
lernOS BarCamp Leitfaden (CC BY)

WE bring the Structure, YOU bring the Content!

Simon Dückert, Karlheinz Pape

 lernOS[®]

Version 0.1 (dd.mm.2019)

Inhaltsverzeichnis

1	Offene Punkte	4
2	Vorwort	4
3	Danksagung	4
4	Grundlagen	5
4.1	BarCamp-Geschichte (SD)	5
4.2	BarCamp-DNA (KHP)	5
4.3	BarCamp-Organisation (KHP)	7
4.3.1	Initialisierung und Planung (Woche 0) (KHP)	7
4.3.2	Ausführung (Woche 1-11)	7
4.3.3	Abschluss (Woche 12) (SD)	9
4.4	BarCamp-Rollen (SD)	9
4.4.1	Projektleiter und Orga-Team (KHP)	9
4.4.2	Veranstalter (KHP)	9
4.4.3	Fundraiser (KHP)	9
4.4.4	Lokaler Ansprechpartner (KHP)	10
4.4.5	Marketer (KHP)	10
4.4.6	IT-Verantwortlicher (SD)	10
4.4.7	Community Manager (SD)	10
4.4.8	Moderator (KHP)	10
4.4.9	Session-Planer (SD)	11
4.4.10	Empfang und Info-Desk (KHP)	11
4.4.11	Gästebetreuer (SD)	11
4.4.12	Fotograf (SD)	11
4.4.13	Videograf (KHP)	11
4.4.14	Audiograf (SD)	12
4.5	BarCamp-Infrastruktur (SD)	12
4.6	Beispiele von internen und externen BarCamps (SD)	12
5	BarCamp Lernpfad	12
5.1	Organisatoren Checkliste	12
5.2	Kata: Get started (SD)	12
5.3	Kata: Besuche ein BarCamp und studiere Barcamps aus der Ferne (KHP)	13
5.4	Kata: Fülle den BarCamp Canvas aus (SD)	13
5.5	Kata: Erstelle den BarCamp-Steckbrief (KHP)	14

5.6	Kata: Führe das BarCamp-OrgaTeam Kick-off durch (KHP)	15
5.7	Kata: Erstelle einen Community-Fahrplan (SD)	15
5.8	Kata: Erstelle einen Kommunikationsplan (KHP, SD)	15
5.9	Kata: Erstelle einen Flächennutzungsplan (KHP)	16
5.10	Kata: Erstelle eine Webseite für das Barcamp (SD)	16
5.11	Kata: Baue eine Community Plattform auf (SD)	17
5.12	Kata: Erstelle einen Drehbuch für das Barcamp (KHP)	17
5.13	Kata: Erlerne die richtige Haltung für die Moderation durch Lean Coffee's (KHP)	17
5.14	Kata: Erstelle ein Konzept für die Barcamp-Dokumentation (SD)	17
5.15	Kata: Erstelle ein Fund Raising Konzept (KHP)	17
5.16	Kata: Erstelle ein Feelgood-/Atmosphären-Konzept (KHP, SD)	17
6	Keep Calm & Learn On! :-)	17
7	Anhang	17
8	Änderungshistorie	17

1 Offene Punkte

- Gendering
- Session-Formate
- Skalierbarkeit von No Thrills/DIY/Rebell without a Crew bis Deluxe ()

2 Vorwort

Das Verb „lernos“ ist die Zukunftsform von „lernen“ auf Esperanto (mi lernos = ich werde lernen, ni lernos = wir werden lernen). **lernOS** ist ein **Betriebssystem** für **Lebenslanges Lernen** und **Lernende Organisationen**. lernOS ist aber keine Software, sondern „Brainware“. Es ist eine Art zu Denken und zu Handeln, um als Einzelperson, Team oder Organisation im 21. Jahrhundert erfolgreich zu sein. Das groß geschriebene „OS“ im Namen unterstreicht die Bedeutung der Digitalisierung für unsere vernetzte Wissensgesellschaft.

