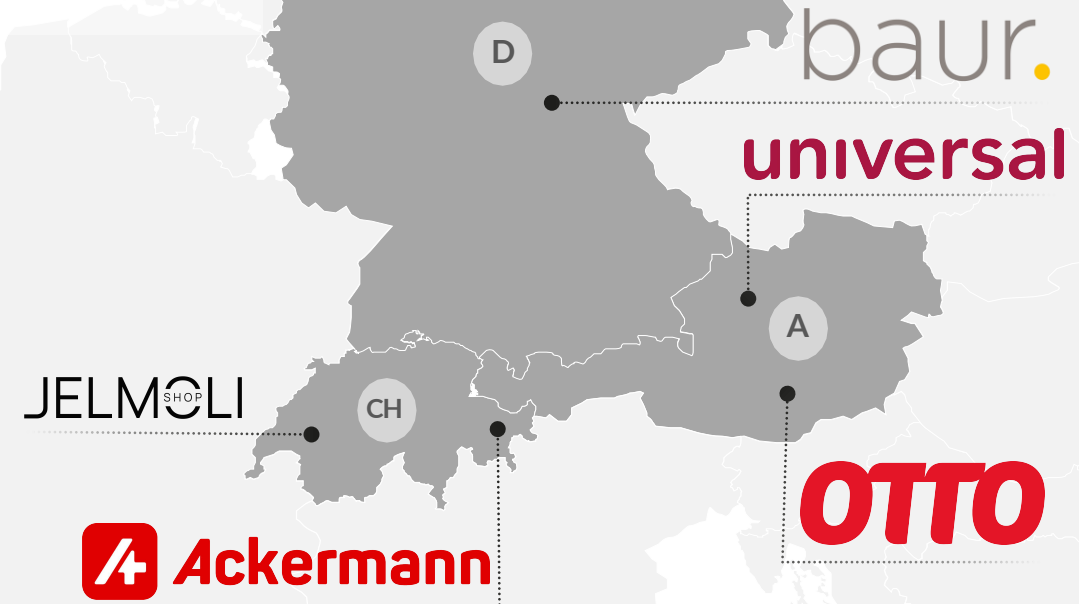




otto austria group

PARTNERPROGRAMM

OTTO ÖSTERREICH, UNIVERSAL,
ACKERMANN, JELMOLI VERSAND,
BAUR



SKALIERUNGSOPTIONEN IM DACH-RAUM

SKALIEREN SIE IHRE UMSÄTZE ÜBER ONLINE-SHOPS DER OTTO AUSTRIA GROUP IN ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ SOWIE ÜBER BAUR IN DEUTSCHLAND



5 ONLINE-SHOPS
IM DACH-RAUM



783 MIO. EUR
NETTOUMSATZ



5.7 MIO.
KUND*INNEN

Österreich	OTTO	S.	3
	Universal	S.	4
Deutschland	BAUR	S.	5
Schweiz	Ackermann	S.	6
	Jelmoli-Versand	S.	7

DE

470 Mio. € NUMS
2.4 Mio.
Kund*innen

AT

223 Mio. € NUMS
1,9 Mio.
Kund*innen

CH

90 Mio. € NUMS
1.4 Mio.
Kund*innen

ÖSTERREICH

OTTO

— ZAHLEN & FAKTEN 2024/25 —


118 MIO. EUR
NETTOUMSATZ


224 EUR
Ø WARENKORB


1 MIO.
KUND*INNEN


78%
MARKENBEKANNTHEIT
(2024)


16,5 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2024)


82%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)


