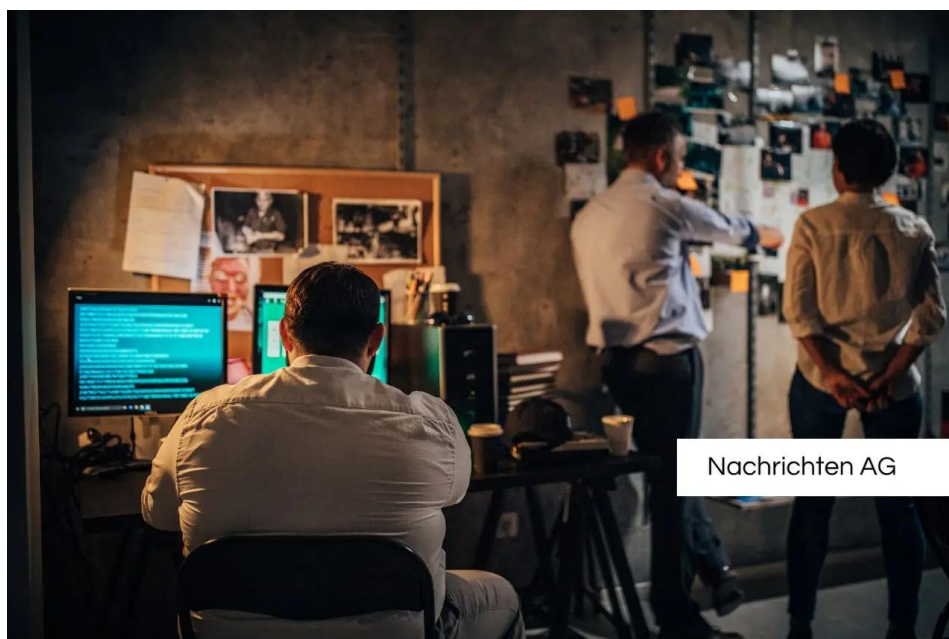


Kreativität im Aufschwung: Kölner Kurse begeistern und entspannen!

Entdecken Sie die kreativen Trends in Köln: Nachfrage nach Workshops steigt, während persönliche Erlebnisse im Fokus stehen.



Nachrichten AG

Die Nachfrage nach kreativen Workshops und Kursen in Deutschland hat in den letzten Jahren einen bemerkenswerten Anstieg erfahren. Tobias Fezer, Geschäftsführer der Konfetti GmbH, stellt fest, dass immer mehr Menschen handwerkliche Aktivitäten als Ausgleich zur digitalen Lebensweise suchen. Die Webseite gokonfetti.com bietet eine Plattform, auf der Nutzer über 9.000 Kurse in Deutschland und Österreich buchen können. Mit mehr als 2.000 Partnern hat sich Konfetti zu einem zentralen Akteur in der Kreativbranche entwickelt, indem es Kurse ähnlich wie [booking.com](https://www.booking.com) vermarktet.

Dieser Trend ist bemerkenswert, insbesondere in der aktuellen Zeit, in der die Corona-Pandemie das gesellschaftliche Leben

erheblich beeinflusst hat. Laut Fezer hat die Pandemie zu einem verstärkten Interesse an kreativen Aktivitäten geführt, da persönliche Interaktionen eingeschränkt waren. Die Nachfrage hat auch in Köln zugenommen, wo Anbieter von Kreativkursen vermehrt nach Unterstützung suchen, um ihre Angebote zu erweitern.

Kreative Kurse im Ranking

Konfetti hat die 30 beliebtesten Locations für Kreativkurse in Deutschland ermittelt, basierend auf Buchungszahlen, Bewertungen und Zugriffszahlen. **KSTA berichtet**, dass nur Anbieter, die mit Konfetti zusammenarbeiten, in diese Liste aufgenommen werden können. In Köln belegt die Blumenwerkstatt in Köln-Porz den vierten Platz und wird von Christina Knölke geleitet. Sie hat in den letzten Jahren einen Anstieg der Nachfrage, insbesondere für Töpferkurse, festgestellt. Ebenso räumt Susanne Riehl von „You craft it“ aus Köln-Pesch, die den elften Platz im Ranking einnimmt, ein, dass kreative Aktivitäten den Teilnehmern helfen, zu entspannen und Stress abzubauen.

Die steigende Nachfrage nach kreativen Kursen spiegelt einen allgemeineren Trend wider, wo Verbraucher vermehrt Geld für Erfahrungen anstelle materieller Dinge ausgeben. Eine McKinsey-Studie aus 2024 zeigt, dass diese Entwicklung nicht nur in den USA, sondern auch in Deutschland, insbesondere in Großstädten wie Köln, zu beobachten ist. Einzelhändler und Dienstleister müssen sich anpassen, um diesem veränderten Konsumverhalten gerecht zu werden.

Die Evolution des Marketings

Im Zuge dieses Wandels sind auch die Marketingstrategien der Unternehmen gefordert. Die McKinsey-Studie hebt hervor, dass Kreativität und Markenbildung zu den Kernkompetenzen werden, auf die Unternehmen setzen müssen, um sich in einem zunehmend kompetitiven Markt zu behaupten. Fast 49 % des

Umsatzanstiegs werden durch die Qualität des kreativen Contents beeinflusst, was darauf hinweist, dass Werbung mit hoher Kreativleistung einen viermal höheren Return on Investment (ROI) generiert. **McKinsey verdeutlicht**, wie wichtig es für Unternehmen ist, konsistente und transparente Handlungsweisen zu etablieren.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Einsatz von Daten im Marketing. Mit fortgeschrittenem Datenmanagement können Unternehmen ihre Kampagnen optimieren und besser auf die Bedürfnisse der Verbraucher eingehen. In den kommenden Jahren wird der Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf die Kreativwirtschaft voraussichtlich wachsen. Laut einem Trendreport könnte der Einsatz von KI-Tools in Werbe- und Designagenturen zunehmen, was jedoch auch zu einem erhöhten Wettbewerb unter Kreativen führen könnte. Dennoch bleibt menschliche Beratung ein bedeutendes Produkt in diesem Bereich, da komplexe Aufgaben weiterhin persönliche Unterstützung benötigen.

Insgesamt zeigt sich, dass die Kreativbranche in einem dynamischen Wandel begriffen ist. Der Bedarf an kreativen, handwerklichen Fähigkeiten, gepaart mit einer durchdachten Marketingstrategie und dem Einsatz moderner Technologien, wird entscheidend sein, um in dieser neuen Ära des kreativen Schaffens zu florieren.

Details	
Quellen	• www.ksta.de • www.mckinsey.com

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de