Sparkassenakademie
Nordrhein-Westfalen



FORTBILDUNGSPROGRAMM 2027

32 Marketing

INHALTSVERZEICHNIS

SEITE

32 Marketing **4**

Tagungen und Foren **5**

32.002 Fachtagung Marketing und Vertrieb - Regionalveranstaltung Rheinland 6

15.044 Tagung KI-Forum 8

Fachseminare / Zertifikatsprogramme **10**

31.100 Fachseminar Vertriebssteuerung 11

Grundlagen und Marktforschung **16**

15.424 Suchmaschinenwerbung (SEA) (online) 59

15.427 Kommunikationswelt Radar - Einführung und Übungen für Anfängerinnen und Anfänger (online) 63

15.428 Kommunikationswelt Radar – Übungen für Fortgeschrittene (online) 66

15.429 Google Analytics GA4 – Einführung und Übungen für Anfänger/-innen (online) 69

15.430 Google Analytics GA4 - Fortgeschrittene (online) 72

Kommunikationsmanagement **31**

15.008 Fachtagung Digitales Beratungs-Center (DBC) - Multikanalberatung (hybrid) 32

15.009 Fachtagung Business-Center (BC) - Business-Line (hybrid) 35

15.420 Internetgerechtes Texten - Mehr Erfolg durch Professionalität (online) 37

15.449 Die Kunst der Prompting-Techniken für KI-Anwendungen von A bis Z (online) 40

15.462 KI-Avatare und Erklärvideos (online) 43

15.463 KI und SEO (Suchmaschinenoptimierung) (online) 46

15.800 Grundlagen Social Media-Kommunikation (online) 48

15.804 Redaktionsmanagement – für LinkedIn, Facebook, Instagram, Threads und Co. schreiben (online) 50

15.821 LinkedIn-Strategie - erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit und erweitern Sie Ihr Netzwerk (Webinar) 52

15.830 Storytelling für Marketing und Social Media (online) 54

32.350 Prompting - Texterstellung mit ChatGPT, S-KIPilot und Co. für Marketing, Presse und Social Media (online) 56

Vertriebsmanagement **58**

15.424 Suchmaschinenwerbung (SEA) (online) 59

15.422 Digitale Mindeststandards-Bericht in der Kommunikationswelt Radar – Einführung und Übungen (online) 61

15.427 Kommunikationswelt Radar - Einführung und Übungen für Anfängerinnen und Anfänger (online) 63

15.428 Kommunikationswelt Radar – Übungen für Fortgeschrittene (online) 66

15.429 Google Analytics GA4 – Einführung und Übungen für Anfänger/-innen (online) 69

15.430 Google Analytics GA4 - Fortgeschrittene (online) 72

15.431 Datenanalyse mit KW Radar und Google Analytics: neue Funktionen, Erkenntnisse und Anwenderaustausch (online) 75

Medialer Vertrieb 77

15.315 Internet Filiale (IF) - Anpassungen an zentralen Inhalten, eigene Inhalte und Module (online) ... 78

15.315-1 Internet Filiale (IF) - Anpassungen an zentralen Inhalten (Baustein 1 - online) 81

15.315-2 Internet Filiale (IF) - eigene Inhalte (Baustein 2 - online) 84

15.315-3 Internet Filiale (IF) - eigene Module (Baustein 3 - online) 87

15.400 Online-Marketing - Erfolgreicher Vertrieb in digitalen Kanälen (Seminar inkl. E-Learning) 90

15.400-1 Online-Marketing - Basics (E-Learning) 94

III. STAB

32 Marketing

Tagungen und Foren
Fachseminare / Zertifikatsprogramme
Grundlagen und Marktforschung
Kommunikationsmanagement
Vertriebsmanagement
Produkt- und Preismanagement
Medialer Vertrieb

32 MARKETING

Tagungen und Foren

Fachtagung Marketing und Vertrieb - Regionalveranstaltung Rheinland

Aktuelle Themen und Trends aus Marketing und Vertrieb sowie konkrete Umsetzungsbeispiele aus den Sparkassen bilden auch in diesem Jahr wieder die Schwerpunkte unserer Tagung. Nutzen Sie dieses Forum als Chance, innovative Ansätze für Ihre Arbeit zu gewinnen und erweitern Sie Ihr Kompetenznetzwerk.

ZIELGRUPPE

Marketing- und Vertriebsleiter/-innen bzw. deren Stellvertreter/-innen

IHR NUTZEN

- Sie sind vertraut mit neuen Anregungen zu Verbandsthemen im Bereich Marketing und Vertrieb.
- Sie erörtern mit Spezialistinnen und Spezialisten die daraus resultierenden Auswirkungen und Handlungsempfehlungen für Ihre Sparkasse.
- Sie stärken mit dem dort erworbenen Expertenwissen Ihre Rolle als kompetente Ansprechpartnerin und kompetenter Ansprechpartner für den Fachbereich Marketing und Vertrieb.

REFERENTINNEN UND REFERENTEN

Wir werden das Programm und die Referenten/-innen mit einer Akademieinfo veröffentlichen.

TERMIN(E)

29.06.2027 – 30.06.2027 |
Sparkassenakademie NRW

DAUER

1,5 Tage

PREIS

KONTAKT

ANMELDUNG



Carina Kuhnt
0231 22240-725
carina.kuhnt@ska.nrw

INHALTE



Francesca Falcone
0231 22240-736
francesca.falcone@ska.nrw

Programm/Inhalt

Das Programm werden wir nach Abschluss der Planungsphase in unserem Akademieportal online bereitstellen und mit einer Akademieinfo gesondert veröffentlichen.

Tagung KI-Forum

Mit dem KI-Forum bieten wir interessierten Kolleginnen und Kollegen die ideale Plattform, um sich über den aktuellen und künftigen Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Sparkassen-Finanzgruppe zu informieren und auszutauschen. Erfahren Sie mehr über laufende Projekte, praxisnahe Anwendungen und strategische Entwicklungen.

ZIELGRUPPE

Führungskräfte und Fachexpertinnen und Fachexperten, die sich mit dem Themenfeld KI in der Sparkasse befassen

IHR NUTZEN

- Sie kennen konkrete Anwendungsbeispiele und Ansätze, die Sie in Ihren Arbeitsalltag integrieren können.
- Sie sind informiert über die neuesten Entwicklungen, Strategien und Potenziale von KI inner- und außerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe.
- Sie tauschen Sie sich mit KI-Expertinnen und KI-Experten aus und vernetzen sich mit- und untereinander.

REFERENTINNEN UND REFERENTEN

Mitarbeiter/-innen des RSGV, des SVN & des SVWL, des DSGV, der Finanz Informatik, des Deutschen Sparkassenverlags, der Verbundpartner und weitere KI-Fachexpertinnen und KI-Fachexperten

HINWEIS(E)

Die Veranstaltung bieten wir in Kooperation mit der Sparkassenakademie Niedersachsen an. Sie wird 2027 in Hannover durchgeführt. Für weitere Informationen (z. B. Inhalte, Termin/e sowie Preis) und zur Anmeldung im Buchungsportal der Sparkassenakademie Niedersachsen:
Hier klicken

Wenn Sie sich bisher noch nicht für das Buchungsportal der Sparkassenakademie Niedersachsen registriert haben, so können Sie formlos über die E-Mail-Adresse akademiemail@svn.de oder telefonisch (Tel.: 0511 3603-501) einen Zugang beantragen.

TERMIN(E)

27.09.2027 – 28.09.2027 | Sparkassenakademie Niedersachsen (ausgebucht)

DAUER

1,5 Tage

PREIS

wird noch mitgeteilt

KONTAKT

ANMELDUNG



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

INHALTE



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

Programm/Inhalt

Wir werden das Programm mit einer Akademieinfo und im Akademieportal nach Abschluss der Planungsphase online bereitstellen.

Wissensaustausch und Vernetzung: Das Forum bietet eine Möglichkeit für KI-Fachexperten/-innen ihr Wissen und ihre Erfahrungen auszutauschen und sich gegenseitig zu vernetzen.

Integration von KI in die Sparkasse: Das Forum soll dazu beitragen, KI-basierte Lösungen und Anwendungen in den Sparkassen effektiv einzuführen und zu nutzen, um Prozesse zu optimieren und Mehrwert zu schaffen.

Förderung von Innovationen: Das Forum soll als Katalysator für die Entwicklung neuer Ideen und Innovationen im Bereich KI dienen.

