



## FORTBILDUNGSPROGRAMM 2026

Online- und Mobile-Vertrieb



<b>INHALTSVERZEICHNIS</b>	<b>SEITE</b>
<b>Online- und Mobile-Vertrieb</b> .....	<b>3</b>
15.400 Online-Marketing - Erfolgreicher Vertrieb in digitalen Kanälen (Seminar inkl. E-Learning) .....	4
15.400-1 Online-Marketing - Basics (E-Learning) .....	8
15.420 Internetgerechtes Texten - Mehr Erfolg durch Professionalität (online) .....	10
15.420-V Internetgerechtes Texten - Mehr Erfolg durch Professionalität (Videoaufzeichnung) .....	13
15.422 Digitale Mindeststandards-Bericht in der Kommunikationswelt Radar – Einführung und Übungen (online) .....	15
15.424 Suchmaschinenwerbung (SEA) (online) .....	17
15.425 Suchmaschinenoptimierung (SEO) (online) .....	19
15.427 Kommunikationswelt Radar - Einführung und Übungen für Anfängerinnen und Anfänger (online) .....	21
15.428 Kommunikationswelt Radar – Übungen für Fortgeschrittene (online) .....	24
15.429 Google Analytics GA4 – Einführung und Übungen für Anfänger/-innen (online) .....	27
15.430 Google Analytics GA4 - Fortgeschrittene (online) .....	30
15.431 Datenanalyse mit KW Radar und Google Analytics: neue Funktionen, Erkenntnisse und Anwenderaustausch (online) .....	33



# **15 MEDIALER UND DIGITALER VERTRIEB**

## **Online- und Mobile-Vertrieb**

## 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, DSGVO**

#### **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)

14.04.2026 – 11.09.2026 |  
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**

## Internetgerechtes Texten - Mehr Erfolg durch Professionalität (online)

Noch nie war die Textgestaltung von Internetseiten so wichtig wie heute. Inhalte müssen User ansprechen, sicher führen und gezielt zu weiteren Aktivitäten animieren. Entscheidende Erfolgsfaktoren sind handwerklich gut formulierte, strukturierte und platzierte Texte. Trainieren Sie das im Rahmen der Möglichkeiten der Internet-Filiale hierzu nötige Basiswissen in dieser Veranstaltung. Zusätzlich erhalten Sie einen Überblick zu neuen Formen der Online-Kommunikation und der aktuell gängigen Darstellungsformen.

### ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Marketing, Electronic Banking sowie dem Internetmanagement

### IHR NUTZEN

- Sie sind vertraut mit den Besonderheiten von Texten auf Ihrer Homepage.
- Sie können im Online-Medium verständlich und klar texten sowie Kriterien zur Erstellung von professionellen und kundenorientierten Internet-Seiten berücksichtigen.
- Sie sind in der Lage, Stärken und Schwächen von Web-Texten zu analysieren und individuelle Lösungsvarianten zu erarbeiten.

### IHR REFERENT

Kai Heddergott, Heddergott Kommunikationsberatung

Langjährige Erfahrungen in der Online-Kommunikation sowie in der Beratung u. a. von Sparkassen bei der Digitalisierung, Künstlicher Intelligenz, Social Media-Nutzung, Inhaber der Heddergott Kommunikationsberatung

### HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet im virtuellen Seminarraum 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>.

Das Seminar ist ein Baustein des Fachseminars Medialer Vertrieb - Internetmanagement.

Diese Veranstaltung wird aufgezeichnet und nach der Veranstaltung den Teilnehmenden zur Verfügung gestellt. Sie haben außerdem die Möglichkeit, alternativ zur Veranstaltung direkt die Aufzeichnung mit der Angebotsnummer: 15.420-V zu buchen. [Zur Aufzeichnung](#)



### TERMIN(E)

23.06.2026 | virtueller Seminarraum



### DAUER

1 Tag  
1 Tag: Mehrere Online-Sessions verteilt über den Tag und tutoriale Begleitung mit Übungsaufgaben



### PREIS

395,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



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

#### INHALTE



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

**Bei Buchung der Live-Veranstaltung** beachten Sie bitte:

Sie melden sich zu einer Veranstaltung an, die aufgezeichnet wird zum Zweck der temporären Bereitstellung für Teilnehmende, die diese Veranstaltung entweder für eine Live-Teilnahme oder zur zeitlich flexiblen Nutzung der Veranstaltungs-Aufzeichnung gebucht haben. Dies beinhaltet die Aufzeichnung und Speicherung der Audiodaten der Teilnehmenden, sofern diese ihr Mikrofon oder Telefon für eigene Wortbeiträge freigeschaltet haben. Eine Aufzeichnung der Webcam findet in der Regel nicht statt. Sofern Sie Ihr Mikrofon oder Telefon während der Veranstaltung freischalten, geben Sie uns mit Ihrer Anmeldung zur Veranstaltung Ihr Einverständnis zur Aufzeichnung Ihres Wortbeitrags. Sie haben während der Veranstaltung jederzeit die Möglichkeit, sowohl die Webcam- als auch die Mikrofon-Freigabe zu aktivieren bzw. zu stoppen.

