

EXPANSION IN INTERNATIONALE MÄRKTE - HOT HAT DIE SEGEL GESETZT

„Wir haben 2012 viel Zeit und Vorarbeit in diese Märkte investiert“

EXKLUSIV Die HOT Productions & Vertriebs GmbH hat sich für dieses Jahr ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: die Expansion in den südostasiatischen, den australischen sowie den südafrikanischen Markt. Diesem Schritt gingen aufwendige Marktbeobachtungen und viele Gespräche mit wichtigen Playern dieser Territorien voraus, so dass sich HOT für die kommenden Aufgaben bestens gewappnet sieht. General Sales Manager Michael Sonner erläutert in diesem Interview die Expansionsstrategie sowie die weiteren Pläne für 2013.



„Es ist wichtig, dass unsere neuen Vertriebspartner nicht nur unsere Ware kennen sondern auch unsere Philosophie und die Personen, die dahinter stehen.“
Michael Sonner, General Sales Manager HOT Productions & Vertriebs GmbH, über die Expansion nach Südostasien, Australien und Südafrika

Herr Sonner, wie hat die HOT Productions & Vertriebs GmbH das Jahr 2012 abgeschlossen?

Michael Sonner: Das Jahr 2012 war sehr erfolgreich für HOT. Wir konnten in Europa zweistellige Zuwachsraten verzeichnen und international kamen viele neue Kunden hinzu.

Konnte HOT von der steigenden Nachfrage nach Produkten, die Markttrends wie Pärchen-Erotik, Sexual Wellness usw. widerspiegeln, profitieren?

Michael Sonner: Natürlich haben auch wir von der gestiegenen Nachfrage profitiert. Wichtiger war für uns allerdings die richtige Platzierung im Retail-Bereich.

Mit „ero by HOT“ haben Sie Ihr Portfolio letztes Jahr stark erweitert. Wie hat der Markt die Serie angenommen?

Michael Sonner: Die Serie wurde weltweit bei den Großhändlern aufgenommen und wird auch sehr gut an den Endkunden verkauft. Das zeigen uns die guten Abverkäufe nach der Ersteinlistung.

Wie sieht Ihr Plan in Bezug auf Produktneuheiten für 2013 aus?

Kommen neue Produkte auf den Markt?

Wie geht es mit „ero by HOT“ weiter?

Michael Sonner: ero by HOT war ja von Anfang an auf 36 Produkte ausgelegt. Wir planen, einige davon im Frühjahr zu bringen und ein weiteres Paket zur eroFame im Herbst.

HOT ist als Marke fest etabliert, dennoch schläft die Konkurrenz nicht und immer mehr Anbieter positionieren ihre Produkte als Markenartikel im Markt. Wie gelingt es Ihnen, aus der Masse hervorzustechen?

Michael Sonner: Wir beraten unsere Partner in der Platzierung von Produkten und vor Allem von unseren Marken. Es macht heute keinen Sinn, in einem Erotikfachgeschäft von jeder Firma ein Produkt zu präsentieren. Das verunsichert den Kunden und bringt keinen Umsatz. Wir liefern das schlüssige esampaket mit Top-Produkten und gutem Marketing.

Blieben Sie 2013 Ihrer Strategie treu, Ihre Produkte ausschließlich über Großhändler und Distributoren anzubieten?

Michael Sonner: Ja, hier wollen wir auch nichts verändern. Allerdings ist unser Ziel, bei jedem Erotikfachhändler gelistet zu sein und das erfordert manchmal auch, dass wir gemeinsam mit den Großhändlern vor Ort aktiv werden.



Bei HOT stehen 2013 die Zeichen auf Expansion auf internationaler Ebene. Der Fokus liegt auf Australien, Südafrika und den südostasiatischen Märkte? Welche Erwartungen hat Ihr Unternehmen an diese Territorien?

Michael Sonner: Wir haben 2012 viel Zeit und Vorarbeit in diese Märkte investiert. Jeder dieser Märkte funktioniert anders und hat verschiedene Vertriebswege. Allerdings haben alle drei Regionen ein großes Potential an Wachstum was unsere Produkte betrifft.

Können Sie etwas zu den Aktivitäten sagen, die HOT in den einzelnen Märkten geplant hat?

Michael Sonner: Wir werden grundsätzlich dafür sorgen, dass unsere Produkte jederzeit vor Ort verfügbar sind. Nur so lässt sich langfristig eine Marke beim Kunden etablieren. Hinzu kommen unsere bewährten Marketingkonzepte und Shop in Shop Systeme. Außerdem werden wir auf den wichtigen Messen in diesen Ländern mit eigenen Ständen präsent sein.

Werden Sie auch in diesen neuen Territorien auf Großhändler und Distributoren setzen?



Michael Sonner: Wir werden natürlich kompetente Partner vor Ort mit einbinden. Allerdings werden wir darauf achten, dass unsere Partner unsere Ziele zeitgerecht umsetzen und auch am Markt vor Ort sehr aktiv sind.


Internationale Expansion klingt immer überzeugend, kann aber auch mit vielen Schwierigkeiten behaftet sein. Sind die Produkte von HOT einfach in andere Märkte übertragbar oder müssen bestimmte Besonderheiten der neuen Territorien bedacht werden?

HOT™

London - Miami - Tokyo

Michael Sonner: Wie bereits gesagt, jeder Markt ist anders und hat seine Besonderheiten. Eine Expansion ohne gründliche Marktrecherche ist fast immer zum Scheitern verurteilt. Wir haben viel Zeit in Gespräche vor Ort investiert und auch die Shops besucht, die zukünftig unsere Ware vertreiben werden. Es ist wichtig, dass unsere neuen Vertriebspartner nicht nur unsere Ware kennen sondern auch unsere Philosophie und die Personen, die dahinter stehen.

Nahe liegend wäre eine Expansion in den USA. Was sind die Gründe, dass HOT diesen Markt (noch) nicht fokussiert?

Michael Sonner: Natürlich beschäftigen wir uns auch mit den USA und haben einen Zeitplan für den Markteintritt. Wir werden das entsprechend vorbereiten und vor allen Dingen die Logistik sinnvoll planen. Unsere Vorarbeiten gehen gut voran und wir haben bereits in Kanada einen zuverlässigen Partner, der uns dabei unterstützen wird. 

EROTIC WHOLESALE BUSINESS

WHY CHOOSE OUR DROPSHIPPING SERVICE?

- ✓ Innovative Products
- ✓ Fast delivery and tracking
- ✓ 6 years of excellent service
- ✓ XML feeds for free
- ✓ No service fees

WWW.WHOLESALE-SEXTOYS.COM

DROPSHIPPING EROTIC PRODUCTS

Dropshipping over 4000 sex toys and lingerie gifts. If you do not have the facility to hold stock, why not consider using our dropshipping service? We will save you both time and money.



PLEASE CONTACT US!

WHOLESALE-SEXTOYS IS A PART OF EDC-INTERNET
LLOYDSWEG 28E
9641 KK VEENDAM
THE NETHERLANDS
PHONE: 0031 598-690-453

EDCinternet