



## FORTBILDUNGSPROGRAMM 2026

Medialer Vertrieb und Steuerung



---

<b>INHALTSVERZEICHNIS</b>	<b>SEITE</b>
<b>Medialer Vertrieb und Steuerung</b> .....	<b>3</b>
15.200 Medialer Vertrieb - Organisation, Prozesse und Aktuelles .....	4
15.210 Internetsteuerung - Online-Controlling und zielgruppengerechte Reports .....	6
15.250 Vertriebs- und Kommunikationstraining - Kunden binden und für den Medialen Vertrieb gewinnen .....	8
15.280 Nutzungsintensivierung digitaler Prozesse - Digitalziele erlebbar machen und gezielt zur Erreichung einsetzen .....	10
15.260 Projektmanagement im Medialen Vertrieb - planen, realisieren und steuern von Projekten (online) .....	13



## **15 MEDIALER UND DIGITALER VERTRIEB**

# **Medialer Vertrieb und Steuerung**

## Medialer Vertrieb - Organisation, Prozesse und Aktuelles

Die zunehmende Digitalisierung, veränderte Kundenerwartungen sowie der Wettbewerbsdruck durch Direktbanken, online-aktive Geschäftsbanken und aufstrebende „FinTech-Unternehmen“ machen es erforderlich, dass elektronische Medien prozess- und kosteneffizient für den Vertrieb genutzt werden. Grundlagen hierfür sind eine schlüssige strategische Ausrichtung der Direktkanäle im Omnikanalvertrieb sowie eine zweckdienliche Aufbau- und Ablauforganisation. Diese Veranstaltung fasst anhand der Leitsätze aus der Digitalen Agenda den aktuellen Sachstand zusammen.

### ZIELGRUPPE

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

### IHR NUTZEN

- Sie sind vertraut mit der geschäftspolitischen Bedeutung sowie den grundlegenden Möglichkeiten, den Medialen Vertrieb zu gestalten.
- Sie kennen die Grundprinzipien der Digitalen Agenda sowie weitere aktuelle Projekte im Medialen Vertrieb.
- Sie können anhand von Beispielen aus der Praxis die vertriebliche Ausrichtung des eigenen Medialen Vertriebs bewerten und erhalten Anregungen zur Optimierung.

### REFERENTINNEN UND REFERENTEN

- Jörg Wehling, Sparkasse Münsterland Ost  
Referent Prozess-/Organisationsentwicklung mit langjährigen Praxis- und Projekterfahrungen in digitalen Themen und in der Gremienarbeit der FI, langjähriger Dozent in der Sparkassenakademie
- Jürgen Bauerkämper, Sparkasse Paderborn-Detmold-Höxter  
Produkte und Preise, Dipl.-Kaufmann und Absolvent Fachseminar Marketing mit langjährigen Erfahrungen in der Seminarartätigkeit

### HINWEIS(E)

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



#### TERMIN(E)

Auf Anfrage



#### DAUER

1 Tag



#### PREIS

370,00 €



#### KONTAKT

#### ANMELDUNG



**Carolin Nalazek**

0231 22240-537

carolin.nalazek@ska.nrw

#### INHALTE



**Edmund Honermann**

0231 22240-739

edmund.honermann@ska.nrw

### **Programm/Inhalt**

Beginn 09:30 Uhr | Ende um ca. 17:00 Uhr

### **Leistungsübersicht Medialer Vertrieb**

#### **Organisation und Prozesse beispielhaft anhand von Sparkassen**

#### **Digitale Agenda: Die Digitale Sparkasse der Zukunft und die Auswirkungen auf den Medialen Vertrieb**

#### **Nähere Betrachtung ausgewählter Leitsätze der Dimensionen Sparkasse, Kunde und Mitarbeiter mit Exkursen zu:**

- Digitale Mindeststandards
- IF Effizient zu Sparkasse Effizient - Ein Teilprojekt der Digitalen Agenda
- Veränderung der Rolle der Kanäle: Der Weg zum Omnikanalvertrieb

