

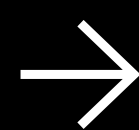


[Zum Kontakt](#)

Brief Smart. Spend Less.

Wie du mit einem guten Briefing bis zu 1/3 deines Marketingbudgets sparst – und deine Agentur dabei auch noch glücklich machst.

[Mehr lesen](#)



Herzlich willkommen in der Welt zwischen leerem Blatt und zündender Idee. Dieses Whitepaper ist dein Erste-Hilfe-Kasten gegen kreative Missverständnisse, Konzept-Loopings und Budget-Overkill.

Denn: Wer gut brieft, spart sich nicht nur Nerven, sondern bis zu **1/3 seines Marketing-budgets** – wissenschaftlich belegt durch die Studie von The BetterBriefs Project.



33% 

Fakt aus der BetterBriefs-Studie*: 33% des Marketingbudgets werden für Briefings verschwendet, die nicht zielführend sind.

Was schlechte Briefings kosten – und was du dir sparen kannst.



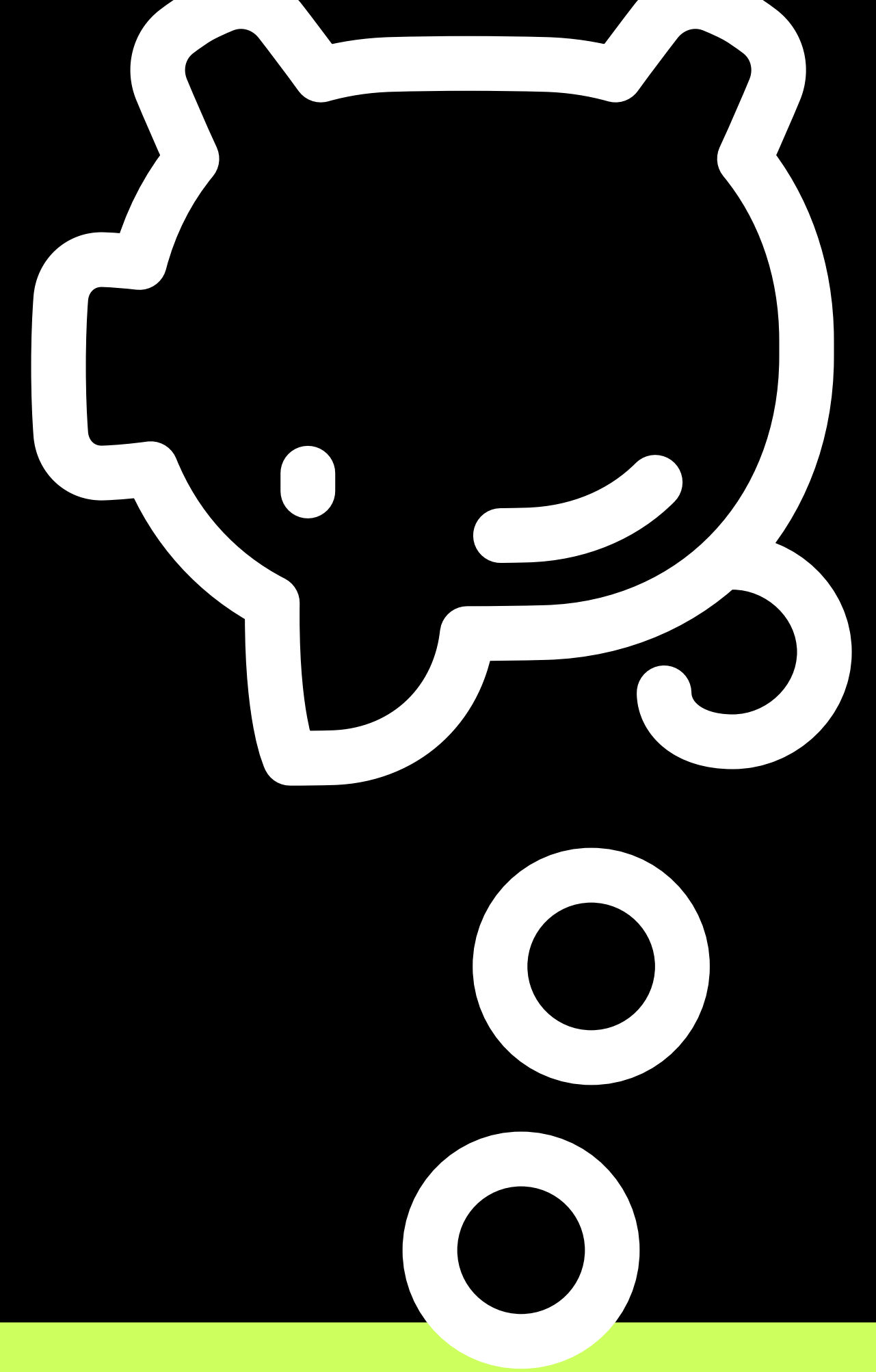
Bis zu 33 % deines Budgets fließen in Überarbeitung, Nachfragen und kreative Missverständnisse.



