



BARCAMP
MINT - Symposium 2018

Zittau
24.10.18

SESSIONBOARD FÜR HEUTE

1. Herkunft und Entwicklung
2. Merkmale und Prinzipien
3. Funktionen und Einsetzbarkeit
4. Vielfalt und Verbreitung
5. Die Barcamp Regeln
6. Wesentliche Elemente
7. Feedbackrunde



HERKUNFT UND ENTWICKLUNG



- Barcamps sind ein genuines Produkt der Internetkultur.
- 2003 erfunden von Tim O'Reilly, dem Promoter des Buzzword Web 2.0.
- 2005 demokratisiert und global verbreitet.
- 2006 fand das erste Barcamp Berlin in Deutschland statt.
- 2008 haben Feldmann & Hellmann das erste Themencamp, das CommunityCampBerlin initiiert.
- 2017 fanden allein im deutschsprachigen Raum rund 220 Barcamps statt.

GESELLSCHAFTLICHER RAHMEN

- Konventionelle Veranstaltungsformate sind zu standardisiert, zu wenig Partizipation, zu wenig teilnehmerorientiert.
- Neue komplexe Themenstellungen erfordern neue flexible Tagungsformate, um einen hochwertigen Wissenstransfer gewährleisten zu können.
- Barcamps verkörpern den Wunsch nach schlankeren, schnelleren, flexibleren Prozessen.
- Der demografische Wandel verlangt ein zeitgemäßes Innovations- und Wissensmanagement und den Austausch auf Augenhöhe



ÜBER BARCAMPS



- **Konsequent an den Teilnehmern orientiert:**
Es passiert nur, was die Teilnehmer sich wünschen und selber einbringen; geringe Eintritts- und Teilnahmeschwellen; jedes Anliegen kann vorgebracht werden.
- **Unbedingte Gleichheit und Respekt:**
Alle begegnen sich auf Augenhöhe und Duzen sich.
- **Kreativität und Kaffeepause zugleich:**
Eine Mischung aus Seminar und Campingplatz, Feldlager, Kaffeepause bzw. Klassentreffen.

MERKMALE UND PRINZIPIEN

Barcamps sind prinzipiell

- egalitär/basisdemokratisch
- ausgesprochen inklusiv (niederschwellig)
- zugleich hochgradig abhängig von aktiver Partizipation (z.B. Sessions, Feedbackrunde)
- gleichermaßen divers, kreativ und innovativ
- sowohl problem- als auch lösungsorientiert
- hochgradig informal, leger, gesellig, vernetzt



VIelfalt und Verbreitung



Inzwischen gibt es drei Formen von Barcamps:

1. Klassische Barcamps: Thematisch völlig offen
2. Themencamps: Es gibt einen thematischen Fokus, wie beim Barcamp #MINTeinander
3. Corporate Camps: Barcamps inhouse in Unternehmen, Verbänden, Vereinen...

