

# Gut, dass wir drüber geredet haben

Zu einer besonderen Art von Konferenz, dem Barcamp, kann jeder kommen, die Themen werden spontan entschieden, man duzt sich. Eigene Ideen sind ausdrücklich erwünscht. Entstehen sollen so Kontakte und Netzwerke, die sich über den Tag bezahlt machen

VON TOBIAS BRUNNER

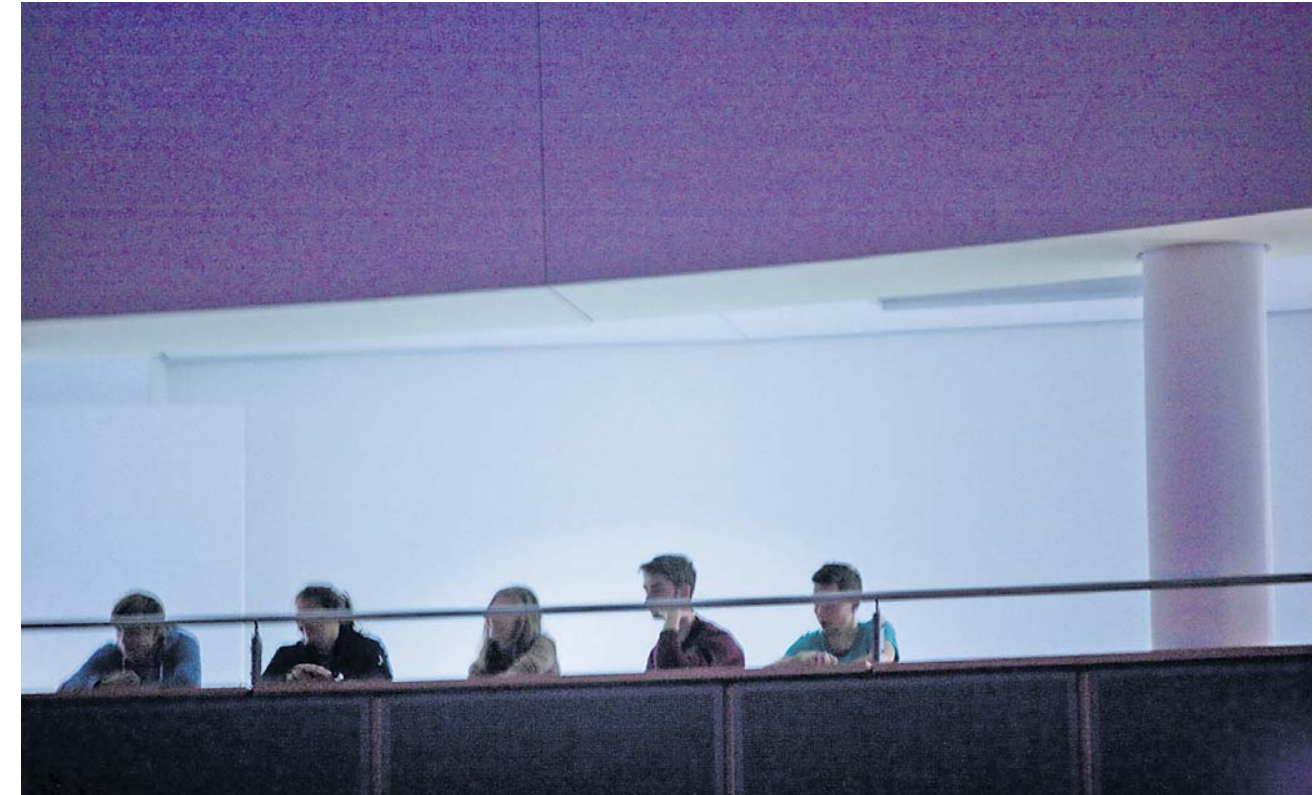
**Eichstätt** – Die Nacht war kurz. Bis drei Uhr saßen die Letzten in der Kneipe, plauderten, scherzten. Und so blickt mancher noch müde aus den Augen, als sich die Gänge der Katholischen Universität in Eichstätt am Morgen danach langsam mit Menschen füllen. Kaffeetassen werden verteilt, Handschlag, Smalltalk – das sieht aus wie Alltag an einer bayerischen Hochschule, wäre da nicht ein Detail. Denn an diesem Samstag diskutieren hier keine Studenten. Stattdessen: Rund 120 Experten des Tourismus, Führungskräfte neben Neulingen neben Selbständigen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sie alle sind für ein Wochenende zum Tourismuscamp ins Altmühltal gekommen.

„Wie ein kleines Familientreffen“, sagt Alexander von Halem und nippt an seiner Tasse. Der 43-Jährige führt ein Schlosshotel im fränkischen Zeilitzheim, seit vier Jahren fährt er nach Eichstätt, zwei Jahre länger schon gibt es das Tourismuscamp. Und bis es endlich los geht, erinnert sich Halem: „Es sind hier schon viele Freundschaften entstanden, die über das Barcamp hinaus gehen.“ Barcamp. Da ist das Wort, um das sich an diesem Wochenende alles dreht und dessen Idee Kritiker gerne als Workshop oder moderne Konferenz abtun. Doch das ist zu einfach. Denn ein Barcamp folgt eigenen Regeln.

