten, denen unser Planet am Herzen liegt. Es geht nicht nur um sexuelles Wohlbefinden, sondern auch um das Wohlbefinden des Planeten. Qualität und Leistung sind wichtige bestimmende Faktoren. Die Leute wollen nicht mehr Geld ausgeben oder sich mit minderer Funktionalität zufrieden geben, nur weil das Produkt nachhaltig ist. In der Praxis hat die Nachhaltigkeit also keinen Vorrang vor Qualität, Leistung oder Preis.

Könnt ihr Ratschläge geben, wie der Einzelhandel nachhaltige Sex Toys wie zum Beispiel eure Gaia Linie am erfolgreichsten vermarkten kann?

Eric: Einzelhändler sollten die Vorteile der von Blush angebotenen Displays und Muster nutzen, um Informationen über das Produkt zu präsentieren. Die Kategorie der Bullet Vibratoren ist ein Topseller in der Branche. Die Verbraucher wissen zu lassen, dass dies klassischen Bullet-Vibes von Gaia besser für die Umwelt sind und zudem mit viel Power ausgestattet sind, kann dabei helfen, die Nachfrage zu steigern. Wir ermutigen die Einzelhändler auch, an ‚Blush U' teilzunehmen, unseren Schulungen für Einzelhändler, in denen wir sie über die Produkte, die Materialien und deren Verwendung aufklären.

Über welchen Distributor oder Großhändler können europäische Einzelhändler eure Gaia Linie beziehen?

Eric: Gaia wird von unseren exklusiven europäischen Distributoren - Tonga und EDC Wholesale- vertrieben.

RUDE RIDER®
FUN GEAR

RUDERIDER
NEOPRENE PUPPY HOODS
UVP 69,95
ab € 19,91

T7271
T7272
T7273
T7274
T7275
T7276
T7277
T7280

T7719
T7720
T7721
T7722
T7723

T8151

T7254 rot

RUDERIDER
NEOPRENE PIG HOODS
UVP 69,95
ab € 19,91

RUDERIDER
NEOPRENE PUPPY HOODS
UVP 69,95
ab € 19,91

RUDERIDER
NEOPRENE HARNESS
UVP 39,95
ab € 11,88

T7259 rot

RUDERIDER
NEOPRENE PUPPY FACE
UVP 39,95
ab € 11,88

RUDERIDER 2 Stück
NEOPRENE BICEPS STRAP
UVP 19,95
ab € 6,78

T8357
T8355
T8358
T8356

T7282
T7281

RUDERIDER
ELASTANE HOOD
UVP 19,95
ab € 6,78

T7288
T7283

GAYSHOP.COM

Shop: grosshandel.gayshop.com

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

Mittlerweile gibt es einige nachhaltige Sex Toy Linien. Ist unser Markt auf dem richtigen Weg oder würdet ihr euch mehr Engagement in diese Richtung wünschen?

Eric: Der Erfolg, den Blush mit der Gaia Kollektion hat, wird das Interesse an der Herstellung nachhaltiger Sex Toys steigern. Wenn der Markt eine Verschiebung hin zu umweltfreundlichen Produkten unterstützt, wird jeder anfangen, diese herzustellen. Es ist wichtig, dass alle – auch unsere Industrie! - anfangen, über die Umwelt nachzudenken und auf eine nachhaltige Zukunft hinzuarbeiten. Die Schaffung einer nachhaltigen Zukunft, einschließlich der Bekämpfung des Klimawandels und der Plastikkrise, ist etwas, das wir nur gemeinsam erreichen können.

Was muß unsere Industrie tun, um das Thema Nachhaltigkeit als Chance und nicht als Bedrohung lange bestehender Geschäftsmodelle zu begreifen?

Eric: Die Branche insgesamt braucht mehr Aufklärung über dieses Thema. Es gibt so viele Möglichkeiten, die sich Unternehmen entgehen lassen, weil sie in ihren alten Gewohnheiten verhaftet sind. Diese Praktiken mögen zwar bisher zum Erfolg geführt haben, aber unsere Welt braucht Veränderung - und wir müssen Veränderungen herbeiführen!
Es ist an der Zeit, dass wir die jungen Menschen und die Generation Z unterstützen, die eine Schlüsselrolle bei der Förderung des Umweltbewusstseins spielen.

MY.SIZE PRO

out now!

ALLES WAS EIN KONDOM KANN

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

CERTIFIED MY.SIZE PRO QUALITY

INKLUSIVE DER WELTWEIT GRÖßTEN AUSWAHL AN BREITEN

SLIM — WIDE

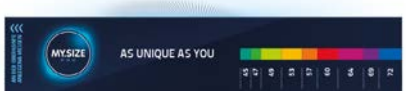
45 | 47 | 49 | 53 | 57 | 60 | 64 | 69 | 72