32 MARKETING

Fachseminare / Zertifikatsprogramme

Fachseminar Vertriebssteuerung

Zur Verstetigung und kontinuierlichen Verbesserung der vielfältigen qualitativen und quantitativen Vertriebsergebnisse Ihrer Sparkasse ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, die Vertriebsaktivitäten zielgerichtet und stringent zu managen und aktiv zu steuern. Die dazu notwendigen Kenntnisse für Methodik und Zusammenhänge insbesondere auch im Hinblick auf die fortlaufende Weiterentwicklung der "Vertriebsstrategie der Zukunft - Privatkunden und Firmenkunden" vermitteln wir in diesem Fachseminar.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus der Vertriebssteuerung, dem Marketing sowie sonstigen Abteilungen, die für die Planung und Steuerung des Vertriebs verantwortlich sind

IHR NUTZEN

- Sie sind in der Lage, Marktstrategien und Vertriebskonzepte u.a. auch in Richtung Vertriebsstrategie der Zukunft (VdZ) - Privatkunden und Firmenkunden zu entwickeln.
- Sie können den Vertrieb einer Sparkasse planen und steuern sowie im Besonderen VdZ-konform ausrichten und sind vertraut mit Vorgehensweisen, Maßnahmen und Instrumenten, um die Vertriebskraft sowie den Einsatz der Vertriebskapazitäten zu verbessern.
- Sie können die verschiedenen Leistungsbausteine des Vertriebsmanagement zielorientiert miteinander verbinden sowie darüber hinaus eine kunden- und marktorientierte Vertriebskultur in der Sparkasse fördern.

VORAUSSETZUNG(EN)

Sparkassenfachwirt/-in oder Studienabschnitt Bankbetriebliche Qualifikation im Rahmen des Studiengangs zum/zur Sparkassenbetriebswirt/-in bzw. vergleichbarer Kenntnisstand

REFERENTINNEN UND REFERENTEN

Mitarbeiter/-innen aus Sparkassen, des Sparkassenverbandes und externe Referenten/-innen

HINWEIS(E)

In einer Kombination aus Präsenz- und Onlinemodulen sowie zeitlich flexiblen Selbstlernphasen, E-Learnings und Transferaufgaben wird das vermittelte Wissen mit hohem Mehrwert für die Praxis angewendet und trainiert.

Nach erfolgreichem Abschluss sind Sie berechtigt, den Titel **geprüfte/r Vertriebssteuerer/-in | Sparkassen-Finanzgruppe** zu führen.

TERMIN(E)

Nr.21 | 15.02.2027 – 22.09.2027 |

E-Learnings | Teil 1 (15.02. - 22.09.2027)
Präsenzblock 1 (15.02. - 19.02.2027)
Webinar 1 (08.03.2027)
Webinar 2 (15.03.2027)
Webinar 3 (05.04.2027)
Präsenzblock 2 (19.04. - 21.04.2027)
Präsenzblock 3 (10.05. - 13.05.2027)
Transfer- und Selbstlernphase (14.05. - 22.09.2027)
E-Learnings | Teil 2 (14.05. - 22.09.2027)
Lernerfolgskontrolle (20.09. - 22.09.2027)

DAUER

17 Tage
Präsenz- & Online-Veranstaltungen verteilt über mehrere Wochen & WBTs

PREIS

4.750,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG



Christina Temmen
0231 22240-724
christina.temmen@ska.nrw

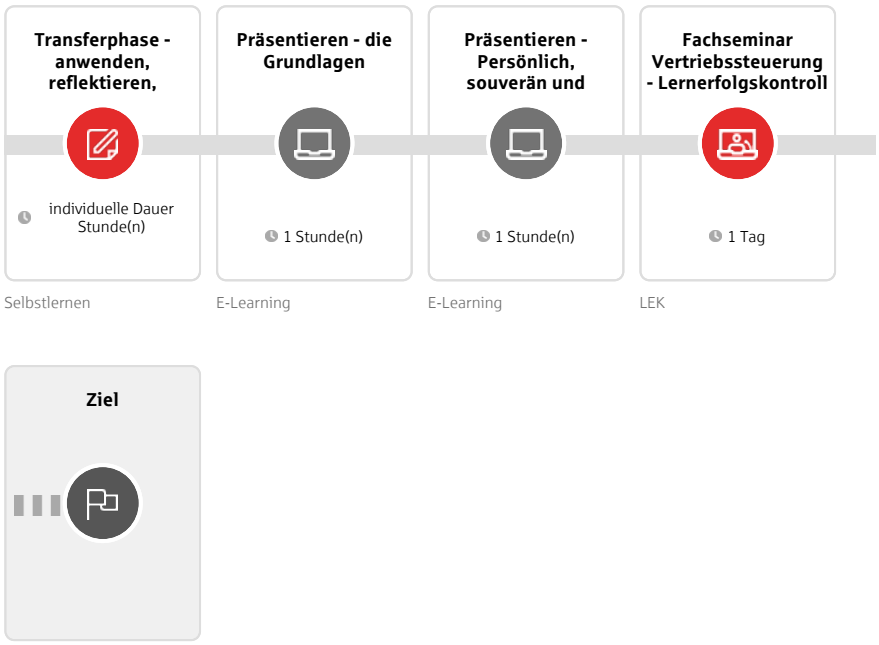
Ihre Lernreise: Fachseminar Vertriebssteuerung

Start	**Operative Vertriebssteuerung - Lernvideo**	**just e-learn-Package: Prozessmanagement PPS**	**Strategische Marktbearbeitung**
GO	6,0 Stunde(n)	5,0 Stunde(n)	1 Tag
	E-Learning	E-Learning	Seminar
Produktmanagement	**Strategische Vertriebssteuerung**	**Operative Vertriebssteuerung**	**Strategische Vertriebsplanung (online)**
1 Tag	1 Tag	2,0 Tage	0,5 Tage
Seminar	Seminar	Seminar	Webinar
Vertriebsorientierte Marktforschung und Kundenzufriedenhei	**Finanzcontrolling (online)**	**Operative Vertriebsplanung**	**Vertriebscontrolling**
0,5 Tage	1 Tag	1 Tag	1 Tag
Webinar	Webinar	Seminar	Seminar
Möglichkeiten der Vertriebssteuerung mit OSPlus (S691)	**Vertriebsführung**	**Segmentsteuerung am Beispiel Firmenkundengeschäft**	**Vertriebskultur etablieren und Marktmitarbeiter/-**
1 Tag	2,0 Tage	1 Tag	1 Tag
Seminar	Seminar	Seminar	Seminar

INHALTE



Sabine Berens
0231 22240-740
sabine.berens@ska.nrw


Transferphase - anwenden, reflektieren,
individuelle Dauer Stunde(n)
Selbstlernen
Präsentieren - die Grundlagen
1 Stunde(n)
E-Learning
Präsentieren - Persönlich, souverän und
1 Stunde(n)
E-Learning
Fachseminar Vertriebssteuerung - Lernerfolgskontroll
1 Tag
LEK
Ziel

Programm/Inhalt

Strategische Marktbearbeitung

- Kundensegmentierung sowie Multikanal- und Leistungsangebot
- Zukunftsorientierte Steuerung der Vertriebswege
- Stationärer, medialer und mobiler Vertrieb
- Multikanale Vertriebssteuerung

Produktmanagement

Strategische Vertriebssteuerung

- Gesamtbankstrategie
- Vertriebsstrategie
- Vertriebsstrategie der Zukunft - Privatkunden und Firmenkunden
- Weitere aktuelle Projekte

Operative Vertriebssteuerung

- Kundenreise zu verschiedenen Bedarfsfeldern und damit verbundene Steuerungsinstrumente
- relevante Vertriebskanäle
- Zielsystem (inkl. Zielkarte) mit den Kernelementen Ertrag, Aktivität und Qualität

Vertriebsorientierte Marktforschung und Kundenzufriedenheit

Finanzcontrolling

- Finanzcontrolling als Teil der Gesamtbanksteuerung einordnen
- Steuerungskonzepte der Gesamtbanksteuerung unterscheiden
- Den Steuerungsregelkreis nachvollziehen
- Aufsichtsrechtliche Risikovorgaben kennenlernen
- Marktzinsmethode und Barwertkalkulation unterscheiden und anwenden

Strategische und operative Vertriebsplanung

Vertriebscontrolling

Vertriebsführung

- Führungsstrukturen und Unternehmenskultur
- Werte und Leitlinien
- Ziel- und Anreizsysteme
- Vertriebsfördernde Maßnahmen

Vertriebskultur und Veränderungsprozesse

Aufsichtsrechtliche Anforderungen an die Vertriebssteuerung

IT-gestützte Vertriebssteuerungssysteme

Abschluss/Lernerfolgskontrolle:
Das Fachseminar wird mit einer Lernerfolgskontrolle abgeschlossen. Der erste Teil der Lernerfolgskontrolle besteht aus einer Hausarbeit (Erarbeitung eines Vertriebskonzeptes) nebst deren Präsentation und Erörterung und der zweite Teil besteht aus einem Kolloquium (Fachgespräch).
Nach bestandener Lernerfolgskontrolle erhalten die Teilnehmer/-innen ein Zertifikat.

