



VISIONSBÜRO FRANKFURT: ZUKUNFTSLABOR FÜR DEN HANDEL

Mit einer „Kick-off“-Veranstaltung am 21. und 22. Mai wird das Visionsbüro Frankfurt als Zukunftslabor für den relevanten Einzelhandel von morgen auf das Gleis gesetzt.

Handel im Wandel – das gilt natürlich auch in der Mainmetropole, ein beinahe schon inflationär gebrauchter Terminus, der jedoch zunehmend an Aktualität und Bedeutung gewinnt. Dabei lautet die Kernfrage für jeden Händler: Wie schaffe ich es auch in Zukunft, für meinen Kunden relevant zu bleiben, um ihn so an mich zu binden? Daraus abgeleitet: Wie schaffen wir es als Einkaufsstrasse oder Stadtteil, Besucher und Besucherinnen anzulocken? Eine der größten Herausforderungen vor diesem Hintergrund ist die Kombination von stationärem und digitalem Handel. Innovative Services und Lösungen bieten dabei Möglichkeiten, die für Kunden wie Händler echte Mehrwerte generieren sollen.

Es soll ein Ort in Frankfurt entstehen, in dessen Rahmen Ideen entwickelt werden, wie die Symbiose Stadt und Handel in Zukunft aussehen und gelebt werden kann, besser das Visionsbüro Stadt & Handel Frankfurt. Das Visionsbüro soll für alle Akteure der Innenstadt und Stadtteile eine Anlaufstelle sein, also für Händler, Immobilienbesitzer, Gastronomen, handelsnahe Dienstleister und nicht zuletzt Forschungseinrichtungen. Und: Das Projekt soll Strahlkraft weit über die Main-



metropole hinaus haben. Es soll gezeigt werden, dass in Frankfurt innovative und kreative Idee wachsen. Das Visionsbüro wird, so die Planung, in einem Ladenlokal direkt im Bereich der Neustadt Frankfurt eingerichtet. In den Räumlichkeiten soll ein Ort der Begegnung entstehen. Workshops, Barcamps und Vortragsreihen sollen etabliert werden. Vor Ort werden dann Agenturen und Dienstleister ihre Leistungen in der Praxis zugänglich machen. Und auch für Gründerinnen und Gründer entsteht hier ein Raum für Austausch, Diskussion und Entwicklung. Das Signal nach außen: Frankfurt bietet mehr als Banken und Fintech – auch der Handel und handelsnahe Ideen sind hier am Main zuhause und gerade

VISIONSBÜRO FRANKFURT

Zukunft, Stadt & Handel

Kultur Kirche Sankt Peter
Bleichstraße 33, 60313 Neustadt Frankfurt

**KICK OFF am 21. Mai ab 18 Uhr
und am 22. Mai ab 8.30 Uhr.**

Anmeldung unter:
service@einzelhandelsverband.de



in Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft soll Frankfurts Attraktivität gesteigert werden. In intensiven Vorgesprächen mit bestehenden Kooperationspartnern wurden zuletzt Ansätze und Inhalte erarbeitet, die im Visionsbüro entwickelt und weitergedacht werden sollen. Dazu zählen:

- Digitale POS-Systeme (iPad-Kassensysteme)
- WiFi-Technologie
- Digitale Bonussysteme
- Sicherheitstechnik
- Personalentwicklung
- Storekonzepte/Beleuchtung
- Markenbildung/Eigenmarkenentwicklung
- Marketingkonzepte
- Marktplätze (on-/offline)
- Website/Webshop
- Klimaschutz

Handelsverband aktiver Vermittler

Der Handelsverband bringt sich in diesen Veränderungsprozess aktiv als Vermittler zwischen Wirtschaft und Politik ein. Als Spitzenverband für die Branche arbeitet er in enger Abstimmung mit allen relevanten Akteuren, um die Innenstädte mit einem attraktiven Einzelhandel zukunftsfest zu machen. Außerdem begleitet und unterstützt der Handelsverband seine Mitgliedsunternehmen bei mit dem Strukturwandel verbundenen konkreten Fragestellungen und Herausforderungen. □

