

Marketing und Aufbau eines Waldbaden-Workshops



Es war einmal ein König.
Er hatte den Keller voller Goldbarren.
Er wollte sie verschenken.
Doch niemand holte sie ab.
Was glaubst du – Warum?

• • • • •

... weil keiner davon wusste.

Marketing & Beachtenswertes beim Ankündigen

THEMA

Wer seinem Workshop einen Namen und damit einen Fokus (*Schwerpunkt*) gibt, erreicht seine Zielgruppe leichter. Z.B. *Waldbaden für Frauen über 60* oder *Waldbaden für Singels* oder *Waldbaden für Paare*.

ZIELGRUPPE

Wen möchtest du ansprechen? Definiere deine Persona*.

Wer seine Zielgruppe genau definiert hat und diese richtig gut kennt, tut sich leichter bei der Wahl seiner Werbekanäle.

Die Haupt-Zielgruppe für Waldbaden: LOHAS (Life of Health and Sustainability)

*Persona

Eine *Persona* nennt man im Marketing eine/n typischen Zielgruppen-Vertreter/in. Überlege mal, wer das aus deinem Bekanntenreis sein könnte!? Wie sieht deine typische Zielgruppen-Vertreterin aus? Mach dir deine Gedanken dazu hinsichtlich „Demographische Daten“ wie Alter, Beruf, Familienstand, Einkommen, Parteizugehörigkeit, Haarfarbe, Hobbies, usw. Welche Sprache (in diesem Sinne - welche Wörter!!!) benutzt sie? Das alles ist wichtig, damit du sie gut ansprechen und damit abholen kannst. Fühl dich in sie hinein!

ANKÜNDIGUNG DEINES ANGEBOTS

Es gibt viele Möglichkeiten. Hier einige Empfehlungen (insbesondere der fett Markierten)

- Werde dir klar, warum du wirken möchtest, was du dir davon versprichst bzw. was du in die Welt träumen möchtest. Dann „tune“ dich geistig in diese Richtung.
- Finde deinen eigenen Stil, indem du dich und dein Angebot die ersten 2 bis 3 Male verschenkst. So kommst du zu Adressen für deinen Verteiler.
- **Erstelle eine eigene Waldbaden-Whatsapp- oder Signalgruppe** als Community für deine Teilnehmenden.
- Empfehlungsmarketing: Neukundengewinnung durch **Mundpropaganda**, (setzt natürlich Zufriedenheit voraus).
- Ankündigung über **Veranstaltungskalender** (z.B. v. regionalen Zeitungen)
- Direktmarketing (Achtung Datenschutz!): Telefonmarketing (z.B. bei Firmenteams)

- Baue dir eine eigene, ganz einfache Homepage als Visitenkarte oder mach dir eine Unterseite ‚Waldbaden‘ auf deiner bereits bestehenden Seite, sofern es zu deinem Thema passt.
- Online Marketing: Du kannst regelmäßig Bilder & Text oder kleine Reels (Videos) auf Social Media (Facebook, Instagram, ...) teilen.
- Online Anzeigen: Wenn du z.B. auf Meta (Plattform v. FB & Insta) etwas Geld in die Hand nimmst, kannst du deine Zielgruppe genau definieren (auch regional!!!). Es wird eine Investition von mind. 18 € pro Tag für ca. 2 Wochen empfohlen, um Menschen erreichen zu können.
- PR (Öffentlichkeitsarbeit): Redaktionelle Berichterstattung z.B. in Form eines **Interviews in einem regionalen Printprodukt**. Lade ausgewählte Redakteurinnen zu einer ‚Pressekonferenz der anderen Art‘ – zum Waldbaden ein!
- Erzähle deine Story (deine Heldenreise!) – Abenteuer, Scheitern und dann wie Phönix aus der Asche steigen wird die wesentlichen Elemente dabei. Doch wer’s genau nehmen möchte, ist eingeladen sich mit der Kunst von ‚Storytelling‘ näher zu beschäftigen. Dort gibt es 12 Stufen zu beachten.
- Advertorial: Redaktionelle Aufmachung einer Werbeanzeige z.B. in einer Zeitschrift. Ein Advertorial ist ein Zwischenprodukt aus Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.
- Plakatwerbung: Es ist kostengünstig und wirksam Zielgruppen-Synergien zu nutzen. Ich mache das gerne mit dem Barfussschuh-Hersteller superbarefoot in Wien (ehemaliger Vivobarefoot).
- Flyer: an einschlägigen Orten (Wo bewegt sich deine Zielgruppe? / Bedürfnisse!)
- Vorträge: Nutze Veranstaltungen wie z. B. Messen und Ausstellungen, um deine Flyer zu verteilen oder dort einen Vortrag zu halten, einen eigenen Stand aufzubauen und sprich mit den Menschen direkt über das Thema.
- Nutze Synergien und gehe Kooperationen ein! Und postet gemeinsam über Social Media (Facebook, Instagram, ...). So kann jede/r von Euch neue Leute abholen und ihr insgesamt mehr erreichen.

