

# eLine

Official media cooperation partner



Europe's first choice for the erotic trade

PUMP WORX®

# MAX BOOST PUMP COLLECTION



# FLESHLIGHT<sup>®</sup> AIR<sup>™</sup>

Cleaning your Fleshlight is now easier than ever. With the Fleshlight Air, you don't have to worry about how to position a clean, wet Fleshlight in order to ensure it's dry!



**ORDER NOW**

More info at [eropartner.com](http://eropartner.com)





**NEW**  
PRODUCT



**EROPARTNER**  
DISTRIBUTION

66



Mit dem SVibe EVO setzt Snail Vibe den Fuß in den Markt für Sex Toys für Männer - Irina Teniaeva kennt die Details

Wieland Hofmeister spricht über die Zukunft der eroFame



36

92



Pat Romanek, Geschäftsführerin von Amocarat, informiert über das Re-Branding der Marke Obsessive

44



Koichi Matsumoto präsentiert TENGA UNI, das erste geschlechtsneutrale Produkt der Marke

60



Christophe Walmé schließt sich dem ORION Wholesale an – eLine hat ihn zu seinen neuen Aufgaben befragt

72



Bei Honey Play Box stehen die Räder nie still – Sales Director Vincent Renou bringt uns auf den neuesten Stand



*Lola Games im Jahr 2024: Natalia Bobyleva spricht über ihre Pläne*

76



*Alexandra Fine, Geschäftsführerin von Dame, über die Expansion der Marke*

84

**News:**  
Internationales Marktgeschehen ..... 12

**Feature:**  
Eilmeldung! ..... 26

**Feature:**  
Mit Produkttests und Zertifizierungen auf der sicheren Seite ..... 30

**Interview:**  
Wieland Hofmeister (eroFame) ..... 36

**Interview:**  
Koichi Matsumoto (TENGA) ..... 44

**Interview:**  
Casey Kaminsky (Babeland) ..... 50

**Interview:**  
Christophe Walmé (ORION Wholesale) ..... 60

**Interview:**  
Irina Teniaeva (Snail Vibe) ..... 66

**Interview:**  
Vincent Renou (Honey Play Box) ..... 72

**Interview:**  
Natalia Bobyleva (Lola Games) ..... 76

**Interview:**  
Alexandra Fine (Dame) ..... 84

**Interview:**  
Pat Romanek (Amocarat) ..... 92

**Monthly Mayhem:** ..... 98

**Highstreet:** ..... 104

**eLine Kalender:** ..... 108

**ean** Europe's 1st choice for the erotic trade

**eLine** Europe's 1st choice for the erotic trade

Europe's 1st choice for the erotic trade present:

**eroFame**  
Global Trade Convention

The international b2b trade fair for the erotic industry

Hannover Messe  
30539 Hanover  
Germany  
25.-27. September 2024

www.erofame.eu

# Die größte europäische b2b-Messe für die Der Countdown hat begonnen: **25-27**

Wir sehen uns in der Messe Stadt Hannover

Branchen-Teilnehmer  
aus über **55** Ländern

# **eroFame**

**Global Trade Convention**

Internationale b2b Fachhandelsmesse für den Erotikmarkt

- **Erfolgreiche Geschäfte**
- **Professionelle Atmosphäre**
- **Das eroFame-Oktoberfest! Freigetranke, köstliches Buffet, DJs und Show Acts garantieren mega Stimmung!**
- **Fulminante Stand-Partys**
- **Freier Eintritt und kostenloses, reichhaltiges Mittags-Catering für alle Branchenteilnehmer!**
- **Ein MUSS für alle Profis unserer Branche**
- **Hier trifft sich das internationale Who-is-Who des Erotik-Marktes!**

Kontakt: mediatainment productions GmbH • Große Kampstraße 3 • D 31319 Sehnde  
Tel: +49(0)5138 60 220-0 • Fax: +49(0)5138 60 220-29 • [info@erofame.eu](mailto:info@erofame.eu)

# internationale Erotik-Branche September 2024

**eroFame Rekord 2023:  
Über 4.000  
Branchen-Teilnehmer**

## **Auszug Aussteller eroFame 2024**

Adloran, API, Bemapharm,  
CalExotics, Cloud 9, CNEX,  
Cobeco Pharma, Crave,  
Demoniq, Dreamlove,  
Eropartner, E-Stim,  
EX-POW, Funline,  
Gao International,  
Honey Play Box,  
INTT Cosmetics, JO,  
Kheper Games, Kiiroo,  
Leg Avenue, Lockerroom,  
LTC Healthcare,  
Medica Group, Mystim,  
Nexus, Noir Handmade,  
NS Novelties, Nu Sensuelle,  
Odeco, ONE-DC, One Touch,  
ORION Wholesale, Orgie,  
Pasante, pjur, Pretty Love,  
RCC Wholesale, SIGN,  
S-Linkey, Satisfyer, SCALA,  
Sexual Desire, Style Vibes,  
SHUNGA, ST RUBBER,  
SVAKOM, TENGA,  
ToyJoy, Tracy's Dog,  
UPKO, XR Brands

Stand:  
**April 2024**

Schon jetzt über  
**3.500 m<sup>2</sup>**  
vermietete Standfläche!

die eroFame 2024 wird gesponsert von:

**eLine**

**ORION**



**SCALA**

**ST RUBBER**

**Werte Besucher  
der eroFame,  
liebe Branchenfreunde,**

voller Stolz und Freude möchten  
wir folgende, aufregende Nachricht  
mit Ihnen und Euch teilen:

Die eroFame ist in anderen  
Umständen und guter Hoffnung  
– wir erwarten Nachwuchs!

Vater des Ereignisses ist  
höchstwahrscheinlich  
der Wunschgedanke unserer  
Branche nach einer  
Frühjahrsmesse in  
Süd-Europa...

**Geburtstermin:**

**08. April 2025  
im Messezentrum Malaga**  
– wohl die schönste Stadt der Welt.

Die Geburt wird spannende  
3 Tage andauern,  
so dass wir alle bis zum  
10. April 2025 dabei sein dürfen.

the eroFame is powered by:







Der Name für das Neugeborenen  
steht auch schon fest:

## Malaga eroFame 2025

Global Trade Convention in Southern Europe.

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie  
dieses junge Event mitgestalten würden –  
diverse namhafte Aussteller-Firmen haben  
sich schon heute für die Teilnahme in  
Malaga entschieden.

Bitte vertrauen Sie auf unser Know-How  
und unsere eroFame-Reputation.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch,  
herzlichst Ihr eroFame Team

P.S.: Der Flughafen Málaga – Costa del Sol ist ein  
internationaler Verkehrsflughafen in der Provinz Málaga im  
Süden der iberischen Halbinsel und der zentrale Flughafen  
für die Costa del Sol in Spanien.

the eroFame is powered by:

**eLine** **ORION**



**SCALA** **ST** RUBBER



malagaeroFame

- Dreamlove
- EX-Pow
- Import Kareva
- Orion
- pjur
- SCALA
- Secret Play
- ST Rubber



Vorwort  
Liebe Leser,

*dass die Bewertungen darüber, wie weit Sex Toys bereits in den Mainstream vorgedrungen sind, unterschiedlicher kaum sein könnten, kann nicht überraschen. Während unser Markt für den einen schon am Ziel angekommen ist, ist für den anderen der Weg bis in den Mainstream noch ein langer. Wie auch immer, die Reise unseres Markts Richtung Mainstream wird im Allgemeinen als sehr positiv taxiert, weil diese natürlich riesige Möglichkeiten eröffnet. Aber es gibt auch mahnende Worte. In einem Interview in eLine vor einigen Monaten ist die Frage gestellt worden, was passieren würde, wenn im Zuge der Mainstreamisierung zum Beispiel Sony den Fuß in den Sexual Wellness Markt setzt und Vibratoren anbietet? Wird hier jetzt der Teufel an die Wand gemacht? Wird am Ende sowieso nichts so heiß gegessen wie es gekocht wird? Oder lohnt es sich, über dieses – noch spekulative – Szenario nachzudenken?*

*In diesem Sinne,  
Matthias Johnson*

## Christophe Walmé verstärkt das Sales-Team beim ORION Wholesale

Ausbau der Präsenz im französischsprachigen Markt

**Der ORION Wholesale ist seit Jahrzehnten ein verlässlicher Partner des internationalen Erotik-Handels und heute einer der größten Erotik-Großhändler Europas – und mit Kunden in über 50 Ländern auch weit darüber hinaus erfolgreich.**

Den neben einem umfassenden, qualitätsgeprüften Bestseller-Sortiment ist das Unternehmen für seinen Service und seine maßgeschneiderten Vertriebslösungen bekannt. Dieser Service wird permanent optimiert, weshalb Christophe Walmé jetzt das Sales-Team verstärkt. Vielen aus der Branche ist Christophe bereits bekannt. Zehn Jahre hat er in Frankreich sowie in anderen Ländern für französische Firmen gearbeitet, weshalb er speziell den französischen



Markt und die Branche sehr gut kennt. Seit März 2024 verstärkt Christophe Walmé jetzt als Key Account Manager das Sales-Team des

ORION Wholesale. Christophe Walmé freut sich auf seine neue Aufgabe im Sales-Team des ORION Wholesale. „Ich bin sehr stolz darauf, ein Teil dieses fantastischen Teams und dieses erfolgreichen Unternehmens zu sein. ORION hat das beste Markenportfolio und ich möchte das Unternehmen damit zum Marktführer in Frankreich machen.“ **e**

## Secret Play jetzt bei ST RUBBER

ST RUBBER erweitert sein Sortiment mit Produkten von Secret Play. Diese umfassen eine vielfältige Auswahl an Scherzartikeln, Food & Fun Artikeln, unterhaltsamen Spielen und verwöhnenden Massagegelen. Von frechen



Gadgets bis hin zu originellen Geschenkideen bietet Secret Play Produkte, die sicherlich für Unterhaltung sorgen werden. Secret Play bietet ebenso eine Auswahl an Massagegelen, die für entspannende und sinnliche Momente sorgen. **e**

# EXTREME

BY HIDDEN DESIRE

16819  
Hidden Desire Extreme  
Anal Power Vibrator  
RRP: €54,99



16818  
Hidden Desire Extreme  
Beaded Anal Power Vibrator  
RRP: €54,99



## ANAL GEAR



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

# SCALA

# Neue Sexmaschine 'Sit-On Climaxer' von The Banger

ORION Wholesale

**Ab sofort ergänzt die neue Sexmaschine ‚Sit-On Climaxer‘ das Sortiment des ORION Wholesale von The Banger – vielseitig variabel und komfortabel zugleich, denn die leistungsstarke Sexmaschine ist in einem stabilen, standfesten Sitzgestell integriert.**



Sie lässt sich individuell in Position und Winkel verstellen und somit freihändig genießen. Dabei sorgen die beiden bequem gepolsterten Sitzflächen für höchsten Komfort. Der im Lieferumfang enthaltene Naturdildo aus hautähnlichem TPE fühlt sich an wie ein echter Penis – angenehm fest und dennoch flexibel mit intensiver Äderung und praller Eichel. Er wird einfach auf den Stoßarm geschraubt und kann in Höhe und Winkel eben-

falls perfekt eingestellt werden. Mit beiliegendem Inbusschlüssel lassen sich auch die Hublänge und die Stoß-Frequenz optimal anpassen. Und mit der kabelgebundenen Fernbedienung sind die Stoßvergnügen bequem am Drehrädchen stufenlos steuerbar. Für endlose und zuverlässige Power ist die Sexmaschine per Netzstecker strombetrieben. Ein AC/DC-Adapter für AUS, US, UK, EU, USB und USB-C ist inklusive. **e**



## Neu von Obsessive: Die Novenes Kollektion

Obsessive präsentiert die brandneue Novenes Kollektion. Die Kollektion zeichnet sich durch ihr originelles, modernes Design und ihre verführerische Transparenz aus. Rosa Akzente und Streifendesigns verleihen den Stücken einen zusätzlichen Reiz. Das Model auf dem Foto trägt den Novenes Teddy, kühn und doch raffiniert, der der modernen Frau Selbstver-

trauen und Charme verleihen soll. Er ist aus einem außergewöhnlichen, transparenten Stoff gefertigt, der jede Silhouette betont und formt und so Frauen mit unterschiedlichen Formen und Größen schmeichelt. Die elegante schwarze Farbe dient als Basis für die subtilen, kontrastierenden rosa Streifen, die einen leichten, aber starken Charakter verleihen. **e**



# Bottom with Confidence

The #1 cleanliness fiber supplement to help you stay clean and ready for playtime.

Clinically shown to improve confidence and readiness for intimacy at short notice by 90%.\*

\*Based on a clinical study with 36 male participants within the LGBTQIA+ community.

**PURE**  
FOR MEN

Wholesale Contact:  
[James@pureformen.com](mailto:James@pureformen.com)

[pureformen.com](http://pureformen.com)

## Lola Games stellt P-Bliss vor

Neuzugang in der Spice it Up Kollektion

**Lola Games ist stolz darauf, sein neuestes Produkt in der Spice it Up Kollektion vorzustellen: P-Bliss. Der P-Bliss ist ein biegsames, wasserdichtes Prostatamassagegerät aus Silikon, das mit einer Fernbedienung ausgestattet ist.**



Der P-Bliss sei mehr als nur ein Massagegerät; er sei ein Game-Changer im Bereich der Lust- und Potenzsteigerung, so heißt es von Lola Games. Ausgestattet mit zwei leistungsstarken Vibrationsmotoren sorgt der P-Bliss für ein individuell anpassbares Erlebnis für den Benutzer. Der Benutzer kann zwischen sechs Vibrationsmustern und fünf Intensitäten wählen und insgesamt 900 Modi erkunden, die alle einfach über die intuitive Fernbedienung gesteuert werden können. Ob allein oder

mit einem Partner, der P-Bliss bietet unvergleichliches Vergnügen, steigert die Potenz und intensiviert die Orgasmen. Der P-Bliss verfügt über einen anatomisch geformten Körper für das Einführen mit einer gebogenen Spitze, die perfekt entwickelt wurde, um den empfindlichen Prostatabereich mit Präzision und Leichtigkeit zu erreichen. Seine biegsame Beschaffenheit – hergestellt ist er aus hochwertigem Silikon – und seine ergonomischen Abmessungen gewährleisten eine bequeme Passform für jeden Benutzer. **e**

## ToyJoy präsentiert den Super Hero Couples C-Ring



Die ToyJoy Designer Edition Kollektion richtet sich an alle, die hochwertige Toys mit einer modernen Ästhetik suchen. Die Kollektion überzeugt mit ihrer nicht einschüchternden Optik und Haptik, gepaart mit trendigen Details. Von kraftvollen Wand Vibratoren bis hin zu abenteuerlichen Prostatastimulatoren bietet die Designer Edition Kollektion wirklich für jeden etwas. Das neueste

Schmuckstück in dieser exquisiten Linie ist der Super Hero Couples C-Ring. Er ist ein schlanker und kraftvoller C-Ring, der das gemeinsame Vergnügen von Paaren aufwertet. Dieser Superheld ist nicht nur mit einem, sondern mit zwei Motoren ausgestattet, die jeweils drei Vibrationsgeschwindigkeiten und sieben verschiedene Vibrationsmuster bieten. Erhältlich bei SCALA. **e**





# Anal Relax Spray & Cream

*Pure  
Entspannung*



HOT Productions & Vertriebs GmbH: [www.world-of-hot.com](http://www.world-of-hot.com)///

Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck /// AUSTRIA email: [office@hot-dl.com](mailto:office@hot-dl.com) /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9

Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponibile 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

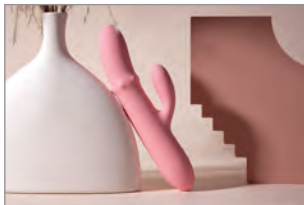
**HOT**

London - Miami - Tokyo

## SVAKOM präsentiert Mora Neo

Erweiterung der Connexion Serie

**Das neue Produkt Mora Neo von SVAKOM ist ein interaktiver Vibrator mit einem Ring aus Perlen im Schaft, um eine ultimative Vaginalmassage zu ermöglichen.**



„Benutzerinnen können sich auf neue lustvolle Empfindungen und interaktive Möglichkeiten freuen, dank der stoßenden Perlen des Mora Neo und der Kompatibilität mit mehreren digitalen Technologien“, sagt ein Vertreter von SVAKOM. Als Teil der Connexion Serie von SVAKOM nutzt der Mora Neo die FeelTechnology. Mora Neo kann auch mit der SVAKOM App auf einem Bluetooth-fähigen Smart-Gerät verwendet werden, um die Einstellungen anzupassen und die Kontrol-

le über das Toy und die Interaktion mit dem Partner aus der Ferne zu genießen. Auch die Voreinstellungen des Mora Neo werden den Nutzern viel Freude bereiten. Es gibt drei Geschwindigkeiten für den Ringstoss, sowie Vibrationen in fünf Modi, fünf Intensitäten und den Bonus SVAKOM Intelligent Mode, der den Rhythmus beim Sex nachahmt. Der Ring, der Schaft und der Klitorisstimulator können unabhängig voneinander ein- und ausgeschaltet werden. **e**

## Dreamlove präsentiert die Eye of Love Pheromone Collection



Die Eye of Love Pheromone Collection wurde entwickelt, um Menschen dabei zu helfen, den gewünschten Partner in jeder Situation anzuziehen und einen zusätzlichen Vorteil im Spiel der Liebe zu verschaffen. Die Pheromon Parfums von Eye of Love sind die perfekte Wahl für alle, die ihrem Leben das gewisse Etwas verleihen möchten. Die Düfte

wurden speziell entwickelt, um die natürliche Kraft der Pheromone, die bereits in unserem Körper vorhanden sind, zu ergänzen. Eye of Love kann helfen, Ziele zu erreichen, sei es, einen neuen Partner anzuziehen, die Leidenschaft in einer bestehenden Beziehung neu zu entfachen oder einfach das Selbstbewusstsein zu stärken. **e**

Cottelli  
LINGERIE

ORION

WHOLESALE

WEIBLICHKEIT PUR!



2741547



BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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



# SHOTS lädt in die Welt von Mapalé ein!

Kolumbianische Dessous

**SHOTS freut sich, die Aufnahme von Mapalé in das Portfolio bekannt zu geben und damit den pulsierenden Geist kolumbianischer Lingerie nach Europa zu bringen.**



„Unsere Partnerschaft mit Mapalé markiert ein aufregendes neues Kapitel für SHOTS, da wir unser Portfolio erweitern, um unserer europäischen Kundschaft Zugang zu den feinsten kolumbianischen Dessous zu bieten“, sagte Roos-Anne, Marketingleiterin von SHOTS. „Mapalés Engagement für Handwerkskunst, Inklusivität und Innovation stimmt perfekt mit unseren Werten überein und wir sind zuversichtlich, dass diese Zusammenar-

beit unseren Kunden einen großen Nutzen bringen wird.“ Die Artikel von Mapalé sind jetzt auf Lager und versandbereit. Bei den Dessous von Mapalé trifft Leidenschaft auf Eleganz in atemberaubenden Kollektionen. Die Kollektionen sind auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse und Wünsche zugeschnitten. Mapalé setzt sich für eine positive Körperwahrnehmung und Inklusion ein und bietet Größen von S bis 3X/4X an. e

## Chika – das neue App-gesteuerte Toy von SVAKOM



SVAKOM hat seine Serie von App-gesteuerten Sex Toys mit Chika erweitert. „Chika gibt die künftige Richtung unserer Produkte vor, wobei einige seiner Funktionen den Standard für viele spätere Veröffentlichungen darstellen“, so ein Vertreter des Unternehmens. Als Teil des Schwerpunkts des Unternehmens auf innovativer Technologie kann Chika mit der SVA-

KOM App auf einem Bluetooth-fähigen Smart-Gerät verwendet werden, so dass die Benutzer die Einstellungen anpassen und das Toy aus der Ferne steuern und mit dem Partner interagieren können. Kraftvolle tiefe Vibrationen in fünf Modi, fünf Intensitäten und der SVAKOM Intelligent Mode, der den Rhythmus des Sex nachahmt, stehen zur Verfügung. e

Cottelli  
LINGERIE

ORION

WHOLESALE

MEHR VON ALLEM!