PROGRAMM

21.05.2019 — KICK-OFF-Veranstaltung

- 18.00 Uhr Einlass und Begrüßung
18.30 Uhr **Eröffnung Visionsbüro** und Begrüßung durch Stadtrat *Markus Frank*
18.50 – 19.30 Uhr **Fokus Markenbildung**
I. Stadt, Identität und Handel. *Loimi Brautmann, Urban Media Project*
II. Markenbildung aus der Sicht des Handels. *Frederik Gottschling, Marketing- und Content-Spezialist*

GET-TOGETHER — Bier, Wein und Snacks

22.05.2019 — WORKSHOP: inside Kundenbindung

- 8.30 – 10.30 Uhr **I. Kundenbindung im Handel**
7 Schritte zum Erfolg. *Jan Scheurenbrand, Gründer Mankido Frankfurt*
II. Marketing und Kundenservice mit WhatsApp und Co.
Matthias Mehner, Chief Marketing Officer MessengerPeople



Europadialog des Handelsverbandes Hessen in der Villa Manskopf in Frankfurt (v.l.): Jochen Ruths, Fabian Fechner, Miriam Dahlke, Dr. Thorsten Lieb und Sven Rhode

EUROPAWAHL AM 26. MAI

HANDELSVERBAND SETZT STARKES SIGNAL

Der Handel ist auf einen funktionierenden Binnenmarkt und internationale Kooperation angewiesen. Mit dem Auftakt zur Europawahl am 26. Mai ruft der Handelsverband Hessen daher dazu auf, die proeuropäischen Kräfte zu bündeln und sich für die Grundwerte der EU starkzumachen. Mit dem Europadialog Mitte März wurde ein starkes Signal gesendet.

Gerade für den Einzelhandel sind die Vorteile der europäischen Einigung und des gemeinsamen Binnenmarktes von großer Bedeutung. Nur mit einem weiteren Abbau von Hindernissen für den grenzüberschreitenden Handel können die Unternehmen das volle wirtschaftliche Potential der EU ausschöpfen. Für den Handel geht es um nicht weniger als die Europäische Union als Werteunion für Frieden, Freiheit, sozialen Zusammenhalt und Rechtsstaatlichkeit zu stärken und ihrer Aushöhlung entgegenzutreten. Der freie Handel wie der gemeinsame Binnenmarkt sind für den Handel von existenzieller Bedeutung. Ein Großteil der für den Handel relevanten nationalen Ge-

setzgebung geht heute auf europäische Verordnungen und Richtlinien zurück. Für den Handel steht fest: Um das volle wirtschaftliche Potential der EU ausschöpfen zu können, müssten bestehende in-nereuropäische Hindernisse wie protektionistische Tendenzen in einzelnen Staaten oder unterschiedliche Verbraucherschutzstandards beseitigt werden.

Hier sieht der Verband Handlungsbedarf

Als wichtige Aufgabe sieht der Handelsverband die Schaffung annähernd gleicher, mit-



hin fairer Wettbewerbsbedingungen zwischen den Unternehmen. So müsse sichergestellt werden, dass Produkte, die von Händlern außerhalb der EU über Online-Marktplätze und Plattformen an Kunden innerhalb der EU verkauft werden, den hiesigen strengen

Produktsicherheitsanforderungen entsprechen. Ansonsten sind einheimische Händler, die sich an die in der Umsetzung kostspieligen Vorgaben halten, im Nachteil.



Foto: Moschitz

„Wer ein eigenes Geschäft eröffnet, dem dürfen durch die Bürokratie keine Steine in den Weg gelegt werden.“

Verena David (Bündnis 90/Die Grünen)



Foto: die FDP Frankfurt am Main

„Wir streben ein modernes Recht für die digitale Gesellschaft an.“

Dr. Thorsten Lieb (FDP)



Foto: Katrin Probst Photography

„Das in Europa bewährte Prinzip des vorsorgenden Verbraucherschutzes darf nicht angetastet werden.“

Miriam Dahlke (CDU)

Auch bei den Themen Nachhaltigkeit (Weiterentwicklung der Kreislaufwirtschaft) und Datenschutz setzt sich der Handelsverband bei den politischen Repräsentanten für eine ausgewogene Balance zwischen berechtigten geschäftlichen Interessen und dem Verbraucherschutz ein. Dafür initiierte der Handelsverband Hessen am 18. März einen Europadialog in der Villa Manskopf. An einem Tisch saßen Fabian Fechner (stellv. Leiter des HDE-Büros in Brüssel), Dr. Thorsten Lieb (Europabeauftragter der FDP Hessen/Spitzenkandidat für die Europawahl) und Miriam Dahlke (Abgeordnete des hessischen Landtages, Sprecherin für Finanzen, Europa und Haushaltskontrolle von Bündnis 90/Die

Grünen) sowie seitens des Handelsverbandes Präsident Jochen Ruths und Hauptgeschäftsführer Sven Rohde.