### **Programm/Inhalt**

Beginn erste Online-Session um 09:30 Uhr

Ende letzte Online-Session um ca. 17:00 Uhr

Zwischendurch sind Übungsaufgaben eingebettet, die mit Begleitung des Referenten bearbeitet werden. Darüber hinaus sind hinreichend Pausenzeiten eingeplant.

### **Grundlagen des Online-Textens**

- Strukturierung, Wahrnehmungsregeln, Textlängen
- Online-Teaser und Überschriften
- Elemente nutzergerechter Texte: Informationsaufbereitung und Textgestaltung

### **Struktur und Navigation**

- Sachinformationen aufteilen und als „Storyline“ konzipieren
- Prägnante Reiter als Navigationsstruktur und „Kapitel“ eines Textes
- Inhalt und Textidee umsetzen: Schreib- und Gliederungsübung

### **Text und Bild kombinieren**

- Bildauswahl und Bildschnitt als Textunterstützung
- Text-Bild-Scheren und andere Stolperfallen: Wie man sie erkennt und vermeidet
- Rechtliches zur Bilderstellung und -verwendung

### **Text als Service-Element**

- Grundlegendes: Service Design auf Websites
- Mit der richtigen Kombination von Text und Bild zu Services und Produkten leiten
- Best Practices: Online-Texte für Vertrieb und Kundenaktivierung im Finanzsektor

### **Der gute Text**

- Schreibübung: Ein Thema aufbereiten und den Text optimieren
- Online-Tools zur Textanalyse und Textoptimierung
- SEO für Online-Texter: Grundlagen, Potentiale und Instrumente

### **Perspektive 2.0**

- Der erweiterte Text-Dialog: Das Social Web mit Facebook, Twitter, Blogs & Co.
- Schreibregeln für das Social Web
- Mit einem Blog Expertise zeigen und Google erfreuen: Texte für den „Long Tail“ schreiben

## Internetgerechtes Texten - Mehr Erfolg durch Professionalität (Videoaufzeichnung)

Noch nie war die Textgestaltung von Internetseiten so wichtig wie heute. Inhalte müssen User ansprechen, sicher führen und gezielt zu weiteren Aktivitäten animieren. Entscheidende Erfolgsfaktoren sind handwerklich gut formulierte, strukturierte und platzierte Texte. Trainieren Sie das im Rahmen der Möglichkeiten der Internet-Filiale hierzu nötige Basiswissen in dieser Veranstaltung. Zusätzlich erhalten Sie einen Überblick zu neuen Formen der Online-Kommunikation und der aktuell gängigen Darstellungsformen.

### IHR NUTZEN

- Sie sind vertraut mit den Besonderheiten von Texten auf Ihrer Homepage.
- Sie können im Online-Medium verständlich und klar texten sowie Kriterien zur Erstellung von professionellen und kundenorientierten Internet-Seiten berücksichtigen.
- Sie sind in der Lage, Stärken und Schwächen von Web-Texten zu analysieren und individuelle Lösungsvarianten zu erarbeiten.

### HINWEIS(E)

Videos und Videokurse stehen i.d.R. drei Werktage nach Ende der aufgezeichneten Veranstaltung zur Verfügung.

Die Live-Veranstaltung zu dieser Aufzeichnung ist zum selben Preis inkl. Aufzeichnung buchbar unter der Angebotsnummer: 15.420

[Zur Live-Veranstaltung](#)



### TERMIN(E)

Auf Anfrage



### DAUER

1 Tag



### PREIS

395,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



#### **Carolin Nalazek**

0231 22240-537

carolin.nalazek@ska.nrw

#### INHALTE



#### **Edmund Honermann**

0231 22240-739

edmund.honermann@ska.nrw

### **Programm/Inhalt**

Beginn erste Online-Session um 09:30 Uhr

Ende letzte Online-Session um ca. 17:00 Uhr

Zwischendurch sind Übungsaufgaben eingebettet, die mit Begleitung des Referenten bearbeitet werden. Darüber hinaus sind hinreichend Pausenzeiten eingeplant.

