

1. Studierendenmarketing International

Die TU Ilmenau ist eine weltweite und international anerkannte Universität - rund 30 Prozent der Studierenden der TU Ilmenau kommen aus dem Ausland. Für die Akquisition geeigneter, internationaler Studierender sind Kenntnisse über die genutzten Informationskanäle sowie ein Überblick insbesondere über Angebote im Bereich der Studieninformationsportale auf dem internationalen Markt eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Schwerpunktsetzung bei den internationalen Marketingaktivitäten. Aufgabe des Projektteams ist die Analyse der Informationskanäle (persönliche Empfehlung, Publikationen, Social Media, Studieninformationsportale etc) über die internationale Studierende auf die TU Ilmenau aufmerksam werden. Hierzu sind geeignete Methoden (Auswertung Web-Statistiken, Auswertung Studienanfängerbefragung, eigene Befragung usw.) zu entwickeln und anzuwenden. Auf der Basis der Befragungsergebnisse und der Markt- und Kostenanalyse der Studieninformationsportale sollen konkrete Empfehlungen erarbeitet und formuliert werden, wie die TU Ilmenau geeignete, internationale Studieninteressierte noch besser ansprechen und ihre Marketingmaßnahmen zielgruppenorientiert verbessern kann.

2. Imagekampagne Olympia Personalleasing

Olympia Personalleasing ist das älteste Zeitarbeitsunternehmen aus Arnstadt und seit 1993 am Markt. Das Image von Zeitarbeitsunternehmen ist nicht das Beste, trotz inzwischen arbeitnehmerfreundlicher politischer Entscheidungen. Zudem wird das Unternehmen wenig am Markt wahrgenommen und ist sehr vom Arbeitskräftemangel betroffen. Aufgabe des studentischen Teams ist es, eine Imagekampagne zu entwickeln, die all diese Probleme aufgreift und in einer sympathischen und emotionalen Kampagne umsetzt. Ziel ist es, dass das Unternehmen mehr am Markt wahrgenommen wird, um auch langfristig Mitarbeiter zu binden und das Thema Zeitarbeit mit all seinen Vorteilen positiv zu besetzen. Das Projekt **KANN** in der Umsetzung des Konzeptes als **Medienprojekt oder Praxiswerkstatt** bis ins nächste Sommersemester weitergeführt werden. Informationen sind zu finden unter www.olympia-zeitarbeit.de.

3. Kurzvideo über die Arbeit des Fördervereins des Fachgebietes Lichttechnik

Am Fachgebiet Lichttechnik der TU Ilmenau existiert seit 30 Jahren ein Förderverein. Der Verein zur Förderung des Fachgebietes Lichttechnik an der TU Ilmenau e. V. versteht sich als Bindeglied zwischen Industriefirmen und dem Fachgebiet Lichttechnik. Er fördert die wissenschaftliche Arbeit im Fachgebiet mittels Veranstaltungen und finanzieller Unterstützung und hilft Absolventen bei der Suche nach Arbeitsstellen. Dank der Arbeit des Vereins konnte die technische Ausstattung des Fachgebietes immer mehr verbessert werden. Auch Reisen zu internationalen Tagungen werden durch die Hilfe des Vereines ermöglicht. Derzeit bereitet der Verein sein 30jähriges Jubiläum vor. Dazu wurde eine Dokumentation über alle Aktivitäten zusammengestellt (Datei Rückblick 2021). Auch die Webseite des Vereins (<https://www.tu-ilmenau.de/universitaet/fakultaeten/fakultaet-maschinenbau/profil/institute-und-fachgebiete/fachgebiet-lichttechnik/vereine/foerderverein>) dokumentiert die Arbeit des Vereins.

In einem kurzen Video soll die Arbeit des Fördervereins vorgestellt werden. Dafür soll zunächst aus dem vorhandenen Datenmaterial ein Drehbuch erstellt werden. Nach Möglichkeit sollen im Video auch Vereinsmitglieder zu Wort kommen.

4. Marketingkonzept Turnverein

Der Verein „KunstTurnRegion Burgenlandkreis e. V.“ ist ein Turnverein im Süden Sachsen-Anhalts der sich gezielt um die Nachwuchsförderung im Turnen kümmert. Über verschiedene Projekte arbeitet der Verein mit den lokalen Kindertagesstätten zusammen, um bereits früh mit gezielter Bewegungsförderung zu beginnen. Darüber hinaus finden Kinder ab einem Alter von vier Jahren die Möglichkeit in der KunstTurnRegion zu trainieren. Durch die Pandemie ist der öffentliche Auftritt des Vereins in den Hintergrund gerückt und wird dadurch nur noch schwer wahrgenommen. Es soll ein Konzept entwickelt werden, um die Stakeholder gezielter anzusprechen und abzuholen. Dies kann durch eine Informationskampagne und/oder durch einen/mehrere Videoclips und/oder eine SocialMedia-Kampagne und/oder ... umgesetzt werden. Das entscheidet das Team nach den Analysen gemeinsam mit dem Projektauftraggeber.

Informationen sind zu finden unter www.turnen-blk.de.

Das Projekt **KANN** in der Umsetzung des Konzeptes als **Medienprojekt oder Praxiswerkstatt** bis ins nächste Sommersemester weitergeführt werden.

5. Marketingkampagne VHS Arnstadt-Ilmenau

Die Volkshochschulen in ganz Deutschland haben pandemiebedingt durch die Beschränkung der Kursteilnehmer massive Probleme. Für die Zukunft möchte deshalb die VHS Arnstadt-Ilmenau gewappnet sein und sucht eine innovative Marketingkampagne, um die Kursteilnehmerzahlen wieder nach oben zu korrigieren. Weiter gibt es keine Vorgaben seitens des Projektauftraggebers, so dass auf der Grundlage der durchzuführenden Analysen (Markt, Konkurrenz, Zielgruppen etc.) die Kampagne in alle Richtungen gehen kann. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt.

Das Projekt **KANN** in der Umsetzung des Konzeptes als **Medienprojekt oder Praxiswerkstatt** bis ins nächste Sommersemester weitergeführt werden.

Informationen zur VHS sind zu finden unter: www.vhs-arnstadt-ilmenau.de