

Erotikangebot im Bauchladen

Liebesspielzeug. Ein Anifer will mit seinem Direktvertrieb für Erotikartikel Frauen ansprechen.

ANIF (SN). Das Verkaufsmodell erinnert stark an das Prinzip der Tupperware-Partys. Nur kommen bei Robert Schönleitner nicht Plastikboxen, Schneidbretter und Salatschleudern auf die Wohnzimmermöbel, sondern Sinnliches für Frauen.

Der Anifer hat mit einem Geschäftspartner einen Direktvertrieb für Erotik- und Lifestyleartikel gegründet. In sechs Bundesländern ist er mit seiner „Bodytoy KG“ bereits aktiv. Seit Jahresbeginn bringen geschulte Beraterinnen die erotischen „Spielzeuge“ bei Verkaufspartys ins Haus.

„Viele Frauen haben Interesse an Erotikartikeln, gehen aber nicht gern in einschlägige Geschäfte“, sagt der 31-Jährige. Zu Hause, in gemütlicher Runde mit Freundinnen, falle es ihnen leichter, die Scheu abzulegen, Fragen zu stellen und die Produkte zu erkunden.

Das Wort „Sexspielzeug“

mag Schönleitner nicht. Liebesspielzeug gefällt ihm schon besser. „Wir wollen weg vom Schmuddelimage hin zu ästhetischer Erotik.“

Auch für Paare bietet Schönleitner spezielle Partys an. Sie machen derzeit aber nur zehn Prozent aller Veranstaltungen aus. „Die Männer statten ihre Frauen lieber mit einem gewissen Budget aus.“

Schönleitner hat Internationale Wirtschaftswissenschaften in Innsbruck und London studiert und war zuletzt bei Sony im Kundenmarketing für die PlayStation tätig.

In der Erotikbranche sei er aus „Jux und Tollerei“ gelandet, sagt der Jungunternehmer. Ehemalige Arbeitskolleginnen seien auf der Suche nach einer Wohnung für eine Sextoy-Party gewesen. Er habe sein Heim zur Verfügung gestellt und sei zu dem Schluss gekommen, dass man eine solche Veranstaltung niveauvoller, schöner und

mit qualitativere Produkten aufziehen könne. „Ich habe versucht, mich in Frauen hineinzuversetzen und habe begonnen zu recherchieren.“ Schönleitner sondierte die Marktlage und beugte Angebot und Preise in Erotikgeschäften.

Das Sortiment umfasst derzeit 70 „Bodytoys“. Bestseller sind wasserdichte Vibratoren und Liebeskugeln. Im Angebot sind außerdem Massageöle, Fe-

eine Kundin ihrem Freund damit einen Heiratsantrag auf den Rücken geschrieben. Mittlerweile seien die beiden verheiratet. Er lege Wert auf hochwertige, hygienische Materialien und eine schöne Optik, erklärt Schönleitner. Damit wolle er sich von den anderen Anbietern abheben, die bereits auf Home-Shopping setzten.

In Salzburg finden mittlerweile mehrere „Bodytoy“-Partys pro Woche statt. „Die Salzburgerinnen sind sehr aufgeschlossen“, meint Schönleitner. Schwieriger sei es, Kundinnen aus Tirol und Vorarlberg für die Artikel zu begeistern. Die meisten Kundinnen seien zwischen 25 und 40 Jahre alt. Häufig würden Partys auch für Polterabende gebucht.

Die Rückmeldungen sind unter www.bodytoy.at nachzulesen. Dass bei den Partys so mancher Tipp zur Steigerung der Liebesfreuden abfällt, komme bei vielen gut an, erklärt Schönleitner und fügt eine Empfehlung an: Einen Vibrator vor dem Kauf immer an der Nasenspitze ausprobieren.

Die meisten Frauen gehen nicht gern in Erotikshops.

Robert Schönleitner

dern, Brustschmuck und Augenmasken aus Satin zur Steigerung der Liebeslust. Schönleitner: „Ich bin auch immer auf der Suche nach innovativen Produkten.“

Gern gekauft wird auch das Bodypaintingset mit flüssiger Schokolade samt einer Feder mit Silikonspitze. Einmal habe



„Liebesspielzeug“: Robert Schönleitner aus Anif will Frauen Lust auf „Bodytoys“ machen.

Bild: SN/ROBERT RATZER