

Checkliste: Briefing für ein Kommunikationskonzept

Am Anfang der Aufgabenstellung steht immer das Briefing. Durch ein gutes Briefing und in einem Dialogprozess mit der PR-Agentur werden die wichtigen Fakten zur Ausgangslage des Unternehmens beschafft. In dieser Phase werden bereits die Weichen für die nachträgliche Konzeptarbeit gestellt. Deshalb gilt: Je mehr Informationen zur Verfügung gestellt werden können, desto besser.

Ein vollständiges Briefing umfasst die folgenden Punkte:

- Den Auftragsgegenstand
- Das Problem und Ihre Meinung zum Problem
- Das interne und externe Umfeld Ihres Unternehmens
- Die Unternehmensziele und die genaue Tätigkeit, der Charakter
- Die gewünschte Veränderung, die man erreichen will (Ziele)
- Ihre Einstellung gegenüber der Öffentlichkeit
- Bisherige Strategien und Massnahmen in der Kommunikation
- Hauptanliegen der Kommunikationstätigkeit
- Ansprechpartner
- Budget
- Zeitrahmen
- Andere Bedingungen der Auftragerfüllung (Gestaltungsangaben, Grundlagenmaterial etc.)
- Endtermin der Massnahmen

Quelle: open up AG für Kommunikation und PR, Zürich, www.open-up.ch