



Handelsverband  
Nordrhein-Westfalen

# #WeGeKo 2013

Werbegemeinschaftenkonferenz 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

Die Konferenz der NRW-Werbegemeinschaften  
09. bis 10. Juni 2013  
Hagen/Westfalen

Mit freundlicher Unterstützung der:

**SIGNAL IDUNA** 

# INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis .....	Seite 1
Vorwort .....	Seite 2
Programm .....	Seite 3
Sonntag, 09. Juni 2013 – Erster Konferenztag .....	Seite 4
Montag, 10. Juni 2013 – Zweiter Konferenztag .....	Seite 5
Verzeichnis der Referenten und Vorträge .....	Seite 7
Verzeichnis der Messe-Aussteller .....	Seite 9
Impressum .....	Seite 12

## TEILNEHMER ÜBER DIE #WeGeKo 2013:

„Ich durfte nicht nur selbst über `Gutes aus Hagen reden` sondern habe auch viele hilfreiche Kontakte geknüpft, interessante Projekte kennengelernt und nachahmenswerte Ideen für meine Arbeit mitgenommen. Ich freue mich schon auf die nächste Konferenz!“

**Christiane Göttert, HAGENagentur**

„Eine informative Veranstaltung mit interessanten Dozenten und vielen Teilnehmern aus der Region. Ich freue mich auf die Fortsetzung“

**Georg Hartmann,  
Hattingen  
Marketing**

„Sowohl das Ambiente der Konferenz als auch die ausgewählten Themen waren sehr ansprechend und interessant. Vor allem das abendliche Beisammensein am ersten Konferenztag, bei dem ein reger Austausch stattgefunden hat, rundete das Gesamtergebnis positiv ab. Ich würde anderen potentiellen Kandidaten eine Teilnahme sehr empfehlen, da man sich immer etwas Gutes anschauen kann, ohne das Rad gleich neu erfinden zu müssen!“

**Jürgen Hagedorn, Werbegemeinschaft Eller**

## #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

### „TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

**T**ue Gutes und rede darüber! – Das Motto der Werbegemeinschaftenkonferenz 2013 ist Programm, verdanken doch viele Standorte, Straßen, Viertel und Quartiere den aktiven Werbe-, Interessen- und Standortgemeinschaften einen Großteil dessen, was den Handel in der Stadt auszeichnet. Angefangen bei gemeinsamen Öffnungszeiten, der Organisation von verkaufsoffenen Sonntagen und (Straßen-)Festen bis hin zu Weihnachtsbeleuchtung und Adventsmärkten.

**S**eit 2009 lädt der Handelsverband NRW Werbe-, Standort- und Marketinggemeinschaften aus ganz NRW im Abstand von zwei Jahren zur Werbegemeinschaftenkonferenz ein. Nach dem Auftakt zur Veranstaltungsreihe 2009 in Münster, ging es 2011 in Aachen um die Professionalisierung der Zusammenarbeit in den Gemeinschaften. 2013 stand nun mit dem Leitspruch der PR-Fachleute „Tue Gutes und rede darüber!“ die Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit im Fokus der Biennale der NRW-Werbegemeinschaften. In einem breit gefächerten Programm wurden von der professionellen Arbeit mit der Presse über die Möglichkeiten und Herausforderungen neuer Medien und sozialer Netzwerke bis hin zu Sponsorings diverse Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit angesprochen. Neben Vorträgen und Workshops lag dabei der traditionelle Schwerpunkt der Veranstaltung auch auf dem persönlichen Austausch der Teilnehmer untereinander. Nicht umsonst sind es neben den fachlichen Kompetenzen vor allem die Zeit zum Erfahrungsaustausch und Networking, die die Teilnehmer an der Veranstaltung am meisten schätzen.

