

Barcamps

Hochschule des Bundes

Studiengang Verwaltungsinformatik

Autoren: Maximilian Hett, Moritz Jungmann

Einstellungsjahrgang 2018

1. Inhaltsverzeichnis

1.	Was ist Barcamp?	1
1.1.	Grundlegende Erläuterung	1
1.2.	Im Kontext Wissensmanagement	3
2.	Ablauf	3
3.	Vor- und Nachteile	4
4.	Einsatzmöglichkeit in einer Behörde am Beispiel ITZBund	5
5.	Quellenverzeichnisse	iii

2. Erklärung zur selbstständigen Anfertigung

Wir erklären hiermit, dass wir die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Werken wörtlich und sinngemäß übernommenen Gedanken sind unter Angabe der Quellen gekennzeichnet. Dies gilt auch für Zeichnungen, Skizzen, bildliche Darstellungen sowie für Quellen aus dem Internet. Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ein wichtiges Werkzeug, einen großflächigen Wissensaustausch vieler Menschen zu ermöglichen, ist es, diese Menschen auf sogenannten Events zusammenzubringen. Dabei gibt es viele verschiedene Möglichkeiten, diese Events zu organisieren. Konferenzen sind dafür ein klassisches Beispiel. Diese sind dabei meistens von Grund auf sehr stark durchgeplant, verschiedene Sprecher referieren zu festgelegten Themen. Ein relativ neuer Gegenentwurf dazu ist das Barcamp, oder auch Unkonferenz genannt. Wie der Name schon impliziert, sind diese Events weniger stark geplant und leben vielmehr davon, dass die Teilnehmer selbst die Veranstaltung organisieren und ihr Wissen untereinander verbreiten.

1. Was ist Barcamp?

1.1. Grundlegende Erläuterung

Es stellt sich die Frage: Was ist ein Barcamp und wie integriert es sich ins Wissensmanagement? Wie bereits oben erwähnt, stellt das Barcamp im Gegensatz zu herkömmlichen Konferenzen einen grundsätzlich anderen Ansatz dar, Wissen unter Menschen zu verbreiten. Konferenzen werden von vornherein geplant. Wer nimmt Teil? Wer trägt vor? Welche Themen werden vorgetragen?

Dagegen zeichnet sich das Barcamp grundsätzlich durch eine offene Gestaltung aus. Jeder kann daran teilnehmen. Teilnehmen in diesem Kontext bedeutet sowohl zuhören als auch selbst vorstellen. Jeder Teilnehmer kann ein Thema für eine „Session“ vorschlagen. Finden sich genügend Interessierte für ein Thema, wird dieses in einen Zeit- und Raumplan eingetragen. Auf diese Weise werden Inhalte und Ablauf des Barcamps dynamisch von den Teilnehmern selbst erstellt.¹ Während einer Session wird grundsätzlich die Diskussion aller Teilnehmer in den Vordergrund gerückt. Statt eines Vortrags, dem man als Teilnehmer zuhören kann, sollen hier das Wissen und die Ansichten aller Teilnehmer geteilt werden. Derjenige, der das Thema vorschlagen hat, nimmt dabei eher eine moderierende Rolle ein.²

Nach Muuß-Merholz sind allerdings auch längere Präsentationen statt nur einer Anregung möglich, wenn auch unüblich.³ Muuß Merholz hat 10 Goldene Regeln für ein gutes Barcamp erarbeitet:

1. Was aus einem Barcamp wird, bestimmen die Teilnehmer
2. Es muss keinen Input geben. Eine Frage reicht.
3. Formuliere deinen Sessionvorschlag kurz und präzise.
4. Es kann so viele Sessions geben, wie Räume vorhanden sind.
5. Eine Session kann stattfinden, wenn sie mindestens zwei Personen interessiert.

