



Briefing-Checkliste

Zu den Kriterien einer beispielhaften Briefing-Checkliste mit Ausrichtung auf Geschäfts- und Jahresberichte zählen:

Unternehmen und Marktumfeld

- Gründung/Historie
- Unternehmensphilosophie, Werte und Leitbild
- Standorte und Unternehmensstruktur
- Eckdaten wie Umsatz, Mitarbeiter etc. und deren Entwicklung
- Unternehmensstrategie
- Branche, deren Struktur und politisches Umfeld
- Mitbewerber und Marktanteile
- Positionierung, Alleinstellungsmerkmale und Verkaufsargumente
- Produkte/Dienstleistungen und deren Nutzen, Preis etc.
- Vertriebswege und -partner sowie Point of Sale
- Ausgangslage mit Stärken/Schwächen, Chancen/Risiken, Perspektiven
- Zielgruppen nach Bedeutung und unter Berücksichtigung von Alter, Geschlecht, Bildung, Vorbehalten, Kaufkraft
- Einschränkungen durch Gesetze, Branchenrichtlinien etc.

Text und Kommunikation

- Struktur und Leistungsfähigkeit der Kommunikationsabteilung
- Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern
- Relevante Medien und Pressespiegel
- Textlieferung durch Kunden bzw. redaktionelle Überarbeitung durch Agentur
- Kommunikationskonzept, strategische Ziele und Image mit Soll-/Ist-Vergleich
- Kernbotschaften und wichtigste Aussagen
- Gewünschte Botschaften, Kommunikationsstil und Tonalität der Sprache
- Ideenentwicklung und Ausarbeitung des redaktionellen Magazin-/Imageteils
- Weitere Text-/Sprachversionen



Gestaltungswünsche und Aufgabenstellung

- Weitere gewünschte Medien zusätzlich zu Print wie Online-Auftritte, dynamisches PDF, App
- Beurteilung Layout und Bildwelt der Vergleichspublikation aus dem Vorjahr
- Übernahme Vorjahreslayout oder Anzahl Basislayouts und Bildkonzepte
- Corporate Design und mögliche Freiräume
- Ausdruck/Wirkung wie seriös, modern, humorvoll; ruhig, komplex; Remix-Style; Vektor-Look
- Komplexität des Layouts und Anzahl der Textspalten
- Präferenzen/Vorgaben bei Farben, Schriften und Gestaltungselementen
- Image-/Magazinteil innerhalb oder außerhalb der Publikation oder online
- Ein- bzw. doppelseitige Aufmacherseiten
- Bilder/Illustrationen und deren Stil und ob s/w, monochrom, duplex, farbig
- Bildraster-/Formate und Umgang mit Freistellern
- Qualität/Druckfähigkeit der vom Kunden gelieferten Bilder
- Typografisches Layout oder Bilder vom Fotografen oder Bildagenturen
- Tabellen, Grafikstil und Vergleich der Anzahl mit Vergleichspublikation
- Produktion und Weiterverarbeitung mit Umschlag, Bindung, Papier, Veredelungen etc.
- Seitenumfang vom Innenteil, Umschlag und Klapper
- Weitere Vorgaben, Wünsche und Beschränkungen

Rahmenbedingungen

- Lektorat durch Kunde oder Agentur
- Produktion durch Kunde oder Agentur
- Versand/Auslieferung
- Terminvereinbarungen/Zeitplan
- Budget/Honorar (gesamt und Anteile für Text, Grafik, Bild und Produktion)
- Ansprechpartner und Entscheider
- Externe Experten