**A**m 9. und 10. Juni 2013 konnte Rainer Gallus, Geschäftsführer des Handelsverbandes NRW rund 60 Teilnehmer in Hagen begrüßen. Am Sonntagabend standen vor allem Hagen als Standort sowie der weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannte Hagener Schaufensterwettbewerb im Fokus. Zum Auftakt der Werbegemeinschaftenkonferenz in Hagen traf ein Großteil der Teilnehmer bereits Sonntag in Hagen ein. Sie alle interessierten sich in besonderem Maße für den Handelsplatz Hagen, der bei einem Stadtrundgang in Augenschein genommen wurde. Zuvor hatte Christiane Göttert von der HAGENagentur den Schaufensterwettbewerb vorgestellt, der in diesem Jahr bereits zum 15. Mal stattfindet. 1999, so Christiane Göttert, habe es noch kein spezielles Motto gegeben. Seit 2003 aber steht der jährlich unter den Hagener Händlern ausgelobte Wettbewerb unter einem Motto. Im Jahr 2013 wird dem Grimm-Jahr Tribut gezollt. Das Thema lautet dann „Märchenhaft in Hagen“. Viele Fragen hatten die Teilnehmer dabei nicht nur an Frau Göttert, sondern auch an die Inhaberin des Hagener Unternehmens Van Doornick Woman & Shoes, Karin van Doornick. So galt das Interesse einerseits dem Budget für die Durchführung eines Schaufensterwettbewerbs. Andererseits wurde auch über die Beteiligung der Geschäfte diskutiert, denn nicht nur in Hagen fällt es oft schwer, Filialunternehmen zum Mitmachen zu bewegen. In Hagen wird

der Schaufensterwettbewerb durch Beratungsangebote und geführte Schaufensterbummel ergänzt. So hat das eine oder andere Geschäft über den Wettbewerb hinaus eine deutlich verbesserte Außendarstellung gefunden. Karin van Doornick brachte es auf den Punkt, als sie nach Umsatzzuwächsen gefragt wurde: „Werbung ist nicht messbar!“ Die Teilnahme am Schaufensterwettbewerb aber habe sie nie bereut. Bei einem anschließenden gemeinsamen Abendessen und angeregten bilateralen Gesprächen ließen die Teilnehmer den ersten Konferenztag ausklingen.

**M**ontagsmorgen begann dann der kombinierte Konferenz- und Messeteil der Werbegemeinschaftenkonferenz 2013 im Veranstaltungshotel Mercure Hagen. Von der Frage, wie die Zusammenarbeit mit der Presse gelingt über Vorteile und Herausforderungen des Sponsorings, vom perfekten Einsatz der eigenen Stimme über die Nutzung sozialer Medien bis hin zur Teilnahme am Wettbewerb „Händler machen Stadt“ wurde durch die eingeladenen Referenten ein breites Spektrum an Themen und Schwerpunkten abgedeckt. Abgerundet wurden die Vorträge durch einen Messebereich, an dem sich die Teilnehmer mit verschiedensten Informationen versorgen konnten und zahlreiche Möglichkeiten zum Austausch und Netzwerken.

**A**uf den nachfolgenden Seiten haben wir für Sie die Werbegemeinschaftenkonferenz 2013 umfassend dokumentiert – Von den Inhalten der Vorträge und Präsentationen über ein Verzeichnis der Messeaussteller bis hin zu Presse-Ausschnitten, Teilnehmerstimmen und einem Ausblick auf 2015.

**A**ls Veranstalter blicken wir gerne auf eine lehrreiche, informative und kommunikationsorientierte Werbegemeinschaftenkonferenz 2013 zurück und hoffen, dass wir Sie zahlreich auch 2015 wieder begrüßen dürfen. Bis dahin werden Sie in Ihren Gemeinschaften sicher viel Gutes tun. Wie Sie das erfolgreich und zielorientiert an Presse und Öffentlichkeit kommunizieren, haben Ihnen die diesjährigen Referenten während der Konferenztage erfolgreich zeigen können. Wir wünschen Ihnen

**ALLES GUTE!**



[www.twitter.com/hvnrw](http://www.twitter.com/hvnrw)

# #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

## PROGRAMM 09. UND 10. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN

### Sonntag, 9. Juni 2013:

- 17:30 Uhr**    **Anmeldung und Begrüßung**
- 18:00 Uhr**    **Schaufensterwettbewerb Hagen – Erfahrungen von Stadt und Handel**  
Christiane Göttert, HAGENagentur  
Karin von Doornick, Van Doornick Woman & Shoes, Hagen
- 19:00 Uhr**    **Handelsplatz Hagen – Geführter Rundgang durch die Innenstadt**  
Karina Brühmann, Einzelhandelsverband Südwestfalen, Hagen
- 19:30 Uhr**    **Einladung zum Abendessen**