¹ Keller/Bernhardt/Volk, 2014, S. 3

² Keller/Bernhardt/Volk, 2014, S. 3

³ Muuß-Merholz, 2019, S. 38

6. Eine Person kann mehrere Sessions anbieten.
7. Nichts auf morgen schieben!
 - Sessions sollten so früh wie möglich angeboten werden.
8. Jede Session wird dokumentiert.
9. Es ist okay, eine Session mittendrin zu verlassen.
10. Eine Session dauert nicht länger als 45 Minuten.⁴

Wichtig ist hier anzumerken, dass es viele verschiedene Versionen von praxisbewährten Regeln gibt. Deren Umsetzung wird aber nicht rigoros verfolgt, sondern sind Sie vielmehr als Leitfaden zu verstehen, an dem man sich orientieren kann.

Wie von Keller et al gezeigt, sind in diesem Sinne durchaus auch Mischformen des Barcamps mit anderen Veranstaltungsformen denkbar. Beispielsweise können vor einem Barcamp auch fest geplante Teile einer Konferenz durchgeführt werden, sodass alle Teilnehmer einen gewissen Wissensstand und Inspiration in die Gestaltung des Barcamps mitbringen können.⁵

Barcamps kennen verschiedene Ausprägungen. Sie können dabei themenoffen sein. Das heißt, alle Themenvorschläge können angenommen werden. Der Veranstalter selbst kann aber auch das Thema im Vorfeld eingrenzen.⁶ Ein prominentes Beispiel wäre dafür zum Beispiel ein EduCamp, bei dem hauptsächlich medienpädagogische Fragen behandelt werden.⁷

Muuß-Merholz unterteilt Barcamps weiterhin in öffentliche und nicht-öffentliche. Erstere sind dabei für alle Interessierten frei zugänglich, letztere sind besonders für Firmen oder Behörden das Mittel der Wahl, da nur einem ausgewählten Kreis an Menschen Zugang gewährt wird. Diese nennt er auch „Inhouse-Barcamps“.⁸

Es ist leicht erkenntlich, dass das Barcamp in seiner Reinform sich vollständig darauf verlässt, dass alle oder zumindest der größte Teil seiner Teilnehmer ein hohes Maß an Motivation und Eigeninitiative mitbringen.

⁴ Muuß-Merholz, 2019, S. 38–41

⁵ Keller/Bernhardt/Volk, 2014, S. 4–5

⁶ Muuß-Merholz, 2019, S. 58

⁷ Muuß-Merholz, 2019, S. 59

⁸ Muuß-Merholz, 2019, S. 58–60

1.2. Im Kontext Wissensmanagement

Wie integriert sich also das Barcamp in das Konzept des Wissensmanagements?

Wissensmanagement dient dem Zweck, Wissen, welches Organisationsmitarbeiter tragen, zu steuern, zu erhalten und zu vermehren. Wissensmanagement lässt sich ferner in drei Komponenten aufteilen: Technik, Organisation, Mensch. Diese Drei Komponenten bilden das TOM-Modell⁹ Bei der Durchführung des Barcamps spielt die Komponente Technik eher eine untergeordnete Rolle. Während der Durchführung können technische bzw. elektronische Hilfsmittel dazu behilflich sein, die Ergebnisse, die während des Barcamps anfallen, festzuhalten. Allerdings wären auch rein analoge Barcamps denkbar, bei denen auf die technische Komponente gänzlich verzichtet werden könnte. Die Dimension der Organisation nimmt auf den Verlauf des Barcamps keinen starken Einfluss, sondern stellt nur die Rahmenbedingungen her, in denen sich das Barcamp ereignen kann. Der Mensch dagegen ist bei einem Barcamp das zentrale Element. Die Teilnehmer organisieren den Inhalt und den Ablauf des Barcamps und somit auch ihren Lernprozess selbst. In gewisser Weise entzieht sich somit das Barcamp der Kontrolle des Wissensmanagers. Eine wirklich gezielte Verbreitung des Wissens einzelner Mitarbeiter dürfte sich daher schwierig gestalten. Vielmehr könnte die Stärke des Barcamps im Wissensmanagement darin liegen, dass sich Wissen unter den daran interessierten Mitarbeitern verteilen lässt.

