

Pressemitteilung

OTTO Österreich geht in die Offline-Verlängerung: Onlinemarke der UNITO-Gruppe eröffnet am 13. und 14. Mai erste physische Präsenz in einem Einkaufszentrum

Graz, am 5. Mai 2022

- **„OTTO Showroom“ in G3 Shopping Resort Gerasdorf begrüßt mit Eröffnungsevent erste Kund*innen und forciert so physische Präsenz des größten österreichischen Onlinehändlers.**
- **Von Möbeln über Mode bis zu Haushaltstechnik: Im als Wohnung gestaltetem Showroom soll ab nächstem Freitag gesamte Bandbreite des OTTO-Sortiments erlebbar gemacht werden.**
- **Roter Faden durchs Jubiläumsjahr: Showroom-Eröffnung ist Teil einer Vielzahl an Aktivitäten zum 30. Geburtstag der 1992 gegründeten Marke OTTO Österreich.**

Wie bequem sitzt es sich auf der Couch? Wie fühlt sich der Stoff des Sommerkleids an? Wie robust ist die Küchenmaschine? Fragen über Fragen, die sich Konsument*innen vielleicht stellen – auf die sie beim Onlineshopping bislang aber keine Antworten bekamen. Deshalb tut OTTO Österreich einen weiteren Schritt in Richtung physische Präsenz: Im vergangenen Herbst startete die Onlinemarke der UNITO-Gruppe in Vösendorf die Zusammenarbeit mit Haas Fertighaus. Am 13. und 14. Mai eröffnet nun der „OTTO Showroom“ im Einkaufszentrum G3 in Gerasdorf. *„Ganz egal ob Möbel, Mode oder Haushaltstechnik – im Showroom wird unser Sortiment in seiner gesamten Bandbreite spürbar sein. Es ist uns als größtem österreichischen Onlinehändler ein Anliegen, auch die Menschen abzuholen, die gegenüber Onlineshopping eventuell noch Bedenken haben. Wir wollen die Brücke zwischen Online und Offline schlagen. Es freut uns sehr, dass wir ab sofort noch besser auf die Bedürfnisse aller Konsument*innen eingehen können“*, stellt Harald

Gutschi, Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe, in deren Portfolio sich die Marke OTTO Österreich befindet, fest. Funda Caglar, Centermanagerin im G3 Shopping Resort Gerasdorf, ergänzt: *„Ein wesentlicher Aspekt der Weiterentwicklung unseres Centers ist es, Nutzungen und Angebote zu ergänzen. Dazu gehören Inspirationsorte wie der Showroom von OTTO, wo der Einkauf zu einem Erlebnis wird.“*

Weitere Showrooms denkbar

Apropos Erlebnis: Um die gesamte Bandbreite des OTTO-Sortiments erlebbar zu machen, wurde der Showroom bewusst als Wohnung gestaltet. So können sich Kund*innen in Küche, Wohnzimmer, Badezimmer und Co. inspirieren lassen. Die präsentierten Artikel aus den Bereichen Möbel, Mode und Haushaltstechnik sind dabei zum Greifen nahe und werden saisonal adaptiert: So findet man zur Eröffnung etwa die Fashiontrends für Frühling und Sommer 2022 genauso wie aktuell angesagte Outdoor-Möbel. Geordert werden kann mit dem eigenen Smartphone, aber auch mittels Tablets, die an Ort und Stelle zur Verfügung gestellt werden. Ansprechpersonen unterstützen bei der Onlinebestellung. Viele der in Gerasdorf gezeigten Produkte sind innerhalb von 24 Stunden lieferbar. Den Offline-Auftritt in Gerasdorf sieht man bei OTTO Österreich auch als Test für eine etwaige weitere physische Präsenz der Onlinemarke. Harald Gutschi dazu: *„Es ist durchaus denkbar, dass wir die Idee des Showrooms auf weitere Bundesländer ausdehnen. Für uns ist es auch eine Art Pilotprojekt. Wir bleiben dran, um stetig noch besser auf die Wünsche unserer Kund*innen eingehen zu können.“*

OTTO Österreich wächst deutlich

Die Eröffnung des Showrooms in Gerasdorf ist Teil einer Vielzahl an Maßnahmen zum 30-Jahr-Jubiläum von OTTO Österreich. Die Marke ging aus dem 1894 in Graz gegründeten und 1988 von der Otto Group erworbenen Versandhaus Moden Müller hervor. Der erste OTTO-Katalog in Österreich erschien 1992. 1998 wurden mit dem Livegang des kompletten Katalog-Sortiments die Weichen für die digitale Zukunft gestellt. OTTO Österreich vollzog seit 1992 den Wandel vom Katalogversender zum Onlinehändler, vom Mode- zum Living-Anbieter.

OTTO

universal

Quelle

Ackermann

LASCANA

Wie gut dieser umfassende Wandel gelang, spiegelt sich auch im aktuellen wirtschaftlichen Erfolg wider: OTTO Österreich realisierte im Geschäftsjahr 2021 (1. März 2021 bis 28. Februar 2022) einen Gesamtumsatz von 100 Millionen Euro (IFRS 15). Im Dreijahresvergleich 2019 bis 2021 wuchs OTTO Österreich um deutliche 31 Prozent.

Unter diesem [Link](#) können Sie vorab einen ersten Blick in den „OTTO Showroom“ werfen.

Zusätzliche Informationen, Bilder sowie Logos zu den Marken der 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), wo man mit den E-Commerce-Marken OTTO, 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 Hamburger Otto Group. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2021 (1. März 2021 bis 28. Februar 2022) erzielte die UNITO einen Gesamtumsatz von 395 Millionen Euro lt. IFRS 15. Der größte österreichische Onlinehändler hat mehr als 3,7 Millionen Kund*innen, 555 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