UND EINEM EINZIGARTIGEN BERATUNGSKONZEPT

ONLINE MESSTOOL

MY.SIZE PRO

ICONBASIERTE KOMMUNIKATION



KONDOMGUIDES ALS DRUCKVERSION UND DOWNLOAD IN 12 SPRACHEN

MY.SIZE - ALL WE DO IS FOR YOUR PLEASURE

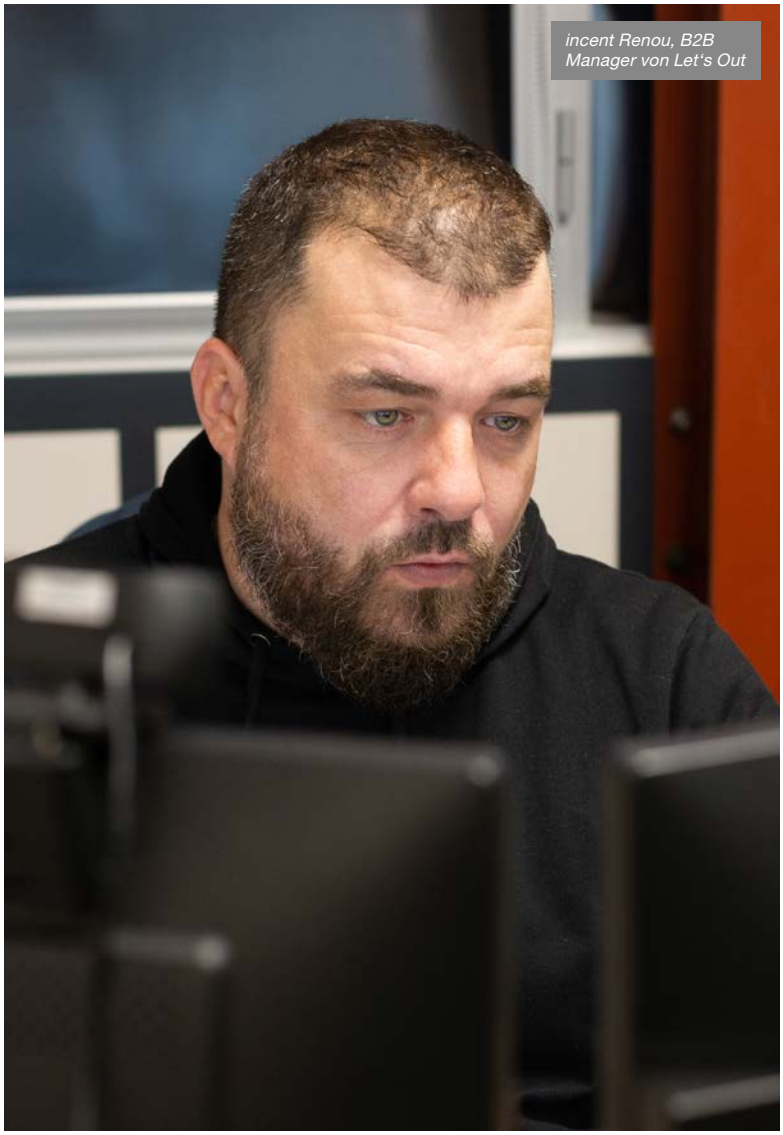
st RUBBER

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

STRUBBI.COM

Wir wollen dem Gay-Markt ein neues erschwingliches Angebot bringen

Vincent Renou über den Start von MEN4MEN.eu



incent Renou, B2B Manager von Let's Out

Mit MEN4MEN.eu bereichert eine neue B2B-Plattform den europäischen Gay-Markt. eLine hat mit Vincent Renou, B2B Manager von Let's Out, über die Unternehmung, die das Ergebnis der Fusion von Let's Out und SJ Trade im Dezember 2020 ist, und ihre Ziele gesprochen.

Ihr habt mit MEN4MEN.eu eine neue B2B-Plattform für den europäischen Gay-Markt gestartet. Was waren eure Beweggründe für diesen Schritt?

Vincent Renou: MEN4MEN ist die Umsetzung dessen, was wir ursprünglich mit Fundistri.com machen wollten, ein b2B-Portal für Gay-Markt Frankreichs und Europas. Wir haben uns aber schließlich mit unserer ersten Plattform auf den BDSM- und Mainstream-Markt konzentriert, unser Zusammenschluss mit SJ Trade war aber dann die perfekte Gelegenheit, das zu realisieren, was wir ursprünglich vorhatten.

Kannst du du etwas über die Philosophie von MEN4MEN.eu erzählen? Was bringt ihr dem Markt Neues – oder anders gefragt – was macht ihr anders oder besser als eure Mitbewerber in diesem Markt?

Vincent: Wir wollen dem Gay-Markt ein neues erschwingliches Angebot bringen. Unsere Mitbewerber leisten großartige Arbeit und ihre Präsenz ist besonders in den Niederlanden sehr stark. Das Angebot auf dem Markt hat sich in den letzten zehn Jahren kaum verändert, aber die Nachfrage wächst. Die Nachfrage an Poppers oder Dildos aus TPE, Vinyl oder Silikon ist seit der Pandemie buchstäblich explodiert und wir wollen die Plattform sein, um diese Lücke mit Marken wie Pink Alien, F*ck my color, Topped Monster und vielen neuen Marken zu schließen.

Wer sind eure Kunden? Stationäre Geschäfte? Onlineshops? Und welchen Service bekommen eure Kunden geboten?

Vincent: Unsere Kunden sind diejenigen, die uns schon seit den Anfängen von SJ Trade und Gangbangster folgen, so dass wir bereits in vielen europäischen Ländern sowohl in den Geschäften als auch online präsent sind. Unsere Botschaft und unsere Herangehensweise wurden sehr schnell auch von neuen Kunden gehört bzw. erkannt. MEN4MEN bietet mehr als 8000 Produkte mit sehr kurzen Lieferzeiten an. Jede Bestellung, die vor 15 Uhr aufgegeben wird, wird noch am selben Tag versandt. Wir bieten auch kostenlosen Versand für ganz Europa ab 450€ Warenwert und garantieren, dass es für alle defekten Artikel per Gutschrift erstattet werden.

Welche Produktkategorien im Gay-Markt deckt MEN4MEN.eu ab?

Vincent: Es wäre einfacher, wenn wir die Produktkategorien nennen würden, die wir bei MEN4MEN nicht anbieten! Unser Angebot ist sehr vielfältig mit Gleitmitteln wie J-Lube, K-cream, Bovivet und vielen anderen. Aber auch mehr als 100 Marken im Bereich Poppers und Stimulanzien; Hunderte von Dildos, Anal Plugs oder Prostatastimulatoren. Wir haben eine sehr reichhaltiges Angebot in Bezug auf Abteilung Penisringe, Ballstretchern, Penispumpen,

SJ Trade – hier mit Jürgen Ohneberg and Stephane Lies auf der eroFame 2019 – fusionierte Ende 2020 mit Let's Out

Masturbatoren und so weiter. Wir setzen uns weiterhin für Safer Sex ein, wie wir es immer getan haben, mit einem beeindruckenden Angebot an Kondomen und Hygienezubehör, DVDs und Accessoires, um Pride auf die richtige Art und Weise zu feiern.

Und welche Marken sind derzeit unter MEN4MEN.eu zu finden?

Vincent: Dazu gehören die, die ich bereits erwähnt habe, aber auch Crackstuffers, Dark Crystal, All Black, Fist, Master Series, Mancage, Mr Cock, Optimale, Kinky Puppy, Fukr, Electrastim, Doc Johnson, Prowler, The Red und natürlich Gangbangster.

Nach welchen Kriterien sucht ihr diese aus? Was müssen diese mitbringen, damit ihr sie in euer Sortiment aufnehmt?

Vincent: Seit dem Start unserer Plattformen hören wir viel auf unsere Geschäftspartner und versuchen, die Marken zu integrieren, die sie nachfragen. Wir haben auch Freude an unserer Auswahl an Dildos und Dessous, da wir ein sehr vielseitiges Team haben.

Welche Pläne für die Zukunft habt ihr mit MEN4MEN?

Vincent: Unser erster Plan für die Zukunft ist es, auf der eroFame eine große Präsenz zu zeigen. Wir werden am Stand 69 unter dem Namen ‚Bad Ass Distribution' zu finden sein, wo wir unsere verschiedenen Angebote, die wir dem Markt anbieten, vorstellen werden. Wir werden auch weiterhin unser Sortiment erweitern und hoffen, dass wir weitere Geschäftspartner auf dem europäischen Kontinent gewinnen können.

Wie sehen die gegenwärtigen Trends aus, wenn es um Sex Toys im Gay-Markt geht?

