



iwanitoo

Product- and Creative *Briefing*

Unbranded Template



Projektname: _____

Projektnummer: _____

Projektleiter: _____

Version & Datum _____

Start des Projektes: _____

Ende des Projektes: _____

GoLive Projekt _____



01. Ausgangssituation und Informationen zum Kontext:

Beschreiben Sie hier den Kontext des Briefings im Hinblick auf Ihr Unternehmen. Erläutern Sie kurz, wer Sie sind, wofür Ihr Unternehmen steht und in welchem Rahmen Projekte wie dieses üblicherweise entstehen. Dieser Abschnitt schafft Verständnis dafür, aus welcher Perspektive Sie briefen und welches Selbstverständnis Ihre Organisation prägt.

02. Gegenstand des Briefings im Kontext zu Ausgangssituation:

Beschreiben Sie hier den Zweck des Projekts. Erläutern Sie, warum dieses Briefing entsteht, welche Ausgangssituation vorliegt und welcher übergeordnete Bedarf dahintersteht. Dieser Abschnitt beantwortet das „Warum“ des Projekts – im Unterschied zu Punkt 04, in dem die konkreten Ziele definiert werden.



03. Anforderungen an das Projekt

Beschreiben Sie hier die festen Vorgaben, die das Projekt erfüllen muss, zum Beispiel Umfang, Qualitätsansprüche, technische oder gestalterische Anforderungen. Alles, was verbindlich ist und nicht verhandelbar.

04. Ziele

Definieren Sie hier die konkreten Ergebnisse, die dieses Projekt liefern soll. Was soll am Ende vorliegen, erkennbar erreicht oder messbar verbessert sein? Dieser Abschnitt beschreibt die Resultate, im Unterschied zum Zweck, der erklärt, warum das Projekt überhaupt gestartet wurde.



05. Stakeholder

Nennen Sie hier alle Personen oder Bereiche, die am Projekt beteiligt sind oder dessen Ergebnis beeinflussen. Stakeholder sind alle, die Erwartungen, Anforderungen oder Verantwortung im Projekt haben, intern wie extern.

06. Budgetinformationen

Geben Sie hier an, welches Budget für das Projekt zur Verfügung steht und wie es eingesetzt werden soll. Dieser Abschnitt schafft Planungssicherheit und definiert den finanziellen Rahmen für alle Beteiligten.



07. Personas

Name: _____	Name: _____	Name: _____
Alter: _____	Alter: _____	Alter: _____
Beruf: _____	Beruf: _____	Beruf: _____
Einkommen: _____	Einkommen: _____	Einkommen: _____

08. Ziel- und Bedürfnisgruppen

Beschreiben Sie hier, welche Zielgruppen mit diesem Projekt erreicht werden sollen. Orientieren Sie sich an den im Unternehmen definierten Zielgruppen und erläutern Sie kurz deren zentrale Bedürfnisse oder Erwartungen, die für das Projekt relevant sind. Dieser Abschnitt macht klar, für wen das Ergebnis gedacht ist und welchen Nutzen diese Gruppen daraus ziehen sollen.



09. Tonalität

Beschreiben Sie hier, wie die Kommunikation klingen soll. Geben Sie klare Hinweise zur sprachlichen Haltung – zum Beispiel ob der Stil eher sachlich, kreativ, einfach, emotional oder fachlich sein soll. Die Tonalität sorgt dafür, dass alle Inhalte konsistent wirken und zur Marke passen.

10. Aufgabe der Agentur

Beschreiben Sie hier, was die Agentur konkret leisten soll. Formulieren Sie klar, welche Arbeiten, Entscheidungen oder kreativen Leistungen erwartet werden und wo die Verantwortung der Agentur beginnt und endet. Dieser Abschnitt definiert den operativen Auftrag.



11. Terminierung

Geben Sie hier alle relevanten Termine an: Start, Meilensteine, Abgabefristen und Abstimmungspunkte. Dieser Abschnitt schafft zeitliche Verbindlichkeit und ermöglicht eine realistische Planung für alle Beteiligten.

12. Märkte

Beschreiben Sie hier die relevanten Märkte, in denen das Produkt oder die Dienstleistung eingesetzt wird. Ziel ist es, der Agentur ein grundlegendes Verständnis für das Umfeld zu geben, in dem das Projekt wirken soll.



13. Wettbewerb

Geben Sie hier einen kurzen Überblick über vergleichbare Produkte, Anbieter oder Lösungen. Ziel ist es, der Agentur ein Gefühl für den Markt zu geben und relevante Referenzen oder Abgrenzungen sichtbar zu machen.

14. Anhänge

Fügen Sie hier ergänzende Unterlagen hinzu oder hängen sie sie an, die für das Projekt relevant sind. Nutzen Sie die Auswahlfelder, um schnell sichtbar zu machen, welche Dokumente vorliegen und welche noch benötigt werden.

Inhalte & Produkte

- Produktdaten / technische Informationen
- Zielgruppenbeschreibung/Personas
- Wettbewerb & Marktinfos

Kreation

- Brand Guidelines
- Logo- und Bildmaterial
- Textbausteine Claims

Projekt

- Zeitplan/ Meilensteine
- Rollen und Verantwortlichkeiten
- Weitere relevante Unterlagen