Zu lernOS gibt es **drei grundlegende Leitfäden** beschrieben, die den Ansatz auf **individueller Ebene** (lernOS für Dich), auf **Ebene von Teams** (lernOS für Teams) und auf **Ebene von Organisationen** (lernOS für Organisationen) beschreiben. Zusätzlich gibt es die **lernOS Toolbox**, die oft genutzte Methoden und Werkzeuge erklären (z.B. Podcast, Barcamp, Sketchnoting, Expert Debriefing). lernOS ist nicht auf der sprichwörtlichen grünen Wiese entstanden, sondern ist eine Zusammenstellung von bereits bestehenden und bewährten Methoden. Alle lernOS Leitfäden sind unter der **offenen Lizenz Creative Commons Attribution (CC BY)** auf der lernOS Webseite¹ verfügbar und können gerne an die eigenen Bedürfnisse angepasst werden.

Wenn du **weitere Fragen** bezüglich lernOS hast, oder **Unterstützung von Gleichgesinnten** brauchst, kannst du die Community-Plattform CONNECT² nutzen oder mit #lernOS³ auf Twitter schreiben. Beachte: Die Meisterschaft von lernOS ist eine Frage von Monaten oder Jahren, nicht Stunden oder Tagen. Also: **Keep Calm & Learn On!**

Dein @simondueckert und @khpape

3 Danksagung

....

¹<https://cogneon.de/lernos>

²<https://community.cogneon.de>

³<https://twitter.com/search?q=%23lernOS>

4 Grundlagen

4.1 BarCamp-Geschichte (SD)

Das erste BarCamp⁴ fand vom 19.-21.08.2005 bei Socialtext in Palo Alto mit 200 Teilnehmern statt. Es wurde in unter einer Woche organisiert. Von dort aus hat sich das Barcamp-Format schnell weltweit verbreitet. Das erste BarCamp entstand als eine öffentliche Alternative zum Foo Camp⁵, einer jährlichen „invite-only“ Unkonferenz des Verlegers Tim O'Reilly.

Das erste Foo Camp fand im August 2003 mit ungefähr 200 Teilnehmern statt. Ausgangspunkt für die Veranstaltung war eine Witzelei zwischen Tim und Sara Winge (damals VP Corporate Communications), die auf einer der O'Reilly Konferenzen mit der „foo bar“ eine offene Bar für die Freunde des Verlags (FOO = Friends Of O'Reilly) organisieren wollte. Da nach dem Platzen der Dotcom-Blase standen im Verlag viele Räume leer und die Idee des Foo Camps konnte -mit einer foo bar⁶- in die Tat umgesetzt werden.

Der Socialtext-Gründer Ross Mayfield war Teilnehmer eines Foo Camps. Er und einige andere Teilnehmer wollten eine eigene Version eines Camps organisieren. In der IT-Fachsprache werden mit Foobar⁷ Platzhalter-Variablen bezeichnet. Durch den Austausch des „Foo“ in „Foo Camp“ durch das „Bar“ entstand der Name „BarCamp“.

Das BarCamp Wien war im September 2006 eines der ersten BarCamps im deutschsprachigen Raum. Zu den ersten BarCamps in Deutschland gehört das Barcamp Nürnberg⁸, das vom 16.-17.12.2006 in den Räumen von Novell und dem Linux Business Campus stattfand. Zu den größten Barcamps weltweit gehört das BarCamp Myanmar, das 2013 mit über 6.400 Teilnehmern stattfand. Als übliche Größe für BarCamps hat sich aber eher 50-300 Teilnehmer herausgestellt.

4.2 BarCamp-DNA (KHP)

BarCamps nennt man auch Unkonferenzen, weil hier so ziemlich alles anders ist, als bei einer klassischen Konferenz. Dort stellt der Veranstalter die Agenda zusammen, die er für die Zielgruppe für angemessen hält, und er wählt die Experten aus, die auftreten dürfen.

Bei BarCamps wird dafür die Expertise des Plenums genutzt. An jedem Morgen werden alle Anwesenden im Plenum gebeten, Vorschläge für die heutige Agenda zu machen. Ein „Session-Vorschlag“ kommt auch nur dann auf die Agenda, wenn es im Plenum ein Interesse dafür gibt. Die Rolle des Veranstalters