#### **Anteil des Medialen Vertriebs daran, die Sparkasse fit für die Zukunft zu machen**

#### **Handlungsnotwendigkeiten und Praxisberichte aus den Sparkassen z.B. anhand folgender Beispiele:**

- Finanzplattform
- Kontothemen ganz einfach online selbst regeln – mit unseren praktischen Self-Services
- Girokonto als Dreh- und Angelpunkt und wichtige Schnittstelle
- Effiziente Prozesse durch KI-Nutzung im OSPlus-Standard
- App Sparkasse
- Kundendialogplattform - Chatbots und digitale Assistenten
- Amelie, INES und Co.
- Blick auf das Firmenkundenportal / Online-Banking Business
- Mehr Sicherheit im Zahlungsverkehr
- Authentifizierung und Identifizierung
- eID-Service
- Mobiles Bezahlen / Apple Pay

#### **Weitere aktuelle Projekte im Medialen Vertrieb, die ggf. auch einzelne der o.g. Themen ersetzen können**

## Internetsteuerung - Online-Controlling und zielgruppengerechte Reports

Die Kunden der Sparkassen nutzen im zunehmenden Maße die neuen digitalen Vertriebs- und Servicekanäle. Um den Erfolg von Online-Maßnahmen zu beurteilen, sind geeignete Instrumente und aussagekräftiges Datenmaterial notwendig. Lernen Sie in diesem Seminar Steuerungsmöglichkeiten kennen. Stellen Sie sich aus den verfügbaren Kennzahlen Ihr Online-Controlling zusammen und generieren Sie zielgruppengerichtete Reports.

### ZIELGRUPPE

Mitarbeiter/-innen aus den Bereichen Medialer Vertrieb, Internetmanagement, Electronic Banking, Vertriebsmanagement und Marketing

### IHR NUTZEN

- Sie kennen die für ein Online-Controlling gängigen Systeme, Datenquellen und Kennzahlen.
- Sie sind vertraut mit der Analyse von Online-Vertriebs- und Serviceaktivitäten.
- Sie sind in der Lage, sinnvolle Kennzahlen zum Controlling Ihrer Aktivitäten auszuwählen.
- Sie können einen auf Ihr Haus ausgerichteten Maßnahmenplan erstellen.

### VORAUSSETZUNG(EN)

Kenntnisse der Internet-Filiale und der digitalen Vertriebs- und Service-Prozessen Ihrer Sparkasse

### IHR REFERENT

Jan Schmidt, Banking-Partner Beratungsgesellschaft mbH

Controller (IHK); Informatik-Betriebswirt (VWA) mit langjährigen Trainingserfahrungen

### HINWEIS(E)

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



### TERMIN(E)

Auf Anfrage



### DAUER

1 Tag



### PREIS

395,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



**Carolin Nalazek**

0231 22240-537

carolin.nalazek@ska.nrw

#### INHALTE



**Edmund Honermann**

0231 22240-739

edmund.honermann@ska.nrw

### **Programm/Inhalt**

Beginn 09:30 Uhr|Ende ca. 17:00 Uhr

#### **Grundlagen**

- Ziele
- Nutzen eines Online-Controllings
- Die CTP-Matrix

#### **Digitale Vertriebs- und Service-Prozesse**

- Organisatorische Rahmenbedingungen
- Technische Übersicht
- Kurze Analyse Ihrer Vertriebs- und Serviceprozesse

#### **Auswahl von Kennzahlen**

- Übersicht der vorhandenen Kennzahlen und Datenquellen
- Besonderheiten von ausgewählten Kennzahlen
- Definition von Messpunkten
- Erarbeitung der eigenen Kennzahlen-Matrix inklusive Empfänger

#### **Vorstellung von ausgewählten Anwendungen**

- SEM/Display
- IF-Statistik
- OSPlus Ereignissystem/Flexibles Reporting

#### **Operative Einsatzplanung**

- Vorstellung der Handlungsoptionen
- Auswahl und Priorisierung der Maßnahmen
- Ausarbeitung eines Maßnahmen- und Zeitplans
- Beispiel eines zielgruppengerichteten Reports

## Vertriebs- und Kommunikationstraining - Kunden binden und für den Medialen Vertrieb gewinnen

Fragen von internen und externen Kunden kompetent beantworten, fachspezifische Informationen über die medialen Vertriebswege klar und adressatengerecht darstellen und überzeugend präsentieren, Gespräche zielorientiert führen sowie Besprechungen und Projektsitzungen ergebnisorientiert moderieren - diese Kompetenzen zeichnen einen/e erfolgreiche /n Mitarbeiter/-in im Medialen Vertrieb aus. In diesem interaktiven Seminar mit hohem Praxisbezug erweitern Sie Ihr Repertoire an wirkungsvollen Methoden und Techniken.

