



otto austria group

PARTNERPROGRAMM

OTTO ÖSTERREICH, UNIVERSAL,
ACKERMANN, JELMOLI VERSAND,
BAUR



DIE OTTO AUSTRIA GROUP



4 ONLINE-SHOPS IN
ÖSTERREICH & SCHWEIZ



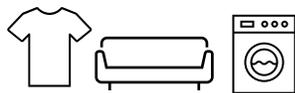
338 MIO. EUR UMSATZ



3.3 MIO. KUND*INNEN



STABILES WACHSTUM



SEGMENTE: FASHION,
LIVING, TECHNIK

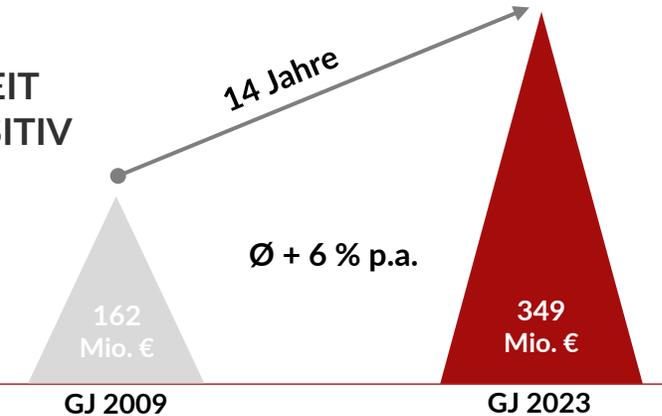


3.500 MARKEN

ENTWICKLUNG

UNSERE UMSÄTZE
ENTWICKELN SICH SEIT
14 JAHREN SEHR POSITIV

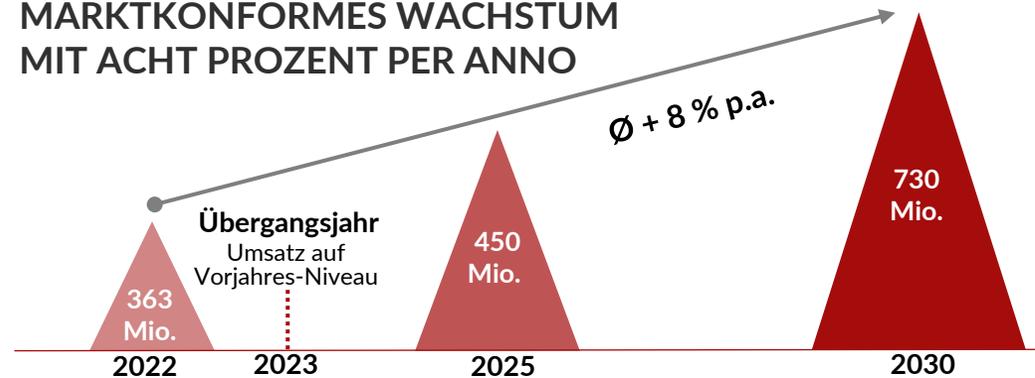
Der Umsatzverlauf ist mit
einem durchschnittlichen
Wachstum von rund
6 Prozent pro Jahr im
Schnitt leicht über Markt-
Niveau wachsend.



Umsatz lt. IFRS 15 OAG gesamt, auf vergleichbarer Basis

WACHSTUM

WIR PLANEN EIN GESUNDES UND
MARKTKONFORMES WACHSTUM
MIT ACHT PROZENT PER ANNO



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



873 MIO. EUR
NETTOUMSATZ



5.9 MIO.
KUND*INNEN

Österreich	OTTO	S.	4
	Universal	S.	5
Schweiz	Ackermann	S.	6
	Jelmoli-Versand	S.	7
Deutschland	BAUR	S.	8

DE

535 Mio. € NUMS
2.6 Mio.
Kund*innen

AT

237 Mio. € NUMS
2 Mio.
Kund*innen

CH

101 Mio. € NUMS
1.3 Mio.
Kund*innen

ÖSTERREICH

OTTO

ZAHLEN & FAKTEN 2023/24



129 MIO. EUR
NETTOUMSATZ



NO.1 PURE ONLINE
PLAYER ÖSTERREICHS



1 MIO.
KUND*INNEN



81%
MARKENBEKANNTHEIT
(2023)



22 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2023)