⁴<https://en.wikipedia.org/wiki/BarCamp>

⁵https://en.wikipedia.org/wiki/Foo_Camp

⁶<https://justinsomnia.org/2005/08/foo-camp>

⁷<https://en.wikipedia.org/wiki/Foobar>

⁸<http://barcampnuernberg.pbworks.com/w/page/13257771/FrontPage>

beschränkt sich hier auf das Bereitstellen von „Session-Räumen“, auf die zeitliche Gestaltung des Ablaufplanes und auf die BarCamp-Klima-prägende Einstimmung. Möglicherweise gibt er auch noch ein BarCamp-Thema vor, wie „Corporate Learning Camp“, „EduCamp“ oder „PMCamp“, damit sich eine bestimmte Zielgruppe hier sammelt (sog. Themen-BarCamps). Das BarCamps auch ohne Thema funktionieren, zeigen die Stadt-BarCamps, wie BarCamp Hamburg, oder BarCamp Nürnberg.

Eine aus Plenums-Vorschlägen zusammengesetzte Agenda - mit mehreren parallelen Sessions - entsteht sozusagen „selbstorganisiert“ unter den Teilnehmenden, die wir bei BarCamps deshalb „Teilgebende“ nennen. Selbstorganisation ist auch das tragende Prinzip für BarCamps: Auch der Session-Ablauf darf sehr unterschiedlich sein, den bestimmt der Sessiongeber mit den Teilgebenden seiner Session. Und jeder Teilgebende wählt zu jeder Stunde neu, welche Session ihn jetzt am meisten interessiert. Wenn dann eine Session nicht so läuft wie er es sich vorstellte, dann hat er immer zwei Möglichkeiten: Versuchen, die Diskussion in die gewünschte Richtung zu bringen, oder auch die Session kommentarlos zu verlassen, wenn die anderen auf einem ganz anderen inhaltlichen Weg sind.

Jeder Teilgebende entscheidet zudem immer selbst über seinen Engagement-Level: Er kann eine Session vorschlagen und gestalten, er kann in einer Session nur zuhören, oder er kann sich mit eigenen Beiträgen in Sessions einbringen. Auch hier gilt das Selbstorganisations-Prinzip. Das hat auch zur Folge, dass Teilgebende am Ende nicht wirklich unzufrieden sein können. Jeder kann sich ja gestaltend einbringen. Und wem etwas fehlt, der muss sich fragen, warum er es nicht angeregt hat.

Für erfahrene Teilnehmer klassischer Konferenzen klingt das vielleicht wenig vorstellbar. Deshalb ist es notwendig zu Beginn oder auch im Vorfeld eines BarCamps ein paar Grundsätze für das Funktionieren solcher selbstorganisierter Unkonferenzen deutlich zu machen. Da schauen wir uns einfach die ungeschriebenen Kommunikationsregeln aus gut laufenden virtuellen Fachforen im Internet ab. Wenn es doch möglich ist, in virtuellen Fach-Communities z.T. jahrelang gemeinsam zu arbeiten – ohne sich jemals gesehen zu haben, ohne Auftrag von jemandem, also vollständig selbstorganisiert, dann brauchen wir nur schauen, welche Bedingungen das ermöglichen:

- **Freiwilligkeit** ist die eine Bedingung. Jeder kann entscheiden, ob und, wie weit er sich einbringt - und wann er sich wieder rauszieht
- **Jeder ist Experte** – eben mit seiner Perspektive. Unterschiedlichkeit darf sein, ist sogar hilfreich.
- **Gleiche Augenhöhe** – egal ob jemand Professor oder Schüler ist – es zählen nur die Beiträge.

Genau das sind auch die Bedingungen für das Funktionieren von BarCamps. Der schwierigste Punkt ist es wohl, die gleiche Augenhöhe in so einer Präsenzveranstaltung hinzubekommen. Eine gute Möglichkeit ist es, die **Anrede mit dem Vornamen** einzuführen. Und dann ist man auch ganz dicht beim Du. Empfehle deshalb das BarCamp-Du, das am Abend des letzten BarCamp-Tages beendet ist, wenn Einzelne nichts anderes miteinander vereinbart haben.

Besondere Haltung als BarCamp-Veranstalter

Das wichtigste Erfolgskriterium eines BarCamps ist das besondere Klima, das alle Teilgebenden irgendwie spüren müssen. „Ich darf mich hier anders verhalten als sonst - und man achtet drauf, dass mir dabei nichts passiert“, das muss bei den Teilgebenden glaubwürdig ankommen. Das kann man nicht ausdrücken, das muss schon morgens beim BarCamp-Start authentisch erlebbar werden. Das hat mehr mit persönlicher Ausstrahlung zu tun, als mit den Worten, die man transportiert. Hier wirkt die innere Einstellung mehr als das Gesagte.