Kreativteams verzweifeln, du verzweifelst – und alle rennen der Timeline hinterher.



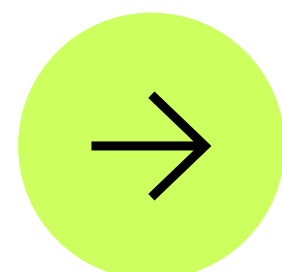
Die Lösung? Ein gutes Briefing. Das ist keine Bürokratie, sondern dein Sparvertrag.



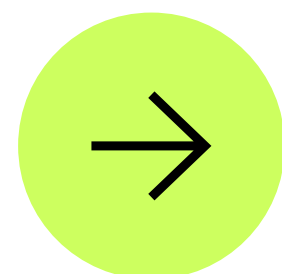
Studienfazit: Nur **1 von 5 Kreativen** glaubt, dass sie regelmäßig gute Briefings erhalten – obwohl 78 % der Marketers glauben, sie würden gute Briefings liefern.

Realitätsabgleich dringend empfohlen!*

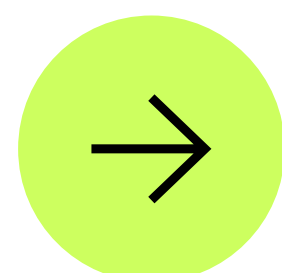
Kreativität ist kein Zufall – sondern Vorbereitung mit Stil.



Gute Ideen brauchen Richtung, keine Ratespiele.



Wir lieben Freiraum – aber keine Leere.



Wer klar formuliert, bekommt klare Konzepte.



”Creative effectiveness
is not about magic –
it’s about clarity.“

– BetterBriefs –

Die 7-Punkte- Zauberformel für starke Ideen.

Laut der BetterBriefs-Studie sehen 80 % der Kreativen das Briefing als wichtigsten Erfolgsfaktor – aber nur 5 % der Marketer investieren ausreichend Zeit in die Erstellung.

Mehr Zeit ins Briefing = weniger Zeit in endlosen Iterationen.



1. Ziel der Maßnahme

2. Motivation
(persönlich + strategisch)

3. Zielgruppe

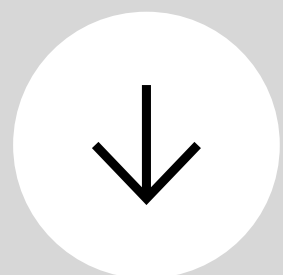
4. Botschaft

5. Kanäle

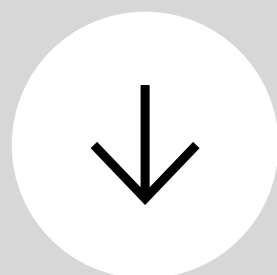
6. Tonalität / CD-Vorgaben

7. Budget & Timing
Budget ist wichtig – sonst malen wir dir eine Mona Lisa für den Preis eines IKEA-Rahmens.

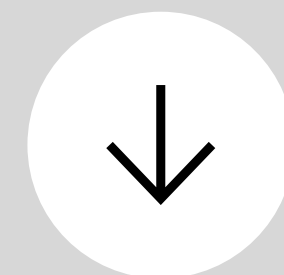
Lieber knackig & klar als kreativ verwirrend.