Der Dialog bot den passenden Rahmen, um neue Impulse und Ideen für Europa zu gewinnen, ermöglichte aber zudem auch das Lancieren von handelsverbandsspezifischen Anliegen. Alle Anwesenden – ein weiteres Gespräch gab es zwei Tage später mit Verena David (CDU, Mitglied der Stadtverordnetenversammlung Frankfurt/Kandidatin für die Europawahl 2019) - waren sich darüber einig, dass die Europawahl 2019 von besonderer historischer Bedeutung für die Europäische Union sein wird. Themen, wie die DSGVO oder der Brexit hätten das Wirken der EU wie

die Bedeutung der EU im alltäglichen Leben hervorgehoben.

Faire Rahmenbedingungen gefordert

Miriam Dahlke (B90/Grüne) unterstrich im Meinungsaustausch mit dem Handelsverband Hessen die Wichtigkeit von fairen Rahmenbedingungen für den Wettbewerb wie von innovationsfreundlichen Märkten: „Das in Europa bewährte Prinzip des vorsorgenden Verbraucherschutzes darf nicht angetastet werden.“ Mit Blick auf die digitale Infrastruktur sagte Dahlke: „Mit der Digitalisierung können wir Produktion, Vertrieb und Konsum sparsamer, effizienter und damit ökologisch



Die Vertreter der Politik und des Handelverbandes waren sich einig, dass die Europawahl 2019 von besonderer Bedeutung sein wird.

nachhaltiger und verbraucherfreundlicher machen. Schnelles Internet muss flächendeckend ausgebaut werden, gerade auch im ländlichen Raum.“ Allerdings müssten auch Lösungen für die durch Onlinehandel verstärkten Probleme für Umwelt und Klima (Stichwort Lieferverkehr) gefunden werden, zum Beispiel durch konsequente Verlagerung des Lieferverkehrs von der Straße auf die Schiene. Vor allem aber müsse der lokale Handel gefördert und unterstützt werden, „da kleine regionale Geschäfte das Preisdumping der Online-Giganten nicht mitgehen können“.

Vitale Innenstädte als Ort der Begegnung

Bestens auf den Dialog mit dem Handel vorbereitet war auch der FDP-Politiker Dr. Thorsten Lieb: „Wir streben ein modernes Recht für die digitale Gesellschaft an. Das bedeutet im Bereich des Handels, dass wir bei der Weiterentwicklung des bestehenden Rechtsrahmens darauf achten, dass Rahmenbedingungen für den stationären wie für den Online-Handel entstehen, die ‚neutral‘ für die Vertriebskanäle sind. Es ist aus unserer Sicht nicht Aufgabe der Politik im Wettbewerb der Vertriebskanäle lenkend einzugreifen.“ Lieb unterstrich die Bedeutung vitaler Innenstädte als Orte für Begegnungen. „Daher wollen wir verlässliche Rahmenbedingungen für Sonntagsöffnungen. Insbesondere setzen wir uns dafür ein, dass die zulässige Zahl von verkaufsoffenen Sonntagen auch rechtssicher ausgeschöpft werden kann.“

Zum Thema Verbraucherschutz sagte Lieb: „Es ist aus unserer Sicht eine Daueraufgabe der Politik, auf eine angemessene Balance zwischen Verbraucher- und Händlerrechten zu achten. Unter dem Leitbild des mündigen Verbrauchers halten wir diese Ba-

lance derzeit für nicht hinreichend sichergestellt. Wir sind überzeugt davon, dass einem mündigen Verbraucher mit klaren und eindeutigen Regeln und mit einheitlichen Wettbewerbsbedingungen mehr gedient ist, als mit überzogenen Informationspflichten, die nur Bürokratie und damit Kosten produzieren.“ Die Herausforderungen der Plattformwirtschaft erfordern aus Sicht der Freien Demokraten ein zügiges Handeln der Politik. Lieb: „Das strukturelle Übergewicht der Plattformbetreiber, gerade wenn sie selbst Marktplätze betreiben, erfordert klare kartell- und wettbewerbsrechtliche Antworten, um auch Start-up Unternehmen Chancen zu eröffnen.“