„Ich habe keinen Zweifel daran, dass die Teilgebenden den Tag heute gut und sinnvoll gestalten werden“. Jeder Zweifel, jede auch nur gedachte Kritik an einem Session-Vorschlag, überträgt sich auf die Teilgebenden. Sie spüren sehr schnell, dass man es ihnen doch nicht so richtig zutraut, und sie beginnen zurückhaltender zu werden. Selbstorganisation entfaltet sich aber nur, wenn das Zutrauen da ist, und das Vertrauen, dass man hier auch seine eigenen Vorstellungen selbst verwirklichen darf.

So eine innere Haltung ist in hierarchischen Gesellschaften und Organisationen noch sehr ungewöhnlich, und deshalb erst von wenigen eingeübt. Das geht auch nicht von heute auf morgen, das Loslassen ist gefordert - bei weiter voller Übernahme der Verantwortung.

Grafik, Ablauf aus Teilnehmersicht, Erlebniskurve, Energie vor/nach Barcamp (Barcamp ist mehr als die x Tage)

4.3 BarCamp-Organisation (KHP)

WICHTIG: Skalierbarkeit aufzeigen von minimalem Aufwand (No Thrills, DIY) bis zur Deluxe-Variante, Schieberegler ...

4.3.1 Initialisierung und Planung (Woche 0) (KHP)

Projektleitung

- Koordination von Aufgaben, Terminen, Finanzen, Partnern.
- Steckbrief
- Kick-off

4.3.2 Ausführung (Woche 1-11)

Sponsoring (KHP)

Ideelle Sponsoren, Raumsponsoren, Geld, Sachsponsoren, Crowd-Funding

Veranstaltungsort (KHP)

Räume, WLAN, Plenum, Parken, Teilnehmerzahl etc., Veranstaltungsplanung vor Ort: Hilfskräfte

Veranstaltungsdesign (SD)

Drehbuch, Moderation, Musik, Licht, Abendveranstaltung etc., User Journey durch den Tag, Teilgebenden-Registrierung, Eröffnung im Plenum: Einstimmung, BarCamp-Erklärung, Vorstellungsrunde oder Begrüßungsritual, Sessionplanung, Zeitplan / Sessiondauer, Session-Dokumentation, Kommunikation während dem Camp, Tagesabschluß / BarCamp-Abschluß, (Welcome Talk) etc., Nachbereitung, Varianten

IT-Infrastruktur (SD)

Webseite, Community Plattform (inkl. Dokumentation), Anmeldung/Ticketing, Webseite pflegen, Austausch-Plattform für die BarCamp Community bereitstellen und pflegen, Session-Dokumentation vorbereiten und bereitstellen

Veranstaltungsmarketing (KHP)

neue gewinnen, Presse/PR, Kommunikation vor dem Camp

Community Management (SD)

Teilnehmer, Experten reinziehen, Kommunikation vor dem Camp, Im Vorfeld Lust aufs Corporate Learning Camp machen, interessante Experten für Mitmachen gewinnen, evt. Presse einladen, nach dem Camp Berichte und Ergebnisse sammeln und veröffentlichen

Catering (KHP)

Essen, Getränke

Veranstaltungslogistik (SD)

Ausdrucke, Bestelllisten, Poster, Anlieferadresse, Sponsorenplätze, Steckdosen

Veranstaltungsdurchführung (KHP)

Aufbau, Briefing, Durchführung etc.

Nachbereitung (SD)

Kommunikation nach dem Camp, Sponsorendank, Fotos, Video, Audiograf bereitstellen etc.

4.3.3 Abschluss (Woche 12) (SD)

- Retro

4.4 BarCamp-Rollen (SD)

4.4.1 Projektleiter und Orga-Team (KHP)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle ...

Aufgaben:

- ...
-

4.4.2 Veranstalter (KHP)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle, Rechtlich verantwortliche Person, Organisation, oder Organisationen ...

Aufgaben:

- ...

4.4.3 Fundraiser (KHP)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle ...

Aufgaben:

- ...