2. Ablauf

Da der Ablauf eines Barcamps größtenteils von den Teilnehmern selbst gestaltet wird, erscheint es nicht sinnvoll, feste Regeln für dessen Ablauf vorzugeben. Allerdings kann ein Barcamp dennoch in verschiedene Phasen eingeteilt werden, durch die der Moderator die Teilnehmer führen kann.

Muuß-Merholz stellt die Phasen eines Barcamps folgendermaßen dar:

Wo in anderen Veranstaltungen dem keine große Rolle zugemessen wird, stellt bei Barcamps das Ankommen eine erste Möglichkeit für die Teilnehmer dar, sich untereinander bereits ein wenig kennenzulernen und evtl. auch schon zu möglichen Sessionthemen zu beratschlagen. Als erster offizieller Teil nennt er den Auftakt, bei dem sich alle Teilnehmer versammeln und von Veranstalter oder Moderator offiziell begrüßt werden. Danach werden organisatorische Dinge erklärt sowie, sofern es sich anbietet, kurz das Thema nochmal präsentiert, obwohl dies eher unüblich ist. Darauf folgt eine Vorstellungsrunde, bei der sich jeder Teilnehmer mit Namen und möglicherweise 3 Stichworten zu seiner Person oder seinen Interessen vorstellt. Die Idee hierbei ist, dass dabei die Teilnehmer bereits einschätzen können, ob und wie viele Menschen es mit ähnlichen Interessen gibt

⁹ Nickelsburg, 2007

und wo womöglich Interessensschwerpunkte liegen. Bevor die Sessions geplant werden, wird noch einmal erklärt, wie ein Barcamp funktioniert und wie die nachfolgende Sessionplanung abläuft. Bei der Sessionplanung selbst wird dann das Programm für den Tag zusammengestellt. Dabei können die Teilnehmer Sessions vorschlagen und kurz vorstellen. Findet sich mindestens eine weitere Person, die sich für das Thema interessiert, wird dem Thema je nach Anzahl der Interessenten ein Raum und eine Uhrzeit zugewiesen. An dem so entstandenen Plan können sich dann alle Teilnehmenden orientieren und entscheiden, an welchen Sessions sie teilnehmen wollen. Danach beginnen die Sessions entsprechend dem erarbeiteten Sessionplan. Eine etablierte Sessiondauer sind 45 Minuten mit 15 Minuten Pause dazwischen. Die Sessions unterliegen dabei keiner Teilnahmepflicht und können durchaus auch mittendrin von den Teilnehmern verlassen werden. Ebenso dürfen sich Teilnehmer auch spontan einer Session anschließen. Nach den Sessions kommen alle Teilnehmer wieder zum Abschluss zusammen. Hier können die Teilnehmer noch einmal miteinander in Kontakt treten, persönliche Fazits ziehen oder generell Feedback und Ideen für kommende Tage sammeln. Der letzte Abend des Barcamps ist als lockeres Zusammenkommen vorgesehen, bei dem die Teilnehmer sich noch ein letztes Mal unterhalten und Kontakten knüpfen können.¹⁰

„Bei mehrtägigen Barcamps gelten für den zweiten oder gar dritten Tag die gleichen Empfehlungen wie für Tag eins. Auf die Vorstellungsrunde und die Einführung kann verzichtet werden, wenn nicht viele neue Teilnehmende dazugekommen sind.“¹¹

3. Vor- und Nachteile

Es wird schnell deutlich, welche Vorteile der Idee des Barcamps innewohnen, wenn man weiß, mit welcher Intention diese Art der Veranstaltung entwickelt wurde. Barcamps sind ohne jede Hierarchie aufgebaut.¹² Jeder darf und soll sich einbringen. Dementsprechend kann mit einer höheren Motivation der Teilnehmer gerechnet werden. Die Freiheit der Teilnehmer, die Sessionthemen selbst nach Interesse zu wählen, dürfte denselben Effekt haben.

