Sparkassenakademie
Nordrhein-Westfalen

FORTBILDUNGSPROGRAMM 2027

Medialer Vertrieb

INHALTSVERZEICHNIS

SEITE

Medialer Vertrieb **3**

15.315 Internet Filiale (IF) - Anpassungen an zentralen Inhalten, eigene Inhalte und Module (online) ... 4

15.315-1 Internet Filiale (IF) - Anpassungen an zentralen Inhalten (Baustein 1 - online) 7

15.315-2 Internet Filiale (IF) - eigene Inhalte (Baustein 2 - online) 10

15.315-3 Internet Filiale (IF) - eigene Module (Baustein 3 - online) 13

15.400 Online-Marketing - Erfolgreicher Vertrieb in digitalen Kanälen (Seminar inkl. E-Learning) 16

15.400-1 Online-Marketing - Basics (E-Learning) 20

32 MARKETING

Medialer Vertrieb

Internet Filiale (IF) - Anpassungen an zentralen Inhalten, eigene Inhalte und Module (online)

Das IF-CMS (Internet-Filiale) effizient zu nutzen, spart Zeit, reduziert Fehler und sorgt dafür, dass Anpassungen und eigene Inhalte für alle nachvollziehbar bleiben. In diesem Training lernen Sie praxisnah, wie Sie Module, Anpassungen und eigene Inhalte gezielt steuern und dabei Automatisierung und KI optimal einsetzen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Electronic Banking, Marketing, Vertriebsmanagement und Internetmanagement, die IF administrieren und deren Funktionen nutzen

IHR NUTZEN

- Sie kennen die Anpassung zentraler Inhalte im IF-CMS, können eigene Änderungen schnell finden und nachvollziehbar dokumentieren.
- Sie können eigene Inhalte gezielt erstellen, dabei Sinn und Aufwand abwägen und Methoden sowie KI nutzen, um Aufwand und Risiken zu minimieren.
- Sie wissen, wie Sie verfügbare Module in der IF optimal nutzen, Entscheidungen nachvollziehen und Automatisierungen einsetzen.

VORAUSSETZUNG(EN)

- Grundkenntnisse in Excel
- Zugriff auf einen Internet-Browser, idealerweise Microsoft Edge
- Direkter Zugriff auf das Content-Management-System Ihrer eigenen Internet Filiale ist nötig mindestens mit den Rechten für
  - Baustein 1: "IF-GASTEBENUT"
  - Baustein 2: "IF-GASTEBENUT", "IF-EDITOR" & "IF-PUBLISHER"
  - Baustein 3: "IF-GASTEBENUT", "IF-EDITOR", "IF-PUBLISHER" & "IF-MODUL-ABO"
- Recht "IF-INSTADMIN" ist zu empfehlen

IHR REFERENT

Sascha Eder, Sparkasse Rotenburg Osterholz

Internet-Manager, Medialer Vertrieb

HINWEIS(E)

Wir empfehlen den Baustein 1 "Internet Filiale (IF) - Anpassungen an zentrale Inhalte" (15.315-1), Baustein 2 "Internet Filiale (IF) - eigene Inhalte" (15.315-2) und Baustein 3 "Internet Filiale (IF) - Module" (15.315-3) kombiniert zu besuchen.

TERMIN(E)

04.11.2026 – 12.11.2026 | virtueller Seminarraum

Baustein 1 (04.11.2026)
Baustein 2 (05.11.2026)
Transfer (06.11. - 11.11.2026)
Baustein 3 (12.11.2026)

