

Fragen	Agenda-Punkt	Antworten
Frage 3: können Sie bitte den 42 Tage (Schätzwert) Auszahlungszeitraum verkürzen? Der Steuerberater (trotz Dauerfristverlängerung) wartet immer auf den letztmöglichen Tag, um für die monatliche Bearbeitung und Abgabe beim Finanzamt die OTTO.de Retouren/Rückerstattungen aufzuführen.	vorab	Die Fälligkeit der Marktplatzgebühren wird bei den Abrechnungen, die aktuell und perspektivisch alle über die Payment laufen, auf 14 Tage verkürzt.
Frage 6: Sie senden täglich Mails and die Kunden mit Angeboten. Wann dürfen wir als Händler da mal mit-rein und wie?	vorab	Wir senden 1 x pro Woche (sonntags) einen Newsletter an unsere OTTO Kund*innen, in dem heute schon ausgewählte Partner eine Werbefazierung buchen können. Wenn Sie einen Ansprechpartner im Partnermanagement haben, fragen Sie gerne nach einem Angebot. Rabattaktionen sind bereits über das Partner-Portal OPC im Self Service buchbar. Sie finden die Rabattaktion in OPC unter „Services“ und dort unter dem Teaser "Rabattaktion". Das Buchen von Gutscheinen ist leider noch nicht möglich.
Wann führt Ihr Gutscheincodes für Händler ein? So könnten wir mehr Rabatte auf Eurer Plattform anbieten.	vorab	Bitte stellen Sie hierzu ein Ticket mit einer näheren Beschreibung, welche Daten gemeint sind.
Frage 5: Datenstand Zeitpunkt: Gabe es die Möglichkeit, den Datenstand tagesaktuell / stundenaktuell zu bekommen und nicht zeitverzögert; ein bis zwei Tage später? Guten Tag, würde gerne Anfragen ob die Veranstaltung in deutsch oder englisch abgehalten wird und falls sie in deutscher Sprache abgehalten wird, ob es auch Untertitel für englischsprachige Teilnehmer geben wird? Mit freundlichen Grüßen!	vorab	Die Veranstaltung fand auf deutsch statt, da unsere Partner zum überwiegenden Teil deutsch sind. Wir hoffen, dass Sie Ihren englischsprachigen Kolleg*innen eine kurze Zusammenfassung von den Inhalten geben konnten.
Bekommt man im Nachgang die Inhalte von den beiden Deep Dives zugesandt? Für den Fall, dass man nicht an beiden Deep Dives teilnehmen kann?	vorab	Alle Inhalte des Partner Connect Day stehen Ihnen ab sofort als Aufzeichnung zur Verfügung. Sie finden die Videos auf unserer Veranstaltungswebsite https://partnerconnectday.wbcast.de/ . Das können Sie unter dem Reiter "Produkte" sehen, oder unter "Analysen - Produktdatenanalysen - Produktdatenhinweise - Wettbewerb ab Artikel".
Hallo. Mich interessiert hauptsächlich das richtige Einstellen der Produkte auf Otto Market. * Wo sehe ich, bei welchen Produktvarianten noch eine Contentbestätigung offen ist?	vorab	Sollte die Anlage einer weiteren validen Marke nicht möglich sein, da bereits eine andere Marke in derselben Schreibweise existiert oder sich nur in Groß- und Kleinschreibung unterscheidet, kann diese Marke nicht über die Markenanlage angelegt werden. Diese muss mit Logo per Ticket an uns gemeldet werden.
Wann wird der Markenname in der OTTO-Markenmeldung in Groß- und Kleinschreibung unterschieden?	vorab	Ein Bulk-Upload von Bildern, samt nachgelagerter Sortierung ist geplant, aber noch nicht terminiert.
Frage 4: Artikel online anlegen: Beim Upload der Bilder müssen diese einzeln angeklickt und hochgeladen werden. Wann stellen Sie das um, dass Uploads "in einem Rutsch" funktionieren; also neun Bilder auf einmal hochgeladen werden können statt 9 x 1 nacheinander?	vorab	Wir erweitern die Produktgruppen, die über den Marktplatz verkauft werden können sukzessive. Weitere Informationen finden Sie hier: https://www.otto.market/de/sofunktioniert/sortimenteuebersicht.html
Frage 2: wann öffnen Sie alle Rubriken die bisher OTTO.de eigenen Verkäufen vorbehalten sind?	vorab	Aktuell ist diese Produktgruppe noch nicht über den Marktplatz verkaufsfähig. Leider können wir derzeit noch keine Auskunft darüber erteilen, ob und wann das möglich sein wird.
Ein absoluter Trend sind derzeit nikotinfreie E-Shishas. Gerne würden wir die auch auf Otto verkaufen. Wieso geht das bisher nicht? Ich freue mich über eine Antwort hierzu. Viele Grüße Thomas	vorab	Aktuell ist das Exportieren von Aufträgen im OPC-Portal nicht möglich. Es kann die API genutzt werden, um Aufträge abzurufen.
Wie kann man Bestellungen exportieren? Z.B. in einer CSV-Datei?	Begrüßung	Nach gegenwärtiger Planung in 2023.
Bestellbestätigung/Verkaufsbestätigung per Mail für Verkäufer, wenn einer unserer Artikel im Otto Market verkauft wurde. Wir die Firma DEWEPRO verkaufen auf mehreren Plattformen, da wäre es sehr wichtig, wenn es diese Funktion geben würde.	Begrüßung	Nehmen wir als Feedback mit.
Verbesserungsvorschläge: 1. Es wäre sehr hilfreich wenn man bei jede Bestellung einen privaten Notitz machen konnte, dann hat man mehr Überblick ob man zB Rechnung erstellt hat, oder welches Status die Bestellung aktuell hat. 2. Die Sendungsnummer kann nach dem Versenden nicht mehr geändert	Begrüßung	Wir arbeiten bereits intensiv an der Entwicklung eines Prozesses, in welchem die Partner selbstständig proaktiv Kund*innen durch die Verwendung einer pseudonymisierten Mail-Adresse kontaktieren können. Der dringende Bedarf ist uns bekannt, sodass das Thema entsprechend priorisiert ist. Ein Zeitpunkt für den Livegang kann leider noch nicht genannt werden.
Verbesserungsvorschläge: 3.Kunde kann bei Adressunsimmigkeiten nicht kontaktiert werden.	Begrüßung	Das tut uns sehr leid zu hören. Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewöhnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel kostenlos zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden. Wir optimieren die Artikeldetails auf otto.de stetig, um Kund*innen schon vor dem Kauf den bestmöglichen Eindruck der Ware geben zu können, auch indem wir möglichst viele Informationen zur Verfügung zu stellen. Möglichst viele Informationen wollen wir auch Ihnen, unseren Partnern, zur Verfügung stellen, damit Retouren reduziert werden können. So finden Sie z.B. im Partner-Portal alle von den Kund*innen genannten Retourengründe sogar bis auf SKU-Ebene.
Hallo zusammen, wir würden gerne einmal auf die Retourenquote eingehen wollen. Diese ist bei uns (Fashion Sortiment) sehr hoch, auch im Vergleich zu anderen Marktplätzen. Wir verkaufen auch auf z.B. Amazon und dort haben wir ein deutlich geringere Retourenquote. Wie kommt das zu Stande.	Begrüßung	Produktkategorien für Fitnessgeräte gibt es.
Die Kategorien sind sehr unlogisch und leider fehlen große Kategorien wie, Fitnessgeräte, aber dafür sind unnötig viele Kategorien, die kaum gefüllt sind. Wenn ich mich an den Support wende, bekomme ich seit Ewigkeiten immer nur die Antwort, dass wir abwarten sollen. Meine Frage, wie lange noch?	Begrüßung	Über die API können Massenänderungen bereits vorgenommen werden. An einem CSV-Upload wird zeitnah gearbeitet. Der CSV-Upload wird aber nicht mehr in diesem Jahr kommen.
SgDuH, wann wird man die Artikel über eine Massenänderung etc. ändern können? Alles manuell zu machen ist doch recht mühsam.	Begrüßung	Es wird bald die Möglichkeit geben Varianten samt deren Daten zu kopieren und als Vorlage für weitere Varianten zu nutzen. Ein genauer Umsetzungsplan für dieses Feature steht noch nicht fest.
Hello Otto Team, Beim Produkt-Upload gibt es keine Kopiermöglichkeit, d.h. wir müssen doppelt arbeiten. Es würde uns jede Menge Zeit sparen, wenn wir nur den MEAN und die Bilder kopieren und ändern könnten.	Begrüßung	Die nachträgliche Korrektur der Sendungsnummern befindet sich im Ideenspeicher, ist aber noch nicht mit einem Zelterterm ein geplant.
Verbesserungsvorschläge: 2. Die Sendungsnummer kann nach dem Versenden nicht mehr geändert, wenn man sich vertippt kann dieses nicht mehr geändert werden.	Begrüßung	Wenn Sie Lieferant bei uns werden wollen, stellen Sie bitte ein Ticket im Partner Helpdesk.
Hallo, gibt es Kanäle für Qualitätslieferanten aus China, um mit der Einkaufsabteilung von OTTO in Kontakt zu treten?	Begrüßung	Bitte stellen Sie ein Ticket an unseren Support mit dem konkreten Kampagnennamen.
Warum wird mein Produkt nicht mehr ausgespielt, obwohl ich eine Kampagne mit Sponsored Product Ads geschaltet habe und mein Budget nicht ausgeschöpft ist?	Talk mit Bodo Kipper	Generell umfasst die Lieferpünktlichkeit den gesamten Zeitraum von der Auftragsübermittlung/-freigabe über die Transportzeit bis hin zur Zustellung bzw. zum Zustellversuch bei den Kund*innen. Die Messung der Lieferpünktlichkeit von mind. 95% findet dabei auf Kalendermonatsbasis statt. Wird gelegentlich also eine Sendung nicht abgeholt bzw. verspätet sich, wird dies vom SLA-Puffer aufgefangen. Nur wenn der Zielwert dauerhaft unterschritten wird, erfolgt eine Kontaktaufnahme durch das SLA-Management von OTTO Market. Bis dahin entstehen für Sie keine Konsequenzen (Sichtbarkeit, Ranking etc.).
Verbesserungsvorschläge: 4 Thema Lieferpünktlichkeit, was passiert, wenn eine Abholung des Versenders nicht funktioniert? Die Zustellquote sinkt extrem nach unten, obwohl man kein Einfluss darauf hat.	Talk mit Bodo Kipper	Mit Trendify geben wir unseren Partnern einen detaillierten Einblick in die Kennzahlen des Marktplatzes über alle Kategorien/Sortimente hinweg. Zusätzlich limitieren wir nicht die Auspielungsmenge der Ergebnisse der Analysen. Dadurch bekommen Sie Zugriff auf ein sehr breites und detailliertes Recherche-Tool. Darüberhinaus bieten wir mehr als reine Standardreports an, wie z.B. direkte Keywordvergleiche und spezifische Detailinformationen. Zusätzlich können alle aktiven OTTO-Market-Partner diesen Service nutzen, wir schließen z.B. keine Partner aus, die nicht Markeninhaber sind.
Guten Morgen! Ich habe eine Frage zu Trendify. Das Programm ist sehr gut, aber es ist sehr teuer. Es gibt gleiche Analyse bei Amazon, die kostenlos ist. Haben Sie einige Entwicklungen darüber?	Talk mit Bodo Kipper	Momentan ist keine OTTO-Partner-Connect-App in der konkreten Planung, da wir uns zunächst auf die (Weiter-)Entwicklung des Partner-Portals und der API fokussieren. Wir beobachten jedoch genau die Zugriffszahlen über die verschiedenen Geräteklassen und haben die App-Anforderung in unser Ideen-Backlog aufgenommen.
Wird es eine App für Händler geben?	Talk mit Bodo Kipper	Liebe Susann Hartung, mit „OTTO-Produkten“ meint die Kolleg*innen OTTO-eigene Produkte, also Produkte, die von dem Verkäufer OTTO angeboten werden. Zu Ihrer Frage nach dem Vendor-Programm: Wir haben kein Vendor-Programm in dem Sinne, aber es gibt die Möglichkeit, Lieferant von OTTO zu werden. Falls Sie daran Interesse haben, melden Sie sich gerne bei uns. Wir würden Ihre Anfrage zur Prüfung dann an die Kolleg*innen aus dem Handelsgeschäft weiterleiten. Bitte wenden Sie sich bei Fragen zu OTTO Market an unseren Helpdesk.
Ein herzliches Hallo nach Hamburg, was sind "Otto-Produkte" Hat Otto ein Vendor-Programm? Beste Grüße aus Tübingen -Susann Hartung Spätzle-Shaker GmbH	Talk mit Bodo Kipper	Diese Variante haben wir geprüft. Sie ist regulatorisch allerdings nicht umsetzbar.
kann man Fragen stellen an einer Stelle später? Es wäre schön, wenn der Prozess schneller gewesen wäre. Unsere Artikel sind seit über einem Monat nicht online und somit nicht bestellbar. Man hätte auch das Geld der Bestellungen so lange einbehalten können bis der Risikoereinschätzungsprozess vorbei gewesen wäre.	Talk mit Bodo Kipper	Über die API kann jetzt schon die Beschreibung per HTML formatiert werden. Eine Einbindung von Bildern und Videos wird es über den Service "Rich-Content" geben.