2221373



BUSINESS MEETS PLEASURE

ORION-WHOLESALE.com

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



## Der Sync Sensation Vibrator von Xocoon

Neu bei SCALA

**Das neueste Produkt von Xocoon ist lieferbar: der Sync Sensation Vibrator – Continuous Touch, Dual Pleasure. Dieser doppelköpfige Vibrator wurde entwickelt, um intime Momente zu verschönern und definiert das Vergnügen neu.**



Der Sync Sensation Vibrator verspricht eine exquisite Stimulationsreise, egal, ob er alleine erforscht wird oder das Spiel zu zweit intensivieren soll. Mit seinen 10 dynamischen Vibrationsfrequenzen kann der Benutzer sein Erlebnis mühelos an seine Wünsche anpassen. Von sanften Pulsationen bis hin zu intensiven Vibrationen bietet dieses vielseitige Produkt alles, was das Herz begehrt. Eines der herausragenden Merkmale des Sync Sensation Vibrators ist seine flexible Winkeleinstellung, die es dem Benutzer ermöglicht,

das Gerät mühelos an seine einzigartige Anatomie anzupassen. Dies ermöglicht eine gezielte Stimulation von Klitoris und G-Punkt und eröffnet neue Dimensionen der Lust und Befriedigung. Dieser mit viel Liebe zum Detail gefertigte Vibrator besteht aus hochwertigem, superweichem Silikon, das sich auf der Haut sehr angenehm anfühlt. Der robuste Doppelmotor sorgt für eine flüsterleise Stimulation und ermöglicht es dem Benutzer, sich diskret seinen Wünschen hinzugeben. Ab sofort bei SCALA erhältlich. **e**

## Bei DUSED0 erhältlich: Die BRUTUS GET BIGGER Smart Automatic Pump



Die Smart Electronic Pump von BRUTUS erhöht den Spaß und die Stimulation beim Vakuumpumpen. Die Pumpe ermöglicht es dem Benutzer, den Vakuumdruck auf Knopfdruck zu erhöhen oder zu verringern. Sie kann mit allen BRUTUS GET BIGGER Zylindern und allen anderen Markenzyindern, die die gleiche Universalkupplung verwenden,

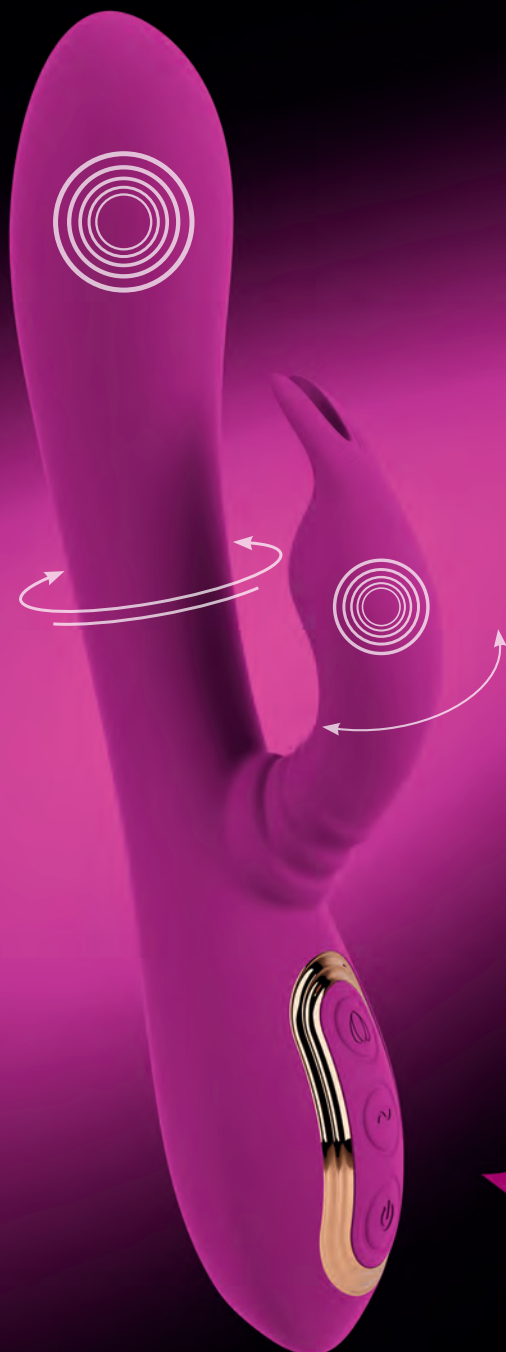
kombiniert werden. Die Smart Electronic Pump von BRUTUS macht ihrem Namen alle Ehre: der Nutzer kann nicht nur eines der sechs Programme nutzen, sondern auch seine persönlichen Daten einstellen, um die Freude am Abpumpen zu maximieren. Das übersichtliche LCD-Display zeigt die Ergebnisse entweder in bar oder psi an. **e**

# JAVIDA

**ORION**

WHOLESALE

DER ALLESKÖNNER!



5402654

**MOVING  
ROTATION  
VIBRATION**

BUSINESS MEETS PLEASURE

**ORION-WHOLESALE.com**

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



# SVibe präsentiert den SVibe EVO

High-Tech Masturbator

**SVibe stellt seine neueste Kreation vor: den SVibe EVO. Der SVibe EVO wurde speziell für den modernen Mann entwickelt und verspricht ein unvergleichliches Erlebnis, das einen neuen Standard für männliche Befriedigung setzt, so die Marke.**



Das Produkt verfügt über zwei leistungsstarke Motoren und bietet fünf Intensitätsstufen. Der SVibe EVO ist aus weichem und hochwertigem Silikon gefertigt und garantiert Komfort und Sicherheit. Das ergonomische Design passt sich perfekt der Hand an und ermöglicht eine mühelose Steuerung. Dank der innovativen Slide'n'Roll Technologie und des ergonomischen Designs eignet sich der SVibe EVO für alle Körpertypen. Der leistungsstarke Spiralmotor stimuliert die Penisspitze

gleichmäßig und sorgt mit unterschiedlichen Vibrationsstärken für ein unvergleichliches Lustempfinden. Durch sein Design ermöglicht der SVibe EVO eine individuelle Druckanpassung während der Anwendung und sorgt so für maximales Vergnügen. Der Schaftmotor steigert das Erlebnis und bringt Solo-Sessions auf neue Höhen. Der SVibe EVO ist auch auf Komfort ausgelegt und verfügt über eine wasserdichte Konstruktion, die eine einfache Reinigung und Wartung ermöglicht **e**

## Laura Pacchioni verstärkt das DREAMLOVE Sales Team



Laura Pacchioni ist neu im Verkaufsteam von Dreamlove. Sie hatte das Vergnügen, sowohl in Spanien als auch im Ausland für spanische Unternehmen aus anderen Branchen zu arbeiten. „Seit Januar 2024 verstärkt sie das Großhandelsteam von Dreamlove als Account Manager für Spanien und Portugal. Laura freut sich auf ihre neue Aufgabe im Ver-

triebsteam von Dreamlove Wholesale: „Ich möchte mich persönlich bei Dreamlove dafür bedanken, dass ich Teil des besten Teams des führenden Distributors in Südeuropa sein darf. Ich bin sehr stolz, ein Teil dieser Branche zu sein. Dreamlove hat das beste Markenportfolio und ich möchte das Unternehmen zum Marktführer in Spanien und Portugal machen.“ **e**



# JAVIDA

**ORION**

WHOLESALE

DER SPEZIALIST!



5402654

**AUF  
KNOPFDRUCK  
AUFPUMPEN**

BUSINESS MEETS PLEASURE

**ORION-WHOLESALE.com**

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



# Eilmeldung!

Sorgt die Sex Toy Industrie für genügend Schlagzeilen in den Mainstream-Medien?

# Ja



Colleen Godin,  
EAN U.S. Korrespondentin

**Medienaufmerksamkeit zu erzielen galt für unseren Markt vor Jahren noch als ungemein schwierige Aufgabe. Dennoch gab es diese einzelnen Momente in denen Sex Toys die Schlagzeilen prägten und die in Erinnerung geblieben sind.**

Zugegeben, das vergangene Jahr war nicht das Jahr, in dem das ‚The next big thing‘ im Markt vorgestellt wurde. Das bedeutet jedoch nicht, dass unsere Industrie nicht ihren gerechten Anteil an wichtigen Momenten in den Mainstream-Medien hatte. Zunächst einmal müssen wir uns vor Augen halten, dass die Welt der Sex Toys für den Verbraucher eine sehr aufregende Welt ist. Die ‚großen Momente‘, nach denen die Unternehmen suchen, finden oft nicht auf TikTok statt, sondern direkt vor den Augen der neuen Kunden. Lalani Purdom, Inhaberin des Einzelhändlers For The Love of It, sagt: „Wir selbst haben in der Branche schon alles gesehen, oder? Aber die Verbraucher bewundern immer noch Produkte, die seit Jahren auf dem Markt sind, weil viele von ihnen nicht jeden Tag ein Erotik Einzelhandels-geschäft besuchen.“ Manchmal müssen solche Mainstream-Medienauftritte geschickt inszeniert werden, wie es der Geschäftsführer von Vibratex,

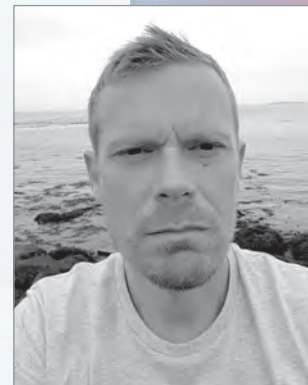
Ken Herskovitz, für die Markteinführung eines neuen Produkts getan hat. „Ich versuche mich immer wieder daran zu erinnern, dass der durchschnittliche Verbraucher nicht unbedingt davon beeinflusst wird, was neu ist oder nicht, sondern es um den Moment geht, in dem er einkauft und an einem Produkt interessiert ist“, sagt Herskovitz. Für das neue Produkt gab es zum Beispiel keine Testimonials aus Film oder Musik. Stattdessen sorgte Herskovitz dafür, dass die Neuheit überall in den Sozialen Medien zu sehen war und in die Hände von Influencern gelangte, die mit großen Mainstream-Magazinen kooperieren. Wer braucht schon eine ununterbrochene virale Popularität, wenn die Verbraucher immer noch von Mainstream-Berichten fasziniert sind, die Sex Toys zu einer Notwendigkeit machen, wie die Netflix Serie ‚How to Build a Sex Room‘? Sex Toys sind bereits überall - und war das nicht ohnehin das, was unsere Branche wollte?



# Nein

Man mag mir verzeihen, wenn ich den Einstieg in die Diskussion mit einer Aussage beginne, die eigentlich keiner mehr wirklich hören kann: früher war alles besser! Mit Blick auf die letzten Jahre ist an dieser Aussage aber etwas Wahres dran. Wer erinnert sich nicht gerne an das Jahr 2008 und den durchaus gewagten und letztendlich gescheiterten Versuch des Elektronik-Giganten Philips, einen Vibrator auf den Markt zu bringen über den alle großen Medien berichtet haben? Oder an den ‚Rabbit Moment‘ in ‚Sex and the City‘? Ein Sex Toy in einer US TV-Serie? An ‚Fifty Shades of Grey‘ und den damit verbundenen Boom rund um ‚soft BDSM‘? Es gab einige dieser Sternstunden, die für das Vorankommen unseres Marktes existenziell wichtig waren. Aber es gilt auch festzustellen, dass diese in den letzten Jahren weniger geworden sind. Natürlich lassen sich solche ‚Sternstunden‘ nicht aus dem Hut zaubern und vielleicht hat sich auch so etwas wie ein Gewöhnungseffekt eingestellt, denn was vielleicht vor Jahren noch großes Interesse

geweckt hat, lockt heute keinen mehr hinterm Ofen hervor, da im Zuge der wachsenden Akzeptanz gegenüber Sex Toys bestimmte Themen aus Sicht der Medien an Schwung verloren haben. Außerdem haben Schlagzeilen in der heutigen besonders schnelllebigen Medienlandschaft oft nur eine Halbwertszeit von wenigen Minuten. Andererseits stehen heute viele andere Möglichkeiten als die traditionellen Medienformate wie Tageszeitung, TV und Radio zur Verfügung, um Nachrichten in Sekundenschnelle weltweit zu verbreiten. Die ganze Situation erinnert ein wenig an die Diskussion um die Produktentwicklung in Bezug auf das Warten auf die nächste bahnbrechende Innovation, die alles verändert, als auf das Warten auf das, nächste große Ding‘.



Matthias Johnson,  
Chefredakteur





Präsentierten sich mit eigenem Messestand: SATISFYER



# API EXPO 2024

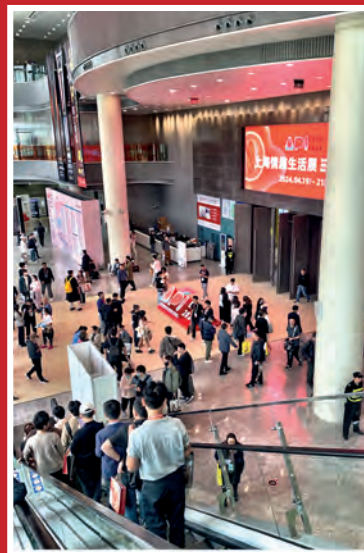
Vielart und Innovationskraft der Adult-Industrie in Shanghai

Die Shanghai International Adult Products Industry Exhibition 2024 (APIEXPO), die vom 19. bis 21. April in Shanghai stattfand, brachte eine Vielzahl von Unternehmen, Herstellern, Designern und Interessierten aus der Erotik-Industrie zusammen.

Laut Veranstalter haben über die Messetage kumuliert nahezu 60.000 Besucher die drei Hallen auf drei Stockwerken im Shanghai Convention & Exhibition Center of International Sourcing frequentiert. Rund 400 Marken präsentierten auf insgesamt 26.700 Quadratmetern einen Einblick in die neuesten Trends, Produkte und Technologien. Die Messe gilt als eine der größten und einflussreichsten Veranstaltungen ihrer Art in Asien. Bemerkenswert, da ein derart offener Dialog über Erotik, Sex(ualität) und Intimität in China zwar kein Tabuthema, aber wenigstens verpönt bzw. teilweise verboten ist.



Die API EXPO steht für Produktneheiten und innovatives Design



Großer Besucheransturm: Circa 60.000 b2c- und b2b-Interessierte



Besiegelte Geschäftsbeziehung EX-POW & ORION



Christoph Hoffmann MYSTIM



(v.l.n.r.) Kim Grundstedt / Head of Project Management eroFame, Mark Boderius / Head of Purchase & Productdevelopment ORION, Hans Jürgen Bähr / CPO & CSO ORION, Wieland Hofmeister / CEO eroFame, Werner Tiburtius CEO ST Rubber und Sebastian Tiburtius Manager E-Commerce & Marketing / ST Rubber,



ORION meets SVAKOM



Großes Besuchergetümmel in drei Hallen über drei Stockwerke



Nick Pan (Head of API) meets Kim Grundstedt eroFame



Brian Yu / OTOUCH

heiten, die für das kommende Herbst- und Wintergeschäft auch für westliche Verbraucherinnen und Verbraucher von Interesse sein können. Für Einkäufer und Einkäuferinnen eine Herausforderung, denn es gilt, den ‚richtigen Riecher‘ für passende Produkte mit aufwendigen Logistikhürden wie Frachtweg, Zollabwicklung und Timing zu vereinbaren.



Leo Wu (CEO) ZALO



Trudy Pijmacker und Walter Kroes / SCALA

Zu den wichtigsten Themen in diesem Jahr gehörten Hightech-Toys mit KI-Integration, Steuerung per App, anpassbarer Vibrations-sensorik und Robotertechnik. Ein weiterer wichtiger Trend war der Fokus auf nachhaltige Materialien und umweltfreundliche Produktionsprozesse. Viele Produzenten stellten Artikel vor, die aus biologisch abbaubaren oder recycelten Materialien hergestellt wurden. Ein dritter Schwerpunkt lag auf Gesundheit und Wellness ohne erotischen Unterton. Reproduktive Gesundheitspflege-Artikel, Produkte für Familienplanung u.ä. waren hier hauptsächlich zu sehen.



David Chen & Wenbo Cui (CEO) PRETTY LOVE



Vincent Renou (Sales Director) HONEY PLAY BOX

Interaktive Workshops und Diskussionsrunden mit Branchen-Experten, Modenschauen und Produktvorführungen komplettierten die Messetage. Ihrem Anspruch, als Plattform für neue Ideen, Produkte und Technologien zu gelten, dürfte die API EXPO somit gerecht geworden sein.



# Was den Erotikhandel bewegt

Mit Produkttests und Zertifizierungen auf der sicheren Seite



*In allen Lebensbereichen sieht man den Trend zu mehr Bewusstsein: Für Konsumentinnen und Konsumenten werden Produkttests und Zertifizierungen immer wichtiger, da diese Qualität und Sicherheit garantieren. Das wiederum hat Auswirkungen auf das Konsumverhalten – auch in der Erotik. Lieber wird mehr Geld investiert, um dann auch ein gutes Produkt für längere Zeit nutzen zu können. Folglich hat das Thema Zertifizierung auch immer größere Bedeutung für Händler und Hersteller.*

## **Qualität und Sicherheit sichtbar machen**

Produkttests bezwecken die Überprüfung von Eigenschaften bereits entwickelter, jedoch nicht im Markt verfügbarer Produkte. Somit werden neue Produkte auf ihre Leistung, Qualität, Haltbarkeit, Sicherheit und andere relevante Eigenschaften überprüft. Durchgeführt werden solche Tests meist von unabhängigen Organisationen oder Verbrauchergruppen. Konsumentenbezogene Tests dienen der Prüfung der

subjektiven Wirkung des Produkts auf ausgewählte Zielgruppen. Hauptaugenmerk hierbei liegt dann auf den subjektiv wahrgenommenen Verwendungseigenschaften als auch wie das Produkt visuell, auditiv, haptisch und olfaktorisch vom Tester wahrgenommen wird. Die daraus resultierenden Informationen stellen eine gute Möglichkeit dar, um zu prüfen, ob ein Produkt bereits marktreif ist und den Kundenanforderungen wirklich gerecht wird.


Zertifizierungen dienen zur Überprüfung von Produkten oder sogar Herstellern. Sie stellen sicher, dass Sicherheitsstandards und Qualitätsanforderungen erfüllt werden. Diese Standards werden von Regierungsbehörden, internationalen Organisationen, Branchenverbänden oder unabhängigen Zertifizierungsstellen festgelegt. Zertifizierte Produkte und Hersteller erhalten entweder ein Siegel oder ein Zertifikat, die ihre Konformität mit den festgelegten Standards bestätigen.

### **Vorteile von Zertifizierungen für den Handel**

Zertifizierungen bieten nicht nur Herstellern, sondern auch Händlern eine Vielzahl an Vorteilen. So stehen zertifizierte und getestete Produkte für das Einhalten von Qualitäts- und Sicherheitsstandards.

Beides stärkt das Vertrauen in das Produkt sowie die Marke und erhöht folglich die Glaubwürdigkeit des Unternehmens.

Darüber hinaus können Zertifizierungen als Unterscheidungsmerkmal gegenüber Wettbewerbern dienen. Unternehmen, die zertifizierte Produkte anbieten, können sich als Branchenführer positionieren und eine Kundschaft anziehen, die Wert auf Qualität und Sicherheit legt – und daher bereit ist, dafür auch Geld auszugeben.

In einigen Branchen sind Zertifizierungen sogar eine Voraussetzung für den Marktzugang – wie zum Beispiel bei Gleitgelen, die nun als Medizinprodukte der Klasse IIb eingestuft werden. Durch die Zertifizierung ihrer Produkte erhalten Hersteller und somit auch Händler Zugang zu bestimmten Märkten, in denen Zertifizierungen obligatorisch sind. Unternehmen, die sich für Qualität und Sicherheit engagieren und dies durch Zertifizierungen nachweisen, sind oftmals verantwortungsbewusste und vertrauenswürdige Partner. Zertifizierungen können daher auch das Image und die Reputation einer Marke verbessern. Der Händler kann sich dies für sein Geschäft zunutze machen. 

