



# BARCAMPS IN UNTERNEHMEN

*Informationen und Tipps rund um  
Barcamps in Unternehmen und  
Organisationen*

*Diese Inhalte warten auf Sie:*

*Barcamps,*

*Innovation,*

*Gelebte Werte,*

*Personalentwicklung,*

*Unternehmensentwicklung,*

*Externe Barcamp-Moderation.*

*Jan Theofel  
Version April 2014*

---

# Übersicht

In dieser Präsentation über Barcamps in Unternehmen finden Sie folgende Informationen. Jedes Thema wird mit **ausführlichen Erläuterungen und teilweise mit konkreten Tipps**, was Sie bei unternehmensinternen Barcamps beachten sollten, dargestellt.

Um direkt zu einem Thema zu springen, klicken Sie bitte auf die Seitenzahlen.

Seite

3

---

*Was sind Barcamps?*

---

Seite

15

---

*Unternehmens-  
entwicklung*

---

Seite

24

---

*Personalentwicklung*

---

Seite

31

---

*Produktinnovation*

---

Seite

36

---

*Gelebte Werte*

---

Seite

43

---

*Externe Unterstützung*

---

Seite

52

---

*So erreichen Sie mich*

---

# Was sind Barcamps?

---

*Kaffeepause!*

---

*Beschreibung klassischer  
Barcamps*

---

*Was sind Sessions?*

---

---

*Grundregeln - auch im  
Unternehmenskontext*

---

*Abgrenzung zum  
Open Space*

---

---

# Starten wir mit einer Kaffeepause!

---

**Das Beste einer klassischen Konferenz als Format: Barcamps als dauerhafte Kaffeepause.**

---

Besucher von Konferenzen berichten oft, dass das Lohnendste daran die Kaffeepausen wären.

Hier treten Sie mit Kollegen ins Gespräch und **tauschen sich mit ihnen auf Augenhöhe, offen und ehrlich** aus.

Es wird Wissen aus der Praxis für die Praxis weitergegeben.

Es werden Herausforderungen gemeinsam beleuchtet.

Es werden neue Ideen geboren.

Daher war es naheliegend, Konferenzen ohne Redner durchzuführen, die quasi nur aus Kaffeepausen bestehen.

Zusätzlich sorgt ein Zeitplan für Struktur, der am Morgen gemeinsam mit verschiedenen „Pausenangeboten“ wie Diskussionen, Fragerunden, Vorträgen oder Workshops gefüllt wird, ..

**Ein Barcamp kombiniert die angeregte Kaffeepause mit einer durchdachten Tagesstruktur.**

---

# Sessions = 45 Minuten für ein Thema

---

**Die Themen eines Barcamps sind die „Sessions“.  
Jede dauert 45 Minuten plus 15 Minuten Pause.**

---

Um der „Kaffeepause“ Struktur zu geben, wird diese in Sessions unterteilt. **Jeder Anwesende kann ein Thema für eine Session vorschlagen.**

Auch wenn teilweise Vorschläge vorab gesammelt werden, gibt es keine vorher festgelegten Sessions.

Inhaltlich sind Sessions völlig frei und werden nur durch die Teilnehmer ohne weitere Moderation durchgeführt. Sie dauern jeweils 45 Minuten.

Sessions können also klassische **Vorträge** sein, die dann aber meist zu sehr **lebhaften Diskussionen** führen.

Eine Session kann aber auch vom Leiter durch eine **Frage** definiert werden, zum Beispiel: „Ich würde gerne Twitter und den konkreten Nutzen für mich erklärt bekommen.“

Ebenso sind **Diskussionen, praktische Workshops** oder ein gemeinsamer Spaziergang zum losen Themenaustausch denkbar.

---

# Typischer Ablauf eines Barcamps

---

**Trotz der inhaltlichen Offenheit braucht ein Barcamp Struktur. Hier ein typischer Ablauf.**

---

Typischerweise dauert ein Barcamp **zwei Tage**. Dies hat vor allem den Vorteil, dass am zweiten Tag Themen des ersten aufgegriffen und vertieft werden können. Im Unternehmensumfeld ist jedoch ein Tag meistens besser integrierbar.

Der erste Tag startet mit einem Frühstück. Auch alle weiteren **Mahlzeiten werden gemeinsam eingenommen**, um hier die Kommunikation weiter zu fördern. Das Frühstück ist gleichzeitig Zeitpuffer für Verspätungen bei der Anreise.

Anschließend folgt die **Begrüßung** mit der Erklärung des weiteren Ablaufs durch das Team.

Es folgt eine **Vorstellungsrunde aller Personen**. Dabei werden nur der Name, Unternehmensbereich und drei Stichworte zur eigenen Person genannt. Das geht extrem schnell und ist ein wichtiger Eisbrecher für die folgende offene Kommunikation.

Dem schließt sich als Herzstück, die **Sessionplanung** an, bei der das Tagesprogramm erstellt wird.

Dabei dürfen alle Teilnehmer ihre **Sessions vor allen anderen kurz vorstellen**. Neben dem Inhalt wird erklärt, an wen sich diese Session richten soll. Anschließend wird das Interesse der Teilnehmer erfragt und für das Thema ein Raum und eine Uhrzeit festgelegt. Es finden immer mehrere Sessions parallel statt.

Nun **führen die Teilnehmer die Sessions eigenverantwortlich** durch.

Gibt es einen zweiten Tag, so wird morgens eine weitere Sessionplanung für diesen durchgeführt.

