



**MARKETING  
COMPETITION  
PLAN  
GOAL  
IDEAS  
VISION**

**Praxissemesterstellen**  
(GERNE AUCH IN EINER PARTNERARBEIT)  
**MIT DEM SCHWERPUNKT MARKETING**

Microplex Printware AG

Panzerstraße 5

26316 Varel

[www.microplex.de](http://www.microplex.de)

[jobs@microplex.de](mailto:jobs@microplex.de)

Die Microplex Printware AG ist ein **Entwicklungsunternehmen, mit Sitz in Varel**, mit einer breit gefächerten Produktlinie von **professionellen Druckern** mit hochflexiblen Einsatzmöglichkeiten. Ausgerichtet für **Industrie-** und **Logistik-Anwendungen**, übertreffen Microplex-Produkte sowohl die Leistungen der meisten anderen Drucker als auch die Erwartungen der Kunden.

Seit 1987 vertrauen **weltweit** Kunden jeder Branche und Größe auf die zuverlässige Drucktechnologie von Microplex.

**Im Rahmen eines Praxissemesters suchen wir Studierende für den Bereich Marketing. Die möglichen Themen werden ab Seite 2 näher erläutert.**

**Ihr Profil:**

- Laufendes Studium der „Medienwirtschaft & Journalismus“, „Wirtschaft“ oder eines vergleichbaren Studiengangs
- Grundkenntnisse im Bereich Kommunikations- & Medienwissenschaften, BWL mit Schwerpunkt Marketing
- MS-Office-Kenntnisse
- Erfahrung mit Layoutprogrammen aus dem Adobe-CS-Paket wünschenswert
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Kreativität sowie eine hochmotivierte und verlässliche Arbeitsweise mit hoher Teamfähigkeit

**Was wir Ihnen bieten:**

- Arbeiten in einem tollen Team mit abwechslungsreichen Tätigkeiten
- Flache Hierarchien und kurze Informationswege
- Möglichkeiten zur persönlichen und fachlichen Weiterbildung
- Flexible Arbeitszeiten bzw. individuelle Arbeitszeitmodelle
- Mitarbeiter-Events

**Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter folgender E-Mail-Adresse:**

**[jobs@microplex.de](mailto:jobs@microplex.de)**

Ansprechpartnerin: **Eva Feige**

**- Marketingstrategien für neue Produktreihen – Zielmarktorientierte Konzepte**

Jedes neue Produkt benötigt eine eigene, zielgerichtete Marketingstrategie, die auf die spezifischen Zielgruppen und Marktanforderungen abgestimmt ist. In diesem Projekt planen Sie die Markteinführung einer neuen Produktreihe der Microplex Printware AG. Welche Marketingmaßnahmen sind geeignet, um die Zielgruppe effektiv anzusprechen und die gewünschten Marktanteile zu gewinnen?

Sie entwickeln eine Strategie, die sowohl den festgelegten finanziellen Rahmen als auch die spezifischen Zielgruppenbedürfnisse berücksichtigt. Dabei erforschen Sie die Wirkung verschiedener Marketingkanäle – von klassischer Werbung über digitales Marketing bis hin zu Social Media – und entscheiden, welche Instrumente am besten zu den Kommunikationszielen passen. Ein Projekt, das Ihnen wertvolle Einblicke in die strategische Planung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen gibt.

**- Social Media als Instrument der Markenkommunikation: Chancen und Risiken**

Social Media ist heute ein unverzichtbares Werkzeug für die Markenkommunikation, doch es birgt auch Herausforderungen. In diesem Projekt analysieren Sie umfassend die Chancen und Risiken der Nutzung von Social Media für Unternehmensmarken.

Für die Microplex Printware AG geht es dabei speziell um die Frage, welche Social-Media-Kanäle die Marke „Microplex“ optimal repräsentieren und in welchen Märkten – sowohl in Deutschland als auch international – sie am stärksten wirken könnten. Welche Plattformen passen zum Unternehmen? Wo lauern potenzielle Risiken wie negative Publicity oder rechtliche Hürden? Gleichzeitig erforschen Sie die Chancen, die Social Media für Reichweite, Kundennähe und internationale Markenstärkung bietet. Ein spannendes Projekt, in dem Sie analytischen und kreativen Fähigkeiten gleichermaßen einbringen können!

**- Markenstrategie 2.0 – Ein Vergleich traditioneller und Social Media basierter Messansätze**

In der modernen Markenkommunikation stehen Unternehmen vor der Wahl zwischen bewährten, traditionellen Markenstrategien und neuen, Social-Media-basierten Ansätzen. In diesem Projekt führen Sie einen detaillierten Vergleich dieser Ansätze durch und untersuchen, welche Strategie am besten zu den hochwertigen und vielseitig einsetzbaren Produkten der Microplex Printware AG passt.

Welche Metriken und Messmethoden liefern aussagekräftigere Ergebnisse? Und wie unterscheiden sich die Markenwirkung und das Kundenverhalten bei traditionellen Methoden gegenüber modernen, datengetriebenen Ansätzen? Basierend auf den Ergebnissen Ihrer Analyse empfehlen Sie, welche Strategie sich für die Marke „Microplex“ am besten eignet. Dieses Projekt erlaubt Ihnen tiefe Einblicke in strategische Entscheidungen und die Arbeit mit aktuellen Vergleichsdaten aus der Technologiebranche.

**- E-Mail-Marketing im B2B-Direktmarketing**

E-Mail-Marketing ist nach wie vor ein leistungsstarkes Instrument im Direktmarketing, besonders im B2B-Bereich. In diesem Projekt entwickeln Sie ein Konzept, wie Microplex Printware AG durch zielgerichtete E-Mail-Kampagnen Kunden und Partner optimal ansprechen kann. Hierbei geht es nicht nur um die Gestaltung einer überzeugenden Ansprache, sondern auch darum, durch kreative und motivierende „Call-to-Action“-Strategien die Empfänger zu einer Interaktion zu bewegen. Welche Inhalte und Formulierungen wirken bei Entscheidungsträgern besonders gut? Wie gestaltet man ansprechende Newsletter und personalisierte Mailings, die Kunden und Partner nachhaltig an die Marke binden? Ein Projekt für kreative Köpfe, die sich für die Wirkung gezielter Kommunikation begeistern!