Thema Produktbeschreibungen: Wann ist hier HTML möglich bzw. Bilder und Videos in die Beschreibungen einzubinden? werden in Zukunft die Abrechnung der gebuchten Marketingservices auch über das Verteilerkonto bezahlt werden können? Aktuell müssen diese Services ja immer überwiesen werden, was ziemlich umständlich ist	Talk mit Bodo Kipper	Die Service-Rechnungen sollen in Zukunft per Lastschrift beglichen werden, wenn der Saldo nicht ausreicht. Ansonsten wird mit den Umsätzen verrechnet.
Hallo, ich bin Daniela und auch selber Kunde bei OTTO. Ist absehbar wann für Market-Place-Produkte Gutscheine/Rabatte möglich sind? Danke	OTTO Payments	Rabattaktionen sind bereits über das Partner-Portal OPC im Self Service buchbar. Sie finden die Rabattaktion in OPC unter „Services“ und dort unter dem Teaser "Rabattaktion". Das Buchen von Gutscheinen ist leider noch nicht möglich.
Frage 7: wie werden wir offensichtlich hanebüchene Bewertungen von Kunden los? "Melden" funktioniert nicht. Wenn wir Ihnen diese per Mail zur Bearbeitung nochmal nach-melden, sind Sie leider zu 99% auf Kundenseite und nicht sachlich; wertfrei oder neutral. Habe Beispiele dafür.	OTTO Payments	Gemeldete Kundenbewertungen werden von Hand geprüft und bei einem Verstoß gegen unsere Richtlinien deaktiviert sowie der/die Bewerter*in über den Grund dafür informiert. Wird bei der Prüfung kein Verstoß gegen die Richtlinien identifiziert, bleiben sie bestehen. Die Richtlinien finden sich hier: https://www.otto.de/shoppages/Kundenbewertung_richtlinien Es tut uns sehr leid zu hören, dass Sie eine solche Antwort bekommen haben und können nachvollziehen, dass Sie das verärgert hat.
Frage 8: Darf ich Samstag bitte wieder frei haben? Die Frage ist ernst gemeint. Sie erwarten 6 Tage die Woche Versand ... das kann ich auf Dauer nicht leisten. Gleiches gilt für regionale Feiertage: hier wünsche ich mir Ihren Schutz und nicht Ihre (leider mitgeteilte Antwort) "Pech gehabt".	OTTO Payments	Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewöhnt sind. Dazu gehört u.a. die Einhaltung des Lieferversprechens. Samstag ist ein offizieller Werktag in Deutschland und wird dementsprechend auch von uns so behandelt. Da unsere Kund*innen aus ganz Deutschland kommen, können wir regionale Feiertage nicht berücksichtigen. Aber natürlich möchten wir nicht, dass Sie keine Zeit mehr haben, sich zu erholen bzw. dass Sie an den Feiertagen, die in Ihrer Region gelten, arbeiten müssen. Sie haben die Möglichkeit, vor den Wochenenden und auch vor regionalen Feiertagen die Lieferzeiten im Partner-Portal oder über die API anzupassen und damit Ihr Lieferversprechen einzuhalten.

Wie lange müssen beide Abrechnungen verarbeitet werden und wann erhalten wir dann NUR noch OTTO Payment Abrechnungen?	OTTO Payments	Ende Oktober laufen 100% der Neubestellungen über OTTO Payments. Altbestellungen werden entsprechend ihrer ursprünglichen Abrechnungsstrecke abgewickelt und entsprechend werden Abrechnungen nach der Ratepay-Logik auslaufen.
Are these changes for Otto Marktplatz limited to Otto payments only? What is the plan with allowing marketplace partners to use all services (advertising, campaigns etc) that are currently only for Otto Händler?	OTTO Payments	Our vision is that also the marketplace-partners can use all services on the OTTO-Platform. We are working on that but unfortunately we can't tell you when we can provide these services.
Bis wann wird eine andere Zahlungsart hinzugefügt?	OTTO Payments	Wir sind aktuell in der Planung der Roadmap. Vermutlich werden wir bereits im Sommer 2023 eine weitere Zahlung integriert haben.
Warum dauert die Überweisung von verkaufte Ware so lange, man hat die Ware versendet und die Zahlung dafür erfolgt erst in paar Wochen.	OTTO Payments	Hintergrund sind die bei uns ablaufenden Prozesse. Wir konnten diese allerdings im Vergleich zur aktuellen Lösung mit dem Dienstleister Ratepay deutlich verkürzen.
Wie wird denn nun der Auszahlungsrhythmus sein bei dem neuen Payments Modell? Also ab Zeitpunkt des Versands an den Kunden?	OTTO Payments	Die Auszahlung wird 14 Tage später erfolgen.
Plant Otto die Payment Lösung auch für andere Webseiten anzubieten? Ähnlich wie "Amazon Pay".	OTTO Payments	Nein, eine Lösung für den freien Markt ist nicht geplant.
Sehr guter und informativer Vortrag!	OTTO Payments	Danke!
Wovon ist es derzeit abhängig, ob ein Kunde über Ratepay oder Otto Payment abschließen kann?	OTTO Payments	Dies ist davon abhängig, ob er bei uns intern bereits geschwenkt ist. Mit Beginn des Weihnachtsgeschäfts werden alle Kund*innen auf OTTO Payments geschwenkt sein.
wie kommen die 2 checkouts zustande - bzw. welcher checkout kommt auf welches produkt?	OTTO Payments	Das ist davon abhängig, ob der Kunde Ware von OTTO oder von Partnern im Warenkorb hat.
werden sie irgendwann auch Kryptowährungen akzeptieren?	OTTO Payments	Kryptowährungen beobachten wir. Allerdings werten wir hier sehr genau ein, ab wann die Marktrelevanz groß genug ist.
Es wurde von OTTO angekündigt, dass der Partner für die Tage, die er aufgrund des Payment Legitimierungsprozesses nicht verkaufen kann, keine monatliche Gebühr bezahlen muss. Bei uns waren das ca. 7 Tage. Die Gebühr wurde allerdings nicht angepasst. Warum?	OTTO Payments	Die Grundgebühr wurde nicht erhoben, wenn zum Zeitpunkt der Rechnungsstellung die Verkaufsfähigkeit eingeschränkt war. Anteilige Anpassungen auf Tagesebene geben unsere Systeme derzeit nicht her. Entsprechend haben Sie in Ihrem ersten Monat auch keine Grundgebühr für die Tage bis zu Ihrer ersten Rechnungsstellung gezahlt.
Wird es analog zum neuen Zahlungsdienstleister auch im Hinblick auf die Abwicklung von Retouren einen Prozess geben, der diesen vereinfacht. Ich sage nur Stichwort "Flasche Ware" trifft regelmäßig bei Händlern ein, viele Partner kennen dieses Problem sicherlich.	OTTO Payments	Der Irrläuferprozess wird von uns stets bzgl. Optimierungen geprüft.
Wann können wir mal sehen, was man an Geld wann bekommen kann? Der Donnerstag ist immer so ein Überraschungsei-Tag, an dem dann von OTTO gesagt wird, was man vor 4 Wochen WIRKLICH verdient hat.	OTTO Payments	Eine Auszahlungsprognose ist im Backlog, wird aber in jedem Fall frühestens im kommenden Jahr umgesetzt.
Sponsored Brands oder Sponsored Videos in Zukunft möglich?	Nachhaltigkeit	Das Thema SPA Videos werden wir 2023 evaluieren.
Wir möchten etwas über den Black Friday Sale wissen, können Sie darüber sprechen?	Nachhaltigkeit	Informationen zu Black Friday finden Sie hier: https://portal.otto.market/serviceplatform/catalog/b27cc876-c849-401c-b55d-377130ad9ffc
Es ist möglich, ein Nachhaltigkeitsiegel den Händler eigenen Produkten hinzuzufügen. Wie kontrollieren Sie die Nachhaltigkeit dieser für Sie fremden Produkte?	Nachhaltigkeit	Die Prüfung und Aufnahme von Siegeln/Zertifikaten wird zentral von der otto group unter strengen Anforderungen und Kriterien durchgeführt. Hierfür wird der Markt kontinuierlich beleuchtet, um die für uns relevanten Siegel/Zertifikate zu identifizieren.
Leider ist dies für unsere Angebote unter den Nachhaltigkeitszertifikaten nicht auswählbar.	Nachhaltigkeit	Die Prüfung und Aufnahme von Siegeln/Zertifikaten wird zentral von der otto group unter strengen Anforderungen und Kriterien durchgeführt. Hierfür wird der Markt kontinuierlich beleuchtet, um die für uns relevanten Siegel/Zertifikate zu identifizieren. Eine aktuelle Übersicht der akzeptierten Siegel können Sie unserer Website entnehmen: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel . Weitere Informationen finden Sie in unserem Partner Helpdesk, bspw. unter folgendem Link: https://account.otto.market/s/article/Nachhaltigkeitsiegel .
Ist geplant, dass das Klimaneutral-Zertifikat zum bestehenden Portfolio ergänzt wird?	Nachhaltigkeit	Es ist nicht geplant, Siegel/Zertifikate für die Auszeichnung von klimaneutralen Produkten zu akzeptieren.
Andere Marktplätze haben bereits B-Ware Programme für weniger Verschwendung und mehr Nachhaltigkeit. Ist so etwas für Otto auch in Planung?	Nachhaltigkeit	Im Rahmen des Handlungsfeld Kreislaufwirtschaft prüft OTTO Services & Geschäftsmodelle, um Produkte möglichst lange im Kreislauf zu halten. Auch das Angebot, einen möglichen "B-Waren-Service" auf otto.de anzubieten, gehört dazu.
Wird das OEKO-TEX Label irgendwann zur Anzeige des Nachhaltig-Badges akzeptiert?	Nachhaltigkeit	Seitens OTTO wird von OEKO TEX das Siegel "Made in Green" akzeptiert und steht zur Verfügung. Das Siegel "OEKO TEX 100" wurde seitens OTTO geprüft und steht zur Kennzeichnung durch das Nachhaltigkeits-Badge nicht zur Verfügung. Derzeit ist keine Aufnahme dieses Siegels geplant.
Es wird von O Wert auf Nachhaltigkeit gelegt. Das vereinbart sich nicht mit grundsätzlich kostenlosen Rücksendungen! Zusätzlich erhöht es die Kosten für klepreisige Artikel unverhältnismäßig. Warum werden Entscheidungen ob kostenlose oder kostenpflichtige Rücksendung nicht den Partnern überlassen?	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Gibt es eine Kennzeichnung für Market-Händler, die besonders auf ökologische Verpackung achten? (Papier statt Styropor usw.)	Nachhaltigkeit	Nein, aktuell steht eine solche Kennzeichnung nicht zur Verfügung.
Wo genau pflegen wir das Merkmal "nachhaltig"? In welchem Attribut?	Nachhaltigkeit	Informationen hierzu können Sie dem Partner Helpdesk entnehmen: https://account.otto.market/s/article/Nachhaltigkeitsiegel
werden irgendwann weitere Zertifizierungsmöglichkeiten hinzugefügt? Wir haben mit unserer Marke einen sehr nachhaltigen Ansatz, allerdings haben wir keine der Zertifizierungen, die von Otto akzeptiert werden	Nachhaltigkeit	Die Prüfung und Aufnahme von Siegeln/Zertifikaten wird zentral von der otto group unter strengen Anforderungen und Kriterien durchgeführt. Hierfür wird der Markt kontinuierlich beleuchtet, um die für uns relevanten Siegel/Zertifikate zu identifizieren.
Wie wird ein Produkt bei Otto als nachhaltig eingestuft? Gibt es dazu ein Bewertungsschema?	Nachhaltigkeit	Alle auf dem OTTO Marktplatzen angebotenen Produkte müssen der "Declaration on Sustainability" entsprechen, die Sie in den Nutzungsbedingungen von OTTO Market finden. Um eine Kennzeichnung mit dem Nachhaltigkeit-Badge zu erhalten, müssen die Produkte zusätzlich mind. 1 der von OTTO akzeptierten Siegeln entsprechen. Eine aktuelle Übersicht können Sie unserer Website entnehmen: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel .
Wie und Wo kann ich diese Kennzeichnung einstellen? Vielen Dank!	Nachhaltigkeit	Informationen hierzu können Sie dem Partner Helpdesk entnehmen: https://account.otto.market/s/article/Nachhaltigkeitsiegel . Eine aktuelle Übersicht können Sie unserer Website entnehmen: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel .
Mit welchem Zeitraum zwischen erfolgreicher Zertifizierung und dem Golive des Nachhaltigkeitsymbol im Frontend ist zu rechnen? Gibt es Auswertungen bzgl. der gesteigerten Conversion Rate?	Nachhaltigkeit	Die Darstellung des Badges an entsprechend gekennzeichneten Artikeln ist in der Regel nach 24 Stunden am Produkt sichtbar. Auswertungen aus 2021 zeigen, dass die CTR bei nachhaltigen Produkten um 0,15 bis 0,27 Prozentpunkte besser als bei nicht nachhaltigen. Es ist ein Nachfrage-Uplift innerhalb eines Jahres zwischen 0,5 % und 2,3 % zu erwarten.
Wann man nur 18 Artikel im Shop online hat, hat dem den nachhaltig Siegel nicht im Shop?	Nachhaltigkeit	Das Nachhaltigkeits-Badge bekommt jedes Produkt, was mit einem Siegel zertifiziert ist, welches von OTTO akzeptiert ist. Einen nachhaltigen Markenshop bekommen Marken, sofern mindestens 10% der Produkte einer Marke als nachhaltig gekennzeichnet sind. Dabei müssen insgesamt mindestens 20 Produkte angeboten werden, 18 Produkte wären also nicht ausreichend.
Können Sie mir sagen warum Öko-TEX Standard 100 nicht akzeptiert wird?	Nachhaltigkeit	Seitens OTTO wird von OEKO TEX das Siegel "Made in Green" akzeptiert und steht zur Verfügung. Das Siegel "OEKO TEX 100" wurde seitens OTTO geprüft und stehen zur Kennzeichnung durch das Nachhaltigkeits-Badge nicht zur Verfügung. Derzeit ist keine Aufnahme dieses Siegels geplant.
Wie steht es mit Elektrogeräten bei Frage Nachhaltigkeit? Welche Gütesiegel gibt's für Massagegeräte?	Nachhaltigkeit	Für folgende Elektrogeräte steht das Label für Energieeffizienzklassen zur Verfügung: Dishwashers: A-C Washing machines: A-B Refrigerators & fridge-freezers: A-C Washer-Dryers: A-C Televisions: A-C Monitors: A-C. Die Pflege dieser Produkte mit den entspr. Klassen sorgt dafür, dass das Nachhaltigkeit-Badge automatisiert ausgespielt wird. Ansonsten stehen Ihnen die anderen Siegel zur Verfügung, eine Übersicht finden Sie auf unserer Website: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel
Produkte sind nachhaltig, haben aber kein Nachhaltigkeits-Siegel, ist ein Siegel immer notwendig?	Nachhaltigkeit	Das Nachhaltigkeits-Badge basiert auf anerkannten Nachhaltigkeitsiegeln. Die Prüfung und Aufnahme von Siegeln/Zertifikaten wird zentral von der otto group unter strengen Anforderungen und Kriterien durchgeführt. Hierfür wird der Markt kontinuierlich beleuchtet, um die für uns relevanten Siegel/Zertifikate zu identifizieren.
Ca. 20% unserer Produkte (50 Stück) sind als nachhaltig gekennzeichnet (FSC) und werden auch so auf Otto angezeigt. Trotzdem tauchen wir nicht in der Liste nachhaltiger Produkte auf. Woran liegt dies. Was müssen wir tun, um dort gezeigt zu werden?	Nachhaltigkeit	Bitte stellen Sie ein Ticket, damit wir uns Ihr Sortiment genauer anschauen können. Wir werden dies dann prüfen und melden uns schnellstmöglich bei Ihnen zurück.
Gibt es in den Segmenten Elektro-Zubehör bzw. Baumarkt bereits die Möglichkeit und Kriterien für das Einreichen von nachhaltigen Produkten?	Nachhaltigkeit	Für folgende Elektrogeräte steht das Label für Energieeffizienzklassen zur Verfügung: Dishwashers: A-C Washing machines: A-B Refrigerators & fridge-freezers: A-C Washer-Dryers: A-C Televisions: A-C Monitors: A-C. Die Pflege dieser Produkte mit den entspr. Klassen sorgt dafür, dass das Nachhaltigkeit-Badge automatisiert ausgespielt wird. Ansonsten stehen Ihnen die anderen Siegel zur Verfügung, eine Übersicht finden Sie auf unserer Website: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel
warum kann man die Produkte nicht mit Öko Tex ausloben? Downpass geht, Öko Tex nicht? Verstehen wir nicht	Nachhaltigkeit	Seitens OTTO wird von OEKO TEX das Siegel "Made in Green" akzeptiert und steht zur Verfügung. Das Siegel "OEKO TEX 100" wurde seitens OTTO geprüft und stehen zur Kennzeichnung durch das Nachhaltigkeits-Badge nicht zur Verfügung. Derzeit ist keine Aufnahme dieses Siegels geplant.
Darf ich fragen, wie Sie eine konstante Lieferung von neutralem CO2 schaffen wollen? Entstehen für Sie keine zusätzlichen Kosten, wenn Sie diesen Service kostenlos anbieten?	Nachhaltigkeit	Die Lieferung zu unseren Kunden*innen sehen wir neben der Beschaffung als wichtigsten Treiber für die Einsparung von CO2 und den Klimaschutz. Daher werden automatisch alle bestellten Artikel auf otto.de, sowohl im Paketversand als auch in der Speditionslieferung, nun CO2-neutral geliefert – und die Extrakosten für die Kompensation übernehmen wir aus einer Haltung heraus. Da wir zurzeit leider noch nicht ganz ohne fossile Energien in der kompletten Lieferkette auskommen, kompensieren wir einen Großteil der Emissionen mit hochwertigen Klimaschutzprojekten unseres Partners atmosfair, wie der Herstellung von effizienten Öfen in Ruanda.
Wie füge ich das Siegel ein, wenn ich mit einer API-Schnittstelle arbeite?	Nachhaltigkeit	Die Informationen hierzu finden Sie in unserem Partner Helpdesk unter folgendem Link: https://account.otto.market/s/article/Nachhaltigkeitsiegel-ueber-die-API

Wie weise ich nach das ich tatsächlich nachhaltig bin?	Nachhaltigkeit	Alle auf dem OTTO Marktplatz angebotenen Produkte müssen der "Declaration on Sustainability" entsprechen, die Sie in den Nutzungsbedingungen von OTTO Market finden. Um eine Kennzeichnung mit dem Nachhaltigkeit-Badge zu erhalten, müssen die Produkte zusätzlich mind. 1 der von OTTO akzeptierten Siegeln entsprechen. Eine aktuelle Übersicht können Sie unserer Website entnehmen: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel .
Wird die Qualifizierung von Sustainable Products bei der Erstellung der Produkte durchgeführt oder mit einem Service von Otto, nachdem die Produkte online sind?	Nachhaltigkeit	Produkte können als nachhaltig gekennzeichnet werden. Informationen hierzu können Sie dem Partner Helpdesk entnehmen: https://account.otto.market/s/article/Nachhaltigkeitssiegel . Eine aktuelle Übersicht können Sie unserer Website entnehmen: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel .
Hallo, ich bin Daniela, wer prüft real kontinuierlich die Qualität der nachhaltigen Produkte und deren Herstellung sowohl bei OTTO selbst als auch bei Partnern und wie transparent ist dieser Prozess für den Kunden?	Nachhaltigkeit	Alle unsere Lieferanten müssen die "Supplier Declaration on Sustainability" verbindend unterschreiben. Für unsere Eigenmarken verpflichten wir sie darüber hinaus zur Transparenz: Sie müssen genau angeben, mit welchen Endfertigungsfabriken sie zusammenarbeiten und dafür gültige, von uns akzeptierte Sozialstandards vorweisen. Als Marktplatz bieten wir jedoch auch Artikel anderer Markenhersteller an. Für diese Produkte liegt die Einhaltung der nachhaltigen und sozialen Standards bei den Herstellern selbst. Sie müssen uns jedoch im Vorwege bestätigen, dass sie unsere Werte zur Einhaltung von Menschen- und Umweltrechten teilen. Damit unsere Sozialstandards eingehalten und die Arbeitsbedingungen stetig besser werden, haben wir verschiedene Programme für unsere Eigenmarken ins Leben gerufen: Mit dem 1999 eingeführten Sozialprogramm werden faire Arbeitsbedingungen in den Fabriken der Endfertigung laufend geprüft und verbessert. Gleichzeitig lassen wir Fabriken, die nur ein akzeptables Auditergebnis haben, nicht gleich im Stich, denn damit können viele Arbeitsplätze gefährdet sein.
Andere Marktplätze haben bereits B-Ware Programme für weniger Verschwendung und mehr Nachhaltigkeit. Ist so etwas für Otto auch in Planung?	Nachhaltigkeit	Im Rahmen des Handlungsfeld Kreislaufwirtschaft prüft OTTO Services & Geschäftsmodelle, um Produkte möglichst lange im Kreislauf zu halten. Auch das Angebot, einen möglichen "B-Waren-Service" auf otto.de anzubieten, gehört dazu.
Kann das Badge über Tradebyte übermittelt werden?	Nachhaltigkeit	Ja, die hierfür notwendigen Informationen können über die API und somit auch von den Dienstleistern (wie bspw. Tradebyte) bereitgestellt werden.
Gilt das nur wenn die einzelnen Artikel FSC Zertifiziert sind oder betrifft es auch die Zertifizierung des Unternehmens im gesamten?	Nachhaltigkeit	Unternehmen, die nicht FSC-zertifiziert sind, benötigen eine Nutzungslizenz, um FSC-zertifizierte Produkte und Materialien mit den FSC-Warenzeichen z.B. auf der Website, in Flyern, Broschüren oder Katalogen zu bewerben (auch Werbelizenz genannt). Dies gilt auch für das Nachhaltigkeit-Badge auf otto.de .
Wie wäre es aus den ganzen Kunden-Retouren eine Arte Second-Hand-Markt aufzubauen?	Nachhaltigkeit	Im Rahmen des Handlungsfeld Kreislaufwirtschaft prüft OTTO Services & Geschäftsmodelle, um Produkte möglichst lange im Kreislauf zu halten.
Gilt das nur wenn die einzelnen Artikel FSC Zertifiziert sind oder betrifft es auch die Zertifizierung des Unternehmens im gesamten?	Nachhaltigkeit	Unternehmen, die nicht FSC-zertifiziert sind, benötigen eine Nutzungslizenz, um FSC-zertifizierte Produkte und Materialien mit den FSC-Warenzeichen z.B. auf der Website, in Flyern, Broschüren oder Katalogen zu bewerben (auch Werbelizenz genannt). Dies gilt auch für das Nachhaltigkeit-Badge auf otto.de .
Aber ganz klar stehen Kosten für eine Rücksendungen für mehr Nachhaltigkeit, denn dadurch gehen die Rücksendungen gravierend zurück!!	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Nachhaltig wäre, wenn man nicht 5-7 Sonnenbrillen oder Uhren kaufen und davon i.d.R. 95% (also meistens alle!) zurückschicken könnte. Es wäre schön, wenn da irgendwelche Grenzen drin wären. Oder dann wenigstens nur auf eigene Kosten. Dies verursacht alles nur absolut keine Nachhaltigkeit.	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Einer der besten und einfachsten Wege Nachhaltigkeit weiter zu forcieren, wäre Retoure nicht mehr kostenlos anzubieten. Wann wird OTTO hier als großer Player vorgehen und ein Zeichen setzen?	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Zum Thema Nachhaltigkeit: Wir haben die Erfahrung bei OTTO Marktplatz gemacht das oft 5 oder mehr (bis zu 20) Artikel zur Auswahl bestellt werden und dann wird einer behalten. Otto Kunden sind scheinbar so "erzogen" sich wenig Gedanken zu machen. Gibt es da Möglichkeiten für Verkäufer?	Nachhaltigkeit	Das tut uns sehr leid zu hören. Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel kostenlos zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden. Wir optimieren die Artikeldetailsseiten auf otto.de stetig, um Kund*innen schon vor dem Kauf den bestmöglichen Eindruck der Ware geben zu können, auch indem wir möglichst viele Informationen zur Verfügung zu stellen. Möglichst viele Informationen wollen wir auch Ihnen, unseren Partnern, zur Verfügung stellen, damit Retouren reduziert werden können. So finden Sie z.B. im Partner-Portal alle von den Kund*innen genannten Retourengründe sogar bis auf SKU-Ebene.