Am Ende steht eine gemeinsame **Abschlussrunde**, in der Wünsche und Anregungen für die nächste Durchführung des Barcamps gesammelt werden.

---

# Regeln für ein erfolgreiches Barcamp

---

**Was macht ein erfolgreiches Barcamp aus?  
Sechs Grundregeln helfen bei der Organisation.**

---

Aus der Praxis der von mir durchgeführten und besuchten Barcamps habe ich die folgenden **sechs Erfolgsregeln** abgeleitet.

Sie werden jeweils in der Grundform für allgemeine Barcamps vorgestellt. Zudem gebe ich einige Hinweise, was dies für Unternehmen konkret bedeuten kann.

Sind Entscheidungen bezüglich eines Barcamps zu treffen, helfen diese Grundregeln als Richtschnur.

**Jede Entscheidung sollte sich an diesen Regeln messen lassen können.**

---

# 1. Regel

---

**Alle Teilnehmer sind gleich.**

---

## **Klassisches Barcamp**

Auf einem Barcamp sind alle Teilnehmer gleich. Ob Schüler oder Selbstständige, Studenten oder Unternehmer, ob Teilnehmer oder Sponsor: **Jeder kann wertvolles Wissen und Sichtweisen einbringen.**

Damit dies geschehen kann, begegnen sich alle Teilnehmer auf „Augenhöhe“.

Es gibt keine Sonderrollen.

## **Barcamps in Unternehmen**

Jeder Mitarbeiter des Unternehmens ist innerhalb des Barcamps gleich. **Vom Vorstand bis zum Azubi sollten sich alle Personen auf Augenhöhe begegnen.**

Wenn es zu Ihrer Unternehmenskultur passt, kann hierfür auch ein informelles „Du“ zwischen allen Anwesenden vereinbart werden.



---

## 2. Regel

---

*Kommunikation findet offen statt.*

---

### **Klassisches Barcamp**

**Sämtliche Kommunikation soll freundlich, persönlich, offen und ehrlich erfolgen.**

*Jede Frage, Anmerkung, Ergänzung oder Korrektur ist willkommen, solange sie wertschätzend und freundlich eingebracht wird.*

### **Barcamps in Unternehmen**

Überlege Sie, **welche Faktoren bei Ihnen einer solchen offenen Kommunikation entgegenstehen könnten** und wie sie diesen begegnen.

*Beispielsweise könnte die Abstimmung zu den Sessions anonym durch Klebepunkte statt durch Abstimmung im Plenum erfolgen, um ein möglichst ehrliches Ergebnis zu erzielen.*

---

# 3. Regel

---

**Die Teilnehmer bestimmen die Inhalte.**

---

## **Klassisches Barcamp**

Die Ausrichter legen einen Themenrahmen fest. Darin - und oft auch darüber hinaus - **kommen alle Inhalte von den Teilnehmern. Es ist inhaltlich ihre Veranstaltung.**

Eine Einflussnahme durch die Sponsoren oder die Organisatoren (über das grundlegende Thema und den organisatorischen Rahmen) hinaus muss ausgeschlossen werden.

## **Barcamps in Unternehmen**

Wählen Sie einen **geeigneten Themenrahmen, der am besten der Ausrichtung Ihres internen Barcamps entspricht.** Lassen Sie aber auch Themen zu, die diesen aus diesem Rahmen herausfallen.

Wahlweise können Sie auch ein freies internes Barcamp anbieten, bei dem Sie alle Themen zulassen.

---

# 4. Regel

---

## Der Rahmen bestimmt die Qualität.

---

### **Klassisches Barcamp**

Der gesetzte Rahmen durch die Organisation nimmt maßgeblich Einfluss auf die Qualität des Barcamps. Dies gilt dabei nicht nur für die organisatorischen Faktoren, sondern auch für die Qualität der Sessions.

Über die richtige Ansprache der Teilnehmer können gezielt gute Sessions gefördert und unerwünschte Sessions (z. B. „Marketingtalk“) vermieden werden.

### **Barcamps in Unternehmen**

Achten Sie besonders auf eine **offene Atmosphäre**.

Oft empfiehlt es sich, durch die Wahl einer **externen Location** den Teilnehmern schon dadurch zu zeigen, dass ein Barcamp „etwas anders“ ist.

Sprechen Sie einen **legeren Dresscode** für das interne Barcamp aus um auch hier ein Umfühlen zu erwirken.

---

# 5. Regel

---

**Jeder darf teilnehmen.**

---

## **Klassisches Barcamp**

Innerhalb der Zielgruppe darf es für die Teilnahme keine Zugangsbeschränkungen geben. **Jeder, der gewillt ist sich einzubringen, ist als Teilnehmer gern gesehen.**

Termin, Kosten und sonstige Rahmenbedingungen sollten so gestaltet werden, dass die Zutrittsbarriere möglichst gering ist.

## **Barcamps in Unternehmen**

Definieren Sie, ob und wenn ja welche Unternehmensbereiche ihr internes Barcamp abdecken soll. Aus diesen sollten dann **alle Mitarbeiter zugelassen werden - vom Vorstand bis zum Azubi.**

Bieten Sie eine Kinderbetreuung an, wenn das Barcamp aus den üblichen Arbeitszeiten herausfällt, damit auch Eltern daran teilnehmen können.

---

# 6. Regel

---

**Inhalte sollten über das Barcamp hinaus verbreitet werden.**

---

## **Klassisches Barcamp**

So viel wie möglich von dem, was auf dem Barcamp geschieht, **sollte auch für Nichtteilnehmer festgehalten und veröffentlicht werden.**

Ausgenommen hiervon sind jedoch vertrauliche und persönliche Informationen.

