

Briefing-Checkliste für Research, Service- und Produktentwicklung

Zweck und Anwendung

Diese Checkliste hilft Auftraggebenden und Projektteams zunächst zu klären, welche Unterstützung tatsächlich benötigt wird. Der passende Auftrag kann reines Research sein, aber auch Problemklärung, Strategie, Service Design, Produktentwicklung oder eine Kombination daraus. Sie ist branchenunabhängig formuliert und eignet sich besonders für die Zusammenarbeit mit externen Researcher:innen, Designer:innen, Berater:innen und Entwicklungspartner:innen.

- 1. Vorab-Check:** wird möglichst vor dem Briefing von Auftraggebenden ausgefüllt.
- 2. Bedarfsklärung:** ordnet gemeinsam ein, welche Art von Projekt sinnvoll ist.
- 3. Briefing-Leitfaden:** wird im Gespräch mit Auftraggebenden genutzt.
- 4. Projektsteckbrief:** dokumentiert das gemeinsame Ergebnis als Grundlage für Angebot und Beauftragung.

Hinweis: Unklare Antworten sind ausdrücklich erlaubt. „Noch offen“ oder „wissen wir nicht“ sind wichtige Informationen und kein Fehler.

1. Vorbereitung vor dem Briefing

Die Vorbereitung soll das Gespräch erleichtern, aber das Briefing nicht vorwegnehmen. Stichpunkte und vorläufige Angaben durch den Auftraggebenden reichen aus.

Angaben der Auftraggebenden

1. Fragestellung und Kontext

- Was ist die grobe Frage, das beobachtete Problem oder die erste Projektidee?
- Was hat die Anfrage ausgelöst und warum ist das Thema gerade jetzt relevant?
- Welche Entscheidung oder Veränderung wird angestrebt?

2. Vorhandene Erkenntnisse

- Welche früheren Research-, Projekt- oder Testergebnisse sind relevant?
- Welche Daten, Dokumente oder Konzepte können vorab geteilt werden?
- Welche wichtigen Entscheidungen wurden bereits getroffen?

3. Budget und zeitlicher Rahmen

- Welcher Budgetrahmen beziehungsweise welche Budgeterwartung besteht?
- Gibt es einen gewünschten Start, einen festen Endtermin oder wichtige Meilensteine?
- Gibt es bereits Vorgaben zu Umfang oder Vorgehen?

4. Teilnehmende am Briefing

- Wer gibt das Projekt in Auftrag?
- Wer bringt das notwendige Fachwissen ein?
- Wer trifft Entscheidungen über Umfang, Budget und Ergebnisse?
- Welche internen oder externen Beteiligten sollten am Briefing teilnehmen?

Vorbereitung durch die moderierende Person

- Vorabinformationen und vorhandene Unterlagen sichten
- erkennbare Annahmen, Widersprüche und Wissenslücken notieren
- vorläufige Hypothese zum möglichen Unterstützungsbedarf bilden
- offene Fragen priorisieren
- sicherstellen, dass fachlich und wirtschaftlich entscheidungsfähige Personen teilnehmen

2. Briefing-Leitfaden

1. Einstieg und Gesprächsziel

Zu Beginn klären:

- Wer nimmt mit welcher Rolle teil?
- Was soll am Ende dieses Briefings geklärt oder entschieden sein?
- Gibt es unterschiedliche Erwartungen an das Projekt oder das Gespräch?

2. Anlass und Problemverständnis

Ziel dieses Abschnitts ist ein gemeinsames Verständnis – nicht bereits die Festlegung einer Methode oder Lösung.

- Was hat die Anfrage ausgelöst?
- Woran zeigt sich das Problem konkret?
- Für wen ist es ein Problem?
- Welche Auswirkungen hat es auf Menschen, Organisation oder Geschäft?
- Was ist beobachtet oder belegt und was ist bisher eine Vermutung?
- Welche Ursachen werden vermutet?
- Was passiert, wenn nichts verändert wird?
- Gibt es bereits eine favorisierte Lösung? Ist sie Vorgabe, Hypothese oder lediglich ein erster Vorschlag?
- Welche Teile des Problems sind noch offen oder umstritten?

3. Ziel, Wirkung und Entscheidung

- Was soll nach dem Projekt klarer, besser oder möglich sein?
- Welche konkrete Entscheidung oder Handlung sollen die Ergebnisse ermöglichen?
- Wer trifft diese Entscheidung?
- Bis wann und in welchem Kontext wird sie getroffen?
- Woran erkennen wir, dass das Projekt hilfreich war?
- Was wäre ein wertvolles Ergebnis, auch wenn ursprüngliche Annahmen widerlegt werden?
- Was ist ausdrücklich nicht Ziel des Projekts?

