

Expertentipps aus der Praxis: So organisieren Sie einen erfolgreichen Fotowalk

Wir haben die Praxistipps unserer Experten noch einmal übersichtlich für Sie zusammengefasst. Bitte beachten Sie, dass wir keine Garantie auf Vollständigkeit geben und der Umfang der Organisation stark von Ihrem Unternehmen, der Zielgruppe und dem Walk abhängt. Wir wünschen viel Spaß bei der Umsetzung Ihres ersten bzw. nächsten Fotowalks!

- **Visuell attraktiv:** Wählen Sie einen Ort oder ein Thema aus, das für das fotografische Auge interessant ist. Behalten Sie dabei die Zielgruppe im Blick: welche Themen und Motive könnten ihnen gefallen?
- **Live-Check:** Besichtigen Sie vorab die ausgewählte Location, um besser abschätzen zu können, wie viel es zu sehen gibt, wie viel Zeit benötigt wird und für wie viele Teilnehmer diese geeignet ist.
- **Nicht zu viel, nicht zu wenig:** Ergänzen Sie den Fotowalk nach Bedarf um ein Zusatzthema oder einen zusätzlichen Hotspot, wenn ein Ort oder Thema allein zu wenig ist.
- **Sicherheitscheck:** Prüfen Sie die Gefährdungslage, vor allem bei den sogenannten Lost Places.
- **Teilnehmerzahl:** Fotografieren braucht Platz – es macht keinen Spaß, wenn die Gruppe zu groß ist und sich die Fotografen gegenseitig im Bild stehen. Legen Sie gegebenenfalls eine begrenzte Teilnehmerzahl fest.
- **Bekanntmachung:** Sobald Ort, Thema und Zeit Ihres Fotowalks geklärt sind, sollten Sie alle Kanäle nutzen, um darauf aufmerksam zu machen. Machen Sie mögliche Teilnehmer neugierig und geben Sie bereits vorab einen Einblick in den Ablauf – dann wissen die Interessenten, wie viel Zeit eingeplant werden sollte.
- **Anmeldungen:** Für einen besseren Überblick – unabhängig von einer Begrenzung der Teilnehmer – und eine bessere Kommunikation sollten sie den Fotowalk so organisieren, dass sich die Teilnehmer vorab anmelden oder bewerben müssen. Legen Sie dafür idealerweise eine entsprechende Mailadresse in Ihrem System an, etwa *fotowalk@unternehmen.de*, über die die Anmeldungen gesammelt werden.
- **Teilnehmer richtig auswählen:** Wenn Ihr Fotowalk auf möglichst viele schöne Veröffentlichungen abzielt, sollten Sie zumindest einen Teil der Teilnehmer bewusst auswählen. Schauen Sie sich die Kanäle der Bewerber genauer an und wählen Sie die aus, die zu Ihnen und Ihrem Unternehmen passen. Achten Sie auf die Aktivität, Followerzahlen und Reichweite. Um bei regelmäßigen Walks mehr Abwechslung reinzubringen, können Sie die eine Hälfte der Teilnehmer bewusst auswählen und die andere unter den Anmeldungen auslosen.
- **Informieren und kommunizieren:** Der Tag des Fotowalks rückt näher. Informieren Sie die Teilnehmer rechtzeitig über den genauen Ablauf, Treffpunkt und mögliche Sicherheitshinweise. Geben Sie Ihre Kontaktdaten inklusive Handynummer an, um am Eventtag selbst auch für Fragen, Absagen oder Verspätungen erreichbar zu sein.
- **Für besseres Kennenlernen:** Erleichtern Sie den Teilnehmern das Kennenlernen untereinander und bereiten Sie Namensschilder vor.
- **Hashtags als Erkennungszeichen:** Damit die Bilder Ihres Fotowalks im Netz gefunden werden und mit Ihrem Unternehmen in Verbindung gebracht werden können, sollten Sie sich anhand Ihres Themas und Ihres Unternehmens einen oder mehrere spezifische Hashtags überlegen. Teilen Sie diese unbedingt mit den Teilnehmern und schreiben Sie diese beispielsweise in die Einladungsmail oder teilen Sie sie mit den Namensschildern aus.
- **Versicherungshinweise:** Formulieren Sie bei Bedarf einen entsprechenden Versicherungshinweis „Auf eigene Gefahr“ und lassen Sie die Teilnehmer ein entsprechendes Formular unterzeichnen.
- **„... und Action!“:** Wenn alles Organisatorische geklärt ist, gilt es, den Fotografen genug Zeit und Raum zum Fotografieren zu lassen. Verzichten Sie auf große Reden und Vorträge. Aber zeigen Sie den Teilnehmern unbedingt die Highlights Ihrer Location.
- **Nach dem Walk ist vor dem Walk:** Beenden Sie den Walk nicht ohne ein Gruppenfoto, das Sie auf Ihrem Kanal posten und damit weiter die Werbetrommel für Ihr Unternehmen und Ihre Aktion rühren.