### **Grundlagen des Online-Textens**

- Strukturierung, Wahrnehmungsregeln, Textlängen
- Online-Teaser und Überschriften
- Elemente nutzergerechter Texte: Informationsaufbereitung und Textgestaltung

### **Struktur und Navigation**

- Sachinformationen aufteilen und als „Storyline“ konzipieren
- Prägnante Reiter als Navigationsstruktur und „Kapitel“ eines Textes
- Inhalt und Textidee umsetzen: Schreib- und Gliederungsübung

### **Text und Bild kombinieren**

- Bildauswahl und Bildschnitt als Textunterstützung
- Text-Bild-Scheren und andere Stolperfallen: Wie man sie erkennt und vermeidet
- Rechtliches zur Bilderstellung und -verwendung

### **Text als Service-Element**

- Grundlegendes: Service Design auf Websites
- Mit der richtigen Kombination von Text und Bild zu Services und Produkten leiten
- Best Practices: Online-Texte für Vertrieb und Kundenaktivierung im Finanzsektor

### **Der gute Text**

- Schreibübung: Ein Thema aufbereiten und den Text optimieren
- Online-Tools zur Textanalyse und Textoptimierung
- SEO für Online-Texter: Grundlagen, Potentiale und Instrumente

### **Perspektive 2.0**

- Der erweiterte Text-Dialog: Das Social Web mit Facebook, Twitter, Blogs & Co.
- Schreibregeln für das Social Web
- Mit einem Blog Expertise zeigen und Google erfreuen: Texte für den „Long Tail“ schreiben

## Digitale Mindeststandards-Bericht in der Kommunikationswelt Radar – Einführung und Übungen (online)

Wie misst man die digitale Fitness der Sparkassen und verbessert sie? Ein gutes Messinstrument dafür sind die Digitalen Mindeststandards – ein kennzahlenbasiertes Benchmarking, das die Einordnung und Bewertung der digitalen Performance in den Dimensionen Kunde, Sparkasse und Mitarbeiter darstellt. Lernen Sie in dieser Veranstaltung DMS kennen und den Digitalen Mindeststandard-Bericht in der Kommunikationswelt Radar anzuwenden.

### ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Internetmanagement, Medialer Vertrieb, Marketing und Vertriebsmanagement, die in die Digitalen Mindeststandards (DMS) involviert sind

### IHR NUTZEN

- Sie wissen, wie die DMS aufgebaut sind und welchen Zweck sie erfüllen.
- Sie kennen die Datengrundlage der Digitalen Mindeststandards.
- Sie können den DMS-Bericht in der Kommunikationswelt Radar bedienen und die gezeigten Informationen interpretieren.

### IHR REFERENT

Peter Geismar, S-Communication Services GmbH - Berlin

Senior Data Analyst

### HINWEIS(E)

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



### TERMIN(E)

06.10.2026 | virtueller Seminarraum  
09:00 – 14:00 Uhr



### DAUER

4 Stunden  
09:00 - 13:30 Uhr: Mehrere Online-Sessions im Zeitfenster



### PREIS

300,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



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

#### INHALTE



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

**Programm/Inhalt**

Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:30 Uhr

**Die Ziele der DMS**

**Welche Datenquellen liegen den DMS zugrunde**

**Wie werden die Informationen erfasst und verarbeitet**

**Wie ist der DMS-Bericht aufgebaut**

**Analyse der Teilindizes Sparkasse, Kunde und Mitarbeiter (SPK Musterstadt)**

**Unterschiede der DMS zur IF-Statistik**

**Weitere Details zum DMS-Report (u. a. Empfehlungsmodell, Datenexport)**

## Suchmaschinenwerbung (SEA) (online)

**Erweitern Sie in dieser Veranstaltung Ihr Wissen über SEA (Search Engine Advertising). Erfahren Sie, wie Sie gezielte Textanzeigen in Suchergebnissen platzieren und so Ihre Sichtbarkeit und Reichweite effektiv steigern können.**

### ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen von Sparkassen, die für die Internetaktivitäten der Sparkasse verantwortlich sind, insbesondere Mitarbeiter/-innen und Führungskräfte aus den Bereichen medialer Vertrieb, Kommunikation, Internetmanagement, Marketing und Vertriebssteuerung sowie PR und Öffentlichkeitsarbeit

### IHR NUTZEN

- Sie sind vertraut mit den Grundlagen der bezahlten Werbung in Suchmaschinen.
- Sie kennen die wichtigsten Begriffe und Abläufe des Search Engine Advertising und können den Erfolg von Suchmaschinenkampagnen bewerten.
- Sie erhalten darüber hinaus auch einen Einblick in andere bezahlte Online-Werbekanäle.

### IHR REFERENT

David Witsch, S-Communication Services GmbH

S-Communication Services GmbH

### HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet im virtuellen Seminarraum 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>.