## **Barcamps in Unternehmen**

Dies ist besonders bei internen Barcamps wichtig! Hier sollen ja nicht nur die Anwesenden von der Veranstaltung profitieren, sondern alle Mitarbeiter.

**Definieren Sie vorab Regeln, wer für die Zusammenfassungen der Sessions verantwortlich ist und wo diese zentral gesammelt werden.**

---

# Abgrenzung zum Open Space

---

**Barcamps und Open Spaces: Äußerlich ähnlich wie Zwillinge, aber im Charakter grundverschieden!**

---

Barcamps und Open Space sind quasi Zwillinge - nur mit einem sehr unterschiedlichem Charakter.

**Der zentrale Unterschied ist, dass Barcamps weit weniger formal durchgeführt werden.**

Dies kommt daher, dass sie eher aus der Community kommen. Man könnte sagen, Barcamps haben sich „bottom-up“ entwickelt hat, während der Open Space eher „top-down“ als neue Methode eingeführt wurde.

**Nur durch den Community-charakter ergibt sich die so wichtige Kommunikation auf Augenhöhe.**

Weiterhin werden Open Spaces oft für konkrete Ziele durchgeführt. **Barcamps bleiben grundsätzlich offen** - auch wenn Sie natürlich die in diesem Dokument beschriebenen Ziele damit verfolgen. Das Besondere ist der fehlende Leistungsdruck, der Menschen besonders offen und kreativ werden lässt.

Durch weniger formale Strukturen wie Zusammenfassungen im Plenum sind Barcamps **auch für sehr große Gruppen bis etwa 300 Teilnehmern** geeignet. Dabei nehmen Teilnehmer für sich das mit, was ihnen selbst gerade am meisten weiterhilft.

# Unternehmens- entwicklung

---

*Informeller  
Wissensaustausch*

---

---

*Hierarchieebenen  
durchlässig machen*

---

---

*Anstoß für Enterprise 2.0*

---

---

*Innovationsmotor*

---

---

*Ziele kommunizieren statt  
monologisieren*

---

---

*Ideen der Mitarbeiter  
aufgreifen*

---

---

*Zusammenarbeit fördern*

---

---

*Geschäftspartner einbinden*

---

---

# Informeller Wissensaustausch

---

**Wissen Ihre Mitarbeiter voneinander,  
was sie alles wissen?**

---

**Der interne Austausch von Wissen stellt für viele Unternehmen eine besondere Herausforderung dar.**

Je mehr Mitarbeiter, desto schwieriger wird es, dass jeder zumindest eine grobe Vorstellung davon hat, was die Kollegen alles wissen, können und anbieten. Moderne Techniken leisten da nur teilweise Abhilfe.

Da bei einem Barcamp alle untereinander ihr Wissen austauschen, **lernen hier Mitarbeiter voneinander und wissen so anschließend auch, wer zu diesem Thema Experte im Unternehmen ist.**

Sie können anschließend als Ansprechpartner für ihre direkten Kollegen zur Verfügung stehen und an gesuchte Experten im Haus verweisen.



---

# Enterprise 2.0

---

**Barcamps sind wie Wikis:  
Wissen wird zusammengetragen und geteilt.**

---

Setzen Sie bereits auf Enterprise 2.0?

Selbst wenn Sie es vielleicht nicht so nennen: **In vielen Unternehmen sind Wikis und andere soziale Medien längst Alltag geworden.**

Ein Barcamp ist dem offenen Austausch auf diesen Plattformen sehr ähnlich - mit dem Unterschied, dass es im echten Leben direkt zwischen Menschen stattfindet.

Dadurch ist ein Barcamp eine ideale Möglichkeit, **bestehende Lösungen weiter zu etablieren oder neuen Plattformen Leben einzuhauchen.**

Die Teilnehmer vernetzen sich später im Intranet und bleiben so dauerhaft im Austausch.

Interne Wikis sind zudem ideale Plattformen, um die Zusammenfassungen von Sessions zu veröffentlichen und so neue, attraktive Inhalte zu erhalten.

---

# Ziele kommunizieren statt monologisieren

---

**Kommunizieren Sie Ziele in einem offenen Dialog,  
statt diese in einem Monolog zu diktieren.**

---

Wohin soll sich Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln? **Diese Ziele müssen an die Mitarbeiter weitergegeben werden.**

Klassisch geschieht dies als Information von der Geschäftsführung an die Mitarbeiter. **Wie viel davon die Mitarbeiter aufnehmen und wie viel sie davon annehmen, bleibt offen.**

Nimmt die Geschäftsführung auch an einem Barcamp teil, so können **Ziele in Sessions kommuniziert** werden. Die Mitarbeiter können so mehr über die Hintergründe erfahren, Fragen stellen und sind mehr eingebunden.

**Dadurch fällt es in der Regel leichter, Unternehmensziele zu verstehen und anzunehmen.**

Hinweis: Achten Sie darauf, dass auch solche Sessions ganz normal morgens in der Sessionplanung eingereicht werden.

---

# Zusammenarbeit fördern

---

**Durch ein Barcamp entstehen Kontakte außerhalb der Abteilung und über alle Ebenen hinweg.**

---

Auf Barcamps treten durch die anwesenden Mitarbeiter alle Ebenen und Abteilungen miteinander in Kontakt.

Dadurch ergibt sich nicht nur ein besseres Bild, welche zahlreichen Abteilungen es gibt, sondern es kann auch eine bessere Zusammenarbeit zwischen diesen initiiert werden.

