



23. & 24. August 2014

Barcamp

Schweiz: Zürich

Sponsoren-Dokumentation

Inhalt

1. Barcamp Schweiz 2014
2. Was ist ein Barcamp?
3. Sponsor auf einem Barcamp: Ihre Chancen
4. Warum und wofür wir Sponsoren benötigen
5. Unsere Leistungen
6. Sponsoring-Packages und Leistungen
7. Abwicklung und Kontakt

1. Barcamp Schweiz 2014

Im Jahr 2014 findet in Zürich das erste mal seit vielen Jahren wieder an zwei Tagen das Barcamp Schweiz statt: Am Samstag, 23. August und Sonntag, 24. August 2014 treffen sich im "Karl der Grosse" die (schweizerische) Digital-Szene und hält gemeinsam das Barcamp Schweiz ab.

Barcamps sind „Unkonferenzen“: Es werden maximal rund 180 begeisterte Menschen zusammenkommen, ihre Ideen und Gedanken präsentieren, Ideen entwickeln und unter vielen anderen Themen sicherlich auch dazu diskutieren: Social Media, Medien, Design, Wissenstransfer, Mobile und Apps, politische Kommunikation, Startups etc.

Dabei stehen der gegenseitige Austausch und das voneinander Lernen sowie die Vernetzung untereinander im Vordergrund, es geht um unkonventionellen Wissenstransfer.

Jede/r kann nach der Registrierung über 2014.barcamp.ch kostenlos an beiden Tagen die für sie/ihn interessantesten Sessions besuchen. Die Veranstalter setzen darauf, dass ungewohnte Querverbindungen erkennbar werden und sich Interessenten aus unterschiedlichen Gebieten miteinander vernetzen.

Organisiert wird das Barcamp Schweiz von Thomas Gemperle und Clemens Schuster, beides langjährige Barcamper und Mitorganisatoren anderer Barcamps.

Finanziert wird das Barcamp Schweiz durch Sponsoren, die den offenen Dialog von Laien, ExpertInnen und MeinungsmacherInnen auf dem Barcamp und im Web über Blogs und soziale Netzwerke unterstützen.

2. Was ist ein Barcamp?

Barcamps sind sogenannte "Unkonferenzen": Tagungen, Kongresse oder Konferenzen bezeichnen sich als Barcamp, wenn es eine bewusste Abwendung von traditionellen Organisationsformen gibt, das Programm ad-hoc am jeweiligen Morgen demokratisch festgelegt wird und es keine Trennung zwischen Publikum und Vortragenden gibt. Alle, die mitmachen, tragen auch etwas bei - indem sie präsentieren, diskutieren oder im Web über das Barcamp berichten.

Es gibt keine ZuschauerInnen: Anwesende sind Vortragende, TeilnehmerInnen und MitveranstalterInnen gleichzeitig.

Die Kultur des Barcamps fordert, eigenes Wissen einzubringen und Diskussionen zu lenken.

Die offene Form der Veranstaltung ermöglicht es, schnell und unkompliziert Wissen auszutauschen. Barcamps haben sich weltweit und auch in der Schweiz in den vergangenen Jahren zu Treffen der erweiterten Digital-Szene entwickelt. Dabei haben sich weitere Unkonferenzen zu bestimmten Themen entwickelt. So fand das erste Barcamp in Zürich 2006 statt, bereits 2007 gab es eine Spezialisierung als Blog-Camp.

3. Sponsor auf einem Barcamp: Ihre Chancen

Sie präsentieren sich aktiv im Umfeld von etwa 180 digitalen Influencern und Kommunikatoren, Sie sind dabei, wenn sich (Teile der) digitalen Elite der Schweiz in Zürich an zwei Tagen trifft und austauscht, Sie können sich zielgruppengerecht und sympathisch als Teil der Social-Media-Community vorstellen.

Konkret haben Sie in folgenden Bereichen einmalige Chancen:

1. Recruiting: Stellen Sie sich bei potentiellen künftigen Mitarbeitenden vor.
2. Branding: Der Multiplikationsfaktor nicht nur am Barcamp-Wochenende, sondern auch davor in der Kommunikation sowie danach im Longtail macht Ihr Unternehmen in der Web-Szene bekannt(er). Sie befinden sich auf Augenhöhe mit Ihren (potenziellen) Kunden und Influencern und pflegen einen sympathischen Austausch.
3. Fortbildung: Vor allem der unerwartete Know-how-Austausch erweitert den Horizont Ihrer Mitarbeiter nachhaltig.
4. Kompetenz: Ihr Unternehmen zeigt durch eigene Sessions die eigene Kompetenz/USPs sympathisch und zielgruppengenau auf.
5. Aufträge: Märkte sind Gespräche, heisst es nicht nur das Cluetrain-Manifest. Barcamps sind Gespräche und Austausch, auch businessrelevant.
6. Think global, act local: Digital denken und arbeiten heisst vernetzen und verstehen. Dazu geht es immer um den Menschen. Ein Engagement als Barcamp-Sponsor ist eine besondere Gelegenheit für die eigene Corporate Social Responsibility.