Vincent: Die Nachfrage nach Puppy Play wächst von Tag zu Tag und die neuen Produkte, die dazu auf den Markt kommen, sind immer süßer. Wir haben auch unser Angebot an Socken vervielfacht, die im Gay-Markt sehr beliebt sind. Leder bleibt natürlich ein Flaggschiffprodukt, aber vor allem würde ich sagen, dass der Markt sehr anspruchsvoll ist, was Neuheiten angeht, und deshalb bieten wir mehr als zwanzig Neuheiten pro Woche an.

Nahrungsergänzungsmittel mit L-Arginin

PREMIUM MORINGA

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

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

Das diesjährige Angebot als vielfältig zu bezeichnen, ist eine Untertreibung!

Raymond Houtenbos spricht über den Erfolg von Evolved in herausfordernden Zeiten

Raymond Houtenbos, Vertriebsleiter Evolved Europe

Ohne Zweifel, die gegenwärtigen Umstände sind nicht die einfachsten, denn es kriselt in der Welt an allen Ecken und Enden. Wie sich Evolved Novelties dien Herausforderungen der Post-Corona Phase stellt, berichtet Raymond Houtenbos, Evolved Vertriebsleiter für Europa, in einem Interview, in dem er auch über das positive Feedback zu Gender X, einer Ende vergangenen Jahres von Evolved veröffentlichten Produktlinie, die den Fokus auf Inklusion setzt, spricht.

Das ersten sechs Monate des Jahres liegen nun hinter uns. Wie beurteilst du das erste Halbjahr aus der Sicht von Evolved Novelties?

Raymond Houtenbos: Es war bislang ein gutes Jahr für Evolved! Trotz der Konflikte in der Welt und der daraus resultierenden Inflation fühlen sich die Verbraucher weiter zu unseren Marken hingezogen, weil sie auf Qualität und Langlebigkeit Wert legen. Es gibt den Konsumenten ein gutes Gefühl, etwas zu kaufen, das wirklich zuverlässig ist - und durch ein gutes Preisleistungsverhältnis überzeugt. Außerdem sind wir in der glücklichen Lage, über eine sichere und zuverlässige Lagerhaltung zu verfügen, um die Bedürfnisse der Branche sowohl online als auch offline zu erfüllen. Ich würde auch sagen, dass unsere Investitionen in regelmäßige Schulung des Verkaufspersonals nicht nur widerspiegeln, für wie wichtig wir Produktwissen halten, sondern dass sie auch das Vertrauen der Konsumenten in unsere Marke stärken.

Was hat sich in den letzten Monaten in Bezug auf neue Produkte oder Produktlinien bei euch getan?

Raymond: Wir bringen weiterhin jeden Monat 12 bis 14 neue, einzigartige Produkte in unseren Marken Evolved, Gender X, Adam & Eve, Zero Tolerance und Barely Bare Lingerie heraus. Derzeit konzentrieren wir uns nicht so sehr auf komplette Kollektionen, sondern vielmehr darauf, einzelne Produk-

te vorzustellen, die wirklich etwas Besonderes bieten. Zum Beispiel Produkte mit mehr als einem Verwendungszweck wie unserem Tantalyzing Teaser (EN-RS-8713-2) mit seinen tiefen und fast rumpelnden Vibrationen sowie punktgenauem schnellen Schwingungen. Oder Rabbit Hole (EN-RS-8805-2), der eine Saugfunktion mit doppelter Vibration vereint. Diese Zwei-in-Eins-Produkte sind sehr beliebt, weil die Leute ihr sexuelles Vergnügen erweitern wollen, ohne auf ihre bewährten Lieblingserlebnisse zu verzichten - und seien wir ehrlich, sie wollen auch mehr Leistung für ihr Geld!

Worauf lag der Schwerpunkt bzw. der Fokus eurer Produktveröffentlichungen der letzten Monate? Welche Trends und Entwicklungen im Markt haben sich in euren Veröffentlichungen widergespiegelt?

Raymond: Innovation ist das Herzstück unserer Produktveröffentlichungen, also würde ich sagen, dass der fortschreitende technologische Fortschritt den Weg vorgibt – mit aufblasbaren Produkten, Produkten mit Stoßfunktionen und so weiter. Das diesjährige Angebot als vielfältig zu bezeichnen, ist eine Untertreibung! Wir erweitern unsere Produkte für Männer mit der Zero Tolerance Linie – wir haben hier einige bahnbrechende neue Ideen. Und natürlich gibt es mit Gender X eine ganz neue Kategorie, die für uns sehr spannend ist. Das Konzept des geschlechtsneutralen Marketings hat uns eine Menge neuer Kunden beschert.

Ende letztes Jahr habt ihr mit Gender X eine Linie eingeführt, die komplett geschlechtsneutral ist. Wie war das Feedback? Ist Inklusion neben der Nachhaltigkeit der große Trend der Zukunft im Sex Toy Markt?

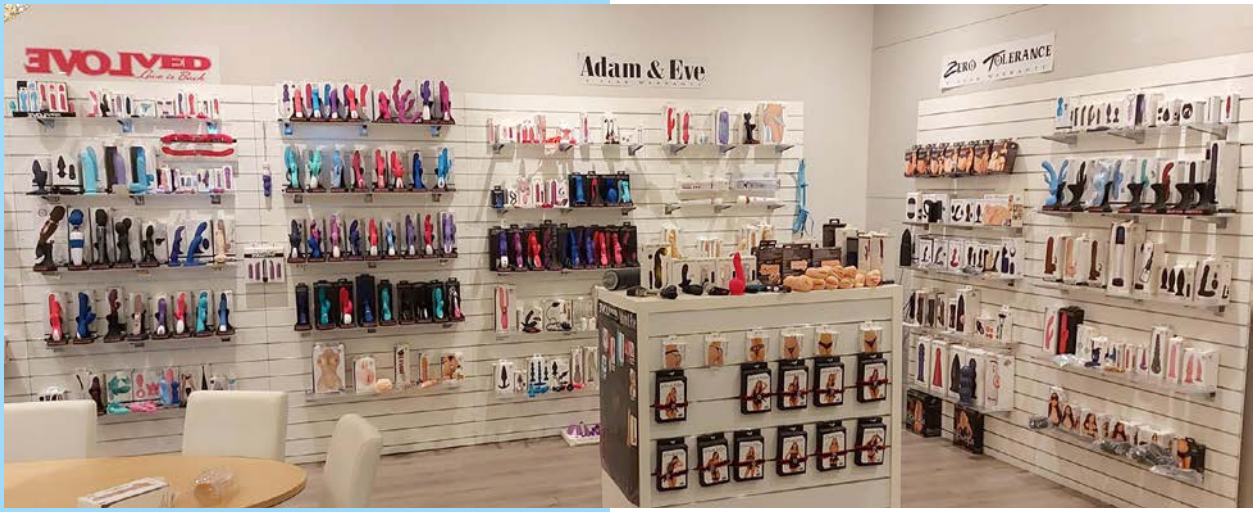
Raymond: Das Feedback zu Gender X war überwältigend positiv und enthusiastisch. Der Einzelhandel war ohne Zweifel bereit für eine neue Produktkategorie! Und die Welt war bereit für einen geschlechtsneutralen Raum, in dem die Vermarktung von Sex Toys nicht nach Geschlecht erfolgt. Alle, von Sex Toy Bloggern bis hin zu Ladenbesitzern, sind von der Idee begeistert, dass Gender X die Möglichkeit bietet, die binäre Wahl zwischen männlich und weiblich aus der Gleichung zu streichen. Es spricht für die Zukunft der Inklusivität - und wir lieben die Idee von ‚Toys für alle'. Wir wollen, dass sich die Menschen gut und nicht ausgeschlossen fühlen. Das war der Ursprung der Idee, und sie wird von der gesamten Branche angenommen. Darauf sind wir sehr stolz.