Thema Nachhaltigkeit: Hier ein Tipp wie ihr von heute auf morgen 50% nachhaltiger werden könntet: BETEILIGT ENDLICH DEN KUNDEN AN DEN RETOUREN UND HABT DEN MUT AUF KOSTENLOSE RÜCKSENDUNGEN ZU VERZICHTEN!!!Liebe Grüße Thomas aus Kempten	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Gehört zum Thema Nachhaltigkeit nicht auch die Kunden zum bewussteren Bestellverhalten zu führen und den Retourenirsinn einzudämmen? kostenfreie Retouren verursachen sinnlosen Verpackungsmüll und Co2 - sinnlose Retouren sind Klimakiller und nicht nachhaltig!	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Es wird von O Wert auf Nachhaltigkeit gelegt. Das vereinbart sich nicht mit grundsätzlich kostenlosen Rücksendungen! Zusätzlich erhöht es die Kosten für klepreisige Artikel unverhältnismäßig. Warum werden Entscheidungen ob kostenlose oder kostenpflichtige Rücksendung nicht den Partnern überlassen?	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Es ist wenig Nachhaltig, wenn kostenfreie Retouren angeboten werden. Hier sollte Otto vorangehen und zumindest eine kleine Retouren Gebühr verlangen. Dies würde Retouren deutlich reduzieren.	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Ihr wälzt also die Retouren auf den Verkäufer ab, damit Ihr "gut" dem Kunden gegenüber dasteht. Sehr schade, dass es da mehr um Eure Reputation als um unsere Kosten.	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Wieso ignorieren Sie Erkenntnisse zu erhöhten Retouren OTTO vs. anderen Marktplätzen??	Nachhaltigkeit	Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewohnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel kostenlos zurückgeben zu können. Aber natürlich ignorieren wir dieses Thema nicht und möchten aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden. Wir optimieren die Artikeldetailsseiten auf otto.de stetig, um Kund*innen schon vor dem Kauf den bestmöglichen Eindruck der Ware geben zu können, auch indem wir möglichst viele Informationen zur Verfügung zu stellen. Möglichst viele Informationen wollen wir auch Ihnen, unseren Partnern, zur Verfügung stellen, damit Retouren reduziert werden können. So finden Sie z.B. im Partner-Portal alle von den Kund*innen genannten Retourengründe sogar bis auf SKU-Ebene.
Wird es zukünftig auch die Möglichkeit geben Food oder Drinks auf Otto.de zu verkaufen? Vielen Dank für Ihre Antwort!	Nachhaltigkeit	Ist derzeit nicht vorgesehen.
Für die Retouren Rücksendungen: Könnte man eine automatisierte Benachrichtigung erhalten, falls der Kunde die Ware zurücksendet?	Nachhaltigkeit	Im Partner-Portal besteht im Bereich der Logistik-Analysen die Möglichkeit, alle Retouren, die sowohl angemeldet als auch unterwegs zu Ihnen, d.h. von Kund*innen im Paketshop abgegeben wurden, sind, einzusehen. Die Möglichkeit einer E-Mail Benachrichtigung besteht derzeit noch nicht.
Haben alle die Möglichkeit ein Award zu bekommen? Oder sind kleinere Partner mit wenig Artikeln eher im Nachteil?	Award-Verleihung	Jeder unserer Partner hat die Möglichkeit einen Award zu gewinnen, wenn er die entsprechenden Kriterien erfüllt. Die Artikelanzahl ist unabhängig von einem Award-Gewinn.
Können eingegangene Bestellungen in einer Datei exportiert werden, z. B. Excel?	Panel Diskussion	Aktuell ist das Exportieren von Aufträgen im OPC-Portal nicht möglich. Es kann die API genutzt werden, um Aufträge abzurufen.

Wann kommen die auftragswertabhängigen Versandkosten?	Panel Diskussion	Nach gegenwärtiger Planung spätestens 2024.
Wird es Änderungen im OPC geben im Bereich Aufträge? d.h. ob man alle Bestellungen auf einem Schlag ausdrucken kann, ohne in jede Bestellung einzeln reinzuklicken.	Panel Diskussion	Aktuell ist das Exportieren von Aufträgen im OPC-Portal nicht möglich. Es kann die API genutzt werden, um Aufträge abzurufen.
Warum werden die Kundenadressen in den Bestelldaten nach relativ kurzer Zeit nicht mehr angezeigt?	Panel Diskussion	Die kundenbezogenen Daten werden vier Wochen nach dem Versenden der Waren gelöscht, da der Zweck der Datenspeicherung nicht mehr gegeben ist. Dies wurde aufgrund von DSGVO so umgesetzt.
Bitte Ausbau der Detailanzeigen in der Auftragshistorie... die lässt leider nur sehr wenige Informationen zu.	Panel Diskussion	Nehmen wir als Feedback mit.
Wann werden Anonymisierte Kunden-Mailadressen eingeführt. Momentan ist es sehr umständlich über den Otto Market Support zum Kunden Kontakt aufzunehmen.	Panel Diskussion	Wir sind in der technischen Entwicklung dieses komplexen Prozesses schon weit vorangeschritten, können aber leider noch kein genaues Datum der ersten Testphasen nennen Wir arbeiten bereits intensiv an der Entwicklung eines Prozesses, in welchem die Partner selbstständig proaktiv Kund*innen durch die Verwendung einer pseudonymisierten Mail-Adresse kontaktieren können. Der dringende Bedarf ist uns bekannt, sodass das Thema entsprechend priorisiert ist. Ein Zeitpunkt für den Livegang kann leider noch nicht genannt werden.
Wir können keine Nachrichten sende, bis Kunden uns ein e Nachricht senden. Wird es dafür ein Update?	Panel Diskussion	Beim Versand der Ware können heute bereits verschiedene Versanddienstleister abweichend vom hinterlegten Standardversanddienstleister verwendet werden. Lediglich bei der Retourenabwicklung ist dies noch nicht möglich. Die Fähigkeit soll auch hier nachgezogen werden, aber Umsetzungszeitpunkt ist noch unbestimmt.
Wird es irgendwann möglich sein einen zweiten Standardversanddienstleister einzubinden?	Panel Diskussion	Um eine erfolgreiche Rücksendung sicherzustellen, ist es u.a. erforderlich, dass die auf dem Retourenlabel enthaltenen Daten korrekt sind. Die Retourenlabel werden von OTTO auf Basis der von Ihnen übermittelten und hinterlegten Daten generiert, d.h. mit der in der Versandbestätigung übermittelten Retourensendungsnummer sowie den hinterlegten Angaben im Partner-Portal. Sollte sich bspw. Ihre Retourenadresse ändern, bitten wir Sie, diese Änderung auch umgehend im Partner-Portal zu hinterlegen. Gerne können Sie uns bei Problemen bei der Zustellung einer Retoure zu einem konkreten Kundenfall über ein Supportticket kontaktieren, damit wir den Fall gezielt analysieren können.
Der Versanddienstleister Hermes, mit denen sie zusammenarbeiten, sorgt öfters zu Problemen, Kunden erhalten Retouren immer wieder zurück. Wie kommt es bloß immer dazu?	Panel Diskussion	
Wir erhalten viele Irrläufer von Kunden, weil diese vor allem bei Bestellungen von mehreren Partnern nicht wissen, an welchen diese zurückzusenden sind. Wird es zukünftig einen Prozess analog zum Zahlungsdienstleister geben, welcher diesen Punkt vereinfacht?	Panel Diskussion	Der Irrläuferprozess wird von uns stets bzgl. Optimierungen geprüft.
Wie bekommt man Nachhaltigkeitsbadge und was sind die Kriterien dafür?	Panel Diskussion	Alle auf dem OTTO Marktplatz angebotenen Produkte müssen der "Declaration on Sustainability" entsprechen, die Sie in den Nutzungsbedingungen von OTTO Market finden. Um eine Kennzeichnung mit dem Nachhaltigkeit-Badge zu erhalten, müssen die Produkte zusätzlich mind. 1er von OTTO akzeptierten Siegeln entsprechen. Eine aktuelle Übersicht können Sie unserer Website entnehmen: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel .
Wir versenden nachhaltig plastikfrei und möchten das besser sichtbar machen. Ist das möglich?	Panel Diskussion	Im Infotext könnten Sie zusätzlich zu den Produkteigenschaften einen Hinweis zur Verpackung geben.
super wäre, wenn OTTO für nachhaltige Produkte einen CO2-Fußabdruck nach bestimmten VOrga-Teamben angeben könnte. Geht das?	Panel Diskussion	Derzeit steht ein Service mit der Angabe der CO2-Emissionen pro Artikel nicht zur Verfügung.
Wann dürfen andere EU-Anbieter sich auf Otto anmelden?	Panel Diskussion	Das Thema Internationalisierung ist sehr wichtig für uns. Leider können wir Ihnen noch keinen Termin nennen, zu dem sich auch andere EU-Anbieter auf OTTO anmelden können.
Das Nr.1 Portal in Deutschland (Ihr kennt ja alle den Namen) überwacht alle Preise auf den Konkurrenzportalen und straft seine Händler gnadenlos ab mit dem Entzug der Buybox, sollte es irgendwo günstigere Preise für ein bestimmtes Produkt finden. Habt Ihr eine Antwort darauf? Gutscheine?	Panel Diskussion	In dieser Sache ermittelt das Bundeskartellamt unter dem Aktenzeichen B2-73/20, Punkt „Preissetzungsalgorithmen“. Näheres hierzu ist unter dem genannten Aktenzeichen im Tätigkeitsbericht des Bundeskartellamtes 2019/2020 einzusehen, welcher auch online zur Verfügung steht.
Guten Tag, wir haben eine Frage: wie hoch ist der Otto Market Umsatz in % im Vergleich zum Otto Gesamtumsatz. Vielen Dank im Voraus. Mit freundlichen Grüßen aus Thüringen	Panel Diskussion	Wir sind in Summe sehr zufrieden mit der Entwicklung des Marktplatzes. Das gilt insbesondere für die Anzahl an Partnern, die Artikelpositionen, also das stetige wachsende Angebot für unsere Kund*innen als auch für den Umsatz, den wir über den Marktplatz generieren. Es ist jedoch immer noch so, dass der Großteil des gesamten Umsatzes der Plattform über das Handelsgeschäft generiert wird. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 21/22 betrug der Umsatz von OTTO 5,1 Mrd. € bzw. rund 7 Mrd. € GMV.
Könnte es zukünftig zu kostenpflichtigen Retouren kommen?	Panel Diskussion	Das schließen wir nicht aus, wir orientieren uns hier aber am Markt. Marktüblich ist es bislang noch, keine Gebühren für Retouren zu erheben. Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewöhnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden.
Kostenlose Retoureooption für günstige Artikel sind nicht nachhaltig. Wieso lässt Otto das zu?	Panel Diskussion	Eine Harmonisierung erfolgt zum 1.12., nachdem alle Marktplatzbestellungen über die OTTO Payments laufen. Dies wurde mit den Nutzungsbedingungen V8.0 geändert, die Ende August versendet wurden (Wirkung am 1.10, Rückgabe ab 1.12.).
Die unterschiedlichen Widerrufszeiten für OTTO und die Marktplatzhändler ist für die Kunden sehr verwirrend. Es wäre schön, wenn das vereinheitlicht wird.	Panel Diskussion	Wir freuen uns, Sie neu auf dem Marktplatz von OTTO begrüßen zu können! Zu den Erfolgsfaktoren gehören gute Produktdaten – diese sind entscheidend für den Erfolg auf otto.de, da sie sich positiv auf die Suche und das Ranking auswirken, also auf die Auffindbarkeit im Shop. Desweiteren können Sie Sichtbarkeit im Shop über Marketing-Services wie z.B. Sponsored Product Ads buchen.
Wir sind ganz neu bei Otto und hatten zur Freude auch schon Verkäufe gehabt. Gibt es für Anfänger einen besonderen Tipp?	Panel Diskussion	Das tut uns sehr leid zu hören. Retouren sind leider Bestandteil unseres Geschäftsmodells und gehören zu einer Customer Journey dazu. Wir möchten unseren gemeinsamen Kund*innen ein gutes Einkaufserlebnis bieten, welches mindestens gleichwertig, eher besser ist als das, was Kund*innen aus dem Einzelhandel gewöhnt sind. Dazu gehört auch, nicht gewünschte Artikel kostenlos zurückgeben zu können. Aber natürlich möchten wir aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen Retouren soweit es geht reduzieren und versuchen, von uns beeinflussbare Retourengründe zu vermeiden. Wir optimieren die Artikeldetailsseiten auf otto.de stetig, um Kund*innen schon vor dem Kauf den bestmöglichen Eindruck der Ware geben zu können, auch indem wir möglichst viele Informationen zur Verfügung zu stellen. Möglichst viele Informationen wollen wir auch Ihnen, unseren Partnern, zur Verfügung stellen, damit Retouren reduziert werden können. So finden Sie z.B. im Partner-Portal alle von den Kund*innen genannten Retourengründe sogar bis auf SKU-Ebene.