# Gleitgele ohne MDR-Konformitätsbescheinigung dürfen in der EU nicht mehr verkauft werden

pjur ist Vorreiter im Bereich Zertifizierung



***Diesen Mai endet die Übergangsfrist zur Umsetzung der neuen Verordnung über Medizinprodukte (Medical Device Regulation, kurz MDR). Diese löst die nun nicht mehr geltenden Medizinprodukte-Richtlinien (Medical Device Directives, kurz MDD) ab und nimmt eine wesentlich strengere Regulierung medizinischer Produkte vor. Laut der neuen Verordnung sind Gleitgele Medizinprodukte der Klasse IIb, da sie in den Körper eingeführt werden. Alle Hersteller von Gleitgelelen müssen diese Zertifizierung nachweisen können, ansonsten darf ihr Produkt nicht in den Körper eingeführt, nicht mehr als Kondom geeignet bzw. kompatibel ausgelobt - und auch nicht mehr als Gleitgel bezeichnet werden.***

## **Auch Händler werden nun in die Pflicht genommen**

Die nun geltende Verordnung über Medizinprodukte zieht ab sofort auch Händler und Distributoren stärker zur Verantwortung. Jeder, der Gleitgele oder -mittel vertreibt, muss verschiedene Dinge prüfen. Unter anderem muss überprüft werden, ob die Produkte über eine CE-Kennzeichnung mit Nummer der Prüfstelle, einen UDI-



Code (Unique Device Identification) sowie vom Hersteller bereitgestellte Informationen verfügen. Für viele Händler und Distributoren ist das eine ganz neue Ausgangssituation und führt zu Unsicherheit sowie zu vielen Rückfragen bezüglich der Produkte als auch der eigenen Verpflichtungen. Es ist wichtig, als Händler proaktiv zu werden und sich entsprechende Zertifizierungen von den Herstellern vorlegen zu lassen. Denn alle Gleitgel-Hersteller sind verpflichtet, diese Informationen zur Verfügung zu stellen.

Vorsicht vor irreführenden Informationen! Seit einigen Monaten verweisen manche Hersteller auf ein sogenanntes Borderline-Dokument aus dem Jahr 2019 und behaupten, dass Gleitgele nicht mehr als Medizinprodukte, sondern ab 2028 als Kosmetika klassifiziert werden. Diese Behauptungen sind veraltet, entsprechen nicht dem aktuellen Stand und sind damit nicht mehr gültig. Besagtes Borderline-Dokument aus dem Jahr 2019 wurde durch das Inkrafttreten der MDR am 26. Mai 2021 abgelöst – folglich hat es keine Gültigkeit mehr. Seit diesem Zeitpunkt gilt es lediglich als Nachschlagedokument für nach der alten Richtlinie (MDD) zugelassene Medizinprodukte, sogenannte ‚Legacy Produkte‘, solange diese auf dem Markt erhältlich sind. Die Voraussetzung für den Verkauf von Gleitgelen regelt jedoch ganz eindeutig die

MDR. Um auch als Händler von Gleitgelen sicher zu sein, MDR-konforme und somit verkaufsfähige Produkte zu verkaufen, sollten das MDR-Zertifikat als Konformitätsbescheinigung gemäß MDR 2017/745 und das EN ISO 13485 Zertifikat von den Herstellern vorgelegt werden. Alle Medizinproduktehersteller sind verpflichtet, diese Informationen zur Verfügung zu stellen.

### **pjur berät und stellt wichtige Informationen zur Verfügung**

pjur nimmt seine Verantwortung als MDR-zertifizierter Hersteller von Premium Gleitgelen ernst und bietet seinen Partnern umfassende Beratung sowie Informationsmaterialien. Um bestmöglich auf Rückfragen aus dem Fachhandel und von den Kunden reagieren und diese mit höchster Qualität beraten zu können, schult pjur seine Mitarbeiter/innen regelmäßig und ausgiebig rund um die Themen der MDR. Des Weiteren stellt pjur Flyer und weitere Informationsmaterialien bereit, um auch Endkunden/Endkundinnen aufzuklären und für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren. Das MDR-Zertifikat als Konformitätsbescheinigung gemäß MDR 2017/745 und das EN ISO 13485 Zertifikat stellt pjur allen Händlern und Distributoren auf der pjur Homepage zur Einsicht und zum Download zur Verfügung.





THERE'S AN  
**EASYGLIDE**  
**FOR EVERYONE.**

**ONE-DC**

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



The easyglide logo, a stylized 'e' inside a circle, is positioned to the left of a pink circle containing the text "NEW ADDITIONS". Below the logo, the brand name "easyglide" is written in a black, lowercase, sans-serif font.



# „Die Erfolgsgeschichte für die eroFame bestimmt der Markt“

Die eroFame plant für das Frühjahr 2025 eine zweite Messe im spanischen Málaga



Wieland Hofmeister, Geschäftsführer  
der Mediatainment Productions GmbH  
und Veranstalter der eroFame

**eroFame**  
Global Trade Convention

*Mit der Messe im vergangenen Oktober hat die eroFame ihre bedeutende Stellung im internationalen Sex Toy Markt nochmal deutlich unterstrichen. Gleichwohl hat sich die 'Messelandschaft' in Europa seit dem Frühjahr 2024 verändert. Wie wird es also mit der eroFame weitergehen? Wie sieht die Reaktion auf die veränderte Konkurrenzsituation aus? Antworten auf diese und weitere Fragen liefert Wieland Hofmeister, Geschäftsführer der Mediatainment Productions GmbH und Veranstalter der eroFame.*

*Bevor wir über die aktuellen Entwicklungen rund um die eroFame zu sprechen kommen, starten wir mit einem Rückblick auf das letzte Jahr: Gestiegene Besucherzahlen gegenüber 2022, ein wie immer namhaftes Ausstellertfeld, hohe Internationalität, ein begeistertes Rahmenprogramm... rundum ein Erfolg?*

**Wieland Hofmeister:** Ja, unbedingt. Über 4.000 Branchenteilnehmer tummelten sich während der Messtage auf der erfolgreichsten eroFame bis dato. Aus 55 verschiedenen Ländern kamen die Fachbesucher angereist.

Ein Ergebnis, das wir ehrlich gesagt, nicht erwartet hatten. Neben den hochinteressanten und branchenbestimmenden Ausstellerfirmen, unter denen sich bekanntlich die größten Anbieter neben innovativen Newcomern tummeln, war sicher das bunte Rahmenprogramm im letzten Jahr ein zusätzliches Publikumsmagnet. Hierfür geht besonders unser Dank und Respekt an Satisfyer, die eine großartige Show und Party am Messemittwochabend abgefeuert haben, zu der ausnahmslos alle - auch Mitbewerber - eingeladen waren. Großartig. Unser schon traditionelles Oktoberfest am Folgeabend gilt

ja schon seit langem als feste Größe, das auf der eroFame nicht mehr wegzudenken ist - über 1.000 feiernde Teilnehmer bestätigen das immer wieder.

*Ein Blick auf die neu gestaltete Homepage [www.ero fame](http://www.ero fame) zeigt, dass der Zuspruch für die eroFame auch dieses Jahr wieder groß ist, denn dort heißt es, dass bereits mehr als 3.500 Quadratmeter Standfläche verkauft sind. Die Erfolgsgeschichte der eroFame setzt sich dieses Jahr also weiter fort?*

**Wieland Hofmeister:** Wie heißt es so schön treffend im Volksmund: 'Die Rechnung macht am Ende der Wirt...', soll heißen, dass wir - wie jedes Jahr - im Interesse unserer Aussteller auf einen entsprechenden Zulauf des Fachhandels hoffen und natürlich soll sich für die Besucher im Gegenzug die Anreise zur eroFame lohnen, eine Win-Win-Situation ist daher für uns Veranstalter gesetzter Anspruch und am Ende das zu erreichende Ziel.

Wir hoffen sehr, dass die Erfolgsgeschichte der eroFame noch lange weiter erzählt werden kann, eine Glaskugel wäre hilfreich, um die Frage exakt zu beantworten, noch wünschenswerter wäre eine Fee, bei der wir drei Wünsche frei hätten, die dann erfüllt würden... Ich kenne meine Anliegen:

1. bitte weitere 100 Jahre eine florierende Branche, zu der wir gehören,
2. beste Geschäfte für alle und

---

**“DENKBAR WÄRE  
ZUKÜNFTIG VIELLEICHT  
EIN JÄHRLICHER  
STANDORTWECHSEL,  
DAS KANN DANN  
GEGEBENENFALLS MIT  
WIEN, AMSTERDAM,  
MÜNCHEN UND HANNOVER  
IM WECHSEL ROTIEREN. “**

WIELAND HOFMEISTER

---

3. mindestens 100 weitere Jahre die eroFame! Ernsthaft? Die Erfolgsgeschichte für die eroFame bestimmt der Markt.

Brummt der Laden, werden großzügige Etats für Veranstaltungen entsprechend eingeplant, bestenfalls für die eroFame, andernfalls...?

.... Jetzt wäre tatsächlich eine Glaskugel sehr hilfreich...

Ganz sicher darf ich behaupten, dass wir auch zukünftig unsere gebündelte Energie für erfolgreiche eroFames einsetzen werden.

*Bis zur eroFame Ende September sind es noch einige Monate, aber können Sie jetzt schon einen kleinen Vorschmack geben, was die Besucher dann erwartet?*

**Wieland Hofmeister:** Tatsächlich befinden wir uns noch in der Planungsphase, möchten aber grundsätzlich am Leitmotiv unserer Messe nicht viel ändern, ganz nach dem Motto: 'Never chance a winning team'. Wie jedes Jahr fügen wir immer wieder ein kleines On-Top hinzu, verraten wird das jetzt noch nicht. Bestimmt überraschen die Aussteller mit interessanten Angeboten, Neuerscheinungen und spannenden Aktionen.

*Wird an der bereits angesprochenen Erfolgsgeschichte der eroFame nicht dadurch gerüttelt, dass die Messelandschaft sich in Europa verändern*

*könnte? Immerhin gibt es jetzt eine zweite Fachmesse im Süden Europas...*

**Wieland Hofmeister:**

Vor einigen Jahren hatten wir die Aussteller der eroFame befragt, ob eine zusätzliche Fachmesse in Europa wünschenswert wäre, das wurde überwiegend verneint. Nun zeigt sich aktuell, dass der Bedarf im mediterranen Raum tatsächlich für eine entsprechende Veranstaltung besteht. Das beobachten und analysieren wir sehr genau.

*In der Vergangenheit wurde der Punkt eines Standortwechsels schon einmal aufgegriffen - gibt es bei der eroFame Organisation Gedankenspiele, diesen möglicherweise zu wechseln?*

**Wieland Hofmeister:** Wir resümieren nach jeder Messe den Status Quo und hinterfragen anstehende Verbesserungsvorschläge, die von Ausstellern und Fachbesuchern für kommende Messen an uns herangetragen werden. Im Fokus steht hierbei die Bewertung der eroFame aus den Reihen des Fachhandels, denn dieser bestimmt den Erfolg einer jeweiligen Veranstaltung.



Wieland Hofmeister und Kim Grundstedt – Head of Project Management eroFame – kündigen für das Frühjahr 2025 eine eroFame-Frühjahrsmesse im spanischen Málaga an

Die Standortfrage beschäftigt uns schon seit Jahren und ein 'Für' oder 'Gegen' Hannover liegt jedes Mal in der Waagschale. Die Qualität der Location auf dem weltgrößten Messegelände in der Expo-Stadt Hannover ist schwer zu toppen. Das Preis-/Leistungsverhältnis in Hannover ebenfalls nicht - allein die Übernachtungskosten in den infrage kommenden alternativen Veranstaltungsstäd-

ten liegen in einem Preisniveau, das wir unseren Fachbesuchern dato ersparen möchten. Auch liegt uns fern, den Mietpreis für Standflächen zu erhöhen, dieser müsste zwangsläufig angepasst werden.

Die eroFame bietet ein Gesamtpaket mit kostenlosem, gutem Catering und ebensolchen Parties aktuell zu einem Preis-/Leistungsangebot, das global in unserer Branche vergleichbares sucht. Ich persönlich behauptete, hiermit sind wir ganz weit vorn und diesen Status möchten wir im Interesse aller bewahren. Aber: Nichts ist auszuschließen, wir überdenken aktuell über entsprechende Alternativen nach, denkbar wäre zukünftig vielleicht ein

jährlicher Standortwechsel, das kann dann gegebenenfalls mit Wien, Amsterdam, München und Hannover im Wechsel rotieren. Alles ist denkbar, noch ist nichts entschieden. Ein solcher Schritt kann nur in Absprache mit dem Beirat der

---

**"AB 2025 BIETEN WIR NUNR ZWEI EROFAME-MESSEN IM JAHR AN; EINE IM FRÜHJAHR, DIE ANDERE IM HERBST WIE GEHABT"**

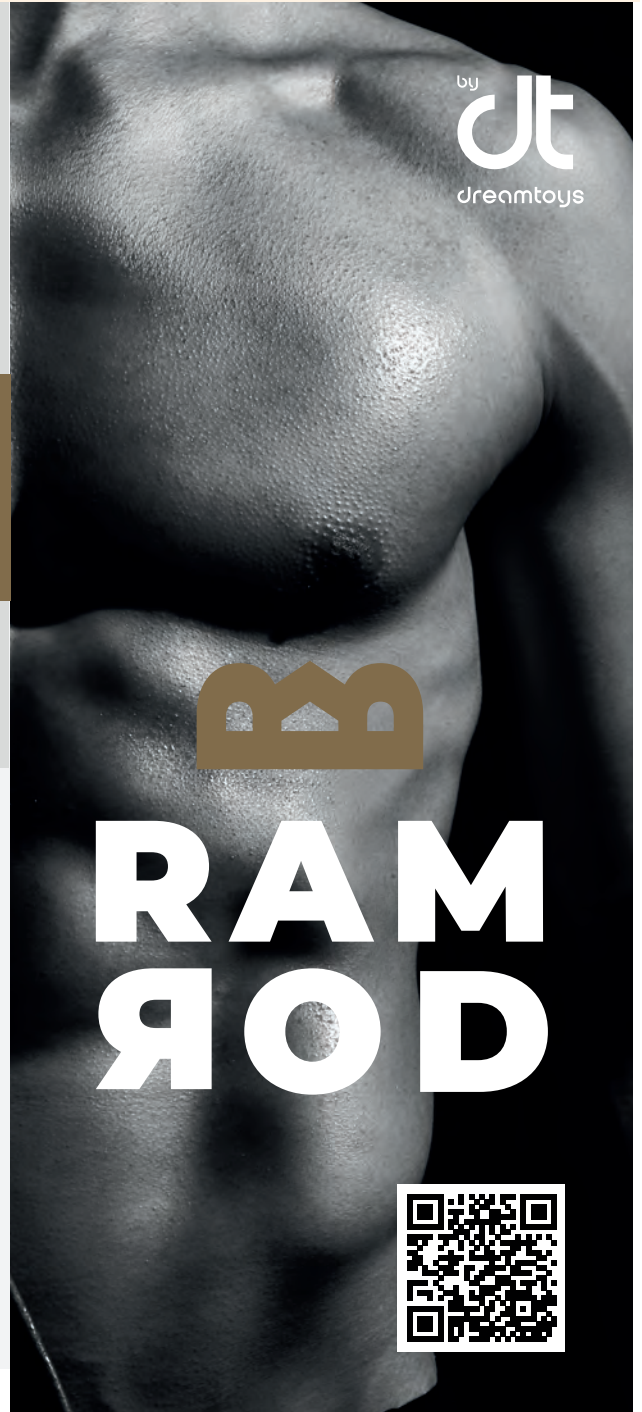
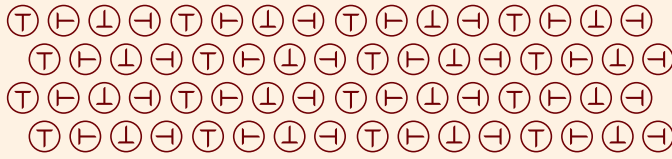
---

WIELAND HOFMEISTER

NEW RELEASE



TONGVA



by dt  
dreamtoys

COCKRINGS SINGLE/DUO/TRIPLE WEIGHT



VIBRATING EXTENDERS WITH REMOTE



RAM  
ROD



eroFame und unseren Ausstellern abgesprochen und entschieden werden.

**Auf die bereits erwähnte veränderte 'Messe-landschaft' reagiert die eroFame nun mit der Idee einer zweiten Messe, die für das Frühjahr 2025 im spanischen Málaga angedacht ist. Warum dieser Schritt?**

**Wieland Hofmeister:** Korrektur! Wir spielen nicht mit dem Gedanken, sondern sind mittlerweile überzeugt, dass wir eine Málaga-eroFame vom 08.-10. April 2025 veranstalten werden. Málaga, eine der schönsten Städte der Welt, mit internationalem Flughafen, direkt am Mittelmeer mit einer hochattraktiven Messehallenarchitektur. Schon heute verbuchen wir etliche Zusagen zur Teilnahme von maßgeblichen Ausstellerfirmen, das gibt uns den Rückenwind für eine angestrebte, gelungene Veranstaltung. Besonders erfreulich ist, dass uns führende Großhändler aus der mediterranen Region deren tatkräftige Unterstützung angeboten haben. Dafür bedanken wir uns ganz herzlich, denn einen besseren und intensiveren Kontakt zu dem regionalen



Europäisches Verleger-Duo im Gespräch  
Wieland Hofmeister (EAN & eLine) und  
Jason Dante (Managing Director ETO)

Fachhandel können wir durch deren Mithilfe nicht erreichen.

Zu erwähnen bleibt außerdem, dass auf der eroFame ohne Unterbrechung die größten Firmen unserer Branche ausstellen und das Besucheraufkommen allein durch deren Präsenz steigern. Das wird sich auf unserer Messe in Málaga fortsetzen.

**Es heißt ja, dass Konkurrenz das Geschäft belebt, aber der eroFame könnte angesichts ihres Vorhabens, den Fuß in den südeuropäischen Markt zu setzen, auch Verdrängungswettbewerb vorgeworfen werden. Was entgegnen Sie?**

**Wieland Hofmeister:** Wahrscheinlich sind zwei jährliche Messen im großflächigem Europa sinnvoll, allein um den Fachhandel hier umfassend zu erreichen, ohne dass dieser entsprechende Entfernungen in Kauf nehmen muss.

Wie vorgenannt erwähnt, haben wir als Veranstalter diese Entwicklung und den Bedarf erkannt und werden deshalb das eroFame-Konzept anpassen.

Ab 2025 bieten wir nun zwei eroFame-Messen im Jahr an; eine im Frühjahr, die andere im Herbst wie gehabt. Unser Ziel ist es, die Qualität unserer Marke und der zukünftigen eroFames sowohl im nördlichen, sowie im südlichen Teil von

**“DER BEDARF IM MEDITERRANEN RAUM FÜR EINE VERANSTALTUNG BESTEHT TATSÄCHLICH. DAS BEOBACHTEN UND ANALYSIEREN WIR SEHR GENAU.“**

WIELAND HOFMEISTER



App Control Novelties

# COMING SOON

Prepare to Be Amazed



Europa zu gewährleisten. Um das zu erreichen, geht unsere Bitte an all die langjährigen Wegbegleiter der eroFame um ihre Unterstützung bei diesem Vorhaben. Unser Team bietet die Reputation für erfolgreiche Veranstaltungen, das möchten

wir auch in Málaga in Zusammenarbeit mit den Machern der Branche - Fachhändler, Großhändler sowie Anbieterfirmen und der führenden Fachpresse - beweisen. Sinnvoll wäre vielleicht eine Zusammenarbeit und -legung mit anderen Veranstaltungen speziell in der mediterranen Region gewesen. Wir hatten für diese Idee an den Empfänger Interesse signalisiert, deren Umsetzung letztendlich aber nicht zustande gekommen ist.

*Im Markt werden wieder Stimmen laut, die die hohe Anzahl von Messen kritisieren. Es bleibe ja kaum noch Zeit, um Geld zu verdienen, wenn ständig Messen und Veranstaltungen – zu den Fachmessen kommen ja noch die Events, die von Distributoren und Großhändlern organisiert werden – anstehen, so der Tenor. Sie als Messeorganisator haben dazu sicher eine andere*



Internationale Messeveranstalter der eroFame und API EXPO im regen Austausch bei kulinarischem Gelage

*Meinung, aber sehen Sie nicht auch die Gefahr, dass Messen und Events sich kannibalisieren oder dass es zu einer 'Messe-Müdigkeit' kommt?*

**Wieland Hofmeister:**  
Ich glaube nicht an eine 'Messemüdigkeit', das persönliche Zu- und Miteinander ist nach

wie vor unumstritten, ebenso der lukrative Gedanke, an einem Ort gebündelt Angebote wahrzunehmen und Kunden zu treffen.