Wie gelingt es euch, mit jeder Neuveröffentlichung euer Markenversprechen einzulösen?

Raymond: Unsere Produkte sind eine erstklassige Marke für den Einzelhandel. Die Mitarbeiter in den Geschäften wissen, dass wir Qualität liefern und diese mit unserer 5-Jahres-Garantie absichern. Für jede einzelne Produktveröffentlichung garantieren wir bei Bedarf volle Erstattung oder Ersatz. Wir können uns rühmen, dass wir in 13 Jahren noch nie eine Retoure abgelehnt haben. Darüber hinaus haben wir einen Lagerbestand von zehn Monaten für alle 900 SKUs und haben seit acht Monaten eine Auftragserfüllungsrate von 96%. Wir sind umso stolzer, dass wir dies in einem Klima behaupten können, in dem Probleme in der Lieferkette wie eine dunkle Wolke über uns schweben.

Was sind für euch die bestimmenden Parameter ob ein Produkt erfolgreich wird oder im Regal verschimmelt? Haben sich diese Parameter in den letzten Jahren verändert?

Raymond: Jeder weiß, dass es immer Artikel geben wird, die aus dem einen oder anderen Grund



nicht mehr gekauft werden, da die Kunden nach neuen Technologien, neuen Funktionen etc. suchen. Unsere Aufgabe ist es, diese Bedürfnisse und Wünsche zu erkennen und Produkte zu liefern, die den Konsumenten in jeder Hinsicht zufrieden stellen. Klingt einfach, oder? Manchmal verfehlt man das Ziel, aber wir haben keinen besonderen Grund für das Scheitern feststellen können. Es bleibt halt eine Überraschung, aber in den meisten Fällen liegen wir glücklicherweise richtig mit unseren Produkten.

Wie wichtig ist die Markenbindung im Sex Toy Markt heute? Wie weit spielen die Marken, die wir aus unserem Markt kennen, eine Rolle in den Köpfen der Konsumenten?

Raymond: Markentreue ist in unser Industrie extrem wichtig. Ich habe gesehen, dass Kunden direkt zu einem bestimmten Regal gehen, wenn sie ein Geschäft betreten. Warum ist das so? Weil sie mit dem letzten Produkt, das sie gekauft haben, zufrieden waren und wieder eins der gleichen Marke haben wollen! Das ist doch der Sinn und Zweck unseres Tuns, oder? Ich denke, was unsere Marken angeht, so verlassen sich die Leute auf uns wegen der Innovation, der hohen Qualität und der vollständigen Ersatzgarantie - sie wissen, dass sie bei uns kein Risiko eingehen und das ist definitiv attraktiv!

Jetzt, da wir uns in der Post-Corona Phase befinden, lässt sich rückblickend gut beurteilen, wie disruptiv die Pandemie sich auf unseren Markt ausgewirkt hat. Wie viel Platz müssen wir Corona in einem Buch über die Geschichte des Sex Toy Markts einräumen?

Raymond: Offensichtlich hat die Pandemie die Lieferkette unterbrochen, aber für Unternehmen wie uns, die liefern konnten, war es eine erfolgreiche Zeit. Wir sind so dankbar, dass wir in der Lage waren, die Aufträge und Bestellungen zu erfüllen und unsere Einzelhändler während der Lockdowns und darüber hinaus zufrieden zu stellen. Natürlich waren wir auch auf andere Weise betroffen - wir erlebten die große Umstellung auf den E-Commerce und auf digitale Meetings - und das ist eine globale Auswirkung, die teilweise noch andauern wird.

In Folge der Pandemie ist viel über Vertriebswege diskutiert worden. Nicht wenige sind der Meinung, dass allein Direct-to-Consumer Geschäftsmodelle die Zukunft bestimmen werden. Teilt ihr diese Meinung?

Raymond: Wir sind überzeugt, dass Einzelhändler und Großhändler aber auch der Anbieter im E-Commerce als wertschöpfende Einheiten im Markt unverzichtbar bleiben werden. Die Verbraucher werden sich immer nach informierten,

PRIVATE

TOYS

NOW AVAILABLE AT SCALA

PRIVATE TUBE
€ 54,95
RRP

Leidy De Leon

PRIVATE TUBE
€ 54,95
RRP

Julia de Lucia

WWW.SCALA-NL.COM

fundierten Meinungen und ausgewählten Erfahrungen sehnen, weil es sich bei unserem Markt um einen Markt handelt, der wie kein anderer sehr spezifische Bedürfnisse hat. Die besondere ‚Sprache' in unserem Markt wird nicht verschwinden oder weniger notwendig, weder für Neueinsteiger noch für ‚alte Hasen'. Die Toy-Community ist stark, mit Bloggern, Influencern, Produkttestern und Experten wohin man schaut. Die Konsumenten wollen diese Kommunikation, sie wollen nicht einfach auf einen Knopf klicken und etwas ohne Kontext kaufen.

Nach der Corona-Krise war ein goldenes Zeitalter für den Sex Toy Markt prophezeit worden – stattdessen sprechen wir über einen Krieg in Europa, steigende Lebenshaltungskosten für den Konsumenten, über zusammenbrechende Lieferketten… was wird all das für unseren Markt bedeuten?

Raymond: Evolved wird dem Sturm zusammen mit dem Rest der Welt trotzen und unsere oberste Priorität bleibt es, die Verbraucher zu beliefern. Diese Vorhersagen über das ‚goldene Zeitalter' sind nichts, worauf wir uns bei unseren Geschäftsentscheidungen konzentrieren. Wir wollen ein offenes Ohr für den Handel haben, der unter Druck steht, und seine Bedürfnisse so gut wie möglich erfüllen. Es gibt immer Höhen und Tiefen, deshalb versuchen wir, unser Denken auf das ‚big picture' auszurichten und uns darauf zu konzentrieren, wie wir mit den Produkten, die wir verkaufen, das Leben in der Welt besser machen können.

Wie geht Evolved Novelties die Herausforderungen an, die die aktuelle Situation mit sich bringt?