Hallo zusammen, wir würden gerne einmal auf die Retourenquote eingehen wollen. Diese ist bei uns (Fashion Sortiment) sehr hoch, auch im Vergleich zu anderen Marktplätzen. Wir verkaufen auch auf z.B. Amazon und dort haben wir ein deutlich geringere Retourenquote. Wie kommt das zu Stande?	Panel Diskussion	Alle Inhalte des Partner Connect Day stehen Ihnen ab sofort als Aufzeichnung zur Verfügung. Sie finden die Videos auf unserer Veranstaltungswebsite https://partnerconnectday.we-bcast.de/ . Wir arbeiten im Onboarding-Prozess entsprechend der regulatorischen Vorgaben. Ein Video-ident ist Teil des Prozesses, aber nicht vollständig ausreichend. Die Anbindung an OTTO-Payments ist bereits Voraussetzung für das Erreichen einer Verkaufsfähigkeit auf der Plattform. Zusätzliche Kosten sind hiermit nicht verbunden. Zwar wird Ihnen eine Payment-Gebühr in Rechnung gestellt, jedoch reduziert sich die Marktplatzgebühr um den entsprechenden Provisionsatz, sodass in Summe für Sie keine zusätzlichen Kosten entstehen. Im Falle einer Bestellung, welche über OTTO Payments abgewickelt wird, wird Ihnen eine Payment-Gebühr berechnet. Gleichzeitig reduziert sich in diesen Fällen jedoch die Marktplatzgebühr um den entsprechenden Betrag, sodass in Summe für Sie mit der Abwicklung über OTTO Payments keine zusätzlichen Kosten entstehen. Eine Löschung von SKUs ist erstmal nicht vorgesehen. Um Ihnen eine bessere Übersicht auf der Produkte-Übersichtsseite zu bieten, wird es dort eine Möglichkeit geben SKUs auszublenden. Wiederverwenden lassen die sich dadurch aber nicht. Weitere Informationen dazu finden Sie hier: https://account.otto.market/s/article/Such-und-Ranking-Algorithmus-in-der-OTTO-App-und-auf-der-OTTO-Website Eine Löschung von SKUs ist erstmal nicht vorgesehen. Um Ihnen eine bessere Übersicht auf der Produkte-Übersichtsseite zu bieten, wird es dort eine Möglichkeit geben SKUs auszublenden. Wiederverwenden lassen die sich dadurch aber nicht.
Gibt es eine Aufzeichnung von der Veranstaltung?	Panel Diskussion	
Vorschlag: Wenn die Compliance keinen neuen Händler freischalten, weil die eingereichten Unterlagen nicht transparent genug sind, dann würde eine Video-Verifizierung das Problem lösen.	Panel Diskussion	
Sehr geehrte Damen und Herren, Hiermit würde ich gerne anfragen:1) wann man auf das Otto-Payment-System als Partner umsteigen muss, ist es mit zusätzlichen Kosten verbunden? Gibt es schriftliche Anleitungen?	Panel Diskussion	
Fallen für uns als Händler nun Gebühren an, wenn die Kunden die Artikel über Otto Payment oder die Übergangslösung bezahlen?	Panel Diskussion	
Hallo, wann wird es endlich möglich sein, eigene SKUs im OPC löschen und nicht nur deaktivieren zu können? Dies wurde bereits im Februar 2021 gemäß https://account.otto.market/s/article/Kann-ein-Produkt-in-der-UI-geleuchtet-werden-angekündigt-aber-bisher-nicht-umgesetzt!-Danke angekündigt aber bisher nicht umgesetzt! Danke	Panel Diskussion	
Product Ranking: was sind die Rankingkriterien? Überprüfen Sie auch die Produktbeschreibungen und Preisangebote? In der letzten Zeit gibt es viele Billiganbieter mit ungläublichen Preisangeboten und inkorrekte Produktbeschreibung (Seide vs. Polyester) Unterschiede Otto vs. Amazon??	Panel Diskussion	
Wann wird es die Möglichkeit geben Produkte in der Produktübersicht zu löschen?	Panel Diskussion	
Neue Artikel einstellen! Wieso gibt es nicht die Möglichkeit bestehende Artikel einfach zu kopieren (zu neuen Artikeln) und dann nur die Änderungen vornehmen?	Panel Diskussion	
Ist es geplant das Kunden Ihre Bewertungen wieder ändern können, sollten Sie nach Hilfestellung durch den Kundensupport das Problem behoben ist bspw. schlechte Review, da Lieferung unvollständig.	Panel Diskussion	
Eine Benachrichtigung für neue Bewertungen, wäre auch wünschenswert	Panel Diskussion	
Besteht dem Verkäufer demnächst die Möglichkeit auf Kunden-Feedback öffentlich zu reagieren=	Panel Diskussion	
Kann man die Kunden auffordern eine Bewertung abzugeben?	Panel Diskussion	
Wann wird es möglich sein mehrere Sendungsnummern zu hinterlegen? Gerade beim Mehrpaketlieferungen oder auch im Zuge einer Reklamation, wenn ein Kunde eine Ersatzlieferung wünscht, können Trackingdaten nicht mehr nachträglich bearbeitet werden. Das sollte eigentlich als Grundfunktion gegeben sein.	Panel Diskussion	
Wir haben ein großes Problem bei Retouren, weil Kunden zu spät retournieren (nach 14 Tagen) und wir dann topediert werden mit Anfragen aber keine Retoure für die Kunden über unsere WaWi erstellen können. Was kann OTTO da als Partner sagen?	Panel Diskussion	
Wird es in Zukunft möglich Sendungsnummern zu aktualisieren, also übers Backend	Panel Diskussion	
Wird es möglich sein, bei einem defekt gelieferten Artikel dem Kunden Ersatz zusenden? Aktuell muss bei einer Retoure ja das Geld erstattet werden und der Kunde muss neu bestellen	Panel Diskussion	

Warum ist kein Preisnachlass bei der Bearbeitung einer Retoure möglich, bzw. warum kann bei einer Retoure immer nur der volle Artikelpreis erstattet werden? Bei einem Preisnachlass bleibt die Retoure des Kunden ja wie unerledigt "offen"... Hier wäre grundsätzlich etwas mehr Flexibilität hilfreich!	Panel Diskussion	Derzeit können Retouren bei der Bearbeitung nur entweder akzeptiert oder abgelehnt werden. Wenn Sie jedoch nicht den kompletten Betrag erstatten möchten, haben Sie derzeit die Möglichkeit, die Retoure abzulehnen und anschließend einen Preisnachlass mit dem*der Kund*in zu vereinbaren.
Wie kann man zusätzlich zum Partnermodell im Händlermodell (Wholesale) starten?	Panel Diskussion	Wenn Sie Interesse daran haben, Lieferant von OTTO zu werden, stellen Sie bitte ein Ticket. Ihre Anfrage wird dann an die Kolleg*innen aus dem Handelsgeschäft zur Prüfung weitergeleitet. Wir wissen, dass wir noch nicht so schnell auf Anfragen antworten können, wie wir und Sie es sich wünschen und arbeiten deshalb ständig daran, unsere Support-Services auszubauen und zu verbessern. Grundsätzlich erhalten unsere Partner im Durchschnitt aber eine erste Antwort auf Ihre Anfragen innerhalb von ca. 1,5 Arbeitstagen und eine Lösung der Probleme innerhalb von etwa 3 Arbeitstagen.
Thema SUPPORT: warum sind die Antwortzeiten so unglaublich lange?	Panel Diskussion	Zu deutlich höheren Bearbeitungszeiten kann es kommen, wenn wir ein sehr hohes Ticketaufkommen verzeichnen oder, wenn Sie eine Anfrage per E-Mail statt per Ticket im Partner Helpdesk stellen. Denn E-Mailanfragen finden nicht sofort automatisch das richtige Fachexpertenteam und brauchen daher im Regelfall länger, bis sie bearbeitet werden. Auch Sie als Partner haben Einfluss auf die Bearbeitungszeit und können uns helfen, Ihnen schneller zu helfen: Fragen, die uns sehr häufig gestellt werden oder die sich auf Standardprozesse beziehen, beantworten wir bereits jederzeit verfügbar im Partner Helpdesk. Sehen Sie in solchen Fällen bitte davon ab, ein Ticket zu erstellen. Denn: Diese Fragen verlängern die Bearbeitungszeit anderer Tickets, die Sie nicht ohne unsere Hilfe lösen können. Wir bitten außerdem um Verständnis, dass diese Fragen mit einer geringeren Priorität beantwortet werden. Deshalb gilt: Prüfen Sie vorher immer die folgenden Schritte https://account.otto.market/s/article/Mit-dem-OTTO-Market-Support-Kontakt-aufnehmen
SUPPORT - seit 1 Jahr haben wir Tickets offen, dass unsere Lieferzeiten nicht aktualisiert werden. Ein Telefonat war leider nie möglich und das Problem ist heute noch nicht gelöst	Panel Diskussion	In solchen Fällen wenden Sie sich bitte an die Teamleitung des Partner Support Development und nennen Sie dabei unbedingt die Ticketnummer, auf die Sie sich beziehen. Die Teamleitung wird zwar Ihr Problem fachlich nicht lösen, kann sich aber mit den richtigen Ansprechpersonen in Verbindung setzen und vermitteln. Die genauen Schritte finden Sie in dieser Tabelle https://account.otto.market/s/article/Eskalationsprozess-bei-Unzufriedenheit-mit-OTTO-Market
Wieso haben manche Händler einen Key Account Manager/In und manche haben nur die Möglichkeit sich über das Ticketsystem zu melden?	Panel Diskussion	Als Key Account erhalten Sie bei OTTO eine individuelle Betreuung durch persönliche Ansprechpartner*innen. Diese unterstützen und beraten Sie bei der Optimierung Ihres Partner-Auftritts. Darunter fallen unter anderem ein gezieltes Monitoring Ihrer Kennzahlen, eine Aktionsplanung sowie Content-Optimierungen zur Verbesserung der Sichtbarkeit. Der Status „Key Account“ wird durch einen Jahresnettoumsatz von mehr als 2,5 Millionen Euro erreicht. Sie werden in dem Fall proaktiv von uns kontaktiert.
Wie kann man eine optimale Cost per Click definieren, besonders wenn es von Budget eng ist? Wir haben ca. 460 Produkte	DeepDive 1A	Das können wir pauschal leider nicht beantworten. Der optimale CPC ist vom Sortiment und Wettbewerb abhängig.
Wird es die Möglichkeit geben auf Keywords zu buchen?	DeepDive 1A	Aktuell nicht, wir prüfen diese Möglichkeit voraussichtlich in Q1 2023.
Hi, warum sind sind 2 von 3 Sponsored-Products-Anzeigen in der Kategorie Damenschuhe von otto.de als Verkäufer?	DeepDive 1A	Da es sich um Kampagnen von unterschiedlichen Lieferanten im Managed Service handelt, welche die Auktion für 2 der 3 Plätze gewonnen haben. Also z.B. OTTO-Adidas und OTTO-Nike.
Wir nutzen SPA auf OTTO seit Minute 1 und haben bis heute fast eine halbe Millionen EUR ausgegeben (Managed Service). Jedoch ist der Self-Service aufgrund vieler Bausteine keine Option für uns. Wie lange wird es dauern, bis die OTTO Werbekonsole ein ähnliches Niveau wie die Marktbegleiter erreicht.	DeepDive 1A	Wir arbeiten mit Hochdruck an einer Optimierung des Self Service und setzen in den nächsten Monaten viele Neuerungen um.
Hi, eine kurze Frage. Gibt es die Präsentation nochmal als PDF?	DeepDive 1A	Wenden Sie sich dazu gerne an susanne.hinz@otto.de . Sie kann Ihnen die Präsentation gerne als PDF zusenden.
Gibt es eine Möglichkeit Auswertungen zu erhalten ob z.B. Gebote angepasst werden sollten oder bspw. welcher AdSpent nötig wäre, damit eine Kampagne ganzjährig geschaltet wird?	DeepDive 1A	Ja, dazu wird die konkrete Kampagne benötigt, die optimiert werden soll. Gerne ein Support-Ticket erstellen.
Die Empfehlung eines CPCs von 0,50€ ist im Marktvergleich sehr hoch. Wie kommt es zu dieser Einschätzung?	DeepDive 1A	Der Wettbewerb in diesem Sortiment steigert das CPC-Niveau.
Haben die Abverkäufe über die Anzeigen einen Effekt auf die Orga-Teamnischen Platzierungen?	DeepDive 1A	Ja.
Sind Video Ads geplant?	DeepDive 1A	Das Thema SPA Videos werden wir 2023 evaluieren.
Warum werden in manchen Kategorien bspw. Nachthemden oftmals keine SPA Werbe-Slots in der Top of Search vergeben? Hier dominiert das Angebot von OTTO die ersten Suchergebnisse. Hier kann also schlechter für eine erhöhte Sichtbarkeit gesorgt werden. Händler sind in diesem konkreten Fall benachteiligt.	DeepDive 1A	Wir versuchen die Anzeigen immer passend zum Seitenkontext auszuspielen. In dem konkreten Fall könnte es sein, dass es keine Werbeinventar für Nachthemden gibt - weswegen keine ausgespielt wurden. In manchen Fällen kann es zusätzlich dazu kommen, dass der Seitenkontext nicht genau ermittelt werden kann (also z.B. 3 Nachthemden, 10 Schlafhosen und 3 Bettdecken). Auch in diesem Fall werden keine Anzeigen ausgespielt.
Wenn wir bei einem Artikel nicht die Buybox haben, wie wirkt es sich auf die Kampagne aus? Wird die Anzeige trotzdem ausgespielt?	DeepDive 1A	Nein, wird sie nicht. Die Voraussetzung zur Ausspielung ist die Buybox.
kann die Kampagne, die für einen Monat gebucht ist, auch während der Kampagne geändert werden?? Also Artikel, Budget ...	DeepDive 1A	Man kann den CPC ändern. Produkte kann man bei einer laufenden Kampagne entfernen und hinzufügen. Pausieren kann man einzelne Produkte nicht. Diese müssen, wenn sie vorübergehend nicht ausgespielt werden sollen, entfernt und bei Bedarf wieder neu hinzugefügt werden.
