

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>1. Sinn und Zweck von Briefings</b>	<b>9</b>
Was ist ein Briefing?	10
Briefinggeber und Briefingnehmer	11
Briefinganlässe	12
<b>2. Die Gestaltung eines guten Briefings</b>	<b>15</b>
Aufgabe und Zielsetzung	16
Vorgaben	21
Definition der Zielgruppe	25
Hintergrundinfos	29
<b>3. Zeitplanung und Budget</b>	<b>33</b>
Arbeitsschritte terminieren	34
Budget kalkulieren	39
Ein Gruß von C. Northcote Parkinson	47
<b>4. Formale Aspekte</b>	<b>55</b>
Das schriftliche Briefing	56
Das Beschreiben von visuellen Vorstellungen	58
Die richtigen Dateiformate	62
Das mündliche Briefing und Rebriefing	64

<b>5. Kommunikation</b>	<b>67</b>
Kein Job ohne Briefing und Rebriefing	68
Wie Kommunikation gelingt	73
Fehler gehören dazu – und lassen sich korrigieren	83
<b>Briefing-Checkliste</b>	<b>85</b>
<b>Fast Reader</b>	<b>88</b>
<b>Die Autorin</b>	<b>93</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>94</b>
<b>Register</b>	<b>96</b>