

Pressemitteilung

OTTO Österreich startet Kooperation mit Haas Fertighaus: E-Commerce-Marke der UNITO-Gruppe erstmals physisch mit Möbeln präsent

Graz, am 27. Oktober 2021

- **OTTO Österreich stattet in Musterhauspark in Vösendorf komplettes Haas-Familienhaus mit Einrichtungsgegenständen aus und macht Wohn-Sortiment haptisch erlebbar.**
- **Mehr als 200 ausgewählte Möbel, Heimtextilien, Dekorationsgegenstände an Ort und Stelle in „Blauer Lagune“ stehen stellvertretend für halbe Million Artikel starkes Living-Sortiment.**
- **UNITO-Marke möchte durch aktuelle Maßnahme Scheu vor Onlinemöbelkauf nehmen und gleichzeitig Positionierung sowie Wahrnehmung als Living-Anbieter forcieren.**

Über den Stoff einer Couch streichen, das Holz eines Kastens berühren oder auf einem Stuhl probesitzen: Das alles fehlt dem Onlinemöbelkauf gegenüber (noch) skeptischen Konsument*innen. Immer bessere Produktbeschreibungen, detailgetreuere Artikelbilder, ausführlichere Bewertungen und kostenlose Stoffmuster helfen dabei, diese Scheu abzubauen. OTTO Österreich geht jetzt aber noch einen Schritt weiter und bringt der am Thema Wohnen interessierten Zielgruppe Möbel, Heimtextilien sowie Dekorationsgegenstände zum Greifen nahe. Durch die Zusammenarbeit mit dem oststeirischen Unternehmen Haas Fertighaus und der Ausstattung eines kompletten Familienhauses im Musterhauspark „Blaue Lagune“ in Vösendorf wird das Wohn-Sortiment der UNITO-Marke haptisch erlebbar. *„Es freut uns sehr, dass wir durch diese Maßnahme erstmals physisch mit OTTO-Möbeln präsent sind. Es passiert immer wieder,*

*dass Kund*innen total erstaunt sind, was es alles zum Thema Wohnen bei uns gibt. Durch die Zusammenarbeit mit Haas sind wir zum einen direkt an der am Thema Wohnen interessierten Zielgruppe dran und können zeigen, was wir als Möbelhändler draufhaben. Zum anderen bieten wir Kund*innen die Möglichkeit, unser Living-Sortiment auch in Echt zu sehen sowie zu erleben – und können ihnen so die mögliche Scheu vor dem Onlinemöbelkauf nehmen“,* erklärt Harald Gutschi, Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe, in deren Portfolio sich OTTO Österreich befindet. Robert Frischer, Geschäftsführer von Haas Fertighaus, sieht durch die Kooperation beide Partner gestärkt: *„In unserem Musterhaus in der ‚Blauen Lagune‘ sind die OTTO-Möbel perfekt in Szene gesetzt. Dadurch wird sowohl den Möbeln als auch unserem Haas-Haus Leben eingehaucht. Kund*innen bekommen ein sofortiges Gefühl dafür, wie ihr zukünftiges Leben in einem unserer Familienhäuser aussehen könnte.“*

Onlinemöbelmarkt wächst noch stärker als E-Commerce-Branche allgemein

Dass Kund*innen immer öfter online Möbel kaufen wollen und werden, lässt sich auch an aktuellen Zahlen festmachen: Der Onlinehandel allgemein legte seit Ausbruch der Corona-Pandemie um 20 Prozent zu, die Produktkategorie Möbel sowie Einrichtung sticht hier aber noch einmal hervor und wächst im Langzeitvergleich mit 40 Prozent¹ rund doppelt so stark. Dieses veränderte Konsumverhalten spiegelt sich auch im aktuellen Geschäftsverlauf von OTTO Österreich wider: Im direkten Warengeschäft mit Kund*innen (Vertriebsumsatz) legte man im Living-Sortiment – bei Möbeln, Haushaltswaren, Heimtextilien – in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2021/22 im Vergleich zum Rekord-Vorjahr noch einmal um 13,2 Prozent² zu. Um das Angebot zum Thema Wohnen für die aktuell rund 770.000 Kund*innen von OTTO Österreich noch vielfältiger und nachhaltiger zu machen, wird sukzessive am Ausbau des Sortiments gearbeitet. Eine halbe Million Living-Artikel finden Konsument*innen zurzeit auf ottover-sand.at – rund 80.000 davon sind nachhaltige Produkte.

¹ Lt. „eCommerce Studie Österreich 2021 – Konsumentenverhalten im Distanzhandel“, diese wird jährlich von der Plattform "Versandhandel, eCommerce & Marktplätze" des Handelsverbands bei der KMU Forschung Austria in Auftrag gegeben;

² Vergleichszeitraum: 1. März 2020 bis 31. August 2020 bzw. 1. März 2021 bis 31. August 2021;

Augmented Reality, Liveshopping und Content-Produktion

Die Ausstattung des Haas-Hauses in Vösendorf ist jedoch nur eine von vielen Maßnahmen der Marke OTTO Österreich, um noch besser auf die Bedürfnisse der Kund*innen beim Möbelkauf eingehen zu können. Harald Gutschi dazu: *„Wir prüfen gerade viele weitere Möglichkeiten – ganz egal, ob das jetzt Augmented Reality ist oder Liveshopping. Aber auch das OTTO-Haas-Haus wird ständig weiterentwickelt, mit saisonalen Artikeln ergänzt und für Content-Produktion genutzt.“*

Einen Blick in das OTTO-Haus in Zusammenarbeit mit Haas Fertighaus können Sie hier werfen:

<https://www.unito.at/produkt-pr/otto/haas-haus-raume-fuer-dein-zuhause/>

Die aktuelle Folge des UNITO-Podcasts „UNgeniert“ geht ebenfalls der Frage nach, wie man Kund*innen die Scheu vor dem Onlinemöbelkauf nehmen kann: <https://www.unito.at/podcast/>.

Zusätzliche Informationen, Bilder sowie Logos zur UNITO-Gruppe finden Sie online unter

<https://www.unito.at/presse/>.

*Wichtigste Märkte für die UNITO-Gruppe sind Österreich, die Schweiz und Deutschland (DACH-Raum), in denen man mit den E-Commerce-Marken OTTO Österreich, Universal, Quelle, ACKERMANN und LASCANA aktiv ist. Gesteuert werden die Onlineshops von den Standorten in Salzburg und Graz aus. Die UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH zählt als Tochterunternehmen der Baur-Gruppe zur weltweit agierenden Hamburger Otto Group. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020/21 (1. März 2020 bis 28. Februar 2021) erzielte die UNITO einen Gesamtumsatz von 423 Millionen Euro lt. IFRS 15. Der größte österreichische Onlinehändler hat mehr als 3,8 Millionen Kund*innen (Stand 31. März 2021). 598 Menschen arbeiten für die Unternehmensgruppe.*

Pressekontakt:

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH

Mag. Martina Stix

Unternehmenskommunikation & Medienarbeit

Telefon +43 316 5460-55417 · Mobil +43 664 8253461

martina.stix@unito.at

OTTO

universal

Quelle

Ackermann

LASCANA