32 MARKETING

Grundlagen und Marktforschung

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

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

Datenbasiertes Marketing in medialen Kanälen wird immer erfolgsentscheidender. Ein großer Hebel für den Vertriebserfolg 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.

Die Inhalte für den Termin 2027 werden zurzeit aktualisiert und an die Weiterentwicklungen angepasst.

TERMIN(E)

14.09.2027 – 15.09.2027 | 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



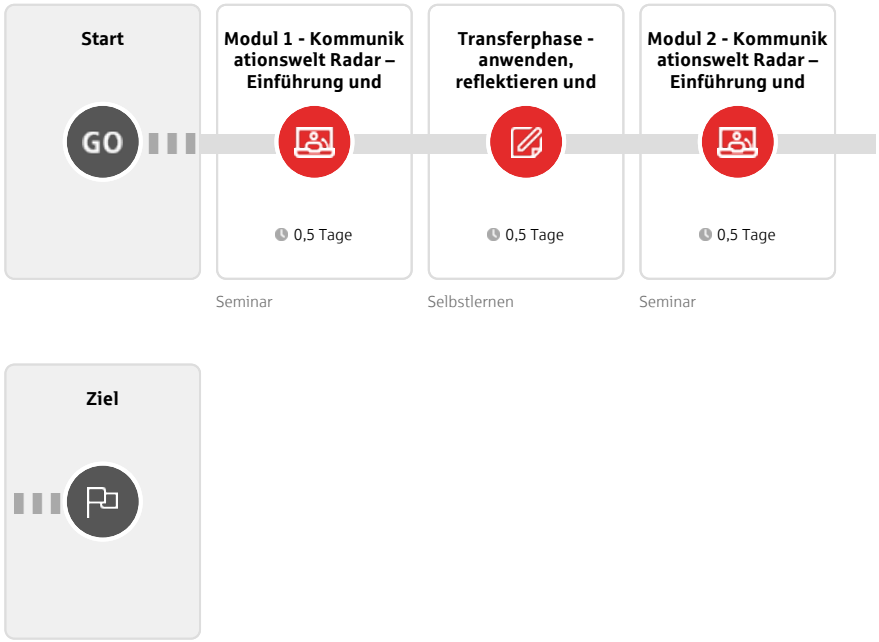
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE



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

Ihre Lernreise: Kommunikationswelt Radar - 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 erfolgsentscheidender. Ein großer Hebel für den Vertriebserfolg 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.

Die Inhalte für den Termin 2027 werden zurzeit aktualisiert und an die Weiterentwicklungen angepasst.

TERMIN(E)

12.10.2027 – 13.10.2027 | 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



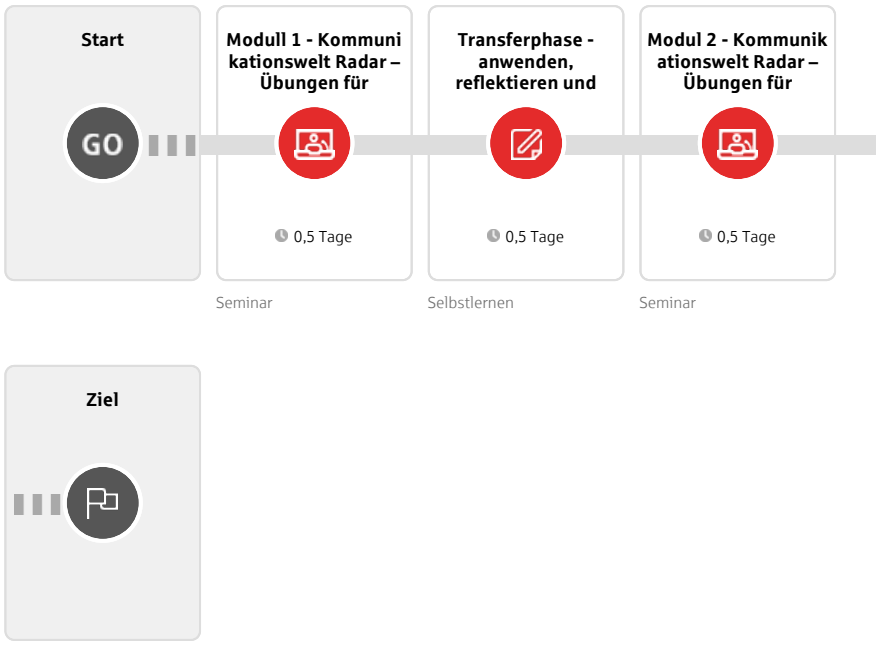
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

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)

05.07.2027 – 06.07.2027 | 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



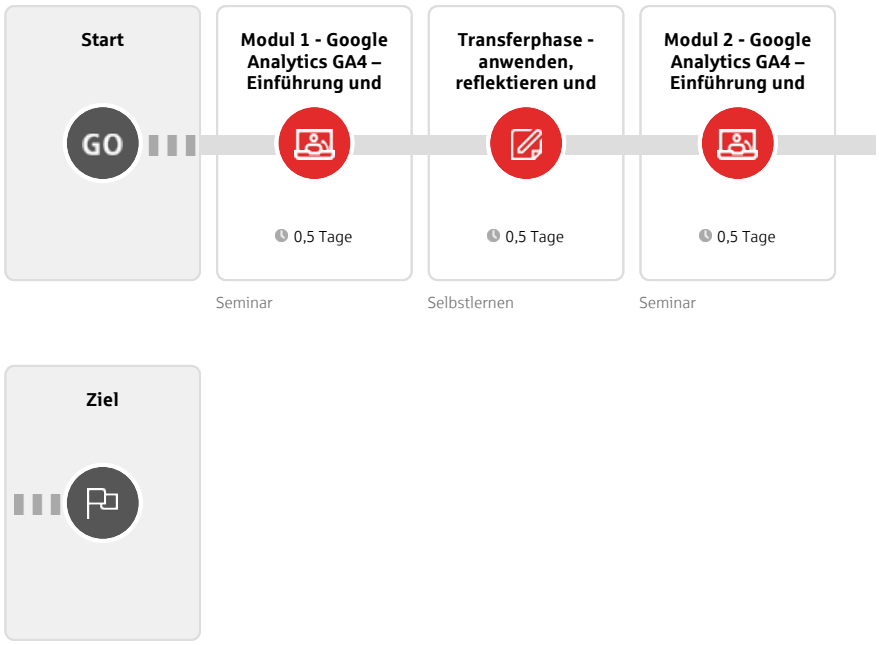
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

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. ei 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 Kennisstand

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)

13.07.2027 – 14.07.2027 | 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



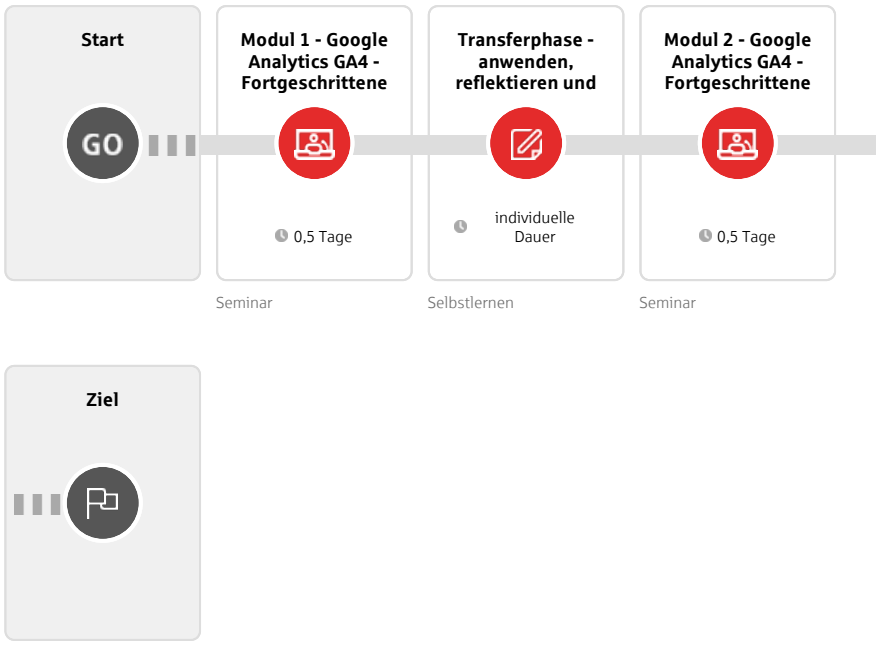
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE



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

Ihre Lernreise: Google Analytics GA4 - 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

32 MARKETING

Kommunikationsmanagement

Fachtagung Digitales Beratungs-Center (DBC) - Multikanalberatung (hybrid)

Im Digitalen Beratungs-Center bzw. in der Multikanalberatung erfolgreich und leistungsstark agieren
In Sparkassen spielen mittlerweile vertrieblich sowie kundenorientiert ausgerichtete mediale Vertriebseinheiten für Privatkunden eine wesentliche Rolle. Der Fokus liegt je nach Ausprägung auf einer effizienten Servicebereitstellung und Vereinbarung von Terminen über mediale Kanäle bis hin zu einer qualitativ hochwertigen Beratung sowie dem aktiven Produktverkauf. Mit enormen Anstrengungen beschäftigen sich daher viele Sparkassen sowohl mit der Weiterentwicklung etablierter Digitaler Beratungs-Center (DBC) & Direkt-Filialen als auch mit dem Ausbau der Multikanalberatung in bestehenden stationären Beratungs-Centern. Tauschen Sie sich in dieser Tagung mit Fachexperten aus, wie Sie über Ihre medialen Vertriebskanäle erfolgreich den Markt bearbeiten, digitale Prozesse optimal gestalten und multikanalaffine Kunden exzellent beraten.