### Montag, 10. Juni 2013:

- 09:00 Uhr**    **Anmeldung**
- 09:30 Uhr**    **Begrüßung der Teilnehmer / Grußwort der Stadt Hagen**
- 09:40 Uhr**    **Wie gewinne ich (mit) Sponsoren? – Erwartungen und Ziele des Sponsorings**  
Bernd Sarnow, Vertriebsdirektor der Signal Iduna Gruppe, Köln
- 10:30 Uhr**    **Werbung oder Information – ein Spannungsfeld zwischen Händlern und Redaktionen**  
Torsten Berninghaus, stv. Chefredakteur der Westfalenpost, Hagen
- 11:30 Uhr**    **Kaffeepause**
- 12:00 Uhr**    **Gut bei Stimme, wenn es darauf ankommt?!**  
Antje Hagen, Coaching für Stimme & Präsentation, Köln
- 13:00 Uhr**    **Mittagspause**
- 14:00 Uhr**    **Weltweit und lokal – Werbegemeinschaften im Fokus sozialer Medien per Homepage und Facebook**  
Hartmut Finke, Werbegemeinschaft Paderborn (FOREWARD!)  
Oliver Kelch, Werbegemeinschaft Recklinghausen (ODESIGN)
- 15:15 Uhr**    **Kaffeepause**
- 15:45 Uhr**    **Händler machen Stadt – Die Preisträger aus 2013 präsentieren ihren Siegerbeitrag**  
Uwe Gunkel, I.G. City Düren
- 16:45 Uhr**    **Schlussbewertung**
- 17:00 Uhr**    **Ende der Veranstaltung**

**Moderation:** Elke Frauns, Büro Frauns, Münster



[www.twitter.com/hvnrw](http://www.twitter.com/hvnrw)

# #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

SONNTAG, 09. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN

Zum Auftakt der Werbegemeinschaftenkonferenz 2013 in Hagen traf sich ein Großteil der Teilnehmer bereits am Sonntag im Veranstaltungshotel. Sie alle interessierten sich in besonderem Maße für den Handelsplatz Hagen, der bei einem Stadtrundgang in Augenschein genommen wurde. Rainer Gallus, Geschäftsführer beim Handelsverband Nordrhein-Westfalen, freute sich bereits zum Veranstaltungsauftritt zahlreiche interessierte Teilnehmer begrüßen zu dürfen.



Rainer Gallus, Geschäftsführer beim Handelsverband NRW, begrüßt die bereits am Sonntag angereisten Konferenzteilnehmer im Veranstaltungshotel  
Bild: Karin Eksen

Zuvor hatte Christiane Göttert von der HAGENagentur den Schaufensterwettbewerb vorgestellt, der in diesem Jahr bereits zum 15. Mal stattfindet. 1999 gab es noch kein spezielles Motto, aber seit 2003 steht der Wettbewerb unter einem Motto. 2013 (28.10. – 09.11.) wird mit dem Thema „Märchenhaft in Hagen“ dem Grimm-Jahr Tribut gezollt.



Schaufensterwettbewerb 2012  
Bilder: M. Kleinrensing

Mit vielen Fragen wurden nicht nur Frau Göttert, sondern auch die Inhaberin des Hagener Unternehmens Van Doornick Woman & Shoes, Karin van Doornick, bestürmt. Auf der einen Seite war das Budget für die Durchführung eines Schaufensterwettbewerbs ein wichtiges Thema. Aber auch die Beteiligung der Geschäfte wurde diskutiert. Nicht nur in Hagen fällt es oft schwer, Filialunternehmen zum Mitmachen zu bewegen.

In Hagen wird der Schaufensterwettbewerb durch Beratungsangebote und geführte Schaufensterbummel während des Wettbewerbs ergänzt. So hat das eine oder andere Geschäft über den Wettbewerb hinaus eine deutlich verbesserte Außendarstellung gefunden. Karin van Doornick brachte es auf den Punkt, als sie nach Umsatzzuwächsen gefragt wurde: „Werbung ist nicht messbar.“ – aber die Teilnahme am Schaufensterwettbewerb habe sie nie bereut.

„Werbung ist nicht messbar.“  
Karin van Doornick, Inhaberin  
Van Doornick Woman & Shoes, Hagen

Anschließend stand für die Konferenzteilnehmer mit dem nächsten Programmpunkt ein Close-Up der Hagener Innenstadt auf dem Programm. Karina Brühmann vom Einzelhandelsverband Südwestfalen zeigte den Teilnehmern in einem geführten Rundgang die Hagener Innenstadt und informierte mit Details, Fakten und Hintergründen zum Handelsplatz Hagen.