4. Warum und wofür wir Sponsoren benötigen

Thomas Gemperle und Clemens Schuster organisieren das Barcamp Schweiz aus Begeisterung für das Format und aus Eigenengagement. Daraus resultiert, dass sämtliche anfallenden Kosten entweder erlassen werden oder von Sponsoren getragen werden. Ziel ist es, allen Teilnehmenden gratis Zutritt gewähren zu können, um die Mitmachschwelle so tief wie möglich zu halten.

Die Location "Karl der Grosse" wird uns völlig kostenfrei zur Verfügung gestellt - ein riesengrosses Danke an Sabine und das verantwortliche Team für dieses Entgegenkommen. Alle Teilnehmenden werden begeistert sein - selten liegt eine Barcamp-Location so zentral und hat mit einer solchen Geschichte wie der "Karl" aufzuwarten. Wir nutzen auch die Chance, das hauseigene Restaurant für die Verpflegung an beiden Tagen zu nutzen, selbstverständlich werden wir auch Vegetarisches im Angebot haben.

Wir haben folgende Kosten zu decken:

- Pro Person pro Tag benötigen wir rund 35 CHF für die Verpflegung mit Zmorge, Zmittag, Kaffee. Bei der vollen Personenzahl rechnen wir mit rund 12'500 CHF.
- Wir benötigen weiters Getränke (Softdrinks und Wasser, Bier, Wein, alkoholische Drinks und Cocktails) und Snacks für beide Tage bzw. die beiden Abend-Events. Hier wäre u.a. in Absprache mit dem hauseigenen Restaurant vom "Karl" auch ein Sachsponsoring denkbar. Kostenpunkt: Pro Person und Tag etwa 15 CHF, also rund 5'500 CHF.
- Der Abend-Anlass am Samstag Abend ist derzeit noch ungeplant: Wir suchen hier nach Sponsoren etwa für eine Grillparty oder eine Cocktailparty. Erwartete Kosten für Open Bar & Food: bei 100 Personen ca. 2'000 CHF.

- Wir hätten auch ein Warm-up-Event am Freitag Abend zu bieten: Auch hierfür suchen wir noch eine Location, Food & Drinks. Erwartete Kosten für Open Bar & Food: bei 100 Personen ca. 2'000 CHF.
- Wenn wir weitere Sponsoren haben, würden wir gerne klassische Barcamp-Tshirts produzieren lassen sowie weitere Kommunikations- und Marketingmaterialien wie Rollups, Plakate oder Flyer herstellen. Ebenfalls benötigen wir Verbrauchsmaterial wie Flipcharts, Beamer, Moderatoren-Sets etc.

Wir rechnen bei bei 180 Teilnehmern für das gesamte Barcamp mit allen geplanten Raffinessen und Materialien mit einem Kostenaufwand all over von maximal rund 25'000 CHF. Wir werden selbstverständlich kostensparend und effizient arbeiten und über die Ausgaben transparent Rechenschaft abgeben. Sollten wir Überschüsse erzielen, werden wir diese vorhalten und dem OK eines weiteren Barcamps zur Verfügung stellen.

5. Unsere Leistungen

Die aktuelle Leistungsübersicht (Reichweite etc) findet sich <http://2014.barcamp.ch/sponsoren/>.

Leistung	Reichweite etc, Stand 30.6.2014
1. Logo und Name	
2. Website	Analytics (4 Tage): 375 Sitzungen, 291 Nutzer, 1048 Seitenaufrufe, 2,79 Seiten/Sitzung, 00:02:25 Ø Sitzungsdauer, 47,47 % Absprungrate, 77,07% Schweiz
3. eigener Blogpost	
4. eigene Social Media Channels: Facebook Twitter Google+	33 Likes, 4 Posts, 1668 Reach 239 Follower, 8 Tweets → 3301 Impressions 21 Follower, 262 Aufrufe
5. Social Media Channels der Organisatoren Facebook Twitter Google+	+3350 Freunde/Likes +4940 Follower +2100 Follower
6. Newsletter	202 Subscribers, 41.5% Opens, 14.9% Clicks
7. Plakate, Flyer, Rollups (falls produziert)	
8. Raum-Sponsoring	Saal (105 qm, 120 Personen), blaues Foyer (32/20), Turmblick (20/10), weisses Zimmer (20/10), grüne Stube (39/20), Terrassenküche (30/10), Barockzimmer (42/14)
9. Sponsorenwall	

