

Lebenslauf



Ulrich Kaleta
Dipl.-ing. agr.
Elberfelder Str. 6
10555 Berlin
Tel: +49 (0)30-86435202
Mobil: +49 (0)174-9961019
Email: info@uli-kaleta.de
Web: www.kaleta.berlin
geboren am 21. Juni 1974 in Göttingen

Berufliche Tätigkeiten

01/2014 – heute

Freiberuflicher eCommerce und Marketing Consultant u.a. für

- die Entwicklung der Performance-Marketing Strategie, des Marketing Plans und deren Umsetzung für die Online-Shops von Herstellern wie STABILO, BRITA, BIRKENSTOCK, Skil Europe (eine Bosch Tochter).
- die Analyse und Bewertung des Performance Marketings und die Entwicklung einer Zukunfts-Roadmap mit Handlungsempfehlungen für die Online-Shops von Händlern wie Görtz, Baby Walz, Atelier Goldner Schnitt, OBI, Westfalia, deinebaustoffe.de und andere.
- die eCommerce Strategie-Entwicklung, die Erstellung von Marketing- und Business Cases sowie die Positionierung des Online-Shops bzw. deren Produkte für Start-ups wie Yipiii, Vinelando, littlehipstar.com als auch in Innovations-Projekten bei u.a. BSH (Bosch-Siemens-Haushaltsgeräte) und Eventim OETicket
- Evaluierung und Auswahl von Marketing Clouds zur Automatisierung des Online Marketings, Personalisierung der Zielgruppenansprache kanalübergreifend und Umsetzung datengetriebener Ansätze u.a. für die Klingel Gruppe (mit Begleitung der Implementierung als Teilprojektleiter für die Salesforce Marketing Cloud)
- Aufbau von von eCommerce und Online Marketing-Teams mit Recruitment und OnBoarding

12/2016 – heute

Co-Founder und Marketing Advisor bei der Relax Commerce GmbH (wundercurves.de | cunnicola.de) mit der

- Entwicklung der Marketing-Strategie und -Umsetzung sowie der eCommerce-Positionierung
- Mitarbeit bei der Definition des Businessmodell sowie der Pitch-Unterlagen
- Team Sparring und Supervision

05/2015 – heute

Mitglied des Strategie-Boards des Aufbau-Verlags mit einem Beratungsmandat für

- die strategische Positionierung des Verlags
- die Entwicklung der digitalen Geschäftsmodelle

09/2008 – 12/2013

**Direktor Marketing bei der notebooksbilliger.de AG, Deutschlands
größtem Online-Shop für Elektronik und IT**

- verantwortlich für alle strategischen und operativen Marketing-Aktivitäten inklusive der Budgetverantwortung mit Schwerpunkt auf Performance Marketing mit Affiliate/Kooperationen, SEA/SEO, Display+ Retargeting, E-Mail Marketing und Preissuchmaschinen, die klassischen Kanäle TV, Print und Out-of-Home als auch Mobile
- verantwortlich für die Social Media und PR Aktivitäten zur Steigerung der Reputation sowie Sales-Implikation
- Feature- sowie Weiterentwicklung und Optimierung des Shops unter Usability- und Sales Conversion-Aspekten
- Erschließung zusätzlicher Vertriebsmodelle und Entwicklung neuer Applikationen wie Mobile Site, Forum, Lifeshopping
- Vermarktung der Shop-eigenen Werbeformen und –plätze sowie Entwicklung von Kooperationen und Co-Marketing mit Herstellern (Intel, Microsoft, HP u.a.)
- Budget- und Team-Verantwortung, Re-Organisation der Strukturen

2008 – 12/2009

**Aufbau eines City Guides und Meinungsportals für
Wohnungssuchende auf Basis von Umgebungsinformationen, „frag-
titus.de“ als Gründer und Gesellschafter**

- Strategische Positionierung und Business Konzept
- Entwicklung und Umsetzung des Marketingkonzeptes zur Einführung über Virales und Online Marketing

Entwicklung des Sitekonzeptes auf struktureller und inhaltlicher Ebene

06/2004 – 12/2007

Online Communications Manager bei der BRITA GmbH in Taunusstein / Wiesbaden

Verantwortlich für die internationalen Online-Aktivitäten der BRITA Gruppe mit 12 Tochter- und ca. 40 Vertriebsgesellschaften:

- Verantwortung für die Entwicklung und internationale Umsetzung der gruppenweiten Internetstrategie im Rahmen der Marketing- und Vertriebsstrategie
- Einführung von SEM (Google) sowie inhaltlichen und technischen SEO-Maßnahmen zur Steigerung von Besucherzahlen und Konsumentendaten in den Kernmärkten
- Usability-Testing und -Optimierung mittels Einzel- und Experteninterviews sowie A/B-Tests zur Verbesserung der Conversionrate (Registrierungen) und des Websitehandlings
- Entwicklung und Umsetzung von eCommerce-Lösungen
- Internationale Einführung eines zentralen Content Management Systems (CMS), OpenSource (Typo3)
- Entwicklung von zielgruppenspezifischen closed-user-Applikationen (Intranet, Extranet)
- Strukturierung des Domain-Portfolios und Implementierung des Domain-Management-Systems

Koordinierung und Verantwortung der internationalen internen Unternehmenskommunikation und von Projekten der PR:

- Führung des internen Kommunikationsmediums "BRITA Global Intranet"
- Entwicklung konkreter, infrastruktureller Maßnahmen der PR (Press-Kit, Imagebroschüre, Unternehmenspräsentation)
- Entwicklung und Umsetzung eines internationalen Ansatzes der Corporate Social Responsibility mit UNICEF

Personalverantwortung für drei Mitarbeiter.