4.4.4 Lokaler Ansprechpartner (KHP)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle, inkl. Technik ...

Aufgaben:

- ...

4.4.5 Marketer (KHP)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle ...

Aufgaben:

- ...

4.4.6 IT-Verantwortlicher (SD)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle ...

Aufgaben:

- ...

4.4.7 Community Manager (SD)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle ...

Aufgaben:

- ...

4.4.8 Moderator (KHP)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle ...

Aufgaben:

- ...

4.4.9 Session-Planer (SD)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle ...

Aufgaben:

- ...

4.4.10 Empfang und Info-Desk (KHP)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle ...

Aufgaben:

- ...

4.4.11 Gästebetreuer (SD)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle, Ansprechpartner sein, Fragen beantworten, „Master of Ceremony“ ...

Aufgaben:

- ...

4.4.12 Fotograf (SD)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle, Ansprechpartner sein, Fragen beantworten, „Master of Ceremony“ ...

Aufgaben:

- ...

4.4.13 Videograf (KHP)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle, Ansprechpartner sein, Fragen beantworten, „Master of Ceremony“, Links zu Videos Lutz, VW Barcamp, WOL Camp ...

Aufgaben:

- ...

4.4.14 Audiograf (SD)

... 2-3 Absätze Beschreibung der Rolle, Ansprechpartner sein, Fragen beantworten, „Master of Ceremony“ ...

Aufgaben:

- ...

4.5 BarCamp-Infrastruktur (SD)

Webseite, Anmeldeprozess, Community Plattform

4.6 Beispiele von internen und externen BarCamps (SD)

Alle Beispiele nach einer einheitlichen Struktur in einem Steckbrief-artigen Kapitel, Ansprechpartner für Anfrage/Freigaben in Klammern

- Audi Zusammenarbeit 2.0 Barcamp (Anke W.)
- Telekom Barcamp (Björn B.)
- VW Group Collaboration Barcamp (Anke B.)
- Barcamp Nürnberg (alle Generationen Moderatoren)
- Corporate Learning Camp (Karlheinz/Simon)
- Edunautika (Joeran)
- KnowledgeCamp (Andreas/Simon)

5 BarCamp Lernpfad

5.1 Organisatoren Checkliste

... für das Kick-off und den Regeltermin ...

5.2 Kata: Get started (SD)

Mache dich mit den Grundlagen des Podcastings über das Grundlagen-Kapitel sowie die weiterführenden Literatur- und Weblinks vertraut.

5.3 Kata: Besuche ein BarCamp und studiere Barcamps aus der Ferne (KHP)

Wie oben beschrieben, ist das besondere Klima ein wesentlicher Erfolgsfaktor für gelungene BarCamps. Diese andere Art des Miteinander-Umgehens muss erst hergestellt werden. Das setzt aber eine innere Haltung der Veranstalter voraus, die glaubwürdig bei den Teilgebenden ankommt. Dieses „Loslassen-Können“, das „Zutrauen“ und das „Vertrauen“ lässt sich nicht vermitteln, das kann man sich nur selber erarbeiten.

Ein möglicher Weg dahin ist, mehrere BarCamps persönlich zu erleben. Mehrere schon deshalb, weil nicht alle BarCamps „eine Seele“ haben, bei denen das gute Klima gleich spürbar ist. Achte bei Deinen Besuchen darauf, wie die Kommunikation im Vorfeld des BarCamps läuft, wie Einführung morgens abläuft, was besonders betont wird, und wie die Teilgebenden darauf reagieren.

Der „Aktivitätsgrad“ der Teilgebenden eines BarCamps ist auch ein Indikator für die Qualität eines BarCamps.

- Wieviel Sessions sind im Verhältnis zur Zahl der Teilgebenden entstanden?
- Etwa wie viele der Teilgebenden haben sich in den Sessions mit Beiträgen beteiligt?
- Wie viele Berichte (Dokumentationen, Twitter, Blogs, Soziale Medien, Fotos, Videos, ...) haben die Teilgebenden erstellt?
- Wie hast Du das Klima empfunden? Wie war der Umgangston in den Sessions und danach?
- War die Zusammensetzung der Teilgebenden divers? Gab es geteamnützend verschiedene Sichtweisen?
- Hat das Selbstorganisationsprinzip uneingeschränkt gewirkt?
- Fasse Deine persönlichen Eindrücke von mindestens 3 BarCamps gegenüberstellend zusammen
- Was sollte bei Deinem BarCamp unbedingt besser laufen?
- Sprich über Deine Eindrücke mit mindestens einem BarCamp-Kenner.