Die Vielzahl der Veranstaltungen ist tatsächlich zu hinterfragen, hierbei könnte weniger mehr sein. Die Branche wird entscheiden,

welche der Angebote individuell bevorzugt angenommen werden.

Da hoffen wir mal, dass die eroFame als gute Wahl auch zukünftig bewertet wird.

Wir möchten mit Ihnen allen noch sehr lange gemeinsame schöne und erfolgreiche eroFame-Tage verbringen - ich bin überzeugt, dass für diesen Wunsch eigentlich keine gute Fee notwendig ist, sondern unsere Teilnehmer aus Überzeugung zu uns reisen, wenn dann wieder die Tore geöffnet werden und es heißen wird:

'Herzlich willkommen, haben Sie gute Geschäfte und beste Laune auf der eroFame!' Wir freuen uns auf Sie und sehen uns hoffentlich im September in Hannover und im nächsten Frühling in Málaga.

---

**"ICH GLAUBE NICHT AN EINE 'MESSEMÜDIGKEIT', DAS PERSÖNLICHE ZU- UND MITEINANDER IST NACH WIE VOR UNUMSTRITTEN"**

---

WIELAND HOFMEISTER



NEU

MALESATION



Alles, was ein Mann braucht!

Neu: MALESATION Vibro Anal Stick & Masturbation Cup Type 1, Type 2, Type 3

**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**

# „Die Gleichstellung der Geschlechter und die Inklusion sind TENGA unglaublich wichtig.“

Koichi Matsumoto, Unternehmenspräsident von TENGA, über TENGA UNI



Koichi Matsumoto,  
Unternehmenspräsident  
von TENGA

*In diesem Interview spricht Koichi Matsumoto, Unternehmenspräsident von TENGA, über einen weiteren Meilenstein in der Historie seiner Marke, denn diese hat vor kurzem ihr erstes geschlechtsneutrales Produkt veröffentlicht, um der wachsenden Bedeutung von Geschlechtergleichstellung und Inklusion im Markt für Sex Toys zu entsprechen.*

An TENGA UNI ist laut euren Angaben über zwei Jahre geforscht und entwickelt worden. Da das Produkt aber nicht sonderlich aufwendig erscheint oder mit modernsten Technologien ausgestattet ist, stellt sich die Frage, wie der recht lange Entwicklungsprozess zu erklären ist?

**Koichi Matsumoto:** TENGA UNI mag zwar nicht die Komplexität oder den technologischen Fortschritt einiger unserer High-End-Produkte wie zum Beispiel FLIP 0 GRAVITY EV aufweisen, dennoch war der Forschungs- und Entwicklungsprozess geprägt von unserem unerschütterlichen Engagement für ein nutzerorientiertes Design, einer sorgfältigen Materialauswahl, zahlreichen Veränderungen im Design, der Einhaltung von bestimmten Standards in Bezug auf Sicherheit und Compliance sowie einer nahtlosen Produktionsfähigkeit. All diese Elemente trugen dazu bei, dass das Produkt einen langen Weg von der Entwicklung bis zur Markteinführung zurücklegen musste. Alle diese Prozesse trugen jedoch entscheidend dazu bei, dass TENGA UNI die höchsten Anforderungen an Qualität, Performance und Benutzerzufriedenheit erfüllt.

**TENGA UNI ist TENGAs erstes geschlechtsneutrales Produkt. Ist UNI TENGAs Antwort darauf, dass Geschlechtergleichstellung und Inklusion im Sex Toy Markt immer stärker an Bedeutung gewinnen?**

**Koichi Matsumoto:** Ohne Zweifel! TENGA UNI ist ein bedeutender Schritt nach vorne für TENGA, da wir uns in den Bereich der Unisex-Produkte vorwagen. Die Gleichstellung der Geschlechter und die Inklusion sind für TENGA unglaublich wichtig und TENGA UNI ist ein mutiges Bekenntnis zu unserem Engagement, Lösungen und Toys anzubieten, die allen Menschen gerecht werden, unabhängig vom Geschlecht oder der sexuellen Orientierung.

Mit der Einführung von TENGA UNI wollen wir die traditionellen Barrieren und Stereotypen, die mit Sex Toys verbunden sind, abbauen. Mit dem vielseitigen Design und dem integrativen Ansatz trägt TENGA UNI der Vielfalt der menschlichen Sexualität Rechnung und sorgt dafür, dass jeder das ultimative sexuelle Vergnügen ohne Einschränkungen genießen kann.

**„TENGA UNI is breaking the barriers of sexuality“ – das ist ein Zitat aus eurer Pressemitteilung anlässlich des Release**

**von UNI. Wie gelingt es eurem neuen Produkt, die angesprochenen Grenzen zu sprengen?**

**Koichi Matsumoto:** TENGA UNI durchbricht die Barrieren der Sexualität, indem es einen revolutionären Ansatz für das Vergnügen bietet, der die traditionellen Grenzen überschreitet. Wir haben ein Produkt mit einem Unisex-Design geschaffen, das speziell dafür entwickelt wurde, alle Geschlechter und Orientierungen einzubeziehen und zu berücksichtigen. Sein vielseitiges Design stellt sicher, dass Einzelpersonen und Paare jeder Identität das Produkt bequem und ohne Stigmatisierung genießen können.

**Weiter heißt es in der Pressemitteilung, dass mit dem vielseitig einsetzbaren Design von UNI eine neue Ära beginnt, die ihr als Ära der sexuellen Offenheit bezeichnet, die es Menschen aller Geschlechter und Orientierungen ermöglicht, mit Spaß und Freiheit Lust und Vergnügen zu erforschen und zu experimentieren. Das klingt, als sei UNI erst der Anfang von etwas Großem? Welche Pläne hat TENGA in der Unisex-Produktkategorie?**

**Koichi Matsumoto:** Wir freuen uns sehr über den Zuspruch, der uns entgegen-





gebracht wird, aber wir sind auch immer bestrebt, unsere Produkte ständig zu verbessern. Unsere Pläne für die Unisex-Kategorie umfassen die Erforschung neuer Ideen, Technologien und Designs, um das Vergnügen für Menschen aller Geschlechter und Orientierungen weiter zu verbessern. Wir sind bestrebt, Barrieren zu überwinden und einen inklusiven und offenen Ansatz für Sexual Wellness zu fördern. Jeder sollte die Augen offen halten, was als Nächstes kommt, wenn wir die Grenzen weiter verschieben und das Vergnügen für alle neu definieren.

**Ist die Annahme richtig, dass TBNGA UNI aufgrund seiner Geschlechtsneutralität, seiner Preisgestaltung, der einfachen Benutzung und der Zugänglichkeit des Produkts eine extrem große Käufergrup-**

**pe anspricht? Kannst du dennoch etwas zu den Konsumenten sagen, die ihr mit UNI ansprechen wollt?**

**Koichi Matsumoto:** Ja, wie bereits erwähnt, spricht TENGA UNI aufgrund des geschlechtsneutralen Designs eine breite Bevölkerungsgruppe an und eignet sich daher sowohl für die alleinige als auch für die gemeinsame Nutzung. Dank des erschwinglichen Preises und des benutzerfreundlichen Designs ist TENGA UNI auch ein hervorragendes Einstiegsprodukt für jüngere Verbraucherinnen und Verbraucher, die zum ersten Mal Sex Toys ausprobieren. Wir glauben jedoch, dass TENGA UNI auch diejenigen überraschen und begeistern wird, die bereits mit der Welt der Sex Toys vertraut sind. Die innovativen Eigenschaften und die Vielseitigkeit des Produkts machen es zu einer überzeugenden Wahl für Menschen, die

**bathmate**<sup>®</sup>  
JUST ADD WATER



**HYDROMAX**



**HYDROXTREME**

**ORDER NOW**

For more information contact [kerri@bathmatedirect.com](mailto:kerri@bathmatedirect.com) +44 (0)1924 288090 [www.bathmatedirect.com](http://www.bathmatedirect.com)



nach neuen und aufregenden Erlebnissen im Bereich des intimen Vergnügens suchen.

**Hast du noch ein paar Infos zu dem verwendeten Material, den Formen und in wie vielen Versionen UNI erhältlich ist?**

**Koichi Matsumoto:** TENGA UNI bietet mit den vier von Edelsteinen inspirierten Versionen ein luxuriöses Genusserlebnis: Smaragd, Diamant, Topas und Amethyst. Gefertigt aus hochwertigem und extrem dehnbarem Elastomer, passt sich jede Version nahezu jeder Größe bequem an. Darüber hinaus reduziert die plastikfreie Verpackung unseren Plastikmüll und unseren ökologischen Fußabdruck. Die einzigartigen Formen und das exquisite Design steigern die Sinneswahrnehmung und bieten den Nutzern eine genussvolle Flucht ins Vergnügen. Mit Optionen für individuelle Vorlieben definiert

TENGA UNI Luxus und Innovation für intime Erlebnisse neu.

**Kannst du Einzelhändlern Tipps geben, wie sie UNI am erfolgreichsten vermarkten können, wenn bestimmte Parameter wie ‚male, female oder couples‘ zur Orientierung für den Konsumenten fehlen?**

**Koichi Matsumoto:** Da TENGA UNI ein Unisex-Artikel ist, kann das Produkt sowohl in der Frauen- als auch in der Männerabteilung eines Einzelhandelsgeschäftes platziert werden. Da das Produkt nicht nur geschlechtsneutral, sondern auch beidseitig verwendet werden kann, kann es sowohl solo als auch zu zweit zur Stimulation von Penis und Klitoris verwendet werden. Es ist diese Vielseitigkeit, die ich den Einzelhändlern ans Herz lege, um TENGA UNI an potenzielle Kunden erfolgreich vermarkten zu können. **e**



# Goodbye Razor Bumps



# Hello

**INTIMATE DEPILATION  
CREAM; Erleben Sie die  
ultimative Lösung zur  
Haarentfernung.**

**HOT Productions & Vertriebs GmbH: [www.world-of-hot.com](http://www.world-of-hot.com)///**

Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck /// AUSTRIA email: [office@hot-dl.com](mailto:office@hot-dl.com) /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9

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

**HOT**

London - Miami - Tokyo

# „Der Markt ist übersättigt mit Sex Toy Einzelhändlern, die nur auf Profit aus sind.“

Ein Interview mit Casey Kaminsky vom US Sex Toy Einzelhandelsunternehmen Babeland

*Wie geht es eigentlich dem stationären Erotikeinzelhandel in den USA? Diese Frage versucht eLine gemeinsam mit Casey Kaminsky aus der Führungsetage des US Sex Toy Einzelhandelsunternehmens Babeland, das gerade in New York sein viertes Geschäft eröffnet, was einen perfekten Einstieg für ein Interview über den Status-quo und die Zukunft des stationären Erotikeinzelhandels in den USA bietet.*



Casey Kaminsky,  
Vice President  
Babeland

**Herzlichen Glückwunsch zu eurem neuen Ladengeschäft in Brooklyn, New York! Was bedeutet die Eröffnung eures vierten Geschäfts für euch als Unternehmen und für eure Marktposition im Erotikeinzelhandel?**

**Casey Kaminsky:** Wir freuen uns so sehr, einen neuen Standort erschlossen zu haben und unsere sexpositive Bot-

schaft sowie Aufklärung zu verbreiten! Stationäre Einzelhandelsgeschäfte stärken unsere Markenpräsenz, machen uns mit neuen Kunden bekannt und zeigen, dass wir ein zuverlässiger Einzelhändler auf dem Markt sind. Unsere Läden geben den Kunden die Möglichkeit, persönlich mit geschulten Verkäufern und unverpackten Produkten zu interagieren - auf diese Weise erhalten sie

durch eine visuelle und zwischenmenschliche Verbindung mit unserer Marke ein tieferes Verständnis dafür, wer wir sind und was wir wollen. Ein stationäres Ladengeschäft bietet auch die Möglichkeit, Veranstaltungen zu organisieren und unsere Verbindung zu den Kunden durch unterhaltsame und informative Workshops zu stärken. Die Eröffnung unserer Filiale in Williamsburg war eine strategische Entscheidung und ermöglicht es uns, eine etwas andere Zielgruppe anzusprechen und unsere Position auf dem Markt zu stärken.


**Ist die Eröffnung auch ein klares Zeichen dafür, dass der stationäre Erotikeinzelhandel lebt und sich weiterentwickelt?**

**Casey:** Ja! Viele Konsumenten wünschen sich nach wie vor ein persönliches, zwischenmenschliches Einkaufserlebnis in einem Geschäft und jeder kann dort wichtige Informationen erhalten - im Internet kann man nicht ein Sex Toy in die Hand nehmen, es einschalten und einen Vergleich zu anderen Produkten in der selben Kategorie anstellen. Babeland ist quicklebendig und wir wollen auch weiterhin sichere, einladende Geschäfte anbieten, in denen wir nicht nur Qualitätsprodukte verkaufen wollen, sondern Kunden auch die Möglichkeit bieten, persönlich einzukaufen beraten zu werden und das Richtige für sich zu entdecken. Nicht alle Kunden brauchen und wollen das Gleiche!

Der Erotikeinzelhandel hat sich dadurch, dass große Einzelhändler aus dem Mainstream, Amazon und auch Bekleidungs-

geschäfte Sex Toys in ihr Sortiment aufgenommen haben, schnell und grundlegend verändert. Dies stellt zwar eine gewisse Herausforderung für uns dar, öffnet Babeland aber auch die Tür, um sich als Lifestyle-Marke zu präsentieren. Und nicht zu vergessen: diese großen Mitbewerber machen unsere Produkte für ein breiteres Spektrum an potenziellen Käufern normal. Aber: keiner von ihnen kann den Kunden die Informationen bieten, die wir bieten können.

**Babeland blickt auf eine langjährige Historie im Erotikeinzelhandel zurück. Kannst du uns ein paar Infos zu eurer Unternehmensgeschichte und zu eurer Unternehmensphilosophie geben?**

**Casey:** Babeland kann auf eine lange Geschichte im Erotikeinzelhandel zurückblicken. Seit dreißig Jahren verkaufen wir eine kuratierte Auswahl an Produkten, die mit Infos rund um Aufklärung angereichert sind! Wir wurden von queeren Frauen in Seattle gegründet, was uns unseren ersten natürlichen Kundenstamm bescherte, aber jeder weiß, dass ein Geschäft, das sich auf Qualität und eine angenehme Atmosphäre konzentriert, ein breites Spektrum an Käufern anspricht. Das war auch unsere Erfahrung, als wir unsere ersten New Yorker Läden eröffneten. Wir erhalten regelmäßig ‚Best Of‘-Auszeichnungen und sind stolz darauf, ‚sex toys for a passionate world‘ anzubieten. Im Jahr 2017 zogen sich die ursprünglichen Eigentümer zurück und wir fusionierten mit dem Schwesterunternehmen Good Vibes. 

Babelands viertes Einzelhandels-  
geschäft hat im November in  
Brooklyn, New York, USA, eröffnet



**Was kannst du uns zu eurem neuesten Geschäft in New York erzählen? Was müssen wir über den Standort wissen? Wie groß ist der Laden? Was erwartet die Konsumenten dort in Bezug auf das Einkaufserlebnis und das Produktangebot?**

**Casey:** Die Verkaufsfläche in unserem Geschäft in Williamsburg beträgt knapp 90 Quadratmeter. An den Wänden sind die Produkte nach Produkttypen geordnet - Vibratoren, Dildos, Sex Toys für den Penis, Anal, Körperpflege- und Massageprodukte, usw.. Unser Ziel ist es, die Produktkategorien strategisch im Laden zu präsentieren, in der Hoffnung, ein möglichst angenehmes und informatives Einkaufserlebnis zu schaffen. Zum Beispiel liegen Vibratoren und Massageprodukte relativ nah beieinander, während Anal Toys und Dildos in einem anderen Teil des Ladens zu finden sind. Auf diese Weise können sich neue Kunden im Geschäft zurechtfinden und fühlen sich nicht vom Angebot überwältigt.

**Welche Zielgruppe wollt ihr mit eurem neuen Geschäft ansprechen?**

**Casey:** Wir haben keine bestimmte Zielgruppe, nur über 18 Jahre müssen unsere Kunden sein. Wir wollen JEDEN ansprechen! Wir haben seit langem treue Kunden jeden Alters, aber da die Hauptbevölkerung von Williamsburg zwischen 25 und 34 Jahre alt ist, wollten wir nicht nur in das bestehende Erscheinungsbild der Gegend passen, sondern auch für Millennials und die Generation Z attraktiv sein. Wir hoffen, dass sich alle Arten von Kunden in unserem Laden willkommen fühlen werden.

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

**Casey:** Es sind die gleichen wie immer... die Chance, ein persönliches Einkaufserlebnis zu haben und Sex Toys mit der direkten Unterstützung unserer wunderbaren Sex Educator Sales Associates zu kaufen! In unseren Ladengeschäften können wir unseren Kunden einen Ort bieten, an dem sie im wahrsten Sinne des Wortes Erfahrungen mit ihren Partnern, Lebensgefährten oder Freunden sammeln können. Wir sind in der Lage, maßgeschneiderte Workshops und Veranstaltungen anzubieten, die bei unseren Kunden in den Geschäften großen Anklang finden. Derzeit haben viele Menschen weniger verfügbares Einkommen und sind mit ihren Ausgaben vorsichtig. In den stationären

# LUST RIPPLE

PRESENTED BY CHISA



# CHISA

WWW.CHISA-NOVELTIES.COM  
CHISA -TEL:+86 577 27776630 | INFO@CHISA-NOVELTIES.COM

AUTHORIZED DISTRIBUTOR  
**DEBRANET**



DISTRIBUTION

www.debranet.com • sales@debranet.com • office@debranet.com  
Phone: +36 20 538 50 08 • Open: Monday to Friday 07:00 - 16:00 (CET)



Geschäften können die Kunden Produkte prüfen und vergleichen und sich beim Kauf sicher fühlen.

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

**Casey:** Wir werden weiterhin das tun, was wir am besten können, nämlich das Beste aus jedem Kundenkontakt machen. Wir stehen in unseren Einzelhandelsgeschäften für eine persönliche Beratung zur Verfügung, und diese Erfahrung lässt sich einfach nicht mit dem Einkauf im Internet vergleichen! Der Markt ist übersättigt mit Sex Toy Einzelhändlern, die nur auf Profit aus sind. Als Einzelhändler haben wir die Verantwortung,

unseren Kunden eine ausgewählte Auswahl an hochwertigen Produkten anzubieten. Beim Online-Einkauf können viele Einzelhändler günstige Preise anbieten, aber allzu oft handelt es sich dabei um minderwertige oder gefälschte Produkte. Im Ladengeschäft müssen die Einzelhändler ehrlich sein: du bekommst, was du siehst. Deshalb haben wir so hohe Ansprüche an unser Angebot und unseren Kundenservice. Die Art und Weise, wie wir relevant bleiben und die Unterstützung unserer Community für stationäre Läden aufrechterhalten, ist unser Engagement, ein außergewöhnliches Kundenerlebnis zu schaffen.

**Wie würdest du die aktuelle Situation des stationären Erotik Einzelhandels in den USA im Allgemeinen beschreiben? Welchen Herausforderungen muss er sich derzeit stellen?**

**Casey:** Der Einzelhandel im Allgemeinen steht vor vielen Herausforderungen - Inflation, gestiegene Kraftstoff-,



free  
remote

we VIBE

# Jive 2

## Secret Joyride

Jive 2 is the ultimate wearable egg vibrator, delivering powerful yet discreet vibrations to the G-spot and clitoris. Whether at home or in public, Jive 2 can be controlled with the new remote or the We-Vibe app, anywhere, anytime.