77%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)



1 MIO.
BESTELLUNGEN



236 EUR
Ø WARENKORB

PAYBACK

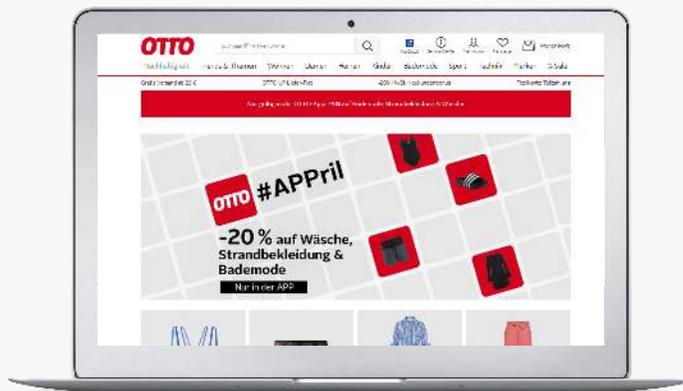
PAYBACK ÖSTERREICH
PARTNER



GREEN BRAND
AUSTRIA 2024/25

OTTO IN ÖSTERREICH

- OTTO zählt zu den erfolgreichsten E-Commerce-Händlern Österreichs.
- Das Sortiment umfasst über 2 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

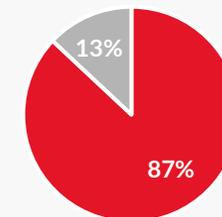


FLEXIBEL



KONSUMFREUDIG

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

SORTIMENT & STRUKTUR



WOHNEN, LIFESTYLE,
MODE, TECHNIK



2 MIO. SKUs



2.800 MARKEN

Fashion
Multimedia
Möbel
Garden & DIY
Sport
Haushaltselektro
Haustextilien



ÖSTERREICH

universal

ZAHLEN & FAKTEN 2023/24


108 MIO. EUR
NETTOUMSATZ


NO.3 PURE ONLINE
PLAYER ÖSTERREICHS


1 MIO.
KUND*INNEN


75%
MARKENBEKANNTHEIT
(2023)


12.5 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2023)


76%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)

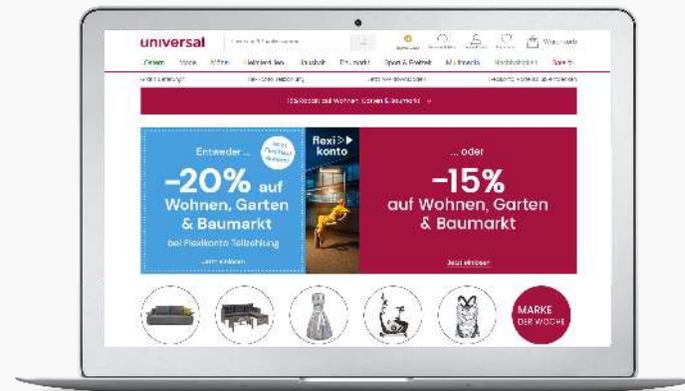

625.000
BESTELLUNGEN


267 EUR
Ø WARENKORB


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 jō 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

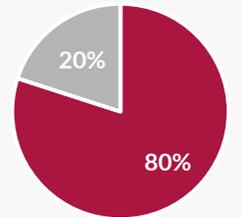

STREBT NACH
SOZIALER
INTERAKTION


STARKER NATUR-
UND ÖSTERREICH-
BEZUG


MATERIELLE
WERTE


ANPASSUNGSFÄHIG

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

SORTIMENT & STRUKTUR


ALLROUNDER BEI
WOHNEN, MODE,
TECHNIK


2 MIO. SKUs


2.800 MARKEN

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



SCHWEIZ



ZAHLEN & FAKTEN 2023/24


60 MIO. EUR
NETTOUMSATZ


GREEN BRAND
SWITZERLAND 2024/25


700.000
KUND*INNEN


59%
MARKENBEKANNTHEIT
(2023)


7.5 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2023)

