

# Checkliste: Briefing

## Unternehmensdaten:

- Unternehmenstyp?
- Produkte/Dienstleistungen?
- USP/Marktbedeutung?
- Tätigkeitsbereich: national oder international?
- Eigentümer/Inhaber?
- Unternehmensgeschichte?
- Mitarbeiter: Zahl/Gliederung/Verhalten?
- Ausstattung und Niederlassungen?
- Forschung und Entwicklung?
- Welche Geschäftsbereiche?
- Umsatzzahlen?
- Unternehmensziele?
- Unternehmensphilosophie?
- Unternehmensorganisation (Organigramm)?
- Führungssysteme?

## Marktdaten:

- Auf welchem Markt/welchen Märkten betätigt sich das Unternehmen?
- Marktanteile des Unternehmens?
- Entwicklung der Marktanteile?
- Marktkonkurrenz?
- Verbraucherstrukturen?
- Welche Absatzmittler (Groß-/Einzelhandel)?

## Beziehungsgeflecht mit Kommunikationspartner:

### Intern:

- Wie sieht die Kommunikation zwischen Vorstand, Führungskräften, Mitarbeiter, Betriebsrat etc. aus?

### Extern:

- Wie gestaltet sich die Kommunikation mit Geschäftspartnern (Aktionäre/Banken/Versicherungen, Absatzmittler, Kooperationspartner...)?
- Kommunikation mit Verbänden/Gewerkschaften?
- Personalmarkt?
- Beschaffungsmärkte?
- Umfeld des Unternehmens (Kommunikation mit der 'Nachbarschaft')?
- Kontakt zu gesellschaftlichen Gruppierungen (lokal, regional, national, international)?
- Kommunikation mit Wissenschaft und Forschung?
- Kommunikatives Verhältnis zu 'Gegnern'?

## **Externe Einflussfaktoren:**

- Aus Gesellschaft/Politik/Umwelt?
- Einfluss der allgemeinen wirtschaftlichen Situation/Entwicklung?
- Gesetzliche Rahmenbedingungen?
- Personalkosten/Finanzmärkte?
- Saisonale Einflüsse vorhanden?

## **Kommunikationsarbeit des Unternehmens:**

- Konzept für Gesamtkommunikation bereits vorhanden?
- Organisatorische Eingliederung der Kommunikation?
- Wie sieht die PR-Arbeit aus? Welche Instrumente kommen zum Einsatz?
- Interne Kommunikation: Instrumente, Informationsebenen/–mittel?
- Wie gestaltet sich die Werbung?
- Ist das Unternehmen auf Messen/Ausstellungen vertreten?
- Wird die Kommunikationsarbeit evaluiert? Wenn ja, welche Ergebnisse liegen bereits vor?
- Wer ist für die Kommunikation verantwortlich?
- Gibt es eine Koordination der Gesamtkommunikation?
- Wie ist das Image des Unternehmens (Ist-Analyse)?
- Wie soll das Image aussehen (Soll-Analyse)?
- Welche Stärken/Schwächen hat das Unternehmen?

## **Kommunikation der Konkurrenz:**

- Wie sieht die Kommunikation der Konkurrenz aus (PR, Werbung, Verkaufsförderung, Sponsoring)?

## **Auftrag/Aufgabe der Agentur:**

- Welche konkreten Aufgaben soll die Agentur erhalten?
- Wie sehen die Kommunikationsziele aus (weniger ist häufig mehr, d.h. besser nicht mehr als 5 konkrete Ziele)?
- Gibt es übergeordnete Ziele, an denen sich die Kommunikation orientieren muss?
- Existieren Probleme/Aufgaben, die vorrangig gelöst werden sollen?
- Welche Ergebnisse soll die Zusammenarbeit mit der Agentur konkret ergeben (Zeitplan für die nächsten Jahre)?
- Welche Beweggründe führten zur Zusammenarbeit mit der Agentur?
- Wie schätzen die unterschiedlichen Führungsebenen (Inhaber, Geschäftsführer, Leiter der Fachabteilungen...) die Zusammenarbeit ein?
- Bestehen Ressentiments in Bezug auf die Zusammenarbeit mit der Agentur?
- Gibt es eine hauseigene Abteilung für Kommunikation (PR, Werbung)?
- Wenn ja, wer sind die Verantwortlichen?
- Über welchen Zeitraum soll die Zusammenarbeit angelegt sein?
- Ist der Auftrag nur projektbezogen oder langfristig geplant?
- Wie sollen die Vertragszeiten aussehen (Beginn und Ende der Zusammenarbeit)?

- In welcher Form sollen Konzepte vorgelegt werden: schriftlich, in Präsentationsform, lang oder kurz?
- Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit: Wer sind die Verantwortlichen/Ansprechpartner?
- Welche finanziellen Mittel stehen für Kommunikation zur Verfügung?
- Wann, wie und durch wen fällt die Entscheidung für oder gegen eine Zusammenarbeit?