### TERMIN(E)

17.11.2026 | virtueller Seminarraum  
09:00 – 13:30 Uhr



### DAUER

4 Stunden  
09:00 bis 13:30 Uhr



### PREIS

300,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



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

#### INHALTE



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

**Programm/Inhalt**

**Abgrenzung von SEO**

**Gebotsverfahren**

**Auswahl von Keywords**

**Erfolgreiche Anzeigentexte**

**Optimierungshebel**

**Automatische Optimierung**

**Conversion-Messung**

**Erfolgsbewertung**

**Exkurs: andere Paid-Media-Kanäle**

**Bedeutung von SEA im Mediamix**

## Suchmaschinenoptimierung (SEO) (online)

**Suchmaschinenoptimierung (SEO) sorgt dafür, dass über Google finanzwirtschaftlich interessierte Besucher/-innen zielsicher auf die Seiten der Sparkassen gelangen. Wer dabei Kundinnen und Kunden gewinnen oder seinen Bekanntheitsgrad steigern möchte, sollte beim Suchergebnis am besten weit oben stehen. Erfahren Sie in diesem Seminar, wie SEO langfristig und nachhaltig wirkt.**

### ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen von Sparkassen, die für die Internetaktivitäten der Sparkasse verantwortlich sind, insbesondere Mitarbeiter/-innen und Führungskräfte aus den Bereichen medialer Vertrieb, Kommunikation, Internetmanagement, Marketing und Vertriebssteuerung sowie PR und Öffentlichkeitsarbeit.

### IHR NUTZEN

- Sie haben praxisorientiertes Wissen zur Suchmaschinenoptimierung.
- Sie sind vertraut mit Möglichkeiten, um Ihre Internetfiliale zu optimieren.

### REFERENTINNEN UND REFERENTEN

- Tamara Franz, S-Communication Services GmbH
- Vanessa Wiezorrek, S-Communication Services GmbH

### HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet im virtuellen Seminarraum 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>.



### TERMIN(E)

18.11.2026 | virtueller Seminarraum  
09:00 – 13:30 Uhr



### DAUER

4 Stunden  
09:00 bis 13:30 Uhr



### PREIS

300,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



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

#### INHALTE



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

**Programm/Inhalt**

**Einführung in die Grundzüge des Suchmaschinenmarketings**

- Was ist SEO? Was ist SEA?
- Wann und warum ist SEO wichtig?

**Suchmaschinenoptimierung**

- Wie wird meine Sparkasse in der Suchmaschine sichtbar(er)?
- Wie ermittle ich SEO-Potenziale?
- Wie setze ich SEO erfolgreich in der Internet-Filiale um?
- Wie messe ich meine SEO-Erfolge?

## Kommunikationswelt Radar - Einführung und Übungen für Anfängerinnen und Anfänger (online)

**Datenbasiertes Marketing in medialen Kanälen wird immer erfolgsentscheidender. Ein großer Hebel für den Vertriebs Erfolg sind dabei Auswertung und Analyse entsprechender Daten. Lernen Sie in dieser Veranstaltung die hierzu in der Sparkassen-Finanzgruppe bereitstehende Anwendung "Kommunikationswelt Radar" kennen.**

### ZIELGRUPPE

Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen in Sparkassen, die mit der Internet-Filiale arbeiten (Marketing, Content-Pflege, Support)

### IHR NUTZEN

- Sie kennen die Möglichkeiten und Unterschiede der Webanalyse.
- Sie können die Kommunikationswelt Radar und Google Analytics datenschutzbezogen und organisatorisch einordnen.
- Sie sind vertraut mit den Begrifflichkeiten und technischen sowie organisatorischen Grundlagen von Tracking und Online Marketing in der SFG.
- Sie sind in der Lage, die Kommunikationswelt Radar zu bedienen und die Berichte zu nutzen.

### IHR REFERENT

Peter Geismar, S-Communication Services GmbH - Berlin

Senior Data Analyst

### HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet in Intervallform 2 X 0,5 Tage im virtuellen Seminarraum der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum Online-Seminar. Bitte stellen Sie sicher, dass neben Ihrer generellen Bereitschaft, sich online interaktiv auszutauschen zu wollen, auch alle technischen Voraussetzungen für die Tonübertragung und die Aktivierung Ihres persönlichen Videos vollständig funktionieren sollten. Testen können Sie dies vorher unter folgendem Link: <https://www.webex.com/de/test-meeting.html>.

Am 12.10. - 13.10.2026 findet das Online-Aufbauseminar "Kommunikationswelt Radar – Übungen für Fortgeschrittene" ([15.428](#)) statt.