Insbesondere durch den persönlichen und offenen Kontakt zwischen den verschiedenen Personen **kann ein Miteinander statt eines häufig auch hinderlichen Wettbewerbs zwischen den Abteilungen unterstützt werden.**

---

# Hierarchieebenen durchlässig machen

---

**Kommunikations findet unabhängig von Hierarchien statt. Dies kann weitergeführt werden.**

---

Hierarchieebenen in Unternehmen haben eine wichtige Funktion. Dennoch ist es oft auch hilfreich, wenn diese für einen Moment in den Hintergrund treten können.

Die hierarchieübergreifende Kommunikation aus einem Barcamp kann auch nach dessen Ende in Teilen weitergeführt werden. **So bleiben die Hierarchien erhalten, werden aber etwas durchlässiger.**

Gerade für Unternehmen, die schnell gewachsen und dabei eher unerwünschte Hierarchiestrukturen ausgebildet haben, kann dieser Aspekt besonders wertvoll sein.

In diesem Fall **kann ein Barcamp mit helfen, solche Strukturen wieder zu verflachen und abzubauen.**

---

# Innovationsmotor

---

**Ideen und Impulse von Barcamps fördern nachhaltig die Innovation in Unternehmen.**

---

Als Unternehmen müssen Sie sich beständig neu erfinden und weiterentwickeln. Das gilt nicht nur für Ihre Produkte sondern ebenso für Ihre internen Prozesse, Strukturen, Arbeitsbedingungen etc.

**Durch das Zusammentreffen von ganz vielen verschiedenen Personen, Wissensbereichen und Impulsen kann ein Barcamp als ein Innovationsmotor in Ihrem Unternehmen dienen.**

Werden die Barcamps **regelmäßig** durchgeführt, so können die Teilnehmer über die Fortschritte unterrichtet werden, die sich aus den Impulsen eines früheren Barcamps ergeben haben.

Im dritten Abschnitt gehe ich näher auf Barcamps als Quelle für neue Produkte ein.

---

# Ideen von Mitarbeitern aufgreifen

---

**Ideen „versauern“ nicht in einer Vorschlagsbox, sondern werden sofort diskutiert.**

---

In vielen Unternehmen gibt es bereits ein gut funktionierendes Vorschlagswesen. In anderen bleiben manche Ideen leider „auf der Strecke“. Egal wie es bei Ihnen aussieht: **Sie können noch eine Schnippe oben drauf legen.**

Denn auf Barcamps können Ideen sofort aufgegriffen und in kleinen Gruppen diskutiert werden. So entsteht **aus einer Anfangsidee eine echte Umsetzungsmöglichkeit.**

Dabei bietet der offene Austausch auf Barcamps vor allem auch wertvolle Impulse, Vorschläge überhaupt als solche zu erkennen. Denn **wie viele Ideen mögen in Ihren Mitarbeitern schlummern, die sie nie eingereicht haben, weil sie dachten, nur sie allein seien betroffen?**

Hinweis: Klären Sie vorab die Frage, wer bei Ideen von Barcamps eine mögliche Belohnung erhält. Vielleicht möchten Sie diese spenden, da sie keiner Einzelperson zuzurechnen ist?

---

# Geschäftspartner einbinden

---

***Ist Ihre offene und innovative Unternehmenskultur für Ihre Geschäftspartner auch erlebbar?***

---

Denken Sie bei internen Barcamps dennoch auch extern! **Was spricht gegen das Einbinden Ihrer engen Geschäftspartner?** Personen von Ihren Tochterunternehmen, Joint-Ventures, aber auch von Lieferanten, Kooperationspartnern und wichtigen Kunden können entscheidende Impulse liefern, die Sie anschließend umsetzen können. Umgekehrt ergeben sich für sie auch neue Ideen und Sichtweisen.

Zugleich können Sie Ihre Geschäftsbeziehung so vertiefen. Denn Ihre Partner lesen nicht nur in Ihrer Unternehmenspräsentation von Ihrer **offenen und innovativen Unternehmenskultur. Diese wird vielmehr für sie unmittelbar und persönlich erlebbar.**

# Personal- entwicklung

---

Zugehörigkeitsgefühl  
stärken

---

---

Spaß an der  
(Zusammen-)Arbeit

---

---

Engagement fördern

---

---

Mitarbeiterwünsche  
erkennen

---

---

Selbstvertrauen vertiefen

---

---

Bewerber und „Inaktive“

---



---

# Zugehörigkeits- gefühl stärken

---

**Wie sehr identifizieren sich Ihre Mitarbeiter mit dem Unternehmen?**

---

Ein Barcamp macht Ihr Unternehmen und dessen Führung für die Mitarbeiter sehr gut erfahrbar.

**Sie sind plötzlich nicht nur ein Mitarbeiter, sondern erleben sich als wichtiger Teil des Unternehmens.**

Dies kann die Identifikation mit dem Unternehmen nachhaltig unterstützen.

Hinweis: Je mehr Führungskräfte, Geschäftsführer und Vorstände an einem solchen Barcamp teilnehmen, desto stärker ist dieser Effekt.

Achten Sie aber gerade bei diesen Personen besonders darauf, dass sie die Kommunikation auf Augenhöhe durchführen. Ein vorheriges Briefing, warum dies so wichtig ist, ist also unerlässlich.