Ist eine exakte Keyword Ausrichtung durch den Partner in Zukunft möglich?	DeepDive 1A	Aktuell nicht, wir prüfen diese Möglichkeit voraussichtlich in Q1 2023.
Sollte man einzelne Produkte in eine Kampagne machen oder lieber einzelne produkte?	DeepDive 1A	Kann man nicht pauschal sagen.
Wo finde ich die erwähnte CPC- Gebots Liste zur Orientierung?	DeepDive 1A	In OPC unter Services -> Sponsored Product ads "Mehr erfahren" -> runter scrollen bis zu "Welche CPCs sind für welches Sortiment sinnvoll?" dort auf den Link klicken, der die Liste öffnet.
50€ pro Artikel als Budget --> Welche Laufzeit?	DeepDive 1A	Im Kontext einer Testkampagne: 2 Wochen
Wie viele Artikel wären denn zu empfehlen bei einem Budget von 50€?	DeepDive 1A	Die Empfehlung lautet 50€ Budget pro Artikel. Falls das Kampagnenbudget 50€ beträgt, wären es in diesem Fall: 1 Artikel
Was bedeutet ein ROAS über 100%?	DeepDive 1A	siehe Erklärung im Video
Wann kann man Kampagnen auf eigene (selbst definierte) Keywords schalten?	DeepDive 1A	Aktuell nicht, wir prüfen diese Möglichkeit voraussichtlich in Q1 2023.
Bitte die Liste von CPC zeigen wo Man kann das finden kann.	DeepDive 1A	In OPC unter Services -> Sponsored Product ads "Mehr erfahren" -> runter scrollen bis zu "Welche CPCs sind für welches Sortiment sinnvoll?" dort auf den Link klicken, der die Liste öffnet.
Wie siehts aus mit Keywords? Ab wann kann man diese auch selbst auswählen?	DeepDive 1A	Aktuell nicht, wir prüfen diese Möglichkeit voraussichtlich in Q1 2023.
Wann kommen das detaillierte Keyword-Targeting und die dazugehörige Auswertung?	DeepDive 1A	Aktuell nicht, wir prüfen diese Möglichkeit voraussichtlich in Q1 2023.
Wie muss ich den CPC einstellen, um am Black Friday mit meinen Produkten bei SPA sichtbar zu sein und meinen Umsatz zu maximieren?	DeepDive 1A	Keine pauschale Antwort möglich. Der optimale CPC ist vom Sortiment und Wettbewerb abhängig. Black Friday Infos: https://portal.otto.market/serviceplatform/catalog/b27cc876-c849-401c-b55d-377130ad9ffc
Für welchen Zeitraum ist die Empfehlung eines Budgets von 50€ gedacht?	DeepDive 1A	Im Kontext einer Testkampagne: 2 Wochen
Also erstelle ich eine Kampagne mit vielen (allen Artikeln)?	DeepDive 1A	Kann man nicht pauschal sagen.
Wie lange sollte man eine Kampagne laufen lassen, um relevante Ergebnisse zu erhalten?	DeepDive 1A	Wir empfehlen eine Laufzeit von mindestens 2 Wochen.
Warum werde ich mit meinem Produkt nur in den ersten 1-2 Tagen ganz oben ausgespielt mit meiner Sponsored Product Ad?	DeepDive 1A	Das kann verschiedene Gründe haben. Budget aufgebraucht, veränderter Wettbewerb etc.
Ist die Buybox für die Kampagne zwingend notwendig?	DeepDive 1A	Ja, man muss die Buybox gewinnen.
Wie sollte meine Kampagnenstruktur aussehen, wenn ich mehrere Produktgruppen habe? Bspw. Schuhe. Ich habe die Oberkategorie Schuhe und darunter Sneaker, Business-Schuhe, Kinderschuhe, usw. Jeweils eine Kampagne pro Kategorie?	DeepDive 1A	Ja, da ist empfehlenswert.
Sind weitere Kampagnenmöglichkeiten bei OTTO geplant? Z.B. mit benutzerdefinierten Marken Bildern?	DeepDive 1A	Ja, es sind weitere Kampagnenmöglichkeiten geplant, wir können Ihnen aber leider noch keinen Termin nennen.
Floorpreis = Gebotsempfehlung?	DeepDive 1A	Floorpreis = Mindestgebot, um in der genannten Kategorie an Auktionen teilzunehmen.
Wie ist die Empfehlung zur Struktur? Lieber nur ein Artikel pro Kampagne oder mehrere Produkte aus einer Produktkategorie gegeneinander laufen lassen?	DeepDive 1A	i.d.R. zweiteres
sollte ich mehrere Kampagnen mit denselben Produkten und unterschiedlichen CPCs laufen lassen, um an mehreren Auktionen teil zu nehmen?	DeepDive 1A	Nein, das ist nicht ratsam, da es so nicht funktioniert.
Wirkt sich Umsatz, der durch SPA kommt, positiv auf dem Orga-Teamnischen Ranking eines Artikels aus?	DeepDive 1A	Ja.
Können Gebote auf bestimmte Keywords gesetzt werden?	DeepDive 1A	Aktuell nicht, wir prüfen diese Möglichkeit voraussichtlich in Q1 2023.
Kann es passieren, dass wenn man mehrere Produkte der gleichen Kategorie verkauft, dass die Produkte bei der Gebots-Auktion sich selbst gegenseitig hoch bieten?	DeepDive 1A	Nein.
Was ist ein gesundes ROAS?	DeepDive 1A	Im average ein ROAS von 1000% für die Conversion Ebene "gekaufter Artikel gehört zur Marke".
Wird die Wort-für-wort Werbung geöffnet?	DeepDive 1A	Aktuell nicht, wir prüfen diese Möglichkeit voraussichtlich in Q1 2023.
Lohnt sich das Ende des Monats mit der Kampagne zu starten? Bezug auf Lohn von Kunden	DeepDive 1A	Ja.
Können verschiedene CPCs an verschiedenen Wochentagen eingestellt werden oder ist es geplant?	DeepDive 1A	Nein, das ist aktuell nicht möglich und auch nicht geplant.
Werden die Werbeausgaben mehr als einmal täglich aktualisiert?	DeepDive 1A	Das Reporting wird täglich aktualisiert.
Wirkt sich Umsatz, der durch SPA kommt, positiv auf dem Orga-Teamnischen Ranking eines Artikels aus?	DeepDive 1A	Ja.
Nachhaltigkeit Bei einigen der von mir angebotenen Artikel gibt es ein PEFC Siegel mit Zertifikatsnummer sowie ein OEKO-TEX zertifiziertes Recyclingleder, diese möchte ich gerne in meinem Verkäuferprofil hinterlegen. Ist das möglich? Welche Siegel sind möglich. Mit freundlichen Grüßen Gaby	DeepDive 1A	Diese Siegel wurden seitens OTTO geprüft und entsprechen nicht den Ansprüchen unseres Nachhaltigkeits-Badges. Eine aktuelle Übersicht akzeptierter Siegel können Sie unserer Website entnehmen: https://www.otto.de/shoppages/nachhaltigkeit/nachhaltiges_engagement/umweltfreundlich-bestellen/anspruch-an-nachhaltige-artikel-und-siegel . Weitere Informationen finden Sie in unserem Partner Helpdesk, bspw. unter folgendem Link: https://account.otto.market/s/article/Nachhaltigkeitssiegel .
Hallo. Mich interessiert hauptsächlich das richtige Einstellen der Produkte auf Otto Market.	DeepDive 1A	Der DeepDive zur Produktanlage vom letzten Jahr könnte helfen. Das Video vom Deep Dive aus dem letzten Jahr finden Sie im Partner Helpdesk bei den Videos unter der Kategorie Produkte.
Was spielt eine größere Rolle, um unser Produkt besser gefunden zu werden? Die definierte OTTO Produktkategorie z.B. Zangen oder unsere definierte Produkttitel z.B. Licota-Kombizange?	DeepDive 1A	Mit der korrekten Produktkategorie kann man den besten Score erreichen. Bitte prüfen Sie, ob eine passende Produktkategorie vorliegt. Falls das nicht der Fall sein sollte, dann stellen Sie uns bitte ein Ticket über den Helpdesk ein, damit die Produktkategorie angelegt werden kann. Grundsätzlich kann die Lieferzeit pro Variante über die Produkt-API und das Partner-Portal(-Produkte) eingestellt werden. Aktuell ist die Lieferzeit noch den Produktdaten zugeordnet und kann nicht separat verändert werden. Eingepflegt ist aber bereits ein CSV-Upload im Portal für die Lieferzeit und später auch eine eigenständige API für logistische Bewegungsgrößen.
Kann die Lieferzeit für die Variationen der Produkte separat eingestellt werden?	DeepDive 1B	Die Produkte, die derzeit am schlechtesten auffindbar sind, werden in der Tabelle der Produktdatenhinweise ganz oben angezeigt. Es bietet sich an, diese als erstes zu bearbeiten.
Wenn wir sehr viele Produkte bei der Auffindbarkeit vorliegen haben sollten, wie sollten wir am besten vorgehen?	DeepDive 1B	

Google Indexierung: Bedeutet das, dass wir alle Produkte auf otto.de prüfen müssen?	DeepDive 1B	Nein, es reicht meistens aus, wenn sich die Daten der eigenen Produkte voneinander unterscheiden.
Wie oft wird die WaA-Seite aktualisiert?	DeepDive 1B	Die Seite wird täglich aktualisiert. Unter "Produkte" werden die Daten in Echtzeit aktualisiert.
Wann gehen die Anpassungen live? Wann stehen die Feature zur Verfügung.	DeepDive 1B	Die Handlungsempfehlungen und die überarbeitete Produktdatenanalyse Seite inkl. Hinweisen sind am 06.10. live gegangen.
Wie finde ich die Produktdatenhinweise? Im OPC in meinem Analysebereich unter Produktdatenanalyse finde ich lediglich die Produktdatenfehler, nichts weiteres aber wie bei Ihnen ersichtlich.	DeepDive 1B	Die Handlungsempfehlungen und die überarbeitete Produktdatenanalyse Seite inkl. Hinweisen sind am 06.10. live gegangen.
Könnte man ein SKU mit sich selbst zu verschiedenen Zeitpunkten vergleichen?	DeepDive 1B	Aktuell ist das mit der Vergleichsanalyse nicht möglich, dafür müsste man die Zeiträume nacheinander anschauen.
Wo genau finden wir die Handlungsempfehlungen in der Produktdatenanalyse? Wir sehen lediglich Reiter bspw. Materialfehler oder unerlaubte Auslobung.	DeepDive 1B	Die Handlungsempfehlungen und die überarbeitete Produktdatenanalyse Seite inkl. Hinweisen sind am 06.10. live gegangen.
Wir haben mehrere Marken bei OTTO Market live, allerdings wird die Marke in den Berichten in der "Produkttitel" Spalte aufgeführt. Könnte es dafür nicht eine extra Spalte geben?	DeepDive 1B	Wir nehmen den Wunsch mit und schauen, an welchen Stellen wir das ergänzen könnten.
Ich finde die Produktdatenanalyse nicht. Ist das ein spezieller Service, der zusätzlich gebucht werden muss?	DeepDive 1B	Die Produktdatenanalyse finden Sie im OPC Portal unter der Vertikale 'Analysen'. Hierfür muss kein zusätzlicher Service gebucht werden.
Für einige der von uns abgelehnten Rücksendungen schreiben wir, warum Sie dies abgelehnt haben. Ich glaube nicht, dass es einen Bereich gibt, wo wir später sehen können. Wird so etwas gemacht?	DeepDive 1B	Es ist geplant künftig den Ablehnungsgrund in Richtung Kunde auszusteuern. Leider können wir dafür noch keinen Umsetzungszeitpunkt nennen.
Wenn ich bei mir Produktdatenanalyse klicke, gibt es da nichts. Ist es ein Problem bei mir?	DeepDive 1B	Die Handlungsempfehlungen und die überarbeitete Produktdatenanalyse Seite inkl. Hinweisen sind am 06.10. live gegangen. Sollte das Problem weiterhin bestehen, stellen Sie bitte ein Ticket mit Screenshot über den Support ein.
Wenn einige Artikeldaten nicht aktualisiert werden, aber laut Produktdatenanalyse keine Fehler vorliegen - wie kommt das zustand?	DeepDive 1B	Wenn dies erneut auftritt, stellen Sie bitte ein Ticket mit Beispielprodukten ein, das wir uns das konkret anschauen können.
Wo melde ich mich für den Newsletter an?	DeepDive 1B	Für den Newsletter können Sie sich in OPC anmelden, entweder Sie nutzen den Teaser auf der Startseite oder diesen Link: https://portal.otto.market/profile/Newsletter
Hallo, ab wann wird man seine eigenen SKUs löschen (und nicht nur deaktivieren) können, so wie es bereits im Februar 2021 auf https://account.otto.market/s/article/Kann-ein-Produkt-in-der-UI-geloescht-werden-angekündigt-wurde? Danke	DeepDive 1B	Eine Löschung von SKUs ist erstmal nicht vorgesehen. Um Ihnen eine bessere Übersicht auf der Produkte-Übersichtsseite zu bieten, wird es dort eine Möglichkeit geben SKUs auszublenden. Wiederverwenden lassen die sich dadurch aber nicht.