ZIELGRUPPE

Leiter/-innen und Teamkoordinatoren/-innen von Digitalen Beratungs-Centern, Direkt-Filialen, Kunden-Service-Centern sowie verantwortliche Mitarbeiter/-innen für die Multikanalberatung bestehender stationärer & digitaler Vertriebseinheiten

IHR NUTZEN

- Sie können aktuelle Trends im Digitalen Beratungs-Center und der Multikanalberatung bewerten.
- Sie sind in der Lage, Chancen für einen hochwertigen Service und nachhaltigen Vertrieb im Digitalen Beratungs-Center und in der Multikanalberatung zu nutzen.
- Sie kennen Standards, Prozesse und Verfahren für ein effizientes Agieren im Digitalen Beratungs-Center und der Multikanalberatung.

REFERENTINNEN UND REFERENTEN

Mitarbeiter/-innen aus Sparkassen, der Sparkassenakademie, der Finanz Informatik, der Verbände, der Verpundpartner sowie externe Trainingspartner

HINWEIS(E)

Die Veranstaltung wird neben der Präsenz-Teilnahme auch in der Online-Variante hybrid angeboten. Wählen Sie zwischen den zwei Zugangswegen zu dieser Veranstaltung:

- lokal am Veranstaltungsort in Dortmund oder
- online im virtuellen Seminarraum (Video und Ton der Plenumsveranstaltung vor Ort sowie ausgewählte Workshops werden live in den virtuellen Raum übertragen).

A. Sollten Sie in Präsenz dabei sein, buchen Sie bitte über den Termin „**Vor Ort-Teilnahme**“.
Hier haben Sie auch die Möglichkeit, nach Veröffentlichung des Tagungsprogramms sich Workshops auszusuchen.

TERMIN(E)

Online-Teilnahme-2702 | 29.09.2027 – 30.09.2027 | virtueller Seminarraum

Vor-Ort-Teilnahme-2701 | 29.09.2027 – 30.09.2027 | Sparkassenakademie NRW

DAUER

2 Tage
2 Tage in Präsenz in Dortmund bzw. online im virtuellen Konferenzraum

PREIS

wird noch mitgeteilt

Tagungshotel:
Kooperationshotels der Sparkassenakademie NRW finden Sie auf unserer Internetseite unter Tagungszentrum.

B. Sollten Sie online dabei sein, buchen Sie bitte über den Termin „**Online-Teilnahme**“. Eine gesonderte Anmeldung zu den Workshops ist nicht nötig. Sie können immer in jedem Durchgang einen der ausgewählten hybriden Workshops direkt „live“ auswählen.

KONTAKT

ANMELDUNG



Jana Bathe
0231 22240-709
jana.bathe@ska.nrw

INHALTE



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

Programm/Inhalt

Nach Abschluss der Planungsphase werden wir das Programm online in unserem Akademieportal veröffentlichen.

Fachtagung Business-Center (BC) - Business-Line (hybrid)

Business-Center / Business-Line - die richtige Adresse für eine digitale und professionelle Beratung gewerblicher Kundengruppen
In der Welt erfolgreich digital agierender Sparkassen spielen ein Business-Center bzw. eine Business-Line für gewerbliche Kundengruppen eine zentrale Rolle. Erfahren Sie im Rahmen dieser Tagung mehr zu zukunftsweisenden Perspektiven und Erkenntnissen aus aktuellen Projekten. Entdecken Sie die neuesten Trends und Innovationen im Business-Center bzw. in der Business-Line. Netzwerken Sie mit Fachexperten und tauschen Sie Best-Practice-Beispiele aus.

ZIELGRUPPE

Leiter/-innen und Teamkoordinatoren/-innen von Business-Centern bzw. in der Business-Line sowie verantwortliche Mitarbeiter/-innen für digitale Vertriebseinheiten im Bereich gewerblicher Kunden

IHR NUTZEN

- Sie können aktuelle Trends im Business-Center bzw. in der Business-Line bewerten.
- Sie sind in der Lage, Chancen für einen hochwertigen Service und nachhaltigen Vertrieb im Business-Center / Business-Line zu nutzen.
- Sie kennen Standards, Prozesse und Verfahren für ein effizientes Agieren im Business-Center bzw. in der Business-Line.

REFERENTINNEN UND REFERENTEN

Mitarbeiter/-innen aus Sparkassen, der Sparkassenakademie, der Finanz Informatik, der Verbände, der Verbundpartner sowie externe Trainingspartner

HINWEIS(E)

Die Veranstaltung wird neben der Präsenz-Teilnahme auch in der Online-Variante hybrid angeboten. Wählen Sie zwischen den zwei Zugangswegen zu dieser Veranstaltung:

- lokal am Veranstaltungsort in Dortmund oder
- online im virtuellen Seminarraum (Video und Ton der Plenumsveranstaltung vor Ort sowie ausgewählte Workshops werden live in den virtuellen Raum übertragen).

A. Sollten Sie in Präsenz dabei sein, buchen Sie bitte über den Termin „**Vor Ort-Teilnahme**“.
Hier haben Sie auch die Möglichkeit, nach Veröffentlichung des Tagungsprogramms sich Workshops auszusuchen.
Kooperationshotels der Sparkassenakademie NRW für eine geplante Hotelreservierung finden Sie auf unserer Internetseite unter Tagungszentrum in der Rubrik Übernachtung.

B. Sollten Sie online dabei sein, buchen Sie bitte über den Termin „**Online-Teilnahme**“.
Eine gesonderte Anmeldung zu den Workshops ist nicht nötig. Sie können immer in jedem Durchgang einen der ausgewählten hybriden Workshops direkt „live“ auswählen.

TERMIN(E)

Online-Teilnahme-2702 | 12.10.2027 – 13.10.2027 | virtueller Seminarraum

Vor-Ort-Teilnahme-2701 | 12.10.2027 – 13.10.2027 | Sparkassenakademie NRW

DAUER

2 Tage

PREIS

wird noch mitgeteilt

KONTAKT

ANMELDUNG



Jana Bathe
0231 22240-709
jana.bathe@ska.nrw

INHALTE



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

Programm/Inhalt

Nach Abschluss der Planungsphase werden wir das Programm online in unserem Akademieportal veröffentlichen.

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)

15.06.2027 | 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

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

Die Kunst der Prompting-Techniken für KI-Anwendungen von A bis Z (online)

Bereit für einen Deep Dive in die Welt der virtuellen Kommunikation mit KI? In unserer exklusiven Veranstaltung zeigen wir Ihnen, wie Sie z. B. mit dem S-*KI*Pilot oder mit ChatGPT wie ein Profi nutzen können! Entdecken Sie die Geheimnisse der Prompting-Techniken und bringen Sie Ihre generierten Ergebnisse auf ein neues Niveau. Egal, ob Sie neu im Spiel sind oder bereits Erfahrungen haben – hier ist für jeden etwas dabei!

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen, die ihre Fähigkeiten im Umgang mit dem S-*KI*Pilot oder mit ChatGPT auf das nächste Level bringen und professionelle Prompts generieren möchten

IHR NUTZEN

- Sie sind vertraut mit der Funktionsweise von Prompting in KI-Anwendungen.
- Sie haben fortgeschrittenes Know-how in der Anwendung von Prompting-Techniken.
- Sie wissen, wie Sie Ihre generierten Eingaben bewusst auf das angestrebte Zielergebnis steuern und zum ChatGPT-Profi werden.

VORAUSSETZUNG(EN)

- Sie haben das E-Learning "Von der Theorie zur Praxis - Ihr Leitfaden für effizientes Arbeiten mit S-KIPilot und Co." (15.436-2) oder "Künstliche Intelligenz in der Sparkassen-Praxis - Basiswissen kompak" (15.443) absolviert oder bringen ein vergleichbares Wissensniveau mit - so starten Sie gut vorbereitet und haben eine gemeinsame Ausgangbasis.
- Einen Zugang zum S-KIPilot oder zu einem kostenfreien ChatGPT-Account
- Wir empfehlen Ihnen, den Selbst-Check KI-Typ (15.435-1) und bei Bedarf das Blended-Learning "Ready for KI - Basis-Skills" (15.435) zu machen.

