



Online Marketing Manager – Paid & Content (m/w/d)

Bei TOOLPLACE GmbH digitalisierst Du gemeinsam mit uns die Angebots- und Beschaffungsprozesse in der Kunststoffspritzguss- und Werkzeugbau-Branche. Unsere B2B-Plattform vernetzt OEMs, Tier-1/Tier-2-Zulieferer, Spritzgießer und Werkzeugmacher und macht Anfragen, Angebote und Projekte transparenter und effizienter.

Damit mehr passende Unternehmen in der DACH-Region und international auf TOOLPLACE aufmerksam werden, schaffen wir eine neue Position: Als Online Marketing Manager in Teilzeit (ca. 50 %) übernimmst Du die Verantwortung für Performance Marketing und Content und baust unsere Lead-Generation-Maschine von Grund auf auf.

Deine Aufgaben

- Du planst, setzt auf und optimierst Performance-Kampagnen zur Leadgenerierung – vor allem über Google Ads und LinkedIn Ads, ergänzend auch über Meta (Facebook/Instagram), wo sinnvoll.
- Du definierst klare Ziele (z. B. Demo-Anfragen, Qualifizierungs-Calls, Newsletter-Signups) und entwickelst passende Kampagnenstrukturen, Zielgruppen und Botschaften – auf Deutsch und Englisch.
- Du baust unsere gesamte Paid- und Content-Marketing-Struktur schrittweise auf: Account-Setups, Tracking, Kampagnen-Frameworks, Reporting und wiederkehrende Routinen.
- Du analysierst Kampagnenergebnisse (z. B. CPC, CTR, CPL, Leadqualität) und leitest konkrete Maßnahmen zur Verbesserung ab – von neuen Anzeigenvarianten bis zu Landingpage-Anpassungen.
- Du stellst ein sauberes Tracking sicher (z. B. Google Analytics, Conversion-Tracking, UTM-Logik) und bereitest Kennzahlen für Entscheidungen im Team auf.
- Du entwickelst und pflegst einen Redaktionsplan für LinkedIn – für das Unternehmensprofil und ausgewählte persönliche Profile (z. B. Geschäftsführung, Vertrieb).
- Du bereitest Content vor, der unsere Zielgruppen im Werkzeugbau- und Spritzgussumfeld adressiert: Use Cases, Kundenbeispiele, Einblicke in Angebotsprozesse, Produkt-Updates, Marktbeobachtungen – bei Bedarf auch auf Englisch.
- Du setzt AI-Tools gezielt ein (z. B. für Textentwürfe, Ad-Creatives, Keyword-Recherche, Auswertungen), um schneller Varianten zu testen und Kampagnen datenbasiert zu optimieren.
- Du testest kontinuierlich neue Ansätze (Formate, Hooks, Zielgruppen, Landingpages) und entwickelst so unsere digitale Leadgenerierung weiter.



- Du arbeitest eng mit Geschäftsführung und Vertrieb zusammen und bist zentraler Ansprechpartner für alle Themen rund um digitale Leads.

Dein Profil

- Du hast in der Regel 3–5 Jahre Erfahrung im Online- bzw. Performance-Marketing, idealerweise mit B2B-Fokus (z. B. SaaS, Tech oder Industrieumfeld).
- Du kennst Dich sehr gut mit Google Ads aus und hast bereits eigenständig Such- und ggf. Display-Kampagnen zur Leadgenerierung verantwortet.
- Du bringst praktische Erfahrung mit LinkedIn Ads / Campaign Manager mit und weißt, wie Du B2B-Zielgruppen – auch international – zielgerichtet ansprichst und testest.
- Du bist sicher im Umgang mit Tracking- und Analyse-Tools (z. B. Google Analytics, Tag Manager, einfache Dashboards/Reports) und triffst Entscheidungen auf Basis von Zahlen.
- Du hast Erfahrung mit LinkedIn-Content – von klaren Kurztexten bis hin zu Briefings für visuelle Formate (z. B. Karussells, einfache Creatives).
- Du hast bereits aktiv mit AI-Tools gearbeitet (z. B. für Text- und Bildgenerierung, Recherchen oder Auswertungen) und nutzt diese bewusst im Marketing-Workflow.
- Du arbeitest strukturiert, übernimmst gerne Ownership für “Dein” Thema und fühlst Dich wohl damit, einen Bereich eigenständig aufzubauen statt nur bestehende Setups zu betreuen.
- Du kommunizierst sehr sicher auf Deutsch und Englisch in Wort und Schrift, insbesondere in Marketing- und Kampagnentexten.
- Erfahrung mit Zielgruppen aus Maschinenbau, Automotive, Fertigung oder vergleichbaren Industrien ist ein Plus, aber kein Muss.
- Der Umgang mit einfachen Design-Tools (z. B. Canva, Figma o. Ä.) ist wünschenswert, aber nicht zwingend erforderlich.

Was wir Dir bieten

- Eine neu geschaffene Position mit hoher Eigenverantwortung, in der Du den Bereich Performance Marketing und Leadgenerierung von Beginn an prägen kannst.
- Die Perspektive, Deinen Verantwortungsbereich mit unserem Wachstum auszubauen – bis hin zu höherem Pensum und der Übernahme von fachlicher oder disziplinarischer Führungsverantwortung, wenn das für Dich der passende nächste Schritt ist.



- Direkten Einfluss auf Pipeline und Wachstum von TOOLPLACE – Deine Arbeit wirkt sich spürbar auf Anfragen und Projekte in der Kunststoffspritzguss- und Werkzeugbau-Branche aus.
- Ein fokussiertes Umfeld: Du arbeitest nicht agenturtypisch für viele Kunden parallel, sondern konzentrierst Dich auf ein Produkt, eine Marke und klar definierte Zielgruppen.
- Teilzeitmodell (ca. 50 %) mit planbaren Arbeitszeiten und der Möglichkeit, Arbeit und Privatleben gut zu verbinden.
- Überwiegend Arbeiten vor Ort in Leipzig mit kurzen Entscheidungswegen und direktem Austausch mit Geschäftsführung, Vertrieb und Produktteam; Remote-Tage nach Absprache sind möglich.

So bewirbst Du Dich

Spricht Dich diese Aufgabe an und möchtest Du unsere Leadgenerierung im B2B-Industrienumfeld – national und international – von Grund auf mit aufbauen? Dann sende Deinen Lebenslauf (gern mit einigen Stichpunkten zu bisherigen Kampagnen und Ergebnissen) per E-Mail an: karriere@toolplace.de

Christian Götze

c.goetze@toolplace.de

Wenn Du Beispiele für Kampagnen, Reports oder LinkedIn-Beiträge (Deutsch und/oder Englisch) hast, freuen wir uns über kurze Hinweise oder Links in Deiner Bewerbung.