



CHRISTOPH B. FUCHS

Das optimale Agenturbriefing

Bevor Sie eine Eventagentur zu einem Briefing einladen, lohnt es sich, die wichtigsten «Facts» zu Ihrem Vorhaben zusammenzutragen, intern abzuklären und/oder mit Ihren Mitarbeitenden oder Vorgesetzten abzustimmen. Ein gut vorbereitetes Briefing erlaubt Ihnen einen effizienten Projektauftritt.

Die Hardfacts

- Zielgruppe: Wer sind die Teilnehmer? Wie viele sind es? Woher kommen sie?
- Welche Sprachen sprechen sie? Welcher Kultur, welcher Szene gehören sie an?
- Was ist der Anlass (Eventform)?
- Wo soll der Event stattfinden (Wunsch)?
- Wann soll der Event stattfinden?
- Wie lange soll der Event dauern?
- Wie hoch ist das Budget?

- Welche Leistungen soll die Eventagentur erbringen, welche Leistungen erbringen wir selber?
- Wer ist intern für den Event verantwortlich, wer Ansprechpartner für die Eventagentur?

Die Softfacts

- Wie lautet die Aufgabe?
- Was sind die Eventziele?
- Wie ist die Einbettung in die Gesamtkommunikation?
- Welche Probleme könnten auftauchen? Welche Probleme sind bereits bekannt?
- Was möchten wir unbedingt vermeiden und was darf keinesfalls vorgesehen werden (bspw. Lokalität, Art der Unterhaltung, Art und Form des Caterings usw.)?