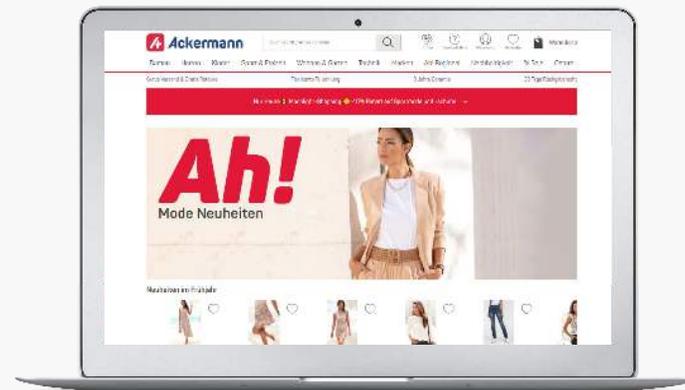

68%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)


542.000
BESTELLUNGEN


110 EUR
Ø WARENKORB

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

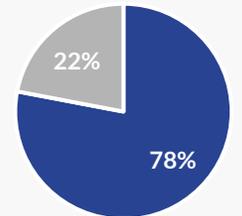

UNABHÄNGIG
& KRITISCH


SCHÄTZT REGIONALE
UND NACHHALTIGE
PRODUKTE


IDEALISTISCH


WELTOFFEN UND
TOLERANT

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

SORTIMENT & STRUKTUR


ALLROUNDER BEI
WOHNEN, MODE,
TECHNIK


1.5 MIO. SKUs


2.600 MARKEN

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



SCHWEIZ



ZAHLEN & FAKTEN 2023/24



41 MIO. EUR
NETTOUMSATZ



600.000
KUND*INNEN



64%
MARKENBEKANNTHEIT
(2023)



5.2 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2023)



69%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)



381.400
BESTELLUNGEN



106 EUR
Ø WARENKORB

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

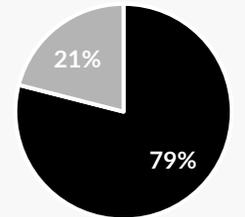


MODE-UND
TRENDAFFIN



SELBSTBEWUSST &
KONSUMFREUDIG

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

SORTIMENT & STRUKTUR



UNIVERSALIST MIT
FOKUS FASHION



1.2 MIO. SKUs



2.600 MARKEN

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



DEUTSCHLAND

baur.

A member of the otto group

ZAHLEN & FAKTEN 2023/24



535 MIO. EUR
NETTOUMSATZ



2.6 MIO.
KUND*INNEN



85%
MARKENBEKANNTHEIT
(2023)



75 MIO.
QUALIFIED VISITS
(2023)



75%
MOBILE-ANTEIL
(VISITS)



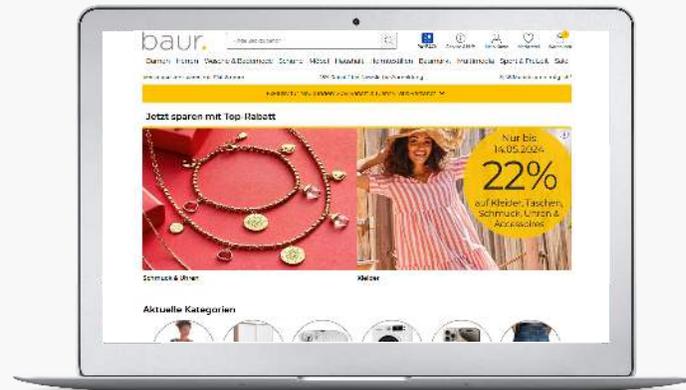
3.6 MIO.
BESTELLUNGEN



280 EUR
Ø WARENKORB

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](https://www.baur.de)