### ZIELGRUPPE

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

### IHR NUTZEN

- Sie kennen die besonderen Anforderungen und Herausforderungen der Kommunikation, der Beratung und des Vertriebs im Medialen Vertrieb.
- Sie trainieren gezielte Gesprächs-, Moderations- und Präsentationstechniken und wenden sie sicher in praxisnahen Situationen an.
- Sie können ihr eigenes Verhalten reflektieren, erkennen persönliche Stärken und Entwicklungsbereiche und setzen Ihre erweiterten Fähigkeiten souverän in den internen Besprechungen als auch externen Kundengesprächen und Verhandlungen ein.

### VORAUSSETZUNG(EN)

Grundlegende Beratungs- und Verkaufskennntnisse

### IHRE REFERENTIN

Anne de Neck, D & T Development und Training

Geschäftsführerin, Dipl.-Kauffrau, Lic. rer. pol sowie Trainerin, Coach und Unternehmensberaterin mit langjährigen Erfahrungen in den Bereichen Kommunikation, Management und Persönlichkeitsentwicklung in in- und ausländischen Unternehmen

### HINWEIS(E)

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



### TERMIN(E)

09.09.2026 – 11.09.2026 |  
Sparkassenakademie NRW



### DAUER

3 Tage  
2 Tage + 1 Tag nur für Teilnehmer/-innen des Zertifikatsprogramms inkl. Web Based Training und LEK



### PREIS

nur für Einzel-Modul-Buchung Tag  
1 und 2: 695 Euro



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



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

#### INHALTE



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

### **Programm/Inhalt**

1. Tag - 08:30 Uhr bis ca. 17:00 Uhr

#### **Kommunikation im Medialen Vertrieb**

- Rolle und Positionierung des Medialen Vertriebs im Gesamtkontext der Institute: Chancen und Herausforderungen von digitalen und hybriden Vertriebskanäle, kommunikative Anforderungen und Herausforderungen
- Erfolgreiche Kommunikation im Medialen Vertrieb - entscheidende Faktoren für die Wirksamkeit, Kundenbindung und Vertrauen
- Unterschiedliche Kommunikationsstile und ihre Wirkungen in den Interaktionen mit Kunden

#### **Gesprächsführung im Medialen Vertrieb**

- Techniken und Methoden zur strukturierten und zielorientierten Beratungs- und Verkaufsgesprächen mit internen und externen Gesprächspartnern
- Selbstbewusste und selbstbestimmte Durchführung unterschiedlicher Gesprächsarten
- Durchsetzungsvermögen und überzeugende Argumentation im Medialen Vertrieb
- Professionelle Begegnung von Einwänden

2. Tag - 08:00 Uhr bis ca. 17:00 Uhr

#### **Gesprächsführung im Medialen Vertrieb (Fortsetzung)**

- Umgang mit herausfordernden und schwierigen Situationen
- Professionelle Behandlung von Konfliktsituationen und Konfrontationen

#### **Moderation von Veranstaltungen im Rahmen des Medialen Vertriebs**

- Methoden zur effektiven Planung und Strukturierung von Besprechungen, Projektsitzungen und anderen Veranstaltungen
- Steuerungstechniken zur Ziel-, Ergebnis- und Lösungsorientierung in Veranstaltungen
- souveräner Umgang mit herausfordernden Situationen, Störungen und Widerständen

#### **Nur für Teilnehmer/-innen des Zertifikatsprogramms:**

Web Based Training: Präsentieren - Grundlagen - Persönlich, souverän und professionell (57.215 & 57.216) &