---

# Engagement fördern

---

**Wie engagiert sind Ihre Mitarbeiter?**

**Wie engagiert wünschen Sie sie sich?**

---

Auf internen Barcamps werden sich tendenziell die engagierten Mitarbeiter Ihres Unternehmens versammeln. **Man könnte also sagen, dass ein solches auch eine Incentivierung für Engagement ist.**

Zusätzlich werden Kollegen animiert sich mehr zu engagieren, sofern sie dies bislang vielleicht noch nicht so stark getan haben. Sie haben hier die Chance zu **erleben, dass ihr Engagement im Unternehmen tatsächlich etwas verändern kann.**

---

# Selbstvertrauen vertiefen

---

**Sessions und aktive Partizipation stärken das vorhandene Selbstvertrauen Ihrer Mitarbeiter.**

---

Diesen Effekt kennen wir sehr gut von normalen Barcamps: **Insbesondere bei Teilnehmern, die hier Sessions anbieten, steigt das Selbstvertrauen.** Aber auch alle, die sich engagiert einbringen und aktiv mitdiskutieren, können dadurch mehr Selbstvertrauen gewinnen.

Vor allem bei Mitarbeitern, die noch nicht regelmäßig präsentieren, gilt dabei: Zusammen mit ein paar hilfreichen Tipps erfahrener Kollegen\* können so (interne) Barcampbesuche so manche Kommunikationsschulung ersetzen. Oder sie können dabei helfen, das dort Gelernte wieder aufzufrischen.

\* Vielleicht als Präsentieren-How-to-Session auf dem internen Barcamp?

---

# Spaß an der (Zusammen-)Arbeit

---

*Arbeit fällt uns am leichtesten,  
wenn sie uns Spaß macht.*

---

*Jeder, der ein Barcamp schon einmal erlebt hat, wird Ihnen bestätigen können: Neben den ganzen positiven Effekten des Wissensaustauschs, der neuen Kontakte und Impulse **macht es vor allem auch viel Spaß!***

*Und wie wertvoll wäre es, wenn Ihre Mitarbeiter diesen Spaß an Ihren Arbeitsplatz mitnehmen könnten?*

*Daher bieten sich Barcamps auch als **alternatives Teamevent, „Jahresausflug“ oder Weihnachtsfeier** an. Richten sie dieses auf persönliche Themen wie Hobbies aus, ist es eine sinnvolle Alternative zu Hochseilgärten und Wildwasserrafting. Vor allem weil es auch hier etwas Neues und Innovatives ist.*

---

# Mitarbeiterwünsche erkennen

---

**Was wünschen sich Ihre Mitarbeiter, damit sie zufriedener sind?**

---

*Welche Wünsche haben Ihre Mitarbeiter eigentlich an Sie als Arbeitgeber? Vor allem welche noch unbewussten Bedürfnisse sind vorhanden, die auch von den Mitarbeitern erst entdeckt werden möchten?*

*Im offenen Austausch mit Kollegen können diese Wünsche und Bedürfnisse leichter erkannt werden. Zudem wird erlebbar, dass man mit ihnen nicht alleine ist und man diese als Wunsch an die Geschäftsleitung herantragen sollte.*

**Natürlich kann nicht jeder Wunsch umgesetzt werden, aber zumindest kann er ernstgenommen werden.** Beides erhöht die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter!

---

# Einbindung von Bewerbern und „Inaktiven“

---

**Wollen Sie neue Bewerber unabhängig von einem klassischen Bewerbungsgespräch kennenlernen?**

---

Denken Sie für einen Moment über Ihre aktuellen Mitarbeiter hinaus: Könnten Sie sich vorstellen, **Bewerber mit in das Barcamp einzubinden?** So hätten Sie eine wertvolle Möglichkeit, diese einmal ganz direkt kennenzulernen.

Oder denken Sie an **Mitarbeiter in Elternzeit**, die so auf dem Laufenden bleiben und deren Rückkehr damit unterstützt werden kann.

Und was ist mit **ehemaligen Mitarbeitern**, die Sie gerne zurückgewinnen würden.

Eine besondere Form hiervon bietet sich in Unternehmen an, die aus größeren Bewerbergruppen bislang mittels Assessment-Center die neuen Mitarbeiter ausgewählt haben. **Führen Sie statt dessen ein Barcamp mit den Bewerbern durch** und beurteilen Sie sie aus diesem Umfeld heraus. Hier kann jeder seine Stärken und Fähigkeiten zeigen.

# Produkt- innovation

---

*So etwas wie Brainstorming*

---

*Verknüpfung zwischen  
Abteilungen*

---

---

*Offenheit:  
Ohne Ziel mit Ziel*

---

*Kunden und Marken-  
botschafter einbinden*

---

---

# So etwas wie Brainstorming

---

**Gähnen Sie auch schon,  
wenn Sie nur den Begriff „Brainstorming“ hören?**

---

Ok, zugegeben, die Frage ist etwas provokant. Denn es gibt - sicher auch bei Ihnen - viele gute Brainstormings.

Aber sehen das auch alle Ihrer Mitarbeiter so?

Und **entstehen viele gute Ideen nicht gerade außerhalb solcher Brainstormings**, oft sogar außerhalb des üblichen Arbeitsumfelds?

**Durch die vielen verschiedenen Einflüsse auf einem Barcamp können auf ganz natürliche und zwanglose Weise neue Ideen entstehen.**

Stellen Sie einfach sicher, dass diese auch notiert werden und entweder als Session angeboten oder in anderer Form unmittelbar weiterverfolgt werden.



