

Militär [Bearbeiten | Quelltext bearbeiten]

Briefing stammt aus dem Militärjargon. Das Briefing war ursprünglich die Lagebesprechung, bei der die [Tagesbefehle](#) ausgegeben wurden. Vor [Militäroperationen](#) gibt es ein *Missionsbriefing*, früher als Operationsbefehle bezeichnet.

Werbung [Bearbeiten | Quelltext bearbeiten]

Briefing ist die Information über alle erforderlichen Sachverhalte, die ein [Marktforschungsinstitut](#) oder eine [Werbeagentur](#) benötigt, um ein Angebot abgeben oder einen Auftrag ausführen zu können. Das Briefing beschreibt die Aufgabenstellung und enthält Informationen über Ziele, [Zielgruppen](#), [Konkurrenz](#), [Wettbewerbsvorteile](#) und Entwicklungen.

Um das gewünschte (kreative) Ergebnis zu erhalten, erfordert das Briefing *Spielraum in der Ergebnisgestaltung*. Erst durch den gewährten Spielraum unterscheidet sich das Briefing von einer Aufgabenstellung.

Der Briefende muss daher sehr genau differenzieren zwischen den genau vorgegebenen, geschlossenen Ergebnisbestandteilen und den offenen Ergebnisbestandteilen.

Folgende Punkte sind Bestandteil eines Werbebriefings:

- Angebotsumfeld
- [Marketingstrategie](#)
- Abgrenzung des Marktes
- Einfluss des Käuferverhaltens
- Bestimmung der [Werbeziele](#)
- Bestimmung der Werbeobjekte
- Bestimmung des Werbeetats
- Beurteilung und Kontrolle des Werbeerfolgs.