3.Tag: 08:00 bis ca. 12:30 Uhr lehrgangsintegrierte Lernerfolgskontrolle

## Nutzungsintensivierung digitaler Prozesse - Digitalziele erlebbar machen und gezielt zur Erreichung einsetzen

**Digitale Lösungen schaffen durch Services und mediale Prozesse Mehrwerte, um sich im Wettbewerb um Kunden/-innen zu differenzieren.**

Typische Herausforderungen dabei sind: Engpässe und Wartezeit durch steigende Kundenanfragen zu Servicethemen in Filialen, KSC, DBC & BC sowie Unkenntnis der digitalen Prozess-Angebote der Internet-Filiale und S-App seitens der Mitarbeitenden. Das Ziel: Nutzungsintensivierung digitaler Vertriebs- und Serviceprozesse mit End-to-End-Kundenfokus. Wir unterstützen Sie mit diesem **Inhouse-Angebot** dabei.

### ZIELGRUPPE

- Verantwortliche, Fachkräfte, Spezialisten/-innen und Führungskräfte für die digitale Transformation aus den Fachbereichen:
  - Vertriebsmanagement/-steuerung/-controlling
  - Stationärer, medialer und digitaler Vertrieb (Filiale, KSC, DBC, IF, S-App, Omni-/Multikanal) – je nach Schwerpunkt der Bedarfsfelder aus den Bereichen Privat- und/oder Firmenkunden
  - Digitalisierung
  - Prozessmanagement/-organisation
- Empfohlene, optionale Teilnehmer/-innen aus folgenden Fachbereichen:
  - Marketing/Öffentlichkeitsarbeit/Kommunikation/Qualitätsmanagement
  - Unternehmens-/Organisationsentwicklung
  - Personal(-entwicklung)
  - Marktfolge

### IHR NUTZEN

- Sie können Maßnahmen zur Erreichung der digitalen Ziele in Ihrer Sparkasse erarbeiten, bewerten, priorisieren und umsetzen.
- Sie kennen agile Methoden und Praktiken in der interdisziplinären Zusammenarbeit und transferieren diese auf die tägliche Arbeit.

### VORAUSSETZUNG(EN)

- In Vorbereitung auf das Format benötigen die Teilnehmenden keine methodischen Vorkenntnisse.
- Die Bekanntheit der Digitalziele und Digitalen Mindeststandards des Instituts ist empfehlenswert.
- Für die Workshop-Tage sind ein Raum für Zusammenarbeit (freie Bewegungs- und Arbeitsflächen) mit Visualisierungsflächen (Wände, Fenster, Boards) sowie Technik (großer Bildschirm oder Beamer, HDMI-Kabel, stabile Internetverbindung) und Arbeitsmaterialien (selbstklebende A5-Posts, Stifte, Krepp-Klebeband) notwendig.



### TERMIN(E)

nach Absprache



### DAUER

2,5 Tage  
ca. 60 Minuten individuelle Vorbereitung, 2 Inhouse-Workshopstage und ca. 90 Minuten Review