800.000
BESTELLUNGEN

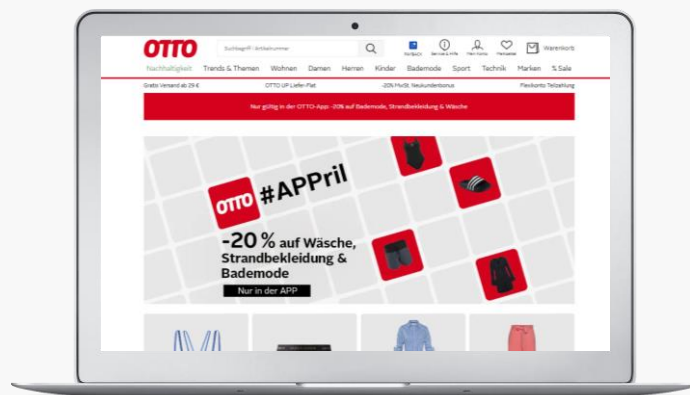

NO.1 PURE ONLINE
PLAYER ÖSTERREICHS


PAYBACK

PAYBACK ÖSTERREICH
PARTNER

OTTO IN ÖSTERREICH

- OTTO zählt zu den erfolgreichsten E-Commerce-Händlern Österreichs.
- Das Sortiment umfasst über 1 Mio. Artikel aus Wohnen, Lifestyle, Mode und Technik mit der größten Auswahl an internationalen Topmarken und exklusiven Brands.
- OTTO ist Anbieter für die breite Masse in Österreich mit Konzentration auf moderne Mainstreamer (Trendaffin, ambitioniert aber bodenständig, flexibel und konsumfreudig)
- Vermarktungskanäle: Print, Newsletter, Online-Shop, Suchmaschinen-Werbung, OTTO APP, Display & Retargeting, Social Media, Radio, Podcast, DOOH



Link | ottoversand.at

— OTTO ZIELGRUPPE —

TRENDBEWUSSTE PERSONEN

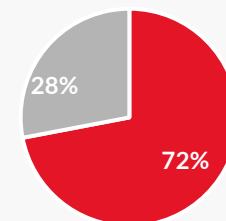

TRENDAFFIN


AMBITIONIERT ABER
BODENSTÄNDIG


FLEXIBEL


KONSUMFREUDIG

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

— SORTIMENT & STRUKTUR —


WOHNEN, LIFESTYLE,
MODE, TECHNIK


>1 MIO. SKUs


2.300 MARKEN

■ Fashion
■ Multimedia
■ Möbel
■ Garden & DIY
■ Sport
■ Haushaltselektro
■ Haustextilien



ÖSTERREICH

universal

— ZAHLEN & FAKTEN 2024/25 —


105 MIO. EUR
NETTOUMSATZ


250 EUR
Ø WARENKORB


900.000
KUND*INNEN


72%
MARKENBEKANNTHEIT
(2024)


12 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2024)


80%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)

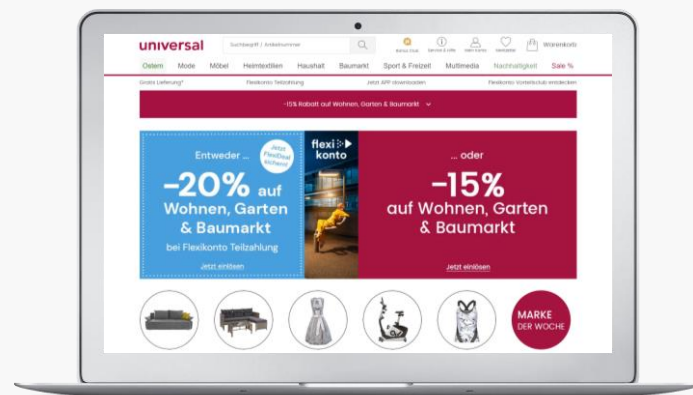

572.000
BESTELLUNGEN


NO.3 PURE ONLINE
PLAYER ÖSTERREICHS


JÖ PARTNER

UNIVERSAL IN ÖSTERREICH

- Der Online-Allrounder bei Wohnen, Mode & Technik hat sich als Einrichtungs-Spezialist einen Namen gemacht.
- Als regionaler Online-Händler mit über 800.000 Produkten in den Sortimentsbereichen Wohnen, Mode und Technik macht Universal das Leben der Österreicher*innen schwuppdwupp und schön.
- Universal gilt als Kreditspezialist mit flexibler Finanzierung (Flexikonto) und ist jö Bonus Club Partner. Der Fokus liegt auf dem Ausbau des Finanzierungsgeschäfts und dem Wachstum im Living-Segment.
- Zielgruppe: Familien und Frauen zwischen 35 und 45 der bürgerlichen Mitte



Link | universal.at

— UNIVERSAL ZIELGRUPPE —

KLASSISCHE KLEINBÜRGER*INNEN

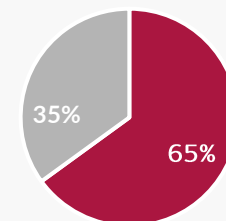

**STREBT NACH
SOZIALER
INTERAKTION**


**STARKER NATUR-
UND ÖSTERREICH-
BEZUG**


**MATERIELLE
WERTE**


ANPASSUNGSFÄHIG

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

— SORTIMENT & STRUKTUR —


**ALLROUNDER BEI
WOHNEN, MODE,
TECHNIK**


>1 MIO. SKUs


2.300 MARKEN

■ Fashion
■ Sport
■ Multimedia
■ Haushaltselektro
■ Möbel
■ Haustextilien
■ Garden & DIY



DEUTSCHLAND

baur.