Reduziert
Komplexität –
nicht Inhalt.



Definiert klare
Erfolgskriterien
(KPIs).



Ist wie eine gute
Headline: präzise,
verständlich, ein-
prägsam.

Praxisbeispiel:

×

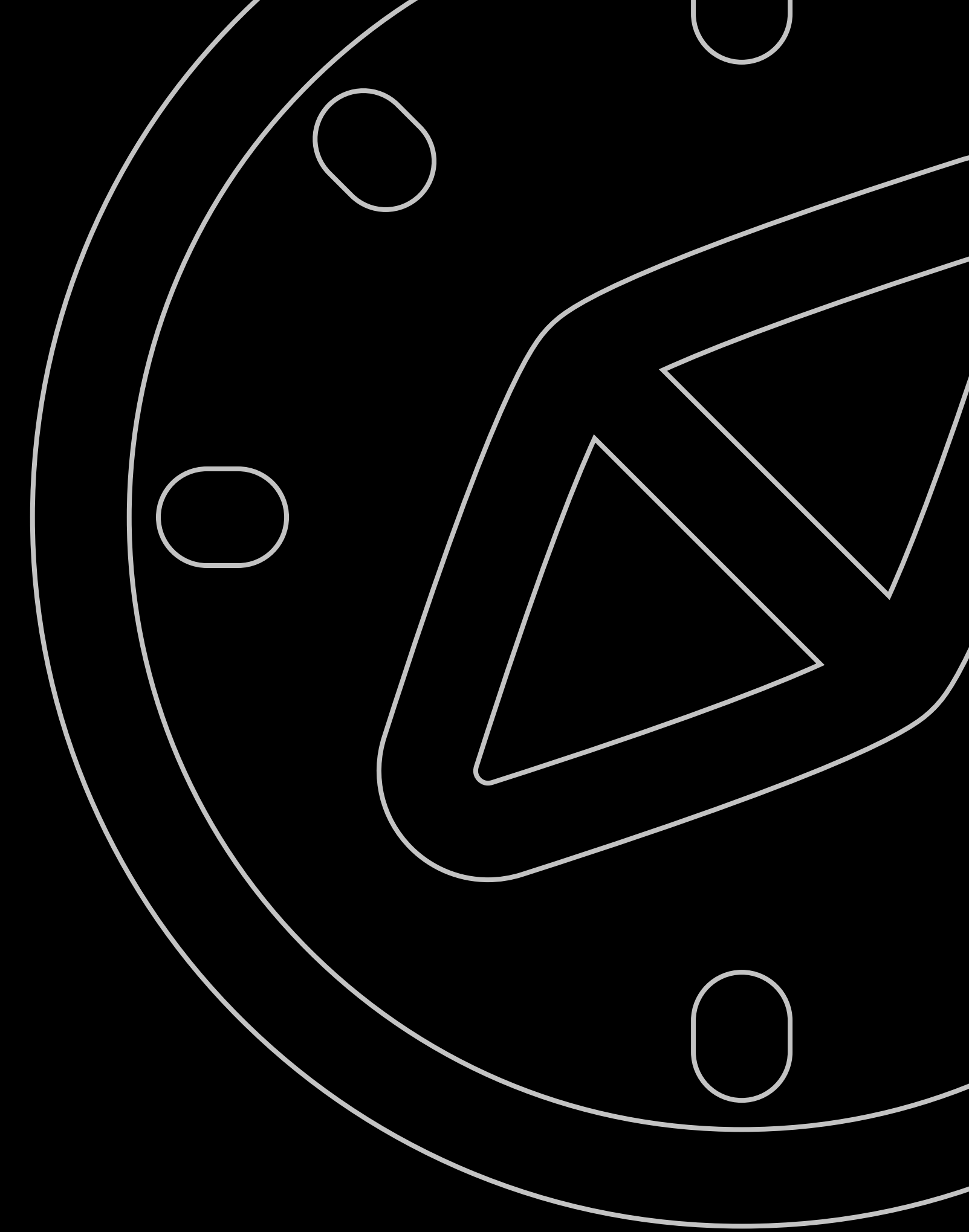
„Wir brauchen mal
was Frisches.“

✓

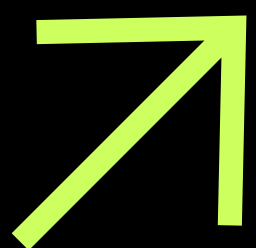
„Wir brauchen
einen LinkedIn-
Post, der unsere
neue Nachhaltig-
keitsstrategie mit
vertrauensvoller
Tonalität intern &
extern kommuni-
ziert.“

Der Turbo für kreative Exzellenz.

- 🕒 Briefings sind der kreative Kompass.
- 🚀 Sie beschleunigen Prozesse, verbessern Ergebnisse, vermeiden Bullshit-Bingo.
- 😊 Und: Sie machen Agentur und Kunden gleich viel glücklicher.



Die BetterBriefs-Autoren bezeichnen Briefings als das „single most effective tool for creative effectiveness“ – noch vor Teamzusammenstellung oder Budgethöhe.



Warum es nicht darum geht, ob's dir gefällt.



Bewertung wird objektiv: Passt die Idee zur Zielgruppe, zum Ziel, zum Kanal?



Schluss mit Geschmackssache – her mit Lösungskompetenz.



Feedback & Freigabe gehen schneller und fundierter.

Praxisbeispiel:

×