### TERMIN(E)

15.09.2026 – 16.09.2026 | virtueller Seminarraum



### DAUER

1 Tag  
2 x 0,5 Tage Module 1 & 2 jeweils  
09:00 bis ca. 13:00 Uhr zzgl.  
Lernzeit für Transfer



### PREIS

395,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



#### Carolin Nalazek

0231 22240-537

[carolin.nalazek@ska.nrw](mailto:carolin.nalazek@ska.nrw)

#### INHALTE

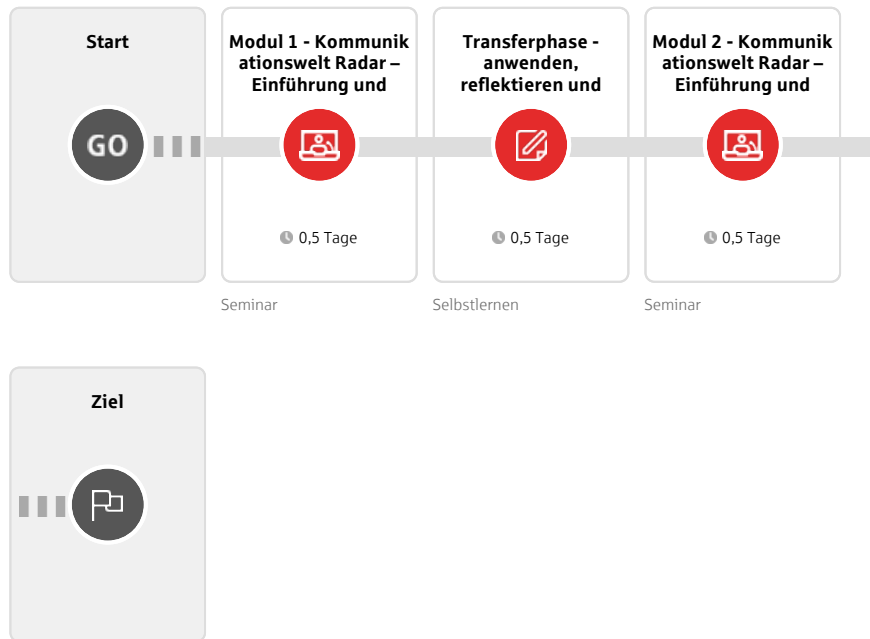


#### Edmund Honermann

0231 22240-739

[edmund.honermann@ska.nrw](mailto:edmund.honermann@ska.nrw)

Ihre Lernreise: Kommunikationswelt Radar - Einführung und Übungen für Anfängerinnen und Anfänger (online)



### **Programm/Inhalt**

- 1. Tag - Modul 1: Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:00 Uhr

#### **Grundlagen und Herangehensweisen Datenanalyse**

#### **Funktionsweise von Web- und App-Analyse & Corporate Governance in der SFG**

#### **URL-Parameter**

#### **Abgrenzung Kommunikationswelt Radar und Google Analytics**

#### **Datenschutz**

#### **Login und Navigation sowie Funktionen für Anfänger/-innen**

#### **Analyse von NEO- und IF-Auftrag-Prozessen**

- Transferphase zwischen den Modulen - anwenden, reflektieren und vertiefen der vermittelten Inhalte
- 2. Tag - Modul 2: Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:00 Uhr

#### **Fortsetzung**

## Kommunikationswelt Radar – Übungen für Fortgeschrittene (online)

**Datenbasiertes Marketing in medialen Kanälen wird immer entscheidender. Ein großer Hebel für den Vertriebs-erfolg sind dabei Auswertung und Analyse entsprechender Daten. Lernen Sie in dieser Veranstaltung die weiterführenden Funktionen der Anwendung "Kommunikationswelt Radar" kennen.**

### ZIELGRUPPE

Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen in Sparkassen, die mit der Internet-Filiale arbeiten (Marketing, Content-Pflege, Support) und bereits über grundlegende Kenntnisse der Kommunikationswelt Radar verfügen

### IHR NUTZEN

- Sie können ein Zielkonzept erstellen und verstehen die Attributionsmodelle des SFG-Trackings.
- Sie wissen, wie Sie IF-Kampagnen sowie interne und externe Links messbar machen und Online-Marketing-Kampagnen bewerten.
- Sie sind in der Lage, das Firmenkundenportal und IF Vertrags- und Nutzungszahlen sowie die digitalen Mindeststandards bewerten und den Performance Benchmarking-Bericht zu analysieren.