4. Welche Unterstützung wird tatsächlich benötigt?

Die Einordnung erfolgt gemeinsam. Sie ist keine automatische Leistungsentscheidung.

Problemklärung

Passend, wenn Problem, Zielgruppe, Ursache oder Ziel noch nicht ausreichend verstanden werden.

- Ist die Ausgangsfrage konkret genug, um ein Projekt darauf aufzubauen?
- Besteht ein gemeinsames Verständnis des Problems?
- Muss zunächst zwischen Symptomen, Ursachen und Lösungsideen unterschieden werden?

Research

Passend, wenn Erkenntnisse über Menschen, Verhalten, Bedürfnisse, Kontexte oder Nutzung fehlen oder nur auf Vermutungen und nicht auf Evidenz basieren.

- Welche Wissenslücke verhindert derzeit eine Entscheidung?
- Können vorhandene Daten die Frage beantworten oder braucht es neue Erhebung?
- Was muss nach dem Research anders entschieden werden können?

Strategie und Priorisierung

Passend, wenn Erkenntnisse vorhanden sind, aber eine gemeinsame Richtung oder Auswahl fehlt.

- Müssen Erkenntnisse zunächst zusammengeführt und bewertet werden?
- Fehlen Entscheidungsprinzipien, Handlungsfelder oder Prioritäten?

Service- oder Produktkonzeption

Passend, wenn Erkenntnisse in Abläufe, Services oder Lösungskonzepte übersetzt werden sollen.

- Soll das Projekt nach der Erkenntnisgewinnung enden?
- Werden Journey, Service-Konzept, Ideen, Anforderungen oder Prototypen benötigt?
- Welche Teile einer Lösung dürfen noch gestaltet werden?

Produktentwicklung und Umsetzung

Passend, wenn eine Lösung konkret gestaltet, validiert oder umgesetzt werden soll.

- Gibt es eine ausreichend belastbare Problem- und Erkenntnisgrundlage?
- Wer verantwortet Design, Fachlichkeit, Technik und Priorisierung?
- Wie gelangen Ergebnisse in Roadmap, Backlog oder Umsetzung?

Mögliche Einwordnung

Bedarf	Typischer Schwerpunkt	Typisches Ergebnis
Problemklärung	Problem, Zielgruppe und Ursachen verstehen	geschärfte Problemstellung, Annahmen, nächste Lernfragen
Research	Erkenntnislücken systematisch schließen	Evidenz, Einsichten, Chancen und Empfehlungen
Strategie	Richtung und Prioritäten festlegen	Prinzipien, Handlungsfelder oder Entscheidungsgrundlage
Service Design	Erlebnis und Zusammenspiel von Menschen, Prozessen und Kontaktpunkten gestalten	Customer-Journey, Service-Konzept oder Service-Blueprint
Produktkonzeption	Lösung konkretisieren und bewerten	Anforderungen, Konzept, Prototyp oder Testergebnisse
Produktentwicklung	Lösung umsetzen und weiterentwickeln	implementiertes Inkrement und Lernschleifen

5. Umfang und zentrale Fragen

- Welche Fragen müssen im Projekt beantwortet werden?
- Welche Fragen können oder sollen nicht beantwortet werden?
- Welche Zielgruppen, Situationen, Märkte, Standorte oder Kanäle gehören dazu?
- Welche Bereiche/ Themen/ Zielgruppen sind ausdrücklich ausgeschlossen?
- Welche Ergebnisse sind unverzichtbar?
- Was könnte bei begrenzter Zeit oder begrenztem Budget entfallen?
- Welche Annahmen liegen dem geplanten Umfang zugrunde?

6. Zielgruppen und Zugang

- Welche Kund:innen, Nutzer:innen, Mitarbeitenden oder weiteren Gruppen sind betroffen?
- Wer nutzt, kauft, entscheidet, beeinflusst, betreut oder unterstützt das Angebot?
- Welche Gruppen werden bislang wenig verstanden oder möglicherweise ausgeschlossen?
- Gibt es Anforderungen an Barrierefreiheit, Sprache, Schutzbedürftigkeit oder Erreichbarkeit?
- Besteht Zugang zur relevanten Zielgruppe (z.B. für Interviews, Testings, Workshops, etc.)
- Wer übernimmt gegebenenfalls Ansprache, Rekrutierung, Terminierung und Incentives?