Mir ist das zu langweilig. Mir gefällt die Farbe Blau gar nicht, können wir das auch in Gelb machen?

✓

Um den Auftritt noch frischer zu gestalten wäre es optimal, wenn wir im Sinne Markenidentität und des Corporate Designs noch eine weitere Auszeichnungsfarbe aus unserem CD mit aufnehmen könnten.

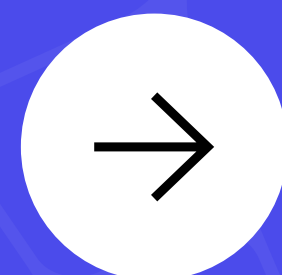


”A good brief
removes subjectivity
and replaces it with
shared clarity.“

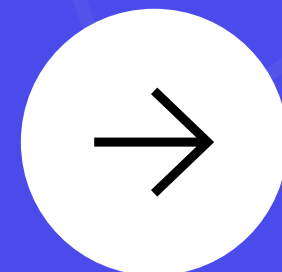
– BetterBriefs –

BRIEF SMART. SPEND LESS.

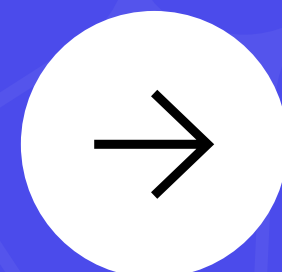
Briefing ist Liebe. Und Effizienz.



Ein gutes Briefing spart Zeit, Nerven und euer Budget – nachweislich bis zu 1/3.



Es macht Kommunikation stärker, runder, mutiger.



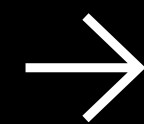
Und keine Sorge: Wir helfen dir dabei.

Schlussplädoyer

Du hast Fragen zum Briefing? Ideenchaos im Kopf?

Ruf uns an – oder schick uns dein Briefing. Denn: Beste Lösungen entstehen im Dialog. Nicht im Rätselraten.

Online einen Termin vereinbaren



MINT GmbH

Arnoldstraße 13 e/f

47906 Kempen

02152 87201-0

hello@mint-team.de

wearemint.de



wint