



## **Mehr Manpower: URBANARA verstärkt sein Team um sieben neue Mitarbeiter**

**Die Online-Marke für hochwertige Homeware-Produkte und Wohnaccessoires wächst dynamisch und baut ihre Personalstruktur in Deutschland und Großbritannien weiter aus**

**Berlin, 15.05.2012. Mit sieben neuen Spezialisten für verschiedene Bereiche reagiert das Online-Unternehmen URBANARA auf das anhaltende Wachstum. Die Verstärkung sorgt für eine noch bessere Kommunikation mit den Kunden, stärkt die Markenpräsenz in den Online-Kanälen, nutzt modernste Business Intelligence zur Optimierung der Wertschöpfungskette, steuert vertikale Produktkampagnen und kreiert neuen attraktiven Content.**

„Wir freuen uns über das wachsende Team, das mit jungen, engagierten und dabei hochversierten Mitarbeitern erneut an Schlagkraft gewonnen hat.“, begrüßt **Benjamin Esser**, CEO von URBANARA, die Neuzugänge. Der URBANARA-Chef weiß, dass es in der aktuellen Marktlage nicht so einfach ist, derart hochqualifizierte Mitarbeiter für sich zu gewinnen. URBANARA kann jedoch punkten: „Wir beschäftigen uns mit dem wahren Preis von Produkten, Nachhaltigkeit in der Produktion und fairem internationalen Handel und haben zufriedene Kunden und Investoren. Das macht URBANARA zu einem attraktiven Arbeitgeber.“ Die sieben neuen Mitarbeiter bescheinigen das gerne.

**Ran an den Markt:** Mit diesem Ziel steigt **Marco Hasselmann** als **Head of Online Marketing Germany** ein. Der Diplom-Wirtschaftsjurist (FH) war zuvor als Online-Marketing-Manager bei der Agentur für Performance Marketing sowie bei Momox/Medimops tätig und gilt als ausgewiesener Spezialist für die Projektsteuerung im Bereich Online-Marketing, für SEO, SEM, CRM sowie Social Media Marketing. Mit seinem eigenen Startup Repeo.de hat er als Gründer selbst Erfahrung gesammelt, die er unternehmerisch denkend bei URBANARA einbringt.

**Mehr Struktur:** Mehr Mitarbeiter erfordern auch neue Strukturen – eine Aufgabe, der sich die sechssprachige **Veronika Braun** als **Head of Human Resources** annimmt. Sie besitzt einen Master of Science in International Business Economics and Management und arbeitete bisher als Recruiterin und Personalmanagerin. Vor URBANARA verantwortete sie vor allem Recruiting-Strategien und HR-Entwicklung.

**Mehr Mathematik:** Modernste Einkaufs-, Vermarktungs- und Vertriebsstrukturen sind nur mit zeitgemäßer Analyse möglich. Dafür ist künftig **Sören Heise** als Business Intelligence Analyst zuständig, der dafür einen Bachelor of Science mitbringt. Zuletzt arbeitete er an der IT-basierten Optimierung logistischer Prozesse.



**Gute Produkte besser vermarkten:** Das ist der Job von Julia Strache und Rachel Jensen, die das URBANARA-Team als **Vertical Product Manager** verstärken. Die Diplom-Juristin **Julia Strache** arbeitet seit über zehn Jahren in der Online-Branche, sowohl im Vertrieb als auch bei der Vermarktung von unterschiedlichsten Produkten bei namhaften Unternehmen wie Lastminute.com oder Vodafone. Zuletzt entwickelte sie als selbstständige Beraterin spezialisierte Shops sowie internationalisierte Retail-Konzepte für Premium-Lifestyle-Produkte mit Schwerpunkt Südamerika. Die US-Amerikanerin **Rachel Jensen** besitzt einen Bachelor of Science in Business Administration und einen BA in Französisch und bringt ihre Erfahrungen für den nordeuropäischen Raum ein. Zuletzt arbeitete sie beim britischen Edel-Textilhaus Holland & Sherry und koordinierte den Vertrieb von 15 verschiedenen Textillinien über 11 Länder hinweg.

**Mehr Inhalte:** Damit die Kunden die bestmöglichen Informationen über die Produkte erhalten, verstärken zwei neue Texter das Team. **Katharina Flick** sorgt als **Copy Writer Germany** dafür, dass die Produkte von URBANARA, ihre nachhaltige Herstellung und ihre Wertigkeit verständlich werden. Mit einem Bachelor of Arts in Multilingual Communications, mehrjähriger Erfahrung in internationaler Kommunikation (Online- und Printmedien) und als Redakteurin im Bereich Lifestyle & Fashion bringt sie dafür beste Voraussetzungen mit. Als **Copy Writer UK** steht ihr Melisa Gray-Ward zur Seite, deren Bachelor of Arts in English Literature and Writing für sich spricht. Die gebürtige Australierin verfügt darüber hinaus über zehn Jahre Praxis in Sachen Print- und Online-Kommunikation für verschiedene Medienagenturen und Unternehmen innerhalb und außerhalb Europas.

### Über URBANARA

URBANARA ist eine neue Online-Marke für urbane, qualitativ hochwertige Homeware Produkte und Wohnaccessoires zu wahren Preisen. Der Online-Anbieter baut sein Europageschäft zügig aus und vertreibt seine Produkte neben Deutschland bereits in Großbritannien und Österreich. Herkunft, naturbelassene Rohstoffe und die erstklassige Verarbeitung der Produkte stehen bei URBANARA an erster Stelle. Diese Faktoren allein bestimmen den Preis. Durch direkte Handelsbeziehungen mit den handverlesenen Herstellern aus aller Welt kann URBANARA seine Produkte bis zu 60 Prozent günstiger anbieten als der reguläre Einzelhandel. Das Unternehmen wurde 2010 gegründet. Mit Firmensitzen in Berlin, London und Shanghai wird URBANARA von Benjamin Esser, Claire Davidson und Martin von Wenckstern geleitet.

Folgen Sie URBANARA auf **Facebook.com/urbanara.de**, Google+ <http://plus.google.com/u/0/s/urbanara>, per Twitter [@URBANARA\\_de](https://twitter.com/URBANARA_de) und auf [www.urbanara.de/blog](http://www.urbanara.de/blog).

<b>Pressekontakt Unternehmens PR:</b>	<b>Kontakt Unternehmen:</b>
Anette Keiser	Sara Goldenberg Social Media & PR-Manager
<b>FIRST SCOUT IN</b> Strategische Kommunikationsberatung	<b>URBANARA GmbH</b>
Telefon: +49 (0) 89 2090 0135	Telefon: +49 (0) 30 97 00 56 94
E-Mail: <a href="mailto:captain@firstscoutin.com">captain@firstscoutin.com</a>	E-Mail: <a href="mailto:presse@urbanara.de">presse@urbanara.de</a>
Klenzestr. 51 80469 München	Rosenthaler Str. 49 10178 Berlin