

Barcamp OWL

22.06.2009, 17:36 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Westaflex Gütersloh*

Presseagentur: *Last-PR, Osnabrück*



BarcampOWL Logo

Konferenzen müssen nicht unbedingt steif und langweilig sein. Die Veranstalter des BarCampOWL zeigen, wie man auch ohne Tages- und Kleiderordnung in lockerer Atmosphäre voneinander lernen kann. Der Kaffee kommt aus dem Automaten, und oft gibt es Sitzplätze nur noch auf dem Boden.

Diese "Unkonferenzen" sind eine Weiterentwicklung des World-Wide-Web-Gedankens: Auf den ersten Barcamps tauschten sich kalifornische Internetblogger über Computertechnik aus. 2006 wurden weltweit bereits 87 Camps zu verschiedenen Themen abgehalten. In den USA sind beispielsweise Lawcamps für Anwälte auf dem Vormarsch.

Die Referenten duzen ihre Zuhörer, sprechen ohne Manuskript oder Powerpoint-Folien. Spontantität gehört hier zum Konzept: BarCamps heißen diese neuen Veranstaltungsformate. Mit klassischen Konferenzen haben sie nicht mehr viel gemein: Keine Folienschlachten im Halbdunkel, keine eigenwerbenden Referenten, keine Agenda. Die Themen bestimmen die Teilnehmer selbst, jeder kann auch Referent sein. Wer meint, über ein interessantes Thema berichten zu können, schreibt einfach drei Stichworte auf, die vorab im Internet veröffentlicht werden. Zu Beginn der Veranstaltung stimmen die Teilnehmer dann darüber ab, welche der sogenannten Sessions stattfinden werden.

Pimp my ideas

Der erste Eindruck eines Menschen von einer Sache oder von einem anderen Menschen ist nicht immer der stimmende, aber der bestimmende! Hauptziel vom BarCamp ist es, möglichst viele Menschen zu mobilisieren, um komplexe gemeinschaftliche oder persönliche Probleme zu lösen. Dabei soll nicht nur jeder Teilnehmer aktiv beteiligt, sondern ein möglichst breites gegenseitiges Verständnis erreicht werden.

Viele BarCampteilnehmer protokollieren die Sessions live auf dem Laptop und hinterlegen Zusammenfassungen in einem zentralen Verzeichnis (Wiki). Fotos oder Videos von den Vorträgen zu machen, wird nicht nur geduldet, sondern mit entsprechenden Websites von den Veranstaltern sogar gefördert. Wie das funktioniert, machen die „Millenials“, die Teens und Twens, dieser Tage vor. Bei SchülerVZ und StudiVZ verschlagworten und versinnbildlichen sie sich gegenseitig, heften sich Botschaften an virtuelle Pinnwände, knüpfen Kontakte, ohne sich jemals im echten Leben gesehen zu haben.

Dass BarCamps so beliebt sind, liegt sicher auch daran, dass sie meist kostenlos sind. Sponsoren sorgen für Räume, Technik, Catering und dürfen im Gegenzug Plakate aufhängen. So locker eben, wie bei einer Party. Ein wenig gehört das BarCamp eben allen, die mitmachen. Denn ohne die Inhalte wäre die Technik nichts. Getrieben wird die BarCampOWL Idee zum einen davon, in Millisekundenschnelle Kontakt zu Informationen und zu Menschen auf anderen Kontinenten zu knüpfen, aber auch den persönlichen Meinungsaustausch zu pflegen. Ein Spontitreffen für Wissensbegierige in Ost-Westfalen-Lippe.

Westaflex zählt zu den Sponsoren des ersten BarcampOWL.

Portrait

Über Dieter Last Kommunikation: Das 1978 von H.D. Wollenberg gegründete Büro für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vertritt Unternehmen und Verbände aus dem Bauwesen in allen Belangen der klassischen PR. Über Westaflex: Unser Unternehmen ist unter anderem auf Automobilteile, flexible Luftkanäle, flexible Alurohre, Schallschutzelemente, Wetterschutzgitter und Wetterschutzgitter spezialisiert. Ebenso sind wir fachlich versiert, wenn es um Edelstahlrohr, quadratisches Rohr, Rauchfang, Abgasleitung, Abgastechnik, Flexrohr, Luftkanal (flexibel), Schalldämpfer für die Klimaanlage, Schallschutztechnik, Schornstein, Wellrohr, EnEV und Wohnungslüftung geht.

News-ID: 319105 • Views: 1733 (Stand: 15.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/319105/Barcamp-OWL.html>