**Barcamps**

Hochschule des Bundes

Studiengang Verwaltungsinformatik

Autoren: Maximilian Hett, Moritz Jungmann

Einstellungsjahrgang 2018

Gliederung:

1. Was ist Barcamp?
2. Wie ist es entstanden?
3. Warum ist es entstanden?
4. Ablauf
5. Einsatzgebiet
6. Beispiele
7. Vor- und Nachteile
8. Einsatzmöglichkeit in der Behörde am Beispiel ITZ-Bund

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?

* Ins Verhältnis zu Wissensmanagement setzen
* Abgrenzung zu Open Space (Muuß-Merholz, S. 48) und World Café

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? Laut (Teach ins Reloaded) zeichnet das Barcamp, auch Unkonferenz genannt, dagegen aus, dass es grundsätzlich offen gestaltet ist. 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. 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 (Teach-ins Reloaded S263). Nach Muuß Merholz (S.38) sind allerdings auch längere Präsentationen statt nur einer Anregung möglich, wenn auch unüblich. Muuß Merholz (S.38) 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.
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.

Wichtig ist hier anzumerken, dass es viele verschiedene Versionen von praxisbewährten Regeln gibt. Deren Umsetzung wird aber nicht rigoros verfolgt, sondern sind vielmehr als Leitfaden zu verstehen, an dem man sich orientieren kann. Wie von (Teach-ins Reloaded S264) 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 gehalten werden, sodass alle Teilnehmer einen gewissen Wissensstand und Inspiration in die Gestaltung des Barcamps mitbringen können.

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. (Muuß Merholz S.58) Ein prominentes Beispiel wäre dafür zum Beispiel ein EduCamp, bei dem hauptsächlich medienpädagogische Fragen behandelt werden.

Muuß-Merholz (S.60) unterteilt Barcamps weiterhin in öffentliche und nicht-öffentliche. Erstere sind dabei für alle Interessierten frei zugänglich, Zweitere 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“.

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.

1. Wie ist es entstanden?
   * Tim o’Reilly
   * Von Foo Camp abgeleitet (🡪 nur mit Einladung 🡪🡨 Barcamp: keine Einladung)
   * 2003
   * Nutzt Open Space Methode, grenzt sich aber davon ab
2. Warum ist es entstanden?
   * Motivation zu Barcamp
3. Ablauf
   * ‚Karrierebibel‘
     1. Kurze Begrüßung
     2. Vorstellungsrunde
     3. Sessionplanung
     4. Sessions: Workshops, Vorträge, Diskussionen
     5. Abschluss
   * Muuß-Merholz (S. 49 ff)
4. Einsatzgebiet
   * ?
5. Beispiele
   * Muuß-Merholz S. 58 f
   * Noch zusätzliche Beispiele
   * Vergangene Beispiele, Erfahrungen?
6. Vor- und Nachteile
   * Eigene Überlegungen, besonders zu Nachteilen (da Datenlage sehr dünn)
   * Vorteile womöglich findbar
   * Kritische Auseinandersetzung
7. Einsatzmöglichkeit in einer Behörde am Beispiel ITZ-Bund
   * Maxi?
   * Im Kontext Wissensmanagement
   * Vit Connect