



# WarmUp Session

# Über Barcamps

1. Herkunft
2. Definition
3. Merkmale
4. Regeln

***Audience driven:*** Es passiert nur, was die Teilnehmer sich wünschen und selber einbringen; geringe Eintritts- und Teilnahmeschwellen; jedes Anliegen kann vorgebracht werden.

***Equality and Respect:*** Alle begegnen sich auf Augenhöhe und Duzen sich.

***Creativity and Relaxing at the same time:*** Eine Mischung aus Seminar und Campingplatz, Feldlager, Kaffeepause bzw. Klassentreffen.

# Herkunft



*Barcamps sind ein genuines Produkt der Internetkultur.*

*2003 erfunden von Tim O'Reilly, dem Promoter des Buzzword **Web 2.0**.*

*2005 demokratisiert und global verbreitet.*

*2006 fand das erste Barcamp Berlin in Deutschland statt.*

*2008 haben Frank und ich das jährlich stattfindende **CommunityCampBerlin** gegründet.*

*2014 fanden allein im deutschsprachigen Raum rund 150 Barcamps statt.*

# Definition



*Ein Barcamp gehört zu einem Netzwerk von „Unkonferenzen“, deren Ablauf und Inhalte ausschließlich von den Teilnehmern direkt am Tag selbst bestimmt werden.*

*Barcamps sind ungemein intensive Veranstaltungen mit Präsentationen, Diskussionen und Interaktionen der Teilnehmer untereinander.*

*Die offene Atmosphäre in Kombination mit der Möglichkeit, selber zu gestalten, führt zu sehr aktiven, kreativen und innovativen Events.*

# In der Mitte der Gesellschaft



*Barcamps sind Symptome eines generellen sozialen Wandels der Gesellschaft, hin zu einer Share Economy, in der Inhalte und Wissen zunehmend nicht mehr nur konsumiert, sondern hergestellt, geteilt und weitergegeben werden. Sie verkörpern den Wunsch nach schlankeren, schnelleren, flexibleren Prozessen und begleiten offline die digitale Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft: Konsumwelten ändern sich, Arbeitswelten ändern sich.*

# Merkmale



## *Barcamps sind prinzipiell*

- *egalitär/basisdemokratisch*
- *ausgesprochen inklusiv (niederschwellig)*
- *zugleich hochgradig abhängig von aktiver Partizipation (z.B. Sessions, Feedbackrunde)*
- *gleichermaßen divers, kreativ und innovativ*
- *sowohl problem- als auch lösungsorientiert*
- *hochgradig informal, leger, gesellig, vernetzt*
- *abhängig von einem umfangreichen „Rahmenprogramm“ (Catering, Location, Moderation, Sponsoring, WLAN etc.)*

# Regeln

## Introduction: The Rules of BarCamp

- 1<sup>st</sup> Rule: You do talk about BarCamp.
- 2<sup>nd</sup> Rule: You do blog about BarCamp.
- 3<sup>rd</sup> Rule: If you want to present, you must write your topic and name in a presentation slot.
- 4<sup>th</sup> Rule: Only three word intros.
- 5<sup>th</sup> Rule: As many presentations at a time as facilities allow for.
- 6<sup>th</sup> Rule: No pre-scheduled presentations, no tourists.
- 7<sup>th</sup> Rule: Presentations will go on as long as they have to or until they run into another presentation slot.
- 8<sup>th</sup> Rule: If this is your first time at BarCamp, you **HAVE** to present. (Ok, you don't really **HAVE** to, but try to find someone to present with, or at least ask questions and be an interactive participant.)

Source: [barcamp.org](http://barcamp.org)



## ***Die wichtigsten Regeln sind***

1. *Strikte Gleichheit der Teilnehmer – schon bei der Vorstellungsrunde.*
2. *Die Agenda steht nicht im Vorhinein fest.*
3. *„No spectators, only participants!“: Aktive Teilnahme & Mitarbeit sind entscheidend.*
4. *Sprich über das Barcamp! – Ergebnissicherung, Feedbackrunde, Recaps, WrapUps ...*

# 1. Regel



## Strikte Gleichheit der Teilnehmer

*Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer eines Barcamps sind gleichberechtigt!*

*Hierarchien werden bewusst und temporär aufgehoben, um einen offenen und ehrlichen Austausch auf Augenhöhe zu gewährleisten.*