DAUER

1,5 Tage

PREIS

675,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG

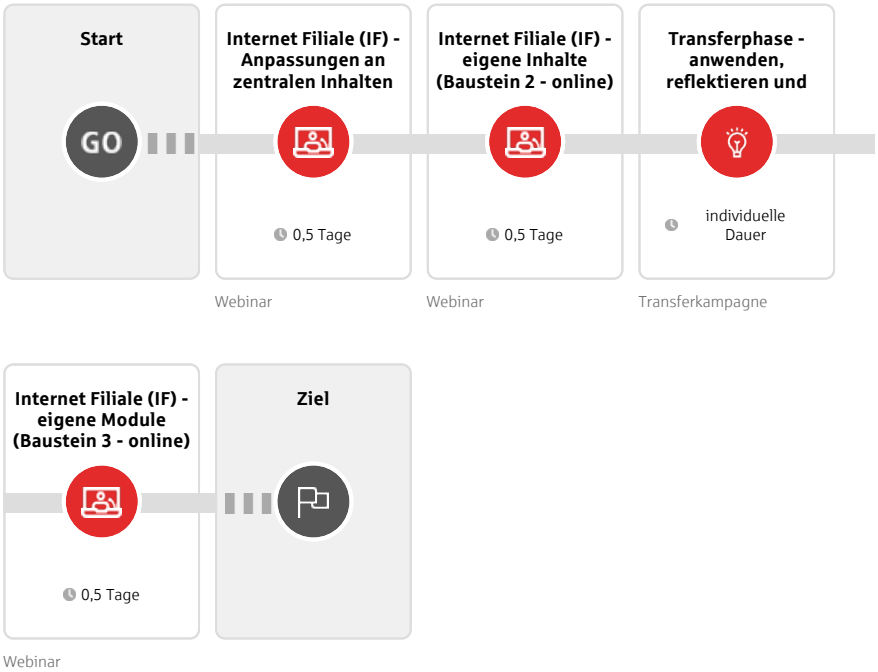
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE

Edmund Honermann
0231 22240-739
edmund.honermann@ska.nrw

Die Veranstaltung findet in den virtuellen Seminarräumen der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum Online-Seminar. Um einen reibungslosen Online-Austausch zu gewährleisten, stellen Sie bitte sicher, dass sowohl Ihre Tonübertragung als auch die Kamerazuschaltung funktionieren. Testen Sie dies ganz einfach vorab unter folgendem Link: https://www.webex.com/de/test-meeting.html.

Ihre Lernreise: Internet Filiale (IF) - Anpassungen an zentralen Inhalten, eigene Inhalte und Module (online)



Programm/Inhalt

Baustein 1 (1/2 Tag - online):
IF & Anpassungen an zentralen Inhalten -
Anpassungen schnell vornehmen und Überblick behalten

- Wo sind Anpassungen vorgenommen worden?
  - Wie finde ich meine eigenen Anpassungen schnell?
  - Wie dokumentiere ich, was von wem warum geändert wurde?
  - Wie findet sich ein anderer/neuer Kollege schnell in den eigenen Anpassungen im IF-CMS zurecht?
- Best-Practice für eigene Anpassungen
  - Auffindbarkeit sämtlicher Änderungen/Abkopplungen/Ergänzungen
  - Für Dritte nachvollziehbare Dokumentation
  - Methode zur regelmäßigen Überprüfung derselben

Baustein 2 (1/2 Tag - online):
IF und eigene Inhalte -
Nicht immer reicht der zentrale Standard aus

- Wann erstelle ich eigene Inhalte?
  - Wo es notwendig ist
  - Wo es sinnvoll sein kann
  - Wann es absolut keinen Sinn macht
- Fokus Effizienz
  - Überlegungen zu „Sinn und Unsinn“ von eigenen Inhalten (schnelle Entscheidungsmatrix)
  - Rechtliche Fallstricke
  - Aus eigenem Content entstehende, dauerhafte Mehraufwände
- Wann und wie KI bei der Einordnung und Erstellung helfen kann (für bestehende und gewünschte neue Inhalte)

Baustein 3 (1/2 Tag - online):
IF & Module -
In der IF sind für uns als Institut weit über 1.700 Module abonnierbar

- Welche Module wurden nicht abonniert
  - Warum?
  - Welche Entscheidung liegt dem zugrunde?
  - Wie behalte ich als Internet-Manager den Überblick?
- Sind alle Möglichkeiten zur Automation schon ausgeschöpft?
  - Auto-Aktualisierung
  - Auto-Publizierung nutzen
  - Überlagerung (IF-Effizient)

Internet Filiale (IF) - Anpassungen an zentralen Inhalten (Baustein 1 - online)

Anpassungen im IF-CMS sind schnell gemacht – ohne Überblick droht jedoch Chaos und verlorene Arbeit. Lernen Sie, Änderungen effizient zu dokumentieren, schnell wiederzufinden und für Ihr Team nachvollziehbar zu gestalten – Best-Practice inklusive.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Electronic Banking, Marketing, Vertriebsmanagement und Internetmanagement, die IF administrieren und deren Funktionen nutzen

IHR NUTZEN

- Sie kennen die typischen Stellen im IF-CMS, an denen Anpassungen vorgenommen werden, und die damit verbundenen Stolperfallen.
- Sie wissen, wie Änderungen dokumentiert werden sollten, damit sie für andere nachvollziehbar sind und wiedergefunden werden können.
- Sie können: Ihre eigenen Anpassungen effizient organisieren, auffindbar machen und regelmäßig überprüfen – inklusive Best-Practice-Methoden für Ihr Team.