Die Menschen für Europa begeistern

Hochmotiviert erläuterte zwei Tage später die Stadtverordnete und Frankfurter CDU-Kandidatin für das Europaparlament, Verena David, ihre Motivation für die Wahl für einen Sitz im Europaparlament: „Die jetzige Wahl sei eine Schicksalswahl, Europa stehe am Scheideweg, denn für einige Länder nehme der Nationalismus großen Raum ein. Die Meinungsfreiheit würde in diesen Ländern eingeschränkt, der europäische Gedanke sei nicht

mehr voll präsent.“ Vor diesem Hintergrund gab David ein Plädoyer für Europa ab und erklärte, warum es sich lohnt, für Europa zu kämpfen, insbesondere in Frankfurt, der Stadt mit der Europäischen Zentralbank.

„Europa ist für mich eine Herzensangelegenheit“, so Verena David. Die Europäische Union stehe für Menschenrechte, Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, wirtschaftliches und soziales Wohlergehen, aber auch für die Achtung der kulturellen Vielfalt, Achtung vor den großen, aber auch insbesondere kleinen Mitgliedsländern. Dieser europäische Traum und die europäische Idee seien leider in letzter Zeit in der Wahrnehmung vieler Bürger in den Hintergrund getreten. „Dieses will ich ändern. Mein Ziel ist es, die Menschen für Europa zu begeistern.“ David hat vier Themenschwerpunkte für ihre Arbeit im Europaparlament zusammengestellt, für die sie sich besonders einsetzen will: eine EU, in der die Menschenrechte und die Demokratie an allererster Stelle stehen, eine EU, in der innere und äußere Sicherheit gelebt wird, eine EU, die sich der Verantwortung für das Leben der zukünftigen Generationen bewusst ist und unsere Schöpfung achtet und bewahrt. Und eine EU, die die soziale Marktwirtschaft im 21. Jahrhundert fortschreibt. „Dieses Wohlstandsversprechen muss im digitalen Zeitalter für die Menschen erneuert werden. Wir müssen die Sorgen und Ängste der Menschen im Hinblick auf die soziale Frage ernst nehmen. Ob im ländlichen Raum bei uns oder in Teilen aller europäischen Länder sind die Arbeitsplätze von morgen zu schaffen. Die digitale Welt wird unser Leben und Arbeiten verändern.“

Generell unterstützt David die Positionen des Handelsverbandes Hessen, insbesondere auch mit Blick auf kleine und mittlere Unternehmen: „Wer ein eigenes Geschäft eröffnet, dem dürfen durch die Bürokratie keine Steine in den Weg gelegt werden.“ □ mmm

EUROPAWAHL
23. - 26. Mai 2019
#Europawahl2019

Europäisches Parlament



Sie geben alles für Ihre Kunden.
Wir für Ihre Sicherheit.

Seit über 100 Jahren finden wir als Partner des Handels: Wer sich mit Leidenschaft ein Geschäft aufgebaut hat, sollte sein Lebenswerk richtig gut absichern. Deshalb bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Versicherungspakete und eine kompetente Rundum-Beratung in allen Fragen zu Ihrer betrieblichen Vorsorge- und Finanzplanung. Denn das ist genau unser Geschäft.

SIGNAL IDUNA Gruppe
Unternehmensverbindungen Handel
Joseph-Scherer-Straße 3, 44139 Dortmund
Telefon 0231 135-3576
Fax 0231 135-13-3576
handel@signal-iduna.de

SIGNAL IDUNA 
gut zu wissen

VISION. FINDET. STADT. – STADTMARKETING 2.0

Neue Impulse, kreative Stadtmarketing-Ideen, fundierte Erfahrungsberichte sowie versierte Referenten – das sind die Zutaten für den Hessischen Stadtmarketingtag, der seit dreizehn Jahren in Hanau ausgerichtet wird.