— ZAHLEN & FAKTEN 2024/25 —


470 MIO. EUR
NETTOUMSATZ


264 EUR
Ø WARENKORB


2.4 MIO.
KUND*INNEN


85%
MARKENBEKANNTHEIT
(2024)

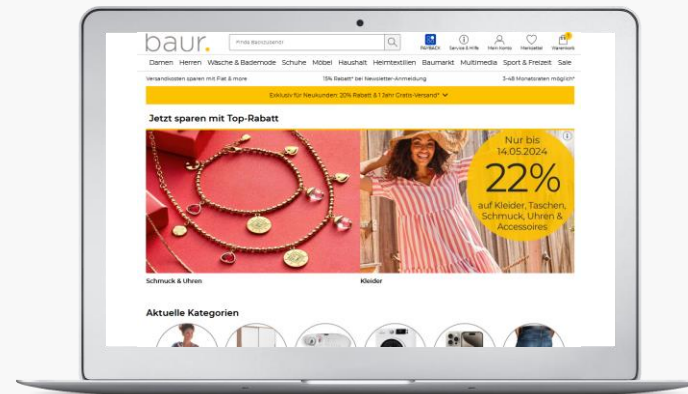

70 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2024)


75%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)


3.3 MIO.
BESTELLUNGEN

BAUR IN DEUTSCHLAND

- Die Zielkundin von Baur ist die wertorientierte und selbstbewusste Frau Anfang Vierzig bis Mitte Fünfzig mit mittleren bis leicht gehobenen Haushaltseinkommen
- Baur differenziert sich durch ein besonders tiefes Verständnis für die Bedürfnisse der Zielkundin. Sie ist eine preisbewusste Käuferin mit hohem Stabilitäts- & Sicherheitsbedürfnis; ein großes, aktuelles Sortiment bedient das starke Bedürfnis nach Vielfalt & Abwechslung
- Vermarktung findet v.a. über Online-Marketing (Push-Nachrichten, Suchmaschinen, Display etc.) und Rabattaktionen (u.a. gepusht durch Mailings) statt



Link | baur.de

— BAUR ZIELGRUPPE —

MODERN/ MID & BEST AGER

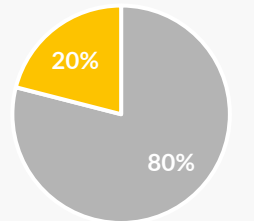

SUBURBANE
BEREICH


LEICHT GEHOBENES
HAUSHALTSEINKOMMEN


MARKENAFFIN
& STILBEWUSST


SELBSTSICHER &
„EINKAUFSBEGEISTERT“

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

— SORTIMENT & STRUKTUR —


UNIVERSALIST MIT
FOKUS FASHION &
HOME


>1 MIO. SKUs


3.700 MARKEN

■ Fashion
■ Multimedia
■ Möbel
■ Garden & DIY
■ Sport
■ Haushaltselektro
■ Haustextilien



SCHWEIZ



ZAHLEN & FAKTEN 2024/25


51 MIO. EUR
NETTOUMSATZ


189 EUR
Ø WARENKORB


800.000
KUND*INNEN


61%
MARKENBEKANNTHEIT
(2024)

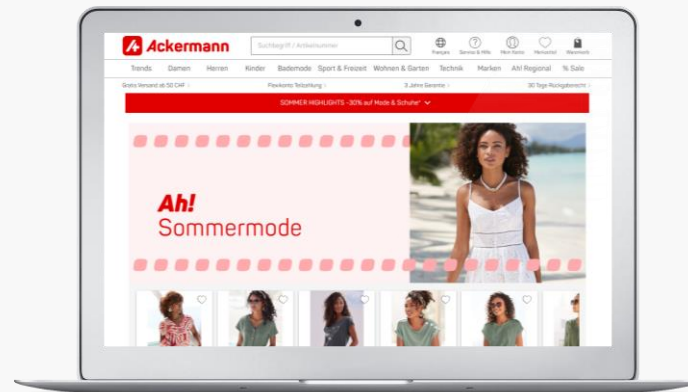

6,3 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2024)