Raymond: Wir haben ein offenes Ohr für unsere Kunden und beobachten das Marktgeschehen um bestmöglich reagieren zu können. Was die Lieferkette betrifft, so haben wir vor einigen Jahren ein Lager in den Niederlanden eröffnet, das für unsere europäischen Partner und Kunden eine enorme Hilfe darstellt und uns bei der Aufrechterhaltung der Lieferungen über den Ozean sehr geholfen hat.

Natürlich wollen wir auch über eure Pläne für die Zukunft sprechen. Was steht im zweiten Halbjahr an?

Raymond: Wir werden auch weiterhin unsere Kunden in ihren Heimatländern besuchen, ihnen Neuerscheinungen vorstellen, sie schulen und vor allem ihren Mitarbeitern in den Geschäften zuhören. Bei diesen persönlichen Treffen sammeln wir die besten Informationen darüber, wie unsere Produkte bei den Konsumenten ankommen und wonach diese im Einzelhandel suchen. Und da die eroFame dieses Jahr wieder stattfindet, freuen wir uns natürlich darauf, alle unsere Partner aus Europa und anderen Kontinenten zu treffen.

Es ist zwar noch einige Monate hin, aber die eroFame wirft bereits ihre Schatten voraus. Welchen Stellenwert hat das Event für euch und könnt ihr schon etwas über eure Pläne für die eroFame verraten?

Raymond: Es wird wunderbar sein, wieder Menschen persönlich zu treffen und mit ihnen von Angesicht zu Angesicht zu sprechen. Die Möglichkeit, unsere erstaunlichen Toys persönlich zu präsentieren, bedeutet uns viel, und die eroFame bringt unseren kompletten Markt zusammen. Es ist eine einmalige Gelegenheit für uns, der Welt zu erklären, warum Evolved so anders ist und Aufmerksamkeit verdient! Wir freuen uns sehr darauf.

WWW.EROPARTNER.COM

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

OH MY G

OhMyG

The OhMyG is the first-ever **completely silent G-spot massager** for bodies with a vagina.

Love yourself

ioba.toys

EROPARTNER DISTRIBUTION

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

Wir sind unglaublich glücklich, dass führende Designer unsere Produkte – also Sex Toys - würdigen

Evii, Biirds neuestes Produkt, ist mit zwei Design Awards prämiert worden

Andrea Rey,
Mitgründerin von Biird

Es ist mehr als erfreulich, dass Sex Toys verstärkt auch außerhalb unserer Industrie für Aufsehen sorgen und sogar mit Design Awards ausgezeichnet werden. Das sei durchaus als Zeichen dafür zu verstehen, dass Sex Toys immer weiter in den Mainstream rücken, sagt Andrea Rey, Mitgründerin von Biird. Der niederländische Sex Toy Hersteller hat vor Kurzem zwei Preise für sein neuestes Produkt gewinnen können. Andrea präsentiert Evii, so der Name der Neuheit, in einem Interview, in dem auch die Anforderungen an Sex Toys für Neueinsteiger thematisiert werden.

Herzlichen Glückwunsch zum Gewinn gleich zweier Awards für euer Produkt Evii. Wie überraschend war die Auszeichnung für euch?

Andrea Rey: Ich danke vielmals. Wir sind sehr stolz auf diese Auszeichnung und sie fühlt sich immer noch ein wenig surreal an. Wir hatten natürlich auf eine gewisse Anerkennung gehofft, aber gleich zwei Designpreise zu gewinnen, einen iF Design Award und einen A' Design Award, war eine ziemliche Überraschung. Wir haben im Büro ziemlich viel gefeiert.

Was bedeuten der Gewinn der beiden Awards für eure Marke? Wie viel Strahlkraft besitzen die Awards in Bezug auf eure Markenkommunikation?

Andrea: Wir sind unglaublich glücklich, dass führende Designer unsere Produkte – also Sex Toys - würdigen. Obwohl wir schon im Jahr 2022 sind, ist unsere Branche immer noch mit einem ziemlichen Stigma behaftet. Diese Auszeichnungen tragen definitiv dazu bei, die Tatsache ins Rampenlicht zu rücken, dass Selbstbefriedigung nichts ist, wofür man sich schämen muss, und dass, genau wie in anderen Produktkategorien, Form und Funktion Hand in Hand gehen können. Wir werden diese Gelegenheit auf jeden Fall nutzen, um über Biird und unsere bisherigen Erfolge zu berichten.

Ist der Gewinn der Awards also auch ein Zeichen dafür, dass Sex Toys im Mainstream angekommen sind und nicht mehr so stark tabuisiert werden wie in der Vergangenheit?

Andrea: Auf jeden Fall! Ich würde nicht sagen, dass wir schon vollständig im Mainstream angekommen sind, aber dies ist ein weiterer Schritt nach vorn für die gesamte Branche. Es gibt nur eine Handvoll Unternehmen in unserer Branche, die ähnliche Preise gewonnen haben, aber wir hoffen, dass dies erst der Anfang ist und dass diese internationale Anerkennung für noch mehr Inspiration sorgt.

Preisträger der beiden Awards ist Evii, euer zweites Produkt nach dem in 2020 Obii auf den Markt gekommen ist. Was macht Evii so einzigartig, dass das Produkt gleich zwei Trophäen auf einmal gewinnen konnte?

Andrea: Unser Ziel bei der Entwicklung von Evii war es, ein Produkt zu schaffen, das leicht zugänglich ist, das man gerne benutzt und für das man sich nicht schämen muss, wenn es jemand auf dem Nachttisch findet. Dadurch, dass Evii nicht phallisch geformt ist und eine kabellose Ladestation enthält, die gleichzeitig als Schmuckablage für den Nachttisch dient, erreicht Evii dieses Ziel ohne Zweifel. Auch auf die Verarbeitungsqualität von Evii sind wir sehr stolz. Wir haben wirklich ein Produkt von höchster Qualität erschaffen und keine Kosten gescheut.

Wie spiegelt Evii eure Marke wider? Was an Evii ist typisch Biird?

Andrea: Evii ist Biird in seiner Essenz. Evii ist alles, wofür wir stehen. Wir brechen das Stigma desr Selbstbefriedigung, indem wir ein schönes Produkt aus hochwertigen Materialien erschaffen, das hochwertig verarbeitet ist und das zwei Funktionen besitzt: Vibrator und Schmuckablage. Nicht zu vergessen sind auch unsere Marketingkampagnen, die auf einer witzigen Botschaft basieren – nämlich der der ‘Verbotenen Frucht’.

Wo und wie reiht sich Evii in die aktuellen Markttrends ein? Toys mit Saugfunktion sind

sehr angesagt, immer mehr moderne Technologien fließen in Sex Toys ein…

Andrea: Ja, Toys mit Saugfunktion sind heutzutage sehr beliebt, aber wir sind der Meinung, dass es nicht nur um Saug- oder Vibrationsfunktion geht. Die Menschen wollen Abwechslung. Sexuelles Vergnügen ist etwas sehr Persönliches, und je nach Lust und Laune wählen die Nutzer verschiedene Toys für verschiedene Gelegenheiten. Wir haben zwei Vibrationsmotoren in Evii eingebaut, einen in der Spitze und einen im Bauch, um den Benutzern eine neue Dimension der Vibration zu ermöglichen.

