

Firmen-BarCamps

Ein BarCamp ist ein seit wenigen Jahren kultivierter Typ von Großveranstaltung, der den klassischen Tagungen und Kongressen Konkurrenz macht. Seine auffälligsten Besonderheiten liegen darin, dass

- die ReferentInnen vorab nicht feststehen, denn unter den Anwesenden melden sich einige mit Ideen und das Plenum stimmt darüber ab;
- das Programm entsteht mit den (inhaltlichen) Vorschlägen der Anwesenden, die eine Session übernehmen wollen. Ob das ein Gespräch auf Augenhöhe wird oder eine vorbereitete Kurzpräsentation, wird erst mit dem Angebot der „SessiongeberInnen“ bekannt;
- die Teilnahme ist für alle kostenfrei, da die BarCamps i.d.R. gesponsert werden.

Alles wird im Idealfall von den Anwesenden bestimmt, somit erst am Tag des BarCamps (*das ist der Idealfall*). Die Teilnehmenden sind die (kostenfreien!) ReferentInnen, sie sagen, was sie interessiert, der Ablauf lässt viel Raum für informellen Austausch. Verständlicherweise besteht eine gewisse Unsicherheit über die Inhalte für die Erstteilnehmenden, andererseits werden authentische, praxisnahe und alle Teilnehmende aktiv einbeziehende Diskussionen, Vorführungen und (Lern-)Prozesse garantiert.

Der Ablauf erinnert - wie unten dargestellt - als Plenums- und parallele Gruppen-Sessions noch grob an Fachtagungen. Wenn die leeren Felder erst in der Eröffnungssession durch die Vorschläge der „SessiongeberInnen“ gefüllt werden, braucht es eine gute Vorarbeit (Festlegung eines relativ verbindlichen Camp-Themas, gezielte Einladungen, zielgruppengenaue Werbung, etc.), konzentrierte Moderation und eine den Überblick behaltende Organisation. Dann kann die Desorientierung und der Erwartungsdruck der (Erst-)Teilnehmenden nicht in Ablehnung münden und das BarCamp schafft sogar den Anspruch eines unkonventionellen Weiterbildungsereignisses einzulösen.

09:00	Eröffnungssession (Plenum)				
10:00 paral. Sessions 1-5					
11:00 paral. Sessions 6-10					
12:00 paral. Sessions 11-15					
13:00	Mittagspause				
14:00 paral. Sessions 16-20					
15:00 paral. Sessions 21-25					
16:00 paral. Sessions 25-30					
17:00	Abschlusssession (Plenum)				

In den letzten Jahren haben sich neben der „reinen“ Form der BarCamps verschiedene Variationen heraus kristallisiert. Unternehmen können darüber nachdenken, mit diesem Veranstaltungstyp eigene Ziele zu verfolgen, die dem Image, der Publicity und dem Marketing dienen und zugleich nur einen Bruchteil der Kosten der älteren Veranstaltungstypen fordern. Folgende Alternativen regen vielleicht auch in Ihrem Unternehmen neue Wege und Ideen an:

- Internes BarCamp** nur MitarbeiterInnen Ihres Unternehmens nehmen daran teil und gehen z.B. Zukunftsthemen oder Kooperationsvorhaben nach; kann auch den Fokus auf die interne Weiterbildung legen
- Kundenkonferenz** im BarCamp treffen MitarbeiterInnen aus den Fachabteilungen auf KundenvertreterInnen und besprechen z.B. Vertriebsaufgaben oder Innovationsprozesse
- BewerberInnenCamp** eine Vorauswahl der BewerberInnen trifft an einem Vormittag auf MitarbeiterInnen aus den Fachabteilungen zum Austausch im BarCamp; Sessions von Einzelnen der einen wie der anderen Seite bilden Kern der zu beobachtenden und auszuwertenden Situation
- „Tag der Offenen Tür“** das Unternehmen zeigt seine Fachkompetenz in Produktion und Vermarktung der breiten Öffentlichkeit; gleichzeitig wird der BesucherInnenstrom kanalisiert und weitere Programmpunkte lassen sich gut koppeln; teilweise Öffnung des Sessionprogramms für das soziale und kulturelle Engagement der eigenen MitarbeiterInnen und/oder für Aktivitäten in der Region (SpezialistInnen, Engagierte, Vereine, etc. lassen sich gut eingegrenzt einbinden)
- Offenes BarCamp** komplett offenes BarCamp mit lokalem oder überregional-fachlichem Bezug wird vom Unternehmen gesponsert und die eigenen MitarbeiterInnen für eine aktive Teilnahme motiviert; durch die Themenwahl und ein entsprechendes Beiprogramm kann das Unternehmen positionieren

Wie Sie es auch anpacken wollen, BarCamps leben und sterben mit der Qualität der Vorbereitung, weil am Tag des Geschehens“ vieles offen, unerwartet und unkontrolliert passieren wird. Das ist zugleich das Mark der BarCamps. Wer einmal dem BarCamp-Fieber erlegen ist, wird diese „Unkonferenz“ in Zukunft den standardisierten „Beschallungstreffen“ immer vorziehen.

Mit einem eigenen Team kann ich Sie bei der Vorbereitung und Durchführung unterstützen. Von der Ideenfindung über die Projektplanung bis zur Moderation und organisatorischen Entlastung am Tag des BarCamps. Und dass ein BarCamp für Ihren Etat sehr günstig ist, rechne ich Ihnen gerne mal vor. Lassen Sie uns darüber reden, zumindest denken Sie daran: **Fragen kostet nix!**

stephan tanneberger | Der Arbeitsmethodiker
Völklinger Straße 11 - 42285 Wuppertal
fon 0202 70 556 513

stephan.tanneberger@Der-Arbeitsmethodiker.de

www.Der-Arbeitsmethodiker.de