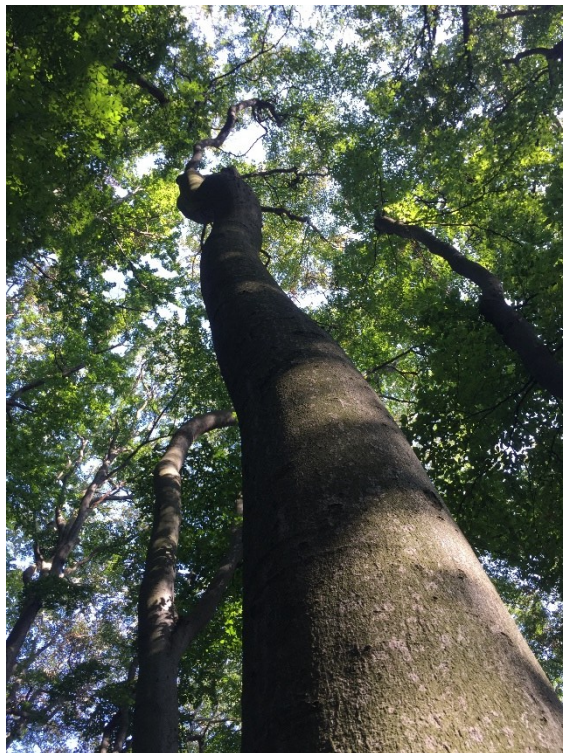


Marketing und Aufbau eines Waldbaden-Workshops



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 50* oder *Waldbaden für Singels* oder *Waldbaden für Paare*.

ZIELGRUPPE

Wen möchtest du ansprechen? Definiere deine sogenannte „Persona“*.

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

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. Lass dich von meinen Empfehlungen nicht überfordern. Es ist hier nur eine Sammlung an Möglichkeiten, welche deinen Weg unterstützen können. Finde hier deinen Möglichkeiten und gehe deinen eigenen Weg! Hier einige Empfehlungen (insbesondere der fett Markierten)

- Werde dir klar, warum du wirken möchtest, was du dir davon versprichst und was dein innerer Auftrag **in die Welt träumen** möchte. Dann „tune“ dich geistig in diese Richtung. Mit deinem speziellen „Wording“.
- Finde deinen eigenen Stil, indem du dich und dein Angebot die ersten 2 bis 3 Male verschenkst. So kommst du zu „warmen“ Adressen für deinen Verteiler.
- **Erstelle eine eigenen Waldbaden-WhatsApp- oder Signalgruppe** als Community für deine Teilnehmenden.

- Empfehlungsmarketing: Neukundengewinnung durch **Mundpropaganda**, (setzt natürlich Zufriedenheit voraus).
- Ankündigung über **Veranstaltungskalender** in Online und Print deiner Lokalzeitungen
- **Gesunde Gemeinde**: Vereinbare einen Termin mit dem Bürgermeister und/oder der Ansprechperson deiner „Gesunden Gemeinde“ und frage: Wie können Sie das unterstützen?
- 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. Facebook & 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. In jedem Fall versuche eine Landingpage zu haben und damit Adressen für weitere Ankündigungen zu sammeln! Sie sind dein Gewinn.
- 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 – wie es dir gelang und warum du jetzt mit „Waldbaden“ wirkst. Wer dieses Thema 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. Diese Werbeform ist günstiger als eine Anzeige und bietet die Möglichkeit Inhalte (also mehr Text) zu vermitteln.
- **Plakatwerbung**: Es ist kostengünstig und wirksam Zielgruppen-Synergien zu nutzen. Ich machte das früher mit dem Wiener Händler von Vivobarefoot-Schuhen. Die Erstellung eines Plakates kannst du über die KI (z.B. Claude) kostenfrei vornehmen lassen. Was du brauchst ist lediglich ein gutes Bild und einen wirksamen Text.
- **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!** Poste mit deinem/deiner Kooperationspartner:in gemeinsam über Social Media (Facebook, Instagram, ...). So kann jede/r von Euch neue Leute abholen und ihr insgesamt mehr erreichen.
- **WhatsApp-Status-Meldung**: Wenn du viele Kontakte auf deinem Telefon hast eignen sich kostenfreie Statusmeldungen über WhatsApp und Signal gut für Ankündigungen.
- **Die 5 W's**: Wenn du eine Ankündigung formulierst, achte darauf, dass du alle 5 „W's“ formulierst: Wer, Was, Wann, Wo, Warum bzw. Weil. Studien haben herausgefunden,

