

Was ist ein BarCamp?

BarCamp = "Stelle gut sichtbar ein Schild auf, schreibe Thema, Ort und Zeit darauf und schau, wer sich hierzu versammelt".

BarCamps sind 1- bis 2-tägige Ganztagsveranstaltungen. Sie adaptieren das Format des "Open Space" für das Internet-Zeitalter. Wie bei der Wikipedia kann hier jeder mitmachen und aktiv sein (Fach)Wissen einbringen, der sich vom gesetzten Themenschwerpunkt des jeweiligen Camps angesprochen fühlt. Alle Teilnehmer entscheiden gemeinschaftlich was diskutiert und erlebt wird.

Vorbereitung

Einladung / Bekanntmachung

Ein BarCamp lebt davon, möglichst unterschiedliche Menschen zusammen zu bringen, die zu dem gemeinsamen Themenschwerpunkt der Veranstaltung eine Vielzahl von Sichtweisen, Wissen und Erfahrung beitragen. Regen Sie alle, die sie selbst einladen an, weitere Interessenten für das Camp zu gewinnen und aktiv einzuladen. Machen Sie es den Menschen mit denen Sie über das BarCamp reden leicht, über Inhalt und Themen des Camps mit anderen zu reden. So erreichen Sie die Menschen, welche wirklich für das vorgegebene Thema „Feuer und Flamme“ sind.

Wichtig ist es zudem das Camp über das Internet via Twitter, Facebook, Google+, etc. bekannt zu machen sowie im Web auf www.barcamp.org oder dem BarCamp-Kalender unter www.barcamps.net anzukündigen.

Internet-Plattform

Es gibt im Internet verschiedene Anbieter für die Erstellung kostenloser Community-Plattformen, z.B. www.mixxt.org, www.amiando.com, etc. Mit diesen wird das BarCamp und sein Themenschwerpunkt im Netz vorgestellt. Dort können sich Interessierte für die Veranstaltung anmelden sowie einander schon im Vorfeld des Camps kennen lernen und sich untereinander vernetzen. Es ist auch möglich dort erste Themenvorschläge für die Sessions vorzustellen. Das macht das Camp transparent und Sie wissen vorab, wer zur Veranstaltung kommen will.

Design und Kommunikation

Um dem BarCamp eine eigene Sichtbarkeit zu verleihen empfiehlt es sich ein spezifisches Logo (auf der Basis der sogenannten BarCamp-Flamme, siehe www.barcamp.org) zu entwerfen. Auch sollte es ein prägnantes Kürzel (oder Hashtag) für das Camp geben, mit welchem Texte und Mitteilungen zur Veranstaltung indiziert werden. Dies dient dazu, diese Informationen später leichter über Internetsuchmaschinen oder Twittersearch zu finden.

Ort / Veranstaltungsraum

Der Veranstaltungsort sollte über ein großes Plenum verfügen, in dem alle Teilnehmer zu Beginn und am Ende des BarCamps zusammen kommen können. Ferner braucht es in der Regel 3-4 Seminarräume unterschiedlicher Größe, in denen die Sessions abgehalten werden.

Durchführung

Erstellung der Agenda

Zu Beginn des Camps organisieren die Teilnehmer gemeinsam die Tagesagenda. Dazu tritt jeder, der eine der in der Regel 60min dauernden Session zu einem Thema anbieten möchte, vor das Plenum und stellt sich und sein Thema kurz vor. Per Handzeichen gibt das Plenum Rückmeldung, wie viel Resonanz / Interesse das Thema bei den Anwesenden findet. Je nach angezeigtem Feedback / Handzeichen des Plenums erhält der Sessiongeber einen entsprechend großen / kleinen Workshopraum zugeteilt.

Die Sessionvorschläge und -verteilung auf die Räume werden auf einer Metaplan-Pinwand festgehalten bzw. visualisiert.

Gesamtanzahl der Sessions

Die Gesamtzahl der Sessions an einem Tag ist nur limitiert durch die Anzahl der zur Verfügung stehenden Seminarräume, der Anzahl der Zeitfenster, in denen Sessions parallel angeboten werden können, sowie dem Interesse der Anwesenden für die Vorschläge. Erfahrungsgemäß empfiehlt es sich während eines Zeitfensters maximal vier Sessions parallel anzubieten um bei den Teilnehmern den Eindruck zu vermeiden, dass sie zu viele gleichzeitig stattfindende Angebote versäumen.