74%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)


468.000
BESTELLUNGEN

ACKERMANN IN DER SCHWEIZ

- Die Marke Ackermann hat einen hohen Bekanntheitsgrad in der Schweiz, sie vermittelt Swissness, Tradition, Vertrauen, Kundenorientierung, Stil und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Fokus liegt auf Regionalität und Nachhaltigkeit
- Flexible Serviceleistungen und Finanzierung: Gratis Versand & Retoure ausgenommen Speditionsartikel
- Wachstumszielgruppe: Reformer und Mainstream
- Vermarktungskanäle: TV, Newsletter, Online-Shop, Suchmaschinen-Werbung, APP, Display, Retargeting, Social Media, DOOH und Print



Link | ackermann.ch

ACKERMANN ZIELGRUPPE

MAINSTREAMER UND REFORMER*INNEN

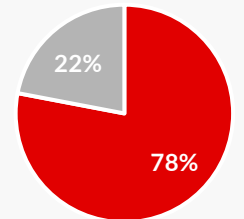

UNABHÄNGIG
& KRITISCH


SCHÄTZT REGIONALE
UND NACHHALTIGE
PRODUKTE


IDEALISTISCH


WELTOFFEN UND
TOLERANT

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

SORTIMENT & STRUKTUR


ALLROUNDER BEI
WOHNEN, MODE,
TECHNIK


1 MIO. SKUs


2.300 MARKEN

■ Fashion
■ Sport
■ Multimedia
■ Haushaltselektro
■ Möbel
■ Gartentextilien
■ Garden & DIY



SCHWEIZ

JELMOLI^{SHOP}

— ZAHLEN & FAKTEN 2024/25 —



39 MIO. EUR
NETTOUMSATZ



214 EUR
Ø WARENKORB



600.000
KUND*INNEN



62%
MARKENBEKANNTHEIT
(2024)



4,9 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2024)



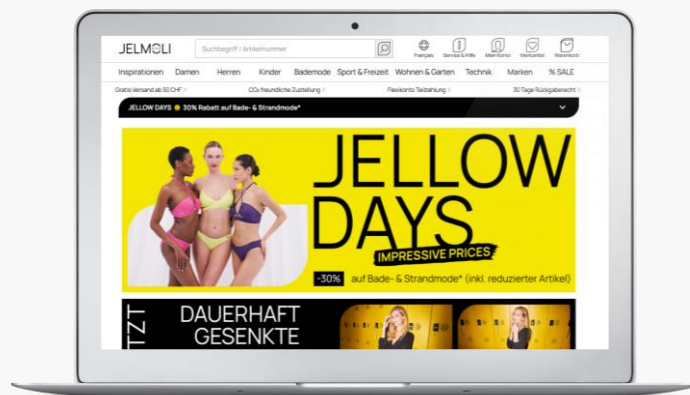
69%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)



346.000
BESTELLUNGEN

JELMOLI-VERSAND IN DER SCHWEIZ

- Mit einem breiten Angebot und Fokus auf die Sortimente Mode & Lifestyle ist Jelmoli-Versand eine wichtige Referenz am Schweizer Markt.
- Jelmoli-Versand steht für Inspiration und Beratungskompetenz und punktet mit hoher Markenbekanntheit.
- Jelmoli-Versand ist ein onlinefokussierter Distanzhändler mit starker Modekompetenz, der Frauenanteil beträgt 79% (Anteil deutschsprachiger Kunden: 80%)
- Flexible Serviceleistungen und Finanzierung
- Wachstumszielgruppe: Aspirer und Mainstream
- Vermarktungskanäle: Newsletter, Online-Shop, Suchmaschinen-Werbung, APP, Display, Retargeting, Social Media und Print



