SpeakingStage

KOSTENLOS NUTZBARE VORLAGE · NOVEMBER 2026

Speaker-Buchungs-Kit: Briefing und Checkliste

Ziele festlegen, Speaker briefen, Zeitplan abarbeiten und einen einfachen Notfallplan für den Ausfall bereithalten. Dieses Kit bündelt die Schritte, die Eventplanerinnen und Eventplaner brauchen, bevor und nachdem ein Speaker angefragt wird.

Vorlage: SpeakingStage, speakingstage.com. Freie Nutzung mit Nennung der Quelle. Die Datei darf intern und öffentlich weitergegeben werden, solange SpeakingStage als Quelle genannt wird. Sie enthält keine Angaben zu Gagen oder Kosten und keine Rechtsberatung. Stand: November 2026. Seite: https://speakingstage.com/leitfaden/speaker-buchungs-kit

Was in diesem Kit steckt

- Ein Arbeitsblatt, mit dem Sie die gewünschte Wirkung des Vortrags vor der Buchung festhalten.
- Eine Zeitplan-Checkliste von der Zielklärung bis zur Nachbereitung.
- Eine Briefing-Vorlage, die Sie an die gewählte Speakerin oder den gewählten Speaker senden können.
- Einen knappen Notfallplan für den Fall, dass der Auftritt kurzfristig ausfällt oder sich die Anreise verzögert.

1. Was soll der Vortrag bewirken?

Legen Sie fest, was der Vortrag bewirken soll, bevor Sie Speakerinnen oder Speaker anfragen. Ohne ein gemeinsames Ziel fehlt später der Maßstab, an dem sich der Beitrag messen lässt – und das Briefing bleibt unscharf.

Das bestätigt eine aktuelle Fachberichterstattung. Laut eventmanager.de vom 11. November 2026 haben mehr als 400 leitende Inhouse-Eventverantwortliche aus Großbritannien, Deutschland und den USA im Juli 2026 an der ICEN-Studie „The Big Experiment: From Event Speak to Business Speak“ teilgenommen, entwickelt und unterstützt von der Agentur DRPGroup. Die Ergebnisse stammen aus moderierten Tischdiskussionen, nicht aus einer repräsentativen Befragung. In Deutschland, so der Bericht, beginne das Problem schon bei der Frage, was ein Event überhaupt erreichen soll: Wer das Ziel nicht klar definiert, hat später keinen Maßstab für die Bewertung. Dale Parmenter (DRPGroup) wird dort mit der Frage zitiert, was das Publikum nach dem Event anders machen soll und wie dieser Wandel gemessen wird.

Die SITE-PULSE-Studie „Trade Shows and Business Development“, über die Event Partner am 9. November 2026 berichtet, stützt sich auf 747 Rückmeldungen; ausgewertet wurden 657 Personen aus vier Gruppen. Die Untersuchung bezieht sich auf Fachmessen, nicht speziell auf Speaker-Buchungen, und nennt keinen gesonderten DACH-Ausschnitt. 46,1 Prozent der Befragten nennen Kosten und Budgetbeschränkungen als wichtigstes Hindernis, 16,4 Prozent Schwierigkeiten beim Nachweis des Return on Investment. SITE betont klare Zielsetzungen und eine konsequente Nachbereitung. Wir führen die Zahlen hier an, weil sie denselben Engpass beschreiben: Erfolg lässt sich nur belegen, wenn er vorher definiert ist.

Arbeitsblatt: Wirkung und Erfolgskriterien

Veranstaltung, Datum, Format (Keynote, Impulsvortrag, Panel, Workshop-Anschluss):

Wer sitzt im Publikum (Rolle, Vorkenntnisse, typische Einwände)?

Was soll das Publikum nach dem Vortrag anders wissen, entscheiden oder tun?

Drei konkrete Erkenntnisse, die hängen bleiben sollen:

Woran merken wir eine Woche oder einen Monat später, dass der Vortrag gewirkt hat?

Welche internen Botschaften oder laufenden Initiativen soll der Vortrag stützen?

Welche Themen, Beispiele oder Formulierungen sollen vermieden werden?

Wer gibt die Erfolgsdefinition intern frei (Name, Rolle)?