BAUR ZIELGRUPPE

MODERN/ MID & BEST AGER



SUBURBANER
BEREICH



LEICHT GEHOBENES
HAUSHALTSEINKOMMEN

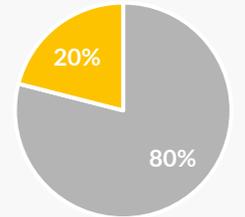


MARKENAFFIN &
STILBEWUSST



SELBSTSICHER &
„EINKAUFBSOBEIGERT“

GESCHLECHT



■ weiblich ■ männlich

SORTIMENT & STRUKTUR



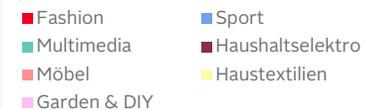
UNIVERSALIST MIT
FOKUS FASHION &
HOME



>1 MIO. SKUs



3.700 MARKEN





PARTNERPROGRAMM

OTTO ÖSTERREICH, UNIVERSAL, ACKERMANN, JELMOLI VERSAND, BAUR



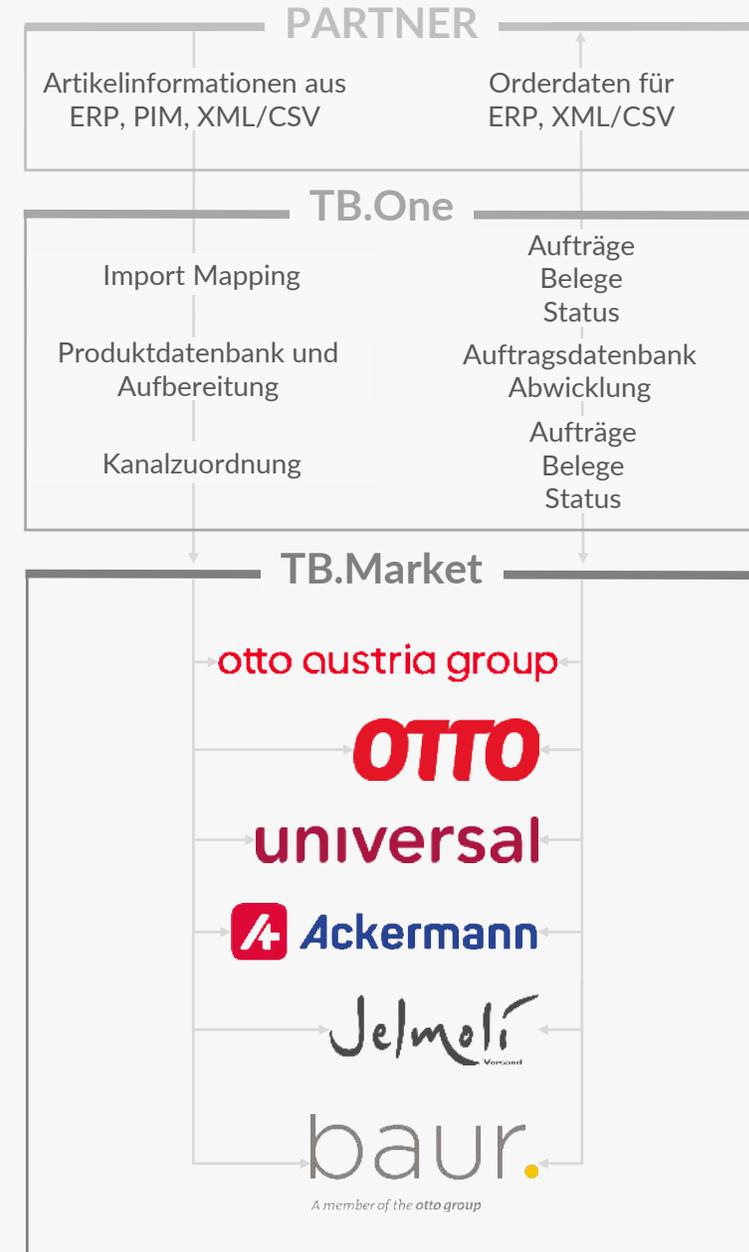
ANBINDUNG

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



ABWICKLUNG

OTTO AUSTRIA GROUP / ONLINE-SHOPS



ZAHLUNGSMANAGEMENT



VERKAUF
DURCH OAG MARKEN-
SHOPS IM EIGENEN
NAMEN



FIRST-LEVEL-SUPPORT



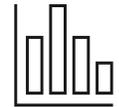
FULFILLMENT



VOLLUMFÄNGLICHE
BEREITSTELLUNG
DES CONTENTS INKL.
ARTIKEL- UND
BILDDATEN



SECOND-LEVEL-SUPPORT



REGELMÄSSIGE
ÜBERMITTLUNG
VALIDER BESTANDSDATEN



RETOURENMANAGEMENT

VORTEILE



ERFAHRUNG

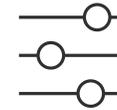
Breites Wissen durch Transformation der Online-Shops von Katalogversendern zu Pure Online Playern.

Partner wachsen gemeinsam mit uns.