Wie kann ich meine Produkte "Datensichern"? Mit welchen externen Tools greifen erfolgreiche Partner auf die Datenbank zu, um diese ggf. "in einem Rutsch" zu ändern?	DeepDive 1B	Aktuell haben Sie nur die Möglichkeit die API dafür zu nutzen. Dort lassen sich per GET-Befehl alle bisher angelegten Varianten runterladen. Wir arbeiten aktuell mit Hochdruck am Thema CSV-Import, bzw Export. Dort werden Sie dann auch die Möglichkeit haben sich alle Produkte als Excel ausgeben zu lassen. CSV soll in Q2 2023 zur Verfügung stehen.
Macht es Sinn out of stock Produkte zu deaktivieren?	DeepDive 1B	Wenn Sie sicher sind, dass diese Produkte nicht mehr nachkommen, macht es Sinn diese zu deaktivieren.
Warum muss der Content bei den Artikeln noch zusätzlich bestätigt werden?	DeepDive 1B	Unser Ziel ist es, dass der Content den Artikel korrekt beschreibt - egal bei welchem Verkäufer die Kund*in letztlich bestellt. Dies erreichen wir über mehrere Mechanismen. Der Content-Bestätigungsprozess, der ab dem zweiten Verkäufer durchgeführt wird, ist ein wichtiger Teil davon. Dabei können dann z.B. EAN-Dreher oder vertauschte Farben erkannt werden.
kann ich direkt an einem Artikel auch mal einen Fehler melden? Bspw. wenn mehrere Anbieter das gleiche Produkt anbieten und einer sagt z.B. "inkl. 2. Ersatzmesser" und genau dieser Text wird im Shop angezeigt, obwohl er falsch ist. hat bei uns in letzter Zeit häufiger zu Kundenreklamationen geführt.	DeepDive 1B	Wir arbeiten an einer Lösung, Zugaben (wie das 2. Ersatzmesser) strukturiert und vergleichbar zu erfassen und die beiden durchaus unterschiedlichen Angebote dann kundenfreundlich darzustellen. Aktuell sind Beigaben, die über die EAN hinausgehen, nur für den Verkäufer OTTO möglich, sie werden mit "gratis" unter dem Produkttitel gekennzeichnet und werden als eigenes Produkt dargestellt. Andere Beigaben sind (noch) unzulässig, auch wenn sie im Text erwähnt werden. Melden Sie solche Fälle daher gerne über die bekannten Wege.
Können Sie einen API-Schnittstelle-Anbieter für das Anbinden an Otto Market empfehlen?	DeepDive 2C	Wir geben keine generellen Empfehlungen für Dienstleister, da es hier viele verschiedene Faktoren gibt, die in der Auswahl eines geeigneten Dienstleisters mit rein spielen. Gerne können unter "https://www.otto.market/de/vorteile-und-services/dienstleister.html" alle bislang an OTTO angebundenen und durch das zuständige Team von OTTO Market abgenommene Dienstleister eingesehen werden.
Wo finde ich eine Liste aller Kategorien sowohl für UI und API? Gibt es eine stetig aktuelle Downloadliste?	DeepDive 2C	Sie können die Kategorienliste über die API ziehen. Eine Auflistung der verfügbaren Produktkategorien können Sie hier einsehen: https://www.otto.market/de/sofunktioniert/sortimente-uebersicht.html
Wird es denn irgendwann möglich sein bestehende SKUs im OPC zu löschen? Wir haben damals ohne eine API Schnittstelle Artikel angelegt und seitdem stören diese in unserem OPC	DeepDive 2C	Eine Löschung von SKUs ist erstmal nicht vorgesehen. Um Ihnen eine bessere Übersicht auf der Produkte-Übersichtsseite zu bieten, wird es dort eine Möglichkeit geben SKUs auszublenden. Wiederverwenden lassen die sich dadurch aber nicht.
wird es bald möglich sein, eine Buyboxauswertung zu bekommen? Zurzeit ist es nur in Handarbeit möglich, zu sehen wo man die Buybox hat.	DeepDive 2C	Ja, wir beschäftigen uns aktuell damit, wie wir Ihnen am besten Transparenz über Wettbewerb am Artikel in OPC Analytics verschaffen können. Sie sollen hier zukünftig die Möglichkeit bekommen, schnell und einfach zu erkennen, an welchen Produktvarianten Wettbewerb herrscht.
Wird als Rankingfaktor nur der Preis in Betracht gezogen oder die Summe Preis+Versandkosten?	DeepDive 2C	Neben dem Preis fließen auch die Versandkosten in das Anbieterscore-Modell und damit die Entscheidung, wer die Buybox gewinnt, ein.
gibt es einen Markenschutz? Damit der Markeninhaber alleine verkaufen kann seine eigenmarke.?	DeepDive 2C	Bezogen auf Marken gibt es mehrere Aspekte zu beachten. 1. Der Markeninhaber kann selbst (unabhängig vom Marktplatz OTTO) lizenzierte Verkäufer für seine Marke festlegen. Dies tun in der Regel nur große Marken, weil sie dies dann auch verfolgen müssen. Der Marktplatz OTTO berücksichtigt diese Einschränkung, wenn sie uns durch den Markeninhaber bekannt gemacht wird. 2. Auf OTTOs Weg vom Händler zum Marktplatz wurde das Anbieten einiger Marken auf den Verkäufer OTTO eingeschränkt, diese Einschränkungen wurden in 2022 weitgehend abgebaut. Aktuell sind nur noch 4 Marken(gruppen) wie z.B. Apple auf den Verkäufer OTTO beschränkt. Bei einigen weiteren Marken(gruppen) wird der Verkäufer OTTO noch bevorzugt, wenn er für genau diese Produktvariante lieferfähig ist. All diese Einschränkungen finden Sie in den AGB. Wir planen einen weiteren Abbau dieser Einschränkungen.
Wird es möglich sein Verkäufer auszuwählen, ähnlich einer Markenregistrierung, wodurch gewährleistet wird das auch das bestmögliche Contentmaterial ausgewählt wird, im Idealfall, des Herstellers?	DeepDive 2C	Wir zeigen den Content mit dem höchsten Kundennutzen. Wir arbeiten ständig daran diese Funktionalität zu optimieren. Dabei besteht auch die Idee, entsprechenden Hersteller-/Marken-Content zu bevorzugen oder auch Content aus unterschiedlichen Quellen zusammenzuführen. Welche Möglichkeiten wir schlussendlich verwenden, hängt davon ab, welchen Kundennutzen wir erwarten. Teilweise verbessern z.B. Verkäufer (wie der Verkäufer OTTO) den Hersteller-Content durch ihr übergreifendes Wissen, auch dies wollen wir den Kund*innen zukommen lassen. Sobald es hierzu Änderungen gibt, informieren wir Sie auf den bekannten Kanälen.
Sind Schreibrechte für Markeninhaber/Hersteller möglich oder geplant? Sodass diese entscheiden können welcher Content dargestellt wird und keine willkürlichen Änderungen von Dritten vorgenommen werden.	DeepDive 2C	Wir zeigen den Content mit dem höchsten Kundennutzen. Wir arbeiten ständig daran diese Funktionalität zu optimieren. Dabei besteht auch die Idee, entsprechenden Hersteller-/Marken-Content zu bevorzugen oder auch Content aus unterschiedlichen Quellen zusammenzuführen. Welche Möglichkeiten wir schlussendlich verwenden hängt davon ab, welchen Kundennutzen wir erwarten. Teilweise verbessern z.B. Verkäufer (wie der Verkäufer OTTO) den Hersteller-Content durch ihr übergreifendes Wissen, auch dies wollen wir den Kund*innen zukommen lassen. Sobald es hierzu Änderungen gibt, informieren wir Sie auf den bekannten Kanälen.
Wie kann die MOIN Prüfung bei großen Sortimenten (28k SKUs) erfolgen?	DeepDive 2C	Mit der Bestätigung (MOIN Prüfung) im Rahmen von Wettbewerb am Artikel unterstützen wir sie bei der Sicherstellung der juristischen Anforderungen der Angebotsprüfung und sie behalten den Überblick über die für Ihre Angebote verwendeten Contentinhalte. Wir wollen für die Kund*in sicherstellen, dass sie die Produktvariante erhält, dessen Beschreibung sie auf der Product Detail Page gesehen und bestellt hat. Mit der Bestätigung der Zusammenlegung stellen wir dies sicher und ersparen unseren Kund*innen und Ihnen Ärger.
Könnten wir bald eine Art EAN Mapping durchführen? Also zuerst die verfügbaren EANs bei otto abrufen und dann unsere Produktdaten liefern? So würden wir uns den nachgehenden Schritt ersparen :)	DeepDive 2C	Ich bin mir nicht sicher, ob ich Ihre Frage richtig verstehe, daher eine umfangreichere Antwort: 1. Sie können heute schon solche Produkte anbieten, die es auf dem Marktplatz OTTO bereits gibt und solche, die es noch nicht gibt und unseren Rahmenbedingungen entsprechen. Dafür benötigen Sie jeweils Content (Bilder, Texte, granulare Merkmale, etc.) und Konditionen (Preis, Lieferzeit etc.) 2. Es besteht die Idee, den Verkauf ohne Content zu ermöglichen, dann wären Sie jedoch davon abhängig, dass es einen anderen Verkäufer für die Produktvariante gibt und dieser auch weiter anbietet. Diese Erweiterung ist jedoch nicht in den nächsten Monaten geplant, so dass Sie darauf nicht warten sollten. 3. Viele Dienstleister sind darauf spezialisiert, Ihre Produktdaten auf die Strukturen des Marktplatz OTTO (und andere Marktplätze) anzupassen. Eine Auswahl an Dienstleister, die bereits mit Otto zusammenarbeiten finden sie hier: https://www.otto.market/de/vorteile-und-services/dienstleister.html
Hallo, wie schützen wir unseren Content als Hersteller vor Anpassungen von Drittanbietern?	DeepDive 2C	Wir zeigen den Content mit dem höchsten Kundennutzen. Wir arbeiten ständig daran diese Funktionalität zu optimieren. Dabei besteht auch die Idee, entsprechenden Hersteller-/Marken-Content zu bevorzugen oder auch Content aus unterschiedlichen Quellen zusammenzuführen. Welche Möglichkeiten wir schlussendlich verwenden hängt davon ab, welchen Kundennutzen wir erwarten. Teilweise verbessern z.B. Verkäufer (wie der Verkäufer OTTO) den Hersteller-Content durch ihr übergreifendes Wissen, auch dies wollen wir den Kund*innen zukommen lassen. Sobald es hierzu Änderungen gibt, informieren wir Sie auf den bekannten Kanälen.
Wie/ wo erkenne ich denn, ob mein Content angezeigt wird oder der eines anderen Verkäufers?	DeepDive 2C	Wir haben diesen Wunsch aufgenommen und arbeiten an einer Lösung. Derzeit können Sie dies leider nicht einfach erkennen.
Hat der Markeninhaber nicht automatisch Content-Hoheit vor anderen Händlern?	DeepDive 2C	Wir zeigen den Content mit dem höchsten Kundennutzen. Wir arbeiten ständig daran diese Funktionalität zu optimieren. Dabei besteht auch die Idee, entsprechenden Hersteller-/Marken-Content zu bevorzugen oder auch Content aus unterschiedlichen Quellen zusammenzuführen. Welche Möglichkeiten wir schlussendlich verwenden hängt davon ab, welchen Kundennutzen wir erwarten. Teilweise verbessern z.B. Verkäufer (wie der Verkäufer OTTO) den Hersteller-Content durch ihr übergreifendes Wissen, auch dies wollen wir den Kund*innen zukommen lassen. Sobald es hierzu Änderungen gibt, informieren wir Sie auf den bekannten Kanälen.
Wird die Serie des Contentgewinners ausgespielt?	DeepDive 2C	Ja, derzeit verwenden wir die "Serie" des Contentgewinners.

Was tun, wenn die Produktvariante mit der gleichen Hersteller EAN nicht angeknüpft wird? Wir erhalten nicht das Gelbe Symbol in der UI.	DeepDive 2C	Sollten sie eine solche Situation haben, melden sie dies bitte unter Angabe der betroffenen SKU im Helpdesk per Ticket bei unseren Support. Wir prüfen die Situation.
Werden Artikel mit hohem Bestand besser gerankt?	DeepDive 2C	Nein, der Bestand hat keinen Einfluss auf das Anbieterscore-Modell.