Lebensmittel- und Lohnkosten. Viele unserer Produkte könnten als ‚Luxus‘ oder nicht als ‚lebenswichtig‘ angesehen werden, aber da müssen wir widersprechen, denn unsere Produkte sind für das sexuelle Wohlergehen und ein gutes Leben unerlässlich! Wir sehen auch weiterhin die Auswirkungen der Pandemie. Die Mieten steigen weiter, Sicherheit ist jetzt ein Thema... und klar, die Leute können im Internet niedrigere Preise zahlen, aber man muss immer wieder sagen, dass man manchmal wirklich nicht das bekommt, wofür man bezahlt hat, und wir wissen, dass nicht alle diese Produkte echt sind.

**Welche Trends haben den Erotik Einzelhandel in den USA dieses Jahr besonders geprägt? Welche Produkte waren besonders gefragt? Sind Nachhaltigkeit, Umweltschutz, Ressourcenschonung etc. ein Thema bei Sex Toy Konsumenten in den USA?**

**Casey:** Bei den jüngsten Trends in der Sex Toy Industrie ging es in ers-

ter Linie um den Preis und weniger um bestimmte Produktkategorien. Das derzeitige Wirtschaftsklima hat zu einem Rückgang des verfügbaren Einkommens geführt, was die Verbraucher dazu veranlasst, nach einem guten PreisLeistungsverhältnis zu suchen. Trotzdem sind die beliebten Toys in Form einer Rose nach wie vor sehr gefragt, und der zuverlässige Wand Vibrator ist nach wie vor ein Verkaufsschlager. Im Gegensatz zu den europäischen Verbrauchern scheinen Nachhaltigkeit und Umweltaspekte für die Verbraucher in den Vereinigten Staaten weniger wichtig zu sein. Als Einzelhändler bleiben wir jedoch unseren Werten verpflichtet und suchen aktiv nach Partnerschaften mit Unternehmen, die unser Engagement für Nachhaltigkeit teilen. Wir bevorzugen die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die einen geringen CO2-Fußabdruck haben und umweltfreundliche Verpackungen verwenden, um unseren umweltbewussten Grundsätzen gerecht zu werden.





# Be sure it's pjur



224-04-020



\* MDR-Zertifikat  
hier herunterladen.

pjur ist zertifizierter Hersteller von Medizinprodukten\*  
gemäß der Norm EN ISO/ISO 13485.

YOUR EXPERT FOR PLEASURE IN MEDICAL QUALITY  
MADE IN GERMANY—SINCE 1995.



LELO

# pleasure hero

**APP - CONNECTED**

WITH THE NEW AI INTERACTIVE MODE

**F 1 S™ V 3**

---

pleasure console

Experience the latest innovation in personal pleasure with F1S™ V3 - a next-generation edition of the legendary LELO pleasure console. F1S™ V3 doesn't imitate any known sensation like fellatio or penetration; it stimulates the phallus with sonic waves from all sides without needing extra thrusting motion. Thanks to the **AI interactive mode**, it translates every movement into encrypted feedback and responds with tailor-made vibrations along the penis. The result is a sensational feeling of immersion, surrounded by auto-adjusted liquid silicone ribs that further enhance this unique sensation. **App-connected** and powered by **two motors**, F1S™ V3 comes in **two sizes** - regular and the new extra large size for users with larger anatomies.



### NEW XL SIZE FOR LARGER ANATOMIES

Based on customer feedback, we created an additional XL size. F1S™ V3 XL offers a greater girth and insertable length, allowing for more playroom in the pursuit of orgasms.



### APP CONNECTED WITH 8 POWERFUL PLEASURE SETTINGS

Both versions have 4 settings, and with the LELO app, users can unlock 4 additional settings via Bluetooth, as well as the new powerful AI interactive mode.



### UNIQUE DUAL MOTOR DESIGN

Two synchronized motors stimulate the penile nerve endings and shaft, delivering the sensation with no hand motion needed.



### AUTO-ADJUSTED LIQUID SILICONE

The newly introduced silicone ribs allow for airflow, eliminating the creation of air pockets while providing an added point of stimulation. This real-feel material embodies softness, elasticity, and durability.



### SENSONIC™ & CRUISE CONTROL™ TECHNOLOGY

The sensation of sonic waves and patented Cruise Control™ technology that assures no drop in intensity make F1S™ V3 the ultimate act of self-love.

Retailers interested in stocking LELO products are invited to contact [sales@lelo.com](mailto:sales@lelo.com)

[www.lelo.com](http://www.lelo.com)

# „Das Unternehmen besitzt ein einzigartiges Image und Know-How in unserer Branche.“

Christophe Walmé schließt sich dem ORION Wholesale an



Christophe Walmé ist ab sofort beim ORION Wholesale für den französischen Markt zuständig

***Mit dem Ziel, die Präsenz im französischen Markt auszubauen, hat sich ORION Wholesale im März mit Christophe Walmé verstärkt. Um mehr über seine neue Aufgabe zu erfahren, aber auch um über seine langjährigen Erfahrungen im Sex Toy Markt zu sprechen, hat eLine ein Interview mit ihm geführt.***

**Bevor wir über dein neues Engagement beim ORION Wholesale zu sprechen kommen, würden wir gerne erfahren, seit wann du in unserer Industrie unterwegs bist und wie deine bisherigen Karrierestationen in unserem Markt ausgesehen haben?**

**Christophe Walmé:** Ich habe vor zehn Jahren angefangen, in unserer Branche zu arbeiten – und zwar bei Lovely Planet (Strap on Me / Love to Love / Dorcel / Mixgliss). Ich war für den Exportmarkt zuständig und hatte

die Möglichkeit, ins Ausland zu reisen, insbesondere in die USA, um dort mit den größten Distributoren Geschäfte zu machen. Dann kam ich 2019 zu Concorde als Sales Key Manager für französische Kunden und auch für den Export. Ich habe mich dort aber mehr auf die europäischen Märkte konzentriert. Diese Erfahrungen waren sehr interessant und ermöglichten es mir, fantastische Menschen aus unserem Marktuniversum auf der ganzen Welt kennenzulernen - eine große Familie in einem dynamischen, innovativen und attraktiven Markt.

**Jetzt verstärkst du den ORION Wholesale. Wie ist es dazu gekommen? Und vor allem: was hat dich an dieser neuen Herausforderung gereizt?**


**Christophe:** Jemand aus der Industrie hat mich darüber informiert, dass ORION jemanden sucht, der sich um die französischsprachigen Länder kümmert. Für mich war das eine großartige Gelegenheit, für den Marktführer unserer Branche in Europa zu arbeiten. Zudem wollte ich mich einem international tätigen Unternehmen anschließen. Bei ORION gibt es dank eines unglaublichen Angebots und Sortiments viel zu tun. Ziel ist es, neue Kunden für ORION zu gewinnen und ich bin mir sicher, dass der gesamte französische Markt (einschließlich der Französischen Antillen) auf der Suche nach dieser Gelegenheit ist.

**Über den ORION Wholesale müssen nicht viele Worte verloren werden, dennoch möchten wir natürlich wissen, welche Stärken und Alleinstellungsmerkmale von ORION dich am meisten überzeugen bzw. begeistern?**

**Christophe:** Ich meine, dass es über den ORION Wholesale einiges zu sagen gibt: Es ist ein riesiges Unternehmen mit einem unglaublich professionellen Team. Das Beein-

druckendste ist die interne Organisation und die Logistik. Es wird alles getan, um unsere Kunden zufrieden zu stellen, in Bezug auf Angebote, Preise und Lieferung. Die Kundenzufriedenheit steht im Mittelpunkt des Unternehmens, und das Team hat eine einzigartige und starke Beziehung zu allen unseren Partnern, von den Lieferanten bis zu den Kunden. Das Unternehmen besitzt ein einzigartiges Image und Know-How in unserer Branche.

**Kannst du etwas über die Position erzählen, die du beim ORION Wholesale bekleidest? Wie sieht dein Aufgaben- und Verantwortungsbereich genau aus?**

**Christophe:** Ich werde vor allem für den gesamten französischen Markt zuständig sein, einschließlich der Französisch Antillen. Ich bin der Key Account Manager für Frankreich und werde den ORION-Spirit mit Stolz vertreten. Mein Hauptziel ist es, Kunden zurückzugewinnen und neue Kunden zu gewinnen, die auf der Suche nach unglaublichen und umfassenden Angeboten und einem seriösen Unternehmen sind, das alle Regeln unserer Branche respektiert. Und nicht zuletzt will ich unsere Marktanteile und Umsätze zu steigern. 



Seit 30 Jahren reist Christophe auf dem Motorrad durch die Welt

**Vor welchen Herausforderungen stellst dich dein Engagement beim ORION Wholesale und wie unterscheiden diese sich von deinen bisherigen Karrierestationen in unserem Markt? Inwieweit helfen dir deine jahrelangen Erfahrungen dabei, die neuen Aufgaben zu meistern?**

**Christophe:** Die größte Herausforderung besteht darin, dass sich die Welt mit einer unglaublichen Geschwindigkeit verändert. Wir müssen uns ständig und jeden Tag anpassen, um die Bedürfnisse unserer Kunden zu erfüllen. Ich verlasse mich auf meine Erfahrung, aber vor allem auf die Kompetenz von ORION, um immer das Beste zu bieten. Vor zehn Jahren war das Geschäft fließender, der Wettbewerb weniger aggressiv und die Regeln und Normen wurden besser beachtet. Ich vertraue auf die Erfahrung von

ORION, um mit immer mehr Innovationen und Qualitätsprodukten voranzukommen, die zusammen mit meiner Arbeit und der Nähe zu unseren Kunden den Unterschied ausmachen werden.

**„...ich möchte das Unternehmen damit zum Marktführer in Frankreich machen.“ - Das ist ein Zitat vor dir aus der offiziellen Pressemitteilung anlässlich deiner Vorstellung bei ORION. Wie willst du dieses Ziel erreichen?**

**Christophe:** Dieses Ziel will ich erreichen, indem ich die Angebote von ORION Tag für Tag direkt in die Praxis umsetze. Alle unsere Marken und Sortimente müssen weltweit besser bekannt gemacht werden, nicht nur durch Newsletter. Ich bin ein großer Fan von Besuchen vor Ort und persönlichen Gesprächen und werde viel Zeit mit den Kunden verbringen, um sicherzustellen, dass die Einkaufsziele und Rabattsätze stimmen. Außerdem werde ich eng mit dem Marketingteam von ORION zusammenarbeiten, wenn es um Displays, Vitrinen, Tester und Dekorationen in den Geschäften geht. Schließlich sind Ehrlichkeit und Professionalität immer ein Garant für Erfolg.

**Du bist ein ausgewiesener Kenner des französischen Markts. Wie sehen die Besonderheiten dieses Markts aus?**

**Christophe:** Der französische Markt ist ein Spiegelbild des europäischen Marktes. ▶

# RUDE RIDER®

**TOPSELLER**

T8101 UVP € 99.95  
**ab € 35.98**  
 (bei 5 Stück)

**ACTIVE DUDE**

**Kilian**



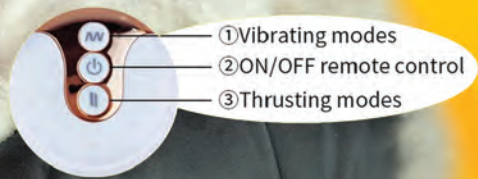
**# NEUE LIEFERUNG  
 EINGETROFFEN #**



**THRUSTING**

**VIBRATING**

**ROTATING**



- ① Vibrating modes
- ② ON/OFF remote control
- ③ Thrusting modes

(c) 23733D Naked Sword NSV 107 Global entry Scotland Benjamin King

**GAYSHOP.COM**

Kraho GmbH - Oberau 6 - 6351 Scheffau / Austria



Web: [grosshandel.gayshop.com](http://grosshandel.gayshop.com)

Telefon: +43 5358 4 31 31 80

Email: [info@gayshop.com](mailto:info@gayshop.com)

Unternehmen fusionieren oder werden von anderen aufgekauft und tendenziell schrumpft der Markt. Wir müssen mehr und mehr über das Internet, den Online-Verkauf und Marktplätze nachdenken. Natürlich sind auch die Sozialen Netzwerke eine neue Form der Kommunikation und des Verkaufs. Wir müssen präsent sein, genauso wie wir in den traditionellen stationären Geschäften präsent sein müssen, die immer noch eine wichtige Rolle spielen. Qualität, Beratung und Auswahl werden für die Verbraucher, die sich um ihr Wohlbefinden und ihre Gesundheit sorgen, immer im Vordergrund stehen. Die Ausbildung des Verkaufspersonals im Einzelhandel ist sehr wichtig, und ich werde mit ORION daran arbeiten. Das ist Teil dessen, was die französischen Kunden erwarten. In Frankreich ist derzeit BDSM in Mode, während andere Trends eher etwas für Nischenmärkte sind (z. B. Herrenunterwäsche), aber die große Produktpalette von ORION deckt alle diese Trends und Bedürfnisse ab.

**Du bist jetzt bereits viele Jahre in der Industrie aktiv. Was waren für dich in dieser Zeit die größten Veränderungen im Markt? Und wie wird unser Markt in der Zukunft aussehen?**

**Christophe:** Ich denke, dass die größten Veränderungen im digitalen Bereich stattgefunden haben und dass der Wettbewerb immer präsenter und direkter wird. Es ist wichtig, mit den neuesten technolo-

gischen Entwicklungen mitzugehen. Unsere Produkte und Angebote müssen mit dieser Entwicklung Schritt halten. Qualitativ hochwertige und innovative Marken, die sich auf das sexuelle Wohlbefinden konzentrieren, werden den Unterschied machen. Als Franzose glaube ich auch an die Entwicklung von ‚sensual cosmetics‘. Das wird helfen, den Mainstreammarkt zu erobern. Und schließlich werden die Marken gewinnen, die in der Lage sind, ihre unverbindlichen Preisempfehlungen und die Margen ihrer Distributoren und Einzelhändler zu garantieren und aufrechtzuerhalten.

**Was machst du wenn, du nicht für den ORION Wholesale aktiv bist? Was müssen wir über die Privatperson Christophe Walmé wissen?**

**Christophe:** Meine Leidenschaft sind Geografie, Reisen und Entdeckungstouren. Ich reise seit 30 Jahren mit Motorrädern um die Welt und mache tolle Roadtrips von Frankreich nach Europa und sogar in die USA. Ich besitze drei Motorräder und reise nur mit ihnen. Ich habe kein Auto. Wenn man mit dem Motorrad reist, öffnet man sich der Welt und den Menschen, und sie kommen direkt zu einem. Das ist ein toller Austausch. Ansonsten genieße ich das Skifahren und die französischen Alpen sehr, ebenso wie die Côte d'Azur, aber ich lebe in Paris. Für mich ist Zeit das Wertvollste auf der Welt. **e**



# Orgie

Dare Yourself.

## Orgasm Drops

Clitoral Arousal Gel



WARMING  
SENSATIONS



COOLING  
SENSATIONS



SENSITIZES  
THE CLITORIS



INTENSE  
ORGASM



VIBRATING  
SCALE

### Four products, different features, same function

Sensitize the clitoris with the added bonus of warming and cooling sensations leading women to intense clitoral pleasure and extreme orgasms.

Orgie exclusive and groundbreaking formulation employed on each of these products.

Best-selling and awarded line. Effectiveness meets recognition.



sales@orgiecompany.com

www.orgiecompany.com



@orgiecompany

# „Die Entstehung unserer Produkte ist ein gründlicher Prozess, der an Phasen einer Geburt erinnert.“

Irina Teniaeva präsentiert den SVibe EVO

Irina Teniaeva  
(Snail Vibe Marketing  
Department)



*Der Boom in der Produktkategorie der Sex Toys für Männer hält ungebrochen an und dementsprechend wächst das Angebot im Markt unaufhörlich weiter. Etwas Neues in diesem Marktumfeld herauszubringen, sei zwar herausfordernd, aber nicht unmöglich, wie Irina Teniaeva, bei Snail Vibe verantwortlich für das Marketing, sagt. Der beste Beweis dafür sei der SVibe EVO. Mit dem brandneuen Produkt, dessen Alleinstellungsmerkmale Irina in diesem Interview vorstellt, setzt die Marke zum ersten Mal den Fuß in die Produktkategorie der Sex Toys für Männer.*

Wann sind euch die ersten Ideen zu EVO gekommen und vor allem: was hat euch bewogen, den Fuß in den gegenwärtig sehr lebendigen, aber ebenso auch umkämpften Markt für Sex Toys für Männer, zu setzen?

**Irina Teniaeva:** Schon zu Anfang unserer Unternehmenshistorie haben wir darüber nachgedacht, wie wir unser Konzept des Ausrollens von Neuheiten für verschiedene Produktkategorien nutzen können. Für uns ist dies also ein logischer Schritt zur Diversifizierung und zum Wachstum. Wir

glauben, dass es in der Nische für Toys für Männer eine hohe Nachfrage gibt, aber einen Mangel an innovativen Produkten. Und hier sahen wir eine Gelegenheit, innovativ zu sein und neue Technologien und Designs einzuführen, um das Erlebnis der männlichen Nutzer zu verbessern.

### **Wie schwierig ist es, in dem oben beschriebenen Marktumfeld etwas Neues auf den Markt zu bringen?**

**Irina:** Es ist eine Herausforderung, aber nicht unmöglich. Es erfordert eine umfassende Marktforschung, eine sorgfältige Analyse der Verbraucherwahrnehmung und -sensibilität, die Identifizierung unerfüllter Kundenbedürfnisse und eine gründliche Produktentwicklung, die die Implementierung innovativer Technologien, einzigartiger Funktionen und Designs vorsieht. Und wir glauben, dass uns das bisher recht gut gelungen ist!

### **Wie lange hat die Umsetzung von euren ersten Ideen bis zum ersten fertigen Produkt gedauert?**

**Irina:** Die Entstehung unserer Produkte ist ein gründlicher Prozess, der an Phasen einer Geburt erinnert. Zunächst arbeiten wir an der Idee eines neuen Produkts, wobei wir großen Wert auf seine Übereinstimmung mit dem menschlichen Körper legen. Dann machen wir uns auf die Suche nach dem idealen Produktionspartner,

um die Synchronisation mit unserer Vision und die hohe Qualität der Produktion zu gewährleisten. Die ersten Prototypen werden einer sorgfältigen Prüfung unterzogen, bevor sie an unsere Fokusgruppen für strenge Tests weitergegeben werden. Nach sorgfältiger Verfeinerung auf der Grundlage des Feedbacks der Fokusgruppen entsteht schließlich das perfektionierte Produkt - bereit für die Massenproduktion - als Zeugnis unserer durch Kreativität und Innovation gekennzeichneten Reise.

### **In eurer Pressemitteilung zum Markteintritt des SVibe EVO heißt es, dass das Produkt einen neuen Standard in Bezug auf die männlichen Selbstbefriedigung setzt. Kannst du das näher ausführen?**

**Irina:** Sehr gerne! Der SVibe EVO ist in der Tat ein Wendepunkt. Er bietet synchronisiertes Vergnügen wie nie zuvor. Er wurde entwickelt, um die Eichel und den Penis gleichzeitig zu stimulieren. Werden die Motoren im Stimulationsbereich der Eichel und im Schaft aktiviert, die perfekte Vibrationsintensität eingestellt und eine großzügige Menge Gleitgel aufgetragen, kann der Nutzer in das Solo-Vergnügen abtauchen, das aus sanften und doch stimulierenden Empfindungen besteht, während der Schaft sanft massiert wird und dem Erlebnis eine zusätzliche Ebene der Lust hinzufügt. Dank seiner einzigartigen Form passt sich SVibe EVO jedem männlichen Körper an.





**Wie sehen die Alleinstellungsmerkmale des Produkts in Bezug auf Technologien, Material, Design etc. aus?**

**Irina:** Dank der innovativen Slide'n'Roll Technologie und zwei leistungsstarken Motoren, einer im Spiral-Kopf und einer im Schaft, die mehrere Intensitäten bieten, wird EVO allen Vorlieben gerecht. Er ist aus luxuriösem, weichem Silikon in hochwertiger Qualität gefertigt und gewährleistet sowohl Komfort als auch Sicherheit bei der Anwendung. Sein ergonomisches Design passt mühelos in die Hand und ist für alle Körpertypen geeignet. Das oben offene Design ermöglicht eine individuelle Anpassung des Drucks und sorgt für maximalen Genuss bei jeder Anwendung.