VORAUSSETZUNG(EN)

- Grundkenntnisse in Excel
- Zugriff auf einen Internet-Browser, idealerweise Microsoft Edge
- Direkter Zugriff auf das Content-Management-System Ihrer eigenen Filiale mit dem Recht "IF-GASTEBENUT" ist nötig
- Rechte "IF-EDITOR", "IF-PUBLISHER", "IF-MODUL-ABO" & "IF-INSTADMIN" ist zu empfehlen

IHR REFERENT

Sascha Eder, Sparkasse Rotenburg Osterholz

Internet-Manager, Medialer Vertrieb

HINWEIS(E)

Wir empfehlen den Baustein 1 unbedingt mit Baustein 2 "Internet Filiale (IF) - eigene Inhalte" (15.315-2) zu besuchen und mit Baustein 3 "Internet Filiale (IF) - Module" (15.315-3) zu kombinieren.

Die Veranstaltung findet in den virtuellen Seminarräumen der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum Online-Seminar. Um einen reibungslosen Online-Austausch zu gewährleisten, stellen Sie

TERMIN(E)

04.11.2026 | virtueller Seminarraum
09:00 – 13:00 Uhr

DAUER

0,5 Tage

PREIS

225,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG

Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE

Edmund Honermann
0231 22240-739
edmund.honermann@ska.nrw

bitte sicher, dass sowohl Ihre Tonübertragung als auch die Kamerazuschaltung funktionieren. Testen Sie dies ganz einfach vorab unter folgendem Link: https://www.webex.com/de/test-meeting.html.

Programm/Inhalt

Anpassungen sind „schnell getan" – wie man den Überblick behält.

Wo sind Anpassungen vorgenommen worden?

- Wie finde ich meine eigenen Anpassungen schnell?
- Wie dokumentiere ich, was von wem warum geändert wurde?
- Wie findet sich ein anderer/neuer Kollege schnell in den eigenen Anpassungen im IF-CMS zurecht?

Best-Practice für eigene Anpassungen

- Auffindbarkeit sämtlicher Änderungen/Abkopplungen/Ergänzungen
- Für Dritte nachvollziehbare Dokumentation
- Methode zur regelmäßigen Überprüfung derselben

Internet Filiale (IF) - eigene Inhalte (Baustein 2 - online)

Nicht jeder zentrale IF-Standard passt – eigene Inhalte können Mehrwert bringen, bergen aber auch Risiken und Mehraufwand. Lernen Sie, wann eigene Inhalte wirklich sinnvoll sind, wie Sie effizient entscheiden und KI zur Unterstützung nutzen können.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Electronic Banking, Marketing, Vertriebsmanagement und Internetmanagement, die IF administrieren und deren Funktionen nutzen

IHR NUTZEN

- Sie kennen die Situationen, in denen eigene Inhalte wirklich notwendig, sinnvoll oder überflüssig sind.
- Sie wissen, welche rechtlichen, organisatorischen und zeitlichen Fallstricke bei eigenen Inhalten auftreten können und wie KI unterstützend eingesetzt werden kann.
- Sie können Entscheidungen über die Erstellung eigener Inhalte effizient treffen, Inhalte strukturiert anlegen und Mehraufwände minimieren.

