

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/19738/1232956/www-twoforfashion-de-otto-launcht-modeblog> abgerufen werden.

# OTTO (GmbH & Co KG)

[www.twoforfashion.de](http://www.twoforfashion.de): OTTO launcht Modeblog

22.07.2008 - 12:28 Uhr, OTTO (GmbH & Co KG)

Hamburg (ots) - OTTO setzt seine "eShopping 2.0"-Initiative konsequent fort und realisiert mit Two for Fashion ein weiteres Branded Entertainment-Projekt: Im Auftrag von OTTO bloggen unter [www.twoforfashion.de](http://www.twoforfashion.de) ab sofort die zwei Modeprofis Mahret Kupka und Kathrin Leist direkt aus den Fashion- und Lifestylemetropolen Hamburg, Berlin und New York - und berichten darüber hinaus aus ihrer persönlichen Perspektive über Erlebnisse bei OTTO-Fotoshootings und den Austausch mit OTTO-Designern und -Einkäufern. Zusätzliche Einblicke hinter die Kulissen des Unternehmens und die Welt der Mode erhalten die User durch Gastbeiträge von OTTO-Mitarbeitern. Das Blog ist direkt über die externe URL [www.twoforfashion.de](http://www.twoforfashion.de) und über [www.otto.de](http://www.otto.de) erreichbar.

"Die Emotionalisierung des Online-Shoppings und die Einbindung der User ist einer der strategischen Pfeiler unserer Innovationsoffensive eShopping 2.0", erläutert Dr. Rainer Hillebrand, Sprecher des OTTO-Vorstands und verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing und E-Commerce, die Ziele des Blogs. "Mit diesem Branded-Entertainment-Projekt bieten wir unseren Usern spannende und hochaktuelle Einblicke in die Fashion-Szene, in unser Unternehmen und natürlich jede Menge Inspiration." Neben Beiträgen und News aus Hamburg, Berlin oder New York wird auch über aktuelle Themen aus der OTTO-Welt berichtet. Die User werden zum Beispiel durch Votings zu Mode-Themen aktiv mit eingebunden.

"Natürlich sind mit unserem Blog strategische Ziele wie die emotionale Bindung an die Marke OTTO oder die Gewinnung neuer Zielgruppen verbunden", erklärt Dr. Rainer Hillebrand. "Ein echter redaktioneller Mehrwert für den User kann aber nur durch eine unabhängige und authentische Berichterstattung generiert werden. Deshalb liefern die beiden Bloggerinnen von Two for Fashion Textbeiträge, Videos, Fotos und Insider-Berichte zu einer Vielzahl von Mode-Themen innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens", macht der OTTO-Vorstandssprecher den inhaltlichen Anspruch des Blogs deutlich.

Über die eShopping 2.0-Initiative von OTTO Die Partizipation der User und die Emotionalisierung des Online-Shoppings sind zentrale Elemente der eShopping 2.0-Initiative, mit der OTTO Web 2.0 Trends in den E-Commerce übersetzt. Dass die Kunden von der E-Commerce-Strategie und dem attraktiven Sortiment auf [www.otto.de](http://www.otto.de) ebenso überzeugt sind wie von der Sicherheit und Zuverlässigkeit beim Einkauf im OTTO-Online-Shop, wird durch eine Reihe von Rankings und Auszeichnungen bestätigt: Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bescheinigt [www.otto.de](http://www.otto.de) wie schon im vergangenen Jahr die Spitzenposition als umsatzstärkster deutscher Onlineshop in den Segmenten Möbel, Küchen und Matratzen. Das GfK-Ranking nach Gesamtumsatz über alle Warengruppen positioniert [www.otto.de](http://www.otto.de) als Deutschlands umsatzstärksten Online-Anbieter hinter eBay und Amazon. Im vergangenen Jahr wurde [www.otto.de](http://www.otto.de) vom Internet-Publikum mit dem "OnlineStar 2007" in der Rubrik Mode und Lifestyle ausgezeichnet und zum wiederholten Male zur "Beliebtesten Website 2007" gewählt. Die Sicherheit beim Einkauf auf [www.otto.de](http://www.otto.de) bestätigt die TÜV SÜD Gruppe und zertifizierte den Online-Shop mit dem begehrten Prüfsiegel S@fer-Shopping.

Nähere Informationen und Bildmaterial zum Thema liegen im Internet unter [www.otto.com](http://www.otto.com) für Sie bereit.

Pressekontakt:

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)