Die wasserdichte Konstruktion macht die Reinigung und Wartung zu einem Kinderspiel, während das mitgelieferte kabellose Ladegerät für ununterbrochene Laufzeit sorgt. Der SVibe EVO wird mit einer eleganten Schutzhülle geliefert, in der er diskret und sicher aufbewahrt werden kann, wenn er nicht in Gebrauch ist, so dass der Benutzer sein Vergnügen auch unterwegs sorgenfrei genießen kann.

**Welche Anforderungen stellt die männliche Kundschaft heute an Masturbatoren und andere ähnliche Produkte? Sind die Zeiten der simplen ‚Taschenmuschi‘ endgültig vorbei?**

**Irina:** Die traditionellen ‚Taschenmuschis‘ erfüllen ohne Zweifel eine grundlegende Funktion und haben unserer Meinung nach immer noch ihr Publikum. Wir stellen jedoch fest, dass moderne Verbraucher nach anspruchsvolleren Funktionen und Erlebnissen suchen. Sie bevorzugen Produkte aus hochwertigen, körperfreundlichen Materialien und erwarten, dass die Produkte langlebig, hygienisch und frei von schädlichen Chemikalien sind. Es besteht eine große Nachfrage nach Masturbatoren, die realistische Empfindungen vermitteln und das Gefühl des Geschlechtsverkehrs so gut wie möglich nachahmen. Dazu gehören Merkmale wie strukturierte Innenflächen und verstellbare Enge. Gefragt sind Produkte, die sich an unterschiedliche Größen, Formen und Vorlieben anpassen lassen. Viele Kunden legen bei ihren Produkten Wert auf

# TABOOM



17183  
Taboom Bondage in Luxury  
Luxury BDSM Spurs 2pcs  
RRP: €39,95

## BONDAGE IN LUXURY



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

# SCALA

Diskretion, sei es beim Design, bei der Verpackung oder bei den Aufbewahrungsmöglichkeiten. Unauffällige Produkte ermöglichen es dem Benutzer, sein Vergnügen zu genießen, ohne unerwünschte Aufmerksamkeit zu erregen. Nicht zuletzt sollten diese Produkte leicht zu reinigen und zu pflegen sein, mit Merkmalen wie herausnehmbaren Einsätzen, wasserfesten Designs und Kompatibilität mit Toy-Reinigern.

**Wann kommt der SVibe EVO in den Handel? Über welche Distributoren und Großhändler kann er bezogen werden?**


**Irina:** Er wird voraussichtlich Ende Mai bis Anfang Juni auf dem Markt erhältlich sein. In Europa können interessierte Einzelhändler das Produkt bei ORION, Eropartner, SHOTSs und Dreamlove kaufen. In Großbritannien wird SVibe EVO bei Creative Conceptions erhältlich sein.

**Stellt ihr verkaufsfördernde Materialien zur Verfügung, damit der Einzelhandel das Produkt entsprechend in Szene und erfolgreich vermarkten kann?**

**Irina:** Ja, das machen wir! Wir haben sowohl für Onlineshops als auch für stationäre Einzelhandelsgeschäfte eine Lösung. Für den stationären Einzelhandel bieten wir aufmerksamkeitsstarke POS-Displays und Tester an, damit die Kunden die SVibe Produkte aus erster Hand kennenlernen können. Für den E-Commerce stellen wir maßgeschneiderte

Banner und fesselnde Lifestyle-Bilder aus unseren vierteljährlichen Fotoshootings zur Verfügung und sorgen so für frische Inhalte bei jeder neuen Veröffentlichung. Darüber hinaus produzieren wir ansprechende Videos, die sich ideal für Websites und Social Media Plattformen eignen, um die Sichtbarkeit der Produkte zu erhöhen und den Verkauf fördern. Darüber hinaus entwickeln wir individuelle Marketingprogramme, mit denen Einzelhändler ihre Zielgruppen effektiv erreichen können.

**Plant ihr, weitere Sex Toys für den Mann auf den Markt zu bringen? Wie wird sich dieser Markt in Zukunft entwickeln?**

**Irina:** Ja, wir freuen uns, mitteilen zu können, dass wir im dritten Quartal ein neues Produkt auf den Markt bringen werden. Wir sind noch nicht so weit, konkrete Details verraten zu können, aber wir arbeiten kontinuierlich an Innovationen, um noch mehr aufregende Optionen für das sexuelle Wohlbefinden von Männern auf den Markt zu bringen. Was die Zukunft dieses Marktes betrifft, so erwarten wir ein anhaltendes Wachstum und eine Diversifizierung, die durch sich verändernde Verbraucherpräferenzen, technologischen Fortschritt und eine wachsende Offenheit gegenüber Produkten für das sexuelle Wohlbefinden angetrieben werden. Daraus ergeben sich interessante Möglichkeiten sowohl für Hersteller als auch für Verbraucher, da der Markt weiter wächst und ein breiteres Spektrum an Bedürfnissen und Wünschen abdeckt. 



5400120



TRUEGRIP GEN 2 SLEEVE  
5003440



MERMAID SLEEVE PEARL  
5003490

## SICHERN SIE SICH JETZT DIE NEUESTEN SLEEVES FÜR THE HANDY!

Das Entwickler-Team von The Handy kommt ursprünglich aus der Welt der Militärtechnik. Kein Wunder, dass bei ihrem Toy jeder Soldat stramm steht. Mit den neuen Sleeves sorgt The Handy für noch intensivere oder für sanftere Höhepunkte. Sichern Sie sich jetzt das Upgrade für Ihre Kunden!



MERMAID SLEEVE CORAL  
5003482



DREAM SLEEVE TOUCH  
5003474

**ORION**  
WHOLESALE

BUSINESS MEETS PLEASURE

**ORION-WHOLESALE.com**

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



„Eine App ist wie ein Kind, um das man sich jeden Tag kümmern muss, damit es sich gut entwickeln kann.“

Vincent Renou über die neuesten Entwicklungen bei Honey Play Box



*Der Jahresbeginn war für Honey Play Box gekennzeichnet von Messeteilnahmen und Produktveröffentlichungen, wie Sales Director Vincent Renou berichtet. Über die in den ersten Monaten des Jahres erzielten Resultate spricht er in diesem Interview genauso wie über die Pläne für die nahe Zukunft. Was zum Beispiel kommende Produktentwicklungen betrifft, wird deutlich, welch tragende Rolle modernen Technologien spielen werden.*

**Du hattest einen sehr geschäftigen Einstieg ins Jahr 2024: du hast fünf Messen in den USA besucht. Welche waren das?**

**Vincent Renou:** Ja, richtig. Wir haben dieses Jahr mit der Absicht begonnen, überall gesehen zu werden, daher waren wir auf der Vibes XBIZ (B2B) und der X3 Expo (B2C) in Los Angeles und haben den Januar mit der AVN in Las Vegas abgeschlossen. Im Februar stellten wir auf der The Champs Show in Las Vegas aus und dann natürlich auf der Altitude. Im März haben wir das Erofest in der Tschechischen Republik gesponsert und jetzt bereiten wir die Shanghai Show im April und dann die EroSpain vor. Wir lieben es! Es ist fantastisch, all die Geschäftsleute unserer Industrie zu treffen.

**Mit welchen Ergebnissen bist du zurückgekehrt in Bezug auf eure eigene Marke? Seid ihr auf dem richtigen Weg, um euren Fußabdruck im Markt zu vergrößern?**

**Vincent:** All diese Shows ermöglichen es uns, unser Angebot zu erweitern und immer mehr bei großen Ladenketten und Distributoren in den USA



und Kanada präsent zu sein. Honey Play Box ist jetzt überall in den USA erhältlich und wir sind sehr zufrieden mit unserem Wachstum. Die The Champs Show war ebenfalls sehr erfolgreich und ich denke, dass unsere Industrie dieser Messe mehr Beachtung schenken sollte. Viele Verkaufsstellen der Rauchwarenindustrie sind auch an Sexual Wellness interessiert.


**Messen sind auch immer Gradmesser für die Situation des Marktes. Welche Erkenntnisse hast du diesbezüglich auf deiner Tour durch die USA gewinnen können?**

**Vincent:** Im Januar waren alle aufgeregt, dass wir das Jahr 2023 und die damit verbundenen Schwierigkeiten hinter uns lassen, und alle hofften und waren optimistisch, dass das Jahr 2024 besser wird. Ich denke, der Valentinstag 2024 hat nicht die Umsätze gebracht, die wir uns alle erhofft haben, aber es ist immer kompliziert, gute Geschäfte an einem Valentinstag zu machen, der in der Wochenmitte stattfindet. Ich denke, dass wir alle in diesem Jahr weiterhin vorsichtig sein sollten, aber es ist auch eine gute Gelegenheit für uns, eine hochwertige Qualitätsmarke anzubieten, die eine gute Marge bietet.

**Zwei neue Produkte sind gerade von euch veröffentlicht worden. Um was handelt es sich dabei? Wie sehen die Alleinstellungsmerkmale der beiden Produkte aus?**

**Vincent:** Im Januar haben wir ‚Oly 2‘ auf den Markt gebracht und wir sind sehr stolz darauf. Es ist ein einzigartiges Produkt, das von unserer Fabrik mit spezieller Technik ausgestattet wurde - Drucksensoren, die für ein neues Erlebnis bei Kegelübungen sorgen, Temperatursensoren, um den Eisprung zu verfolgen und ein Sprachsteuerungs-Update unserer App. ‚Oly 2‘ wurde auf den Messen wirklich sehr gut aufgenommen und wir sind sehr zuversichtlich. Wir haben auch ‚Stormi‘ auf den Markt gebracht, einen sehr eleganten und leistungsstarken Wand Vibrator mit einem digitalen Display, der die Benutzung erleichtert, und einer originellen Ladehülle, wie man sie vielleicht von EarPods kennt. Wir haben auch eine Reihe von Torsos mit einem sehr günstigen Preis und einer schönen Verpackung auf den Markt gebracht. Unser Ziel ist es, alle vier Monate 10 neue Skus auf den Markt zu bringen und in speziell Formen zu investieren, um einzigartige Produkte anbieten zu können.

**Entwicklung der beiden neuen Produkte beeinflusst worden? Wie bzw. wodurch entsprechen sie den aktuellen Anforderungen der Konsumenten?**

**Vincent:** Wir haben versucht, kreativ zu sein, wie ich es gerade beschrieben habe. Beim Stormi ist es dasselbe... der große digitale Bildschirm ist nützlich, wenn der Blick nach unten geht. Am Ende des Tages sind wir auch Verbraucher und wenn wir nach unserer Besprechung der Meinung sind, dass etwas interessant sein könnte, dann bleiben 

wir dran. Ich denke, dass viele Konsumenten in unserer Industrie passiv sind und es genießen, wenn der Einzelhändler etwas Neues und Innovatives vorschlägt.

**Dass Technik eine immer bedeutendere Rolle bei der Entwicklung von Sex Toys spielt, spiegelt sich auch in den vielen Toys wider, die per App bedient und gesteuert werden. Mit der Honey Play Box App habt ihr eine eigene App auf dem Markt, die bereits in einigen Produkten von euch zum Einsatz kommt. Was kannst du zur Entwicklungsgeschichte eurer App sagen?**

**Vincent:** Eine App ist wie ein Kind, um das man sich jeden Tag kümmern muss, damit es sich gut entwickeln kann. Das Jahr 2024 wird für unsere App entscheidend sein. Wir investieren viel in KI, sowohl für die Sprachsteuerung als auch in Richtung des Sozialen Netzwerks. Wir konzentrieren uns vor allem auf Paare und wollen ihnen eine effiziente Fernsteuerung bieten, so dass sie nicht mehr auf einen Knopf drücken müssen, sondern mit der App sprechen, um agieren zu können. Die Arbeiten dazu laufen auf Hochtouren!

**Nicht alle Konsumenten brauchen modernste Technologien, um Spaß zu haben. Davon zeugt euch eure Idee, eine Dildo Linie auf den Markt zu**

**bringen. Was steckt hinter dieser Idee und womit werden sich eure Dildos von den vielen Dildos im Markt unterscheiden?**

**Vincent:** Unsere Dildo Linie ist tatsächlich koppelbar mit der App und es ist eine ganz neue Erfahrung für den Benutzer. Natürlich können sie die Produkte manuell verwenden, wie alle unsere Sex Toys. Es gibt keine Notwendigkeit, sie mit der App zu verbinden, um mit der Vibration zu spielen.

**Kannst du uns noch etwas über eure Pläne für die kommenden Monate verraten, wenn wir über Marketing, Branding, Distribution, Logistik und Kundenservice sprechen?**

**Vincent:** Ich kann jedem nur raten, uns aufmerksam zu folgen, wir haben eine komplette ‚Armee‘ für unsere Marketing- und Social Media Strategie eingestellt. Wir werden eine neue Kollektion entwerfen, um für Kunden klarer erkennbar zu sein und unsere Marke prägnanter zu machen. Die Distribution entwickelt sich in Europa, Südamerika und China weiter und wir müssen entscheiden, wer der beste Partner für uns ist. Wir haben jetzt vier Lagerhäuser in der ganzen Welt und wollen ein neues eröffnen. Der Kundendienst wird natürlich im gleichen Rhythmus wie unsere Logistik ausgebaut. **e**



# ORGASTOBATOR



#2657



#2658



#2659



#2660

*The Orgastobator is our newest productline of easy to handle male masturbators, which bring your experience to new levels, wrapped in a luxurious sleek design.*

# „Es gibt eine wachsende Nachfrage der Verbraucher nach nachhaltigen Produkten.“

Lola Games im Jahr 2024 - Natalia Bobyleva setzt den Rahmen



***Mit zwei neuen Produktlinien ist Lola Games erfolgreich in das neue Jahr gestartet, aber, so sagt Natalia Bobyleva, Gründerin der Marke, das sei erst der Anfang gewesen. Neben neuen Produkten hat die Marke auch große Pläne für die Bereiche Marketing und Branding, Vertrieb und Kundenservice. Über diese informiert Natalia in einem Interview, in dem es auch um Themen wie Nachhaltigkeit und die gute alte Vibrationstechnologie geht.***

**Das Jahr ist nicht recht jung und Lola Games hat bereits zwei neue Produktlinien veröffentlicht: die Sunset Collection und Indeep Pro Version. Was kannst du zu diesen Kollektionen sagen?**

**Natalia Bobyleva:** Mit der Veröffentlichung der Sunset Collection und der Indeep Pro Version beginnt das Jahr für uns sehr aufregend. Diese Produktlinien wurden speziell entwickelt, um die Freude an vaginalen Orgasmen zu zelebrieren, die mit den Rabbit Vibratoren mühelos erreicht werden können. Beide Kollektionen wurden mit dem Fokus auf Innovation und Kundenzufriedenheit entwickelt und bieten eine Vielzahl von Funktionen, die Lust und sexuelle Befriedigung steigern. Von ihrer vielseitigen Funktionalität bis hin zu ihrem eleganten Design werden diese Produkte mit Sicherheit Menschen fesseln, die auf der Suche nach besseren und befriedigenderen Erlebnissen sind. Hervorzuheben ist auch eine Technik, die darauf abzielt, den vaginalen Orgasmus bei Frauen zu kultivieren. Diese Methode eignet sich besonders für Personen, die kitorale Orgasmen erleben und vaginale Orgasmen anstreben. Um diese Technik effektiv durchzuführen,

ist ein flexibler Vibrator mit zwei Motoren erforderlich - und unsere Vibratoren sind die idealen Hilfsmittel für diesen Prozess. Bei dieser Technik wird die Klitoris gleichzeitig von außen und von innen mit zwei Motoren stimuliert. Wenn sich der Klitorisorgasmus, der normalerweise von außen erlebt wird, seinem Höhepunkt nähert, sollte die äußere Stimulation beendet werden, so dass nur noch die innere Stimulation möglich ist. Auf diese Weise wird der Körper effektiv darauf trainiert, einen vaginalen Orgasmus zu erleben.

### **Wie viel Lola Games steckt in den neuen Kollektionen? Wo und wie spiegeln sich eure Markenwerte wider?**

**Natalia:** Die Philosophie von Lola Games ist tief in unseren neuen Kollektionen verwurzelt und dient als Eckpfeiler unserer Markenidentität und unserer Werte. Unser Engagement für Qualität und Kundenzufriedenheit zeigt sich in jedem Aspekt der Sunset Collection und der Indeep Pro Version. Erstens spiegeln sich unsere Markenwerte im sorgfältigen Design- und Entwicklungsprozess dieser Kollektionen wider. Jedes Produkt wird rigorosen Tests und Verfeinerungen unterzogen, um sicherzustellen, dass es unseren hohen Ansprüchen an Funktionalität und Leistung gerecht

wird. Dieses Engagement für Qualität ist ein Beweis für die Integrität und Zuverlässigkeit unserer Marke. Darüber hinaus steht bei den neuen Kollektionen von Lola Games die Benutzerfreundlichkeit im Vordergrund. Von der intuitiven Funktionalität der Produkte bis zum ergonomischen Design, das Komfort und Vergnügen in den Vordergrund stellt, wurde jedes Detail sorgfältig mit Blick auf den Benutzer entwickelt. Diese Fokussierung auf die Verbesserung des Kundenerlebnisses unterstreicht unser Engagement, Produkte anzubieten, die unser Publikum wirklich ansprechen.

Darüber hinaus haben wir bei den neuen Kollektionen Wert auf umweltfreundliche Materialien und Produktionsmethoden gelegt, was dem Engagement von Lola Games für den Umweltschutz entspricht. Von der Beschaffung nachhaltiger Materialien bis hin zur Minimierung von Abfällen während des gesamten Herstellungsprozesses ist Nachhaltigkeit ein Schlüsselprinzip, das unsere Produktentwicklung leitet. Darüber hinaus spiegeln sich unsere Markenwerte auch in der Haltbarkeit und Langlebigkeit unserer Produkte wider. Durch die Herstellung hochwertiger, langlebiger Produkte fördern wir einen verantwortungsbewussten Konsum und reduzieren die Notwendigkeit eines häufigen Austauschs.





**Es ist unbestritten, dass Produkte mit Saug- oder Druckwellenfunktion gegenwärtig eine dominierende Stellung im Markt einnehmen – und auch weiterhin einnehmen werden. Warum habt ihr euch dennoch für die ‘gute alte’ Vibration’ entschieden?**

**Natalia:** Auch wenn Produkte mit Saug- oder Druckwellenfunktion eine bedeutende Stellung auf dem Markt einnehmen, sind wir der Meinung, dass die traditionelle Vibration nach wie vor einzigartige Vorteile bietet und ein breites Spektrum von Benutzern anspricht. Trotz der Beliebtheit von Produkten mit Saug- oder Druckwellenfunktion ist die Vibration nach wie vor eine klassische und bewährte Methode der Stimulation, die viele Menschen bevorzugen.

Es gibt mehrere Gründe, warum wir uns dafür entschieden haben, Vibrationstechnologie in unsere neuen Kollektionen einzubauen:

1. Vibratoren bieten ein vielseitiges Spektrum an Empfindungen, von sanften Pulsationen bis hin zu intensiven Vibrationen, die auf unterschiedliche Vorlieben und Empfindlichkeiten abgestimmt sind. Diese Vielseitigkeit ermöglicht es den Benutzern, ihre Erfahrung anzupassen und verschiedene Ebenen der Stimulation zu erkunden.
2. Vibratoren sind seit Jahrzehnten eine feste Größe auf dem Markt und viele Nutzer sind mit dieser Form der Stimulation vertraut und fühlen sich wohl damit. Indem wir die Vibration in unsere neuen Kollektionen integrieren, vermitteln wir unseren Kunden ein Gefühl der Vertrautheit und Sicherheit.
3. Die Vibration hat sich für viele Menschen als wirksame Methode der Erregung und des Vergnügens erwiesen. Sie kann einen großen Bereich stimulieren und tief eindringen, was zu starken und befriedigenden Empfindungen führt.

