

Pressemitteilung

Hamburg, 12. September 2017

Shows, Magazine & Ratgeber: Neue Content-Formate bei OTTO

Der Onlinehändler OTTO setzt auf drei neue Content-Formate und spricht damit gezielt jüngere Zielgruppen an. Für Zuschauer, Fans und Kunden sollen die drei Formate gleichermaßen Inspirations-, Service- und Ratgeberkanal sein. Gleichzeitig zeigen sie die Produktvielfalt – gefunden auf otto.de.

„UPDATED“ – Ratgeber-Site mit spannenden News aus Technik und Haushalt

Pascal Wuttke ist für OTTO unterwegs: Der Content Marketing Manager ist Redaktionsmitglied vom [Ratgeber- und Newsmagazin UPDATED](#) und auf den größten Technik-Kongressen und -messen vor Ort, um neueste Gadgets für die Leser und OTTO-Kunden zu entdecken. „Zuletzt war ich auf der IFA in Berlin unterwegs. In diesem Jahr standen Smartphones viel weniger im Vordergrund, sondern eher das Thema Smart Home – insbesondere im Bereich Küche. Mithilfe eingebauter Sprachassistenten werden Kühlschrank oder Herd auch gerne zum Gesprächspartner.“

Das Ziel: Ein Magazin wie das Expertengespräch im Fachgeschäft

Das neue Content-Format von OTTO richtet sich dabei nicht nur an technikaffine Leser auf der Jagd nach den neuesten Trends, sondern ist gleichzeitig zuverlässiger Begleiter für alltägliche Herausforderungen aus den Bereichen Technik und Haushalt.

Otto (GmbH & Co KG) • Unternehmenskommunikation • Werner-Otto-Straße 1-7 • 22179 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 6461 8732 • Fax +49 (0) 40 6464 8732

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 Schamer-Wolff • Hanjo Schneider • Dr. Winfried Zimmermann

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

Aufsichtsrat: Dr. Michael Otto (Vorsitzender)

 **UPDATED**



 SMARTPHONE & TABLET

Handy ins Wasser gefallen - Was tun?



 WOHNEN & KOCHEN

Kühlschrank kühlt nicht mehr:
Ursachen und Abhilfe



 NOTEBOOKS & COMPUTER

Laptop wird heiß – das können Sie
gegen die Hitze tun

Seit Oktober 2016 liefert die Redaktion von UPDATED Antworten auf alltägliche Kundenprobleme. Das sie mit ihrem Content auf dem richtigen Weg sind, wird auch im monatlich sechsstelligen Traffic deutlich, den UPDATED nach nur zehn Monaten Laufzeit verzeichnet. „Besonders beliebt sind News zu Smartphones und neuen Produktlaunches namhafter Marken, aber auch Lösungen rund um alltägliche Haushaltsgeräte oder Fragen zu PC-Problemen.“, verrät Wuttke. Ziel ist es, mit UPDATED ein Magazin aufzubauen, welches das Expertengespräch im Fachgeschäft in die digitale Welt bringt. „Anstatt den Kundenservice anzurufen, suchen viele zunächst selbst nach einer Lösung im Internet. Für die ist UPDATED die ideale Anlaufstelle.“, so Wuttke weiter.

„STYLEDIARIES“ – Fashion- und Lifestyle-Channel lockt mit neuer Moderatorin

Sofia Tsakiridou ist Bloggerin (matiamu.com), Model und seit Juli 2017 Gesicht der neuen Staffel Stylediaries. Im beliebten YouTube-Format von OTTO stellt sie neue Trends und Outfits vor und fordert Influencer und Fashionistas aus der Modeszene zum wohl schnellsten Fashion-Duell Deutschlands heraus. Die Aufgabe: Kreiere einen Look innerhalb von 60 Sekunden.



So haben sich schon [Ernährungs- und Fitnessbloggerin Karolin](#) (rechts im Bild) oder [Mel von vanellimelli auf dem Deichbrand Festival](#) (links im Bild) der 60-sekündigen Fashion-Challenge mit Sofia gestellt. Auch die wechselnden Locations und der Besuch von angesagten Events gehören zum neuen Konzept, das zusammen mit der Agentur Endemol Shine Beyond aus Köln konzipiert und umgesetzt wird.

Die Outfits aus der Show – direkt auf otto.de

Ein besonderer Service für Fans und Kunden: Jedes Outfit aus der Show wird in einem Lookbook festgehalten. Gefällt ein Look können ihn die Zuschauer ganz einfach [auf den Inspirationsseiten auf otto.de](#) nachkaufen. „Stylediaries ist das ideale Format, um die Marke OTTO mit redaktionellem Content zu verknüpfen und eine junge, trendbewusste Zielgruppe zu erreichen.“, sagt Julia Spreckelsen, Senior Kampagnenmanagerin bei OTTO.

„ROOMBEEZ“ – Ausblick: Living-Channel mit neuem Gesicht

Auch der Living-Kanal von OTTO bei YouTube bekommt ein neues Gesicht. In diesen Tagen starten die Dreharbeiten mit der neuen Moderatorin Elisa.

Elisa, bekannt aus ihrem YouTube Channel [„dieFrickelbude“](#), wird an die erfolgreiche Content-Strategie von Roombeez anknüpfen und DIYs, Living-Trends und Wohnwelten präsentieren. „OTTO ist Marktführer im Onlinemöbelhandel – kein anderes Unternehmen verkauft mehr Möbel über das Internet. Mit Roombeez möchten wir noch mehr Lust auf den Möbelkauf machen und Kunden und Zuschauer inspirieren, ihnen neue, kreative Trends und unser Sortiment zeigen. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Elisa.“, sagt Benjamin Hahn, Kommunikationsmanager bei OTTO. Zu sehen sind die Videos ab Ende September 2017 im [Roombeez-YouTube-Channel](#). Bis dahin finden Zuschauer und Kunden aktuelle Wohntrends im Roombeez-Magazin unter [roombeez.de](#).

Nähere Informationen und Fotos finden Sie unter www.otto.de/unternehmen.

Pressekontakt:

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