### PREIS

6.500 Euro zzgl. Reisekosten



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



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

#### INHALTE



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

**REFERENTINNEN UND REFERENTEN**

Referenten/-innen aus dem engram Fachteam Produktnahe Leistungen

### **Programm/Inhalt**

#### **Individuelle Vorbereitung (ca. 60 Minuten virtuell)**

- Auftragsklärung und Bedarfsanalyse

#### **Workshop-Tage (2 Tage in der Sparkasse vor Ort, entweder zusammenhängend oder zwei einzelne Tage)**

- Einführung in das Arbeitsformat
- Blickwinkel, Umsetzungskompetenzen und Erwartungen der Teilnehmenden
- Einstieg in die Digitalziele des DSGVO
- Zuordnung der digitalen Prozesse hinter den Quoten der Digitalziele zu den Bedarfsfeldern von Kund\*innen und deren Einsatzmöglichkeiten
- Definition eines Zielbildes zur Nutzung der digitalen Lösungen
- Validierung der Auswahl der Bedarfsfelder für die detaillierte Bearbeitung
- Bewertung der Bedarfsfelder mit Wirkung auf die Vertriebsstrategie
- Einführung in Kundenreisen
- Anwendung auf die ausgewählten Bedarfsfelder mit Live-Simulationen
  - Ausarbeitung von User Stories
  - Identifikation aktueller IST-Aktivitäten
  - Bewertung der Erwartungen aus Sicht von Kund\*innen
  - Benennung von möglichen SOLL-Aktivitäten
  - Kennzeichnung von direkt umsetzbaren Quick Wins
  - Priorisierung und Begrenzung der SOLL-Aktivitäten
- Planung zur Ausarbeitung der SOLL-Aktivitäten für Bedarfsfelder
- Arbeitssession in Teams und Dokumentation des Vorgehens
- Feedback-Schleifen zwischen den Teams
- Vorstellung der Ausarbeitung, Bewertung und gemeinsame Optimierung für die Umsetzungsreife
- Transfer der Ergebnisse in die Fachbereiche des Instituts
- Adressierung der Umsetzung der priorisierten Maßnahmen
- Retrospektive der Workshop-Tage

#### **Nachbereitung und Review (ca. 90 Minuten virtuell)**

- Kollaborativer Austausch der Workshop-Ergebnisse
- Transfersicherung der Umsetzung der Maßnahmen

## Projektmanagement im Medialen Vertrieb - planen, realisieren und steuern von Projekten (online)

**Medialen Vertrieb managen heißt, zielorientiert strategische Aktivitäten zu planen und umzusetzen. Dabei erfordert die zunehmende Komplexität von Anforderungen und Aufgaben eine systematisch und methodisch durchdachte Planung und Steuerung. Die Erfolgsfaktoren eines zielgerichteten Medialen Vertriebs - auch im Hinblick auf den Ausbau einer erfolgreichen Multikanal-Kundenbetreuung - erarbeiten Sie sich in dieser Veranstaltung anhand von Beispielen und eigener Anforderungen.**

### ZIELGRUPPE

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

### IHR NUTZEN

- Sie kennen den Wert einer strukturierten Zielsetzung und einer kontinuierlichen Performance orientierten Steuerung.
- Sie sind vertraut mit den Grundlagen zur Planung und Steuerung von Projekten im Medialen Vertrieb.
- Sie kennen neben strategischen Vorüberlegungen insbesondere unterschiedliche Projektmanagement Methodiken und Projektphasen und können Projektgruppen zusammenstellen, zielbewusst leiten und motivieren.
- Sie kennen Tools / Quellen mit Projekt- und Aktivitätenergebnissen aus der Sparkassen-Finanzgruppe und erarbeiten ein Projektmanagement Beispiel aus den eigenen Anforderungen.

### IHR REFERENT

Holger Husfeldt, Mehrwerk GmbH

Er hat in zahlreichen Projekten in der Sparkassen-Finanzgruppe mitgewirkt, z. B. beim fachlichen Roll-Out der Sparkassen-Finanzkonzepte, hat sich in Sparkassen im Rahmen der Vertriebsoffensive Medialer Vertrieb beteiligt und verfügt über langjährige Erfahrungen aus der operativen Umsetzung von Projekten zur fachlichen Erweiterung des digitalen Leistungsspektrums der Sparkassen.

### 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)

07.07.2026 – 08.07.2026 |

E-Lea (12.05.2025 - 08.07.2026)  
Seminar (04.08. - 05.08.2025)



### DAUER

2 Tage  
2 Tage mehrere Online-Sessions  
verteilt über beide Tage zzgl.  
Lernzeit für E-Learning



### PREIS

720,00 €



### KONTAKT

#### ANMELDUNG



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

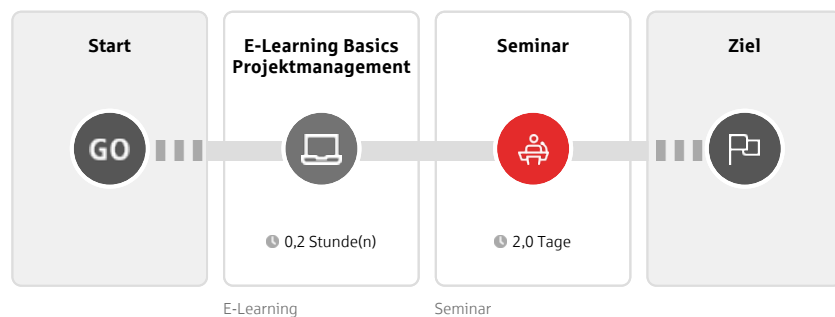
#### INHALTE



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

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

**Ihre Lernreise: Projektmanagement im Medialen Vertrieb - planen, realisieren und steuern von Projekten (online)**



### **Programm/Inhalt**

- **Vorgesaltetes E-Learning (ca. 10 Minuten Lernvideo zzgl. Zeit für Wissenstransfer)**