Aufgrund seines informellen Charakters sind Teilnehmer des Barcamps eher dazu bereit, sich stärker in das Geschehen mit einzubringen. Der Lerneffekt ist bei einer aktiven Teilnahme wie einem Barcamp demnach höher als bei einer passiven Teilnahme¹³

¹⁰ Muuß-Merholz, 2019, S. 49–55

¹¹ Muuß-Merholz, 2019, S. 57

¹² Keller/Bernhardt/Volk, 2014, S. 2–3

¹³ Dennerlein u. a., 2015

Als vorteilhaft erweist sich bei einem Barcamp auch der relativ geringe Planungsaufwand und die damit verbundenen Kosten.¹⁴ Da die thematische Planung vor Ort durch die Teilnehmer geschieht entfällt dieser Punkt für den Organisator.

Der lockere Ablauf des Barcamps bringt aber auch den Nachteil mit sich, dass der Organisator wenig Einfluss darauf hat, welche Themen in den Sessions behandelt werden und wer dann an diesen Sessions teilnimmt. Die aktive Partizipation der Teilnehmer ist allein durch deren Motivation und Interesse getrieben. Dieser Umstand kann durchaus dem erfolgreichen Einsatz des Barcamps als Methode, um Wissen zu erhalten und zu vermehren, im Wege stehen.

Ein weiteres Problem von Barcamps ist die Teilnehmeranzahl. Barcamps sind nur bis zu einer gewissen Teilnehmerzahl wirklich sinnvoll durchzuführen. Muuß-Merholz spricht von 20 – 300 Personen.¹⁵ Eine zu hohe Teilnehmerzahl wird unweigerlich dazu führen, dass die Sessionplanung eine große Menge an Zeit benötigt. Außerdem führt eine zu große Teilnehmerzahl während den Sessions ebenfalls dazu, dass die Teilnehmer deutlich gehemmter sind, sich interaktiv einzubringen.¹⁶ Ein Effekt, der sich auch im Übrigen im digitalen Studium mit einer Teilnehmerzahl von circa 80 Teilnehmern im direkten Vergleich zu einer kleinen Lerngruppen von 6 Personen, die dasselbe Thema bearbeitet, von uns beobachten lässt. Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl ist also die Reichweite eines Barcamps auf verhältnismäßig wenige Personen begrenzt. Auch hier kann dies ein Hindernis darstellen.

Diese kleine Auflistung von Vor- und Nachteilen ist keineswegs erschöpfend, soll aber zeigen, dass ein Barcamp auch im Kontext des Wissensmanagement ein Mittel der Wahl sein kann. Allerdings kommen durch seinen Aufbau auch Nachteile mit, die nicht in allen Situationen den Anforderungen entsprechen.

4. Einsatzmöglichkeit in einer Behörde am Beispiel ITZBund

Im Folgenden soll anhand des ITZBund eine von uns erdachte Einsatzmöglichkeit eines Barcamps als Werkzeug für Wissensmanagement innerhalb einer Behörde aufgezeigt werden.

Das Informationstechnikzentrum Bund wurde als dienstleistende Behörde konzipiert, die andere Behörden in Fragen der Informationstechnik unterstützen soll. Entstanden ist das ITZ durch die Zusammenlegung dreier ehemaliger IT-Dienstleister einzelner Ministerien. Heute arbeitet das ITZ an 19 verschiedenen Dienstsitzen in 12 verschiedenen Standorten der Bundesrepublik. Oft ergibt sich aus diesen Umständen die Problematik, dass sich Spezialwissen zu bestimmten

¹⁴ Dückert, 2017

¹⁵ Muuß-Merholz, 2019, S. 28

¹⁶ Dückert, 2017

Themengebieten (bspw. Virtualisierung, Rechenzentrumsverwaltung, etc.) an einzelnen Standorten oder Referaten bündelt. Dadurch können auftretende Probleme an den Standorten selbst oder bei den Kunden vor Ort eventuell nicht ohne Aufwand gelöst werden, wenn zuvor die Experten dieses Themengebiets konsultiert werden müssen. Deshalb ist es erstrebenswert, ein Wissensaustausch zwischen den Standorten und eine stete Kommunikation zwischen den einzelnen Referaten herzustellen.