dass das Wort „weil“ eine starke Kraft hat. Und formuliere am Ende den sogenannten „Call-to-action“ wie z.B. „Sichere jetzt deinen Platz!“ Oder „Hol dir jetzt nähere Infos mit dem Code „Waldbaden“ unter „Emailadresse od. Tel-Nr.“.

- Nutze die so gewonnen „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 einer Entscheidung/einem Kauf kommt. Dazu braucht es mehrere Kontakte, d.h. man muss als Anbieter mehrmals gesehen werden, damit man als Experte auf diesem Gebiet wahrgenommen wird. Das schenkt Vertrauen und löst später die „Entscheidung zu einer Buchung“ aus. Also immer wieder mit unterschiedlichen Inhalten auftreten: Aufmerksamkeit erzeugen, Interesse wecken, Wunsch auslösen und einen Call-to-Action, um letztlich die gewünschte Entscheidung – eine Teilnahme an deinem Waldbaden-Workshop – auszulösen.

- Nach einem Workshop: Biete 1 bis 3 Workshops kostenfrei oder kostenvergünstigt als „Schnupperworkshop“ an und sammle danach „Adressen“ (Liste dabei haben!) für weitere Ankündigungen.
- **Lesung**: Das Buch *Ein Wald voller Juwelen“ von uns Waldbaden-Trainer:innen eignet sich, um Menschen für dieses Thema zu sensibilisieren. Verschenke es gezielt an die entsprechenden Menschen (z.B. Meinungsbildner) und organisiere gern eine Lesung in der „Gesunden Gemeinde“. Ich (Angelika) unterstütze das gerne mit meinem „know-how“ und komme persönlich – sofern es meine Zeit erlaubt – hinzu. Nach so einer Lesung kannst du deinen Workshop ankündigen.

Langfristig das Wichtigste:

- Deine geistige Ausrichtung – Vorstellungskraft, Bereitschaft, Absicht, Freude.
- Deine Anbindung an deine Spirits (vielleicht hast du bereits eine Initiation erhalten). Deine Spirits ebnen deinen Weg in die Selbstverwirklichung. Dann brauchst du nur noch „Instrument“ sein und nicht mehr aus dem Ego-Bewusstsein heraus handeln, was anstrengend sein kann. Bei Interesse an einer Initiation wende dich gerne an mich.
- 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) z.B. Mein Angebot führt zum Stress abbauen und Gesundheit sowie Wohlbefinden aufbauen.“
- Gehe dorthin, wo deine Zielgruppe sich bewegt und sammle Adressen. (Visitkarten) – das können Veranstaltungen sein, Geschäfte, etc.
- Hab eine **Liste zum Sammeln von Adressen** bei deinen Veranstaltungen stets dabei.
- Baue deinen Email-Verteiler auf.
- Liefere Content! Z.B. 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 – z.B. wie sich die Praxis des Waldbadens nach deinem Burnout auswirkte. Inspiriere die

Menschen. Das nennt man Contentmarketing. Die Menschen sind neugierig und wollen unterhalten werden. -> Wenn du einen eigenen Website-Launch planst, hol dir Unterstützung einer/eines Experten. Doch auch die KI kann mittlerweile einfache Websites bauen, wenn du der KI Fotos und Inhalte lieferst.

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 mind. 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 Atem- und Bewegungselementen, um den Geist in den Körper zu holen! Erst danach folgen Sinnesübungen! Das schenkt einen Anker, was für Manche im Wald wichtig sein kann.

- | | |
|---|-------|
| (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 warmen Wetterbedingungen sind bewegungsarme Sinnes-Übungen angenehm.

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 weiterer Veranstaltungen	10'

Möge die Freude und das Vertrauen mit Dir sein!

