



10 Regeln für Barcamps

Diese 10 Regeln sind meine Grundlage für die erfolgreiche Durchführung eines Barcamps:

JUST BARCAMP^S

1. Die Teilnehmer stehen im Mittelpunkt.

Unabhängig vom Ziel des Barcamps: Die Teilnehmer stehen an erster Stelle und im Mittelpunkt. Es ist ihr Barcamp. Alle anderen Ziele werden durch diesen Umstand erreicht – nicht umgekehrt.

2. Alle Teilnehmer sind gleich.

Es gibt keine Unterschiede zwischen den Teilnehmern. Sie begegnen sich auf Augenhöhe. Jeder hat die gleichen Rechte und die gleichen Pflichten – unabhängig von seiner Rolle außerhalb des Barcamps.

3. Es wird eine offene und wertschätzende Kommunikation gelebt.

Die Kommunikation zwischen den Teilnehmern ist offen und wertschätzend.

4. Die Teilnehmer bestimmen alle Inhalte vor Ort selbst.

Alle Inhalte des Barcamps werden vor Ort durch die Teilnehmer selbst in der Sessionplanung festgelegt. Es werden keine Themen oder Personen vorher festgelegt.

5. Der Rahmen des Barcamps nimmt Einfluss auf die Qualität der Sessions.

Auch wenn alle Inhalte der Sessions von den Teilnehmern kommen, so haben die Veranstalter einen erheblichen Einfluss auf die Qualität der Sessions: Bietet der organisatorische Rahmen Sicherheit und lässt die Teilnehmer sich wohl fühlen, so kommt dies der Qualität der Sessions zugute.

10 Regeln für Barcamps

JUST BARCAMP^S

6. Jeder (aus der Zielgruppe) darf teilnehmen.

Aus der gewünschten Zielgruppe (beispielsweise alle Mitarbeiter aus dem Vertrieb) dürfen alle interessierten Personen teilnehmen. Dabei spielt die Funktion außerhalb des Barcamps (z.B. Auszubildender oder Vorstand) keine Rolle.

7. Die Inhalte sollen über das Barcamp hinaus verbreitet werden.

Alle auf dem Barcamp geteilten Informationen sollen über das Barcamp hinaus verbreitet und weitergegeben werden. Dies kann sowohl per Social Media (öffentlich) wie auch in einem Intranet (intern) geschehen.

8. Durchbruch Gewohntes!

Barcamps „ticken“ anders als klassische Events. Es ist daher sinnvoll, dass die Teilnehmer bewusst oder unbewusst diese Information auch schon über den gesetzten Rahmen aufnehmen. Das können ganz einfach Dinge wie eine andere Location oder ein untypisches Catering sein.

9. Werte können nur durch Vorleben vermittelt werden.

Generell gilt für die meisten dieser Punkte: Überall, wo es um Werte geht, reicht es nicht, diese zu kommunizieren. Viel wichtiger ist, dass sie erlebbar werden und daher vorgelebt werden müssen. **Nur** dann werden sie von den Teilnehmern übernommen.

10. Ohne die innere Einstellung geht gar nichts.

Gerade die Werte sollten daher vom Team verinnerlicht und gelebt werden. Ideal ist es, wenn man nicht für das Barcamp in einen „anderen Modus“ wechselt, sondern immer diese Werte wie Augenhöhe und offene Kommunikation lebt.

Aber auch bei vielen anderen Punkten ist dies wichtig – etwa bei der Sessionplanung. Strahlt das Team hier Unsicherheit aus, so spüren die Teilnehmer dies und werden ebenfalls unsicher.