VORAUSSETZUNG(EN)

- Besuch Baustein 1 "Internet Filiale (IF) - Anpassung zentrale Inhalte" (15.315-1) oder vergleichbarer Kenntnisstand
- Grundkenntnisse in Excel
- Zugriff auf einen Internet-Browser, idealerweise Microsoft Edge
- Direkter Zugriff auf das Content-Management-System Ihrer eigenen Internet Filiale mit den Rechten "IF-GASTEBENUT", "IF-EDITOR" & "IF-PUBLISHER ist nötig
- Rechte "IF-MODUL-ABO" & "IF-INSTADMIN" ist zu empfehlen

IHR REFERENT

Sascha Eder, Sparkasse Rotenburg Osterholz

Internet-Manager, Medialer Vertrieb

HINWEIS(E)

Wir empfehlen Baustein 2 mit dem vorgelagerten Baustein 1 "Internet Filiale (IF) - Anpassung zentrale Inhalte" (15.315-1) zu besuchen und im Folgenden mit Baustein 3 "Internet Filiale (IF) - Module" (15.315-3) zu kombinieren.

Die Veranstaltung findet in den virtuellen Seminarräumen der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum Online-Seminar. Um einen reibungslosen Online-Austausch zu gewährleisten, stellen Sie bitte sicher, dass sowohl Ihre Tonübertragung als auch die Kamerazuschaltung

TERMIN(E)

05.11.2026 | virtueller Seminarraum
09:00 – 13:00 Uhr

DAUER

0,5 Tage

PREIS

225,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG

INHALTE

funktionieren. Testen Sie dies ganz einfach vorab unter folgendem Link: https://www.webex.com/de/test-meeting.html.

Programm/Inhalt

Nicht immer reicht der zentrale Standard aus.

Wann erstelle ich eigene Inhalte?

- Wo es notwendig ist
- Wo es sinnvoll sein kann
- Wann es absolut keinen Sinn macht

Fokus Effizienz

- Überlegungen zu „Sinn und Unsinn“ von eigenen Inhalten (schnelle Entscheidungsmatrix)
- Rechtliche Fallstricke
- Aus eigenem Content entstehende, dauerhafte Mehraufwände
- Wann und wie KI bei der Einordnung und Erstellung helfen kann (für bestehende und gewünschte neue Inhalte)

Internet Filiale (IF) - eigene Module (Baustein 3 - online)

Mit über 1.700 Modulen in der Internet Filiale ist es leicht, den Überblick zu verlieren – und wertvolle Automatisierung bleibt ungenutzt. Erfahren Sie, wie Sie Abonnements effizient steuern, Entscheidungen nachvollziehen und Automatisierungsmöglichkeiten optimal nutzen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Electronic Banking, Marketing, Vertriebsmanagement und Internetmanagement, die IF administrieren und deren Funktionen nutzen

IHR NUTZEN

- Sie kennen die Struktur der IF-Module und die Gründe, warum bestimmte Module nicht abonniert sind.
- Sie wissen, wie Entscheidungen zu Modul-Abonnements dokumentiert werden und wie Sie als Internet-Manager den Überblick behalten.
- Sie können Automatisierungsfunktionen wie Auto-Aktualisierung, Auto-Publizierung und Überlagerung gezielt einsetzen, um Ihre Arbeit effizienter zu gestalten.

VORAUSSETZUNG(EN)

- Besuch Baustein 1 "Internet Filiale (IF) - Anpassung zentrale Inhalte" (15.315-1) und Baustein 2 "Internet Filiale (IF) - eigene Inhalte" (15.315-2) oder vergleichbarer Kenntnisstand
- Grundkenntnisse in Excel
- Zugriff auf einen Internet-Browser, idealerweise Microsoft Edge
- Direkter Zugriff auf das Content-Management-System Ihrer eigenen Internet Filiale mit den Rechten "IF-GASTEBENUT", IF-EDITOR", "IF-PUBLISHER" & "IF-MODUL-ABO" ist nötig
- Recht "IF-INSTADMIN" ist zu empfehlen

IHR REFERENT

Sascha Eder, Sparkasse Rotenburg Osterholz

Internet-Manager, Medialer Vertrieb

HINWEIS(E)

Wir empfehlen den Baustein 3 mit den vorgelagerten Baustein 1 "Internet Filiale (IF) - Anpassung zentrale " (15.315-1) und Baustein 2 "Internet Filiale (IF) - eigene Inhalte" (15.315-2) kombiniert zu besuchen.