IHR REFERENT

Maximilian Lukas Kops, Unternehmensgründer und -inhaber, Bestseller-Autor. Er gibt auf inspirierende Art Impulse zu Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Personal Branding & New Work.

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. Bitte halten Sie einen eigenen S-KIPilot- oder ChatGPT-Zugang bereit, um direkt live bestimmte vermittelte Inhalte auszuprobieren und nachvollziehen zu können.

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

TERMIN(E)

13.11.2026 | virtueller Seminarraum
09:00 – 12:00 Uhr

15.03.2027 | virtueller Seminarraum
09:00 – 12:00 Uhr

DAUER

3 Stunden

PREIS

325,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG



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

INHALTE



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

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: 15.449-V zu buchen. Zur Aufzeichnung

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

Künstliche Intelligenz und Sprachmodelle

- Bedeutung von natürlicher Sprachverarbeitung und Künstlicher Intelligenz
- Wie funktioniert und denkt die KI?
- Anwendungsfälle in verschiedenen Arbeitsfeldern und -bereichen

Prompting like a profi

- Sinnvolle und fokussierte Prompts formulieren
- Anweisungen und Fragen auf den Punkt bringen
- Spotlight auf clevere Prompts und ihre Power-Effekte

Deep Dive Prompt-Engineering

- Advanced Prompt-Engineering für knifflige Herausforderungen
- Flexibler Umgang mit Mehrdeutigkeiten und unpräzisen Vorgaben
- Perfektionierung der Prompt-Formulierung

Maßanfertigung für S-KIPilot oder ChatGPT: genau so, wie du es brauchst

- Upgraden für herausragende Performance
- Anwendungsmöglichkeiten für Content-Anwendungen wie z. B. Marketing- und Werbetexte, Social-Media-Posts, PR-Inhalte oder Produktbeschreibungen
- Use Cases für Non-Content-Anwendungen wie z. B. Korrespondenz, Gesprächsleitfäden, Analysen und Auswertungen, Marktforschung, Meinungsumfragen, FAQs, Event-Planung oder Impulse für Geschäftsberichte

Feinschliff und Customizing von erstellten Prompts

- KI-Content mit menschlicher Note aufpeppen
- Auf den gewünschten individuellen Style und den richtigen persönlichen Vibe trimmen
- KI-Ergebnisse an eigene Bedürfnisse anpassen und feintunen

Live-Demonstrationen und interaktive Übungen

- Authentische Anwendungsbeispiele aus dem Bankensektor
- Performance checken
- Typische Stolpersteine bei generativer KI identifizieren
- Erfolgschancen erhöhen: Methoden zur Fehlerbehebung gestalten
- Eigene Prompts nach Maß modifizieren

KI-Avatare und Erklärvideos (online)

Wir zeigen Ihnen, wie Sie das Potenzial interaktiver und nicht-interaktiver KI-Avatare samt Voice-Agents und Erklärvideos im Bankenumfeld strategisch erschließen – von der Tool-Auswahl über das Conversation Design bis hin zu praxisnahen Anwendungsfällen. Live-Demonstrationen zeigen, wie Sie damit Kundenservice, Onboarding, Weiterbildung und Barrierefreiheit schnell und datenschutzkonform auf ein neues Niveau heben.

ZIELGRUPPE

Mitarbeitende aus dem Marketing, der Kommunikation, dem Vertriebsmanagement sowie aus dem digitalen & medialen Vertrieb sowie Führungskräfte, KI-Manager/-innen, KI-Botschafter/-innen, Innovationsmanager/-innen und Digitalisierungsbeauftragte

IHR NUTZEN

- Sie wissen, wie Sie ohne Programmierkenntnisse interaktive Voice-Agents und KI-Erklärvideos produzieren, mehrsprachig ausspielen und in Webseiten oder internen Lernplattformen einbinden.
- Direkter Transfer in den Sparkassenalltag - Best-Practice-Templates, Prompt-Sammlungen und Checklisten versetzen Sie in die Lage, Kundenservice, Onboarding und Schulungen für Mitarbeiter/-innen schneller, barrierefrei und kosteneffizient zu modernisieren.

VORAUSSETZUNG(EN)

(optional) ein Smartphone mit Internetzugang und QR-Code-Reader

IHR REFERENT

Moritz Braun, finwyz GmbH

Er ist ein erfahrener Berater im Bereich Künstliche Intelligenz und hat bereits zahlreiche Kundenprojekte erfolgreich begleitet. Außerdem hat er seit 2016 Forschungsaufträge des Bundes zu KI-Themen umgesetzt, u. a. im Rahmen der Förderinitiative „Mittelstand Digital “. Als Akademiker mit einem Magister-Abschluss in Volkswirtschaftslehre, Politik und Soziologie liegt sein Fokus seit Jahren auf den praktischen und gesellschaftlichen Implikationen neuer Technologien.

HINWEIS(E)

Bitte beachten Sie, dass sich das Seminar auf die allgemeinen Grundlagen der Technologie konzentriert und keine spezifischen anwendungsbezogenen Einsatzszenarien in der Sparkassenlandschaft behandelt.

Nach Absolvieren des Seminars können die Teilnehmenden über ein interaktives Quizz das gelernte Wissen testen und erhalten bei erfolgreichem Abschluss eine digitale Teilnehmerbescheinigung.

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.

TERMIN(E)

Auf Anfrage

DAUER

3 Stunden

PREIS

295,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG



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

INHALTE



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

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

Programm/Inhalt

Interaktive und nicht-interaktive KI-Avatare

- Potenzialanalyse
- Überblick gängiger Tools & Auswahlkriterien
- Interaktive Voice Agents (Intents, PromptEngineering, Eskalationsregeln)
- Erklärvideos (Storyboarding, SkriptSchreiben, VoiceTuning)

Technische Grundlagen

- Text-to-Speech (TTS)
- Speech-to-Text (Spracherkennung)
- Voice Cloning
- Natural Language Processing (NLP)
- Lip-Sync (Lippen-Synchronisation)

Einsatz von KI-Avataren im Bankenumfeld

- Produktberatung und Kundeninformation
- Kunden-Onboarding & Self-Service
- Interne Weiterbildung und Wissensmanagement (z. B. Training, Onboarding)
- Beitrag zu digitalen Mindeststandards (Barrierefreiheit, einfache Sprache, Mehrsprachigkeit)

Herausforderungen beim Einsatz von KI-Avataren

- Datenschutz & Persönlichkeitsrechte
- Deepfake-Gefahr und Missbrauch
- Bias und Vielfalt
- Transparenz und Verantwortlichkeit
- Wirtschaftlichkeit und Implementierung

KI und SEO (Suchmaschinenoptimierung) (online)

KI-gestützte Suchmaschinen und Chatbots wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity revolutionieren nicht nur, wie wir suchen, sondern auch, was wir finden. Gemeinsam entschlüsseln wir die neuen Spielregeln der Generative Engine Optimization (GEO) und entwickeln zukunftsweisende KI-Content-Strategien, damit Sie auch in Zukunft sichtbar bleiben.

ZIELGRUPPE

Mitarbeitende aus dem Marketing, der Kommunikation, dem Vertriebsmanagement sowie aus dem digitalen & medialen Vertrieb sowie Führungskräfte, KI-Manager/-innen, KI-Botschafter/-innen, Innovationsmanager/-innen und Digitalisierungsbeauftragte

IHR NUTZEN

- Sie verstehen die tiefgreifenden Veränderungen durch KI in der Online-Suche.
- Sie wissen, wie Sie effektiv mit KI suchen können und wie Ihre Inhalte weiter gefunden werden.
- Sie kennen praxiserprobte Methoden der GEO sowie Ansätze für KI-gestützte Content-Strategien.

VORAUSSETZUNG(EN)

(optional) internetfähiges Smartphone mit QR-Reader

IHR REFERENT

Moritz Braun, finwyz GmbH

Er ist ein erfahrener Berater im Bereich Künstliche Intelligenz und hat bereits zahlreiche Kundenprojekte erfolgreich begleitet. Außerdem hat er seit 2016 Forschungsaufträge des Bundes zu KI-Themen umgesetzt, u. a. im Rahmen der Förderinitiative „Mittelstand Digital “. Als Akademiker mit einem Magister-Abschluss in Volkswirtschaftslehre, Politik und Soziologie liegt sein Fokus seit Jahren auf den praktischen und gesellschaftlichen Implikationen neuer Technologien.