Vielleicht findest Du gut dokumentierte BarCamps, die Du auch aus der Ferne zusätzlich ein wenig auswerten kannst.

5.4 Kata: Fülle den BarCamp Canvas aus (SD)

... Beschreibungstext des Canvas ...

lernOS Barcamp Canvas

<i>Partner & Schnittstellen</i>	<i>Aktivitäten</i>	<i>Zweck & Ziele</i>	<i>Beziehungspflege</i>	<i>Zielgruppen</i>
	<i>Ressourcen</i>		<i>Infrastruktur</i>	
<i>Aufwand</i>		<i>Nutzen</i>		

Der lernOS Canvas ist Teil von lernOS, dem Organisationssystem für Lebenslanges Lernen & Lernende Organisationen. Mehr Informationen über lernOS unter <https://lernos.org>

Dieses Werk steht unter der Creative Commons Attribution 4.0 International Lizenz. Die verwendeten Font Awesome Icons stehen unter der CC BY 4.0 International Lizenz. Eine Kopie der Lizenz befindet sich unter <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.



Abbildung 1: lernOS Barcamp Canvas

5.5 Kata: Erstelle den BarCamp-Steckbrief (KHP)

Ein BarCamp ist eine Konferenz, nur anders gestaltet. Als Veranstalter hast Du die Verantwortung dafür, dass sich die Konferenz für die Teilgebenden gelohnt haben wird. Deshalb ist es wichtig, Dir und allen Beteiligten klar zu machen, was das BarCamp bewirken soll, in welchem Rahmen das abläuft, wen es ansprechen soll, wie es finanziert wird, usw.

Gib dafür Antworten auf folgende Fragen:

- Langtitel / Kurztitel / Hashtag: Thema/Themen-BarCamp
- Motto oder Untertitel:
- Wer ist Veranstalter?
- Wen kann man dazu ansprechen?
- Termin und Ort:
- Ziel und Zweck des BarCamps:

- Zielgruppen:
- Ziel-Teilgebenden-Zahl:
- Argumente, warum es sich für Teilgebende lohnt mitzumachen:
- Ticket-Kosten

5.6 Kata: Führe das BarCamp-OrgaTeam Kick-off durch (KHP)

Jede Konferenz will gut vorbereitet sein, auch eine Unkonferenz BarCamp. Bei BarCamps übernimmt das üblicherweise ein OrgaTeam. Suche dir vier bis sechs Monate vor dem geplanten BarCamp 3 bis 6 Personen, die die oben beschriebenen Rollen übernehmen wollen und lade sie zu einem ersten Treffen für das BarCamp-OrgaTeam ein. Das geht auch in einer Stunde online.

So wie wir beim BarCamp davon ausgehen, dass die Teilgebenden den Tag gut und vernünftig gestalten werden, mit dem gleichen Zutrauen solltest du auch den OrgaTeam-Mitgliedern entgegengehen. Gehe davon aus, dass jeder im OrgaTeam seine Aufgaben selbständig und ohne weitere Abstimmung erledigen wird. (Übrigens: Jede Abstimmung im Team vervielfacht ja den Arbeitsaufwand.) „Handeln - nicht fragen, aber informieren“ ist die Devise für alle im OrgaTeam.

Deshalb ist es besonders wichtig, gleich zu Beginn mit allen im OrgaTeam ein gemeinsames Verständnis zu Absichten und Ablauf des BarCamps zu gewinnen. Verwende genügend Zeit darauf

- die BarCamp-Prinzipien zu besprechen
- Ziel und Zweck des BarCamps zu diskutieren
- über Zielgruppen und Teilgebenden-Zahlen zu sprechen

Besprich den Aufgabenplan und bitte die OrgaTeam-Mitglieder, bis zum nächsten Treffen eine der oben beschriebenen Rollen (Checkliste) zu wählen. Vereinbare auch gleich regelmäßige Termine für die gegenseitige Information - am besten online mit jeweils maximal 45 Minuten, im Abstand von jeweils 2 bis 3 Wochen.