**Kommen wir noch mal auf das Thema Trends zurück: Lola Games hat sich**



# Ero//Spain

Mediterranean B2B Expo

Visit us at stand **nr. 474**

05-07 May 2024  
Fira Barcelona - Montjuïc, Spain



**DEBRANET**  
DISTRIBUTION

[www.debranet.com](http://www.debranet.com) • [sales@debranet.com](mailto:sales@debranet.com) • [office@debranet.com](mailto:office@debranet.com)  
Phone: +35 20 538 50 08 • Open Monday to Friday 07:00 - 16:00 (CET)

**SIGN - BEST EUROPEAN SUPPLIER 2023 • PRETTY LOVE - EUROPEAN BEST WHOLESALER 2023**



**dem nachhaltigen Handeln verpflichtet und wird damit der Nachfrage nach bewusstem Konsum gerecht. Seht ihr für euch hier noch Optimierungsbedarf? Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit (noch) in wirtschaftlich schwierigen Zeiten?**

**Natalia:** Trotz wirtschaftlicher Herausforderungen spielt Nachhaltigkeit aus mehreren Gründen weiterhin eine wichtige Rolle. Als verantwortungsbewusstes Unternehmen wissen wir, wie wichtig es ist, die Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. Nachhaltige Praktiken stehen im Einklang mit unseren Werten der ethischen Verantwortung und des sozialen Bewusstseins. Es gibt eine wachsende Nachfrage der Verbraucher nach nachhaltigen Produkten. Indem wir der Nachhaltigkeit Vorrang einräumen, kommen wir den Vorlieben umweltbewusster Verbraucher entgegen und stärken unser Markenimage. Darüber hinaus sind Investi-

tionen in die Nachhaltigkeit nicht nur für die Umwelt von Vorteil, sondern sichern auch die langfristige Rentabilität und Widerstandsfähigkeit unseres Unternehmens. Indem wir Abfälle reduzieren, Ressourcen schonen und nachhaltige Praktiken anwenden, können wir ein stabileres und widerstandsfähigeres Geschäftsmodell schaffen.

**Kannst du etwas zu euren Plänen für die kommenden Monate erzählen? Stehen weitere Produkte vor der Veröffentlichung?**

**Natalia:** Sehr gerne! Während dieses Interview geführt wurde, haben wir unsere neueste Innovation in der Spice it Up 2.0 Kollektion auf den Markt gebracht: wiederaufladbare Analplugs, die das Vergnügen und die Befriedigung steigern sollen. Jeder Plug in dieser Kollektion erfüllt einen einzigartigen Zweck und erfüllt die unter-



# HOT

London - Miami - Tokyo

## PREMIUM MORINGA CAPSULES + MACA



## FÜR AKTIVE MÄNNER

Hergestellt aus reinstem Moringa und wirksamen Maca-Extrakten,  
die für ihre aphrodisierenden Eigenschaften bekannt sind.  
Die kraftvolle Kombination für aktive Männer.



Premium Moringa + Maca  
ART. No. 44062

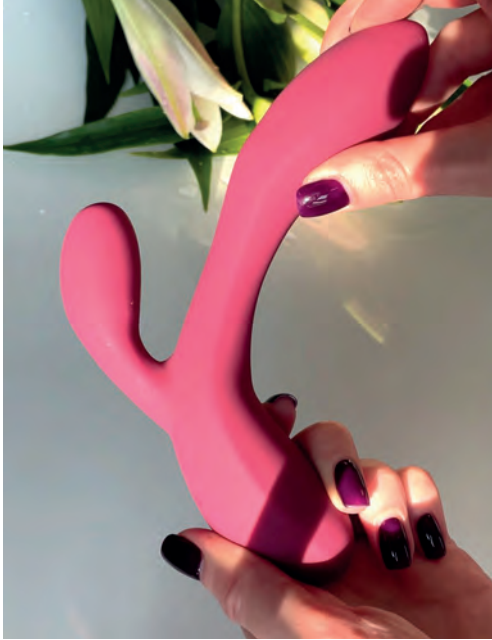
HOT Productions & Vertriebs GmbH: [www.world-of-hot.com](http://www.world-of-hot.com)///

Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck /// AUSTRIA email: [office@hot-dl.com](mailto:office@hot-dl.com) /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9

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

# HOT

London - Miami - Tokyo



schiedlichsten Vorlieben und Wünsche. Perfection und Glory zum Beispiel haben ein dezentrales Gewicht, das die Empfindungen während der Benutzung verstärkt und ein einzigartiges Erlebnis bietet. Splendor und Elation sind mit ihren strukturierten Formen und gebogenen Spitzen perfekt für das Analspiel und die Stimulation der Prostata geeignet und sorgen bei jeder Anwendung für ein intensives Vergnügen.

Darüber hinaus gibt es die Analkugeln Exzellenz - flexibel, sanft und vielseitig einsetzbar, um eine Vielzahl von Vorlieben zu befriedigen. Diese neuen Ergänzungen zu unserem Lineup sind ein Beweis für unser Engagement für Innovation und die Erfüllung der sich entwickelnden Bedürfnisse unserer Kunden.

**Welche Herausforderungen warten auf auch in der Zukunft? Wird es immer schwieriger sich in einem nahezu saturierten Markt mit dein eigenen Produkten aus der Masse abzuheben?**

**Natalia:** In einem zusehends saturierten Markt müssen wir uns auf Produktinnovation, Qualität und Alleinstellungsmerkmale konzentrieren, die den sich wandelnden Bedürfnissen und Vorlieben unserer Kunden entsprechen. Wir sind bestrebt, den Trends immer einen Schritt voraus zu sein und die Bedürfnisse der Verbraucher zu antizipieren, um Produkte zu entwickeln, die bei unseren Kunden gut ankommen. Wir wissen auch, wie wichtig effektive Marketing- und Markenstrategien sind, um uns von der Konkurrenz abzuheben. Wir investieren in kreative Marketingkampagnen, Kooperationen und Partnerschaften, um unseren Bekanntheitsgrad zu steigern und eine starke Marktpräsenz aufzubauen. Um langfristig relevant und wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es für uns außerdem wichtig, einen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit und ethisches Handeln zu legen. Die Konsumenten werden sich der ökologischen und sozialen Auswirkungen ihrer Einkäufe immer bewusster, und wir sind bestrebt, ihre Erwartungen zu erfüllen, indem wir nachhaltigen Praktiken in allen unseren Geschäftsbereichen Priorität einräumen.

e

# BUTTOCKS

by TOYJOY.



**10063**  
Buttcks by TOYJOY  
The Screw Plug  
RRP: €21,99



**10062**  
Buttcks by TOYJOY  
The Plugger 2-Balls Plug  
RRP: €21,99



**10061**  
Buttcks by TOYJOY  
The Stuffer 3-Balls Plug  
RRP: €21,99



[WWW.SCALA-NL.COM](http://WWW.SCALA-NL.COM)  
[SALES@SCALA-NL.COM](mailto:SALES@SCALA-NL.COM)  
+31 (0)24 202 2390

**SCALA**

„Diese Akquise ist für uns von enormer Bedeutung, denn sie bedeutet eine Veränderung unserer Identität.“

Alexandra Fine, Geschäftsführerin von Dame, über die Akquisition der Marke Emojibator



Alexandra Fine,  
Geschäftsführerin  
von Dame

*Mit der Akquisition der Marke Emojibator hat sich Dame stark gewandelt, erklärt Geschäftsführerin Alexandra Fine, denn von nun an stehe das Unternehmen nicht mehr nur für eine Marke, sondern für mehrere, die zwar unterschiedliche Stimmen hätten, aber einer gemeinsamen Mission verpflichtet sind. Neben der Akquisition geht es in diesem Interview auch um Dames Weg in neue Produktkategorien, mit dem Ziel, ein breiteres Publikum zu erreichen und das Interesse an Sexual Wellness von noch mehr Menschen zu stärken.*

**Ihr habt vor kurzer Zeit die Sex Toy Marke Emojibator akquiriert. Wie ist es dazu gekommen?**

**Alexandra Fine:** Die Übernahme von Emojibator warwww ein strategischer Schritt, der nicht nur durch die gemeinsamen Ziele – der Förderung von Themen wie Sexual Wellness - sondern auch durch die damit verbundenen Personen vorangetrieben wurde. Joe Vela, die dynamische Kraft hinter Emojibator, hat sich uns als Vertriebsleiter für den gesamtamerikanischen Markt angeschlossen. Wir sind begeistert, dass wir ihn jetzt bei uns

haben, denn seine Energie und sein Wissen sind von unschätzbarem Wert. Diese Zusammenarbeit wurde von gegenseitigem Respekt, einer gemeinsamen Vision für die Zukunft der Sexual Wellness und der einmaligen Gelegenheit angetrieben, den innovativen Geist von Emojibator mit unserer Mission bei Dame Products zu verbinden.

**Für alle die, denen die Marke Emojibator nicht so geläufig ist: Wofür steht sie? Was zeichnet sie aus?**

**Alexandra Fine:** Emojibator steht dafür, Barrieren und Tabus rund um sexuelles Vergnügen mit spielerischen, von Emojis inspirierten Designs zu durchbrechen. Dies macht Sex Toys für ein breiteres Publikum zugänglich. Emojibator ist anders, weil die Marke qualitativ hochwertige, effektive Produkte mit einem unbeschwerteren, lustigen Äußeren kombiniert, das die konventionellen Vorstellungen von Sex Toys in Frage stellt.

**Wie passen Dame und Emojibator zusammen? Wo siehst du Überschneidungen? Wo ergänzen sich die beiden Marken? Welche Synergieeffekte entstehen durch die Akquisition?**



**Alexandra Fine:** Dame und Emojibator ergänzen sich nahtlos durch unsere gemeinsamen Ziele - der Förderung des sexuellen Wohlempfindens der Menschen, auch durch Aufklärung. Beide Marken legen Wert auf Qualität, Innovation und das Aufbrechen von Stigmata. Das verspielte Branding von Emojibator ergänzt den Fokus von Dame durch einen Community-Charakter und hervorragendes Produktdesign. Die Übernahme ermöglicht es uns, die Stärken des jeweils anderen zu nutzen und Synergien in den Bereichen Marketing, Produktentwicklung und Erweiterung unserer Reichweite zu schaffen.

**Welches Potential seht ihr für Emojibator in einem sehr umkämpften Marktumfeld?**





*Joe Vela, Mitgründer von Emojibator, ist von nun an als Sales Director für Dame tätig*

**Alexandra Fine:** Emojibator hat mit seinen ansprechenden und verspielten Produkten eine einzigartige Position auf dem Markt. Diese Besonderheit bietet einen Wettbewerbsvorteil, da sie Personen anzieht, die neu im Markt sind oder einen sanften Einstieg suchen. Wir sehen ein erhebliches Wachstumspotenzial durch die Erweiterung der Produktlinie und die Erhöhung der Sichtbarkeit innerhalb des Ökosystems von Dame Products. .

**„...the acquisition marks a monumental moment for Dame“** hieß es Anfang Februar in eurer offiziellen Pressemitteilung anlässlich der Akquisition. Kannst du dazu etwas ausführen?

**Alexandra Fine:** Diese Akquise ist für uns von enormer Bedeutung, denn sie bedeutet eine Veränderung unserer Identität. Wir sind nicht länger eine einzelne Marke, sondern haben uns zu einer Familie von Marken mit unterschiedlichen Stimmen entwickelt, die durch eine gemeinsame Mission vereint sind. Diese Erweiterung bereichert unsere Perspektiven und ermöglicht es uns, ein breiteres Spektrum von Bedürfnissen und Vorlieben zu bedienen. Es ist ein großer Schritt hin zur Verkörperung der Inklusivität, für die wir eintreten, und spiegelt unser Wachstum und unser Engagement für die Diversifizierung der Art und Weise wider, wie wir unserer Community dienen und uns mit ihr auseinandersetzen. ▶



*Leg Avenue*™ 

[www.legavenueeurope.com](http://www.legavenueeurope.com)



**Welche Pläne habt ihr für Emojibator?  
Wie wird es mit der Marke weitergehen?**

**Alexandra Fine:** Unsere Pläne für Emojibator umfassen die Erweiterung der Produktpalette, Investitionen in die Markenidentität und die Integration der einzigartigen Stimme von Emojibator in die Dame-Familie. Unser Ziel ist es, den unverwechselbaren Charakter von Emojibator zu erhalten und gleichzeitig die Ressourcen von Dame zu nutzen, um seine Wirkung und Reichweite zu verstärken.

**Ihr habt aber nicht nur euer Markenportfolio ausgebaut, sondern den Fuß auch in für euch neue Produktkategorien gesetzt. Mit welchem Ziel?**

**Alexandra Fine:** Der Einstieg in neue Produktkategorien ermöglicht es uns, ein breiteres Spektrum an Konsumentenbedürfnissen und -interessen anzusprechen. Wir wollen innovativ sein, aufklären und umfassende Lösungen anbieten, die die sexuelle Gesundheit und das Glück unserer Community fördern.

**Den Anfang haben euer STI Kit und 'Dice', euer erstes Spiel, gemacht. Was kannst du uns zu diesen Produkten sagen?**

**Alexandra Fine:** Unser STI Kit ist ein Schritt zur Vereinfachung der Praktiken im Bereich der sexuellen Gesundheit. Es wurde entwickelt, um regelmäßige Gesundheitstests zugänglicher und weniger einschüchternd zu machen und einen proaktiven Ansatz für sexuelle Gesundheit zu fördern. Das Kit ist Teil unserer Mission, Menschen in die Lage zu versetzen, ihre Gesundheit mit Selbstvertrauen und Leichtigkeit selbst in die Hand zu nehmen. 'Dice' ist unser erster Vorstoß in den Bereich deSpiele, die die Beziehung und die spielerische Erkundung zwischen Partnern fördern sollen. Es fördert Kommunikation und Spontaneität und ist somit ein unterhaltsames Instrument zur Vertiefung der Beziehung. Beide Produkte zeugen von unserem Engagement, das sexuelle Wohlbefinden und die Intimität aus verschiedenen Blickwinkeln zu verbessern, sei es durch Gesundheitserziehung oder durch die Bereicherung persönlicher Beziehungen. ►





**SOURCING at AAE**

# ASIA ADULT EXPO

## Asia Adult Expo 2024

27-29/8/2024 | Hong Kong Convention and Exhibition Centre

### Asia's Largest Adult Trade Show

**The fastest growing global sourcing platform**

Free registration valid until 30 July 2024 (Original entrance fee: USD30 / HKD200)

Trade visitors aged 18 or above only

Organizer:



Official Supporter:



Contact us right now for more marketing information and opportunities.

+852 2528 0062

info@asiaADULTexpo.com

 [www.asiaADULTexpo.com](http://www.asiaADULTexpo.com)



Dames STI Kits sind für den Hausgebrauch entwickelt

**Eure Markenhistorie ist unwiederbringlich mit euren Sex Toys Eva, Fin und anderen verbunden. Wie schwer ist es, die Konsumenten zu bewegen, den Schritt in neue Produktkategorien mit euch gemeinsam zu gehen?**

**Alexandra Fine:** Es ist zwar ohne Zweifel immer eine Herausforderung, neue Konzepte einzuführen, aber unsere

Community vertraut darauf, dass Dame Produkte liefert, die ihre sexuellen Erlebnisse verbessern. Unsere Erfolgsbilanz mit qualitativ hochwertigen, wirksamen Produkten wie Eva Fin hat eine Grundlage für Vertrauen und Offenheit geschaffen, die unsere Kunden ermutigt, mit uns neue Kategorien zu erkunden.

**Eine neue Marke, neue Artikel in neuen Produktkategorien... wann und wie kommt der europäische Markt in den Genuss eurer Expansion?**

**Alexandra Fine:** Unsere Expansion in die europäischen Märkte hat höchste Priorität und wir arbeiten aktiv an Partnerschaften und Vertriebskanälen, um unsere Produkte besser zugänglich zu machen. Wir wollen sicherstellen, dass die Kunden in Europa in den Genuss der gesamten Produktpalette von Dame und Emojibator kommen und von unserer Expansion und Innovation profitieren können.



**HOT**

London - Miami - Tokyo

**PREMIUM**  
**MORINGA**  
**CAPSULES + DAMIANA**



# LIBIDO POWER

Formuliert aus reinstem Moringa und flavonoidreichen Damiana-Extrakten, die für ihre aphrodisierenden Eigenschaften bekannt sind. Diese kraftvolle Kombination ist ideal für aktive Frauen.



Premium Moringa + Maca  
ART. No. 44063

HOT Productions & Vertriebs GmbH: [www.world-of-hot.com//](http://www.world-of-hot.com//)

Wagrainer Str. 35 /// 4840 Vöcklabruck /// AUSTRIA email: [office@hot-dl.com](mailto:office@hot-dl.com) /// tel. +43 (0)7672 72009 /// fax. +43 (0)7672 72009-9

Erhältlich bei Ihrem Großhändler /// Available at your wholesaler /// Disponible chez votre grossiste /// Disponibile 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 /// Dostępne w panstwa hurtowniach

**HOT**

London - Miami - Tokyo

# „Als Marke mit Tradition müssen wir mit den sich ändernden Trends Schritt halten.“

Pat Romanek, Geschäftsführerin von Amocarat, über das Rebranding der Marke Obsessive

*Märkte verändern sich genauso wie sich Trends und Geschmäcker, Bedürfnisse und Erwartungen der Konsumenten verändern. Die Marke Obsessive hat auf den steten Wandel mit einem Rebranding reagiert, über dessen Ergebnisse Pat Romanek, Geschäftsführerin von Amocarat, dem Markeninhaber von Obsessive, in einem Interview info*

Pat Romanek,  
Geschäftsführerin  
von Amocarat



## **Im März habt ihr ein Product Rebranding durchgeführt. Warum war dieser Schritt nötig?**

**Pat Romanek:** Bei der Entscheidung für das Rebranding spielten mehrere Faktoren eine tragende Rolle. Unsere Marke ist seit 18 Jahren auf dem Markt und wir bedienen Kunden in über 60 Ländern. Als Marke mit Tradition müssen wir mit den sich ändernden Trends Schritt halten. Auch die Pandemie und die darauf folgende Krise bei Luxusprodukten bzw. nicht lebenswichtigen Produkten haben uns veranlasst, nach Lösungen zu suchen, wie die Marke den neuen Kundenerwartungen gerecht werden kann. Als Schlüsselmarke in der Kategorie sinnlicher Lingerie müssen wir schnell auf diese Veränderungen reagieren, indem wir unsere Produktpalette und unsere Kommunikation weiterentwickeln und modernisieren. Auf diese Weise können wir Obsessive zu einer dynamischen, internationalen Marke entwickeln, die auf die sich ändernden Bedürfnisse des Marktes reagiert.

## **Wie lange hat dieser Prozess gedauert und welche Bereiche des Unternehmens waren daran beteiligt?**

**Pat Romanek:** Es ist wichtig zu sagen, dass der Prozess in mehrere Teile aufgliedert

war und über acht Monate dauerte. Zuerst führten wir in mehreren europäischen Märkten Kundenbefragungen zu Verpackung, Kaufentscheidungen und Kommunikation durch. Dann haben wir an der Markenstrategie gearbeitet und schließlich spezifische kreative Lösungen entwickelt.

## **Wie sah der Leitfaden für dieses Rebranding aus? Und welche Ziele sollten damit erreicht werden?**

**Pat Romanek:** Wir gehen auf die Bedürfnisse der Frau ein und wollen ihr Partner in den verschiedensten Lebensphasen sein. Obsessive beflügelt die Phantasie, inspiriert, unterstützt die Sexualität und begleitet Frauen in verschiedenen Momenten, deshalb schaffen wir ein Angebot, das auf verschiedene Kunden zugeschnitten ist. Als Marke mit langer Tradition wollen wir unsere Zielgruppe erweitern und mit der modernen Kundschaft Schritt halten.