Wo wir gerade bei Technologien sind: was hat es mit eurer neuen FlowSense Technologie auf sich?

Andrea: Unsere FlowSense Technologie ermöglicht es dem Benutzer, die Vibrationen genau auf seine Bedürfnisse abzustimmen, indem er + oder - gedrückt hält. Dadurch wird die Vibration schrittweise erhöht oder verringert. Sobald die gewünschte Vibrationsstärke erreicht ist, wird die Taste losgelassen und der Benutzer hat genau die Vibrationen, die er mag.

Ist Evii die Antwort auf die vielen Konsumenten, die durch die Corona-Pandemie in unseren Markt gespült wurden und die Nachfrage nach 'Einsteigerprodukten' in die Höhe schießen ließen?

Andrea: Die Tatsache, dass viele neue Kunden auf den Markt kommen, hat uns bei unserer Entscheidung, Evii zu entwickeln, sehr geholfen. Evii ist in der Tat ein sehr einfach zu bedienendes Toy das wir Erstanwendern und denen, die ein hochwertiges Einsteigerprodukt suchen, sehr empfehlen. Gleichzeitig kann Evii dank seiner zwei Motoren von flüsterleisen und sanften Vibrationen bis hin zu tiefen und rumpeligen Vibrationen gehen – wer also etwas mehr Power braucht, findet diese auch bei Evii.

Welche Anforderungen müssen erfüllt werden, um Neueinsteigern gerecht zu werden? Dass die Form bzw. das Aussehen eine große Rolle spielt, liegt auf der Hand, aber welche Parameter sind noch wichtig?

Andrea: Die neue Generation von Kunden sucht nach einem Erlebnis, das ihren Werten und Erwartungen voll entspricht. Angefangen bei einer umfassenden und authentischen Marketingbotschaft, über die Herstellung des Produkts nach denselben hohen Qualitätsstandards, die sie von anderen elektronischen Produkten, die sie bisher gekauft haben, erwarten, bis hin zu einem aufregenden Auspackerlebnis. Apropos, wir haben uns mehr als nur Mühe

dreamtoys

EXPLORE · DISCOVER · ENJOY

RED REVOLUTION

NEW

GEORGIA

VIBE & PUMP
Silicone, ABS
2 Powerful motors
7 vibration patterns
7 suction modes
phthalate free
Waterproof IPX7
rechargeable
charging time 2 hours

ANNA

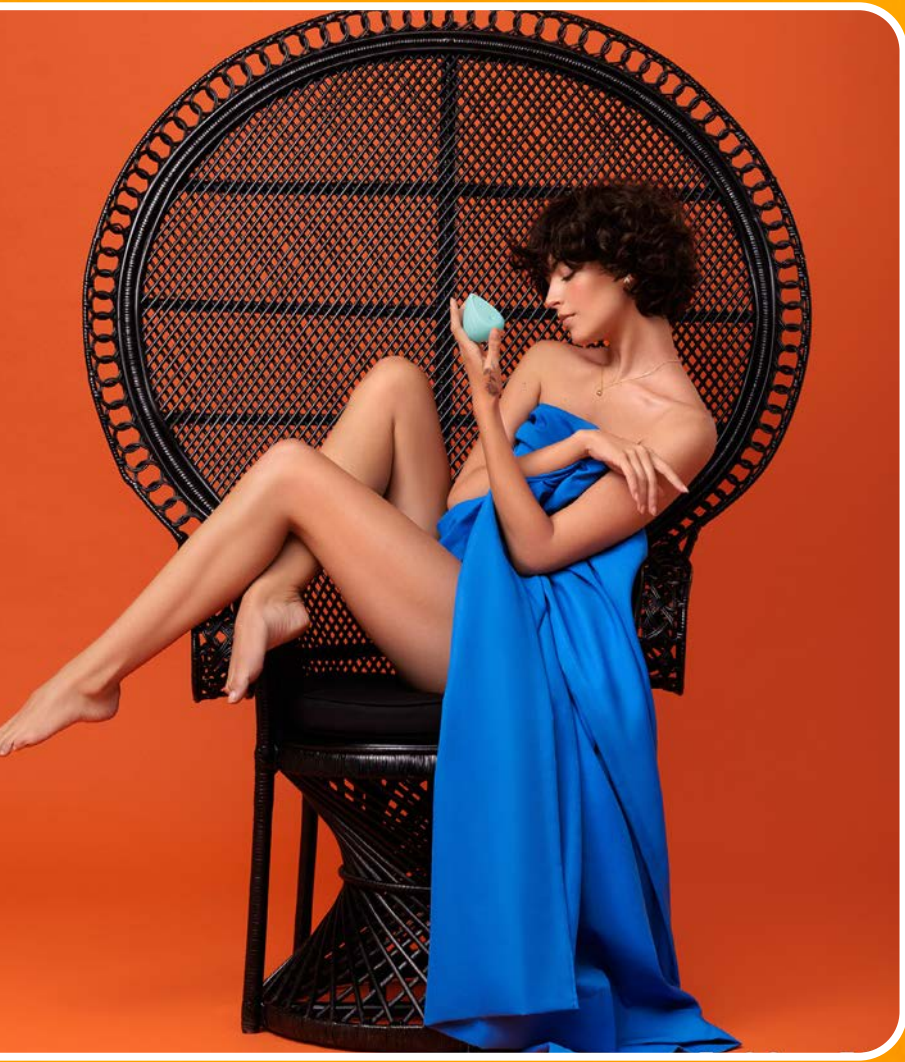
TRIPLE VIBE SUCKING
Silicone, ABS
2 Powerful motors
7 vibration patterns
3 suction modes
flexible shaft
phthalate free
Waterproof IPX7
rechargeable
charging time 2 hours

Meet Georgia & Anna

info@tongabv.com

tongabv.com

+31 (0) 115 566 322



gegeben, die Verpackung von Evii zu einem Blickfang zu machen, da dies einer der ersten physischen Berührungspunkte mit unseren Nutzern ist, und wir möchten, dass ihnen der gesamte Prozess – vom Auspacken bis zur Nutzung - in Erinnerung bleibt.

Bei Obii war es eine Stimmungslampe, bei Evii ist es eine Schmuckschale, die zum Aufladen des Vibrators dient. Warum diese Verbindung aus Sex Toy und Alltagsgegenstand?