SUPPORT

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



FLEXIBILITÄT

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



WACHSTUM

Zugang zu ca. 5.9 Mio. Kund*innen. Eroberung der Spitze des österreichischen, deutschen und Schweizer Online-Marktes.



VERMARKTUNG

Partnerprogramm Marketing mit kostenloser Integration in übergreifende Marketing-Kampagnen.



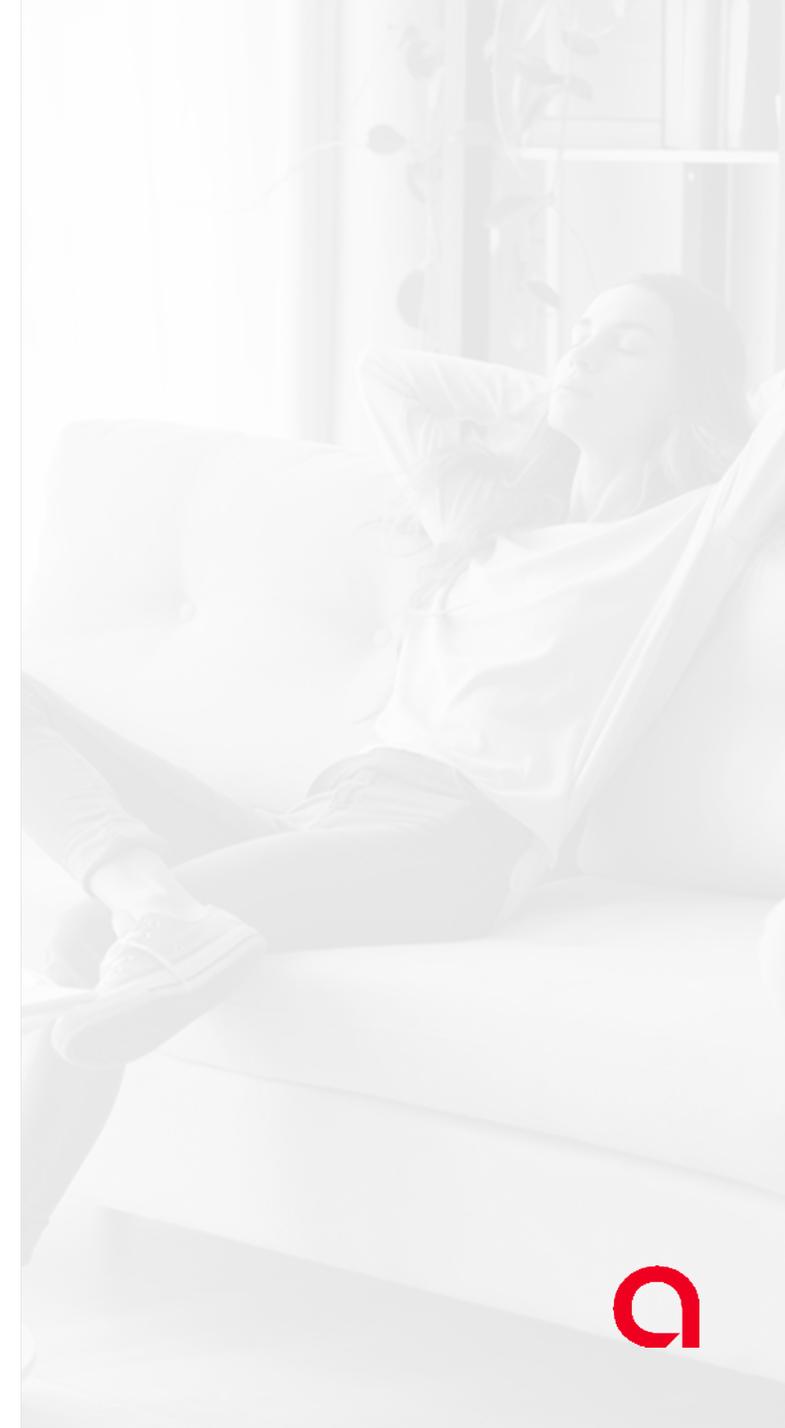
PARTNERSCHAFT

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



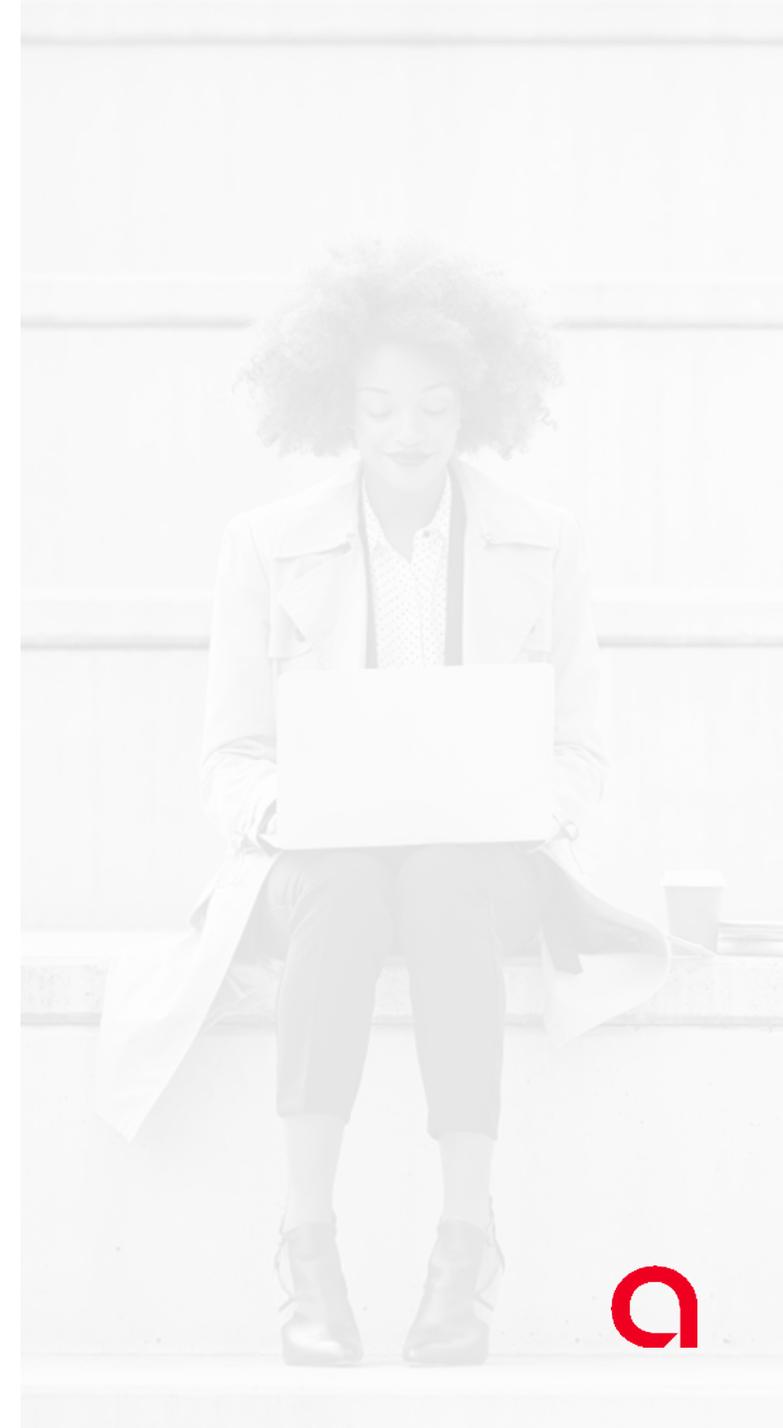
PREMIUM-LEISTUNGEN

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.

📧 partnerprogramm@ottoaustriagroup.at

📧 kooperation@baur.de



WERDE PARTNER



KONTAKT

Kontaktieren Sie Ihre Partnermanagerin 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



KONTAKT

PARTNERPROGRAMM@OTTOAUSTRIAGROUP.AT

ANDREA PÖSCHL

Product Managerin
Projektleitung

ANDREA.POESCHL@OTTOAUSTRIAGROUP.AT

+43 (0)316 5460-55316

BARBARA LANDERL

Product Managerin
Plattform- und Partnermanagement

BARBARA.LANDERL@OTTOAUSTRIAGROUP.AT

+43 (0)316 5460-55397

TANJA SCHMID

Integrationsmanagerin
Plattform- und Projektmanagement

TANJA.SCHMID@OTTOAUSTRIAGROUP.AT

+43 (0)316 5460-55353