FUNKTION UND EINSETZBARKEIT

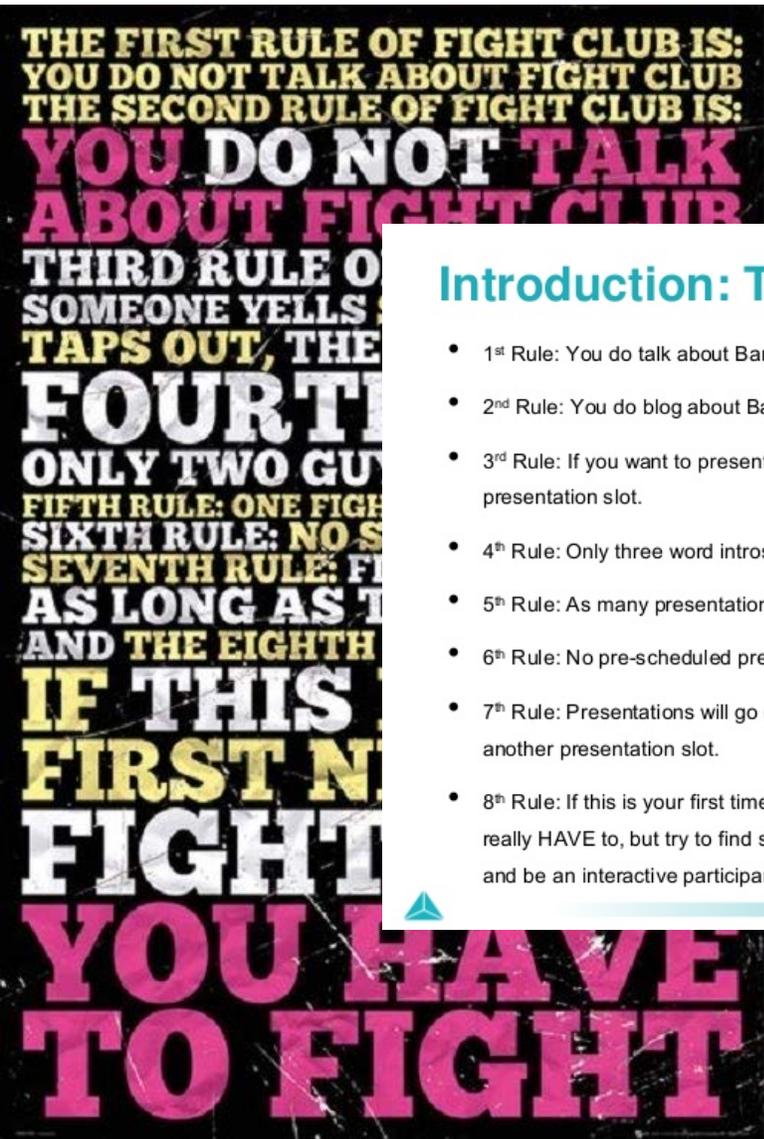
Barcamps sind vielseitig einsetzbar für

- Brainstorming
- Change Management
- Einarbeitung und Fortbildung von Mitarbeitern
- Image und Reputation
- Kreativitätsprozesse
- Kulturwandel
- Marktforschung
- Mediation
- Networking und offener Austausch mit internen und externen Stakeholdern
- Open Innovation Projekte
- Pflege der Unternehmenskultur
- Socializing
- Qualitäts- und Ideenmanagement
- Recruiting und Employer Branding
- Über den Tellerrand schauen: Kreativitätsfabrik
- Wissenstransfer

indessen kein Allheilmittel...



DIE BARCAMP REGELN



Introduction: The Rules of BarCamp

- 1st Rule: You do talk about BarCamp.
- 2nd Rule: You do blog about BarCamp.
- 3rd Rule: If you want to present, you must write your topic and name in a presentation slot.
- 4th Rule: Only three word intros.
- 5th Rule: As many presentations at a time as facilities allow for.
- 6th Rule: No pre-scheduled presentations, no tourists.
- 7th Rule: Presentations will go on as long as they have to or until they run into another presentation slot.
- 8th Rule: If this is your first time at BarCamp, you **HAVE** to present. (Ok, you don't really **HAVE** to, but try to find someone to present with, or at least ask questions and be an interactive participant.)

Source: barcamp.org

Die wichtigsten Regeln sind

1. Strikte Gleichheit der Teilnehmer – schon bei der Vorstellungsrunde.
2. Die Agenda steht nicht im Vorhinein fest.
3. „No spectators, only participants!“ : Aktive Teilnahme & Mitarbeit sind entscheidend.
4. Sprich über das Barcamp!

1. REGEL: STRIKTE GLEICHHEIT DER TEILNEHMER



- Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer eines Barcamps sind gleichberechtigt!
- Hierarchien werden bewusst und temporär aufgehoben, um einen offenen und ehrlichen Austausch auf Augenhöhe zu gewährleisten.
- Es wird konsequent geduzt.
- Die Vorstellungsrunde zu Beginn ist ein wichtiger Eisbrecher.
- Alle Teilnehmer stellen sich durch drei Hashtags (Schlagworte) kurz mit ihrem Namen vor, aus welcher Organisationseinheit sie kommen und was sie interessiert.

