

Otto Marktplatz-Geschäft bekommt starken Aufwind durch Oberpfälzer Puzzlehersteller

Altenstadt a. d. Waldnaab, 16.05.2022. Der im Mai 2022 auf dem Otto Marktplatz eingestiegene Puzzlehersteller puzzleYOU stärkt das Online-Geschäft des Hamburger Handelsriesen enorm. Mit den knapp 120.000 Artikeln des Altenstädter Unternehmens konnte Otto innerhalb kürzester Zeit sein Produktportfolio und die Anzahl an angebotenen Waren deutlich erhöhen. Diese für beide Seiten strategisch wichtige Kooperation sorgt zum einen für eine beidseitige Ausweitung der eCommerce-Aktivitäten, zum anderen lässt sie aber auch den Hamburger Platzhirschen einen bedeutenden Schritt näher an große Konkurrenten wie Amazon heranrücken.

Otto wächst dank bayerischer Unterstützung

Der 2020 an den Start gegangene Marktplatz von Otto ist das deutsche Pendant zu Branchenprimussen wie Amazon und eBay. Das Geschäftsmodell lebt von Herstellern und Händlern, die sich auf dem Portal registrieren und dort ihre Produkte zum Kauf anbieten. Je mehr Verkäufer und Waren sich dort finden, desto höher sind Marktdurchdringung und Attraktivität derartiger Portale für potentielle Kunden. Gleichzeitig erhöht sich dadurch auch die Bedeutung der Handelsplattformen für eCommerce-Treibende. Otto, dem sein Marktplatzgeschäft bekanntermaßen strategisch sehr wichtig ist, ist daher stets auf die Akquise starker Partner angewiesen, um seine Marktposition weiter auszubauen.

Unterstützung für sein Vorhaben bekommt der Hamburger Konzern seit Anfang Mai dieses Jahres aus Bayern. Die für beide Seiten wichtige und lukrative Partnerschaft hat auch das Altenstädter Puzzle-Unternehmen puzzleYOU erkannt und sich daher auf dem Otto Marktplatz listen lassen. Mit seinem Einstieg dort stärkt es insbesondere die Sparte "Freizeit", welche neben den verkaufstärksten Kategorien Fashion und Wohnen aktuell eher unterrepräsentiert ist. "Wir sind sehr stolz, nach eineinhalb Jahren der Vorbereitung, nun die für beide Seiten vorteilhafte Partnerschaft bekanntzugeben" so puzzleYOU-Geschäftsführer Franz Trescher. "Durch die Kooperation mit Otto haben wir einen weiteren, bedeutenden Pfeiler für unsere langfristig ausgelegte Wachstumsstrategie geschaffen und können durch die Reichweitensteigerung unser Inlandsgeschäft stärker ausbauen". Auch Otto zeigt sich sehr erfreut über die bayerische Unterstützung. Denn damit gelingt es dem Unternehmen insbesondere die Nischensparten auszubauen, welche für die Differenzierung von der Konkurrenz extrem wichtig sind und das Kundenwachstum vorantreiben.

Der Puzzlehersteller spielt gleich zu Beginn seiner Kooperation mit Otto seine große Marktstärke aus und legt den Fokus hier insbesondere auf die Vermarktung der im Oktober letzten Jahres gelaunchten Puzzle-Kollektionen. Bereits zum Einstieg hat puzzleYOU dafür 20.000 seines über 25.000 Motive umfassenden Repertoires auf der Otto-Plattform eingestellt. In den kommenden Wochen und Monaten soll die Motivvielfalt schrittweise hochgefahren werden. Die Puzzles stehen dabei jeweils in sechs verschiedenen Teilezahlen von 48 bis 2000 Teilen zur Verfügung, was in der Summe stolze 120.000 Artikel ausmacht. Die Legespiele glänzen mit einem hohen Variantenreichtum, angefangen von Fahrzeugmotiven, über Architektur-, Mensch-, Tier und Naturaufnahmen bis hin zu Kunst- und Fantasygemälden. Besonderer Pluspunkt dabei: Da das Unternehmen konsequent den Print-On-Demand-Ansatz verfolgt, gibt es keine ausverkauften Artikel des Herstellers auf dem Otto Marktplatz. Die Produktanzahl bleibt damit auf konstant hohem Niveau für die Kunden.

Erhöhung des Online-Shopping Erlebnisses

Die Kooperation, die für Otto und puzzleYOU zur Steigerung der Bekanntheit und Reichweite beiträgt, wirkt sich auch für die Kunden beider Unternehmen positiv aus. Durch die Diversifikation der Online-Absatzkanäle seitens des Herstellers bzw. Händlers und der Zusammenarbeit mit großen Plattformen, wie Otto Market, kann der Kunde seine Einkaufsaktivitäten im Internet bündeln. Anstatt des Besuchs vieler verschiedener Online-Shops, Bestellvorgängen und Rechnungsstellungen, um die gewünschten Produkte zu erhalten, bieten große Portale wie der Otto Marktplatz hier einen All-in-one-Service. Durch die wachsende Abdeckung unterschiedlichster Kategorien innerhalb eines Online-Auftritts reduzieren sich zudem die Absprungraten im Warenkorb und das Cross- und Up-Selling-Potential steigt.

Ziel des Ganzen ist es, das Online-Shopping stückweise mehr convenient, also bequemer, für den Kunden zu machen. Deshalb ist auch das an Land ziehen großer Partner, wie in diesem Fall puzzleYOU, für Handelsportale sehr wichtig, damit die Plattformstrategie aufgeht. Es ist zu erwarten, dass derartige Plattformen in Zukunft verstärkt Zulauf gewinnen und ihr Marktpotential weiter ausbauen. Auch für die dort gelisteten Unternehmen ist das wiederum positiv, da sie gleichermaßen vom Kundenzulauf profitieren und so mehr Produkte absetzen können.

Über puzzleYOU

puzzleYOU ist der europaweit größte Hersteller von personalisierten Puzzles. Als 2009 gegründetes Oberpfälzer-Unternehmen wurden dabei schon bald die Grenzen Bayerns überschritten und mittlerweile werden neben Deutschland auch in 17 weiteren Ländern Puzzlefans glücklich gemacht. Mit dem Aufbau einer eigenen Produktion in den USA ist 2020 der Sprung über den großen Teich gelungen. Das sich ständig fortentwickelnde Produktsortiment reicht von Fotopuzzles, Puzzle-Kollektionen und Memo-Spielen bis hin zu Message-Puzzles.

Pressekontakt:

puzzle & play GmbH
Judith Haustein
Auf der Haide 2
92665 Altenstadt/WN
Tel: +49 (0) 9602-94419115
E-Mail: presse@fotopuzzle.de
<https://www.fotopuzzle.de>