Die Veranstaltung findet in den virtuellen Seminarräumen der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum

TERMIN(E)

12.11.2026 | virtueller Seminarraum
09:00 – 13:00 Uhr

DAUER

0,5 Tage

PREIS

225,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG

Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE

Edmund Honermann
0231 22240-739
edmund.honermann@ska.nrw

Online-Seminar. Um einen reibungslosen Online-Austausch zu gewährleisten, stellen Sie bitte sicher, dass sowohl Ihre Tonübertragung als auch die Kamerazuschaltung funktionieren. Testen Sie dies ganz einfach vorab unter folgendem Link: https://www.webex.com/de/test-meeting.html.

Programm/Inhalt

Welche Module wurden nicht abonniert

- Warum?
- Welche Entscheidung liegt dem zugrunde?
- Wie behalte ich als Internet-Manager den Überblick?

Sind alle Möglichkeiten zur Automation schon ausgeschöpft?

- Auto-Aktualisierung
- Auto-Publizierung nutzen
- Überlagerung (IF-Effizient)

Online-Marketing - Erfolgreicher Vertrieb in digitalen Kanälen (Seminar inkl. E-Learning)

Die digitalen Kanäle sind aus dem Marketing-Instrumentarium einer modern auftretenden Sparkasse nicht mehr wegzudenken. Doch wie sollte man das Internet für Marketingzwecke professionell nutzen? Erfahren Sie in dieser Veranstaltung, wie Sie mit webbasierten Technologien Ihre Online-/Mobile-Aktivitäten optimal platzieren, mehr Traffic auf Ihre Online-Angebote generieren und auch neue Kunden gewinnen können.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Internetmanagement, Electronic Banking, Marketing und anderen Abteilungen, die für die Internetaktivitäten der Sparkasse verantwortlich sind

IHR NUTZEN

- Sie kennen marketingspezifische Faktoren und können Strategien medialer Vertriebswege erfolgreich in Ihr Marketingkonzept integrieren.
- Sie sind insbesondere mit der digitalen Kommunikation vertraut und erkennen Vermarktungsmöglichkeiten sowie Grenzen des Vertriebs von Dienstleistungen im Internet.
- Sie analysieren Ihre eigenen Angebote nach vertriebs- und marketingcharakteristischen Aspekten.

REFERENTINNEN UND REFERENTEN

- Sparkassenakademie NRW, Sparkassenakademie NRW
- Stefan Brinkmann, Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V. Berlin
  Referent Multikanaltechnologien im Medialen Vertrieb; Betriebswirt

HINWEIS(E)

Das Bildungsangebot ist ein Baustein des Fachseminars Medialer Vertrieb - Internetmanagement. Es besteht aus einem E-Learning zum Selbststudium und einem Präsenz-Seminar.

TERMIN(E)

Auf Anfrage

DAUER

2 Tage
Die Gesamt-Lernzeit von ca. 2 Tagen umfasst:

- ca. 6 Stunden E-Learning
- 1 Tage Präsenz-Seminar
- Lernzeit für die Transferaufgaben

PREIS

740,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG

Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE

Edmund Honermann
0231 22240-739
edmund.honermann@ska.nrw

Ihre Lernreise: Online-Marketing - Erfolgreicher Vertrieb in digitalen Kanälen (Seminar inkl. E-Learning)

Programm/Inhalt

E-Learning (ca. 6 Lernstunden)

Marketing - Die Grundlagen, auf denen du aufbauen solltest

Online-Marketing - Was zählt und wo du ansetzen kannst

Online-Marketing - Mit den richtigen Instrumenten & Kanälen zum Erfolg

- **Reichweite und Sichtbarkeit erhöhen**
  - Suchmaschinenoptimierung (SEO)
  - Suchmaschinen-Werbung (SEA)
  - Display Advertising
  - Social-Media-Werbung
  - Mobile Marketing
- **Kundenansprache und Interaktion personalisieren**
  - E-Mail-Marketing
  - Social Media Marketing (Community Management)
  - Affiliate Marketing
  - Content-Marketing
  - KI-Marketing
- **Optimierung und Erfolg messen**
  - Conversion-Optimierung (CRO)
  - Analytics & Tracking
  - Content-Performance-Messung
  - A/B-Tests
  - Automatisierungstools

Seminar (1 Tag): Beginn um 09:30 Uhr | Ende ca. 17:00 Uhr - Stefan Brinkmann, DSGV

