

Company Conference Canvas



Name _____ Datum _____

Titel der Unternehmenskonferenz

Wie soll die Unternehmenskonferenz heißen?

Intention und Impact

Warum gibt es das Event und was soll hinterher anders sein?

Kontexte

Welche Ereignisse und Entwicklungen vor, während und nach dem Event sollten wir berücksichtigen?

Gesellschaftlich: Wahlen, Krisen, Sportereignisse

Organisational:

Budgetprozess, Führungswechsel, Branchenevents

Individuell: Urlaub, Elternzeit, Sabbaticals, Schulferien

Organisationsteam

Wer soll das Event planen und durchführen und wen braucht es dafür?

Rollen: Visionär*in, Event Owner*in, Fachexpert*in, Netzwerker*in, Produzent*in

Rollen und Aufgaben explizit vergeben

Eventpartner und Technik

Wer setzt Bühne, Technik und Raum um, und wie greifen Format und Produktion ineinander?

Leistungen: Technik, Bühne, Bühnenbild, Anmeldung, Wegeleitung, Einlass

Marke: Tonalität, Naming, Storyline

Zusammenspiel: früh mit der Moderation

Teilnehmer*innen

Wer soll dabei sein, und wie bleiben ihre Perspektiven in der Planung präsent?

Einladung: verpflichtend, freiwillig, Bewerbung

Erweiterung: Wild Cards, „+1“

Gruppen: Fans, Unentschiedene, Kritiker*innen

Personas: 3-7 relevante Gruppen

Konferenzformat

Inspirierend informieren oder interaktiv beteiligen? Was steht mehr im Vordergrund?

Bühnenmoderation:

Frontalimpulse, Diskurs auf der Bühne

Großgruppenmoderation:

Austausch, Co-Kreation, Intelligenz der Vielen

Mischform: Frontales

kompakt halten

Moderation

Was braucht es, um das Event lebendig zu machen?

Extern oder intern:

Single-/Tandemmoderation, interne Moderation, Mischformen

Intern: Fachexpertise und Identifikation, aber hoher Aufwand

Gemeinsame Vorlagen, Übergänge im Blick, Sparring

Speaker*innen

Welche Impulse braucht es und wer kann sie geben?

Externe Keynotes: früh anfragen, früh budgetieren

Interne Impulse: Strategie, Programme, Kolleg*innen

Lieber ein Vortrag zu wenig als einer zu viel

Plan B für interne Speaker*innen

Location

Welche Orte und Räumlichkeiten kommen in Frage? Inwiefern passen sie zu unserem Vorhaben?

Faktoren: Atmosphäre, Licht, Anfahrt, Unterbringung

Entscheidend: realistisches Fassungsvermögen, zusätzliche Räume, selbst vor Ort gewesen

Materialien

Welche Materialien brauchen wir bis wann und in welchen Mengen?

Planung: Mengen, Vorlaufzeiten, Deadlines

Vor Ort: Ausgabe mit der Moderation abstimmen

Deadline: 1-4 Wochen vorher

Kommunikation

Wie können wir den Impact des Events kommunikativ größer machen?

Vorher: Save the Date, Einladung, Call for Participation

Während: Fotos, Videos, Freigaben

Nachher: Dokumentation, Ergebnisse zurückspielen

Am Prozess arbeiten

Wie können wir den Blick behalten für das, was alles passiert?

Vom Kick-off an: alle 2-4 Wochen auf den Prozess schauen

Fragen: Wo stehen wir? Was hat sich getan? Was planen wir?

Frustration und Erschöpfung ernst nehmen

Hand- und Fußabdruck

Wie machen wir das Event gesünder, vielfältiger, zugänglicher und klimafreundlicher?

Gesünder: weniger und gesünderes Essen, mehr vegetarisch und vegan

Vielfalt: vielfältige Bühne, gute Zugänglichkeit

Klima: Bahn und Fahrgemeinschaften, wenig Müll

Company Conference Canvas



Name _____ Datum _____

Titel der Unternehmenskonferenz

Intention und Impact

Kontexte

Organisationsteam

**Eventpartner und
Technik**

Teilnehmer*innen

Konferenzformat

Moderation

Speaker*innen

Location

Materialien

Kommunikation

Am Prozess arbeiten

Hand- und Fußabdruck