

Pressemitteilung

Hamburg, 14.06.2018

Kai Steffan wird Geschäftsführer bei Manufactum

Ab dem 1. November 2018 wird Kai Steffan die Geschäftsführung der Manufactum GmbH verstärken. In seiner neuen Funktion wird er neben Max Heimann schwerpunktmäßig die Definition und Umsetzung der Produkt- und Marketingstrategie verantworten.

Mit Kai Steffan kommt ein ausgewiesener und erfahrener Experte in den Bereichen Produkt und Marketing in das Führungsgremium von Manufactum. Nach dem Studium am Nova Scotia College of Art and Design in Halifax, Kanada, sowie am St. Martins College of Art and Design in London arbeitete Steffan für verschiedene Design- und Werbeagenturen. Anfang 2009 trat er als Creative Director bei Villeroy & Boch ein. Seit 2015 bis zu seinem Wechsel zu Manufactum ist Kai Steffan als Director Home & Living für die Tchibo GmbH in Hamburg tätig. Im Laufe seines beruflichen Schaffens wurde der 47-Jährige mit diversen internationalen Design-Preisen ausgezeichnet.

„Mit Kai Steffan haben wir einen Geschäftsführer gefunden, der die kreativen und ästhetischen Aspekte der Aufgabe mit der kommerziellen Seite verbindet. Auf die Zusammenarbeit freuen wir uns sehr und wünschen ihm und Max Heimann viel Erfolg bei der gemeinsamen Führung des Unternehmens“, sagt Sven Seidel, Vorstand Multichannel-Retail der Otto Group.

Kai Steffan folgt auf Dr. Christopher Heinemann, der wie berichtet auf eigenen Wunsch hin zum 30. Juni 2018 aus der Unternehmensgruppe ausscheidet.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 51.800 Mitarbeitern. Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 30 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2017/18 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 13,7 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von rund 7,9 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern. 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:

Martin Zander, +49 151 4611 0275, martin.zander@ottogroup.com