

SHOTS MEDIA SORGT FÜR EINE GANZ BESONDERE ABKÜHLUNG IM SOMMER

Touché Ice – Der weltweit erste Eis-Vibrator

In sehr kurzen Abständen kommen neue Produkte auf den Markt. Viele davon bleiben jedoch nicht lange in Erinnerung, da es ihnen an Innovation mangelt. Umso erfreulicher ist es dann, wenn ein Produkt das Licht der Welt erblickt, das wirklich einzigartig ist. Touché Ice von Shots Media gehört definitiv dazu, vereint es doch Funktionen eines Love Toys mit der kühlenden Eigenschaft von Eis

Es ist ein Love Toy“, antwortet Oscar Heijnen auf die Frage, ob Touché Ice ein Love Toy oder ein Scherzartikel ist „Aber man darf nicht vergessen, dass auch immer etwas Humorvolles in einem Love Toy liegt. Aber Touché Ice ist ein durchaus ernstzunehmendes Toy.“ Die zwei Modelle des Eis-Vibrators unterscheiden sich wie folgt: das größere Modell vibriert sehr stark und kann für Massage- oder eben Vibrationszwecke an heißen Sommertagen benutzt werden, während die kleiner Version an beiden Enden vibriert. Es schwingt also das Silikonende genauso wie das Eisende. „Diese Version macht seinen Job also wie jeder andere Vibrator auch, nur dass eben dieses ganz spezielle Extra gibt: die Eisspitze.“ Den Grundgedanken, etwas mit Eis zu machen, trug das Team von Shots

Acht Monate dauerte die Entwicklung bis zur ersten Auslieferung des fertigen Produkts



„Der Produktdesigner, der Verpackungsgestalter...ach, die ganze Abteilung hat etwas Historisches mit dieser Arbeit für Shots Media geschaffen.“ Oscar Heijnen

Media schon lange mit sich herum, erzählt Oscar Heijnen. Eis, so sagt er, werde schließlich von vielen Menschen beim Liebespiel genutzt. Wie es der Zufall wollte, kam dieser Grundgedanken zurück aus der Versenkung, als das Team eines Freitagabends zusammen saß, um sich auszutauschen. Ein leeres Glas, in dem sich Eiswürfel befanden, war der Auslöser. „Die eigentliche Kreation des Toys auf Papier fand dann während einer Geschäftsreise statt“, erinnert sich Oscar zurück. „Wenn wir das Büro verlassen und uns nur auf die Entwicklung konzentrieren können, ist das Ergebnis immer herausragend.“ Aufgrund harter und vor allem effizienter Arbeit sollten nur acht Monate von der Idee bis zur Auslieferung des ersten fertigen Produkts – immerhin der weltweit erste Eis-Vibrator - vergehen. „Die Entwicklung von Toys wird in der Zukunft noch schneller vonstatten

gehen“, verspricht Oscar. „Natürlich braucht sie viel mehr Aufmerksamkeit und Zeit als zum Beispiel die Veröffentlichung einer DVD, aber es ist nicht das Design alleine, um das wir uns kümmern müssen, sondern vor allem die Patentanfragen und der damit verbundene Prozess kostet Energie und Aufwand. Sind unsere Produkte patentiert, beginnen wir damit, sie unseren Kunden zu zeigen, um das endgültige Design mit ihnen abzustimmen.“ Dass die angesprochene Patentanmeldungen Touché Ice davor bewahren werden, kopiert zu werden, sei möglich, meint Oscar, eine Garantie gebe es allerdings dafür nicht. „Wir haben unsere Patente auch in China beantragt, denn die meisten Kopien kommen bekanntlich von da. Wir arbeiten mit einem sehr renommierten Anwalt aus Amsterdam, der sich gut in der Entertainment Industrie auskennt, zusammen, der gegen Raubkopien im Markt kämpfen wird. Mit ihm zusammen haben wir die Patente und Markenrechte für den Markennamen und das Logo beantragt und erhalten. Alle unsere Ideen müssen unsere Ideen bleiben!“ Während der Entwicklung von Touché Ice, das aufgrund seiner Beschaffenheit durchaus als schwierig zu produzieren anzusehen ist, gab es einige Klippen zu umschiffen. Zum Beispiel dehnt sich Wasser aus, wenn es zu Eis wird. Das, so Oscar, sei die größte Schwierigkeit