Warum eignet sich das Format des Barcamps hier? Die Mitarbeiter sehen sich jeden Tag mit unterschiedlichen Problemstellungen konfrontiert. Das Wissen ist sehr unterschiedlich verteilt. Prinzipiell braucht jeder Mitarbeiter individuelle Schulungen. Diese in der Form zu organisieren, um alle auf den gleichen Wissensstand zu heben, erscheint schon auf den ersten Blick impraktikabel.

Dagegen ist die für erfolgreiche Barcamps notwendige intrinsische Motivation bei den Mitarbeitern durchaus gegeben. Erfahrungsgemäß ist den Menschen auch ein persönliches Anliegen, ihre Arbeit richtig erledigen zu können und sich sogar über die Themen ihrer täglichen Arbeit hinaus fortbilden zu wollen. Dem stehen leider die geringen Platzzahlen bei Fortbildungen und der hohe Organisationsaufwand dafür im Wege. Mit regelmäßigen internen Barcamps für die Mitarbeiter könnte man diesem Problem mindestens teilweise abhelfen. Die Mitarbeiter können sich zu Barcamps anmelden und dann dort vor Ort mit Kollegen aus ganz Deutschland Themen diskutieren. Uns ist bewusst, dass ein zwei- oder drei-tägiges Barcamp nicht die Tiefe einer Fachschulung besitzt und diese somit nicht ersetzen kann. Dennoch bieten erfolgreiche Barcamps eine gute Möglichkeit, der Entwicklung, dass sich Wissen an einzelnen Punkten sammelt, entgegenzuwirken. Führt man diese regelmäßig durch, können Mitarbeiter sich auf diese Weise auch mit Kollegen, mit denen sie sonst nicht im Kontakt stehen würden, leicht über Neuigkeiten und Entwicklungen ihrer Standorte austauschen.

Neben einem Treffen vor Ort wäre aber auch ein digitales Barcamp via Videokonferenzprogrammen oder eine hybride Veranstaltung, bei der sich die Mitarbeiter sowohl persönlich als auch digital treffen können, denkbar.

Hierbei soll diese Idee nicht zwangsläufig auf das ITZ allein beschränkt sein. In allen Behörden, in denen diese Art der Wissensinselbildung vorkommt, könnte das Barcamp ein mögliches Mittel sein, um eine gleichmäßige Verteilung des Wissens zu begünstigen und zugleich womöglich auch den Andrang auf Fortbildungen zu verringern.

5. Quellenverzeichnisse

Dennerlein, Sebastian u. a. (September 2015): Knowledge Strategies in Organisations – a Case for the Barcamp Format, September 2015

Dückert, Simon (2017): 11 Jahre Barcamping – Eine Retrospektive – Cogneon Akademie, 2017, <https://cogneon.de/2017/10/01/11-jahre-barcamping-eine-retrospektive/>, 06.09.2020

Keller, Stefan Andreas/Bernhardt, Thomas/Volk, Benno (2014): „Teach-ins reloaded“ – Unkonferenzen und BarCamps: Charakter, aktueller Stand und Potenzial offener Tagungsformate im Wissenschaftsbetrieb, in: Rummler, Klaus (Hrsg.), Lernräume gestalten - Bildungskontexte vielfältig denken: 22. Jahrestagung der Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft, GMW 2014, Medien in der Wissenschaft, 67, Münster, 2014

Muuß-Merholz, Jöran (2019): Barcamps & Co: Peer to Peer-Methoden für Fortbildungen, 1. Auflage, Weinheim, 2019

Nickelsburg, Angelika K. (2007): Wissensmanagement: Verfahren, Instrumente, Beispiele für Vereine und Verbände ; ein Trainingsbuch, 1. Aufl., Reihe Trainingsbücher, Bonn, 2007