Andrea: Dafür gibt es zwei Hauptgründe: den Mehrwert und die Botschaft, die wir vermitteln wollen. Wenn wir eine Ladestation einbauen, bieten wir dem Kunden einen zusätzlichen Wert. Sowohl vom Standpunkt des Designs und der Ästhetik als auch vom Standpunkt des Anwendungsszenarios, da das Produkt immer aufgeladen und einsatzbereit ist. Der Aspekt des 'Alltagsgegenstands' hilft uns aber auch dabei, unsere Botschaft zu verbreiten, das Stigma zu brechen und Selbstbefriedigung zu normalisieren. Wenn Sex Toys Teil der Zimmereinrichtung werden können, sind Konsumenten einen Schritt näher daran, sie häufiger zu benutzen und sich dabei wohl zu fühlen.

Besteht Interesse, den Fuß in den B2B-Markt zu setzen, damit Evii auch über den Groß- sowie den Einzelhandel angeboten werden kann?

Andrea: Ja, auf jeden Fall. Wir konzentrieren uns darauf, eine starke Marke aufzubauen und die Kundennachfrage zu steigern, und B2B ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Vertriebskanäle. Evii ist bereits bei Passage Du Desir erhältlich, Frankreichs größtem Einzelhändler für Sex Toys mit 12 Geschäften und einer großen Online-Präsenz, und in den kommenden Monaten wird Evii in zahlreichen weiteren Geschäften auf der ganzen Welt zu finden sein.

Wie sehen eure Pläne für die nächsten Monate aus?

Andrea: Anfang Juni haben wir den Vorverkauf für unser neuestes Produkt Namii gestartet. Es ist ein 2-in-1 Produkt mit Saug- und Vibrationsfunktion, das in echter Biird-Manier auch über eine kabellose Ladestation mit Stimmungslicht verfügt.

REBEL
MEN'S GEAR

ORION WHOLESALE

EXCLUSIVE DESIGN

JUST ENJOY YOURSELF!

REINE MÄNNERSACHE

BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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

2205-066

Dieses Monthly Mayhem sellt ein Novum dar, denn zum ersten Mal haben wir jemanden aus Neuseeland, der sich den Fragen stellt. Taslim Parsons ist Business Development Managerin beim Distributionsunternehmen Wholesale Solutions und treibende Kraft hinter Neuseelands erfolgreichster Sex Toy Marke Share Satisfaction.

Kannst du mit einigen kurzen Worten beschreiben, wie wir uns den Sex Toy Markt in Neuseeland vorzustellen haben?

Taslim Parsons: Ich schätze, er ist wahrscheinlich dem europäischen sehr ähnlich. Die Kiwis sind ziemlich aufgeschlossen, und dem Sex Toy Markt hier geht es trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen immer noch einigermaßen gut. Ich liebe es, in der Branche zu arbeiten - sie macht so viel Spaß und ist so lebendig!

Welchen Berufswunsch hattest du als Kind?

Taslim Parsons: Ich wollte Profifußballerin oder Schauspielerin werden. Ich habe als Jugendliche gespielt und geschauspielert und beides geliebt. Die meiste Zeit meiner Karriere war ich im Vertrieb und Marketing tätig, und das ist auch gut so. Ich liebe, was ich tue.

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

Taslim Parsons: Ich sah das Stellenangebot für die Position, die ich jetzt bekleide, hatte mich aber nicht sofort darauf beworben. Ich arbeitete damals für eine Wohltätigkeitsorganisation. Dann, nach einem Jahr, sah ich das Stellenangebot wieder, habe mich beworben, den Job bekommen und der Rest ist Geschichte.

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

Taslim Parsons: Ich bin mir nicht ganz sicher... Ich vermute, ich würde immer noch im gemeinnützigen Sektor arbeiten. Früher habe ich Partnerschaften zwischen Unternehmen und Wohltätigkeitsorganisationen aufgebaut, was eine wirklich erfüllende Arbeit gewesen ist. Jetzt helfe ich Menschen dabei, ihr Sexualleben zu verbessern, was sich genauso gut anfühlt!

Was war der größte Karriereschub für dich?

Taslim Parsons: Mit Mitte 20 bekam ich die Chance, Geschäftsführerin eines Designunternehmens zu werden. Das war eine enorme Lernkurve für mich, aber diese Lektionen waren von unschätzbarem Wert für den Rest meiner Karriere.

Wo siehst du dich in zehn Jahren?

Taslim Parsons: Meine Güte, zehn Jahre sind eine lange Zeit! Ich habe keine Ahnung, aber solange ich etwas tue, das ich liebe, und reisen und tolle Menschen treffen kann, bin ich glücklich.

Wie siehst du die Zukunft der Love Toy Industrie?

Taslim Parsons: Sie wird immer mehr zum Mainstream, vor allem, weil immer mehr Einzelhändler aus dem Mainstream, Sex Toys verkaufen. Ich denke, dass sich die Toys zukünftig dahingehend weiterentwickeln, dass sie vom Benutzer stärker individualisiert werden können.

Wie sieht ein perfekter Tag in deinem Berufsleben aus?

Taslim Parsons: Treffen mit meinen Einzelhändlern, kreativ sein, neue Produkte auf den

Taslim Parsons

Fragen & Antworten

Markt bringen… diese Dinge begeistern mich und machen mir wirklich Spaß.

Wie entspannst du dich nach der Arbeit?

Taslim Parsons: Normalerweise mit einem Glas Wein, während ich in meiner Küche stehe und koche und meinen Kindern zuhöre, wie sie von ihrem Tag erzählen. Oder ich gehe zum Zumba und schüttle den Alltag ab!

Wer ist dein Vorbild und warum?

Taslim Parsons: Es gibt so viele, die dafür in Frage kommen würden. Ich hatte das große Glück, mit einigen unglaublichen Menschen zu arbeiten. Eine, die mir besonders am Herzen liegt, ist eine wunderbare Frau namens Claire, für die ich in meinen 20ern und 30ern gearbeitet habe. Sie war eine tolle Chefin und hatte eine unfassbar positive Ausstrahlung. Sie war unglaublich klug und hat mir gezeigt, wie wichtig Hartnäckigkeit und positives Denken sind. Sie war auch eine der nettesten Geschäftsführerinnen, mit denen ich je gearbeitet habe.

Du darfst einen Orden verleihen. Wer bekommt ihn?

Taslim Parsons: Meine beste Freundin. Sie ist mein ganzes Leben lang meine Cheerleaderin. Sie gibt so gute Ratschläge und ist immer da, um mir zu helfen.

Auf welche eigenen Erfolge bist du besonders stolz?

Taslim Parsons: Meine Kinder machen mich sehr stolz. Auch bin ich stolz darauf, dass ich den Mut hatte, vor 20 Jahren aus Großbritannien nach Neuseeland zu ziehen und hier ein erfolgreiches, glückliches Leben zu führen, mit tollen Menschen an meiner Seite und in einer fantastischen Community.

Was gefällt dir an deiner Person besonders gut?