Link | jelmoli-shop.ch

JELMOLI-VERSAND ZIELGRUPPE

YOUNG / MODERN AGER



VORWIEGEND IM
URBANEN
BEREICH



HOHES EINKOMMEN
& BILDUNGSNIVEAU

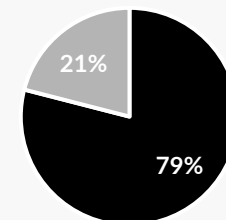


MODE-UND
TRENDAFFIN



SELBSTBEWUSST &
KONSUMFREUDIG

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

SORTIMENT & STRUKTUR



UNIVERSALIST MIT
FOKUS FASHION



1 MIO. SKUs



2.300 MARKEN

■ Fashion
■ Sport
■ Multimedia
■ Haushaltselektro
■ Möbel
■ Haustextilien
■ Garden & DIY





PARTNERPROGRAMM

OTTO ÖSTERREICH, UNIVERSAL, BAUR, ACKERMANN, JELMOLI VERSAND



TECHNOLOGIEPARTNER

PLATTFORMANBINDUNG ÜBER TRADEBYTE UND PLENTYONE

Für die Anbindung an unsere Plattformen setzen wir auf die beiden etablierten Schnittstellendienstleister **Tradebyte** und **PlentyONE**. Diese ermöglichen eine reibungslose, standardisierte Integration Ihrer Produktdaten, Bestellungen und Lagerbestände in unser System. Die Nutzung dieser Services stellt sicher, dass alle Prozesse effizient, transparent und skalierbar abgewickelt werden können.

Bei Fragen zur technischen Umsetzung oder zur Wahl des passenden Dienstleisters, kontaktieren Sie bitte den entsprechenden Schnittstellendienstleister.



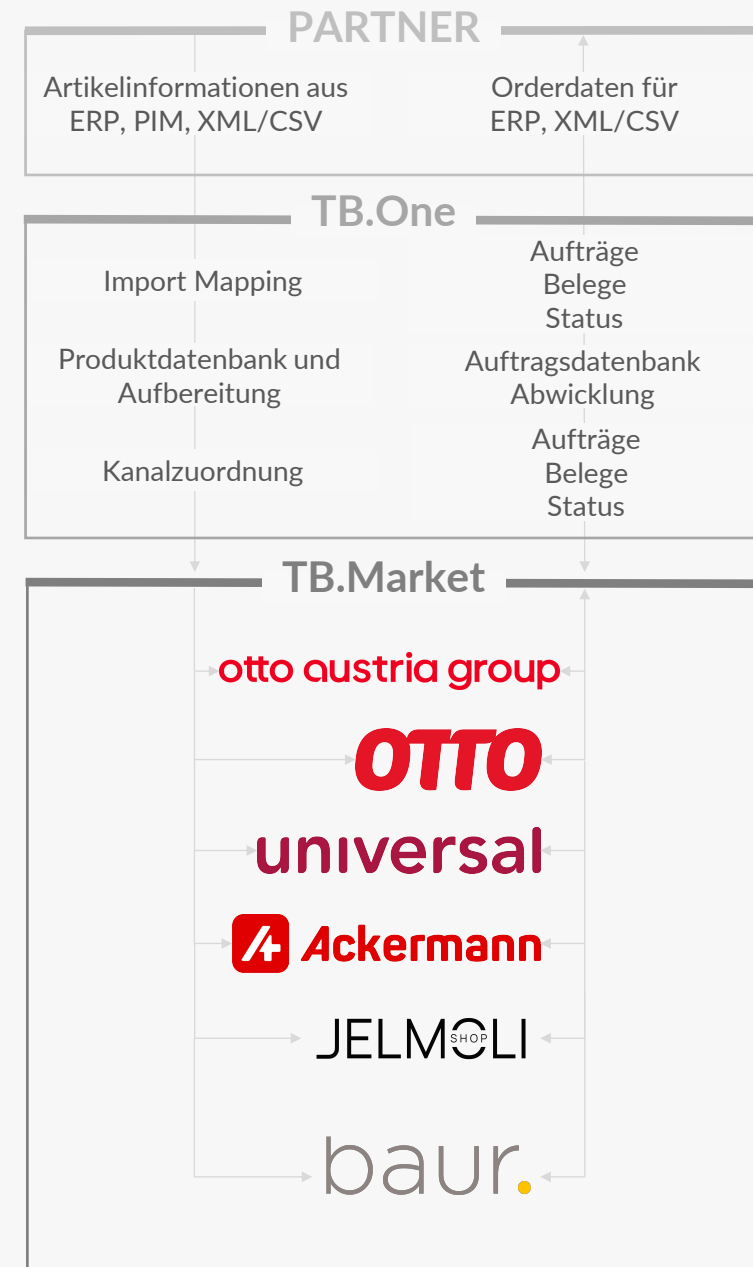
ANBINDUNG

DIREKTINTEGRATION ÜBER TRADEBYTE

Tradebyte ist ein Software-Anbieter spezialisiert auf den Daten- und Informationsaustausch zwischen Partnern und Plattformen wie Otto Austria Group.

Mit der TB.OneSoftware-Lösung von Tradebyte profitieren Partner und die OAG von einer automatisierten Schnittstelle:

- Schnelle Anbindungszeit, z.B. durch Add-Ons für Magento oder Shopware
- Automatisierte Prozesse und Workflows durch die Integration von PIM- & OMS-Modulen in einer Software
- Anwenderfreundliche Oberfläche und Bedienung
- Möglichkeit mit der TB.OneSoftware auch auf andere Plattformen zu verkaufen und zusätzliche Umsatzchancen zu nutzen



ANBINDUNG

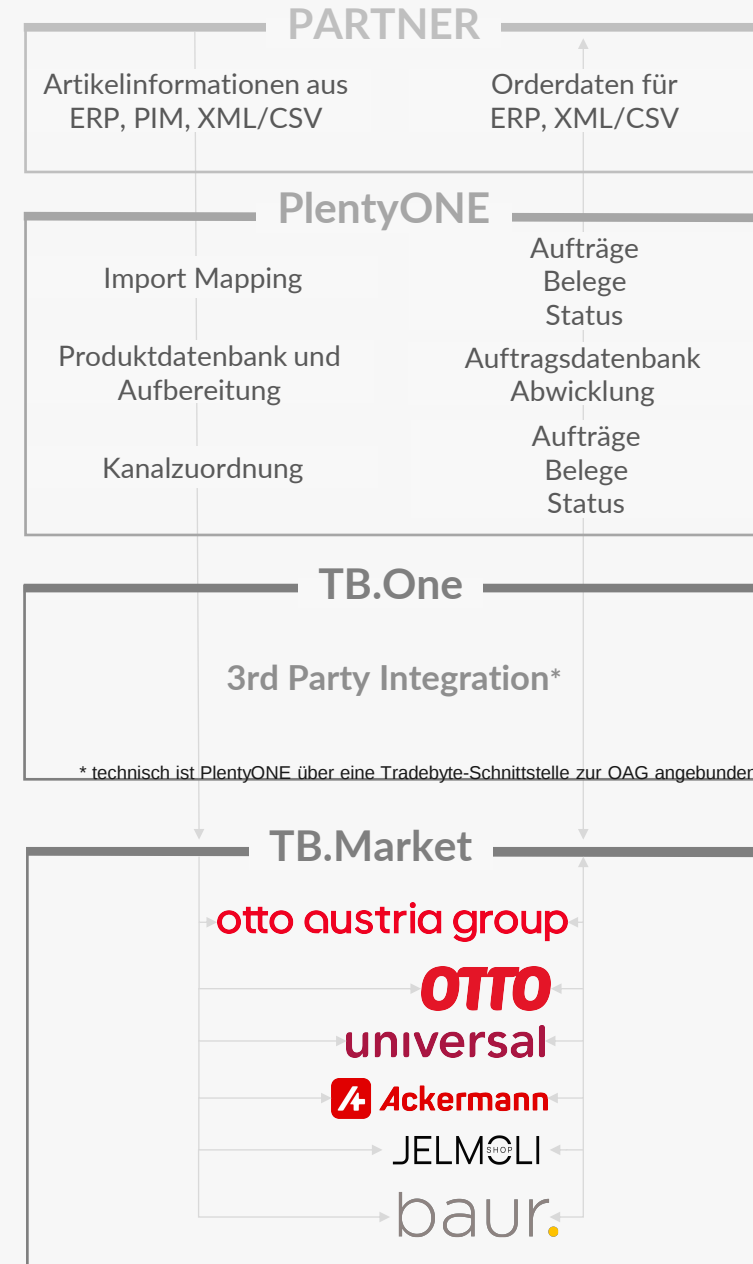
INTEGRATION ÜBER PlentyONE

Mit PlentyONE zentral an über 150 Plattformen anbinden.

Das PlentyONE Order Management System (OMS) automatisiert unzählige Routineaufgaben und gewährleistet reibungslose, rechtssichere Abläufe im Verkauf auf allen Kanälen.

So bleibt Ihre gesamte Auftragsabwicklung effizient und skalierbar:

- Erfassung, Anlage und Aufteilung von Aufträgen aus Drittsystemen - zentral und automatisiert
- Flexibel anpassbar an Ihre Unternehmensanforderungen
- Vollständige Übersicht über Transaktionen, Bestellungen und Zahlungen



ABWICKLUNG

OTTO AUSTRIA GROUP / ONLINE-SHOPS



ZAHLUNGSMANAGEMENT



VERKAUF
DURCH OAG MARKEN-
SHOPS IM EIGENEN
NAMEN



FIRST-LEVEL-SUPPORT



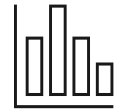
FULFILLMENT



SECOND-LEVEL-SUPPORT



VOLLUMFÄNGLICHE
BEREITSTELLUNG
DES CONTENTS INKL.
ARTIKEL- UND
BILDDATEN



REGELMÄSSIGE
ÜBERMITTLUNG
VALIDER BESTANDSDATEN



RETOURENMANAGEMENT

VORTEILE



ERFAHRUNG

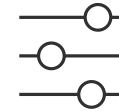
Breites Wissen durch Transformation der Online-Shops von Katalogversendern zu Pure Online Playern.

Partner wachsen gemeinsam mit uns.



SUPPORT

First-Level-Support übernimmt OAG.
Exzellente Arbeit des Customer Services.



FLEXIBILITÄT

Schnelle Reaktion und flexible Anpassung der Sortimente bei Herausforderungen eines dynamisch agierenden Handelsmarktes.



WACHSTUM

Zugang zu ca. 5.7 Mio. Kund*innen. Eroberung der Spitze des österreichischen, deutschen und Schweizer Online-Marktes.



VERMARKTUNG

Partnerprogramm Marketing mit kostenloser Integration in übergreifende Marketing-Kampagnen.



PARTNERSCHAFT

Partner auf Augenhöhe mit persönlicher Betreuung.

BASIS-LEISTUNGEN

Über Partnermodell abgedeckt

- ✓ Integration in übergreifende Marketing-Kampagnen
- ✓ Pflege in der Shop-Navigation
- ✓ Integration in Produktlisten und -Kategorien
- ✓ Einbindung in Produkt- und Marken-Cluster
- ✓ Pflege in der Onsite-Suchfunktion
- ✓ Einbindung in Produktfilter

PREMIUM-LEISTUNGEN

Optional kostenpflichtig buchbar

- ✓ Partner unterstützen ihre Abverkäufe durch Promotion am Point of Sale entlang der Customer Journey.
- ✓ Wir bieten eigene Mediakampagnen, Sponsored Products, zusätzliche Newsletter Promotion oder Integration in unsere SEO relevanten Ratgebern um das Partnerangebot und deren Marke(n) zusätzlich zu pushen.
- ✓ Durch gezielte Platzierung in Content-starken Umfeld steigern wir Markenbindung und Awareness.
- ✓ Unser Sales Cooperation Team mit langjähriger Erfahrung unterstützt mit Beratung und Kreativität.

 partnerservice@ottoaustriagroup.at

 kooperation@baur.de



WERDE PARTNER



KONTAKT

Kontaktieren Sie Ihre(n) Partnermanager*in per E-Mail



VERTRAG

Sortimentsabstimmung und Konditionsverhandlung



INTEGRATION

Projektumsetzung und Testphase mit persönlicher Unterstützung



LAUNCH

Sie sind mit Ihren Artikeln in einem oder mehreren unserer fünf Online-Shops live

JELMOLI

CH

D

baur.

universal

A

OTTO

Ackermann



KONTAKT

PARTNERSERVICE@OTTOAUSTRIAGROUP.AT

ANBINDUNG ÜBER TRADEBYTE

KARIN POLLROSS

Partner Manager
Plattform- und Partnermanagement

KARIN.POLLROSS@OTTOAUSTRIAGROUP.AT

URSULA MESGEC

Partner Manager
Plattform- und Partnermanagement

URSULA.MESGEC@OTTOAUSTRIAGROUP.AT

ANBINDUNG ÜBER PLENTYONE

ERIK HEINRICH

Partner Manager
Plattform- und Partnermanagement

ERIK.HEINRICH@OTTOAUSTRIAGROUP.AT