Karina Brühmann mit einigen Teilnehmern des geführten Rundgangs im Gespräch zum Handelsplatz Hagen  
Bild: Karin Eksen



Bei einem gemeinsamen Abendessen genossen die Teilnehmer einen entspannten Ausklang und lebhafte Gespräche am ersten Veranstaltungstag  
Bild: Karin Eksen

Nachdem die Teilnehmer so das „Tor zum Sauerland“ aus der Handlungsperspektive kennengelernt hatten, ließen sie den Abend anschließend bei einem gemeinsamen Abendessen und angeregten bilateralen Gesprächen ausklingen.

# #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

MONTAG, 10. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN



Volles Haus am Montagmorgen zu Beginn des zweiten Konferenztages  
Bild: Peter Rolle

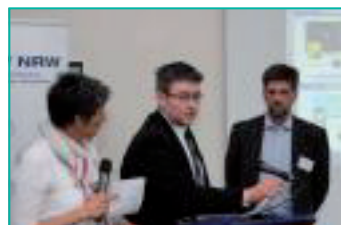
**T**ue Gutes und rede darüber – diesem Motto waren die Themen des zweiten Tages der Werbegemeinschaftenkonferenz gewidmet. Eröffnet wurde der zweite Konferenztage vom ersten Beigeordneten der Stadt Hagen, Dr. Christian Schmidt, der das Grußwort der Stadt übermittelte. Moderiert wurde die Veranstaltung von der Münsteranerin Elke Frauns. Die Teilnehmer befassten sich am zweiten Konferenztage unter anderem mit dem geschriebenen und dem gesprochenen Wort: Wie gelingt es, Mitteilungen der Werbegemeinschaft oder des Gewerbevereins in der örtlichen Zeitung zu platzieren, was sollte berücksichtigt werden, wenn Beiträge in die sozialen Medien wie Facebook und Twitter eingestellt werden?

**G**erade von den Pressevertretern wird verlangt, deutlich zwischen dem redaktionellen Teil und eventueller Werbung zu differenzieren, um nicht gegen die Publizistischen Grundsätze, einen ethischen Pressekodex, zu verstoßen, wie Torsten Berninghaus, stellvertretender Chefredakteur der Westfalenpost darstellte.



Torsten Berninghaus,  
Westfalenpost  
Bild: Peter Rolle

**U**nter diesem Aspekt haben es die Akteure von Werbegemeinschaften leichter, wenn sie ihre Meldungen bei Facebook oder Twitter „posten“. Allerdings muss bei den sozialen Medien beachtet werden, dass die hohe Geschwindigkeit, mit der sich positive wie negative Einträge verbreiten, auch hohe Aufmerksamkeit erfordert. Die Pflege dieser Medien ist aufwendig und lässt es nicht immer zu, große Abstimmungsprozesse vorzuschalten, so dass dem Verantwortlichen auch viel Vertrauen entgegengebracht werden muss. Beispiele zeigten Hartmut Finke (FOREWARD!) von der Werbegemeinschaft Paderborn und Oliver Kelch von der Firma ODESIGN für die Werbe-



Elke Frauns, Oliver Kelch und Hartmut Finke (v.l.n.r.) im Gespräch  
Bild: Peter Rolle

gemeinschaft Recklinghausen auf. Als besonders günstig, so zeigten die beiden Referenten auf, erwiesen sich in den sozialen Medien Veröffentlichungen werktags um die Mittagszeit, da gerade dann viele Nutzer nach neuen Meldungen schauen. Vorsichtig müsse man jedoch bei Fotos und Videos sein, für die man die Veröffentlichungsrechte haben und eventuell auch die Rechte der Gema beachten müsse. Während einer Veranstaltung würden Live-Berichte gut ankommen und zusätzlichen Zulauf bringen, so eine weitere Erfahrung der beiden Experten. Einig waren sich die beiden Referenten darin, dass eine eigene Homepage zusätzlich zu der Nutzung der sozialen Medien notwendig und sinnvoll sei. Die vielfältigen Fragen der Teilnehmer zeigten, dass gerade im Hinblick auf die Notwendigkeit und Handhabbarkeit der sozialen Medien noch große Unsicherheit und viel Klärungsbedarf besteht.