Taslim Parsons: Ha! Ich mag es, dass ich hartnäckig bin. Ich bin loyal, und ich bin gut darin, Geschäftsbeziehungen aufzubauen.

Welche Sünde kannst du nicht vergeben?

Taslim Parsons: Ich weiß nicht so recht, ich denke, Menschen tun Dinge aus unterschiedlichen Gründen. Und ohne den Grund zu kennen, aus dem jemand etwas getan hat, kann man nicht wirklich urteilen. Abgesehen davon ist Rauchen ziemlich eklig! (sagt eine Ex-Raucherin).

Was singst du unter der Dusche?

Taslim Parsons: Alles mögliche! Bei mir läuft immer Musik. Es ist immer entweder Soul oder etwas aus den 80ern.

Wen würdest du wirklich niemals nackt sehen wollen?

Taslim Parsons: Donald Trump.

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

Taslim Parsons: Mit meinem Mann. Wir lieben Kino. Zurzeit bin ich scharf darauf, 'Top Gun Maverick' zu sehen.

Du bekommst einen Monat Urlaub. Wo geht es hin?

Taslim Parsons: Wahrscheinlich Fidschi, ich liebe es dort. Oder ich würde einen Monat lang durch Afrika reisen.

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

Taslim Parsons: Share Satisfaction Kama, meine Musik und Feuchtigkeitscreme.

Mit wem würdest du gerne einen Tag deines Lebens tauschen?

Taslim Parsons: Ich kann mir niemanden vorstellen, mit dem ich das Leben tauschen möchte. Ich liebe mein Leben. Ich bin glücklich. Vielleicht mit Elon Musk, wenn er mit der Rakete ins All hochfliegt, nur um zu sehen, wie es ist!

Was würdest du nie wieder im Leben machen?

Taslim Parsons: Rauchen!

Welchen gut gemeinten Rat gibst du unseren Lesern?

Taslim Parsons: Bleibt euch selbst treu. Seid ehrlich und integer bei euren Geschäften. Das zahlt sich aus. Habt Spaß an eurer Arbeit. Man verbringt viel Lebenszeit damit, zu arbeiten. Wenn man seine Arbeit nicht liebt, sollte man such etwas anderes suchen.

XBIZ RETREAT

Business + Pleasure

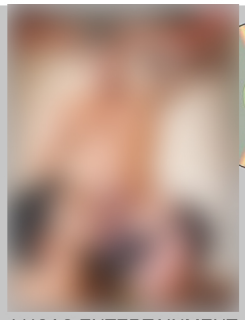
Take your success to the next level. Be part of XBIZ Retreat, the adult retail industry's premier all-inclusive event that brings together top buyers and product manufacturers for three days of private one-on-one meetings and networking special events.

SUMMER 2022 | MIAMI, FL

xbizretreat.com

GAYSHOP.COM
WHOLESALE

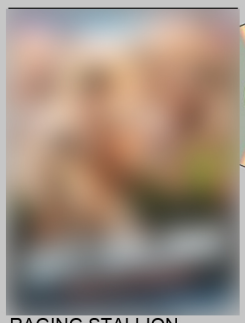
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21200D
UVP € 44,95
€ 15,96

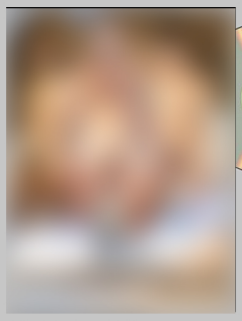
LUCAS ENTERTAINMENT



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21394D
UVP € 39,95
€ 12,86

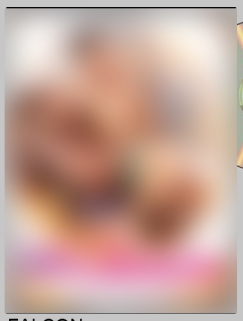
RAGING STALLION



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21372D
UVP € 39,95
€ 12,86

NAKED SWORD



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21371D
UVP € 39,95
€ 12,86

FALCON

MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21305D
UVP € 39,95
€ 12,86

MASQULIN

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

Shiatsu
THE GARDEN OF LOVE

EDIBLE LOVE
LUBRICANT

HOT
London - Miami - Tokyo
world-of-hot.com

I'm green™

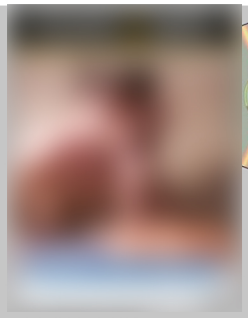
In 6 Geschmackssorten erhältlich.

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 /// Fäes 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

GAYSHOP.COM
WHOLESALE

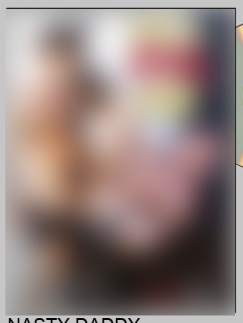
grosshandel.gayshop.com



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21136D
UVP € 34,95
€ 12,86

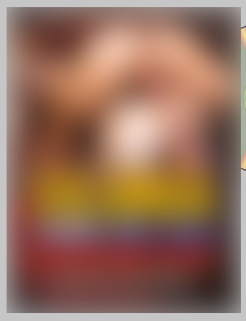
FUCKER MATE



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21207D
UVP € 39,95
€ 12,86

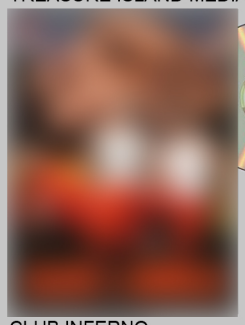
NASTY DADDY



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21374D
UVP € 44,95
€ 12,86

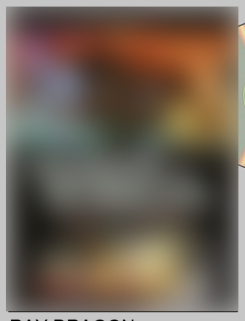
TREASURE ISLAND MEDIA



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21369D
UVP € 39,95
€ 12,86

CLUB INFERNO



MENGENRABATTE ERHÄLTLICH!

21379D
UVP € 39,95
€ 15,96

RAY DRAGON

GAYSHOP.COM

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

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

spanish fly
GOLD & extreme

ero by HOT

spanish fly
GOLD

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

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

spanish fly
extreme

women / 30ml
Art. No. 77103

men / 30ml
Art. No. 77102

spanish fly
drops

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

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

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

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

HOT
London - Miami - Tokyo

Firma	Produktpalette	Highlight	Zielgruppe(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	Zielgruppe(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

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 (-17)
tdavidjan@mptoday.de

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

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

Druck:
Leinebergland-Druck GmbH & Co.

SCALA

TABOOM

NEW

EXCLUSIVE

INFLATABLE
REMOTE CONTROLLED
FUCK SEAT

LUXURY BONDAGE ESSENTIALS

WWW.SCALA-NL.COM

SCALA

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