## **Was bedeutet dieser Schritt für eure Partner aus dem Großhandel und Einzelhandel? Wie profitieren dies von eurem Rebranding?**

**Pat Romanek:** Das Rebranding bedeutet eine neue visuelle Identität für die Marke



Ein Ergebnis des Rebrandings ist ein überarbeitetes, eleganteres und moderneres Verpackungsdesign

sowie neue Produkte und neue Zielgruppen. Die wichtigste Veränderung betrifft das Bild der Frau. Wir wollen, dass sich möglichst viele Frauen in unseren Dessous wohlfühlen und Produkte finden, in denen sie sich attraktiv fühlen. Unsere Marke muss moderner und relevanter für verschiedene Zielgruppen sein, die sich in ihren Erwartungen und Vorlieben unterscheiden. Unsere Partner werden daher dank unserer Produkte und unseres neuen Ansatzes in der Lage sein, vielfältigere Kunden anzusprechen, was letztlich zu mehr Umsatz und Kundenzufriedenheit mit dem Angebot und damit zu unserem gemeinsamen Erfolg führt.



der dominierende Faktor ist und die persönlichen Vorlieben eine wichtige Rolle beim Kauf spielen. Das bedeutet, dass die Produktpalette vielfältig und auf die unterschiedlichen Kundenerwartungen zugeschnitten sein muss. Wichtig ist auch die Feststellung, dass Dessous oft ohne konkreten Anlass gekauft werden. Interessant ist auch die Beobachtung, dass Männer, die ebenfalls einen Teil der Käuferschaft auf dem Wäschemarkt ausmachen, erklären, dass der Preis für sie bei der Auswahl eines Geschenks keine entscheidende Rolle spielt und sie bereit sind, ein teureres, qualitativ hochwertiges Produkt zu kaufen. Aus diesem Grund hat die Marke Obsessive auch ein neues Produktangebot im Premium-Segment geschaffen.

**Das Rebranding basiert den Ergebnissen von Kundenbefragungen, die ihr in Europa durchgeführt habt. Zu welchen Erkenntnissen seid ihr dadurch gekommen?**

**Pat Romanek:** Es ist interessant, dass 65 % der Frauen Dessous für sich selbst kaufen und 50 % Lingerie als Geschenk erhalten. Deshalb wird unsere Kommunikation näher an die Frauen und ihre Bedürfnisse rücken. Die Kunden unterscheiden sich in Bezug auf ihr Alter und den Ort, an dem sie einkaufen. Jüngere Menschen entscheiden sich zum Beispiel eher für den Einkauf im Onlineshop. Die Untersuchung hat auch gezeigt, dass der Preis bei der Wahl von Dessous nicht

**Gleichzeitig spielen auch aktuelle Trends in der Mode und in der Lingerie eine bedeutende Rolle bei eurem Rebranding. Wie spiegeln sich diese wider?**

**Pat Romanek:** Pat Romanek: Zunächst stellen wir fest, dass in den Trends der Haute Couture sinnliche Dessous nicht nur die Vorzüge des Körpers betonen, sondern auch zu einem wichtigen Element des Outfits werden und damit zu einem festen Bestandteil der Modewelt. Erotik ist bereits ein fester Bestandteil der Haute Couture und wir als Marktführer folgen diesen Trends. Unser Angebot wird daher Produkte umfassen, die dazu anregen, Spaß an der Mode zu haben. ▶



# PLAY ANYWHERE, FEEL CLOSER THAN EVER.



Introducing **Berlin**, the new addition to the oninder family with which sexual play has never been so easy and pleasurable. Enjoy all the possibilities that this vibrating bullet offers you, with its powerful motor destined to provide a vibration that will shake up to the last corner of your body.

Compatible with all the play modes available on the Oninder app, you can control the toy yourself or let other people control it for you.

Enjoy different levels of intensity, different vibration patterns or even vibration synchronized with your voice or your favourite song. The pleasure made to fit your desire.

Don't be fooled by its size, with its high performance motor you can enjoy a limitless experience that will make you reach the pinnacle of satisfaction.

Top quality at a price that fits all budgets. Enjoying sex has never been more at your fingertips. Forget about distance, time and space and melt into a sensation of extreme pleasure alone or as a couple, but always with maximum enjoyment.

Learn more about this and all the novelties we have for you in

[www.oninder.com](http://www.oninder.com)

Oninder

**BERLIN**

BULLET VIBRATOR

DOWNLOAD NOW



GET IT ON  
Google Play



Download on the  
App Store

WE WANT TO BRING PLEASURE WORLDWIDE, AND WE ARE LOOKING FOR YOU!



Do you want to be a part of the **Oninder family**?

We are looking for official physical points of sale for Oninder worldwide.

Become part of the revolution filling your store with all of our new products and feature in our web as an official seller.

**Are you going to miss this opportunity?**

Get more information at [international@dreamlove.eu](mailto:international@dreamlove.eu)

DISCOVER ONINDER IN [WWW.ONINDER.ES](http://WWW.ONINDER.ES) | [ONINDER\\_CHAT](#) | [ONINDEROFFICIAL](#)

**Ein Ergebnis des Rebrandings ist euer neues Logo. Kannst du erklären, welche Überlegungen in das neue Logo geflossen sind? Welche Botschaft geht von eurem neuen Logo aus?**

**Pat Romanek:** Die neue Schriftart im Logo und die dekorativen Elemente spiegeln den Charakter erotischer Wäsche besser wider, und die Einführung des zusätzlichen OSSV-Signets unterstreicht die Einzigartigkeit der Marke und ihren neuen Platz in der Welt der Mode.

**Ein weiterer Bestandteil des Rebrandings ist euer neues Verpackungsdesign. Was habt ihr verändert? Was ist neu? Was ist gleichgeblieben?**

**Pat Romanek:** Wir kümmern uns um unsere Kunden und möchten, dass unser Hauptsortiment so breit aufgestellt wie möglich ist und verschiedene Stile präsentiert. Da wir wissen, dass unsere Kunden das Produkt gerne an einem Modell sehen, haben wir dieses Element beibehalten, aber wir haben einen moderneren Präsentationsstil eingeführt.

Die Fotos, die wir auf den Verpackungen verwendet haben, zeigen das Produkt in dynamischeren Aufnahmen. Darüber hinaus zeigen wir auf der Rückseite der Verpackungen auch inspirierende Fotos, die den Charakter des Produkts perfekt einfangen.

**Verpackungen sind bekanntlich wichtiger Teil des Einkaufserlebnis, sie transportieren aber ebenso den Markencharakter wie die Markenwerte. Wie wird Obsessive diesem Stellenwert gerecht?**

**Pat Romanek:** Das Einkaufserlebnis war in der Tat eines der wichtigsten Elemente, die wir untersucht haben. Deshalb dient unsere neue Verpackung auch dazu, Freude zu bereiten. Die Verwendung von weichem, zartem Gewebe, in dem die Wäsche verpackt ist und neue Etiketten tragen dazu bei, das Einkaufserlebnis zu verbessern. Der abnehmbare Deckel ermöglicht es, die Schachtel als Geschenk für sich selbst oder eine andere Person weiterzuverwenden. Unser Ziel ist es, dass der Kauf das Gefühl hervorruft, etwas Besonderes zu besitzen.





PUMP WORX®

# MAX BOOST PRO FLOW



0-2.9 PSI



3-5.8 PSI



5.9+ PSI

**REVOLUTIONÄRES  
WASSERDICHTES DESIGN!**

*VERFÜGT ÜBER IPX-7 RATING UND KANN  
UNTER WASSER ANGEWENDET WERDEN*

**FUNKTIONIERT MIT  
ODER OHNE WASSER!**

**4 AUTOMATISCHE  
SAUGSTÄRKEN**

**WIEDERAUFLADBAR**

**PD3250-19 (WHITE)**

**PD3250-25 (BLUE)**

HIER GEHT'S ZUM VIDEO



 **pipedream®**  
wholesale.pipedreamproducts.eu



*Ananas auf Pizza, Tiger Woods, IKEA Regale, Denis Villeneuve... das sind nur einige der Schlagwörter, die in diesem Monthly Mayhem mit Shungas Marketingleiter Louis-Philippe Roussy fallen. Er erklärt darin auch, wie sehr er die tägliche Zusammenarbeit mit seinem Vater Guy Roussy schätzt und wie er von dessen großen Erfahrungsschatz profitiert.*

**Wie fühlt es sich an, zu wissen, dass eure Produkte in über 70 Ländern weltweit erhältlich sind?**

**Louis-Philippe Roussy:** Ziemlich gut, um ehrlich zu sein. Ich bin sehr stolz darauf, für ein Unternehmen zu arbeiten, das auf der ganzen Welt vertreten ist. Ich treffe mich gerne mit Kunden, Einzelhändlern und Distributoren, um Feedback zu bekommen. Außerdem reise ich viel, was ich sehr genieße.

**Welchen Berufswunsch hattest du als Kind?**

**Louis-Philippe Roussy:** Meine Antwort ist sehr typisch für einen kleinen kanadischen Jungen. Ich wollte Profi-Eishockeyspieler werden.

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

**Louis-Philippe Roussy:** Mein Vater Guy, der General Manager von Shunga ist, hat mich in die Branche eingeführt. Ich habe praktisch mein

ganzes Leben lang für Eau Zone (Shunga) gearbeitet. Als ich 12 Jahre alt war, fing ich an, in den Sommern zu arbeiten, wenn die Schule vorbei war. Nach meinem Universitätsabschluss habe ich drei Jahre in der Sportbranche gearbeitet und bin dann hierher zurückgekehrt.

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

**Louis-Philippe Roussy:** Dann würde ich wahrscheinlich immer noch in der Sportbranche arbeiten.

**Was war der größte Karriereschub für dich?**

**Louis-Philippe Roussy:** Der Wechsel von der Sportbranche zur Sex Toy Industrie.

**Wo siehst du dich in zehn Jahren?**

**Louis-Philippe Roussy:** Ich kann mir kaum ausmalen, wo ich morgen sein

# Louis-Philippe Roussy

## Fragen & Antworten

werde, aber in zehn Jahren sehe ich mich bei Shunga.... hoffentlich floriert das Geschäft, hoffentlich gibt es viele neue Produkte und hoffentlich viel Erfolg!

### Wie siehst du die Zukunft der Love Toy Industrie?

**Louis-Philippe Roussy:** Mehr Umweltfreundlichkeit, mehr Diversität, mehr Inklusion.

### Wie sieht ein perfekter Tag in deinem Berufsleben aus?

**Louis-Philippe Roussy:** Ich liebe es, dass meine Arbeitstage abwechslungsreich sind und alle Bereiche des Marketings abdecken. Ich beginne gerne mit einem Brainstorming über neue Produkte mit unserem fantastischen Team, solange die Gedanken noch frisch sind. Zu einem perfekten Tag gehört auch die Interaktion mit unseren Partnern aus dem Einzelhandel sowie mit Distributoren. Dazu gehört auch eine Menge Koffein

und vielleicht eine süße Leckerei nach dem Mittagessen, wenn ich sie mir verdient habe.

### Wie entspannst du dich nach der Arbeit?

**Louis-Philippe Roussy:** Das tue ich nicht. Die einzige Möglichkeit, meinen Geist herunterzufahren, ist, aktiv zu sein. Ich trainiere entweder, treibe Sport oder genieße die freie Natur.

### Wer ist dein Vorbild und warum?

**Louis-Philippe Roussy:** Ich würde sagen, mein Vater. Er ist immer cool, ruhig und gelassen. Auf persönlicher Ebene war er schon immer mein Fixpunkt. Jetzt erlebe ich ihn von einer mehr beruflichen Seite, da wir jetzt zusammen arbeiten. Ich schätze diese Chance, jeden Tag an seiner Seite arbeiten zu können.

### Du darfst einen Orden verleihen. Wer bekommt ihn?





**Louis-Philippe Roussy:** Meine Kollegen, die meine unermüdliche Energie ertragen müssen.

**Auf welche eigenen Erfolge bist du besonders stolz?**

**Louis-Philippe Roussy:** Ich habe es einmal geschafft, ein IKEA-Regal zusammenzubauen, ohne dass Teile übrig geblieben sind.

**Was gefällt dir an deiner Person besonders gut?**

**Louis-Philippe Roussy:**  
Meine Selbstwahrnehmung.

**Welche Sünde kannst du nicht vergeben?**

**Louis-Philippe Roussy:**  
Ananas auf Pizza. Leute, die an öffentlichen Plätzen über ihre Smartphone-Lautsprecher telefonieren. Habgier.

**Was singst du unter der Dusche?**

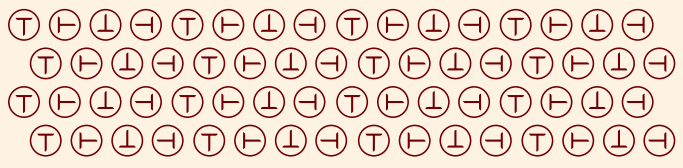
**Louis-Philippe Roussy:** Ich bin bekannt dafür, dass ich auf ein reichhaltiges Repertoire zurückgreifen kann, wenn ich meiner Shampooflasche ein Ständchen bringe - je nach Tageslaune.

**Wen würdest du wirklich niemals nackt sehen wollen?**

**Louis-Philippe Roussy:** Ich vermute, dass die gängigste Antwort auf diese Frage Familienmitglieder lautet. Es gibt halt gewisse Grenzen.



NEW RELEASE

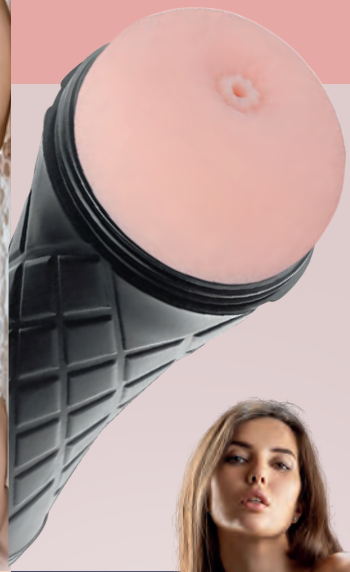


TONGA

JAMIE



THE GIRL NEXT DOOR



POCKET PUSSY  
EMMA



by  
dt  
dreamtoys

---

**“AN VERFEHLT 100 %  
DER SCHÜSSE, DIE MAN  
NICHT ABGIBT.”**

LOUIS-PHILIPPE ROUSSY

---

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

**Louis-Philippe Roussy:** Ich warte schon lange auf den zweiten Teil von Dune, bei dem Denis Villeneuve Regie geführt hat, ein Filmemacher, der ebenfalls aus der kanadischen Provinz Quebec stammt. Was die Begleitung angeht, so ist mein einziges Kriterium, dass er oder sie während des Films ruhig ist.

**Du bekommst einen Monat Urlaub. Wo geht es hin?**

**Louis-Philippe Roussy:** Irgendwo in Südasien. Thailand, Vietnam und Indonesien stehen auf der Liste meiner Reiseziele.

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

**Louis-Philippe Roussy:** Ein Buch, meine Golfausrüstung und vielleicht einen Freund, der mir Gesellschaft leistet, sonst würde ich in kürzester Zeit verrückt werden!

**Mit wem würdest du gerne einen Tag deines Lebens tauschen?**

**Louis-Philippe Roussy:** Mit Tiger Woods.

**Was würdest du nie wieder im Leben machen?**

**Louis-Philippe Roussy:** Hochseefischen. Reisen nach Mittelamerika während der Orkansaison.

**Welchen gut gemeinten Rat gibst du unseren Lesern?**

**Louis-Philippe Roussy:** Man verfehlt 100 % der Schüsse, die man nicht abgibt.

**e**

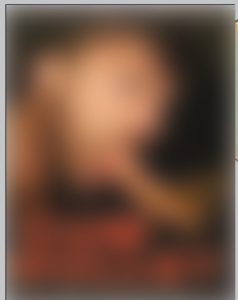
# XBIZ RETREAT

MAY 13-18 // MIAMI



EXPERIENCE THE  
GOLD STANDARD  
[WWW.XBIZRETREAT.COM](http://WWW.XBIZRETREAT.COM)

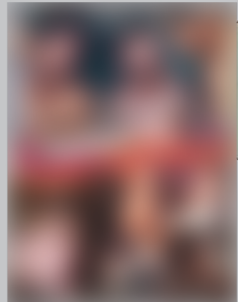
# The CONFIDENCE Radiator



MENGENRABATTE  
ERHÄLTLICH!

23721D  
UVP € 44.95  
€ 17.98

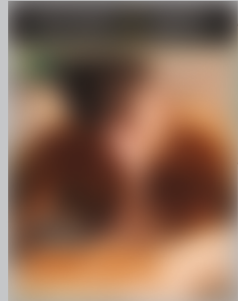
TREASURE ISLAND MESIA



MENGENRABATTE  
ERHÄLTLICH!

23430D  
UVP € 39.95  
€ 12.86

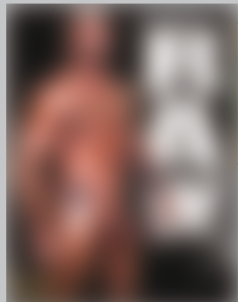
MARK CELTIK



MENGENRABATTE  
ERHÄLTLICH!

23444D  
UVP € 39.95  
€ 12.86

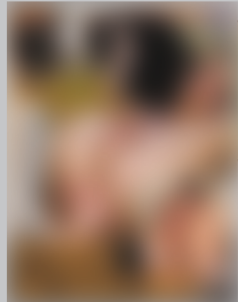
FUCKER MATE



MENGENRABATTE  
ERHÄLTLICH!

23523D  
UVP € 39.95  
€ 12.86

MASQUILIN



MENGENRABATTE  
ERHÄLTLICH!

22076D  
UVP € 44.95  
€ 12.86

EUROCREME



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

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



This space could be your  
advertisement



Reaching over 6,000 B2B contacts  
in the German-speaking territories

Or would you prefer  
international success...



...and reach over 14,000  
B2B contacts

Then contact us at:

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](mailto:mjohnson@mptoday.de)

# IT'S ALL ABOUT MANHOOD

## MANCHE DINGE SIND NUR FÜR MÄNNER!



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

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

**HOT**

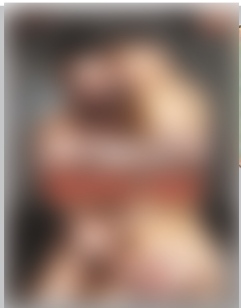
London - Miami - Tokyo



COBECO  
BODY LUBE

# FISTING

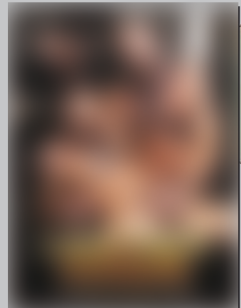
BUTTER / CREAM / GEL



MENGENRABATTE  
ERHÄLTlich!

23566D  
UVP € 39.95  
€ 15.96

LUCAS ENTERTAINMENT



MENGENRABATTE  
ERHÄLTlich!

UVP € 39.95  
€ 12.86

RAGING STALLION



MENGENRABATTE  
ERHÄLTlich!

23733  
UVP € 39.95  
€ 12.86

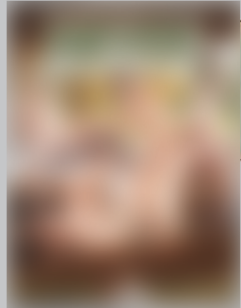
NAKED SWORD



MENGENRABATTE  
ERHÄLTlich!

23732D  
UVP € 39.95  
€ 12.86

FALCON



MENGENRABATTE  
ERHÄLTlich!

23715D  
UVP € 44.95  
€ 12.86

HOTHOUSE



product code: 111510970

product code: 111510971

product code: 111510969

## COBECO:PHARMA

Producer and wholesaler of pharmaceutical, cosmetic and stimulating products

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



This space could be your  
advertisement



Reaching over 6,000 B2B contacts  
in the German-speaking territories

Or would you prefer  
international success...



...and reach over 14,000  
B2B contacts

Then contact us at:

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

# FULLER & FIRMER

When Size Matters!

BODY  
SYSTEM  
BOOST



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

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

**HOT**

London - Miami - Tokyo

**EroSpain**  
Mediterranean B2B Expo



### EroSpain

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

**eroFame**  
Global Erotic Convention



### eroFame

25 – 27 September, 2024 • Hannover, Deutschland  
www.erofame.eu

**VENUS**



### Venus Berlin

24 – 27 Oktober, 2024 • 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 \_\_\_\_\_

## 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  
Jonas Buyken (-26)  
jbuyken@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.

Get  
**Real**  
by TOYJOY.

SKIN

EMBRACE THE  
**SENSUAL REALISM**



MADE OF 100%  
PURE SILICONE

REALISTIC BALLS

REALISTIC SKIN STRETCH

11204  
ToyJoy Get Real Skin  
Foreskin Dildo 20 cm  
RRP: €74,99



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

**SCALA**

# The Stimulus!

Entfacht die Leidenschaft und stimuliert bis zur Ekstase.



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

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

**HOT**

London - Miami - Tokyo