**W**er mit Veranstaltungen Gutes für einen Standort, ein Quartier oder eine Werbegemeinschaft tun will, benötigt oft zusätzliche Geldgeber, um eine gute Idee auch umsetzen zu können. Hier zeigte Bernd Sarnow, Vertriebsdirektor der Signal Iduna Gruppe, worauf es den Sponsoren ankommt. Während es bei großen Sport- und Kulturereignissen an Sponsoren nicht mangelt, da eine große Medienresonanz einen guten Werbeeffect habe, sei das bei kleineren Veranstaltungen, wie sie beispielsweise von Gewerbevereinen ausgerichtet werden, anders. Aber auch hier müssten Leistung und Gegenleistung in einem adäquaten Verhältnis stehen. So sei Exklusivität in der jeweiligen Produktkategorie ein unbedingtes Muss auch auf lokaler Ebene. Sarnow stellte auch die vielfältigen Möglichkeiten einer Unterstützung dar, die nicht immer nur in Geldmitteln bestehen müsse.



Bernd Sarnow, Signal Iduna | Bild: Peter Rolle

**W**er sich mit 165 weiteren Bewerbern um den Sieg bei „Händler machen Stadt“ misst und dann einer der fünf Preisträger ist, kann von einem großen Erfolg berichten. So stellte Uwe Gunkel von der IG Düren City dar, womit die Jury in dem Wettbewerb überzeugt wurde: Mit einem 50er-Jahre Fest im Jahr 2008 griffen die Händler in Düren die Situation auf,



Uwe Gunkel, IG City Düren | Bild: Peter Rolle



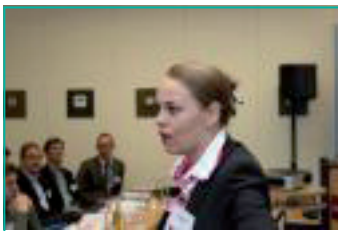
[www.twitter.com/hvnrw](http://www.twitter.com/hvnrw)

# #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

MONTAG, 10. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN

dass die Stadt im Krieg fast völlig zerstört und in den 50er Jahren komplett wieder aufgebaut wurde. Dieses Event hat dann zu diversen Folgeaktivitäten und nachhaltigem Erfolg für die Dürener Innenstadt maßgeblich beigetragen.



Mit Stimme zu mehr Präsenz, Stimmcoach Antje Hagen erklärt wie  
Bild: Peter Rolle

Als ein besonderes Highlight empfanden die Teilnehmer einen vielleicht anfangs eher ungewöhnlichen Beitrag. Im Stile einer Opernarie begann Stimmtrainerin Antje Hagen ihren Vortrag und erreichte damit sofort die volle Aufmerksamkeit. Tatsächlich ging es um Möglichkeiten, die Stimme einzusetzen und sie für einen optimalen Auftritt auch zu trainieren. Dass es die Teilnehmer nicht auf den Sitzen hielt, lag zwar an der Aufforderung zu verschiedenen kleinen Aktionen und Spontanübungen, die gerne aufgegriffen wurden. Deutlich wurde aber, dass Stimme und Stimmung durchaus miteinander korrespondieren.

Die Teilnehmer zeigten sich während und nach der Veranstaltung von der Vielfalt des Programms und seiner Praxisnähe sehr angetan. Sie nutzten die Möglichkeit, sowohl bei den Referenten als auch untereinander einen regen Austausch zu pflegen, wie es auch von den Veranstaltern vorgesehen war.



Mit vollem Einsatz dabei.  
Bild: Peter Rolle

Hierbei hat sich erneut der Auftakt am Sonntag bewährt, so dass viele Mitstreiter sich am Haupttag der Konferenz bereits kannten. Auch die Aussteller zeigten sich mit dem Interesse an ihren Produkten zufrieden, auch wenn sowohl der Winterdienst der Firma Dornseif, Münster, als auch die Illuminationen der Firma Blachere, Wels/Österreich, eher auf den Winter abzielten. Doch wissen die Teilnehmer auch aus Ihrer Erfahrung als Unternehmer, dass nach dem Winter und Weihnachten vor dem Winter und Weihnachten ist.

