

Wie plane ich erfolgreich ein BarCamp

Die Planung eines BarCamps kann grob in fünf Felder untergliedert werden. Diese Checkliste soll dir helfen nicht den Überblick zu verlieren und bereits in der Planung eine Antwort für jede Frage zu haben. Wenn du einen Schritt abgeschlossen hast, dann abchecken und ab zur nächsten Frage.

1. Die Basics



A – Organisation in einem Team oder alleine?

Willst du das Event alleine oder in einem Team organisieren?

Wenn du noch Mitstreiter für ein Team suchst, sprich mit deinen Bekannten, Freunden und Arbeitskollegen. Besuch BarCamps in deiner Nähe. Hier findest du mit hoher Wahrscheinlichkeit tolle Mitstreiter.



B – Wo und Wann?

In welcher Region und in welchem ungefähren Zeitraum möchtest du die Veranstaltung durchführen?



B – BarCamp Design und Kommunikationsstrategie

Passe das allgemeine BarCamp Logo noch deine Bedürfnissen an, lege dein Farbsetting fest und definiere deinen eigenen Hashtag für das Event.

2. Konzepterstellung



A – Grundsetting – ThemenCamp oder regionaler Bezug

Möchtest du Thema vorgeben oder soll dein BarCamp thematisch offen gestaltet werden? Durch eine Themensetzung definierst du gleichzeitig deine Teilnehmerzielgruppe, was dir sowohl die Promotion als auch das Finden von Sponsoren erleichtern kann. Für ein Camp mit regionalem Bezug spricht, dass ein Themenschwerpunkt auch noch in späteren Varianten entwickelt werden kann.



B – Eventbudget

Wie hoch ist das Veranstaltungsbudget. Wieviel soll über die Teilnehmer und wie viel über Sponsoren und Partner erwirtschaftet werden?

C - Veranstaltungsdauer und Teilnehmerlimit

- Planst du dein BarCamp für ein paar Stunden, einen Tag oder sogar mehrere Tage? Möchtest du ein Teilnehmerlimit vorgeben und wenn ja, wie hoch? Eine größere Anzahl an Teilnehmern ist für Sponsoren interessanter, verursacht jedoch mehr Arbeit in der Promotion.

D - Externe Redner

- Möchtest du für deine Veranstaltung einen oder externen Redner einladen? Wie soll dieser in den Gesamttablauf eingebunden werden? Wird ein Honorar benötigt?

E - Externe Moderation

- Als Veranstalter musst du dir die Frage stellen ob du selbst oder jemand aus dem Organisationsteam die Moderation auf dem Event übernehmt oder ob ihr einen externen Redner engagiert. Ein externer Moderator verursacht zwar Kosten, jedoch kannst du dich dann voll auf den reibungslosen Ablauf der Veranstaltung konzentrieren.

F - Sessionplanung

- Wie soll die Sessionplanung durchgeführt werden. Dürfen die Teilnehmer erst vor Ort ihre Themen bekanntgeben, z. B. über ein physisches Sessionboard oder willst du bereits im Vorfeld Themenvorschläge einsammeln. Wenn dies bereits im Vorfeld geschehen soll, über welche Wege und Tools? Wie werden die zur Auswahl stehenden Themen abgestimmt? Erst vor Ort per Handzeichen oder vielleicht sogar über digitale Umfragetools. Dieser Prozess sollte im Vorfeld definiert sein.

G - Verpflegung

- Heute ist es normal, dass die Veranstalter von BarCamps auch Verpflegung anbieten. Wie soll diese Verpflegung aussehen. Dabei ist auch relevant wie lang das Event gehen soll und mit wie vielen Teilnehmern du rechnest.

3. Konzeptumsetzung

A - Veranstaltungsort

- Welche Location passt zu deinem Eventkonzept und ist verfügbar. Achte hier auch darauf, dass es Räume gibt die groß genug für die Eröffnung- und Feedbacksession sind. Außerdem sollen im Idealfall mehrere Sessions parallel angeboten werden, auch darauf achten das dies möglich ist. Zu guter Letzt sollte auch die Technik wie z. B. Wlan nicht vergessen werden

B - Teilnehmerbeitrag

- Wie hoch soll der Teilnehmerbeitrag sein. Ist es interessant eine Preisstaffelung, abhängig vom Zeitraum bis das Event stattfindet, durchzuführen?