*Es wird konsequent geduzt.*

*Die Vorstellungsrunde zu Beginn ist ein wichtiger Eisbrecher.*

*Alle Teilnehmer stellen sich durch drei Hashtags (Schlagworte) kurz mit ihrem Namen vor, aus welcher Organisationseinheit sie kommen und was sie interessiert.*

# Vorstellungsrunde

- Name
- Organisationseinheit
- drei #Hashtags (Schlagworte)

## 2. Regel

Die Agenda steht nicht im Vorhinein fest



*Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer hat die Möglichkeit und ist ausdrücklich aufgefordert, ein eigenes Thema vorzuschlagen.*

*Jedes Thema ist grundsätzlich zugelassen, während das Plenum darüber entscheidet, ob eine Session stattfindet.*

*Es gibt so viele Sessions gleichzeitig, wie es Räume gibt.*

# Sessionpitch

- Name der Session
- Inhalt
- Maximal 30 Sekunden

# 3. Regel

„No spectators,  
only participants!“



*Wenn Du zum Barcamp kommst, stell Dich darauf ein, selber mitzumachen!*

*Es ist eine intensive Veranstaltung mit Präsentationen, Diskussionen und Interaktionen der Teilnehmer untereinander.*

*Wenn Du selbst keine Session hältst, beteilige Dich wenigstens an der Diskussion.*

*Jeder hat die gleiche Redezeit!*

# Tipps für Sessiongeber

- Biete Mehrwert (keine Werbeveranstaltung).
- Rede von Erfahrungen (Fehler, Erfolge).
- Sei interaktiv (Diskussion anstatt Präsentation).
- Der Blick aufs Smartphone ist nicht unhöflich.
- Beachte das Gesetz der Füße.
- Halte dich an den Zeitplan (45 +15).

# 4. Regel

## Sprich über das Barcamp!

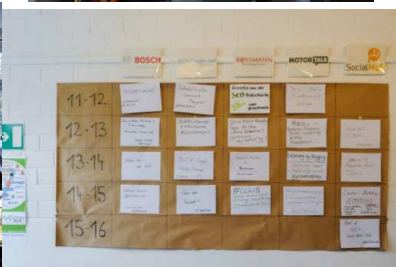


*Die Kommunikation, Vernetzung und Ergebnis-sicherung sind wichtige Elemente jedes Barcamps!*

*Die Sessionleiter sollten motiviert sein, ihre Sessions selber zu dokumentieren. Teilnehmer sind angehalten, eigene Recaps zu den Themen zu verfassen.*

*Teile deine Erlebnisse auf Twitter, Facebook, Google+.  
Nutze den Hashtag #WIMAcamp15.*

# Impressionen



**Ihr seid das  
#WIMAcamp15!  
Wir haben nur die Zelte  
aufgestellt...**



# Über Feldmann & Hellmann



**Frank Feldmann**

Diplom-Finanzwirt, Digital Native und Social Event Berater

[https://www.xing.com/profile/Frank\\_Feldmann5](https://www.xing.com/profile/Frank_Feldmann5)

- Barcamp Evangelist und Barcamp-Experte
- Initiator, Organisator, Moderator u.a. des Barcamp Berlin 2007, des CommunityCampBerlin seit 2008, des CSR-Camp und des WIMAcamp
- „Gatekeeper der Veränderung“ (Zitat aus dem Tagesspiegel vom 25.10.2013)



**Dr. Kai-Uwe Hellmann**

Professor für Konsum- und Wirtschaftssoziologie  
TU Berlin

[https://www.xing.com/profile/KaiUwe\\_Hellmann](https://www.xing.com/profile/KaiUwe_Hellmann)

- Forschungsschwerpunkte: Wirtschafts- und Konsumsoziologie, Organisationstheorie, Gesellschaftstheorie, Systemtheorie
- Initiator des ersten Themen-Barcamps in D
- Durchführung zahlreicher wissenschaftliche Tagungen, Kongresse und Workshops zum Thema

# Kontakt

***Feldmann & Hellmann***

*Barcamp Organisation*

*Gubitzstr. 39*

*10409 Berlin*

*Mobil +49 (0) 173 204 32 37*

*Email: [feldmann@barcampus.de](mailto:feldmann@barcampus.de)*

*[hellmann@barcampus.de](mailto:hellmann@barcampus.de)*

*[www.barcampus.de](http://www.barcampus.de)*