Der Termin für die nächste NRW-Werbegemeinschaftenkonferenz steht nun für 2015 an. Der genaue Termin und der Veranstaltungsort werden rechtzeitig bekannt gegeben. Ihre Ideen, Wünsche, Anmerkungen und Vorschläge sind aber schon heute willkommen. Schreiben Sie dazu einfach eine E-Mail an Rainer Gallus: [gallus@hv-nrw.de](mailto:gallus@hv-nrw.de)

## DIE #WeGeKo 2013 IN BILDERN:



Es wurde nachgefragt ...  
Bild: Peter Rolle



... diskutiert ...  
Bild: Peter Rolle



...Erfahrungen ausgetauscht  
Bild: Peter Rolle



Die Teilnehmer waren ...  
Bild: Peter Rolle



... interessiert ...  
Bild: Peter Rolle



... amüsiert ...  
Bild: Peter Rolle



... und fleißig am ...  
Bild: Peter Rolle



... Netzwerken und Kontakte knüpfen. Bild: Peter Rolle



[www.twitter.com/hvnrw](http://www.twitter.com/hvnrw)

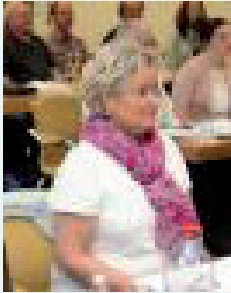
## #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

VORTRÄGE AM 09. UND 10. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN

### CHRISTIANE GÖTTERT, HAGENAGENTUR

#### „SCHAUFENSTERWETTBEWERB HAGEN“



>> Der Schaufensterwettbewerb in Hagen wird 2013 zum 15. Mal in Folge ausgelobt. Jahr für Jahr verwandeln die Ladeninhaber in der Hagener Stadt nun ihre Schaufenster. Durch geführte Touren wird der Wettbewerb ergänzt. <<

Download des Vortrags unter:

[www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz\\_2013/](http://www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz_2013/)

### BERND SARNOW, SIGNAL IDUNA

#### „SPONSORING: ERWARTUNGEN UND ZIELE“

>> Wie gewinne ich Sponsoren und wie gewinne ich mit Sponsoren? Ein Ausflug in die Welt des Sponsorings, der aufzeigt, worauf es beim Sponsoring ankommt und worauf es Sponsoren ankommt. <<

Download des Vortrags unter:

[www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz\\_2013/](http://www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz_2013/)



### TORSTEN BERNINGHAUS, WESTFALENPOST

#### „WERBUNG ODER INFORMATION? – ERWARTUNGEN, PRESSEKODEX UND BÜRGERZEITUNG“



>> Über die Pflicht, zwischen Information und Werbung differenzieren zu müssen und über das dadurch entstehende Spannungsfeld zwischen Händlern und Redaktionen. <<

Download des Vortrags unter:

[www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz\\_2013/](http://www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz_2013/)



# #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

PROGRAMM 09. UND 10. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN

## ANTJE HAGEN, STIMMCOACHING „GUT BEI STIMME, WENN ES DARAUF ANKOMMT?“

>> Die Stimme bewusst einzusetzen, kann man trainieren. Mit etwas Arbeit und einem Bewusstsein für die eigenen Möglichkeiten, gelingt der optimale Stimmeinsatz <<



Download des Vortrags unter:

[www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz\\_2013/](http://www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz_2013/)

## HARTMUT FINKE, FOREWARD! „SOZIALE MEDIEN: WERBEGEMEINSCHAFTEN PRÄSENTIEREN SICH AUF FACEBOOK“



>> Der Auftritt im Internet und soziale Medien als Sprachrohr für Werbegemeinschaften stellen ganz andere Herausforderung an die Öffentlichkeitsarbeit. <<

Download des Vortrags unter:

[www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz\\_2013/](http://www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz_2013/)

## OLIVER KELCH, ODESIGN „WERBEGEMEINSCHAFT RECKLINGHAUSEN BEI FACEBOOK“

>> Über die Erfahrungen der Werbegemeinschaft mit Facebook. Wie es funktioniert, was am besten funktioniert und worauf man unbedingt achten sollte. <<



Download des Vortrags unter:

[www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz\\_2013/](http://www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz_2013/)

## UWE GUNKEL, IG CITY DÜREN „HÄNDLER MACHEN (INNEN-) STADT“



>> Ein Vortrag über die IG City Düren und ihre jahrelange engagierte Arbeit für die Dürener Innenstadt, die letztlich 2013 zum Gewinn des Wettbewerbs „Händler machen Stadt“ führte. <<

Download des Vortrags unter:

[www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz\\_2013/](http://www.hv-nrw.de/news/contents/werbegemeinschaftenkonferenz_2013/)



[www.twitter.com/hvnrw](http://www.twitter.com/hvnrw)

