Pressemitteilung

Hamburg/München, 27.01.2016

**SportScheck: Chief Digital Officer tritt in die Geschäftsführung ein**

**Jan Kegelberg, der im September die neu geschaffene Position des Chief Digital Officers bei SportScheck in München übernommen hat, tritt zum 1. Februar 2016 in die Geschäftsführung des Unternehmens ein. In dieser Funktion wird er die Bereiche Vertrieb E-Commerce, Marketing und Customer Intelligence vorantreiben.**

Jan Kegelberg, 44, der vor dem Eintritt bei SportScheck die E-Commerce Initiativen der Otto Group Russia gesteuert hat, besitzt einen MBA der Universität Michigan. Seine digitale Expertise hat er als Geschäftsführer mehrerer erfolgreicher Start-Ups und als Strategieberater E-Commerce für multinationale Unternehmen im Finanzsektor unter Beweis gestellt.

„Mit der Berufung von Jan Kegelberg in die Geschäftsführung setzen wir weiter unsere Strategie um, Digitalkompetenz in den Geschäftsführungen relevanter Konzerngesellschaften zu verankern“, so Neela Montgomery, Vorständin der Otto Group und Beiratsvorsitzende von SportScheck. „Mit Jan Kegelberg haben wir einen erfahrenen Digitalstrategen mit internationaler Erfahrung an Bord, der das Multichannel-Konzept des Unternehmens vorantreiben wird.“

Die Geschäftsführung von SportScheck setzt sich nun zusammen aus Markus Rech, 42, seit vergangenen September Vorsitzender der Geschäftsführung. Er verantwortet die Unternehmens­strategie und -entwicklung sowie den Einkauf und Vertrieb Stationär. Lars Schöneweiß, 46, leitet seit Oktober als Geschäftsführer die Ressorts Finanzen, Controlling, IT, Logistik und Personal. Jan Kegelberg komplettiert die neue dreiköpfige Geschäftsführung von SportScheck.

**Otto Group**1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 54.000 Mitarbeitern. Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 20 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2014/15 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 12,1 Milliarden Euro. Sie ist weltweit der zweitgrößte Onlinehändler mit dem Endverbraucher (B2C) und in Europa der größte Onlinehändler für Fashion und Lifestyle mit dem Endverbraucher (B2C). E-Commerce, Kataloggeschäft und der stationäre Einzelhandel bilden die drei Säulen des Multichannel-Einzelhandels der Otto Group. Weltweite Konzernaktivitäten und eine Vielzahl von strategischen Partnerschaften und Joint Ventures bieten der Otto Group ausgezeichnete Voraussetzungen für Know-how-Transfer und die Nutzung von Synergiepotenzialen. Ein hohes Maß an Eigenverantwortlichkeit der Konzernunternehmen garantiert zugleich Flexibilität und Kundennähe sowie eine optimale Zielgruppenansprache in den jeweiligen Ländern.

**Pressekontakt:**

Thomas Voigt, +49 40 6461 4010, thomas.voigt@ottogroup.com