Das Silikonenteil ohne die Eisspitze





Bis dato gibt es Touché Ice in zwei Modellen und in drei Farben



Das Manual zum weltweiten Eis-Vibrator

gewesen. Zudem sah die Grundidee vor, einen Eis-Vibrator zu erschaffen wollte, weswegen die Vibration natürlich zwingend war. „Ein anderes Problem tauchte auf, als wir feststellten, dass der Gefrierschrank die Batterien leer saugte, daher mussten wir einen Vibrator nutzen, der extrem kalten Temperaturen widerstehen kann.“ Touché Ice ist wie die anderen Produkte der Touché Linie auch aus europäischem Silikon gefertigt. Shots Media zählt zu den wenigen Herstellern auf der Welt, der Testberichte über die verwendeten Materialien für jedes einzelne Land vorlegen kann. Die Materialien seien nicht nur die sichersten, sondern ebenso streng geprüft, um zusammen mit Gleitmitteln zu funktionieren, versichert Oscar. Neben dem Schutz durch Patente und Rechte verhindern auch Materialien und Qualität, dass sich Raubkopierer auf Produkte stürzen

würden. „Unser Material ist ganz schwer zu kopieren, denn Qualität ist sehr hoch. Unser Silikon passt sich zum Beispiel den Körpertemperaturen an und das Silikon von Touché Ice besitzt Lebensmittelqualität. Solch ein Silikon ist nur schwer zu finden.“ Das könnte in der Tat abschreckend auf Produktpiraten wirken. „Wir versuchen immer das Beste für unsere Kunden aus unseren Produkten herauszuholen und die Technologien, mit denen das möglich ist, wachsen und verändern sich. Das ist eine große Herausforderung, sich stets dem Markt und den neuen Begebenheiten der Produktion anzupassen.“ Bei Shots Media werde jedes neue Toy mit der modernsten Techniken ausgestattet und mittels neuester Technologie hergestellt. „Das finde ich wichtig, denn die eigentliche Produktion eines Toys ist recht einfach. Willst du aber einen Bestseller herstellen, musst du den Markt verstehen und genau wissen, was du machst.“ Viel wichtiger aber noch sei die Unterstützung durch die Mitarbeiter, welches im Falle von Touché Ice sein Herzblut für die neue „erotisch-kalte“ Idee vergossen habe, freut sich der Geschäftsführer und Inhaber. „Der Produkt-

designer, der Verpackungsgestalter...ach, die ganze Abteilung hat etwas Historisches mit dieser Arbeit für Shots Media geschaffen.“ Er als Verantwortlicher für das Unternehmen genieße es zu sehen, wie enthusiastisch seine Mitarbeiter seien. „Selbst mitten in der Nacht rufen sie mich an, um ihre Ideen und Gedanken mitzuteilen. Sie arbeiten sehr hart, ihre Ziele zu erreichen. Das Gefühl möchte ich nie vermissen.“ Das Ergebnis sei die Gewissheit, dass Touché Ice dieses Jahr ein großer Erfolg werde, denn bereits vor der Auslieferung konnte eine so große Stückzahl verkauft werden, wie es vorher mit anderen Toys nicht zu realisieren war. „Das zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind und das unser Label Touché wächst.“ Dass das ausgefallene Produkt Türen und Tore des Massenmarkt öffnen kann und das Label Touché aufwerten wird, ist für den niederländischen Geschäftsmann keine Frage, dennoch sind es vor allem seine Kunden, die er als erste Zielgruppe für Touché Ice festgemacht hat. „Ich bin der festen Überzeugung, dass Wachstum aus den eigenen Kunden kommt. Sicher haben wir im Hinterkopf, dass wir große Stückzahlen über neue Vertriebskanäle verkaufen können und sollte sich dieser Wunsch bewahrheiten, werde ich noch glücklicher sein als ich jetzt schon bin.“ Dass Touché Ice wie die gesamte Produktlinie auch in Märkte abseits des Erotikmarkts passt, ist auch durch die hochwertigen Verpackungen bedingt. Touché Ice geht noch einen Schritt weiter und setzt was Eleganz betrifft noch einen drauf: verschiedene Drucktechniken und die Silberfolie lassen die Touché Ice Verpackung erstrahlen. Wie die anderen Touché Produkte auch, besitzt der Eis-Vibrator eine Öffnung am Rücken der Verpackung, durch die der Konsument das Produkt aus allen Winkeln sehen kann. Das Toy selbst wird also niemals aus der Verpackung genommen und bleibt somit sauber. Damit die Verbraucher auf den einzigartigen Eis-Vibrator aufmerksam wird, stellt Shots Media dem Handel Kataloge, Poster und Displays zur Verfügung. Für das Online-Marketing gestaltet Shots für den Handel gerne auch eFlyers, die an die Kunden per E-Mail gesendet werden können. „Wenn der eine oder andere Händler dies Interview liest und sich