Quellen: eventmanager.de, 11.11.2026, ICEN / DRPGroup:
https://www.eventmanager.de/news/detail/eventverantwortliche-benennen-die-versteckte-huerde-beim-nachweis-des-event-roi
Event Partner, 09.11.2026, SITE PULSE:
https://www.event-partner.de/news/messebesuche-einkaeufer-und-anbieter-verfolgen-unterschiedliche-ziele/

2. Zeitplan-Checkliste

Der Zeitplan folgt den Schritten aus dem SpeakingStage-Leitfaden „Redner für Veranstaltungen“ und beginnt bewusst mit der Zielklärung aus Abschnitt 1. Verschieben Sie die Speaker-Entscheidung nicht an das Ende, nachdem Location und Rahmenprogramm schon feststehen. Pufferzeiten hängen vom Format ab; bei prominenten oder stark nachgefragten Profilen sollten Sie früher beginnen.

Vor der Anfrage: Erfolg festlegen

- ☐ Ziel, Zielgruppe und gewünschte Wirkung schriftlich festhalten (Abschnitt 1)
- ☐ Format, ungefähre Redezeit, Sprache und Terminrahmen klären
- ☐ Internen Budgetrahmen und Freigabeweg abstimmen
- ☐ Kriterien für die Shortlist festlegen (Thema, Bühnenerfahrung, Passung zur Agenda)

Etwa acht Wochen vorher

- ☐ Recherche und erste Anfragen starten
- ☐ Technische Anforderungen grob klären (Bühne, Bild, Ton)
- ☐ Termine für Vorgespräche vorschlagen

Etwa sechs Wochen vorher

- ☐ Vorgespräche führen und Passung prüfen
- ☐ Buchung verbindlich machen, sobald Angebot und Rahmen stehen
- ☐ Anreise und Unterkunft abstimmen, falls der oder die Anreisende das braucht
- ☐ Fotos, Kurzbiografie und Vortragstitel für die Kommunikation anfordern
- ☐ Erste Agenda-Entwürfe teilen

Etwa drei Wochen vorher

- ☐ Ausführliches Briefing senden (Abschnitt 3) und offen gebliebene Fragen klären
- ☐ Technik, Folienformat, Mikrofon und Probenfenster festlegen
- ☐ Ablauf mit Moderation und angrenzenden Programmpunkten abstimmen
- ☐ Falls nötig: Hinweise zu Bühne, Kleidung und Aufzeichnung klären

Eine Woche vorher und am Eventtag

- ☐ Finale Zeiten, Ankunft und Ansprechpersonen bestätigen
- ☐ Technik-Check vor Ort oder remote
- ☐ Empfang, Wasser, Timer und Ruhezeit vor dem Slot organisieren
- ☐ Notfallplan aus Abschnitt 4 griffbereit halten

Nach dem Event

- ☐ Feedback der Teilnehmenden einholen
- ☐ Wichtige Erkenntnisse intern weitergeben
- ☐ Dank an Speakerin oder Speaker und an das Team senden
- ☐ Kurzes Debriefing: Was blieb hängen, was ändern wir beim nächsten Mal?

3. Briefing-Vorlage

Diese Vorlage greift die sieben Informationsblöcke aus der SpeakingStage-Anleitung „Keynote Speaker Briefing“ auf. Senden Sie sie, sobald die Buchung steht – früh genug, damit sich der Vortrag auf Ihr Event zuschneiden lässt, typischerweise mehrere Wochen vorher. Ergänzen Sie ein kurzes Gespräch; das Schriftstück ersetzt den Austausch nicht, sondern bereitet ihn vor.

Betreffzeile (Vorschlag): Briefing für [Veranstaltung] am [Datum] – [Name der Speakerin / des Speakers]

1. Kontext der Veranstaltung

Anlass, Ziel der gesamten Veranstaltung, Motto, ungefähre Teilnehmendenzahl, Ort oder Übertragungsform, Platz des Vortrags in der Agenda (Auftakt, Mitte, Abschluss) und reine Redezeit nach Abzug von Anmoderation und Fragen.

Ihre Angaben:

2. Publikum im Detail

Rollen und Hierarchien im Saal, typische Vorkenntnisse, aktuelle Stimmung, wahrscheinliche Einwände und was das Publikum an diesem Tag bereits gehört hat oder danach noch hören wird.

