

## Briefing

Datum: \_\_\_\_\_

Kunde: \_\_\_\_\_

Projekt: \_\_\_\_\_

Ansprechperson 1: \_\_\_\_\_

Ansprechperson 2: \_\_\_\_\_

<b>Kommunikationsebene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachhandel</li> <li>• Medien</li> <li>• Konsument</li> <li>• intern</li> <li>• </li> </ul>
<b>Übergeordnetes Werbe- od. Kommunikationsziel</b>	
<b>(Hinter)Grund der Aktion/Massnahme</b>	
<b>Zielgruppe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• homogen / heterogen</li> <li>• Männer / Frauen</li> <li>• Alter</li> <li>• Werte und Einstellungen</li> <li>• Lebensweise und Umfeld</li> <li>• Stimmung</li> <li>• Verhalten</li> <li>• Bedürfnisse</li> <li>• Wissensstand</li> <li>• Was denkt die ZG über uns?</li> <li>• (innere) Fragen</li> <li>• Erwartungen</li> <li>• Probleme</li> <li>• Vorbehalte</li> <li>• Interessen</li> <li>• mögliche Reaktionen vorwegnehmen</li> <li>• Fremdsprache(n)</li> <li>• </li> </ul>
<b>Ziel und Zweck des Textes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was soll die Zielgruppe denken/fühlen, wenn sie den Text liest?</li> <li>• Welchen Eindruck/welche Wirkung soll der Text bei den Lesern hinterlassen?</li> <li>• Nach dem Lesen: Gewünschte Reaktion/Einstellung der Zielgruppe</li> <li>• Call to Action?</li> <li>• Wird der Text auch anderweitig verwendet?</li> <li>• </li> </ul>
<b>Kundennutzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was bringt das Angebot/die Massnahme der Zielgruppe?</li> </ul>
<b>Reason Why</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wieso soll die ZG das glauben?</li> <li>• </li> </ul>

<b>Aussagen und Botschaften</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kernaussage / Hauptbotschaft</li> <li>• max. 3 Nebenbotschaften</li> <li>•</li> </ul>
<b>Informationshierarchie und Argumentationskette</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> </ol>
<b>Tonalität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• locker – seriös</li> <li>• frech/jugendlich – konservativ/traditionell</li> <li>• witzig, humorvoll – ernst</li> <li>• sachlich – emotional</li> <li>• subjektiv – objektiv</li> <li>• verständlich – kompliziert</li> <li>• wirksam, überzeugend – unterhaltend</li> <li>• reizvoll, attraktiv – informativ</li> <li>• kurz, prägnant – ausschweifend, langfädig</li> <li>•</li> </ul>
<b>Stil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bilder</li> <li>• Beispiele</li> <li>• Metaphern</li> <li>• Zitate</li> <li>• Anekdoten</li> <li>• Persönliches</li> <li>• Sachlich/ „sec“</li> <li>•</li> </ul>
<b>Vorgaben Corporate Language</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• männliche/weibliche Formulierungen</li> <li>• Wortkoppelungen</li> <li>• Schreibweise von Produktnamen/Firma</li> <li>• Neue deutsche Rechtschreibung</li> <li>•</li> </ul>
<b>Umfang und Form</b>	
<b>Hintergrundinformationen / Mustertexte/ Unterlagen</b>	
<b>Budget</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idee und Konzept</li> <li>• Text</li> <li>• Grafik</li> <li>• Druck</li> </ul>
<b>Termine/weiteres Vorgehen</b>	
<b>Konkurrenzsituation / USP und UAP des Kunden</b>	
<b>Diverses</b>	