

# DIE EFFIZIENTE BRIEFINGVORLAGE

Alles was du brauchst für ein erfolgreiches  
Briefing für dein Websiteprojekt.



**Liechtenecker**  
UX Design Studio

Schlossgasse 14/2/25, 1050 Wien  
[hello@liechtenecker.at](mailto:hello@liechtenecker.at)  
[www.liechtenecker.at](http://www.liechtenecker.at)

UXpect. We deliver.

# WARUM SO VIELE FRAGEN?

## **Mit der Website ist es wie mit einem Haus.**

Je nachdem was man sich dann genau wünscht, vorstellt und schaffen möchte, gibt's dann doch viel zu bedenken, zu planen, einen Rahmen im Budget und kann im Endeffekt alles sein und werden – vom Gartenhäusl bis hin zum Château mit Weingut.

So ist es auch mit den Websites. Sie sind kein Supermarkttartikel. Jedenfalls nicht für uns. Sie sind ein Werkzeug für unsere Kund:innen, das ihnen hilft, **Geschäftsziele zu erreichen**.

Und um hierfür für unsere Kund:innen das bestmögliche Ergebnis im verfügbaren monetären Rahmen zu erzielen und dafür ein **Angebot** zu basteln, sprechen wir mit ihnen über untenstehende Fragen.

Idealerweise werden sie gemeinsam in einem **Discovery Workshop** beantwortet.

Sie sind Grundlage für ein sinnvolles Angebot. Es sollte abgeklopft werden, was Sie bereits wissen und was noch gemeinsam definiert werden muss.

**So oder so können Sie diese Frageliste dafür verwenden, sich selbst auf Gespräche mit Dienstleistern vorzubereiten oder Ihr Briefing, dass Sie an sie versenden anhand dieses Leitfadens aufzubauen.**



# 1. Unternehmensüberblick

## → ALLGEMEIN

- Wer sind Sie?
- Was macht Ihr Unternehmen?
- Wie funktioniert Ihr Business und die Branche?
- Wer sind Ihre Zielgruppen?
- Wer sind Ihre Mitbewerber?

## → KONKURRENTEN

- Gibt es ein Best Practice Beispiel? Vorbild?

# 2. Der Auftrag

Im Kern aller folgender Fragestellungen geht es darum herauszufinden, welches Problem gelöst werden soll und wie der ideale Zustand nach der Fertigstellung des Projektes aussieht.

## → WAS IST DER PROJEKTAUFRAG?

- Welchen Umfang hat der Auftrag ( UX/UI Design oder auch Entwicklung)

## → WARUM DAS PROJEKT?

- Was ist der Hintergrund / Motivation?

## → WAS SIND DIE KONKRETEN PROJEKTZIELE?

- Geschäftsziele > Was soll mit dem Projekt erreicht werden?  
Zum Beispiel:
  - 30% mehr Umsatz nach Start
  - Entlastung der Hotline





## NICHT-ZIELE

- Welche Ziele sollen durch das Projekt nicht erreicht werden?



## ERFOLGSKRITERIEN UND LEISTUNGSINDIKATOREN (KPI'S)

- Wie wird der Erfolg des Projekts gemessen?

Beispiele:

- Erfolgreicher Start mit Termin X
- Keine Budgetüberschreitung
- 100% Automatisierung von "manuellem Prozess X"
- 25 % Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit



## HERAUSFORDERUNGEN UND ÜBERLEGUNGEN

- Vor welchen Herausforderungen stehen Sie?
- Welche grundlegenden Überlegungen haben Sie angestellt?

# 3.

## Die Anforderungen



## SPEZIFISCHE ANFORDERUNGEN

- Was haben Sie bereits an konkreten Anforderungen gesammelt?
  - Gibt es bereits Wünsche an Anzahl an Seiten bzw. Features?  
Wenn ja, welche?
- Gibt es eine Dokumentation (z.B. Anforderungskatalog)?
- Woher kommen diese Anforderungen? Stakeholder, Nutzerfeedback?