### VORAUSSETZUNG(EN)

Seminar: Kommunikationswelt Radar – Einführung und Übungen für Anfänger/-innen ([15.427](#)) oder vergleichbarer Kenntnisstand

### IHR REFERENT

Peter Geismar, S-Communication Services GmbH - Berlin

Senior Data Analyst

### HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet in Intervallform 2 X 0,5 Tage im virtuellen Seminarraum der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum Online-Seminar. Bitte stellen Sie sicher, dass neben Ihrer generellen Bereitschaft, sich online interaktiv auszutauschen zu wollen, auch alle technischen Voraussetzungen für die Tonübertragung und die Aktivierung Ihres persönlichen Videos vollständig funktionieren sollten. Testen können Sie dies vorher unter folgendem Link: <https://www.webex.com/de/test-meeting.html>.



### TERMIN(E)

12.10.2026 – 13.10.2026 | virtueller Seminarraum



### DAUER

1 Tag  
2 x 0,5 Tage Module 1 & 2 jeweils  
09:00 bis ca. 13:00 Uhr zzgl.  
Lernzeit für Transfer



### PREIS

395,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



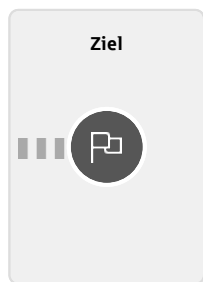
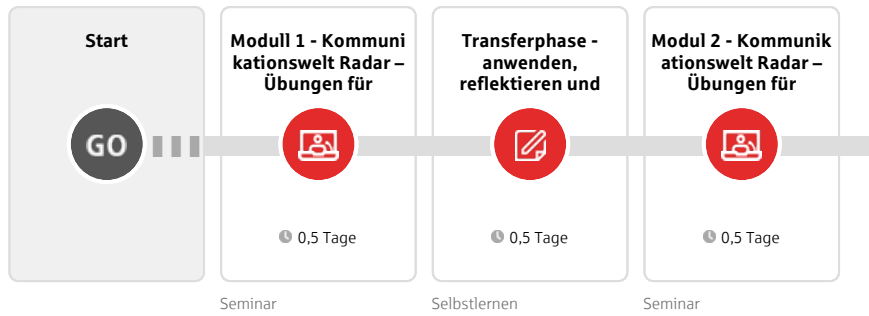
**Carolin Nalazek**  
0231 22240-537  
carolin.nalazek@ska.nrw

#### INHALTE



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

Ihre Lernreise: Kommunikationswelt Radar – Übungen für Fortgeschrittene (online)



### **Programm/Inhalt**

- 1. Tag - Modul 1: Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:00 Uhr

#### **Zielkonzept erstellen & Zuschreibung von Erfolg (Attribution)**

#### **KMM- /Cobra- & Direktinhalte-Berichte**

#### **AFF- /UTM-Berichte**

#### **FKP-Reporting**

#### **SEA-Reporting**

#### **Vertrags- und Nutzungszahlen-Bericht**

#### **DMS-Bericht & Performance Benchmarking-Report**

- Transferphase zwischen den Modulen - anwenden, reflektieren und vertiefen der vermittelten Inhalte
- 2. Tag - Modul 2: Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:00 Uhr

#### **Fortsetzung**

## Google Analytics GA4 – Einführung und Übungen für Anfänger/-innen (online)

Mithilfe von Google Analytics können Sie Marketing-Kampagnen für die Internet-Filiale planen, erstellen oder koordinieren sowie externe Datentrends in Beziehung setzen, um Ihre Webperformance zu messen sowie das Verhalten von Websitebesuchern nachzuverfolgen. Lernen Sie in dieser Veranstaltung die benutzerdefinierte Datenanalyse und Berichterstellung mit Google Analytics GA 4 für Ihre Web-Daten kennen.

### ZIELGRUPPE

Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen, die involviert in Onlinemarketing-Kampagnen und der Internet-Filiale sind

### IHR NUTZEN

- Sie kennen die Begrifflichkeiten und technischen Grundlagen von Tracking und Onlinemarketing in der SFG.
- Sie können die verschiedenen Möglichkeiten und Anwendungsgebiete der Webanalyse unterscheiden (LogFile-Analyse in der KW-R, Client-basiertes Tracking mit Google Analyse).
- Sie sind vertraut mit der Bedienung der Basisfunktionen von Google Analytics und den Standard-Reports.
- Sie können IF-spezifische Events analysieren und wissen, wie Conversions gemessen werden.

### VORAUSSETZUNG(EN)

Google Analytics 4 ist bereits eingeführt oder die Einführung von Google Analytics 4 wird in Betracht gezogen

### IHR REFERENT

Peter Geismar, S-Communication Services GmbH - Berlin

Senior Data Analyst

### HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet in Intervallform 2 X 0,5 Tage im virtuellen Seminarraum der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum Online-Seminar. Bitte stellen Sie sicher, dass neben Ihrer generellen Bereitschaft, sich online interaktiv auszutauschen zu wollen, auch alle technischen Voraussetzungen für die Tonübertragung und die Aktivierung Ihres persönlichen Videos vollständig funktionieren sollten. Testen können Sie dies vorher unter folgendem Link: <https://www.webex.com/de/test-meeting.html>.



