

Pressemitteilung

Hamburg, 7. Mai 2018

Bunter geht's nicht – OTTOs neue Brandingkampagne

Mehr Produkte, mehr Marken, neue Sortimente und Services – die Weiterentwicklung vom Onlinehändler zur Plattform ist bei OTTO in vollem Gange. Erstmals greift das Unternehmen den Wandel auch in einer Marketingkampagne auf. In den neuen Spots stehen das bunte und vielfältige Sortiment sowie die dazu passenden Services im Fokus – immer unter dem neuen Kampagnenmotto „Das ... ist OTTO!“

Sie fliegen durch das Bild, schaukeln, werden gedreht, hochgehoben und von Scheinwerferlicht und Show-Nebel in Szene gesetzt. Die Rede ist von den Stars der neuen OTTO-Kampagne. Allürenlos und wie auf Knopfdruck haben diese Stars während der Dreharbeiten funktioniert – die Werbe-Helden, das sind über zwanzig Produkte. Ob Sofa, Fön, Sneaker, Kühlschrank, Plattenspieler, Kleid oder E-Gitarre – die Auswahl auf otto.de ist im wahrsten Sinne: bunt; und wird mit Regenbogenrutsche, Glücksschwein und allerhand anderen Kuriositäten skurril inszeniert. Welche Glücksmomente eine Bestellung bei otto.de beschert - genau das zeigt OTTO jetzt mit seiner neuen Brandingkampagne, in insgesamt zwei TV-Spots.

„Die Kampagne steht für unseren Anspruch, in Zukunft auch als noch viel größere Shopping-Plattform mit einer breiten Sortiments- und Serviceauswahl zu begeistern. Unsere Auswahl ist bunt, aber nicht beliebig – im Gegenteil: Auch zukünftig werden wir otto.de auf die Bedürfnisse unserer Kunden zuschneiden“, sagt Marc Opelt, Bereichsvorstand Marketing und Sprecher der Geschäftsführung bei OTTO.

Otto (GmbH & Co KG) • Unternehmenskommunikation • Werner-Otto-Straße 1-7 • 22179 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 6461-0 • Fax +49 (0) 40 6464-8571

AG Hamburg, HR A 62 024, Persönlich haftend: Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg, AG Hamburg, HR B 13 762 vertr. durch: Alexander Birken (Vorsitzender) • Dr. Rainer Hillebrand (Stellvertretender Vorsitzender) • Dr. Marcus Ackermann • Petra Scharmer-Wolff • Kay Schiebur • Sven Seidel

Bereichsvorstände OTTO: Marc Opelt (Sprecher) • Dr. Michael Heller (stellvertretender Sprecher) • Dr. Michael Müller-Wünsch • Katy Roewer (jeweils Handlungsbevollmächtigte)

Aufsichtsrat: Prof. Dr. Michael Otto (Vorsitzender)

Der zweite Kampagnenspot mündet – nach einer farbenfrohen Kühlschrank-, Geschirrspüler- und Waschmaschinen-Show – in einem prägnanten Schlussstatement: „Das ... ist der Anschlusservice.“ Diese großen Geräte liefert OTTO bis zum Wunschort in der Wohnung und schließt sie, wenn gewünscht, auch direkt an - kostenlos. Mit dem Anschlusservice steht erstmals eine der beliebten Serviceleistungen von OTTO derartig prominent im Fokus einer großen Brandingkampagne.

„Hiermit möchten wir zeigen, wie wir uns von anderen Anbietern im deutschen E-Commerce differenzieren. Maßgeschneiderte Services, kostenlose Produktberatung sowie ein persönlicher und schneller Kontakt zu OTTO – das sind extrem wichtige Bausteine für die DNA der OTTO-Plattform“, sagt Marc Opelt.

OTTO zeigt in den zwei Kampagnenspots insgesamt 25 Artikel. Darunter Produkte von bekannten Marken wie adidas, Gorenje, smeg, Sony, Festina und Fjällräven. Die Produkte stehen stellvertretend für die derzeit über 2,8 Millionen Artikel und 6.500 Marken aus den Sortimenten Fashion, Home & Living sowie Multimedia & Elektro, die Kunden auf otto.de finden können.

Die Kampagne umfasst neben TV eine umfangreiche Digitalkampagne und wird über sämtliche Kanäle von OTTO verlängert. Auf otto.de finden Kunden den außergewöhnlichen Colour-Blocking-Style während des Kampagnenzeitraums im Inspirationsbereich wieder.

Die wichtigsten Fakten zur Kampagne auf einen Blick:

- **Formate:** Zwei TV-Spots (20 Sek.), Adressable TV, OLV, Bumper, Display, etc.
- **Kampagnenzeitraum:** 08.05.-16.06.; Sommerflight ab ca. 24.07.-06.08.
- **Konzeption:** HEIMAT, Berlin
- **Produktion:** Bubbles Film / Hamburg
- **Regie:** Wolf& Lamm/ Berlin
- **Kampagnen-Insight:** Digitales Shoppen muss Spaß machen, das Erlebnis zelebriert werden. Diese Glücksmomente entstehen durch Artikelauswahl, Beratungstools, Marken, Services und inspirierende Inhalte!

Nähere Informationen finden Sie im Internet unter www.otto.de/unternehmen.

Pressekontakt:

Nick Marten, +49 (0) 40 64 61 4336, nick.marten@otto.de