Langfristig das Wichtigste:

- Deine geistige Ausrichtung – Vorstellungskraft, Bereitschaft, Absicht, Freude.
- Hab stets deinen Flyer oder eine Visitenkarte zur Verteilung dabei.
- Finde deinen ‚Elevator-Pitch‘ (2 Sätze, die beschreiben, was dein Angebot einzigartig und hilfreich macht).
- Gehe dorthin, wo deine Zielgruppe sich bewegt und sammle Adressen. (Visitkarten)
- Hab eine **Liste zum Sammeln von Adressen** bei deinen Veranstaltungen stets dabei.
- Baue deinen Email-Verteiler auf.
- Liefere Content! In regelmäßigen Newsletter-Aussendungen schenk deinen Leuten einen Mehrwert, z.B. einen interessanten Inhalt über das Thema Waldbaden. Wenn du möchtest, eröffne einen eigenen Blog auf den du verlinken kannst. Hier plaudere gern locker ‚aus dem Nähkästchen‘ und gib etwas von dir preis. Inspiriere die Menschen. Das nennt man Contentmarketing. Die Menschen sind neugierig und wollen unterhalten werden. -> In jedem Fall und insbesondere wenn du einen

eigenen Website-Launch planst, hol dir Unterstützung einer/eines Marketing-Expert:in.

- Um zu Adressen zu gelangen kannst du kostenfrei Social Media und Statusmeldungen von Whatsapp und Signal nutzen.
- Nutze die so gewonnen „halb-warmen“ Adressen, um deinen „Funnel“* weiter auszubauen.

*Funnel (Trichter)

Ein Marketing/Sales-Funnel verdeutlicht den trichterartigen Prozess und damit die einzelnen Schritte, welche ein Interessent (=potentieller Kunde) durchläuft, bis es zu einem Kauf kommt. Dazu braucht es mehrere Kontakte mit unterschiedlichen Inhalten: Aufmerksamkeit erzeugen, Interesse wecken, Wunsch auslösen und einen Call-to-Action, um letztlich die gewünschte Entscheidung – eine Teilnahme an deinem Waldbaden-Workshop – auszulösen.

AUFBAU EINES WALDBADENWORKSHOPS nach ShinrinYoga

Unser Waldbaden-Workshop lässt sich zunächst mal grob in 3 Teile gliedern:

- A) VORBEREITUNG
- B) HAUPTTEIL
- C) ABSCHLUSS

Wir empfehlen einen Zeitrahmen von 4 Stunden für die Leitung deines Workshops. Schauen wir uns die 3 Teile – im Kontext von Inhalt und Zeit – näher an! Dieses Konzept soll dir eine Stütze für deine ersten Workshops sein und dir ein Gefühl für die Zeit schenken.

A) VORBEREITUNG

30 Min.

Vor Waldeintritt!

- | | |
|---------------------------------------|-----|
| (1) Hingehen zum Startpunkt | 5' |
| (2) Organisatorisches & Fragen klären | 5' |
| (3) Inspiration | 10' |

Passend zu deinem Fokusthema an diesem Tag,
z.B. Waldbaden-Geschichte, Baum-Essenz, Tier-Weisheit,
Forschungsergebnis

Wir wollen berühren, ergo soll *die Inspiration soll vor der Information stehen!*)

- | | |
|-------------------------|-----|
| (4) Lockerungsübung(en) | 10' |
|-------------------------|-----|
- Z.B. Kopf & Gesicht lockern, PMR, Kiefer lockern

B) HAUPTTEIL

170 Min.

Im Wald!

Grundsätzlich:

Beginne immer mit sanften Bewegungen bzw. Körperübungen, um den Geist in den Körper zu holen! Erst danach folgen Atem- u. Sinnesübungen! Das schenkt einen Anker (Verwurzelung), was speziell im Wald wichtig ist.

