



Text-Briefing

Je besser das Briefing, desto besser die Texte!

I. Allgemeine Angaben

1. Wie heißt dein Unternehmen / deine Marke?

2. Seit wann gibt es dein Unternehmen / bist du selbstständig?

3. Für welche Werte stehst du / dein Unternehmen?

4. Welche Leistungen oder Produkte bietest du an?

5. Welches Problem löst dein Angebot? Welches Bedürfnis / welchen Wunsch befriedigt es?
Welchen Nutzen / Vorteil habe ich vom Kauf?

6. Wer ist deine Zielgruppe? Bitte beschreibe sie möglichst genau!

7. Wer sind deine (wichtigsten) Mitbewerber?





II. Der Textauftrag

1. Beauftragte Textart: _____

2. Gewünschte Textlänge ca.: _____

3. Wovon soll der Text handeln: Was ist die Kernaussage? Beschreibe stichpunktartig den Inhalt.

4. An wen richtet sich der Text? Welche Fragen und/oder Probleme beschäftigen die Leser:innen gerade?

5. Call-to-Action: Welches Ziel verfolgt der Text? Welche Handlung/Reaktion soll er auslösen (z.B. Kontakt aufnehmen, Newsletter abonnieren, Shop besuchen etc.)

6. Gibt es Recherchequellen, die oder bereits vorhandene Materialien zum Thema?





III. Sprache

1. Sollen die Leser:innen geduzt oder gesiezt werden? _____
2. Welche Form des Genderns möchtest du verwenden?
 - weibliche und männliche Form benutzen (z.B. Kundinnen und Kunden)
 - Gender-Sternchen (z.B. Kund*innen)
 - Gender-Doppelpunkt (z.B. Kund:innen)
 - Ich möchte Gendern möglichst vermeiden und möglichst neutrale Formulierungen verwenden (z.B. Personal statt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter)
 - Ich möchte nicht Gendern, sondern das generische Maskulinum verwenden (mit z.B. „Kunden“ sollen alle Menschen gemeint sein, die bei dir kaufen)
 - _____
3. In welchem Ton soll der Text geschrieben werden (sachlich, informativ, locker, emotional....)?
Welches Gefühl soll er vermitteln?

4. Gibt es besondere sprachliche Vorgaben, die beachtet werden müssen (besondere unternehmensinterne Schreibweisen, Corporate Wording, Begriffe, die auf jeden Fall/keinesfalls vorkommen sollen etc.)

5. Keywords und SEO: Für welche Suchbegriffe möchtest du gefunden werden?

6. Interne Verlinkung: Gibt es schon Seiten oder Blogbeiträge zu verwandten Themen, auf die der neue Artikel verlinken kann?



IV. Organisatorisches

1. Wer ist Ansprechpartner:in für Nachfragen? (Name, Telefon, E-Mail-Adresse)

2. Was ist der Zeitrahmen für das Projekt / der späteste Abgabetermin:

