

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/19738/1116985/-mission-farbe-mit-neuen-features-specials-und-sortimentszugangen-inszeniert-www-otto-de-das> abgerufen werden.

# OTTO (GmbH & Co KG)

"Mission Farbe": Mit neuen Features, Specials und Sortimentszugängen inszeniert  
www.otto.de das Trendthema Farbe - und bindet dabei die User aktiv mit ein

14.01.2008 - 14:00 Uhr, OTTO (GmbH & Co KG)

Hamburg (ots) - 2008 wird es bunt: Im Rahmen der Dachkampagne "Mission Farbe" mit Topmodel Bar Refaeli als Farbbotschafterin startet der Webshop [www.otto.de](http://www.otto.de) mit neuen Angeboten rund um das Thema Farbe. Eine eigene Landing-Page informiert über sämtliche Specials: Bei der Lieblingsfarben-Suche führt ein Farbschieberegler direkt zu aktuellen Angeboten in der ausgewählten Farbe. Im Styling-Shop zum Thema kann geprüft werden, ob sich das ausgewählte Lieblingsteil auch gut kombinieren lässt. Ein zentrales Element der "Mission Farbe" sind die Farbstatements der User. Aus allen in diesem Gewinnspiel eingesandten Farbbotschaften werden den Usern wöchentlich drei zur Wahl gestellt.

Mission Farbe - Mode an die Macht! Die Flash-Inszenierung auf der Landing-Page zur neuen Dachkampagne macht deutlich: auf [www.otto.de](http://www.otto.de) wird es 2008 bunt. Die "Mission Farbe" macht auch der aktuelle TV-Spot erlebbar, ebenso wie ein "Making of"-Video, das den OTTO-Kunden einen Blick hinter die Kulissen beim Dreh zum TV-Spot mit Topmodell Bar Refaeli ermöglicht.

Weil jeder beim Thema Farbe individuelle Vorlieben hat, umfasst die Lieblingsfarben-Suche auf [www.otto.de](http://www.otto.de) zwölf verschiedene Farbtöne. In einem Pop-Up-Fenster führt der neuartige, Flash-animierte Schieberegler den User direkt in das entsprechende Sortiment. Im Styling-Shop zur "Mission Farbe" kann das Kleid des Key-Visuals in sämtlichen Farben und verschiedensten Styling-Kombinationen an einem personalisierten Modell getestet werden. Weil die meisten Männer in puncto Farbe eher zurückhaltend sind, können sie im Spezial-Shop "Männer bekennen Farbe" die dezenteren Töne schwarz, grau und weiß mutig mit rot kombinieren. Ein prominentes Statement zum Thema Farbe liefert OTTO-Testimonial Sylvie van der Vaart, die zudem ihre Lieblings-Outfits zu verschiedenen Farbthemen wie "Ocean Dreams" oder "Bright Colours" präsentiert.

Damit das Motto Farbe nicht nur von OTTO mit Leben erfüllt wird, sondern die Mission auch von den Kunden selbst voran getrieben werden kann, können sich die User auf [www.otto.de](http://www.otto.de) in der Rubrik "Farbbotschafter der Woche" aktiv einbringen: Bei einem Gewinnspiel werden die Teilnehmer aufgefordert, ihr persönliches Farbstatement zu posten. Wöchentlich werden die drei kreativsten und ansprechensten Botschaften vorgestellt. Danach entscheiden die Kunden: In einem E-Voting bestimmen sie den "Farbbotschafter der Woche". Die Gewinner-Botschaft wird in der Folgeweche zusammen mit einem farblich passenden Angebot vorgestellt und mit einem Einkaufsgutschein im Wert von 300 Euro belohnt. Aber auch die Zweit- und Drittplatzierten dürfen sich einen Gewinn im Wert von 100 Euro aus dem umfassenden Sortiment aussuchen und bunten Wind in ihren Kleiderschrank bringen. Unter allen Teilnehmern werden zusätzlich 100 bunte iPods verlost.

Dass die E-Commerce-Strategie und das umfangreiche Sortiment von [www.otto.de](http://www.otto.de) die Kunden ebenso überzeugen wie die Sicherheit und Zuverlässigkeit beim Online-Einkauf, bestätigen nicht nur die neuesten Auszeichnungen wie der "Onlinestar 2007" in der Rubrik Mode und Lifestyle oder die Wahl zur "Beliebtesten Website 2007", sondern auch die Marktzahlen: Laut der im Februar 2007 veröffentlichten Web\*Scope-Studie der Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ist [www.otto.de](http://www.otto.de) im Bereich Mode und Einrichten der umsatzstärkste Webshop im deutschen Internet.

Nähere Informationen zu OTTO liegen im Internet unter [www.otto.com](http://www.otto.com) für Sie bereit.

Pressekontakt:

Thomas Voigt, Telefon: +49 (40) 64 61-401, Fax: -449,  
E-Mail: [thomas.voigt@ottogroup.com](mailto:thomas.voigt@ottogroup.com)

Originaltext:

OTTO (GmbH & Co KG)

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/19738/otto-gmbh-co-kg>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_19738.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_19738.rss2)