---

# Verknüpfung von Abteilungen

---

**Hier treffen ungeplant Menschen und Abteilungen  
aufeinander und generieren neue Ideen.**

---

Der Umstand, dass auf einem Barcamp neue Ideen entstehen können, wird dadurch begünstigt, dass hier diverse Abteilungen aufeinander treffen, die sonst vielleicht nicht in einem intensiven Austausch stehen. Je unterschiedlicher die Impulse sind, die die verschiedenen Mitarbeiter einbringen können, desto besser!

Da die Kontakte auch über das Barcamp hinaus bestehen bleiben, kann sich dieses zur **Keimzelle für abteilungs- und geschäfts-bereichsübergreifende Ideen, Produkte und Projekte** werden.

---

# Offenheit: Ohne Ziel mit Ziel

---

**Ohne den Druck eines Ziels entstehen leichter neue Ideen.**

---

Ein Effekt, den wir im Alltag immer wieder beobachten können: **Viele Ideen entstehen** außerhalb der dafür vorgesehenen Rahmen. Dies geschieht meistens dann, **wenn man gerade keinen Druck hat, neue Ideen zu generieren.**

Da ein Barcamp kein konkretes Ziel hat, ist eben dieser Druck hier nicht vorhanden. Dadurch können Ideen leichter und natürlicher entstehen.

**Der Geistesblitz bekommt den Raum und die Umgebung, die für ihn optimal sind.**

---

# Markenbotschafter einbinden

---

**Binden Sie Ihre Kunden und vor allem  
Markenbotschafter mit ein!**

---

Wenn Produktinnovation ein Fokus Ihres Barcamps darstellen soll, so bietet sich auch hier das **Einbinden von externen Teilnehmern** an - in diesem Fall natürlich **Ihrer Kunden**.

Überlegen Sie, welche Kundengruppen ideal zu so einem Barcamp passen, und laden Sie gezielt Personen daraus ein.

Im B2C-Bereich stellen heute aktive Social-Media-Nutzer wichtige **Markenbotschafter** dar. Diese bieten sich ideal an, um sie zu so einem Barcamp einzuladen. Haben Sie noch keine Markenbotschafter identifiziert oder aufgebaut, kann ein die Barcamp-Einladung dies initiieren.

**So nutzen Sie nicht nur deren Ideen für sich, sondern binden diese noch stärker an Ihre Marke.**

# Werte (vor)leben

---

Wertschätzung  
und Respekt

---

---

Innovativ

---

---

Offene Kommunikation  
intern und extern

---

---

Mut

---

---

Begegnung auf Augenhöhe

---

---

Persönliche Themen  
zulassen

---

---

# Wertschätzung und Respekt

---

**Wie viel Wertschätzung und Respekt bringen Sie Ihren Mitarbeitern im Alltag entgegen?**

---

Wertschätzung und Respekt gegenüber den Mitarbeitern sind typische Werte, die Unternehmen für sich definieren.

Aber wie sieht das im Arbeitsalltag in der Praxis aus? **Wie viel Wertschätzung und Respekt ist für den einzelnen Mitarbeiter wirklich erfahrbar?** Im Projektstress und Termindruck geht das leider oft unter.

Da sich auf einem Barcamp alle Teilnehmer auf Augenhöhe begegnen, zeigt dies automatisch Wertschätzung und Respekt für jeden Anwesenden. **Diese Unternehmenswerte werden während eines Barcamps persönlich erfahrbar.**

Und die Chancen stehen gut, dass sie dadurch später mehr im Arbeitsalltag auch mehr gelebt werden.

---

# Offene Kommunikation intern und extern

---

**Offene und ehrliche Kommunikation ist oft nicht einfach. Sie will geübt und vertieft werden.**

---

Ebenso häufig ist eine offene und ehrliche Kommunikation sowohl intern als auch in Geschäftsbeziehungen ein klarer Wert vieler Unternehmen.

In der Praxis zeigt sich aber durchaus, dass eine solche offene und ehrliche Kommunikation erlernt und geübt werden muss. **Zu tief steckt in vielen Mitarbeitern die Sorge, etwas Falsches zu sagen, oder der Impuls, zuerst an die eigenen Projekte denken zu müssen.**

**Ein Barcamp ist offene und ehrliche Kommunikation in Reinform.**

Hier findet diese gewünschte Kommunikation statt und wird erfahrbar. Zugleich ist es die **„Übungsmatte“ für die zukünftige Kommunikation untereinander.**

---

# Begegnung auf Augenhöhe

---

**Wertschätzung und Respekt sind am besten durch offene Kommunikation auf Augenhöhe erfahrbar.**

---

Wie bereits erwähnt macht die Kommunikation auf Augenhöhe Werte wie Wertschätzung und Respekt unmittelbar erlebbar.

Aber auch der Austausch auf Augenhöhe selbst stellt einen großen Wert in der Kommunikation dar.

**Auch im späteren Alltag kann ein Austausch auf Augenhöhe geschehen.** Selbst wenn dort am Ende der Vorgesetzte das letzte Wort hat: Die Mitarbeiter fühlen sich ernstgenommen.

Auch hier kann ein Barcamp wieder **zwei Rollen** einnehmen. Zum einen wird hier gelebt, was später Alltag sein soll, und ist so schon einmal erfahrbar. Zum anderen gibt es auch hier wieder die Funktion als „Übungsmatte“, um das zu erproben, was sich sonst vielleicht noch ungewohnt anfühlt.

---

# Innovativ

---

**Zeigen Sie Innovation: Sie sind eines der wenigen Unternehmen, die schon Barcamps durchführen!**

---

Wie oft taucht das Wort „Innovation“ oder vergleichbare Begriffe in Ihren Unternehmenspräsentationen auf?