Falls mehr Sessions von den Teilnehmern angeboten werden als Räume zur Verfügung stehen, sind die Sessiongeber aufgefordert thematisch ähnliche Themen zusammen zu legen, damit alle sich einbringen können.

Ablauf einer Session

Die Form / Ablauf einer Session bestimmt der Sessiongeber: als Minivortrag, offenes Gespräch, Brainstorming, etc. Es wird empfohlen, auch hier die anwesenden Teilnehmer aktiv in den Ablauf der Session mit einzubeziehen. Für die Sessions gilt das „Das Gesetz der zwei Füße“ (Open-Space-Ansatz): Jeder Teilnehmer, mit Ausnahme der Sessiongeber, hat das Recht, eine Session zu verlassen, wenn er das Gefühl hat, in dieser Situation nichts zu lernen oder nichts beitragen zu können.

Denn auch hier bestimmt jeder über Inhalt und Form der Veranstaltung mit und ist verantwortlich für den Erfolg eines BarCamps.

Nachbereitung

Dokumentation und Ergebnisse

Auch hier gilt, dass alle Teilnehmer aufgefordert sind Ihre Eindrücke und Ergebnisse zu dokumentieren (etwa im eigenen Blog) und z.B. auf der Internet-Plattform des Camps allen anderen zur Verfügung zu stellen. Um hier einen deutlich gesteigerten, qualitativen Output zu generieren, empfiehlt es sich vorab für jede Session je eine Person zu verpflichten, die gemeinsamen Ergebnisse der Diskussionen zu dokumentieren und aufzubereiten.

Ziel/Wirkung

Ein BarCamp lebt davon, allen Teilnehmern zu ermöglichen am Gelingen der Veranstaltung und an den Ergebnissen aktiv mitzuwirken - und das bereits in der Vorbereitung. Der Erfolg eines Camps ist somit im besten Sinne gemeinschaftlich erarbeitet.

Auf der Veranstaltung, aber auch schon während der Vorbereitungsphase, soll bei den Teilnehmern ihre Eigenmotivation zur Mitgestaltung der Veranstaltung geweckt, gefördert und mit einbezogen werden. Als Veranstalter eines Camps ist man in der Rolle eines „Gastgebers“ und sorgt primär dafür, einen einladenden Rahmen für die Teilnehmer zu schaffen. Ein Camp lebt davon, dass die (überwiegende) Mehrzahl der Teilnehmer aktiv an den Diskussionen und Gesprächen vor, während und nach den Sessions mitwirken.

Für die Organisation ist daher mit das wichtigste, sich bei der Vorbereitung und Durchführung des Camps zurückzunehmen sowie auf die Selbstorganisationsdynamik der Teilnehmer zu vertrauen. Ein BarCamp gehört am Ende allen, die daran teilhaben.

Erfolgsfaktoren für das Gelingen eines BarCamps

Erstellung Agenda

Zu Beginn des BarCamps A5 große Blankopapierbögen verteilen, auf denen die Teilnehmer ihre jeweiligen Sessionvorschläge (Titel, Kurzbeschreibung) notieren können. Damit lässt sich dann auf einer leeren Metaplan-Wand schon während der Sessionvorstellung der Tagesplan aufbauen.

WLAN / Technik

Zu einem BarCamp gehört ein einwandfrei funktionierender drahtloser Internetzugang. Es ist daher ratsam einen erfahrenen Techniker vor Ort zu haben, der dies gewährleistet. Er sollte auch bei sonstigen technischen Anfragen wie zu Ladegeräten für Computer, Kameras, etc. oder für die Einrichtung einer funktionierenden Twitterwall zur Verfügung stehen.

Verpflegung

Damit die Teilnehmer sich ganz auf den Dialog und die Gespräche miteinander konzentrieren können, sollte auf dem BarCamp ein kostenloses, einfaches Frühstück und ein Mittagessen angeboten werden.

Zeitraumen

BarCamps sind zeitlich skalierbar, von ½ Tag bis 3 Tage ist das Format sinnvoll einsetzbar.

Autor

Moritz Avenarius ist ausgebildeter systemischer Berater und Coach für analoge Veränderungsprozesse in die digitalen Zukunft. Sein Themenschwerpunkt liegt in der Förderung der Innovationsdynamik von Organisationen. Seit 2008 organisiert und moderiert er hierzu als Zukunftslotse Hamburg BarCamps, Design Thinking Workshops und Strategiewerkstätten.
Im Netz zu Hause auf: <http://www.zukunftslotse.de>