- | | |
|---|-------|
| (5) Mäandern – Gehmeditation | 15 ‘ |
| (6) Waldsonnengruß | 15 ‘ |
| (7) <u>Übungsmix aus der Kraft der Drei</u> | 100 ‘ |

Finde den passenden Übungsmix (aus dem Praxisskript), sodass **Körper, Geist und Seele** gut angesprochen werden.

Fühle dich dazu in deine Zielgruppe und in das Wetter hinein.

An dieser Stelle sei erwähnt: **Kein Waldbaden bei Wind bzw. Sturm!**

Bei warmem Sommer-Wetter sind bewegungsarme Sinnes-Übungen angenehm und üblich, bei kühlem Wetter empfehle ich in sanfter Bewegung (ohne Schwitzen) zu bleiben.

Exkurs: Beim Waldbaden mit Arbeitsteams werden verspielte Gruppenübungen bevorzugt. Aber auch das ist abhängig vom Team. Es empfiehlt sich im Vorfeld mit der Teamleitung zu evaluieren und das Alter, die Fitness der Teilnehmenden sowie die jeweiligen Bedürfnisse abzufragen. Max. Gruppengröße 12 - 14 Personen. Dabei empfiehlt sich ein 4 – 6 Std.-Workshop. Meist verbinde ich diesen mit einer kleinen Wanderung.

Beachte, dass du zwischen den Übungen etwas Zeit einrechnest, wenn du ein Stück weiter wandern wirst mit der Gruppe, bis sich eine Lichtung oder ein Platz für weitere Übungen anbietet. Dafür würde ich nicht die Reserve verwenden, denn diese ist für Unvorhergesehenes: Oftmals begegnet man einem Tier oder es stellen sich Fragen, denen man Raum geben darf.

- | | |
|-------------|------|
| (8) Reserve | 20 ‘ |
| (9) Rückweg | 20 ‘ |

c) ABSCHLUSS

40 ‘

z.B. Auf einer Wiese am Waldrand

(nur wenn Gras geschnitten, wegen Zecken, ansonsten Abschluss im Waldinneren)

- | | |
|-----------------------------------|------|
| (10) SEELEN-BAUMELN (bei Sonne!) | 15 ‘ |
| (11) FEEDBACK-Runde | 15 ‘ |
| (12) VORANKÜNDIGUNGEN & BEZAHLUNG | 10 ‘ |

SUMME

240 Min. = 4 Std.

Beispiel einer 4-stündigen WORKSHOP-PLANUNG

Thema (Name!): **Nat-Uriges für Kult-Urige 50 +**
 Jahreszeit: Frühling, Temperatur 18 – 20 Grad, ein wenig Wind
 Zielgruppe: „Kulturreligiöse“ Menschen
 Treffpunkt: Wien, Kasgraben, Sofienalpe (Stadtwanderweg 8)
 Werbekanäle: Freunde, SM (Whatsapp, FB), Bezirkszeitung, Flyer in Reformhäusern und bei Kulturveranstaltern, ...

VORBEREITUNG 30Min.	Gemeinsames Hingehen zum Startpunkt 5' Organisatorisches & Fragen klären 5' Inspiration – „Die Wälder Schweigen“- Erich Kästner 10' PMR und Waldgarderobe 10'
HAUPTTEIL 170 Min	Mäandern 10' Waldsonnengruß (<i>Körper</i>) 10' Heilsames Atmen (Grüner Nebel), (<i>Geist</i>) 10' Inspiration – Vitalkraft durch Atmung 5' Mäandern 5' Laub abschütteln (<i>Körper</i>) 10' Waldduft in der Luft (<i>Geruchssinn, Geist</i>) 15' Zitat Adalbert Stifter & Information zu Terpenen 5' Mäandern 5' „Über die Erdn“- Gedicht Martin Auer 5' Seiltanzen (verspielt - Körper & Geist) 15' Die Erde mit den Füßen küssen (15') 15' Ritual: Farben finden (<i>Seele</i>)+ Mandala legen 20' Mantra: Mother I feel you (<i>Seele</i>) 10' Reserve 20' Rückweg 10'
ABSCHLUSS 40 Min.	Seelen-Baumeln in der Wiese (bei Sonne!) 15' „Raum öffnen“ für Rückmeldungen 15 ' Bezahlen & Ankündigungen (Werbung!) 10 '

Möge die Freude mit Dir sein!
 In diesem Sinne bleib verbunden und lass dich führen!