HINWEIS(E)

Nach Absolvieren des Seminars können die Teilnehmenden über ein interaktives Quizz das gelernte Wissen testen und erhalten bei erfolgreichem Abschluss eine digitale Teilnehmerbescheinigung.

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)

Auf Anfrage

DAUER

3 Stunden

PREIS

295,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG



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

INHALTE



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

Programm/Inhalt

Die Zukunft der Online-Suche

- Evolution der Suchmaschinen: von Google/Bing zu Perplexity.ai, ChatGPT & Co.
- Geändertes Sucherverhalten (Voice Search, Contextual Search)
- Herausforderungen von KI-gestützter Suche
- Nutzervertrauen und Akzeptanz
- Die zukünftige Rolle von Google
- Zero-Click-Suchergebnisse

GEO (Generative Engine Optimization)

- Neue Anforderungen und Strategien
- Bedeutung von SEO-Grundlagen (E-E-A-T-Prinzipien)
- Brand Awareness
- Strukturierte Inhalte und Daten

KI Content-Strategien

- KI-optimierte Content-Strukturen
- KI gestütztes Conten-Management
- Optimale Content-Formate
- Schutzmaßnahmen gegen KI-Crawler
- KI und Urheberrecht

Grundlagen Social Media-Kommunikation (online)

Die herkömmliche Kommunikation, insbesondere mit jüngeren Kunden der Sparkasse, verändert sich zunehmend durch die immer größer werdende Bedeutung von sozialen Netzwerken im Internet. Social Media-Plattformen bieten zahlreiche Möglichkeiten, Botschaften schnell zu übermitteln, Kunden interaktiv miteinander zu vernetzen sowie Produkte und Dienstleistungen zu platzieren. In dieser Veranstaltung werden die Grundlagen vermittelt, um die Relevanz für die eigene Sparkasse einschätzen zu können.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Marketing, Kommunikation sowie Internetmanagement, die für Social Media-Aktivitäten der Sparkasse verantwortlich sind

IHR NUTZEN

- Sie kennen die Möglichkeiten und Kanäle der Social Media-Kommunikation und den Mehrwert für Ihre Sparkasse.
- Sie sind vertraut mit den Ergebnissen des DSGV-Projekts "Social Media-Strategie".
- Sie sind am Beispiel der Plattformen Instagram und LinkedIn in der Lage, denkbare neue Kommunikationswege mit Kunden zu bewerten und die nötigen Prozessschritte beim Aufbau einer eigenen Präsenz in sozialen Netzwerken zu beurteilen.
- Sie wissen, wie Sie auf Basis einer analytischen Betrachtung Ihrer Zielgruppen eine passgenaue Kanalauswahl vornehmen.

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.

TERMIN(E)

22.06.2027 | virtueller Seminarraum

DAUER

1 Tag
Mehrere Online-Sessions verteilt über den Tag

PREIS

405,00 €

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

Grundlagen der Kommunikation im Social Web

- Entwicklung des Social Webs
- Nutzergewohnheiten im Social Web
- Einfluss von Social Media auf Markenwahrnehmung und Kaufentscheidungen
- Gängige Social Media-Plattformen
- Die Bedeutung von sozialen Netzwerken für die Kommunikation von Nachwuchskunden

Einführung in den Quick Check Soziale Netzwerke (DSGV)

Vorstellung der DSGV Social Media-Musterrichtlinien

Web-Präsenz am Beispiel Instagram und LinkedIn

- Funktionalitäten
- Präsentationsmöglichkeiten
- Administration einer Fanpage
- Statistiken
- Nützliche Tools
- Strategie, Prozesse und Ressourcen
- Social Media-Redaktionsplanung
- Zentrale Content-Unterstützung

Mehrwert weiterer Plattformen (Twitter, Xing, YouTube, Facebook)

Redaktionsmanagement – für LinkedIn, Facebook, Instagram, Threads und Co. schreiben (online)

Im Social Media-Zeitalter muss sich die Kommunikation und Pressearbeit auf unkonventionelle Wege und schnelle Formen des Informationsaustausches einstellen. Immer häufiger werden sparkassennahe Themen auf Social Network-Plattformen öffentlich besprochen. Dabei können insbesondere kritische Nutzer- oder Kundenäußerungen sowohl intern als auch extern "Wellen schlagen". Ein reaktionsschnelles Krisenmanagement ist dann besonders gefragt - die Basis hierfür bildet eine strategisch verankerte und systematisch organisierte Social Media-Redaktion. Im Fokus dieses Seminars stehen daher ein sorgfältig aufgesetztes Redaktionsmanagement und das Verfassen adäquater eigener Inhalte.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Marketing und Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die für das Redaktionsmanagement im Social Web verantwortlich sind

IHR NUTZEN

- Sie sind vertraut mit den Grundlagen der redaktionellen Planung von eigenen Angeboten im Social Web.
- Sie können redaktionelle Social Media-Inhalte planmäßig implementieren und proaktiv steuern.
- Sie sind in der Lage, ein schlagfertiges Krisenmanagement zu praktizieren und die kommunikative Positionierung Ihres Instituts zu unterstützen.

VORAUSSETZUNG(EN)

Grundlegende Kenntnisse der Social Media-Kommunikation

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 für 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)

22.09.2027 | virtueller Seminarraum

DAUER

1 Tag
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

Redaktionelle Grundlagen

- Grundlagen redaktionellen Arbeitens
- Stil und journalistische Formate
- User und Leserverhalten, Nutzererwartung, Informationsaufnahme und -selektion
- Contentstrategien: Dosierung, Stilarten-Mix, Storytelling, Themenfindung, Recherchestrategien, Themenaufbereitung, Content Marketing

Social Media-Redaktion

- Strategische Verankerung von Social Media-Kommunikation
- Redaktionsmanagement in der Online-Redaktion
- Der Social Media-Kommunikationsprozess
- Themenidentifizierung und redaktionelle Planung
- Feedback-Analyse und Kommunikationscontrolling
- Instrumente und Methoden der Wettbewerbsanalyse auf qualitativer Ebene
- Trends und neue Kommunikationsplattformen

Krisenkommunikation im dialogorientierten Social Web

- Neue Rollenbilder der Beteiligten
- Kommunikative Prokura als Voraussetzung
- Krisenidentifikation, Krisenbewertung, Krisenabschätzung
- Krisen und Shitstorms meistern
- Die dialogorientierte Krisenmatrix
- Krisenbewältigung
  - Best-Practice und Worst-Cases
  - Live-Shitstorm-Übung (Szenario- und rollenbasiertes „Durchleben“ einer Online-Krise) mit Auswertung
- Eckpfeiler des individuellen Krisenkonzepts (Paradigma: Krisen & Shitstorms als Alltag der externen dialogorientierten Kommunikation begreifen und akzeptieren)

LinkedIn-Strategie - erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit und erweitern Sie Ihr Netzwerk (Webinar)

Über 22 Millionen Nutzer sind im deutschsprachigen Raum im Businessnetzwerk LinkedIn aktiv. Dieses Netzwerk ermöglicht es, Expertise zu präsentieren, sich u. a. mit Branchenkolleginnen und -kollegen sowie Kundinnen und Kunden zu vernetzen und sich zu positionieren.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Marketing und Kommunikation, die für Social-Media-Aktivitäten der Sparkasse verantwortlich sind sowie Mitarbeiter/-innen aus dem Vertrieb, die grundlegende Kenntnisse für den Einsatz von LinkedIn erwerben möchten

IHR NUTZEN

- Sie wissen, wie Sie Ihre persönliche Marke stärken, wertvolle Branchenkontakte knüpfen und Ihr Unternehmen erfolgreicher positionieren können.
- Sie können eine klare Strategie in Bezug auf Formate und Inhalte Ihrer Beiträge entwickeln.
- Sie sind vertraut mit Best-Practices und erhalten konkrete Tipps, um die Plattform effizient und zugleich effektiv für Sie zu nutzen.

REFERENTINNEN UND REFERENTEN

- Robin Nehring, Leiter der strategischen Unternehmensentwicklung bei der örag; Co-Host und Gründer Plaudertaschen // Banking von morgen, > 9.000 Follower bei LinkedIn mit > 1,4 Mio. Impressions in 2023; Aufbau eines Corporate-Kanals mit > 3.000 Followern
- Fabian Haag, Stadtsparkasse Düsseldorf - Leiter Gruppe Kommunikation und Kultur, verantwortlich für Strategie, Auf- und Ausbau des LinkedIn-Kanals

HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet im virtuellen Seminarraum der Sparkassenakademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere technische Infos erhalten Sie mit der Einladung zum Webinar.

Weiterer LinkedIn-Input: Freuen Sie sich auf mehr in unserem Webinar Deep-Dive LinkedIn (15.822) am 26.06.2025!

