

# Ing. Schönberg Christian

## Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian \*  
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

<http://schoenberg.company>

\*) Einzelunternehmen  
SCHÖNBERG gegründet 2002  
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)



Ing. Schönberg Christian

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

## Briefing

(Marketing, Werbung):

### Allgemeines:

Der Begriff **Briefing** bedeutet so viel wie **Kurzweisung** (Kurzbesprechung), dass vor einem wichtigen Ereignis durchgeführt wird.

Im Bereich **Werbung** und **Marketing** umfasst Briefing die **Informationen** über alle notwendigen Sachverhalte, die zum Beispiel eine Werbeagentur oder ein Marktforschungsinstitut braucht, damit diese ein **Angebot abgeben** bzw. den **Auftrag durchführen** kann.

Im Briefing sind **Informationen** über **Ziele**, **Zielgruppen** und Entwicklungen enthalten. Gleichzeitig muss in einem Briefing auch ein gewisser **Spielraum** enthalten sein, um Raum für die **Kreativität** zu belassen.

In einem Briefing gibt es daher genau vorgegebene, **geschlossene Ergebnisbestandteile**, aber auch **offene Ergebnisbestandteile**.



### Definition:

Ein Briefing ist also die **Zusammenfassung** der **Gesamtaufgabenstellung** der Werbung. Diese soll als **Arbeitsrichtlinie** für alle Beteiligten dienen.

Häufig wird dafür auch der Begriff **Agenturbriefing** verwendet. Als weitere Aufgabe soll das Briefing einen Einblick in die **unternehmerischen** und **marktlichen** Zusammenhänge geben.

Außerdem wird ein Briefing in der Regel in **schriftlicher Form** abgefasst.

Nach der Übergabe des Briefings an eine Werbeagentur erarbeitet diese zumeist ein sogenanntes **Rebriefing**, um zu zeigen, wie die **Aufgabenstellung** umgesetzt werden soll. Ist dieses Rebriefing in Ordnung, dann wird in die **Konzeptionsphase** übergegangen.

### Inhalte eines Briefings:

- **Angebotsumfeld**
- **Marketingstrategie**
- **Abgrenzung des Marktes**
- **Käuferverhalten**
- **Festlegung der Werbeziele**
- **Festlegung der Werbeobjekte**
- **Beurteilung und Kontrolle des Erfolgs**

### Hinweis:

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools und Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

## Inhalte eines Briefings

## Aufgaben eines Briefings

## Phasen eines Briefings

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose  
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

### die Aufgaben eines Briefings:

#### 1. intern (Kernaufgaben):

- Disziplinierungsfunktion
- Abgrenzung der einzelnen Aufgaben
- die Festlegung der Entscheidungskompetenzen

#### 2. extern (Kernaufgaben):

- Steuerung des Ablaufs der Werbung
- Festlegung der Ziele
- die Werbeaufgabe

#### 3. global:

- präzise Formulierung der Aufgabenstellung
- die erwartete Lösung
- Kriterien für die Erfolgskontrolle

### Vier Phasen vom Briefing bis hin zur Realisation:

#### 1. Agentur führt eine Situationsanalyse durch:

Betreffend Auftraggeber wird eine **Analyse** betreffend des **Umsatzes** und der **Organisation** durchgeführt. Bezüglich **Marke** werden die **Marktanteile**, die **Distribution** und die **Käuferstruktur** unter die Lupe genommen. Und in Bezug auf den Markt werden der **Gesamtmarkt**, die **Trends** und die **Anbieterstruktur** analysiert.

Außerdem maßgeblich sind die vergangene und zukünftige **Zielsetzung**, eventuelle **Markenprobleme** mit Ursachen und möglichen **Lösungen**.

#### 2. Erarbeiten einer Kommunikationsstrategie:

Dazu gehören die **Kommunikationsziele** wie Zielinhalte und die Gewichtung der Ziele. Dann die **Zielgruppe** in Bezug auf die **Einstellungs- und Verhaltensmerkmale** zum Produkt bzw. zur Marke.

Und außerdem muss festgelegt werden, wie sich die **Marke** bzw. das **Produkt** in Bezug auf die **Zielgruppe** profilieren soll. Dazu müssen aber auch die **Kommunikationsmethoden** festgelegt werden, sowie die **Werbeträger** (Zeitungen, Webseiten, ..) bzw. die **Werbemittel**.

#### 3. Konzeption und Media Planung:

Unter **Konzeption** fallen die Festlegung, **wie kommuniziert** werden soll, sowie auch die Entwicklung von **Ideen** und der **Thematik**. Aber auch der **Kommunikationsinhalt** muss kreativ erstellt und umgesetzt werden. Media Planung beschäftigt sich mit der Frage, **wo kommuniziert** werden soll, zum Beispiel in welchen Zeitungen, auf welchen Webseiten, usw.

#### 4. Realisation (Produktion):

Dazu müssen zuerst **reproduzierbare Druckvorlagen** erstellt, sowie die **Media Planung** (vorheriger Punkt) umgesetzt werden, wie zum Beispiel die Buchung von Zeitungsinseraten, usw.