- C - Externe Redner**
Wenn du einen oder mehrere externe Redner verwenden willst, wer soll das sein? Worüber sollen diese Personen reden und wer kommt dafür in Frage. Diese Personen kontaktieren und einen Vertrag aushandeln.
- D - Externe Moderation**
Wenn ein externer Moderator verwendet werden soll, dann über die möglichen Optionen informieren und betreffende Kandidaten kontaktieren und einen Vertrag aushandeln.
- E - Sessionplanung**
Die benötigten Gegenstände und digitalen Tools erwerben mit denen die Sessionplanung durchgeführt werden soll.
- F - Verpflegung**
Über Cateringunternehmen informieren. Welche sind in der Lage das angestrebte Konzept zu erfüllen? Diese Unternehmen kontaktieren und Preise und Verfügbarkeit abfragen. Wenn möglich, den Caterer als Sponsor der Veranstaltung gewinnen und einen Rabatt aushandeln.
- G - Öffentliche Teilnehmerlisten**
Möchtest du die Teilnehmer deines BarCamps im Vorfeld veröffentlichen? Diese Maßnahme kann dir helfen weitere Personen für eine Teilnahme am BarCamp zu motivieren, ist jedoch mit dem Risiko verbunden, dass diese Daten von Unternehmen abgefischt werden können. Wenn du dich für eine Veröffentlichung entscheidest, solltest du deine Teilnehmer in jedem Fall darüber vorher informieren und abklären welche Daten veröffentlicht werden dürfen und welche nicht.

4. Sponsor- und Partnerakquise

- A - Sponsorenbudget**
Welcher Teil des Veranstaltungsbudgets soll über Partner und Sponsoren erwirtschaftet werden? Wie bewertest du Sachspenden?
- B - Definition der Zielgruppe**
Welche Teilnehmer erwartest du auf deiner Veranstaltung. Was sind typische Berufe und Eigenschaften dieser Personen. Welche Produkte und Dienstleistungen interessieren deine Teilnehmer?
- C - Welche Partner passen zu deinem Event**
Welche Unternehmen passen zu deiner Zielgruppe, bzw. interessieren sich auch für diesen Personenkreis. Welche dieser Firmen passen allgemein zu BarCamps und deinem Event.

**D – Welchen Mehrwert bietet dein Event**

Welchen Mehrwert bietet dein Event externen Partnern. Sammle alle Aktionen, wie Logo auf der Homepage, Kontakt zu den Teilnehmern etc., und fasse diese ggf. in mehreren Paketen zusammen.

**E – Kontaktiere mögliche Sponsoren**

Kontaktiere die Auswahl an Unternehmen die für dich als Sponsor interessant sind und biete ihnen die verschiedenen Pakete an.

5. Promotion und Teilnehmergebung

**A – Definition der Zielgruppe**

Welche Teilnehmer erwartest du? Über welche Kanäle kannst du diese Personen erreichen und für welche Informationen interessieren Sie sich?

**B – Analyse und Auswahl der Marketingkanäle**

Welche Marketingkanäle passen zu deiner Zielgruppe und möchtest du verwenden.

**C – Mit welchen Inhalten sollen die Kanäle bespielt werden**

Welche Inhalte sind für deine Zielgruppe relevant und über welche Kanäle willst du sie verbreiten.

**D – Zusätzliche Marketingaktionen**

Neben von Social Media Netzwerken, der eigenen Homepage und Blogs, existieren weitere interessante Marketinginstrumente. Kooperiere mit anderen BarCamps aus der Region, verfasse Gastbeiträge und nutze die klassischen Instrumente zur Eventpräsentation.

Viel Erfolg bei der Umsetzung!

Wir hoffen, diese kleine Checklist hilft dir. Solltest du Feedback oder Wünsche dazu haben, schreib mir gern ein Mail an eric.mischke@lineUpr.com