5.7 Kata: Erstelle einen Community-Fahrplan (SD)

Experten, Influencer, Hochschulen ... die wichtig für das Barcamp sind ...

5.8 Kata: Erstelle einen Kommunikationsplan (KHP, SD)

Marketing, PR. Wann willst du was an welche Zielgruppe kommunizieren

5.9 Kata: Erstelle einen Flächennutzungsplan (KHP)

(Plenum, Breakout-Räume, Ausstattung, Infrastruktur)

Mindestens etwa 50 Teilgebende braucht ein BarCamp und ab 300 wird es ein wenig „unfamiliär“. Entsprechend der Teilgebenden-Zahl benötigt man

- einen Plenumsraum (für alle Teilgebenden nur morgens und abends)
- separate Sessionräume (als Faustregel: 10 Sessionräume für 250 Teilgebende) (Anzahl Sessionräume = Teilgeber geteilt durch ca. 25)
- und eine Freifläche für alle Teilgebenden in den Pausen und ggf. für den Abendevent

Bei großen Teilgebenden-Zahlen muss man rechtzeitig nach einer Location suchen, die diese Bedingungen erfüllt. Die Einrichtung der Räume ist nicht ganz unwichtig. In den Sessionräumen braucht es keine Tische, es geht mehr um den Austausch. Am besten ist ein Stuhlkreis ohne Anfang oder Ende. Damit wird sich der Sessiongeber mitten rein setzen, und es gibt nicht die unterschwellige Erwartung, der da vorn soll mich mal schlau machen. So ist Dialog auf gleicher Augenhöhe viel eher möglich. ein Flipchart oder eine 'Tafel sollte in jedem Fall im Sessionraum sein. Beamer braucht man auch, aber nicht in allen Sessionräumen.

Im Plenumsraum braucht es auch keine Tische. Dafür - je nach Raumakustik - eine Lautsprecheranlage mit zwei Mikrofonen, eines zum Weiterreichen bei der Vorstellungsrunde.

Außerdem sollte ein stabiles WLAN für die Teilgebendenzahl vorhanden oder einrichtbar sein

Und die Freifläche muss ggf. auch Strom und Platz für Sponsoren-Stände hergeben. Dort sollten auch Kaffee und Kaltgetränke zur Selbstbedienung stehen. Und einige Stehtische regen die Kommunikation untereinander an.

- Suche für Dein BarCamp mehrere mögliche Locations aus, und erkundige dich nach den Bedingungen
- Falls Du einen Abendevent planst: Wenn möglich am gleichen Ort. Es braucht dort nur gutes Essen, Getränke und eine angenehme Atmosphäre (geeignete Beleuchtung, evt. Hintergrundmusik). Die Vernetzung der Teilgebenden steht im Vordergrund. Verzichte auf Live-Musik (die stört meist nur).

5.10 Kata: Erstelle eine Webseite für das Barcamp (SD)

Webseite + Anmeldeprozess

5.11 Kata: Baue eine Community Plattform auf (SD)

5.12 Kata: Erstelle einen Drehbuch für das Barcamp (KHP)

Nicht Sessionplan, sondern für die Orga, wann Aufbau, etc., Veranstaltungsmanagement

5.13 Kata: Erlerne die richtige Haltung für die Moderation durch Lean Coffee's (KHP)

Lean Coffee durchführen, Parallelen zum Moderationsskript aufzeigen und Moderationsskript erstellen

5.14 Kata: Erstelle ein Konzept für die Barcamp-Dokumentation (SD)

Text, Audio, Video, Fotos, Etherpad, Google Doc

5.15 Kata: Erstelle ein Fund Raising Konzept (KHP)

Sponsorengewinnung

5.16 Kata: Erstelle ein Feelgood-/Atmosphären-Konzept (KHP, SD)

Klima, Stimmung, Energielevel, Abendevent, Community Lounge, Musik, Dekoration, Licht, Kunst

6 Keep Calm & Learn On! :-)

... Standard-Kapitel ...

7 Anhang

Checklisten ... ggf. Checkliste pro Rollen

8 Änderungshistorie

Version	Bearbeitet von	Beschreibung Änderung	Datum
0.1	Simon Dückert	...	dd.mm.yyyy