### TERMIN(E)

01.07.2026 – 02.07.2026 | virtueller Seminarraum



### DAUER

1 Tag  
2 x 0,5 Tage Module 1 & 2 jeweils  
09:00 bis ca. 13:00 Uhr zzgl.  
Lernzeit für Transfer



### PREIS

395,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



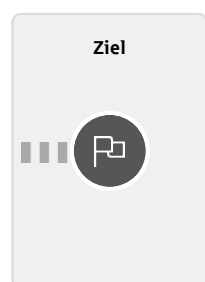
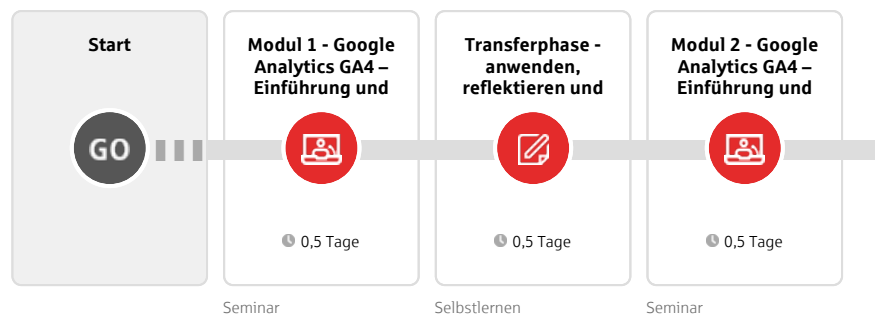
**Carolin Nalazek**  
0231 22240-537  
carolin.nalazek@ska.nrw

#### INHALTE



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

Ihre Lernreise: Google Analytics GA4 – Einführung und Übungen für Anfänger/-innen (online)



### **Programm/Inhalt**

- 1. Tag - Modul 1: Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:00 Uhr

#### **Grundbegriffe Analyse und Onlinemarketing**

#### **Funktionsweise von Web- und App-Analyse: Client-basiert vs. Logfiles**

#### **Abgrenzung Google Analytics und Kommunikationswelt Radar**

#### **URL-Parameter**

#### **Datenschutz**

#### **Anwendungsfälle Google Analytics**

#### **Login und Navigation sowie Funktionen für Anfänger/-innen**

- Transferphase zwischen den Modulen - anwenden, reflektieren und vertiefen der vermittelten Inhalte
- 2. Tag - Modul 2: Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:00 Uhr

#### **Fortsetzung**

## Google Analytics GA4 - Fortgeschrittene (online)

Lernen Sie in dieser Veranstaltung mehr über Google Analytics GA4 wie z. B. ein genständiges Debuggen, Tracking und Analyse von Prozessen sowie zu Kampagnen-Zielkonzepten, Zuschreibung von Erfolg (Attribution) und Auswertung der Customer Journey (Touchpoints).

### ZIELGRUPPE

Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen, die involviert in Online Marketing-Kampagnen und der Internet-Filiale sind

### IHR NUTZEN

- Sie können erkennen, was auf einer Seite getrackt wird und Prozesse gezielt auswerten.
- Sie wissen, wie Sie Zielgruppen definieren und analysieren sowie eigene Analysen erstellen (explorative Datenanalysen).
- Sie kennen den Aufbau eines Kampagnen-Zielkonzeptes und verstehen die Attributionsmodelle des SFG-Trackings.
- Sie können die Customer Journey bezogen auf Onlinemarketing-Kampagnen in Google Analytics auswerten und Ableitungen treffen.

### VORAUSSETZUNG(EN)

- Google Analytics 4 ist bereits eingeführt
- Seminar: Google Analytics – Einführung und Übungen für Anfänger/-innen ([15.429](#)) oder vergleichbarer Kenntnisstand

### IHR REFERENT

Peter Geismar, S-Communication Services GmbH - Berlin

Senior Data Analyst

### HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet in Intervallform 2 X 0,5 Tage im virtuellen Seminarraum der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum Online-Seminar. Bitte stellen Sie sicher, dass neben Ihrer generellen Bereitschaft, sich online interaktiv auszutauschen zu wollen, auch alle technischen Voraussetzungen für die Tonübertragung und die Aktivierung Ihres persönlichen Videos vollständig funktionieren sollten. Testen können Sie dies vorher unter folgendem Link: <https://www.webex.com/de/test-meeting.html>.



