

Pressemitteilung

Hamburg, 12. März 2015

## **OTTO-Kampagne: Magische Begegnungen überraschend anders**

**Vom 17. März an startet OTTO eine neue Fashionkampagne. Mit einem charmanten Augenzwinkern zeigt sie: Frauen erzählen Geschichten anders als Männer und haben dabei nur eines im Sinn – das perfekte Outfit. Mit einem unterhaltsamen TV-Spot, kreativen Online- und Mobile-Branding-Maßnahmen sowie ausdrucksstarken Anzeigenmotiven in Print- und Onlinemedien läutet OTTO die Frühjahr-/ Sommersaison 2015 ein und setzt damit weiterhin auf die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Agentur HEIMAT, Berlin.**

Mann und Frau wandern durch die Tiefen des Dschungels. Plötzlich ist er da: Ein riesiger Gorilla. Das Tier deutet auf den Mann und winkt ihn zu sich. Dann passiert das Unglaubliche – allerdings aus Sicht der Frau. Sie unterbricht ihren Mann jäh und beschreibt in schwärmerischer Höchstleistung das Kleid einer anderen Safari-Teilnehmerin. Das Ende der Geschichte ihres Mannes bleibt für immer ein Geheimnis. Die Frau stört das nicht, denn ihre magische Begegnung ist das Kleid - gefunden auf otto.de. Im Kern der neuen Kampagne steht die Erkenntnis, dass Frauen auch in den außergewöhnlichsten Lebenssituationen nur eine Beute im Visier haben – Mode.

„Mit Humor und intelligentem Storytelling setzen wir unsere Markenoffensive gemeinsam mit der Agentur HEIMAT fort. Der Erfolg der vergangenen Kampagnen zeigt, dass sich unsere Kundinnen in unseren Geschichten wiederfinden. Das Überraschungsmoment mit dem Aha-Effekt überzeugt aber auch neue Kunden von OTTO. Ein origineller Erzählstil sowie die hochwertige Inszenierung des Sortiments sind die Formel, mit der wir die Zielgruppe auch weiterhin von unserem Bewusstsein für Fashion und Lifestyle überzeugen wollen“, so Marc Opelt, Bereichsvorstand Vertrieb bei OTTO.

Der 30-sekündige TV-Spot ist Bestandteil der Fashionoffensive, der die Kunden auf die Frühjahr-/ Sommersaison rund um otto.de einstimmt. Verlängert wird die Kampagne in Publikumszeitschriften, mit Display-Bannern und auf den Social Media Kanälen des Onlinehändlers. So wird es auf YouTube Bonusmaterial und weitere originelle Clips geben. Auf otto.de erwartet die Kunden außerdem ein Trend-Shop „Dschungel-Safari“ mit Outfits für Frühjahr und Sommer.

Umgesetzt wurde der Film von dem französischen Regisseur Reynald Gresset und Kameramann Damien Morisot. Fivethreedoubleninetty übernahm die Produktion der Kampagnenfilme. Die Mediaplanung kommt von Pilot, Hamburg. Für die Printmotive ist die renommierte Fashion-Fotografin Tina Luther verantwortlich.

Otto (GmbH & Co KG) · Unternehmenskommunikation · Werner-Otto-Straße 1-7 · 22179 Hamburg  
Telefon +49 (0) 40 64 61 8732 · Fax +49 (0) 40 64 61 4490  
www.otto.de · www.otto.com · www.ottogroup.com

AG Hamburg, HR A 62 024, Persönlich haftend: Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg, AG Hamburg, HR B 13 762  
vertr. durch: Hans-Otto Schrader (Vorsitzender) · Dr. Rainer Hillebrand (Stellvertretender Vorsitzender) · Alexander Birken ·  
Neela Montgomery · Hanjo Schneider · Jürgen Schulte-Laggenbeck · Dr. Winfried Zimmermann  
Aufsichtsrat: Dr. Michael Otto (Vorsitzender)

---

Die erste gemeinsame Kampagne von OTTO und der Berliner Agentur HEIMAT startete im Jahr 2013. Seit Beginn der auffälligen Markenoffensive ist das Interesse für OTTO bei der Zielgruppe deutlich gestiegen und die Marke hat sich stärker profiliert. Zeitgleich stiegen die Besuche auf otto.de in den Kampagnenzeiträumen spürbar an. Der Slogan „Gefunden auf otto.de“ wurde von den Nutzern in den Social Media Kanäle häufig aufgegriffen und hat einen hohen Wiedererkennungswert. Im vergangenen Jahr wurden die von HEIMAT entwickelten OTTO-Spots unter anderem mit dem „Werbe-Oscar“, dem Effie Award ausgezeichnet.

Nähere Informationen und Bildmaterial finden Sie im Internet unter [www.otto.de/unternehmen](http://www.otto.de/unternehmen)

Pressekontakt:

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

Nick Marten, +49 (40) 64 61-4336, [nick.marten@otto.de](mailto:nick.marten@otto.de)