



**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

- 1<sup>st</sup> Rule: You do talk about BarCamp.
- 2<sup>nd</sup> Rule: You do blog about BarCamp.
- 3<sup>rd</sup> Rule: If you want to present, you must write your topic and name in a presentation slot.
- 4<sup>th</sup> Rule: Only three word intros.
- 5<sup>th</sup> Rule: As many presentations at a time as facilities allow for.
- 6<sup>th</sup> Rule: No pre-scheduled presentations, no tourists.
- 7<sup>th</sup> Rule: Presentations will go on as long as they have to or until they run into another presentation slot.
- 8<sup>th</sup> 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](http://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](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](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](mailto:feldmann@barcampus.de)*

*[www.barcampus.de](http://www.barcampus.de)*