



government 2.0
CAMP BERLIN 2009

BarCamp-Toolbox

von

Moritz Avenarius-Herborn

Die Grundhaltung für die Organisation eines BarCamps: Gastgeber sein

Wichtig bei einem BarCamp ist es zunächst, sich mit den Eigenschaften des Formats auseinander zu setzen. Das Format lebt davon, es allen Teilnehmer zu ermöglichen am Gelingen der Veranstaltung und an den Ergebnissen aktiv mitzuwirken. Der Erfolg eines Camps ist somit im besten Sinne gemeinschaftlich erarbeitet.

Auf dem Camp selbst, aber auch schon während der Vorbereitungsphase, ist es wichtig bei den Interessierten ihre Eigenmotivation zur Mitgestaltung der Veranstaltung zu wecken, zu fördern und einzubeziehen. Als Gastgeber des Camps sollte man primär dafür Sorge tragen einen einladenden Rahmen für die Teilnehmer zu schaffen. Dieser einladende Rahmen ist essentiell um es den Teilnehmern zu erleichtern Kontakte zu knüpfen und miteinander zu diskutieren. Zu den wesentlichen Erfolgskriterien eines BarCamps gehört es die (überwiegende) Mehrzahl der Teilnehmer zur aktiven Mitwirkung an den Diskussionen und Gesprächen in den Sessions motiviert zu haben. Für den Organisator ist es wichtig, sich bei der Vorbereitung und Durchführung des Camps zurückzunehmen sowie auf die Selbstorganisationsdynamik der Teilnehmer zu vertrauen. Das Camp gehört am Ende allen, die daran teilhaben.

Was braucht es konkret, um ein BarCamp erfolgreich zu organisieren?

Im Folgenden finden Sie eine Liste wichtiger Punkte, die bei der Organisation eines BarCamps berücksichtigt werden sollten:

1. Einladung / Bekanntmachung

Ein BarCamp lebt davon, möglichst unterschiedliche Menschen zusammen zu bringen, die zu dem gemeinsamen Themenschwerpunkt der Veranstaltung (Politik, eCommerce, Administration, Kunst, Werbung, etc.) eine Vielzahl von Sichtweisen, Wissen und Erfahrung beitragen. Daher sollten neben persönlichen Einladungen zur Veranstaltung seitens der Organisatoren die geladenen Gäste angeregt werden selbst weitere Interessenten für das Camp zu gewinnen. Es ist außerdem empfehlenswert am Vorabend der Veranstaltung ein Event zu organisieren, auf dem sich die Teilnehmer vorab erstmalig kennen lernen können. Wichtig ist es zudem das Camp über Internetmedien wie Twitter, Facebook und Blogs bekannt zu machen sowie im Web auf www.barcamp.org oder dem BarCamp-Kalender unter <http://inthechaos.de/blog/?p=556> anzukündigen.

2. Internet-Plattform

Es gibt im Internet verschiedene Anbieter für die Erstellung kostenloser Community-Plattformen,

z.B. www.mixxt.org, www.aminado.com, etc. Mit diesen wird das BarCamp und sein Themenschwerpunkt vorgestellt. Dort können sich Interessierte für die Veranstaltung anmelden sowie einander schon im Vorfeld des Camps kennen lernen und vernetzen. Es ist auch möglich dort erste Themenvorschläge für die Sessions vorzustellen.

3. Design und Kommunikation

Um dem BarCamp eine eigene Sichtbarkeit zu verleihen empfiehlt es sich ein spezifisches Logo (auf der Basis der sogenannten BarCamp-Flamme, siehe dazu www.barcamp.org) zu entwerfen. Auch sollte es ein prägnantes Kürzel (oder Hashtag) für das Camp geben, mit welchem Texte und Mitteilungen zur Veranstaltung indiziert werden. Dies dient dazu, diese Informationen später leichter über Internetsuchmaschinen oder Twittersearch zu finden.

4. Ort / Veranstaltungsraum

Der Veranstaltungsort sollte über ein großes Plenum verfügen, in dem alle Teilnehmer zu Beginn und am Ende des BarCamps zusammen kommen können. Ferner braucht es in der Regel 3-4 Seminarräume unterschiedlicher Größe, in denen die Sessions abgehalten werden.

5. Durchführung

Zu Beginn des Camps organisieren die Teilnehmer gemeinsam die Tagesagenda. Dazu tritt jeder vor das Plenum, der eine 45-60min lange Session zu einem Thema anbieten möchte und stellt sich und sein Thema kurz vor. Derjenige der Teilnehmer im Plenum, der Interesse hat in der angebotenen Session mitzuarbeiten, gibt daraufhin per Handzeichen eine Rückmeldung. Durch die Anzahl der Rückmeldungen ergibt sich automatisch, in welchem Seminarraum (Kapazität) die Session stattfinden wird. Die Gesamtzahl der Sessions an einem Tag ist nur limitiert durch die Anzahl der zur Verfügung stehenden Seminarräume, der Anzahl der Zeitfenster, in denen Sessions parallel angeboten werden können, sowie dem Interesse der Anwesenden für die Vorschläge. Erfahrungsgemäß empfiehlt es sich während eines Zeitfensters maximal vier Sessions parallel anzubieten um bei den Teilnehmern den Eindruck zu vermeiden, dass sie zu viele gleichzeitig stattfindende Angebote versäumen.

6. WLAN / Technik

Zu einem BarCamp gehört ein einwandfrei funktionierender drahtloser Internetzugang. Es ist daher ratsam einen erfahrenen Techniker vor Ort zu haben, der dies gewährleistet. Er sollte auch bei sonstigen technischen Anfragen wie zu Ladegeräten für Computer, Kameras, etc. oder für die Einrichtung einer funktionierenden Twitterwall zur Verfügung stehen.

7. Verpflegung

Damit die Teilnehmer sich ganz auf den Dialog und die Gespräche miteinander konzentrieren

können, sollte auf dem BarCamp ein kostenloses, einfaches Frühstück und ein Mittagessen angeboten werden.

8. Kosten und Sponsoring

Das BarCamp sollte für die Teilnehmer kostenfrei sein. Im Gegenzug sollte sich jeder aktiv auf der Veranstaltung einbringen. Die Kosten für Räume, Verpflegung, WLAN und Verbrauchsmaterial werden durch Sponsoren abgedeckt.

9. Detailplanung

Auf der Veranstaltung braucht es „Kleinteile“ wie: Namensschilder (mit gut lesbaren Namen der Teilnehmer), Moderationsmaterial, Stifte, eventuell Beamer, Mülleimer, Ausschilderung der Räumlichkeiten, etc.

10. Dokumentation und Ergebnisse

Auch hier gilt, dass alle Teilnehmer aufgefordert sind Ihre Eindrücke und Ergebnisse zu dokumentieren und etwa auf der Internet-Plattform des Camps allen anderen zur Verfügung zu stellen.

Quellen:

- Eigene Erfahrungen des Autors beim Government 2.0 BarCamp,
- Ergänzende Informationen aus <http://www.franztoo.de/?p=18> und <http://www.hirnrinde.de/>