Stadtmarketingakteure – vom Bürgermeister über Wirtschaftsförderer bis hin zu Mitgliedern von Werbegemeinschaften – schätzen den frischen Input und die Möglichkeit zum professionellen Austausch mit anderen Kommunen. Mit mehr als 180 Teilnehmern aus Hessen und anderen Bundesländern zählt der Hessische Stadtmarketingtag zu den größten deutschen Fachtagungen auf seinem Gebiet.

In diesem Jahr findet er am Donnerstag, den 16. Mai, unter dem Motto „Vision. Findet. Stadt. – Stadtmarketing 2.0“ im Congress Park Hanau statt. Der Hessische Stadtmarketingtag setzt sich auch 2019 mit einer Vielfalt an aktuellen Themen auseinander: Nach der offiziellen Begrüßung durch die Veranstalter beginnt der Veranstaltungstag mit einem Ausflug in die Stadt der Zukunft. „Flüssige Welten, hybride Formate – Stadtleben von morgen“ heißt der spannende Vortrag von Andreas Reiter vom ZTB Zukunftsbüro in Wien. Er zeigt auf, wie die digitale Transformation das Gewerbe der Stadt verändert. Welche Handelskonzepte werden die Innenstadt der Zukunft prägen? Wie entwickelt sich der Einzelhandel in den Quartieren? Mit diesen und weiteren visionären Fragen wird der thematisch vielfältige und umfassende 13. Hessische Stadtmarketingtag eingeläutet.

Zukunft Hanau

Auch die Stadt Hanau beschäftigt sich intensiv mit dem Leben in der Zukunft, und das nicht nur visionär, sondern ganz praktisch. Den Auftakt des Prozesses der weiteren Entwicklung Hanaus bildete ein großes Bürgerwochenende, an dem die Hanauerinnen und Hanauer ihre Wünsche und Vorstellungen zu diversen zukünftigen Herausforderungen benennen konnten. Unter dem Slogan „Zukunft Hanau – Bürgerbeteiligung, Stadtentwicklung und Standortmarketing“ wird Martin Bieberle, Leiter des Fachbereichs Stadtentwicklung der Stadt Hanau, den Prozess erläutern und vorstellen. Vor der Mittagspause nimmt Markus Rall vom Deutschen Institut für Virtual Reality (DIVR) sowie Geschäftsführer von „viality“ die Tagungsteilnehmer mit auf eine Reise in die virtuelle Realität. Dabei zeigt er innovative Einsatz-

möglichkeiten für den Tourismus sowie für das Stadtmarketing in der Gegenwart als auch in der Zukunft auf.

Nach der Pause geht es mit einem der zentralsten Kernelemente einer Innenstadt weiter, der Immobilie. Dr. Wolfgang Haensch, der Büroleiter des Standortes Köln der CIMA Beratung + Management GmbH, befasst sich

mit der Frage nach der Perspektive von Innenstadtimmobiliën im Kontext des „schrumpfenden“ Handels. Dabei stellt er sich die Frage: „Was geht noch?“ Tourismus ist der nächste Schwerpunkt an diesem ereignisreichen Tag. Birgit Becker von Qualität kompakt, der Qualitätsinitiative für den Tourismus in Hessen, sowie Sven Wolf von der



Im vergangenen Jahr kamen mehr als 180 Teilnehmer aus Hessen und anderen Bundesländern zum Hessischen Stadtmarketingtag.



Auch ein Erfolgsfaktor der Veranstaltung: das Netzwerken in den Pausen.

ServiceQualität Deutschland e.V. beleuchten das Themenfeld „Service im Tourismus“ unter dem Titel „Qualität kompakt – die Qualitätsinitiative für den Tourismus in Hessen. Als Qualitätsgemeinschaft auf die Überholspur. Kundenbindung erhöhen. Neukunden gewinnen. Mit System und in der Gemeinschaft“.

Erfolgsfaktoren für die vitale Innenstadt

Ein Vorzeigeprojekt für die Wiedernutzung altindustrieller Flächen, das wirklich „Ausstrahlungskraft“ hat, wird Carsten Forg, der Geschäftsführer der Stadtmarketing Hückelhoven GmbH, vorstellen: Die Transformation einer Halde zum magischen Lichterpark, das ist der Haldenzauber Hückelhoven. Im September 2018 hat das Institut für Handelsforschung Köln in 116 Innenstädten bundesweit eine Passantenbefragung zum Thema „Vitale Innenstädte“ durchgeführt. Im Mittelpunkt standen dabei Fragen zur Attraktivität der Innenstadt, zum Einzelhandelsangebot, zur Besucherstruktur und zu den Themen Ambiente und Flair. Oliver Brimmers vom IFH Köln stellt in diesem Zusammenhang Erfolgsfaktoren vor, die in der Zukunft wichtig sein werden.