TERMIN(E)

Auf Anfrage

DAUER

2 Stunden
09:30 Uhr bis 11:30 Uhr

PREIS

189 Euro

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 Social-Business-Plattformen

Besonderheiten von LinkedIn

Entwicklung einer persönlichen Marken-Strategie

Konkrete Praxistipps

Storytelling für Marketing und Social Media (online)

Wer auffallen will, braucht mehr als Werbung – eine starke Geschichte macht den Unterschied! Dieses interaktive Webinar zeigt, wie Sie mit gezieltem Storytelling Ihre Marke stärken, Ihr Publikum emotional erreichen und Inhalte wirkungsvoll für das Marketing und für Social Media aufbereiten. Durch Best Practices, interaktive Übungen und bewährte Storytelling-Methoden lernen Sie, wie Sie Botschaften so gestalten, dass sie nicht nur gesehen, sondern auch erinnert und geteilt werden.

ZIELGRUPPE

Marketing- und Kommunikationsverantwortliche, Social-Media-Manager/-innen, Content Creators sowie alle, die mit Geschichten ihre Marke in sozialen Netzwerken stärken wollen

IHR NUTZEN

- Sie wissen, warum Storytelling im Marketing so erfolgreich ist und wie es sich von klassischer Werbung unterscheidet.
- Sie können konkrete Storytelling-Methoden, um Ihre Markenbotschaften emotional und überzeugend gestalten.
- Sie sind in Lage, direkt anwendbare Storytelling-Strategien für Social Media und digitale Kommunikation zu entwickeln.

IHRE REFERENTIN

Jennifer Fritz, Concept & Story

Expertin für Storytelling, Bildung und künstliche Intelligenz. In den letzten Jahren hat sie als Learning Experience Designerin und Autorin an zahlreichen Bildungsprojekten mitgewirkt und Führungskräfte, Berater/-innen sowie Fach- und Vertriebsteams dabei unterstützt, ihre Botschaften klarer, strukturierter und emotionaler zu vermitteln.

HINWEIS(E)

Die Veranstaltung findet im virtuellen Seminarraum der Akademie statt. Ihre Zugangsdaten und weitere Informationen erhalten Sie rechtzeitig vor dem Termin mit der Einladung.

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. Testen können Sie dies vorher unter folgendem Link: https://www.webex.com/de/test-meeting.html.

TERMIN(E)

19.04.2027 | virtueller Seminarraum

DAUER

1 Tag

PREIS

395,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG



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

INHALTE



Francesca Falcone
0231 22240-736
francesca.falcone@ska.nrw

Programm/Inhalt

Grundlagen des Storytelling

- Was ist Storytelling?
- Warum wirken Geschichten?
- Die Bedeutung von Emotionen im Marketing und für Social Media
- Story Spine: gemeinsames Geschichtenerzählen zur Aktivierung und zum Freimachen des Kopfes
- Was macht eine gute Geschichte aus?

Storytelling im Marketing-Kontext

- Wie sehen erfolgreiche Storytelling-Beispiele aus?
- Wie kann ich Zielgruppen (mit KI) verstehen und ansprechen?
- Storytelling vs. klassische Werbung: Wo ist der Unterschied?

Einführung in Storytelling-Muster und -Strukturen

- Welche Muster gibt es?
- Wie funktionieren Storymuster?
- Welche eignen sich für was?

Praktische Übung zu Storytelling-Muster I

- Wie sieht das Storymuster im Detail aus?
- Wofür kann ich es verwenden?

Praktische Übung zu Storytelling-Muster II

- Wie sieht das Storymuster im Detail aus?
- Wofür kann ich es verwenden?

Reflexion und Abschluss

- Zusammenfassung der Kernerkenntnisse
- Persönliche Aktionspläne: 15 % Solutions
- Feedback und Ausblick auf weiterführende Ressourcen
- Abschlussrunde

Prompting - Texterstellung mit ChatGPT, S-KIPilot und Co. für Marketing, Presse und Social Media (online)

Entdecken Sie die Potenziale von Künstlicher Intelligenz für Ihre Textarbeit! Sie lernen, wie Sie KI-Anwendungen wie ChatGPT oder den S-KIPilot effektiv nutzen, um maßgeschneiderte Inhalte zu erstellen – von Pressemitteilungen bis hin zu Vertriebsbotschaften. Sie erfahren, wie Sie mit gezielten Prompting-Techniken die gewünschten Ergebnisse erzielen und eigene Vorlagen für Ihre spezifischen Anforderungen erstellen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen im Bereich Marketing, Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit oder Social-Media-Management

IHR NUTZEN

- Sie kennen die zentralen Einsatzszenarien von KI-Anwendungen und können diese für das Schreiben von Texten nutzen.
- Sie wissen, wie Sie mit den richtigen Prompting-Techniken individualisierte und zugeschnittene Texte erzeugen.
- Sie können Promptvorlagen für zur die speziellen Aufgabenfelder erstellen.

VORAUSSETZUNG(EN)

Einen Zugang zum S-KIPilot oder zu einem kostenfreien ChatGPT-Account.

IHR REFERENT

Maximilian Lukas Kops, Unternehmensgründer und -inhaber, Bestseller-Autor. Er gibt auf inspirierende Art Impulse zu Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Personal Branding & New Work.

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.

Bitte halten Sie einen eigenen S-KIPilot- oder ChatGPT-Zugang bereit, um direkt live bestimmte vermittelte Inhalte auszuprobieren und nachvollziehen zu können.

TERMIN(E)

13.04.2027 | virtueller Seminarraum

DAUER

1 Tag
09:00 bis 16:00 Uhr

PREIS

445,00 €

KONTAKT

ANMELDUNG



Jana Bathe
0231 22240-709
jana.bathe@ska.nrw

INHALTE



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

Programm/Inhalt

Anwendungsfälle und Best Practices

- Erfolgreiche Einsatzmöglichkeiten von ChatGPT und S-KIPilot
- Best Practices für verschiedene Marketingaktivitäten

Content-Erstellung mit KI-Andwendungen wie ChatGPT und S-KIPilot

- Automatisierung von Texten für Blogs, Social Media und Co.
- Kreative Textgenerierung: vom Skript bis zum Artikel

Pressearbeit und PR

- Optimierung von Pressemitteilungen mit KI
- Reputationsmanagement und strategische Botschaften

Vertrieb und Kundenkommunikation

- Effiziente Kundeninteraktion durch Chatbots
- Personalisierung und Automatisierung im Vertrieb

SEO und Keyword-Optimierung

- Verbesserung der Suchmaschinenplatzierung durch KI
- Keyword-Optimierung für maximale Sichtbarkeit

Interaktive Übungen und Praxisbeispiele

Fehlerbehebung und Herausforderungen

- Typische Fehler im Umgang mit ChatGPT und S-KIPilot
- Lösungen und Workarounds

Ethik und Datenschutz

- Ethische Fragestellungen im Einsatz von KI
- Datenschutz und rechtliche Rahmenbedingungen

Ausblick und Zukunftstrends

32 MARKETING

Vertriebsmanagement

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

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)

28.06.2027 | virtueller Seminarraum
09:00 – 13:00 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)

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

Datenbasiertes Marketing in medialen Kanälen wird immer erfolgsentscheidender. Ein großer Hebel für den Vertriebserfolg 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.

Die Inhalte für den Termin 2027 werden zurzeit aktualisiert und an die Weiterentwicklungen angepasst.

TERMIN(E)

14.09.2027 – 15.09.2027 | 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



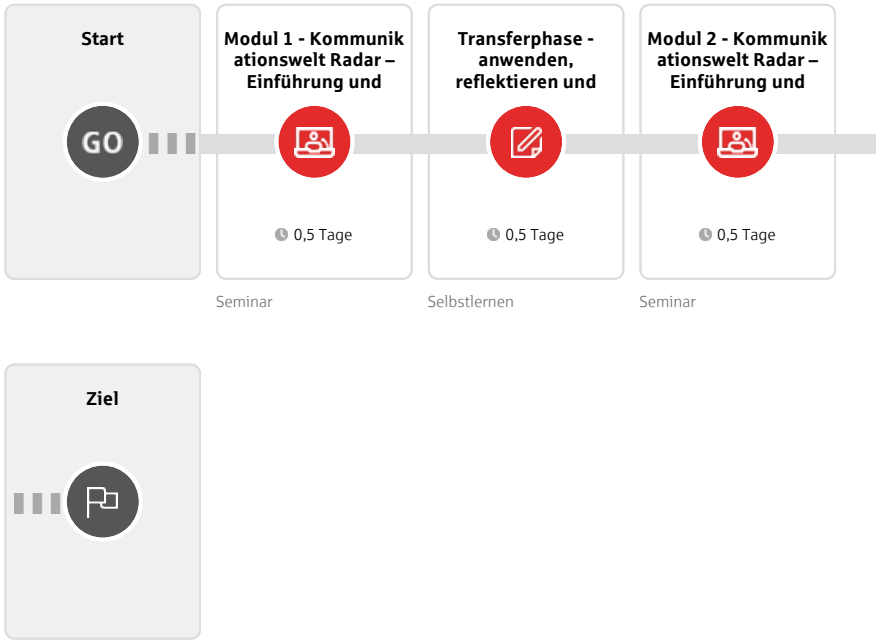
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE



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

Ihre Lernreise: Kommunikationswelt Radar - 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 erfolgsentscheidender. Ein großer Hebel für den Vertriebserfolg 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.