## AKTUELLE PAINPOINTS UND WÜNSCHE DER VERÄNDERUNG

- Welche aktuellen Painpoints wurden bereits in User-Journeys gesammelt?
- Was sind bisherige konkrete gesammelte Veränderungswünsche?
- Wer hat diese Pain Points und Wünsche identifiziert und wie?



# 4. Content Material



- Was gibt es bereits an neuem Content Material?
- Wer ist zuständig für den Content?
- Was sind Ihre Erwartungen an einen Dienstleister bei dem Projekt im Hinblick auf den Content?

Content ist für die Konzeption obligatorisch. Lorem Ipsum sollte vermieden werden. Wenn sie keinen Content liefern können, müssen Sie damit rechnen, dass beim Launch der Website im Design nachgebessert werden muss, weil mit echten Inhalten manches nicht so funktioniert wie gedacht oder was anderes gebraucht wird.

Content ist obligatorisch für Navigationsstruktur und Aufbau der Seiten. Deshalb benötigen wir ECHTEN Content. Wenn es noch nichts gibt, muss dies als erstes in Angriff genommen werden. Zummindest für jene Pages oder Teile, die am Erfolgskritischsten sind. z.B Startseite, Landing Pages, ausgewählte Bereiche ..

# 5.

## Nutzer:innen, Zielgruppen & Analytics



### NUTZER:INNEN

- Was wissen Sie alles über Ihre Nutzer:innen?
- Was gibt es an Feedback zum Status Quo von Ihren Nutzer:innen durch:
  - Fragebögen
  - Umfragen
  - Interviews
  - Kantinen-Talk
  - Feedbacktools
  - Rezensionen
  - Hotline & Service-Line / Kundensupport



### ZIELGRUPPEN

- Möchten Sie neue Zielgruppen gewinnen? Welche?
- Was gibt es an Material zu den Zielgruppen und wie wurde dieses Material erstellt? (z.B. Personas, Zielgruppendefinitionen, Customer Journeys zu den Zielgruppen etc.)
- Welche Erkenntnisse gibt es von Ihrer Seite daraus?





## ANALYTICS

- Welches Analytics-Material gibt es? Google, Hubspot, Hotjar,...

Abhängig davon, was es bereits gibt und wie hilfreich dieses Material ist, entscheidet sich der Umfang der Analysephase.

# 6.

## Design spezifisch



## DESIGN ANFORDERUNGEN

- Wie sieht es mit Bildern, Grafiken, Icons oder Illustrationen aus?
- Selbst anfertigen oder Free-Ware verwenden?
- Welche Nutzungsrechte benötigen Sie?
- Haben Sie bereits ein CI oder darf ein neues Design erstellt werden?
- Gibt es vor allem auch eine für das Web angepasste CI?

# 7.

## Design Deliverables & Handoff



## ÜBERGABE

- Was erwarten Sie bei Übergabe am Ende? (Falls das Projekt nicht von dem ausgewählten Dienstleister technisch umgesetzt werden soll.)
  - Design System inkl. Beschreibungen
  - Konzeptdokumentation
  - UI Toolkit
  - Icon-Set als SVG oder Icon Font oder im Design System
  - Übergabeworkshops



# 8.

## Technische Anforderungen



### TECHNOLOGIEN

- Welche Technologien/Systeme/Software/CMS sollen unbedingt zur Umsetzung des Projekts benutzt werden? Warum?



### UMSETZUNG

- Welche Systeme müssen integriert werden und wie sehen die Schnittstellen dafür aus?
- Gibt es Testumgebungen für alle anderen Systeme, die integriert werden sollen und was ist nötig, darauf zuzugreifen?
- Werden Accounts oder andere Zugänge benötigt, um auf alle relevanten Ressourcen Zugriff zu haben?
- Welche technische Voraussetzungen und Einschränkungen sind zu bedenken?
- Gibt es unterschiedliche Rollen- und Zugriffsrechte?
- Sollen mehrere Sprachen verfügbar sein? Wenn ja, welche und wie viele?



### DEPLOYMENT

- Wer übernimmt das Deployment und Hosting?
- Wie sieht die Serverlandschaft aus?