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

MESSE-AUSSTELLER AM 10. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN

**Dornseif**<sup>®</sup>  
Winterdienst mit System

## Sicher durch den Winter

**Wir bieten wirtschaftlichen und kompetenten Winterdienst für den Einzelhandel.**

Jeder Immobilienbesitzer muss im Winter seiner Verkehrssicherungspflicht nachkommen. Auch Einzelhandelsunternehmen sind, ob als Eigentümer oder Mieter, von dieser Pflicht betroffen und für deren Einhaltung und Gewährleistung verantwortlich. Darüber hinaus möchten Sie als Unternehmer Ihren Kunden auch im Winter jederzeit einen freien und gefahrlosen Zugang zu Ihrem Geschäft ermöglichen. Ob geräumte und gestreute Kundenparkplätze oder der Bürgersteig vor Ihrem Geschäft, Winterdienst ist umfangreich und die Verkehrssicherungspflicht



Abb. 1: Räumfahrzeug im Schnee

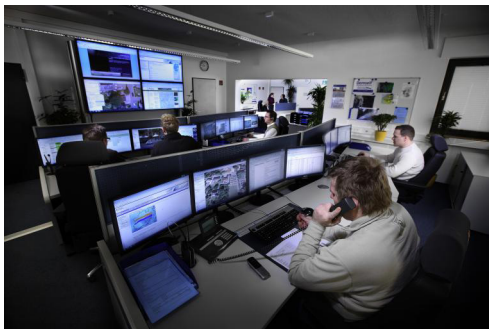


Abb. 2: Blick in die Einsatzleitzentrale

geht teilweise über die gesetzlichen Vorgaben der örtlichen Satzungen hinaus. Mangelhaft ausgeführter Winterdienst birgt für Sie neben den Haftungsrisiken auch die Gefahr von Imageschäden oder sogar Umsatzeinbußen.

Unser Unternehmen blickt auf über zehn Jahre Erfahrung und unfallfreie Arbeit zurück und bietet Ihnen Winterdienstkonzepte, die genau auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt werden können. Schaltstelle für die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle unserer Leistungen ist unsere hoch-moderne Einsatzleitzentrale, die in der Saison ständig besetzt ist. Sie vertrauen uns den Winterdienst an und wir erledigen den Rest.

Wir empfehlen Ihnen sich rechtzeitig abzusichern und bieten Ihnen speziell auf den Einzelhandel abgestimmte Preismodelle. Profitieren Sie von den Synergien eines professionellen Dienstleisters und einer bundesweiten Leistungserbringung. Gerne unterbreiten wir Ihnen ein individuelles Angebot.

Ihr bundesweiter Winterdienst-Partner:

**Dornseif e. Kfr.**  
**Gildenstraße 34**  
**48157 Münster**

Tel.: +49 (0) 251 91 58 89 - 0  
Fax: +49 (0) 251 91 58 89 - 300  
Web: <http://www.dornseif.de>



# #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

MESSE-AUSSTELLER AM 10. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN

Mit kreativen Lichtinstallationen setzt Blachere-Illumination GmbH, Straßen, Objekte und Gebäude in Szene und erzeugt einzigartige Stimmungen und Emotionen. Durch jahrzehntelange Erfahrung und Designkompetenz überrascht der international führende Anbieter von Weihnachts- und Dekorationsbeleuchtung, speziell zur Weihnachtszeit, mit Lichtenwelten, welche fern von jeglichem Kitsch und mit einem hohen Wiedererkennungswert gestaltet sind.

Gerne unterstützen wir Sie  
mit unserem Weihnachtsbeleuchtungs-Projekt

## „Wohlfühl-Paket“

um Ihnen die nicht alltägliche Abwicklung des Themas so problemlos wie nur möglich zu gestalten. Unsere Kunden sind: Städte und Gemeinden, Orts- und Stadtmarketing, Werbevereine, Einkaufsstrassen, Weihnachtsmärkte, Shopping Center, E-Werke, Hotels, Lichtplaner, Dekorateurs, Designer, Event-Agenturen ... Haben wir Ihr Interesse geweckt? Kontaktieren Sie uns, wir beraten Sie gerne bei Weihnachts-Eventbeleuchtung, LEDs, Lichterketten & Co, unter [www.weihnachtsbeleuchtung.cc](http://www.weihnachtsbeleuchtung.cc)



AUFFALLEN?