7. Vorhandenes Wissen und Abhängigkeiten

- Welche Research-, Projekt- oder Testergebnisse können genutzt werden?
- Welche internen Daten, Beschwerden oder Nutzungsinformationen sind relevant?
- Wie belastbar und aktuell sind diese Erkenntnisse?
- Gibt es widersprüchliche Ergebnisse oder verschiedene interne Sichtweisen?
- Welche anderen Projekte, Teams, Systeme oder Entscheidungen beeinflussen das Vorhaben?
- Welche Informationen, Zugänge oder Entscheidungen fehlen noch?

8. Rollen und Zusammenarbeit

Für jede zentrale Verantwortung eine konkrete Person benennen z.B. für: Interne Projektkoordination, Fachwissen, Research, Design, Compliance, etc.

Zusätzlich:

- Wer ist die zentrale Ansprechperson für externe Dienstleister:innen?
- Wer muss regelmäßig mitarbeiten, wer entscheidet und wer wird nur informiert?
- Welche internen Kapazitäten stehen tatsächlich zur Verfügung?
- Wer stellt Daten, Unterlagen, Zugänge, Räume, Tools und Kontakte bereit?
- Welche Reaktionszeiten gelten für Feedback und Freigaben?
- Was geschieht, wenn Mitwirkung oder Entscheidungen nicht rechtzeitig erfolgen?
- Wie werden Entscheidungen, Änderungen und offene Punkte dokumentiert?

9. Vorgehen und Methoden

Methoden werden erst festgelegt, nachdem Problem, Ziel und Entscheidung geklärt sind.

- Welche internen Personen sollen an Research, Workshops, Reviews oder Tests teilnehmen?
- Wo sind gemeinsame Arbeits- oder Entscheidungstermine erforderlich?
- Welche Zwischenstände müssen geprüft oder freigegeben werden?
- Welche Qualitätskriterien gelten für das Vorgehen?

10. Ergebnisse, Nutzung und Übergabe

- Wer ist die primäre Zielgruppe der Ergebnisse?
- Welche Formate sind sinnvoll, z.B. Kurzfassung, Präsentation, Journey, Blueprint, Prototyp, Workshop oder Backlog-Beiträge?
- Wie werden Erkenntnisse gemeinsam interpretiert und priorisiert?
- Wann gelten Ergebnisse als abgenommen?
- Wer prüft methodische Qualität, fachliche Richtigkeit und Verwendbarkeit?
- Wer übernimmt Maßnahmen und offene Fragen nach der Übergabe?
- Wie gelangen Ergebnisse in Strategie, Roadmap, Backlog oder Umsetzung?
- Ist eine Begleitung nach der Übergabe erforderlich?

11. Budget, Zeitplan und Risiken

- Welcher Budgetrahmen beziehungsweise welche Budgeterwartung besteht?
- Welche Kostenpositionen müssen berücksichtigt werden?
- Welche Termine sind fest und welche verhandelbar?
- Welche Abhängigkeiten können den Zeitplan beeinflussen?
- Welche Risiken und Unsicherheiten können Umfang oder Aufwand verändern?
- Welche minimale Variante wäre bei geringerem Budget oder weniger Zeit noch sinnvoll?
- Unter welchen Bedingungen wird das Projekt angepasst, pausiert oder beendet?

3. Kompakte Ergebnisdokumentation

Die Ergebnisse des Briefings können auf einer Seite zusammengefasst und als Grundlage für Angebot, Beauftragung oder interne Planung bestätigt werden.

Arbeitstitel:

Ausgangssituation und Problemstellung:

Projektziel:

Zu unterstützende Entscheidung:

Empfohlene Leistungsart und Begründung:

Zentrale Fragen:

Im Umfang:

Nicht im Umfang:

Zielgruppen:

Phasen und Ergebnisse:

Rollen und interne Mitwirkung:

Budgetrahmen:

Zeitraum und Meilensteine:

Datenschutz, Recht und Vertraulichkeit:

Risiken und Abhängigkeiten:

Offene Punkte:

Nächster Schritt, Verantwortung und Termin:

Unterstützung benötigt?

Nach dem Briefing ist der Bedarf noch nicht eindeutig? Oder es fehlt die passende Research-, UX- oder Service-Design-Kompetenz für die Umsetzung?

Ich unterstütze Teams dabei, aus einer ersten Fragestellung einen klaren und realistischen Projektauftrag zu entwickeln.

Ob Problemlklärung, UX Research, Workshop-Moderation oder Service Design: In einem unverbindlichen Erstgespräch können wir gemeinsam klären, welche Unterstützung für Ihr Vorhaben sinnvoll ist.

Malin Rebke | Freelance UX Researcherin und Service Designerin

Mail: info@malin-rebke.de

Mobil: +49 171 191 5834