# 9.

## Zeitraum & Timeline



- Welche Meilensteine gibt es?
- Bis wann soll das Projekt abgeschlossen sein? Was sind die harten Deadlines im Projekt?
- Gibt es irgendwelche zeitlichen Einschränkungen (Urlaube, Deploymentzyklen, Abhängigkeiten von Drittanbietern etc.) die berücksichtigt werden müssen?
- Gibt es Politikum oder andere Faktoren, die Zeiträume (z.B. Feedback) ausdehnen?



# 10. Budget



- Wie hoch ist das Budget?
- Gibt es Möglichkeiten das Projekt auf mehrere Budgets zu verteilen?
- Wie sind Ihre Verrechnungsmodalitäten (Zahlungsziele etc.)?
- Gibt es eine Einkaufsabteilung, die die Verhandlung übernimmt bzw. die Verhandlungsziele hat?
- Wer hat die Letztentscheidung über das Budget und was sind die Ziele dieser Personen?

# 11. Zusammenarbeit



- Welche Erwartungen werden an die Zusammenarbeit gestellt?
- Wie sieht die Teamzusammenstellung aus?
  - Gibt es einen Ansprechpartner?
  - Gibt es ein Projektteam?
  - Gibt es einen Product Owner?
  - Gibt es spezielle Rollen?
- Was muss in der Zusammenarbeit organisatorisch beachtet werden?
  - wird in Sprints gearbeitet?
  - sind besonders viele Departments involviert?
  - wird besonderer Wert auf direkte und schnelle Kommunikation gelegt oder wird eher sehr hierarchisch und per Email kommuniziert?
- Gibt es Ängste und Sorgen?  
Beispiel:
  - Schlechte Erfahrungen mit anderen Dienstleistern.  
Zum Beispiel: "Nie wussten wir, was gerade eigentlich gemacht wurde, wie wir im Budget stehen, keine Dokumentation und Uneinigkeit über bereits Besprochenes."

Zu oft gibt es unausgesprochene Themen, die im späteren Verlauf der Zusammenarbeit für Missverständnisse sorgen. Eine ehrliche und vor allem partnerschaftliche Zusammenarbeit sollte auf klaren Erwartungen aufbauen.

- Was sind die nächsten Schritte aus Ihrer Sicht?
  - Budget bis wann nötig?
  - Abstimmungen mit anderen Anbietern?
  - Letztentscheidung bis wann?



# GIBT ES IMMER NOCH FRAGEN?

Wir beraten Sie gern bei der Entwicklung Ihres Webprojekts.  
Schreiben Sie uns Ihre Fragen, Anmerkungen oder Wünsche:



**Susanne Holzer**

CEO & Owner bei Liechenecker

[hello@liechenecker.at](mailto:hello@liechenecker.at)

[www.liechenecker.at](http://www.liechenecker.at)

## Zufriedene Kunden



“Durch den Relaunch konnten die Online-Vertragsabschlüsse nicht nur um 40 % steigern, sondern auch unsere Mitarbeiter:innen im Kundenservicecenter und in der Projektberatung stark entlasten. Ein großartiger Erfolg an verschiedenen Fronten.”

DANIELA SPRINGS,  
Leitung Marketing &  
Kommunikation @GS1



“Vielen Dank an euch für die tolle Zusammenarbeit. Das gemeinsame Ergebnis hat uns in der digitalen Welt wieder einen großen Schritt vorwärts gebracht.“

SUSANNE ATHANASIADIS,  
Leitung Marketing &  
Kommunikation @Wiener  
Staatsoper



“Wir bekomme auch intern nur positives Feedback und was wichtig ist: die Buchungen der Patient:innen sind zu 95% ‘richtig’, dh. der Prozess wird verstanden.“

STEFAN HERLES,  
Leitung Contact Center  
@Imaging Verbund

## Werde teil unserer Community

Hör in unseren **Podcast** rein, besuche unsere **UX-Snacks Eventreihe**, oder nimm bei unseren **Workshops** teil.  
In der UX Community gibt es stets Neues zu entdecken:

Alles zu finden auf [Liechenecker.at](http://Liechenecker.at)



**Liechenecker**  
UX Design Studio