Fortsetzung auf Seite 10

business

e inside



**Erotisch-kühlend und
vibrierend: Touché Ice**

SHOTS MEDIA

Fortsetzung von Seite 09

denkt, dass die Promotionmaterialien für ihn von Interesse sind, kann er sich gerne unter info@shotsmedia.nl oder oscar@shotsmedia.nl melden. Natürlich ist dieser Service kostenlos.“ Um den vielen Wiederverkäufern im Internet gerecht zu werden, hat Shots zu jedem Touché Produkt einen Promotionfilm gedreht. „Jeder Online-Shop, der unsere Touché Produkte anbietet, kann auf die Filme verlinken, da diese auf YouTube auf unserem dortigen Shots Media Kanal laufen. Wer Interesse hat, kann sie sich unter www.youtube.com/shotsmedia ansehen.“ Um den Konsumenten und Kunden einen Eindruck zu geben, wie Toys gefertigt, vertrieben und welch hohen Grad an Professionalität die Erotikindustrie heutzutage besitzt, gibt es einen speziellen Film unter www.shotsmedia.nl/promo. Wiederverkäufer, die die Filme in anderen Formaten nutzen wollen, können sich melden. Shots Media kommt bekanntlich ursprünglich aus dem Film- und DVD-Geschäft, weswegen hauseigene Schnittstudios maßgeschneiderte Kundenlösungen anbieten können. „Der gesamte Verkaufsprozess hat allerdings viel mit Aufklärung, Schulung und Kommunikation zu tun“, gibt Oscar zu verstehen, „ich kann jedem erzählen, wie toll das Produkt ist, aber das muss den Konsumenten erreichen. Ein Konsument hat nicht die Zeit, zehn oder fünfzehn Minuten die Verpackungsrückseite zu lesen, um herauszufinden, wofür das

Produkt gut ist. Daher haben wir die Rückseite mit fünf einfachen Cartoons versehen, die jedem in fünf Sekunden zeigen, was das Produkt kann und wie es funktioniert.“ Darüber hinaus ist das Shots Verkaufsteam im ständigen Dialog mit dem Handel, um Hilfestellung dabei zu geben, Produkte möglichst gut zu vermarkten. „Gegenwärtig hat die Zahl der Seminare, die ich gebe, die Zahl meiner Geschäftsreisen übertroffen. Aber das zahlt sich aus. Es ist aber ein langsamer Prozess, der dir viel Energie abverlangt. Wir arbeiten daran, diesen Prozess zu verbessern. Nun, auf jeden Fall denke ich, dass einfache Cartoons, die komplexe Toys erläutern, die Zukunft sind. Sie erklären schneller, als ich es mit Wörtern könnte.“ Dass die Premiere von Touché Ice Ende Juli auf der „Shots Media Sales Week“ stattfand und nicht auf der Venus Messe ist damit zu erklären, dass Eis und Sommer einfach gut zusammen passen. „Es ist doch ein Sommerprodukt! Es ist Eis! Und ein Eis-Vibrator - oder wie immer man das Produkt nennen will - muss im Sommer auf den Markt kommen“, lacht Oscar. „Aber Spaß beiseite, die Sales Week und die Party werden jedes Jahr größer. Wir starteten die Verkaufswoche inmitten des Sommers und in der Urlaubszeit, weil dann das Geschäft bekanntlich ruhiger ist, aber jetzt, nachdem wir das schon fünf Jahre so machen, ist es eine sehr geschäftige Zeit für uns und daher starten wir unsere Neuerscheinungen genau

dann.“ Den Eis-Vibrator bietet Shots Media zum Großhandelspreis von 12,50 Euro für das kleine Modell und für 17,50 Euro für das größere Modell an. „Alle unsere Kunden bekommen einen Rabatt, der bei 20 bis 25% liegt. Dieser Rabatt kann wachsen, wenn der Kunde zum Beispiel mehr als 50,000 Euro im Jahr bei uns umsetzt. Je mehr Umsatz sie mit uns machen, desto höher der Rabatt.“ Derzeit arbeitet das Team an fünf Geschmacksstoffen, die die Konsumenten zusammen mit ihrem Eis-Vibrator nutzen können, um zum Beispiel vibrierendes Erdbeereis zu kreieren. Auf der Venus Messe sollen neue Produkte der Touché Linie vorgestellt werden und mit „Ouch!“ plant Shots eine eigene Linie von Lederartikeln. „Im August und September wird es zudem neue Shots Toys geben. An Neuheiten wird es also nicht mangeln. Ich rate, hin und wieder einen Blick auf unsere Homepage zu werfen oder sich kostenlos für den Newsletter einzutragen, um wöchentlich Informationen zu neuen Produkten und neuen Entwicklungen zu erhalten. Natürlich können auch Termine mit unseren Account Managern vereinbart werden. Entweder kommt der Kunde zu uns in unseren Showroom oder aber unsere Mitarbeiter besuchen den Kunden. Unsere Account Manager besuchen ihre Kunden ohnehin alle zwei, drei Monate. Das gehört für uns dazu.“ e