Ihre Angaben:

3. Aktuelle Situation der Organisation

Was gerade beschäftigt das Unternehmen oder die Organisation? Welche Veränderung, welches Projekt oder welcher Konflikt steht im Hintergrund? Was wurde intern dazu schon gesagt?

Ihre Angaben:

4. Ziel des Vortrags

Übernehmen Sie die Wirkung und die drei Erkenntnisse aus Abschnitt 1. Formulieren Sie möglichst konkret, was unmittelbar nach dem Vortrag passieren soll (Diskussion, Arbeitsauftrag, Entscheidung, gemeinsames Bild).

Ihre Angaben:

5. Ton und Stil

Gewünschte Haltung (sachlich, erzählend, dialogisch, herausfordernd), Sprache, Beispiele aus dem Alltag der Zielgruppe, Humorgrenzen und Themen, die unpassend wären.

Ihre Angaben:

6. Logistik und Technik

Ankunftsfenster, Probe, Ansprechperson vor Ort mit Telefonnummer, Bühne, Mikrofon, eigene oder bereitgestellte Technik, Folienformat und -frist, Video- oder Tonnutzung, Aufzeichnung und welche Rechte danach gelten.

Ihre Angaben:

7. Interne Ansprechpartner

Wer entscheidet inhaltlich, wer kümmert sich um Reise und Ablauf, wer ist am Eventtag für Technik zuständig, und wer ist im Notfall erreichbar?

Ihre Angaben:

4. Notfallplan bei Speaker-Ausfall

Dieser Abschnitt ist eine organisatorische Hilfe, keine Rechts- oder Versicherungsberatung. Er beschreibt, wer was tut, wenn die Speakerin oder der Speaker ausfällt, sich stark verspätet oder die Technik den geplanten Ablauf unmöglich macht.

Vorab festlegen

- ☐ Eine Vertretungsregel: Wer entscheidet innerhalb von welcher Frist über eine Änderung des Programms?
- ☐ Eine kurze Alternative ohne neue Hauptperson: moderiertes Gespräch, intern besetzte Session, längere Pause mit klarer Kommunikation
- ☐ Eine inhaltliche Reserve: eine bereits geprüfte zweite Sprecheroption oder ein anderes Format, das zum Ziel aus Abschnitt 1 passt
- ☐ Reise- und Zeitpuffer sowie eine Erreichbarkeit am Anreisetag
- ☐ Zuständigkeit, wer Teilnehmende, Team, Moderation und, falls nötig, Presse informiert

Wenn es ernst wird

Zuerst die Lage klären (Ausfall, Verspätung, technische Störung) und die Entscheidende aus der Vertretungsregel einbeziehen. Danach das Publikum klar und ruhig informieren, den Ablauf anpassen und intern festhalten, was für das nächste Event geändert werden soll. Lassen Sie sensible Gesundheits- oder Privatinformationen weg; eine sachliche Begründung reicht.

Entscheidung liegt bei (Name, Rolle, Telefon):

Information der Teilnehmenden übernimmt:

Programmalternative, die wir ohne neue Absprache aktivieren dürfen:

Erreichbarkeit am Eventtag (Team / Speaker / Technik):

Quellen und weiterführende Seiten

• ICEN-Studie, dargestellt von eventmanager.de, 11.11.2026:
https://www.eventmanager.de/news/detail/eventverantwortliche-benennen-die-versteckte-huerde-beim-nachweis-des-event-roi
• SITE PULSE, dargestellt von Event Partner, 09.11.2026:
https://www.event-partner.de/news/messebesuche-einkaeufer-und-anbieter-verfolgen-unterschiedliche-ziele/
• Briefing-Anleitung: https://speakingstage.com/blog/keynote-speaker-briefing-anleitung-fuer-eventplaner
• Leitfaden und Checkliste: https://speakingstage.com/blog/redner-fuer-veranstaltungen-der-komplette-leitfaden
• Diese Vorlage online: https://speakingstage.com/leitfaden/speaker-buchungs-kit

Vorlage: SpeakingStage, speakingstage.com. Freie Nutzung mit Nennung der Quelle.