

Otto

Launcht erste Influencer-Kollektion

Mittwoch, 11.12.2019

Gemeinsam mit der Hamburger Bloggerin Jenny Feldmann von @elbgestoeber hat Otto jetzt erstmals eine eigene Influencer-Kollektion auf den Markt gebracht. Die mehr als 20 Möbel- und Einrichtungsartikel sind ab sofort exklusiv auf otto.de erhältlich. Eine zweite Living-Kollektion ist bereits in Planung.

Sie renoviert und restauriert, bringt Farbe an Wände, rückt Möbel um und dekoriert. Und das fast jeden Tag aufs Neue. Jenny Feldmann ist 33 Jahre alt und weder ausgebildete Designerin noch Innenarchitektin. Die Hamburgerin hat Betriebswirtschaftslehre und Soziologie studiert – und ganz offensichtlich ein Händchen fürs Einrichten. Mit ihrem Blog „elbgestoeber“ und dem gleichnamigen Instagram-Account inspiriert die Influencerin täglich rund 120.000 Menschen. Sie alle wollen wissen und per Social-Media-App beinahe live mitverfolgen, was Jenny in ihrer gemütlichen Wohnung mit direktem Blick auf die Elbe und den Fischmarkt im Stadtteil St. Pauli als nächstes verändert.

Jetzt steht erstmal eine neue Couch auf der Agenda. Sie trägt den Namen „Elbdock“ und ist einer von mehr als 20 Möbel- und Einrichtungsartikeln, die Jenny selbst entworfen und nun binnen eines Jahres in Kooperation mit Otto auf den Markt gebracht hat. „Die Idee meiner Kollektion ist, klassisch-schlichte, moderne und vor allem alltagstaugliche Möbel zu schaffen, die sich den Bedürfnissen der Menschen anpassen“, sagt sie. Und „Elbdock“ macht’s möglich, dank seiner vielen verschiedenen Zusatzmodule. Jenny: „Vielleicht wünschen sich die KundInnen heute eine große, gemütliche Sofalandschaft. Aber wenn das morgen nicht mehr der Fall sein sollte, können sie die Couch aufgrund ihrer einzelnen modularen Teile ganz einfach umbauen und entsprechend anpassen.“

Zu Gast auf der imm cologne

„Jenny inspiriert, als Interior-Influencerin genauso wie als Mensch“, so Toni Michael. Er ist Senior Category Manager und verantwortet Otto erste Influencer-Kollektion, die unter dem Namen „elbgestoeber“ ab sofort auf otto.de zu finden ist. „Neben den Inhalten, die Jenny auf ihrem Account teilt, passt ihre authentische Art sehr gut zu uns. Sie hat immer wieder neue Ideen und einfach Spaß daran, diese direkt umzusetzen. Das macht sie mit rund 120.000 Instagram-Abonent*innen zu einer der erfolgreichsten Influencerinnen ihrer Branche.“

Ähnlich ist es auch bei Anne Dirfard – die 33-Jährige ist ebenfalls Interior-Bloggerin und Living-Influencerin, außerdem ist sie zweifache Mutter. Mit ihrem Account „170QM“ zeigt sie rund 100.000 Menschen, wie stilvoll und zugleich kinderfreundlich sie ihr 170-Quadratmeter-Haus samt Garten in der Nähe von Frankfurt gestaltet. Spätestens im Frühling 2020 launcht auch Anne mit Otto eine eigene Kollektion.

„Mit den beiden Kollektionen wollen wir die Reichweite von Jenny und Anne nutzen und uns darüber hinaus auch bei den jungen, sehr online-affinen Menschen positionieren, die Otto als Marktführer im deutschen Online-Möbelhandel bisher nicht auf dem Schirm hatten“, sagt Toni Michael. Er wird übrigens gemeinsam mit Jenny Feldmann und Anne Dirfard zu Gast sein an Ottos Stand auf der imm cologne.

Launcht erste Influencer-Kollektion

Links

- [Otto.de](#)