

DO-IT-YOURSELF-TREND

Workshops im Aufwind

Workshops sind ein Trendthema mit Potenzial, denn sie passen zu den aktuellen Bedürfnissen der Kunden: Sie wollen in und mit der Natur arbeiten, selbst etwas erschaffen und dabei entspannen und zur Ruhe kommen. Das Angebot ist mittlerweile sehr vielfältig und längst nicht mehr auf Sträuße- und Kränzebinden beschränkt. Workshops sind so beliebt, dass sie sogar den Weg in das Angebot von Portalen wie Mydays oder Jochen Schweizer gefunden haben. Katrin Klawitter hat mit Floristen und anderen Anbietern von grünen Workshops über Zielsetzungen und Erfahrungen gesprochen. *Katrin Klawitter, Wedemark*



Fotos: Blumenschule

Karin Feuerstein, Bielefeld Workshops als Rundum-Konzept

Ein komplett neues Konzept, das Workshops in den Ladenalltag integriert, hat Karin Feuerstein mit ihrer „Blumenschule“ umgesetzt (www.blumenschule.info). Die Floristin führt seit 26 Jahren in der Bielefelder Altstadt einen „Kultladen“ mit Blumen, bietet dazu seit 2018 auch floristische Junggesellenabschiede und Workshops in einem Pavillon an, beides in getrennten Räumlichkeiten. Als „Corona“ die Nachfrage einbremste, nutzte Karin Feuerstein die Zeit für Umbau und Umzug – und kann nun nach und nach wieder voll durchstarten.

Im Herbst 2021 hat sie Laden und Workshopraum auf lichtdurchfluteten, mit Parkett ausgelegten 118m² zusammengeführt – in einem Laden, der von ihrem Mann nach ihren Wünschen und den Bedürfnissen des Angebots gestaltet wurde: Mit einem selbst gefertigten, 5 x 1,80 m großen Tisch als Hingucker und Mittelpunkt, an dem bis zu 16 Workshop-Teilnehmer Platz finden. An normalen Verkaufstagen von Mittwoch bis Samstag ist der Tisch liebevoll und blumig mit Werkstücken und Geschirr eingedeckt. Dann ist das Blumen-geschäft gleichzeitig ein kleines Café, in



Karin Feuerstein führt Kurse für Blumenliebhaber in ihrer Blumenschule durch und gibt ihre Erfahrungen mit Kunden-Workshops in Seminaren an Kolleg(inn)en weiter.

dem die Kunden mit Blick auf die Werkstücke am Tisch sitzen. Dienstag und Samstag sind Workshop-tage, Montag ist Ruhetag. Im Laden gibt es eine Küchenecke für den Café-Verkauf und das Catering bei Workshops, rundum werden tagtäglich üppig Frischblumen präsentiert. Workshop-Untensilien liegen dann ordentlich und bewusst offen in kleinen Kästen, eine Tafel weist auf die Kurse hin. Damit ist dieses Angebot immer präsent – und wird auch gut gebucht. Da Karin Feuerstein äußert aktiv in den sozialen Medien ist, finden mittlerweile im Schnitt drei Workshops pro Woche statt. Die Kunden kommen bisher weniger aus Bielefeld, sondern häufiger aus anderen Städten wie Hamburg oder Hannover.

„Und das, obwohl meine Workshops nicht günstig sind“, lacht sie mit Blick auf die Kursgebühr von 115 € pro Teilnehmer. Zu den Workshops gehören neben zwei Stunden intensiver floristischer Arbeit auch ein italienisches Catering.

Die Teilnehmerspanne reicht von jung bis alt, von Junggesellenabschieden über Einzelanmeldungen für Basic- und Themenkurse bis zu teambildenden Workshops und Weihnachtsfeiern. Die Kurse werden von der liebevollen Vorbereitung bis zu gelungenen Werkstücken über Instagram begleitet. Zudem stellen Karin Feuerstein und ihr Mann auf Instagram jeden Mittwoch-Abend über ihre „Blumenstory“ ungewöhnliche Dinge oder eigene Blumen aus dem Schrebergarten zum Verkauf – auch das bringt neue Kunden.