[www.weihnachtsbeleuchtung.cc](http://www.weihnachtsbeleuchtung.cc)



Blachere Illumination GmbH Österreich - zuständig für den deutschsprachigen Raum, [office@blachere-illumination.at](mailto:office@blachere-illumination.at) / + 43 7242 25 20 21

## #WeGeKo 2013 - DIE NRW-WERBEGEMEINSCHAFTENKONFERENZ 2013

„TUE GUTES UND REDE DARÜBER!“

MESSE-AUSSTELLER AM 10. JUNI 2013 | HAGEN/WESTFALEN

### Pflege-Bahr: Neue Internetseite informiert

Ohne private Vorsorge ist im Pflegefall schnell die Grenze der eigenen finanziellen Leistungsfähigkeit erreicht. Dies ist den meisten Deutschen durchaus bewusst, doch ist der Informationsstand nach wie vor schlecht, so die SIGNAL IDUNA Gruppe, Dortmund/Hamburg.

Dies betrifft insbesondere die Anfang des Jahres eingeführte „Staatlich geförderte Ergänzende Pflegeversicherung“, den sogenannten „Pflege-Bahr“. In einer repräsentativen Blitzumfrage der SIGNAL IDUNA Marktforschung gaben lediglich ein Viertel der Befragten an, schon einmal etwas vom Pflege-Bahr gehört zu haben. Noch viel weniger wussten über Details Bescheid.

Diesem Umstand hat die SIGNAL IDUNA mit ihrer neuen Internetseite [www.pflege-anker.de](http://www.pflege-anker.de) Rechnung getragen. Hier erfährt der Nutzer multimedial alles zum Pflege-Bahr. In einem Live-Chat rund um das Thema der privaten Pflegevorsorge helfen sachkundige Mitarbeiter bei Fragen weiter. Die SIGNAL IDUNA bietet mit dem neuen Tarif PflegeBAHR ein den gesetzlichen Regelungen entsprechendes Förderprodukt an. Der zusätzlich abschließbare „Upgradetarif“ PflegeBAHRPLUS verdoppelt den Leistungsumfang, fängt die fünfjährige Wartezeit auf und beinhaltet weitere Bausteine wie Beitragsbefreiung im Pflegefall oder Assistenzleistungen. Auf [www.pflege-anker.de](http://www.pflege-anker.de) werden beide Tarife in einem kurzen Video anschaulich und übersichtlich erklärt. Ein Onlinerechner zeigt außerdem Beiträge und Leistungen auf sowie die prozentuale Höhe der staatlichen Förderung.

Eine gute Nachricht zum Schluss: Der Anteil der Menschen, die in naher Zukunft wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich eine private Pflegezusatzversicherung abschließen möchten, hat sich dank Pflege-Bahr fast verdoppelt. So wollen rund 40 Prozent der Befragten hier zukünftig aktiv werden. Die Tarife PflegeBAHR und PflegeBAHRPLUS schaffen einen günstigen Einstieg in die so wichtige private Pflegevorsorge, und sie können auf [www.pflege-anker.de](http://www.pflege-anker.de) auch online abgeschlossen werden.

Wenn sie ein persönliches Beratungsgespräch wünschen, wenden sie sich bitte an eine unserer Filialdirektionen; Sie finden diese im Internet unter [www.signal-iduna.de](http://www.signal-iduna.de). Unsere Fachberater helfen ihnen gerne weiter.

**SIGNAL IDUNA** 



## Der Handel

*Alles fürs Leben*

### Herausgeber:

Handelsverband Nordrhein-Westfalen  
Kaiserstraße 42 a  
40479 Düsseldorf  
Tel.: 0211 / 49 80 6 0  
Fax: 0211 / 49 80 6 20  
Mail: [info@hv-nrw.de](mailto:info@hv-nrw.de)  
[www.handelsverband-nrw.de](http://www.handelsverband-nrw.de)  
[www.twitter.com/hvnrw](http://www.twitter.com/hvnrw)

### Vetreten durch:

Präsident: Friedrich G. Conzen  
Hauptgeschäftsführer: Dr. Peter Achten

### Redaktion:

Karin Eksen  
Anne Linnenbrügger-Schauer

### Bilder:

Karin Eksen  
Peter Rolle

### Layout:

Anne Linnenbrügger-Schauer

### Ihr #WeGeKo-Ansprechpartner:

Rainer Gallus  
Geschäftsführer  
Handelsverband Nordrhein-Westfalen  
Kaiserstraße 42 a  
40479 Düsseldorf  
Tel.: 0211 / 49 80 6 24  
Fax: 0211 / 49 80 6 20  
Mail: [gallus@hv-nrw.de](mailto:gallus@hv-nrw.de)