



## Agentur-Briefing

Welches Produkt soll beworben werden?

---

Wie lautet die konkrete Aufgabenstellung?

---

---

Was ist das Kommunikationsziel und wie lautet die Kernbotschaft?

---

---

Welche Zielgruppe wird anvisiert?

---

Wie hoch ist der zur Verfügung stehende Etat?

---

Existiert ein übergeordnetes Strategiepapier für das Unternehmen oder die Produktgruppe, das auf die Maßnahme Einfluss haben könnte?

---

Gibt es CI- oder CD-Vorschriften, die beachtet werden müssen?

---

Gibt es Vorgaben hinsichtlich der Formate für Anzeigen, Beilagen, Mailings oder für andere Werbeträger?

---



Welche Medien wurden bei früheren Maßnahmen überwiegend eingesetzt?

---

Wie sind die Erfahrungen mit diesen Medien?

---

Welche Medien sollen in jedem Fall eingesetzt werden?

---

Welche Medien sollen auf gar keinen Fall eingesetzt werden?

---

Gibt es bereits Gestaltungswünsche?

---

Wie tief soll die erste Präsentation in die Details einsteigen?

---

Wie sieht das exakte Timing für die Vorbereitung aus?

---

Wann soll die Präsentation stattfinden?

---

Um die Zusammenarbeit zwischen Kunden und Agenturen zu fördern, hat sich die Verwendung eines standardisierten Briefings für die Vorüberlegungen etabliert. Dabei können hier nur erste grobe Informationen gelistet werden, dennoch sind diese entscheidend für jede weitere Agenturarbeit. Eine frühzeitige Berücksichtigung der offenen Fragen schafft für alle Parteien Transparenz und Planungssicherheit.