„Für viele Teilnehmer ist ein Workshop wie Kurzurlaub, ein tolles Erlebnis mit Menschen mit ähnlichen Interessen“, sagt Karin Feuerstein. Eine Teilnahme sei nicht unbedingt eine Sache des Geldbeutels: „Auch Kunden, die sich nicht alles leisten können, gönnen sich mal etwas.“ Aus den Kursen seien schon Freundschaften entstanden, die Kurse werden weiterempfohlen, auch gerne zum Beispiel als Muttertag-Gutschein für eine „Mutter- und Tochterzeit“ verschenkt. Es gebe viele „Wiederholungstäter“ und auch immer mehr Bielefelder entdecken den neuen Standort der „Blumenschule“.

Onlinekurs: Kunden-Workshops ausrichten

Im dreiteiligen Onlinekurs „Perfekte Kunden-Workshops ausrichten“ greifen Karin Feuerstein und Rupert Fey alle Fragen rund um das Thema Workshops auf: Finde und statte deine Location richtig aus! Mache erfolgreich Werbung, platziere die perfekten Themen und Anlässe für deine Zielgruppe! Kalkuliere und plane deinen ersten, perfekten Workshop! Wann: am 27. Juni, 11. Juli und 25. Juli jeweils von 18.30 bis 20 Uhr. Bei Buchung bis 15. Mai erhalten florieren!-Leser 25 € Rabatt auf die Kursgebühr von 349 € (+ UST). Enthalten sind Unterlagen und das Live-Seminar zum Mitmachen. Infos und Buchung über den QR-Code oder akademie.beyond-flora.com



Foto: Steffi Rost



IMPULSE

Rupert Fey, beyond-flora

Wissen mit Freude weitergeben

Immer mehr Geschäfte denken darüber nach, ob sie Kundenworkshops anbieten sollen, und mit dem Abbau der Corona-Maßnahmen werden solche Kurse auch wieder interessant. „Wer Platz hat und sich gerne mal als Gruppenleiter sieht, der kann weiter planen“, sagt Rupert Fey. Man muss kalkulieren, Material beschaffen und ein griffiges Thema finden.

Sind „Workshops für Kunden“ eine gutes Standbein für Blumengeschäfte oder macht sich die Floristik auf diese Weise überflüssig? Diese Frage wird immer wieder hartnäckig gestellt. Andere Branchen sind da weiter. In Hamburg zum Beispiel gibt es eine Tischlerei, die aufwendige Kurse durchführt. Die Kunden lernen, eine Schublade mit Nut und Feder zu machen und vieles mehr. Es gibt eine voll ausgestattete Schreinerei mit vielen Arbeitsplätzen. Zunächst zu den Fakten und Möglichkeiten bei uns. Wer über Workshops nachdenkt, sollte zuerst einige Notwendigkeiten bedenken. Neben Platz und einer ungestörten Räumlichkeit ist es vor allem nötig, sich selbst kritisch zu hinterfragen: Kann ich das? Kann ich mein Wissen plausibel vermitteln und macht mir das auch Freude? Nicht jede gute Fachkraft ist auch gleichzeitig als Lehrer und Weiterbilder geeignet. Und wer die Augen verdreht, wenn er sieht, wie die Kunden Ware anfassen, wird kaum Freude beim Werken mit Laien ausstrahlen.

Aus meiner Sicht: Wer Angst vor Laien hat, die ihn nach einem dreistündigen Kurs „nicht mehr brauchen“, der sollte sein Know-how dringend prüfen. Sicher kann eine gute Amateurin einen passablen Adventskranz im Kurs binden, und das muss ja auch das Ziel sein. Aber nicht mit Tempo, nicht zu wechselnden Trends und auch nicht mit Finessen!

Viel wichtiger ist es, die wahre Motivation seiner Gäste im Workshop zu erkennen. Die meisten sind eben keine Kunden, die Floristen zukünftig die Arbeit streitig machen wollen. Sie wollen mit den Händen arbeiten, mal etwas zum Anfassen schaffen und vor allem: eine gute Zeit mit Gleichgesinnten haben. Und da ist ein Glas Prosecco oft genug wichtiger als die allerbesten Kerzen. Und: Wer mal selbst zwei Stunden gewerkelt hat, den Harz an den Fingern nicht mehr so einfach abbekommt, der begreift, dass Handwerk sein Geld wert ist. Dass Kränze und Sträuße eben nicht aus dem Regal kommen, sondern mit Liebe und Leidenschaft gemacht werden.

Rupert Fey, Bargfeld-Stegen, rfey@beyond-flora.com

Nicht jede gute Fachkraft ist gleichzeitig als Lehrer geeignet.