10. Live Social-Buzz	Social Wall, Facebook, Twitter, Google+, Flickr, Vine, Instagram, Youtube, Foursquare
11. T-Shirt-Logo (falls produziert)	
12. Merchandising	
13. garantierte Tickets	
14. garantierte Sessions	

6. Sponsoring-Packages und Leistungen

1. Presenting Partner

Als einziger Presenting Partner steht Ihnen unser gesamtes Package an kommunikativen Massnahmen und Präsentationsmöglichkeiten zur Verfügung. Wir gewähren Ihnen den Zugang zu unserem Namen und Logo, etwa in der Form "Barcamp Schweiz 2014, presented by XYZ" sowie auch in der grafischen Umsetzung. Als Presenting Partner nehmen Sie unsere Sorgen, damit dass wir den grössten Budget-Brocken (Verpflegung der Teilnehmenden) stemmen können. Dafür übernehmen z.B. Sie die Kosten in der Höhe der Verpflegung der Teilnehmenden während des Barcamps - wir rechnen mit 12'500 CHF.

2. Main Partner, zB als Event-, Raum-Sponsor

Als einer von vier Main Partnern steht Ihnen unser gesamtes Package an kommunikativen Massnahmen und Präsentationsmöglichkeiten zur Verfügung. Wir gewähren Ihnen dazu ein Raumsponsoring und/oder das Eventsponsoring für die Warm-up-Party oder den Samstag-Abend-Event.

Dafür übernehmen Sie die Kosten in der Höhe des jeweiligen Anlasses für die Verpflegung der Teilnehmer und leisten einen Teilbeitrag an das Globalbudget - wir rechnen mit 3'500 CHF.

3. Supporter

Als einer von maximal zehn Supportern stehen Ihnen ausgewählte kommunikativen Massnahmen und Präsentationsmöglichkeiten zur Verfügung. Wir gewähren Ihnen

Dafür leisten Sie einen Teilbeitrag an das Globalbudget - wir rechnen mit 1'000 CHF.

4. Dienstleister bzw. Sachsponsor

Als Dienstleister bzw. Sachsponsor stehen Ihnen ausgewählte kommunikativen Massnahmen und Präsentationsmöglichkeiten zur Verfügung.

Dafür leisten Sie Dienstleistungen oder Sachspenden im Wert ab 100 CHF bis 500 CHF.

Wir sind jederzeit bereit, über unseren preislichen Vorstellungen je nach Situation und Sponsor zu sprechen. Zögern Sie nicht und fragen uns gerne.

Leistung	Presenting Partner	Main Partner / Event Sponsor	Supporter	Dienstleister / Sachsponsor
im Logo & Name	ja	nein	nein	nein

Website	ja, gross	ja, gross	ja	ja
eigener Blogpost	ja	ja	ja	ja
eigene Social Media Channels	ja, häufig	ja	ja	ausgewählte
OK Social Media Channels	ja, häufig	ja	nein	nein
Newsletter	ja, mehrfach	ja	nein	nein
Plakate/Flyer (falls produziert)	ja, gross	ja	ja, klein	nein
Raum sponsoring	ja, inkl Rollups & Info-Tisch	ja, inkl Rollups & Info-Tisch	nein	nein
Sponsorenwall	ja, gross	ja, gross	ja	ja
Live Social Media	ja, häufig	ja, häufig	ja	ausgewählte
T-Shirt (falls produziert)	ja	ja	ja, klein	ja, klein
Merchandising	ja	ja	nein	ja
garantierte Tickets	ja, 5	ja, 4	ja, 2	ja, 1
garantierte Session	ja, beide Tage	ja, 1 Tag	nein	nein
Anzahl	1	4	10	unbegrenzt
Preis	12'500	3'500	1'000	iWv 100-500

Die Preise verstehen sich exkl. MWSt.

7. Abwicklung und Kontakt

Im besten Fall geschieht die Abwicklung durch direkte Verrechnung der entsprechenden Kosten zwischen Leistungserbringer und Sponsor. Das Globalbudget wird über die Firma Hofrat Suess GmbH abgerechnet.

Clemens Schuster, CEO & Founder Hofrat Suess GmbH, Brauerstrasse 31, 8004 Zürich, +41765405288, clemens@hofratsuess.ch