

## Pressemitteilung

Hamburg, 09. April 2015

### **Komfortabler Shoppen mit Smartphone, Tablet und PC: OTTOs Onlineshop passt sich jetzt überall perfekt an**

**Mit Hilfe von sogenanntem „Responsive Design“ bietet OTTO seinen Kunden jetzt ein noch komfortableres Shopperlebnis über Smartphones und Tablets. Ziel des Onlinehändlers ist es, otto.de auf allen relevanten Endgeräten optimiert darzustellen, um den Onlineeinkauf noch bequemer zu machen. Die Grundlage dafür bildet die im Projekt Lhotse selbst entwickelte Shopsoftware für otto.de und die damit verbundene eigene Technologiekompetenz des Unternehmens.**

Im vergangenen Weihnachtsgeschäft kamen bis zu 40 Prozent der Besucher auf otto.de über Endgeräte wie Smartphones oder Tablets. Der Umsatzanteil über diese Geräte lag bei rund 25 Prozent. Ob Verbraucher ihren Onlineeinkauf über einen kleinen Touchscreen oder mit der Maus am großen PC-Bildschirm erledigen, macht für das Erscheinungsbild des Onlineshops und damit das Einkaufserlebnis große Unterschiede. OTTOs Responsive Design-Lösung „erkennt“ das Endgerät sowie seine Bildschirmbreite und passt die Seitendarstellung daran an. Das Ergebnis ist ein Webshop, der endgeräte-übergreifend eine einheitliche User Experience bietet. Kunden, die [www.otto.de](http://www.otto.de) besuchen, erhalten durch das neue Verfahren deshalb immer automatisch die für das jeweilige Endgerät optimierte Darstellungsweise und Funktionen. Hinzu kommt, dass insbesondere der Merktzettel, der Warenkorb und das Kundenkonto dank der nun gemeinsamen technischen Basis geräteübergreifend genutzt werden können – auch in den OTTO-Apps für iPhone und Android.

„Kunden wollen otto.de überall und jederzeit zum shoppen nutzen. Dieses Interesse am Everywhere Commerce zeigen Besucherzahlen und Umsatzanteil ganz deutlich. Responsive Webdesign ist deshalb unsere Antwort auf die zunehmende Endgeräte-Vielfalt, die Verbraucher im E-Commerce nutzen. Wir wollen, dass sich OTTO überall gleich anfühlt und viel Komfort bietet,“ erläutert Marc Opelt, Bereichsvorstand Vertrieb bei OTTO die Einführung der neuen Technologie.

Die neue technische Lösung wurde von OTTO komplett selbst entwickelt. „Unser Ziel ist eine durchgängige User Experience: dafür müssen sich alle Inhalte an den Bildschirmereigenschaften orientieren, also beispielweise der unterschiedlichen Auflösung und Ausrichtung. Das hat gravierende Auswirkungen auf das Content Management sowie die Produktions- und Pflegeprozesse. Zudem arbeiten jetzt Designer und Entwickler bei uns mehr denn je Hand in Hand. Eine besondere Herausforderung bei dem Lösungsansatz die Performance als ein zentraler Erfolgsfaktor bei der Plattformentwicklung. Denn insbesondere bei mobilen Datenverbindungen ist die gefühlte Ladegeschwindigkeit erfolgskritisch“, erläutert Dr. Thomas Schnieders, Direktor E-Commerce, Innovation und Plattform bei OTTO die Hintergründe zum Einsatz des neuen Lösungsansatzes.

### ***Über Responsive Webdesign***

*Responsive Webdesign ist ein gestalterisches und technisches Prinzip zur Erstellung von Websites, so dass diese auf Eigenschaften des jeweils benutzten Endgeräts reagieren können. Der Aufbau einer „responsiven“ Website erfolgt anhand der Anforderungen des jeweiligen Gerätes, mit dem die Site betrachtet wird. Dies betrifft insbesondere die Anordnung und Darstellung einzelner Elemente, wie Navigation, Bild- und Textinformationen, aber auch die unterschiedlichen Arten der Eingabe von Maus und Touchscreen. Technische Basis hierfür sind die Webstandards HTML5, CSS3 und JavaScript.*

Nähere Informationen finden Sie im Internet unter [Responsive Design bei OTTO](#) und [www.otto.de](http://www.otto.de).

#### **Pressekontakt:**

Ulrike Abratis, +49 (0) 40 64 61-8630, E-Mail: [ulrike.abratis@otto.de](mailto:ulrike.abratis@otto.de)

Frank Surholt, +49 (0) 40 64 61-8065, E-Mail: [frank.surholt@otto.de](mailto:frank.surholt@otto.de)