## In Deutschland gibt es seit 2006 Barcamps – Nürnberg war eines der ersten

Jeder kann sich anmelden und kommen. Und jeder kann etwas beisteuern – ja er soll es sogar: sich mit drei Worten vorstellen, Themen vorschlagen, auf die Räume verteilen. Minuten später starten die ersten Präsentationen und Diskussionen, von denen es bei großen Camps an einem Wochenende mehrere Duzend gibt. Wer neu ist, wird gerne ermutigt, eine solche Session zu leiten. „Wissen teilen und nicht nur aufsaugen“, sagt Andreas Pilz, einer der Organisatoren des Nürnberger Barcamps, der selbst schon mehr als 50 besucht hat. Die Themen? Beliebig, zumindest bei den offenen Camps. Da mischen sich Ernährungstipps, Recht und Digitales. Andere blicken auf eine bestimmte Sparte wie Eichstätt auf den Tourismus.

Aber überall tauchen immer wieder auf: Technik, Internet, soziale Medien. Und das ist nur logisch. Denn das erste Barcamp kam 2005 in Palo Alto (USA) aus der IT-Ecke; und „Bar“ ist ein Begriff aus der Informatik. Seit Ende 2006 gibt es die Camps



*Gesprächsbereit: Bei Barcamps kann die Themenpalette von Ernährungstipps über Recht bis zu Digitalem reichen. Wichtig ist vor allem, dass die Teilnehmer nicht nur Wissen aufsaugen, sondern es teilen. Wie viele dieser Camps es gibt, weiß niemand, regelmäßig finden welche in Nürnberg, Eichstätt und München statt. FOTO: FLORIAN PELJAK*

auch in Deutschland, Nürnberg zählte damals zu den ersten. Heute hat es rund 300 Besucher. Neben den Franken und Eichstätt richten noch die Münchner regelmäßig ein Camp mit ebenso vielen Teilnehmern aus. Wie viele Barcamps es genau gibt, weiß niemand. Übersichten im Netz notieren zwischen 30 und 60 pro Jahr im deutschsprachigen Raum.

In Eichstätt laufen inzwischen die ersten Sessions in drei Hörsälen. Aus Raum A überträgt ein Stream live ins Netz, jede Minute trudeln neue Meldungen auf Twitter ein. „Wir wollen möglichst offen sein“, sagt Florian Bauhuber, Geschäftsführer des Veranstalters Tourismuskunft. Damit vertröstet er auch all diejenigen, die diesmal

zu Hause bleiben mussten. Denn das Tourismuscamp ist beliebt, rund zwei Drittel kommen nicht zum ersten Mal. Bezahlen müssen sie dafür dank Sponsoren nichts, wenige andere Camps kosten hingegen ein paar Euros für Miete und Essen.

Doch Gebühren interessieren hier ohnehin niemanden. „Es entstehen starke Netzwerke, die lange halten“, erzählt Bauhuber. „Wenn ich auf einem Barcamp sehe, was jemand kann, rufe ich ihn später eher an.“ Wo nur „du“ erlaubt ist und kein „Sie“, verschwimmen Hierarchien und Kontakte werden schneller geknüpft.

Und Florian Bergmann, Organisator des Münchner Camps geht noch weiter: „Barcamps sind auch für Unternehmen intern

gut geeignet.“ Statt für teure Honorare Sprecher einzuladen, sollte eine Firma ruhig die eigenen Mitarbeiter reden lassen. Bergmann hat das selbst schon in seiner Agentur für Kommunikation versucht – mit Erfolg.

Warum aber gibt es angesichts der Vorteile dann nicht mehr Barcamps in Bayern? Andreas Pilz glaubt, dass die Zahl der Interessenten grundsätzlich begrenzt sei. Nicht jeder habe so viel mit Technik am Hut, wovon nun mal rund 80 Prozent der Session handelten. Vielen fehle auch die Zeit, gleich mehrere Camps pro Jahr zu besuchen – von den Kosten für Anreise und Übernachtung ganz zu schweigen. Pilz spricht denn auch von einer „gewissen Sät-

tigung“. Der große Aufwand schrecke auch viele Interessierte ab, ein eigenes Camp auf die Beine zu stellen, weiß Florian Bergmann. Denn Gewinn mache damit niemand. Zudem sei nicht jede Branche für Barcamps geeignet, vermutet Florian Bauhuber: „Wo viel mit Patenten gearbeitet wird, tauscht auch niemand Wissen aus.“

Das Tourismuscamp kennt solche Probleme nicht. Dafür hat Alexander von Halem am Ende der zwei Tage andere Bedenken: Mit jedem Jahr werde es schwerer, rechtzeitig einen Platz zu ergattern. Sollte es deshalb 2014 nicht klappen, versuche er sein Glück wohl spontan als Nachrücker. Denn das Familientreffen entgehen lassen? Auf keinen Fall.