### TERMIN(E)

13.07.2026 – 14.07.2026 | virtueller Seminarraum



### DAUER

1 Tag  
2 x 0,5 Tage Module 1 & 2 jeweils  
09:00 bis ca. 13:00 Uhr zzgl.  
Lernzeit für Transfer



### PREIS

395,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



**Carolin Nalazek**

0231 22240-537

[carolin.nalazek@ska.nrw](mailto:carolin.nalazek@ska.nrw)

#### INHALTE

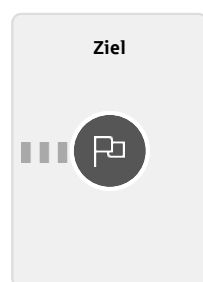
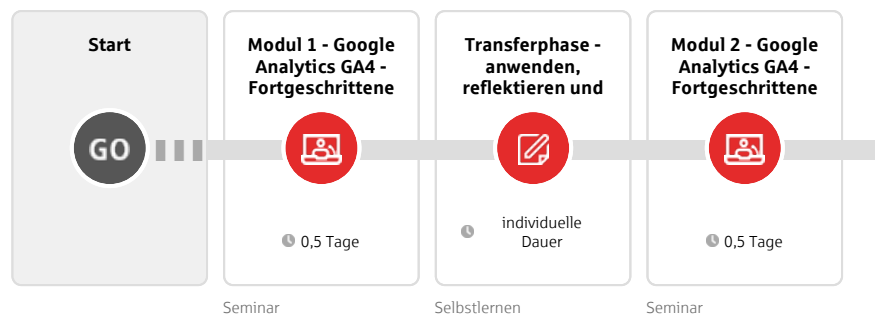


**Edmund Honermann**

0231 22240-739

[edmund.honermann@ska.nrw](mailto:edmund.honermann@ska.nrw)

Ihre Lernreise: Google Analytics GA4 - Fortgeschrittene (online)



### **Programm/Inhalt**

- 1. Tag - Modul 1: Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:00 Uhr

#### **Eigenständiges Debuggen: Was wird getrackt?**

#### **Tracking und Analyse von Prozessen in GA4**

#### **Eigene Analysen erstellen**

#### **Kampagnen Zielkonzepte**

#### **Zuschreibung von Erfolg (Attribution)**

#### **Auswertung der Customer Journey (Touchpoints)**

#### **Google Analytics – Funktionen für Fortgeschrittene**

- Transferphase zwischen den Modulen - anwenden, reflektieren und vertiefen der vermittelten Inhalte
- 2. Tag - Modul 2: Beginn erste Online-Session um 09:00 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 13:00 Uhr

#### **Fortsetzung**

## Datenanalyse mit KW Radar und Google Analytics: neue Funktionen, Erkenntnisse und Anwenderaustausch (online)

Sie möchten Ihr Know-how zur Datenanalyse mit KW Radar und Google Analytics auffrischen? Sie wollen sich zu den Erkenntnissen eigener Aktivitäten und Best-Practice-Beispielen austauschen? Sie möchten individuelle Fragestellungen beantwortet wissen? Dann besuchen Sie diese Veranstaltung.

### ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-inne die Google Analytics oder Kommunikationswelt Radar nutzen

### IHR NUTZEN

- Sie kennen Produktneuerungen und haben neueste Erkenntnisse zu KW-Radar und Google Analytics.
- Sie sind vertraut mit Analysen anderer Institute oder Verbundpartner.
- Sie bekommen individuelle Fragen beantwortet, Analysen der Teilnehmer/-innen aufgezeigt und vernetzen sich untereinander.

### IHR REFERENT

Peter Geismar, S-Communication Services GmbH - Berlin

Senior Data Analyst

### HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet im virtuellen Seminarraum 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>.



### TERMIN(E)

03.11.2026 | virtueller Seminarraum



### DAUER

1 Tag  
mehrere Online-Sessions verteilt über den Tag



### PREIS

395,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



#### Carolin Nalazek

0231 22240-537

carolin.nalazek@ska.nrw

#### INHALTE



#### Edmund Honermann

0231 22240-739

edmund.honermann@ska.nrw

**Programm/Inhalt**

Beginn erste Online-Session um 09:30 Uhr|Ende letzte Online-Session um ca. 17:00 Uhr

**Neue Funktionen und Erkenntnisse Kommunikationswelt Radar**

**Neue Funktionen und Erkenntnisse Google Analytics**

**Best Practices / Erkenntnisse aus Analysen anderer Institute und bei Verbundpartnern**

**Fragen und Analysen der Anwender/-innen**

**Vernetzung und Austausch**



100% online



# 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 zugeschaltet. 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