Die Inhalte für den Termin 2027 werden zurzeit aktualisiert und an die Weiterentwicklungen angepasst.

TERMIN(E)

12.10.2027 – 13.10.2027 | 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



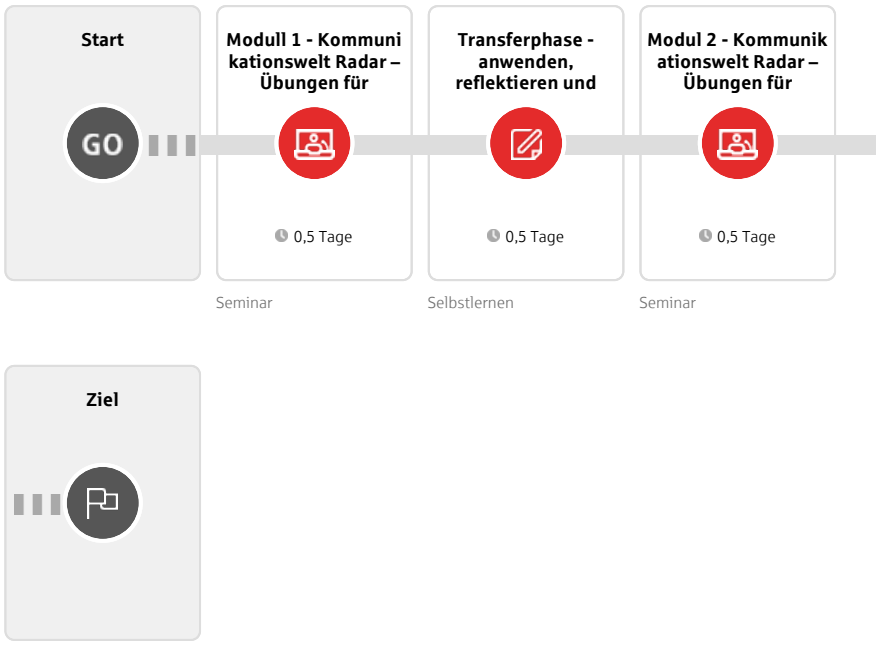
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

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)

05.07.2027 – 06.07.2027 | 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



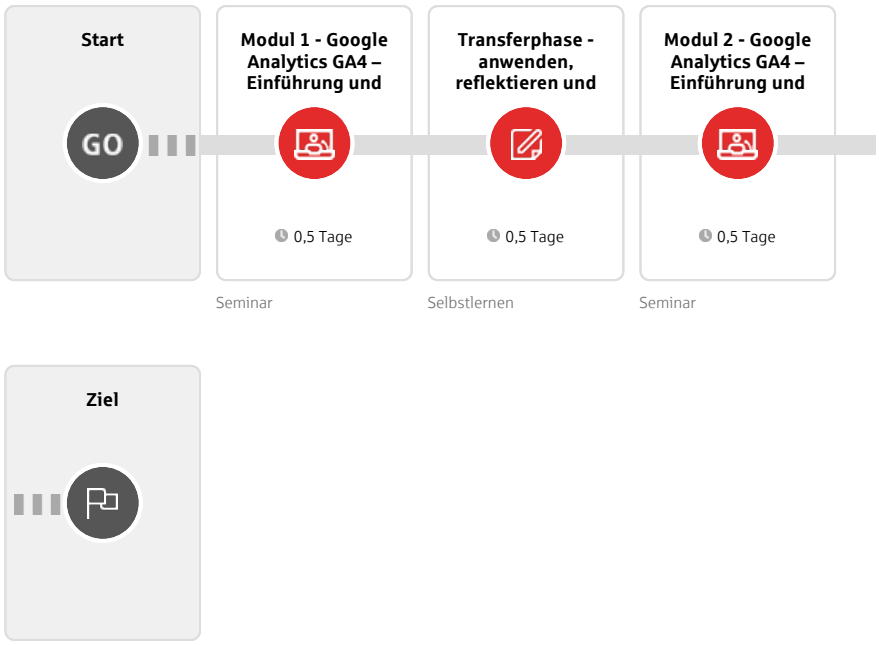
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

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. ei 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 Kennisstand

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)

13.07.2027 – 14.07.2027 | 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



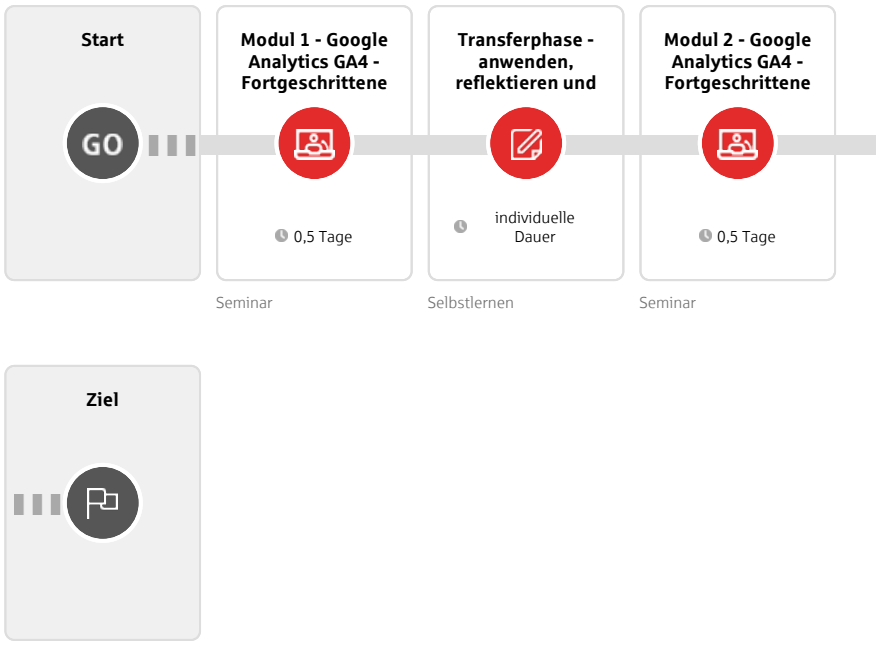
Carolin Nalazek
0231 22240-537
carolin.nalazek@ska.nrw

INHALTE



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

Ihre Lernreise: Google Analytics GA4 - 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)

09.11.2027 |

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

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

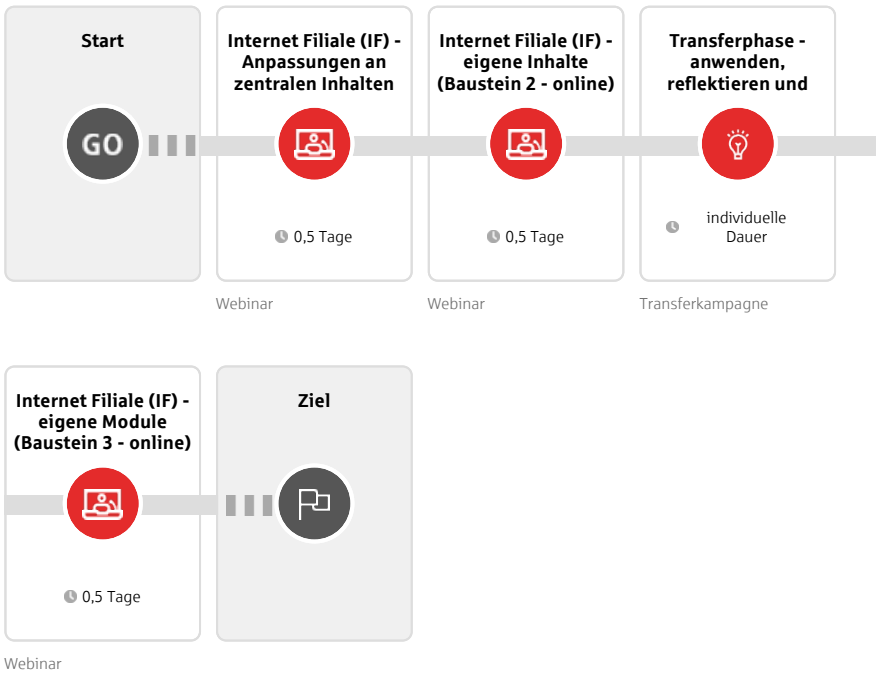
INHALTE



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)

Auf Anfrage

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)

Auf Anfrage

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