Briefing

Ein Briefing beschreibt den Rahmen, innerhalb dessen ein Projekt bearbeitet werden soll. Es formuliert die Ausgangssituation, das Ziel, die Aufgabe und die wichtigsten Bedingungen, die für die Bearbeitung relevant sind. Im Designprozess dient es dazu, eine gemeinsame Grundlage zu schaffen und den möglichen Lösungsraum einzugrenzen, ohne das Ergebnis bereits vollständig vorzugeben.

Ein gutes Briefing beantwortet zunächst die Frage, *warum* ein Projekt überhaupt durchgeführt wird. Dazu gehört eine verständliche Beschreibung des Hintergrundes, beispielsweise eines Problems, einer neuen Entwicklung, eines Marktes, einer Zielgruppe oder einer konkreten Nutzungssituation. Darauf aufbauend sollte deutlich werden, *was* entwickelt oder untersucht werden soll und welches übergeordnete Ziel damit verbunden ist. Je nach Projekt können außerdem Zielgruppen, Nutzungskontexte, technische Rahmenbedingungen, gewünschte Ergebnisse, verfügbare Ressourcen, Zeitrahmen oder bestimmte Ausschlusskriterien beschrieben werden.

Briefing und Lösung

Ein Briefing sollte den Lösungsraum definieren, aber möglichst nicht bereits die Lösung vorwegnehmen. Die Vorgabe *Entwickeln Sie einen roten, sprachgesteuerten Lautsprecher mit drei Tasten* lässt beispielsweise nur noch wenig Raum für einen eigenständigen Designprozess. Eine offenere Aufgabenstellung wie *Entwickeln Sie ein physisches Audioobjekt für eine konkrete Nutzungssituation, bei dem Sound eine wesentliche Funktion übernimmt* gibt dagegen einen Rahmen vor, lässt aber unterschiedliche Fragestellungen und Lösungen zu.

Besonders bei Projekten in Creative Technologies sollte ein Briefing deshalb nicht nur eine Liste technischer Anforderungen sein. Es sollte genügend Freiraum bieten, um durch Recherche, Experimente und Prototyping zunächst herauszufinden, welches Problem tatsächlich relevant ist und welche Form einer Lösung sinnvoll sein könnte.

Was gehört in ein Briefing?

Der genaue Aufbau hängt vom jeweiligen Projekt ab. Typischerweise beschreibt ein Briefing jedoch den Kontext und die Motivation des Projektes, die zentrale Aufgabe, mögliche Zielgruppen oder Nutzungssituationen sowie die erwarteten Ergebnisse. Ergänzt werden können konkrete Rahmenbedingungen wie Zeit, Budget, Materialien, Technologien, Abgabeformate oder andere Vorgaben.

Wichtig ist die Unterscheidung zwischen Anforderungen, die tatsächlich verbindlich sind, und Informationen, die lediglich als Orientierung dienen. Wenn beispielsweise gefordert wird, dass am Ende ein physischer Prototyp präsentiert werden muss, ist dies eine verbindliche Rahmenbedingung. Beispiele für mögliche Themenfelder oder Technologien sind dagegen häufig nur als Anregung zu verstehen.

Das Briefing hinterfragen

Ein Briefing sollte nicht einfach nur abgearbeitet werden. Teil eines professionellen Designprozesses ist es, die Aufgabenstellung zunächst zu verstehen und kritisch zu prüfen. Welche Annahmen liegen dem Briefing zugrunde? Ist das beschriebene Problem tatsächlich relevant? Sind Zielgruppe und Nutzungssituation ausreichend verstanden? Fehlen möglicherweise wichtige Informationen?

Gerade zu Beginn eines Projektes kann Recherche dazu führen, dass sich die ursprüngliche Aufgabenstellung verändert oder präzisiert. Eine zunächst sehr allgemein formulierte Aufgabe kann dadurch zu einer konkreten Forschungsfrage werden. Ebenso kann sich herausstellen, dass ein im Briefing angenommenes Problem in

dieser Form gar nicht existiert oder dass ein anderes Problem wesentlich relevanter ist.