Daran anknüpfend schließt der Veranstaltungstag mit einem Best-Practice-Beispiel aus der Befragung zu den „Vitalen Innenstädten 2018“, der Stadt Heidelberg, ab. Die Stadt schnitt bei dieser repräsentativen Studie insgesamt überdurchschnittlich gut ab. Im Kern wird Mathias Schiemer, Geschäftsführer der Heidelberg Marketing GmbH, erläutern, durch welche Aktivitäten seitens der Stadt und des Stadtmarketings Heidelberg „überdurchschnittlich sicher und sauber“ wurde. Organisiert wird die Fachtagung vom Hessischen Industrie- und Handelskammertag, dem Handelsverband Hessen und der Stadt Hanau bzw. Hanau

Marketing. Wie bereits in den vergangenen Jahren kann das Event auf Grund der tatkräftigen Unterstützung vom Sparkassenverband Hessen-Thüringen, der Sparkasse Hanau und MK Illumination stattfinden. Der 13. Hessische Stadtmarketingtag wird zudem fachlich von der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd) sowie der Cima Beratung + Management GmbH unterstützt. □

Weitere Informationen

zum Hessischen Stadtmarketingtag und Anmeldung bis zum 7. Mai unter www.stadtmarketingtag.hanau.de



DONNERSTAG, 16. Mai 2019, CONGRESS PARK HANAU

DAS PROGRAMM

Moderation: Steffen Ball,
BALLCOM Digital Public Relations

- 9:00 Uhr ▶ Anmeldung/Kaffeebar
Eröffnung der Begleitausstellung
- 9:30 Uhr ▶ Begrüßung durch die
Veranstalter

VISION. FINDET. STADT.

- ▶ Flüssige Welten, hybride Formate – Stadtleben von morgen
Andreas Reiter, ZTB Zukunftsbüro Wien
- ▶ Kaffeepause
Zeit für Imbiss, Gespräche, Erfahrungsaustausch und den Besuch der Begleitausstellung
- ▶ Zukunft Hanau – Bürgerbeteiligung, Stadtentwicklung und Standortmarketing
Martin Bieberle, Stadtentwickler der Stadt Hanau
- ▶ Virtual Reality – innovative Einsatzmöglichkeiten für Tourismus und Stadtmarketing in der Gegenwart und Zukunft
Markus Rall, Deutsches Institut für Virtual Reality – DIVR viality

12:30 Uhr

- ▶ Mittagspause
Zeit für Imbiss, Gespräche, Erfahrungsaustausch und den Besuch der Begleitausstellung

STADTMARKETING 2.0

13:30 Uhr

- ▶ Perspektive Innenstadtimmobilien: der Handel schrumpft – was geht noch?
Dr. Wolfgang Haensch, CIMA Beratung + Management GmbH
- ▶ Qualität kompakt – Die Qualitätsinitiative für den Tourismus in Hessen. Kundenbindung erhöhen. Neukunden gewinnen. Mit System und in der Gemeinschaft.
Birgit Becker, Qualität kompakt. Die Qualitätsinitiative für den Tourismus in Hessen. Sven Wolf, ServiceQualität Deutschland e.V.
- ▶ Haldenzauber – die Transformation einer Halde zum magischen Lichterpark
Carsten Forg, Stadtmarketing Hückelhoven GmbH
- ▶ Vitale Innenstädte 2018 – Mit den richtigen Erfolgsfaktoren die Zukunft gestalten!
Oliver Brimmers, IFH Köln
- ▶ Stadtmarketing in Heidelberg: „Eine saubere und sichere Sache“
Mathias Schiemer, Heidelberg Marketing GmbH
- ▶ Verabschiedung
Steffen Ball

16:30 Uhr

- ▶ Ende der Veranstaltung

13. Hessischer Stadtmarketingtag

Vision. Findet. Stadt.
Stadtmarketing 2.0

Donnerstag, 16. Mai 2019, Congress Park Hanau

Freundlicher Unterstützung von:

IHK HESSISCHER INDUSTRIE- und Handelskammertag

Handelsverband Hessen

Finanzgruppe Hessen-Thüringen

Sparkasse Hanau

mk

Anmeldung unter:
www.stadtmarketingtag.hanau.de

Fon: 06181-4289480 • Email: Stadtmarketingtag@hanau.de

Jetzt anmelden unter: www.stadtmarketingtag.hanau.de

EINFACH HANDELN!

Online auftreten, vor Ort gewinnen

**Workshops für Gastgewerbe
und Handel in DIEBURG
am 13. und 14. Mai 2019**

**Workshops für Gastgewerbe
und Handel in WALD-MICHELBACH
am 3. und 4. Juni 2019**

Holen Sie sich praktische Tipps für Ihren
Online-Auftritt bei unseren Workshops vor Ort!

Aus dem Inhalt:

- Werde ich von meiner Kundengruppe eigentlich im Internet gefunden?
- Wie gehe ich mit Onlinebewertungen um?
- Homepage, Facebook, Instagram ... Welche Wege lohnen sich für mich?

Melden Sie sich online an unter
[www.darmstadt.ihk.de/
einfach_handeln](http://www.darmstadt.ihk.de/einfach_handeln)



LEBENSLANGES LERNEN ALS SCHLÜSSEL ZUM AUFSTIEG

Was kommt nach der Berufsausbildung? Wie kann ich mich beruflich sinnvoll weiterentwickeln? Und welchen Karrierepfad strebe ich überhaupt an – und was für einen Abschluss benötige ich für meine beruflichen Ziele? Das sind Fragen, die sich ein jeder in seinem Berufsleben nicht nur zu Beginn stellt. Die Antwort klingt logisch wie simpel: Nur ein lebenslanges Lernen ist der Schlüssel zum Aufstieg und bestehenden Erfolg im Berufsleben.

Die Seminare und Fortbildungen der Handelsakademie sind da ein entscheidender Baustein. Hier die neuen Starttermine für die internetgestützten Lehrgänge:

- 14. September 2019 in Marburg: Geprüfte/r Betriebswirt/in IHK
- 20. Oktober 2019 in Marburg: Geprüfte/r Handelsfachwirt/in IHK
- 3. Dezember 2019 in Marburg/Gießen: AdA – Rehabilitationspädagogische Zusatzqualifizierung

Zudem werden diverse Tagesseminare, die auch individuell als Firmenseminar buchbar sind, angeboten. Informieren Sie sich über unsere neuen Führungsseminare.

Die Gründe für eine Weiterbildung bei der Handelsakademie liegen auf der Hand:

- zeit- und ortsunabhängiges Lernen und persönliche Betreuung
- Online-Lernplattform/Fachforen und Chat zum Austausch
- AZAV-Zertifizierung und jahrelange Erfahrungen

Informationen unter www.handelsakademie.de sowie telefonisch unter 06421. 480 66 100.

SICHERHEITEN FÜR IHREN ERFOLG

- Selbständigkeit
- Betriebsübernahme
- Auftrags-Vorfinanzierung
- Unternehmensvergrößerung

Eine Bürgschaft sichert den
Bankkredit für Ihr Vorhaben.
Sprechen Sie mit uns.

www.bb-h.de
Tel. (0611) 1507-0



**BÜRGSCHAFTSBANK
HESSEN**



IMPRESSUM

Herausgeber: WIRTSCHAFTSDIENST DES HESSISCHEN EINZELHANDELS GmbH, Flughafenstr. 4a, 60528 Frankfurt am Main, Tel.: 069 1330-910, Fax: 069 13309-199, V.i.S.d.P.: Silvio Zeizinger · **Redaktion:** Silvio Zeizinger, Sven Rohde, Jasper Berg, Marcel Rösler, Matthias Machan. E-Mail an die Redaktion: service@einzelhandelsverband.de · **Anzeigenverkauf:** Sven Rohde: widi@einzelhandelsverband.de · **Verlag:** planet GmbH, Toulouser Allee 27, 40211 Düsseldorf, Tel.: 0211 54227-700, Fax: -722, www.planetnet.co