VORSTELLUNGSRUNDE



- Nenn Deinen Namen
- Deine Firma / Organisationseinheit
- Deine drei #Hashtags (Schlagworte) des Tages

2. REGEL: DIE AGENDA STEHT NICHT IM VORNHEREIN FEST

- Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer hat die Möglichkeit und ist ausdrücklich aufgefordert, ein eigenes Thema vorzuschlagen.
- Jedes Thema ist grundsätzlich zugelassen, während das Plenum darüber entscheidet, ob eine Session stattfindet.
- Es gibt so viele Sessions gleichzeitig, wie es Räume gibt.



SESSIONPITCH

- Titel der Session
- Exposition des Inhalts
- Teaser, maximal 30 Sekunden



Tipps für Sessiongeber



- Biete Mehrwert (keine Werbeveranstaltung).
- Rede von Erfahrungen (Fehler, Erfolge).
- Sei interaktiv (Diskussion anstatt Präsentation).
- Der Blick aufs Smartphone ist nicht unhöflich.
- Beachte das Gesetz der Füße.
- Halte dich an den Zeitplan (45 +15).
- Hilf mit, deine Session zu dokumentieren.

3. REGEL „NO SPECTATORS, ONLY PARTICIPANTS!“ „



- Wenn Du zum Barcamp kommst, stell Dich darauf ein, selber mitzumachen!
- Es ist eine intensive Veranstaltung mit Präsentationen, Diskussionen und Interaktionen der Teilnehmer untereinander.
- Wenn Du selbst keine Session hältst, beteilige Dich wenigstens an der Diskussion.
- Jeder hat die gleiche Redezeit!

4. REGEL „SPRICH ÜBER DAS BARCAMP!“ „

- Die Kommunikation, Vernetzung und Ergebnis-sicherung sind wichtige Elemente jedes Barcamps!
- Verabredung zur Kommunikation bereits im Vorfeld.
- Die Sessionleiter sollten motiviert sein, ihre Sessions selber zu dokumentieren. Teilnehmer sind angehalten, eigene Recaps zu den Themen zu verfassen.
- Teile deine Erlebnisse auf Twitter, Facebook, Google+.
- Nutze den offiziellen Hashtag.



FEEDBACKRUNDE



- Was hat gefallen?
- Was hat nicht gefallen?
- Hinweise? Anregungen?

- Fragen?

FELDMANN & HELLMANN

BARCAMPUS.DE



Frank Feldmann

Diplom-Finanzwirt, Digital Native und Social Event Berater

https://www.xing.com/profile/Frank_Feldmann5

- Barcamp Evangelist und Barcamp-Experte
- Initiator, Organisator, Moderator seit 2007,
- Gatekeeper der Veränderung“ (Zitat aus dem Tagesspiegel vom 25.10.2013)
- Mitautor des Buches „Neue Konzepte für einprägsame Events; Partizipation statt Langeweile - vom Teilnehmer zum Akteur“



Dr. Kai-Uwe Hellmann

Professor für Konsum- und Wirtschaftssoziologie TU Berlin

https://www.xing.com/profile/KaiUwe_Hellmann

- Forschungsschwerpunkte: Wirtschafts- und Konsumsoziologie, Militär- und Organisationstheorie, Gesellschafts- und Systemtheorie
- Durchführung zahlreicher wissenschaftlicher Tagungen, Kongresse und Workshops
- Initiator des ersten Themen-Barcamps in Deutschland



KONTAKT

Feldmann & Hellmann

Barcamp Organisation

*Gubitzstr. 39
10409 Berlin*

Mobil +49 (0) 173 204 32 37

Email: feldmann@barcampus.de

www.barcampus.de