- **Seminar (2 Tage)**

Beginn erste Online-Session am 1. & 2. Tag um 09:30 Uhr  
Ende letzte Online-Session am 1. & 2. Tag um ca. 17:00 Uhr

1. Tag

#### **Aktivitäten strategisch fokussiert planen und umsetzen**

- Einblick Objectives & Key Results als Methode zur Zielsetzung, agilen Strategieumsetzung und Managementmethode
- Grundlagen und Begriffe
- Beispiele

#### **Projektmanagement**

- Erfolgsfaktoren: Anforderungen an erfolgreiche Projekte
- Vorgehensweise
- Grundlagen und Begriffe
- Projektphasen, Projektaufbau
- Funktionen im Projekt
- Zielfindung: Projektziele systematisch festlegen
- Gezielte Vorgehensweise: Einsatz professioneller Instrumente zur Projektplanung
- Projektsteuerung und Projektcontrolling

#### **Praxisbeispiel „ToBeDefined“**

- Instrumente zum Projektmanagement
- Arbeitsschritte im Institut
- Grundvoraussetzungen, Inhalte und Umsetzungswerkzeuge
- Projekt-Initiierung und -Beauftragung
- Projektmanagement-Regeln
- Erarbeitung eines Projektplans
- Auswahl der Projektleitung
- Methodisches Vorgehen

2. Tag

#### **Praxisbeispiel „ToBeDefined“**

#### **Arbeitstechniken und Methoden im Projektmanagement**

- Bewertungstechniken, Nutzwertanalyse
- Kreativitäts-, Kommunikations- und Entscheidungstechniken
- Einsatzmöglichkeiten von Planungsinstrumenten

#### **Projektabschluss**

- Präsentation der Projektergebnisse
- Projekt-Review
- Dokumentation

#### **Quellen und Instrumente aus der SFG**

- Umsetzungsbaukasten, S-Innabase, S-Hub, etc.

#### **Zusammenfassung**



100% online



# DIE BUSINESS SCHOOL

## Zertifizierte Weiterbildung zum Fach- oder Betriebswirt

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



Informiere Dich über unsere berufsbegleitenden Weiterbildungsangebote.

### IHRE ANSPRECHPARTNER/-INNEN



**Rabea Hesse**  
Bildungsberaterin Business School

0231 22240-712  
bs@ska.nrw



**Nathalie Mädje**  
Bildungsberaterin Business School

0231 22240-757  
bs@ska.nrw



**Liane Stach**  
Bildungsberaterin Business School

0231 22240-792  
bs@ska.nrw



**Laura Freiin von Eerde**  
Bildungsberaterin Business School

0231 22240-795  
bs@ska.nrw

# TAGUNGSZENTRUM HÖRDER BURG

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

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

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

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

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

### Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Unser Veranstaltungsmanagement berät Sie gern persönlich zu Ihrem individuellen Angebot.

#### IHRE ANSPRECHPARTNER/-INNEN



**Antonia König**  
Veranstaltungsmanagement

0231 22240-744  
antonia.koenig@ska.nrw



**Andreas Gaida**  
Veranstaltungsmanagement

0231 22240-722  
andreas.gaida@ska.nrw



## MITTELSTANDSCAMPUS NRW

### Der Mittelstand bildet das Herz der deutschen Wirtschaft

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

- Nachhaltigkeit,
- Digitalisierung und
- Arbeitgeberattraktivität – Führung.

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

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

#### IHR ANSPRECHPARTNER



**Christian Overhage**

Projektleiter Mittelstandscampus NRW

0231 22240-717

christian.

overhage@mittelstandscampus-nrw.de



#### Lern- und Buchungsportal

Informieren Sie sich über unser Bildungsangebot.

#### Digitale Transformation