Woraus setzt sich das "Verkäufervertrauen" zusammen im Scoring?	DeepDive 2C	Das Kundenverhalten zeigt uns, dass zumindest zum aktuellen Zeitpunkt ein Angebot von OTTO als Verkäufer im Vergleich zu einem gleichwertigen Angebot eines Partners eine höhere Kaufwahrscheinlichkeit hat. Dies bilden wir entsprechen im Anbieterscore-Modell ab. Im Zuge der Plattformtransformation verändert sich jedoch auch das Verhalten unserer Kund*innen und wir gehen davon aus, dass das Bewusstsein und die Bereitschaft, bei anderen Verkäufern auf der Plattform zu kaufen, steigt. Das Modell wird sich immer entlang des Kundenverhaltens verändern.
Wo finde ich meinen Händlercore?	DeepDive 2C	Zum aktuellen Zeitpunkt finden Sie dazu noch keine Informationen. Wir beschäftigen uns aktuell damit, wie wir Ihnen am besten Transparenz über Wettbewerb am Artikel in OPC Analytics verschaffen können. Sie sollen hier zukünftig die Möglichkeit bekommen, schnell und einfach zu erkennen, an welchen Produktvarianten Wettbewerb herrscht. Auch die Information, ob sie die Buybox gewinnen bzw. wie sich Ihre Konditionen von denen des Buyboxgewinners unterscheiden könnten mögliche Ausbaustufen werden.
Was passiert, wenn wir zunächst alleiniger Verkäufer sind, und dann kommt ein weiterer Verkäufer hinzu, der Content wird zusammengelegt. Muss auch dann der Content bestätigt werden, damit wir weiterhin als Verkäufer auftreten können?	DeepDive 2C	Wenn Sie alleiniger Anbieter sind und Ihre Produktvarianten über die UI anlegen, brauchen Sie nichts weiter tun, wenn ein zusätzlicher Anbieter die identische Produktvariante zu einem späteren Zeitpunkt anlegt. Legen Sie Ihre Produktvariante über die API an und sind Sie erster/einzigster Anbieter, wird die MOIN initial automatisch bestätigt. Allerdings ist es erforderlich, dass sie uns die MOIN mit jeder weiteren Datenlieferung/-aktualisierung mitschicken, damit die Bestätigung erhalten bleibt.
Inwiefern beeinflusst das SLA Buybox und/oder Sichtbarkeit?	DeepDive 2C	Zum aktuellen Zeitpunkt gar nicht.
Zu den Konditionen im Anbieter-Scoring: Können Sie eine Indikation geben, wie unterschiedlich wichtig die 6 Konditionen sind?	DeepDive 2C	Darüber können wir leider keine konkrete Auskunft geben, um einzelnen Verkäufern keine Wettbewerbsvorteile auf der Plattform zu verschaffen. Herauszustellen ist jedoch, dass das Zusammenspiel der Konditionen relevant ist.
Zu den Konditionen im Anbieter-Scoring: Gehen die Versandkosten rein als "ja/nein" in die Attraktivität ein, oder auch in der absoluten Höhe der Differenz zu anderen Verkäufern?	DeepDive 2C	Nicht nur das Vorhandensein, sondern auch die Höhe der Versandkosten beeinflusst die Attraktivität eines Angebots aus Kundensicht.
Werden Kundenbewertungen von Produkten, die über den Otto Einkauf verkauft wurden, auch in den Otto Marktplatz übernommen?	DeepDive 2C	Wenn es Wettbewerb am Artikel gibt, dann werden auf einer product detail page alle Kundenbewertungen (oder konkreter Produktbewertungen), die zu diesem Produkt abgegeben worden sind, angezeigt, unabhängig davon, bei welchem Verkäufer das Produkt gekauft wurde oder welcher Verkäufer Gewinner der Buybox ist. An der jeweiligen Bewertung loben wir jedoch den Verkäufer aus, bei dem der Kunde gekauft und daraufhin die Bewertung abgegeben hat. Technisch stellen wir also sicher, dass wir die Produktbewertungen den richtigen Verkäufern zuordnen können.
Wie ist das jeweilige Ranking der unterschiedlichen Konditionen für den Gewinn der Buybox?	DeepDive 2C	Darüber können wir leider keine konkrete Auskunft geben, um einzelnen Verkäufern keine Wettbewerbsvorteile auf der Plattform zu verschaffen. Herauszustellen ist jedoch, dass das Zusammenspiel der Konditionen relevant ist.
Woraus setzt sich das "Verkäufervertrauen" zusammen im Scoring?	DeepDive 2C	Das Kundenverhalten zeigt uns, dass zumindest zum aktuellen Zeitpunkt ein Angebot von OTTO als Verkäufer im Vergleich zu einem gleichwertigen Angebot eines Partners eine höhere Kaufwahrscheinlichkeit hat. Dies bilden wir entsprechen im Anbieterscore-Modell ab. Im Zuge der Plattformtransformation verändert sich jedoch auch das Verhalten unserer Kund*innen und wir gehen davon aus, dass das Bewusstsein und die Bereitschaft, bei anderen Verkäufern auf der Plattform zu kaufen, steigt. Das Modell wird sich immer entlang des Kundenverhaltens verändern.
*RC: Was kostet der Service?	DeepDive 2D	Im Test kostenfrei, Preisgestaltung ab Rollout noch in Klärung.
*RC: Gibt es weitere Templates?	DeepDive 2D	Wir starten mit dem einen Template, perspektivisch sollen weitere Templates folgen.
*TD: Was kosten die Analysen?	DeepDive 2D	Die monatliche Nutzungsgebühr von Trendify Unlimited beträgt 479 Euro (exkl. MwSt.). Aktuell erhalten Sie Trendify zum Aktionspreis von 379 Euro (exkl. MwSt.). Mit Trendify Unlimited erhalten Sie Zugriff auf alle Analysen im vollen Funktions- und Leistungsumfang sowie zahlreiche zusätzliche Vorteile.
*TD: Kann man Trendify testen?	DeepDive 2D	Die monatliche Nutzungsgebühr einer einzelnen Analyse beträgt 99 Euro (exkl. MwSt.). Hier erhalten Sie einen limitierten Zugriff auf eine spezifische Analyse. Ja, als Neukunde können Sie Trendify 14 Tage kostenlos testen. Die Testphase können Sie ganz einfach im OTTO Partner Connect unter Services >> Analysen starten.
*TD: Bietet ihr auch ein Deep Dive / Webinar an, um mehr über den Service zu erfahren?	DeepDive 2D	Wir bieten immer mal wieder Webinare an. Falls Sie daran interessiert sind, Fragen zum Produkt haben oder eine Produktführung benötigen, dann melden Sie sich gerne bei uns per Mail: trendify@otto.de
Ist es möglich unseren eigenen bereits erzeugten AR-Content einzuspielen?	DeepDive 2D	Perspektivisch wird es möglich sein, jedoch müssen die Daten dem Khronos Standard entsprechen (https://www.khronos.org/news/press/khronos-gltf-2.0-released-as-an-iso-iec-international-standard)
@CGI Service Wenn wir bereits 360 Grad Bilder haben, können wir diese auch auf Otto zeigen? Sortiment Baumarkt: Luftentfeuchter, Luftreiniger, Klimaanlage usw.	DeepDive 2D	Wenn die 360° Bilder in Videos abgespielt werden, besteht die Möglichkeit, diese hochzuladen. Der Upload der Videos muss beim verantwortlichen Account Manager angefragt werden.
Darf ich die Fotos auch auf anderen Plattformen benutzen?	DeepDive 2D	Ja, die Nutzungsrechte liegen zu 100% bei Ihnen. Wir sprechen lediglich eine Empfehlung für die Erstellung der Bilder nach OTTO-Marketing-Standards aus.
Ist Rich Content vergleichbar mit dem A+ Content auf Amazon?	DeepDive 2D	Ja.
Wann ist Rich Content live?	DeepDive 2D	Test im 4. Qrt. 2022, Rollout dann ab Frühjahr 23 mit optimierter Produktversion.
Gibt es für den Rich Content mehrere Vorlagen oder Module, aus denen man aussuchen kann? Oder gibt es nur diese eine Vorlage mit Banner und drei Bildern?	DeepDive 2D	Wir starten mit dem einen Template, perspektivisch sollen weitere Templates folgen.
Kann Rich Content auch über die API-Schnittstelle angereichert werden oder lediglich in der Oberfläche?	DeepDive 2D	Ab Rollout kann Rich Content über OPC, "Services" angelegt werden. Weitere Zugangsmöglichkeiten werden geprüft.
Rich Content: Test kostet nichts, aber kostet es später für den Normalnutzer etwas?	DeepDive 2D	Im Test kostenfrei, Preisgestaltung ab Rollout noch in Klärung
Kann man Rich Content auch verwenden, wenn man über Tradebyte angebunden ist und so die Artikelinfos bereitstellt?	DeepDive 2D	Ab Rollout kann Rich Content über OPC, "Services" angelegt werden. Weitere Zugangsmöglichkeiten über ext. Dienstleister werden geprüft.
Warum verkauft Otto Trendify als Service zu einem hohen Preis, obwohl andere große Plattformen diese Analysen kostenlos anbieten?	DeepDive 2D	Mit Trendify geben wir unseren Partnern einen detaillierten Einblick in die Kennzahlen des Markplatzes über alle Kategorien/Sortimente hinweg. Zusätzlich limitieren wir nicht die Ausspielungsmenge der Ergebnisse der Analysen. Dadurch bekommen Sie Zugriff auf ein sehr breites und detailliertes Recherche Tool. Darüberhinaus bieten wir mehr als reine Standardreports aus, wie z.B. direkte Keywordvergleiche und spezifische Detailinformationen. Zusätzlich können alle aktiven OTTO Partner diesen Service nutzen, wir schließen z.B. keine Partner aus, die nicht Markeninhaber sind.
Trendify! 14 Tage kostenlos und was ist danach?	DeepDive 2D	Sie können Trendify als Neukunde 14 Tage kostenlos verwenden. Entscheiden Sie sich gegen die weitere Nutzung des Service, müssen Sie Trendify innerhalb der kostenlose Testphase in der Buchungsübersicht im OTTO Partner Connect kündigen. Andernfalls startet automatisch nach der Testphase das jeweilige Monatsabonnement. Wir weisen Sie innerhalb des Testzeitraums ebenfalls auf den Ablauf per Mail hin.
Was kosten die Services im Einzelnen?	DeepDive 2D	Die monatliche Nutzungsgebühr einer einzelnen Analyse beträgt 99 Euro (exkl. MwSt.). Hier erhalten Sie einen limitierten Zugriff auf eine spezifische Analyse. Jede Analyse von Trendify kann frei kombinierbar dazugebucht werden.
RICH CONTENT: wie verhält es sich, wenn mehrere Wettbewerber das gleiche Produkt anbieten? Kann man sich an ein Rich Content Angebot "anheften" oder wie verhält es sich, wenn man nicht der Content Gewinner ist und ein anderer Content angezeigt wird und nicht der Rich Content?	DeepDive 2D	Der Rich Content gehört zum Artikel, bei allen Verkäufern wird der gleiche Rich Content angezeigt.
Hallo, ich hätte gerne nochmal die Adresse für das Testprogramm Rich Content.	DeepDive 2D	Unter https://otto.business/richcontent/ als Testpartner anmelden oder per Mail an richcontent@otto.de
Ist es auch möglich, dass Otto meine Produkte ablichtet, fotografiert, digitalisiert?	DeepDive 2D	Der CGI Service digitalisiert alle Möbelsortimente.
Wir verkaufen Schmuck. Oder ist es derzeit nur für Möbel und wird es auch nur für Möbel geben?	DeepDive 2D	Momentan fokussieren wir unseren Service auf Möbel, ggf. kommen weitere Sortimente dazu, da gibt es derzeit jedoch noch keine konkrete Planung.
Wird es Rich Content für alle geben?	DeepDive 2D	Wir planen einen stufenweisen Hochlauf des Service, die Partner sollten die Markenrechte für die Produkte haben, für die sie Rich Content hochladen möchten.
*TD: Wie werden die Daten erhoben? Auf welcher Datengrundlage basiert der Service?	DeepDive 2D	Die Daten werden anonymisiert in unserem Webshop erhoben und Ihnen in den Analysen zur Verfügung gestellt. Mit Trendify erhalten Sie somit Zugriff auf qualitativ hochwertige und exklusive first-party Daten.
*TD: Wo und wie kann ich auf Trendify zugreifen?	DeepDive 2D	Sie können auf die Analysen in der separaten Webapp von Trendify zugreifen. Diese erreichen Sie unter https://app.trendify.de . Für den Login benutzen Sie einfach Ihre Logindaten von OTTO Partner Connect (nur bei aktivem Abonnement möglich).
*TD: Wie geht es weiter, sind noch mehr Analysen geplant? Groooßartig, Ihre Drei!	DeepDive 2D	Die Testphase von Trendify können Sie ganz einfach in OTTO Partner Connect unter Services >> Analysen starten. Vielen Dank. In der Tat, wir sind mit der Entwicklung von Trendify noch ganz am Anfang und entwickeln den Service kontinuierlich weiter. D.h. es werden neue Analysen von Zeit zu Zeit hinzugefügt. Wenn Sie konkretes Feedback bzw. Ideen haben, können Sie uns diese gern per Mail an trendify@otto.de senden.