01/2002 – 06/2004

Project Manager bei BBDO InterOne GmbH in Frankfurt am Main und Wiesbaden

Verantwortliche Betreuung der Accounts von u.a. der Nestlé AG, Fraport AG, Lufthansa Skychefs und Herta AG im Online- und Dialog-Marketing mit den Tätigkeitsschwerpunkten

- Kundenberatung und Accountmanagement
- Akquise (Kunden- und Projektakquise)
- Erstellung und Präsentation von Kreativ-Konzepten
- Projektplanung, -steuerung und -durchführung sowie Controlling und Budgetverantwortung

Teamverantwortung

09/2000 – 12/2001

Web Application Developer bei PopNet Kommunikation GmbH

(Betriebsübergang durch Insolvenz in BBDO InterOne GmbH) in Frankfurt am Main

- Betreuung der Websites von der Nestlé AG, Herta AG und Commerzbank AG im Bereich der Programmierung, Kunden-Schulung und technischer Projektleitung

10/1999 – 09/2000 **Wissenschaftliche Tätigkeit beim NABU**, Landesverband Hessen, im Rahmen des Zivildienstes; Tätigkeitsbereiche sind die Konzeption und Programmierung der Homepage für den Landesverband sowie die EDV-Betreuung der Geschäftsstelle

Studium

1993 – 1999

Erfolgreich abgeschlossenes Studium der Agrarwissenschaften an der Justus-Liebig-Universität Gießen der Fachrichtung Umweltsicherung und Entwicklung ländlicher Räume

Studienschwerpunkte: Projekt- und Regionalplanung, Umweltmanagement, Landschaftsökologie und -planung

Diplom-Note: sehr gut (1,4), Top 10% des Jahrgangs

Diplomarbeit

Effekte des Öko-Audits am Beispiel der Ernährungsbranche - Empirische Analyse und Gestaltungsansätze

Note der Diplomarbeit: sehr gut (1,3)

Praktische Tätigkeiten

08/1998 - 09/1999

Wissenschaftlicher Projektmitarbeiter bei der Deutschen Gesellschaft für Projektmanagement (GPM), Mitarbeit an Studien zu "Projektmanagement in der Landschaftsplanung" und Umweltmanagementsystemen

03/1998 - 05/1998

Studentische Hilfskraft an der Professur für Landschaftsökologie und Landschaftsplanung, Mitarbeit im Sonderforschungsbereich 299

12/1996 – 02/1998

Diverse praktische Tätigkeiten in Industrie und Landwirtschaft

07/1996 - 11/1996

Praktikum auf einem Bioland-Gemüse-Betrieb

04/1996 - 06/1996

Praktikum bei der Rheinbraun AG im Bereich landwirtschaftliche Rekultivierung und Planung

Schule

1990 – 1993

Liebig-Schule, Gießen (Abitur-Note: 2,3)

1984 – 1990

Brüder-Grimm-Schule, Gießen

1980 - 1983

Grundschule am Sandberg, Hannover

remdsprachen

Englisch – verhandlungssicher

Französisch - Grundkenntnisse

Spanisch – Grundkenntnisse

EDV-Kenntnisse	Microsoft Office sowie PowerPoint, Visio und MS Project, Adobe Dreamweaver und Homesite
Interessen	Familie, Reisen, Kochen und Sport
Konferenzen (als Referent)	<p>April 2015: Savant eCommerce, Berlin – State-of the Art Marketing</p> <p>März 2015: eTail Germany, Berlin - Next level Marketing</p> <p>März 2014: eTail Germany, Berlin – Tools im Performance Marketing</p> <p>Oktober 2013: NEOCOM, Düsseldorf – What’s next</p> <p>März 2013: eTail Germany, Berlin – Mobile Commerce best cases</p> <p>März 2013: Criteo Boom, Berlin - Data und Display Advertising</p> <p>Januar 2013: Online Handel 2013, Bonn – Erfolgsfaktoren im eCommerce</p> <p>November 2012: Europäischer Handelskongress, Berlin – Internationalisierung im eCommerce</p> <p>März 2012: Internet World Kongress, München – Abschlussplenum zu Erfolgsfaktoren im eCommerce</p> <p>Januar 2012: Online Handel 2012, Bonn – Erfolgreiche Multichannel Konzepte</p>
Veröffentlichungen & Statements	<p>Internet World Business, Oktober 2013, dynamic pricing</p> <p>heise resale, Mai 2013, Preisvergleichsdienste</p> <p>usabilityblog.de, April 2013, Interview zu Erfolg im eCommerce</p> <p>Staufenbiel Institut, Handel & Marken, April 2013, Mobile Commerce und Recrutement</p> <p>iBusiness Dossier, März 2013, Multichannel Strategie</p> <p>Internet World Business, Februar 2013, Logistik + Same day delivery</p> <p>insideecommerce.de, Februar 2013, Interview zu eCommerce Strategien</p> <p>100 Experten Online Marketing, Januar 2013, Best practice Social Media</p> <p>Design Lodge, Januar 2013, Off- und Online: Multichannel Marketing</p> <p>iBusiness Dossier, Oktober 2012, Trends im eCommerce</p> <p>Internet World Business, April 2012, Conversion Rate Optimierung</p> <p>Internet World Business, März 2012, Mobile Shop Strategien</p> <p>Internet Word Business, Februar 2012, Statement zu Kundenbindung</p>

Berlin, den 1. Juni 2018



Ulrich Kaleta