

Staatliche Fachschule für Blumenkunst Weihenstephan

Ziele und Schwerpunkte

Entsprechend der Zielsetzung für die zweijährigen staatlichen Fachschulen werden die Schüler befähigt, als Fachkräfte mit beruflicher Erfahrung Aufgaben im mittleren bzw. gehobenen Funktionsbereich zu übernehmen. Die Absolventen der Schule sind somit in der Lage, leitende Tätigkeiten in einem Betrieb zu übernehmen. Die Fortbildungsmaßnahme schließt mit einer staatlichen Abschlussprüfung ab. Erfolgreiche Prüfungsteilnehmer führen den Titel



Staatlich geprüfter I gwcngt 'hÄt 'Dnwo gpmwpuv
Staatlich geprüfte I gwcngt lp'hÄt 'Dnwo gpmwpuv

Ziel der Fortbildung:

Künstlerisch tätige(r) GestalterIn in floristischen Dienstleistungsbereichen mit Kompetenz in Unternehmensführung, Marketing und Kommunikation

Schwerpunkte:

Gestaltung

Ein ethisch begründeter Umgang mit Pflanzen und Blumen in allen Werkformen ist die Grundlage der Weihenstephaner Gestaltungslehre. Eigenständige Naturbeobachtungen, aber auch Entwicklungen in der Wissenschaft und Kunst sind der Hintergrund für floristische Interpretationen und neue Gestaltungstendenzen.

Die traditionellen und modernen Dienstleistungsfelder werden gestalterisch in einem zeitgenössischen Sinnzusammenhang bearbeitet.

Es gehören dazu: Kulturell bedingte floristische Aufgaben, wie z. B. für Hochzeit und Trauer, Kirchenschmuck u. a.. Aber auch Raumgestaltungen mit Pflanzen (Innenraumbegrünung) incl. der technischen Infrastruktur und Raumgestaltungen mit Schnittblumen für unterschiedliche Anlässe sowie Schaufenstergestaltungen für andere Branchen sind wichtige Themen des Unterrichts.

Unternehmensführung und -organisation

Sie erfolgt heute meist unter Einsatz der elektronischen Datenverarbeitung. Die Verarbeitung und Darstellung betriebswirtschaftlicher Vorgänge aus dem Ein- und Verkauf, der Lagerwirtschaft und dem Personalwesen sowie der Preiskalkulation und Kostenrechnung sind wesentliche Grundlagen der erfolgreichen Betriebsführung.

Marketing

Erarbeitet werden standortbezogene Unternehmens- und Marketingkonzepte. Aktuelle Marktentwicklungen werden beobachtet und analysiert, die Ergebnisse werden für das (gedachte) eigene Unternehmen genutzt. Die Marketinginstrumente werden transparent gemacht und ihr Einsatz unternehmensspezifisch überlegt.

Kommunikation

Bei Unterrichtsprojekten wird eine Kooperation der verschiedenen Schwerpunkte angestrebt. Die Kommunikation im Unterricht wird sowohl in den Innen – als auch den Aussenbeziehungen weitgehend computerunterstützt durchgeführt.

Marianne Wieler
Schulleiterin