In diesem Sinne ist ein Briefing nicht zwangsläufig ein unveränderlicher Text, sondern häufig der Ausgangspunkt eines gemeinsamen Verständigungsprozesses zwischen Auftraggeber*innen und Gestaltungsteam.

Wann darf man Vorgaben eines Briefings brechen?

Nicht jede Vorgabe eines Briefings hat das gleiche Gewicht. Verbindliche Bedingungen dürfen in der Regel nicht ohne Rücksprache verändert werden. Dazu können beispielsweise Budgetgrenzen, Sicherheitsanforderungen, gesetzliche Vorgaben, technische Schnittstellen, verbindliche Zielgruppen oder bestimmte Abgabeformate gehören.

Andere Vorgaben können dagegen bewusst hinterfragt werden, wenn sich im Designprozess nachvollziehbare Gründe dafür ergeben. Entscheidend ist, dass eine Abweichung nicht aus Bequemlichkeit entsteht, sondern aus einer Erkenntnis. Wenn Recherche, Testing oder Prototyping beispielsweise zeigen, dass eine ursprünglich vorgesehene Interaktionsform für die Zielgruppe ungeeignet ist, kann es sinnvoll sein, davon abzuweichen.

Ein bewusstes Brechen des Briefings sollte deshalb immer begründet werden können. Die entscheidende Frage lautet nicht: *Haben wir die Vorgabe eingehalten?*, sondern vielmehr: *Warum war diese Vorgabe sinnvoll oder warum haben wir uns bewusst dagegen entschieden?*

Bei realen Auftragsprojekten sollte eine wesentliche Änderung immer mit dem Auftraggeber abgestimmt werden. Eine sehr gute Idee außerhalb des vereinbarten Rahmens ist nicht automatisch eine geeignete Antwort auf den Auftrag.

Briefing und Forschungsfrage

Das Briefing beschreibt den übergeordneten Rahmen eines Projektes. Die Forschungsfrage entsteht dagegen häufig erst aus der eigenen Recherche innerhalb dieses Rahmens.

Ein Briefing könnte beispielsweise vorgeben:

Entwickeln Sie ein neues physisches Produkt für einen zukünftigen Audiomarkt.

Durch Beobachtung und Recherche könnte daraus eine spezifischere Forschungsfrage entstehen:

Wie können Menschen beim Kochen Audioinhalte bedienen, ohne einen Touchscreen verwenden zu müssen?

Aus dieser Forschungsfrage werden anschließend unterschiedliche Ideen und Lösungsansätze entwickelt. Das Briefing definiert damit den Projektkontext, während die Forschungsfrage dabei hilft, innerhalb dieses Kontextes einen konkreten Schwerpunkt zu setzen.

Umgang mit einem Briefing

Zu Beginn eines Projektes sollte ein Briefing zunächst vollständig gelesen und in eigenen Worten zusammengefasst werden. Dabei ist hilfreich zu unterscheiden, was verbindlich vorgegeben ist, welche Punkte noch offen sind und welche Annahmen zunächst überprüft werden müssen. Unklare oder widersprüchliche Punkte sollten möglichst früh geklärt werden.

Im weiteren Verlauf dient das Briefing immer wieder als Referenz. Insbesondere bei größeren Projekten kann es

leicht passieren, dass sich eine interessante Idee entwickelt, die jedoch zunehmend von der ursprünglichen Aufgabenstellung entfernt. Dann sollte überprüft werden, ob diese Entwicklung noch eine sinnvolle Antwort auf den Auftrag darstellt oder ob eine bewusste Neuinterpretation des Briefings notwendig geworden ist.

Ein gutes Briefing gibt deshalb Orientierung, ohne den Designprozess vollständig festzulegen. Es definiert den Rahmen, innerhalb dessen recherchiert, experimentiert, gestaltet und entschieden werden kann.

From:
https://wiki.ct-lab.info/ - **Creative Technologies Lab | dokuWiki**

Permanent link:
https://wiki.ct-lab.info/doku.php/extras:wissikon:design-development:briefing?rev=1789390268

Last update: **2026/09/14 12:51**