**Als Unternehmen, das ein internes Barcamp durchführt, zählen Sie in diesem Bereich zu den leider noch sehr wenigen echten Innovatoren!**

Oder wie viele Unternehmen kennen Sie, die das schon gemacht haben?

Das gilt übrigens auch für das Sponsoring von Barcamps oder das Ausrichten von Themencamps.

Eine kleine, aber wahre Geschichte, die ich erleben durfte:

Ein Sponsor für eines meiner öffentlichen Themencamps sagte mir ab. Die Begründung war - etwas verklausuliert - dass dieses Format für das Unternehmen zu innovativ sei!



---

# Mut

---

**Wenn Sie die offenen Ergebnisse eines Barcamps zulassen, beweisen Sie sehr viel Mut.**

---

Sich auf die offenen Ergebnisse eines internen Barcamps einzulassen erfordert neben unternehmerischer Weitsicht und Innovationswillen vor allem eines: **Ganz viel Mut.**

Mit der Durchführung beweisen Sie Ihren Mitarbeitern also Mut - **eine Eigenschaft, die sicherlich positiv auf diese abfärben wird**, wenn Sie sich hierauf einlassen.

---

# Persönliche Themen zulassen

---

**Wie persönlich wollen Sie Mitarbeitern begegnen?  
Lassen Sie private Themen auch zu?**

---

Möchten Sie Ihre Mitarbeiter noch mehr in den Mittelpunkt stellen? Ich schrieb bereits von Barcamps als Teamevents. Sie können aber auch ein internes Barcamp bewusst **für private Themen öffnen**. Denn wer weiß schon, welche Schätze in Ihren Mitarbeitern schlummern, die auch für das Unternehmen oder die Persönlichkeitsentwicklung der Kollegen hilfreich sind - auch wenn der Mitarbeiter das selbst gar nicht ahnt?

Persönliche Themen fördern auch das **soziale Miteinander**, weil sie Mitarbeiter privat vernetzen und so Begegnungen auch außerhalb der Arbeitszeit, etwa gemeinsame Aktivitäten in der Pause, anstoßen können.

Sie könnten sogar darüber nachdenken, auch die **Lebenspartner der Mitarbeiter mit zu dem Barcamp einzuladen**. So binden Sie auch diese mit an das Unternehmen und dessen Kultur. (Denken Sie hier unbedingt für die Eltern an eine Kinderbetreuung!)

# Externe Beratung und Moderation

---

*Erfahrung nutzen*

---

*Augenhöhe sichern*

---

*Erfolgsgeschichten inklusive*

---

*Auf Experte verweisen*

---

---

*Echtes Communityfeeling*

---

*Mitarbeiter konzentrieren  
sich auf die Inhalte*

---

*Zeit und Kosten reduzieren*

---

*Schwarzer-Peter-Effekt*

---

---

# Erfahrung nutzen

---

**Nutzen Sie die Erfahrung eines langjährigen Barcamp-Experten als Erfolgsgarantie!**

---

Der offensichtlichste Punkt, warum Sie einen externen Barcamp-Experten beauftragen sollten, ist, um sich **dessen Erfahrung** zunutze zu machen.

Viele Entscheidungen können von einem Profi leichter getroffen werden. Oftmals ist es ein sehr intuitives Wissen, das sich kaum in Anleitungen niederschreiben lässt.

Wesentlich ist natürlich, dass wir gemeinsam Ihre Zielsetzung des Barcamps abstecken. Auch Wissen über Ihre Unternehmenskultur muss einfließen, so dass aus beiden Welten ein erfolgreiches Event wird.

---

# Augenhöhe sichern

---

**Ein Externer hilft, die Augenhöhe zu sichern: Da er kaum jemanden kennt, behandelt er alle gleich.**

---

Einer der wichtigsten Aspekte eines Barcamps ist die Begegnung auf Augenhöhe. **Da ein externer Moderator meistens nur wenige Ansprech-partner kennt, wird er alle Personen gleich behandeln.**

Er weiß schließlich nicht um die Funktion oder das innerbetriebliche Ansehen der Anwesenden. Dies sichert die Begegnung der Teilnehmer auf Augenhöhe.

Vor allem die **Moderatorrolle sollten Sie immer extern besetzen:** Ist es ein Kollege, so wird die Augenhöhe schon dadurch aufgehoben, dass diese Person gerade ganz offensichtlich die Lorbeeren für das Barcamp bekommt. Ist es sogar ein Vorgesetzter, wird diesem die gewünschte Kommunikation auf Augenhöhe nur schwer abgenommen werden.

---

# Erfolgsgeschichten inklusive

---

**Ein erfahrener Moderator hat für jede Situation eine reale Geschichte parat.**

---

Erfahrung aus zahlreichen Barcamps liefert auch zu fast jeder Situation eine passende und authentische Geschichte. **Egal was passiert: Ein Barcamp-Experte kann auf diese zurückgreifen, um viele Situationen zu entschärfen.**

Ich berichte beispielsweise häufig, wie ich mein erstes Barcamp besucht habe. Wie ich dachte: „Was wollen die jetzt machen? Das wird niemals klappen!“ Und dass ich es nun schon seit sieben Jahren erleben darf, dass es immer extrem gut klappt.

Solche authentischen Schilderungen haben einen ungemein beruhigenden Effekt auf barcampunerfahrene Teilnehmer.

---

# Auf Experten verweisen

---

**Ein Experte ist vertrauenswürdig und „beweist“,  
dass dieses Format wirklich funktioniert.**

---

Ein Experte, der sich **vollständig auf die Durchführung von Barcamps** konzentriert, kann ebenfalls **gut als „Beweis“ genutzt werden, dass dieses Format funktioniert.**

Er ist eine vertrauenswürdige und unabhängige Instanz. Nicht „nur ein Berater, der mit einer weiteren hippen Idee“ daherkommt und vielleicht von Ihren Mitarbeitern nicht mehr so ganz ernst genommen wird.

Sie können auf den Barcamp-Experten beispielsweise mit Worten verweisen wie: „Er ist ein Experte für Barcamps und hat schon viele davon durchgeführt. Auch wenn dieses Konzept vielleicht etwas verrückt klingt, vertrauen Sie ihm bitte. Er weiß genau, was er tut.“

---

# Echtes „Communityfeeling“

---

**Ein aus der Community kommender Moderator macht das „Communityfeeling“ spürbar.**

---

**Wählen Sie einen Moderator, der schon viele Jahre in der Barcamp-Community aktiv ist.**

*Mit seiner Hilfe wird das Erlebnis „Barcamp“ als aus der Community gewachsenes Format authentisch vermittelbar und erlebbar.*

*Dabei schadet es nicht, dass es hier keine zertifizierten Barcamp-Experten gibt. Im Gegenteil: Die Abwesenheit von Zertifikaten und Titeln macht den Communityursprung viel realer.*

**Sie spüren, wer für dieses Format brennt und es authentisch als communitygetrieben anbietet.**



---

# Mitarbeiter konzentrieren sich auf Inhalte

---

*Ihre Mitarbeiter sollten sich auf den Austausch  
konzentrieren statt auf die Moderation.*

---

Fast schon zu offensichtlich, um es zu erwähnen, aber dennoch gerne übersehen: **Ihre Mitarbeiter und auch Sie** (ja genau Sie, die Sie das hier gerade lesen) **sollten sich vor Ort als ganz normale Teilnehmer fühlen und sich inhaltlich beteiligen**, ohne sich Gedanken um Organisation oder Moderation machen zu müssen.

Denn auch wenn ich diese Doppelrolle selbst sehr oft einnehme: Ich darf Ihnen versichern, dass selbst ich mich nach vielen Jahren Erfahrung als Organisator nie so tief auf die Inhalte einlassen kann wie als Teilnehmer.

---

# Zeit und Kosten reduzieren

---

**Wie viel kostet es, wenn sich ein Mitarbeiter das Wissen aneignet? Und ist dafür Zeit vorhanden?**

---

Gerne auch übersehen werden die **Zeit und damit die Kosten, die Mitarbeiter verursachen**, die sich in das Thema Barcamp und dessen Moderation einarbeiten müssen.

Gerade weil Barcamps nicht sehr oft durchgeführt werden (ein guter Turnus ist zum Beispiel zwei mal im Jahr), ist dies in der Regel nicht wirtschaftlich.

Zumal im Alltag im Normalfall neben all den vorhandenen Aufgaben oft **kaum Zeit bleibt, sich in solche neuen Aufgaben einzuarbeiten** und später dann für jedes Barcamp vorzubereiten und durchzuführen.

---

# Der Schwarze-Peter-Effekt

---

**Was, wenn etwas schief geht? Geben Sie den „Schwarzen Peter“ nach extern ab!**

---

Seien wir auch in diesem Punkt ganz offen:

**Ich habe noch nie ein Barcamp erlebt, das schiefgegangen ist. Dennoch können durch Barcamps Themen hervorgeholt werden, die nicht jedem gefallen.**

(Natürlich waren die sowieso schon da und wären eben erst später oder anders an die Oberfläche gekommen.)

Nehmen wir an, es tritt der Fall ein, dass gewisse Personenkreise nach einem Barcamp verärgert auf aufgetauchte Themen reagieren.

Dann ist es immer von Vorteil, wenn Sie einen Externen haben, dem Sie dafür den schwarzen Peter zuschieben können.

**Das kann helfen, den internen politischen Druck herauszunehmen und sich auf die Lösung der Themen zu konzentrieren.**

# Überzeugt?

## Klingt gut!

*Dann finden Sie auf der nächsten Seite meine Kontaktdaten.*

***Ich freue mich von Herzen darauf, Sie bei Ihrem Barcamp unterstützen zu dürfen!***

## Noch nicht!

*Dann finden Sie auf der nächsten Seite meine Kontaktdaten.*

*Denn vielleicht passt ein Barcamp bei Ihnen wirklich nicht. Vielleicht doch, Sie wissen nur noch nicht wie genau.*

***Lassen Sie uns darüber reden und es gemeinsam herausfinden!***

---

# Kontakt Daten

## Jan Theofel



*E-Mail:*

[jan@theofel.de](mailto:jan@theofel.de)

*Webseite:*

[www.theofel.com](http://www.theofel.com)

*Telefon:*

**+49 30 54830519**

---

# Lizenz und aktuelle Version

## **Lizenz:**

*Sie dürfen diese Präsentation in unveränderter Form weitergeben.*

*Bitte fragen Sie mich vor der Veröffentlichung auf Webseiten an.*

*Möchten Sie Teile daraus auf Ihrer Webseite oder in Ihren Dokumenten verwenden, senden Sie mir bitte eine E-Mail mit Ihrer Anfrage.*

## **Aktuelle Version:**

*Die jeweils aktuelle Fassung dieser Präsentation finden Sie auf meiner Webseite:*

*[www.theofel.com/go/bcintern.html](http://www.theofel.com/go/bcintern.html)*