Grundlagen des Online-Marketing in der Sparkassen-Finanzgruppe

- Digitale Agenda der Sparkassen-Finanzgruppe
- Multikanalstrategie - Ableitung aus der Geschäftsstrategie der Sparkasse-Finanzgruppe

Mobile-Kanal in der Sparkassen-Finanzgruppe

- Nutzungsverhalten mobiler Internet-Zugang, Smartphone und Tablet
- Rahmenapplikation und technische Verzahnung der digitalen Kanäle
- Smartphones/Tablets auf Basis der Betriebssysteme iOS (Apple) und Android (Google)
- Kommunikationsweg und Leistungsspektrum
- Apps (Sparkasse, S-pushTan etc.)

Aktuelles aus Projekten (DSGV)

Exkurs: WhatsApp als Servicekanal?

Online-Marketing - Basics (E-Learning)

Nutzen Sie die Chance, sich mit den Grundlagen des Online-Marketings auseinanderzusetzen. Beginnen Sie Ihre Lernreise und holen Sie sich das Wissen, das Sie voranbringt.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen im Marketing und Vertriebsmanagement oder aus dem Internetmanagement und Medialen Vertrieb, die grundlegende Online-Marketing-Kenntnisse erwerben möchten

IHR NUTZEN

- Sie kennen die grundlegenden Abgrenzungen und Definitionen des klassischen Marketings, des Bankmarketings und des Online-Marketings und wissen, wie Sie diese gezielt in den Kontext der digitalen Transformation einordnen.
- Sie sind vertraut Basics von gezielt ausgewählten Instrumenten und Kanälen, die zur Steigerung von Reichweite und Sichtbarkeit beitragen.
- Sie können relevante Online-Marketing-Instrumente der Kundenansprache und -interaktion einordnen.
- Sie sind in der Lage, Ansätze zu reflektieren, die die Optimierung Ihrer Online-Marketing-Aktivitäten ermöglichen und den Erfolg messbar machen.

TERMIN(E)

01.04.2027 – 02.05.2027 |
09:30 – 17:00 Uhr

DAUER

6 Stunden
6 Stunden inkl. Transfer

PREIS

120,00 €
Preis je Lerner/-in

KONTAKT

ANMELDUNG

Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE

Edmund Honermann
0231 22240-739
edmund.honermann@ska.nrw

Programm/Inhalt

Lerneinheit: Definition & Abgrenzungen - Den Blick schärfen

A. Marketing - Die Grundlagen, auf denen du aufbauen solltest

- Besonderheiten einer Bankleistung
- Grundlagen des Marketings und seine zyklischen Abläufe
- Bankmarketing im Kontext
- Online-Marketing als Teildisziplin

B. Online-Marketing - Was zählt und wo du ansetzen kannst

- Ausgangssituation (Wo stehen wir?)
- Handlungsfelder (Wo wollen wir hin?)
- Stellschraube & Instrumente (Was müssen wir dafür tun)?

Lerneinheit: Online-Marketing - Mit den richtigen Instrumenten & Kanälen zum Erfolg

C. Reichweite und Sichtbarkeit erhöhen

- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Suchmaschinen-Werbung (SEA)
- Display Advertising
- Social-Media-Werbung
- Mobile Marketing

D. Kundenansprache und Interaktion personalisieren

- E-Mail-Marketing
- Social Media Marketing (Community Management)
- Affiliate Marketing
- Content-Marketing
- KI-Marketing

E. Optimierung und Erfolg messen

- Conversion-Optimierung (CRO)
- Analytics & Tracking
- Content-Performance-Messung
- A/B-Tests
- Automatisierungstools

F. Fazit

DIE BUSINESS SCHOOL

Zertifizierte Weiterbildung zum Fach- oder Betriebswirt

Die Business School bietet zertifizierte Weiterbildungen zu Fach- oder Betriebswirten an. 100 % online und gleichzeitig persönlich betreut. Flexibel nach Deinen Wünschen, berufsbegleitend und europaweit auf Bachelor- und Master-Programme anrechenbar. Als Label der Sparkassenakademien Nordrhein-Westfalen verfügen wir über fundierte Erfahrungen in der Aus- und Weiterbildung – über 5.000 zufriedene Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben mit uns schon ihre beruflichen Perspektiven verbessert.

Informiere Dich über unsere berufsbegleitenden Weiterbildungsangebote.

IHRE ANSPRECHPARTNER/-INNEN

Rabea Hesse
Bildungsberaterin Business School

0231 22240-712
bs@ska.nrw

Nathalie Mädje
Bildungsberaterin Business School

0231 22240-757
bs@ska.nrw

Liane Stach
Bildungsberaterin Business School

0231 22240-792
bs@ska.nrw

Laura Freiin von Eerde
Bildungsberaterin Business School

0231 22240-795
bs@ska.nrw

TAGUNGSZENTRUM HÖRDER BURG

Ob in Präsenz, digital oder hybrid: Mieten Sie unsere Räume für Ihre Veranstaltung

Kongress, Besprechung, Seminar, Workshop oder eigene Schulung für die Mitarbeitenden? Wir bieten Ihnen den passenden Raum für Ihre Veranstaltung.

Sie planen eine Online-Veranstaltung durchzuführen? Mit uns haben Sie den richtigen Partner an Ihrer Seite: Unsere digitalen Räume und hausinternes Studio bieten Ihnen die optimale Basis für Ihre digitale Veranstaltung. On top übernehmen wir für Sie auf Wunsch die professionelle Begleitung Ihrer Veranstaltung durch „Co-Moderatoren“, die Schulung Ihrer Dozenten, das gesamte Teilnehmermanagement, die inhaltliche Konzeption Ihrer Veranstaltung und vieles mehr.

Für Veranstaltungen in Präsenz erwarten Sie in dem exklusiven Gebäudeensemble der Hörder Burg mit direktem Seeblick über 40 hochmoderne Seminar- und Tagungsräume mit einmaligem Flair. Ein auf Ihre Bedürfnisse abgestimmtes Catering sowie hochprofessionelle Organisationsabläufe und maßgeschneiderte Rahmenprogramme runden unser Angebot perfekt ab.

Gern kombinieren wir auch das Raumangebot für Sie und führen Ihre Veranstaltung hybrid durch. Dabei ist ein Teil des Publikums physisch vor Ort, die weiteren Teilnehmer sind digital hinzugeschaltet. Der Vorteil: Das Online-Publikum wird aktiv in die Präsenz-Veranstaltung mit einbezogen und alle Teilnehmenden können in Echtzeit miteinander interagieren und in Kontakt treten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Unser Veranstaltungsmanagement berät Sie gern persönlich zu Ihrem individuellen Angebot.

IHRE ANSPRECHPARTNER/-INNEN

Antonia König
Veranstaltungsmanagement

0231 22240-744
antonia.koenig@ska.nrw

Andreas Gaida
Veranstaltungsmanagement

0231 22240-722
andreas.gaida@ska.nrw

MITTELSTANDSCAMPUS NRW

Der Mittelstand bildet das Herz der deutschen Wirtschaft

Der MittelstandsCampus NRW, eine Marke der Sparkassenakademie NRW, bietet mittelständischen Unternehmen vielfältige Bildungsangebote und Inhouse-Beratungen für zentrale Themen an, wie zum Beispiel:

· Nachhaltigkeit,
· Digitalisierung und
· Arbeitgeberattraktivität – Führung.

Ein exklusives Kooperationsnetzwerk, beispielsweise mit der Universität Witten/Herdecke oder der Hochschule für Finanzwirtschaft und Management, sichert zusammen mit unserer fundierten Erfahrung die Qualität der hochwertigen sowie einzigartigen Workshops, Bildungsformate und Beratungsleistungen.

Neben unseren digitalen Veranstaltungen begrüßen wir Sie und Ihre Mitarbeiter/-innen zudem in unserem Tagungszentrum Hörder Burg in einem einmaligen Ambiente. Von unserer rund 700 Jahre alten „Burg“ haben Sie einen direkten Blick auf den Phoenix See in Dortmund. Ein Ort, der wie kein anderer für Transformation und Zukunftsfähigkeit steht.

IHR ANSPRECHPARTNER

Christian Overhage
Projektleiter Mittelstandscampus NRW

0231 22240-717
christian.
overhage@mittelstandscampus-
nrw.de

Lern- und Buchungsportal

Informieren Sie sich über unser Bildungsangebot.

Digitale Transformation