ANGEBOT FÜR PEMBERTON OUTDOOR GEAR

ANGEBOT: HERBST-DROP-KAMPAGNE

Eine landesweite Plakat- und Print-Schlagzeilenkampagne rund um zehn handgeschriebene Zeilen für die Herbstkollektion von Pemberton Outdoor Gear.

INHALT

01	AUF EINEN BLICK	3
02	DAS PROJEKT IN ZAHLEN	4
03	DIE CHANCE	5
04	ZUSAMMENFASSUNG	5
05	DIE AKTUELLE ERFAHRUNG	5
06	HERAUSFORDERUNG & ANSATZ	6
07	NACHWEISE	7
08	STATUS & VERSICHERUNGSSCHUTZ	7
09	IN IHREN EIGENEN WORTEN	8
10	LEISTUNGSUMFANG	9
11	WAS ENTHALTEN IST	9
12	LEISTUNGEN	10
13	AUSGEWÄHLTE ARBEITEN	11
14	ZEITPLAN	12
15	INVESTITION & KONDITIONEN	13
16	KOSTENAUFSTELLUNG	13
17	KOSTENÜBERSICHT	14
18	AUFTRAGSOPTIONEN	14
19	OPTIONEN IM VERGLEICH	14
20	ZAHLUNGSPLAN	15
21	ANNAHMEN, AUF DENEN DIESE KALKULATION BERUHT	16
22	ANNAHME	17

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT

AUF EINEN BLICK

ANGEBOT

PRO-2026-0219

ZUR FREIGABE

ERSTELLT FÜR

Pemberton Outdoor Gear — Dana Whitfield, VP Brand Marketing

ERSTELLT VON

Loudmouth & Vine, Chicago

AUSGESTELLT

23. Februar 2026

GÜLTIG BIS

27. März 2026

AUFTRAG

Kampagnen-Kreation & Text

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT

AUF EINEN BLICK

DAS PROJEKT IN FÜNF ZAHLEN

— AUFTRAG

Kampagnen-Kreation & Text

Eine landesweite Plakat- und Print-Schlagzeilenkampagne rund um zehn handgeschriebene Zeilen für die Herbstkollektion von Pemberton Outdoor Gear.

— INVESTITION

$96,000

$96,000 zzgl. Umsatzsteuer (illinois — Kreativdienstleistungen befreit)

— BEGINN

9. März 2026

Vorbehaltlich einer Annahme bis zum 27. März 2026

— DAUER

12 Monate

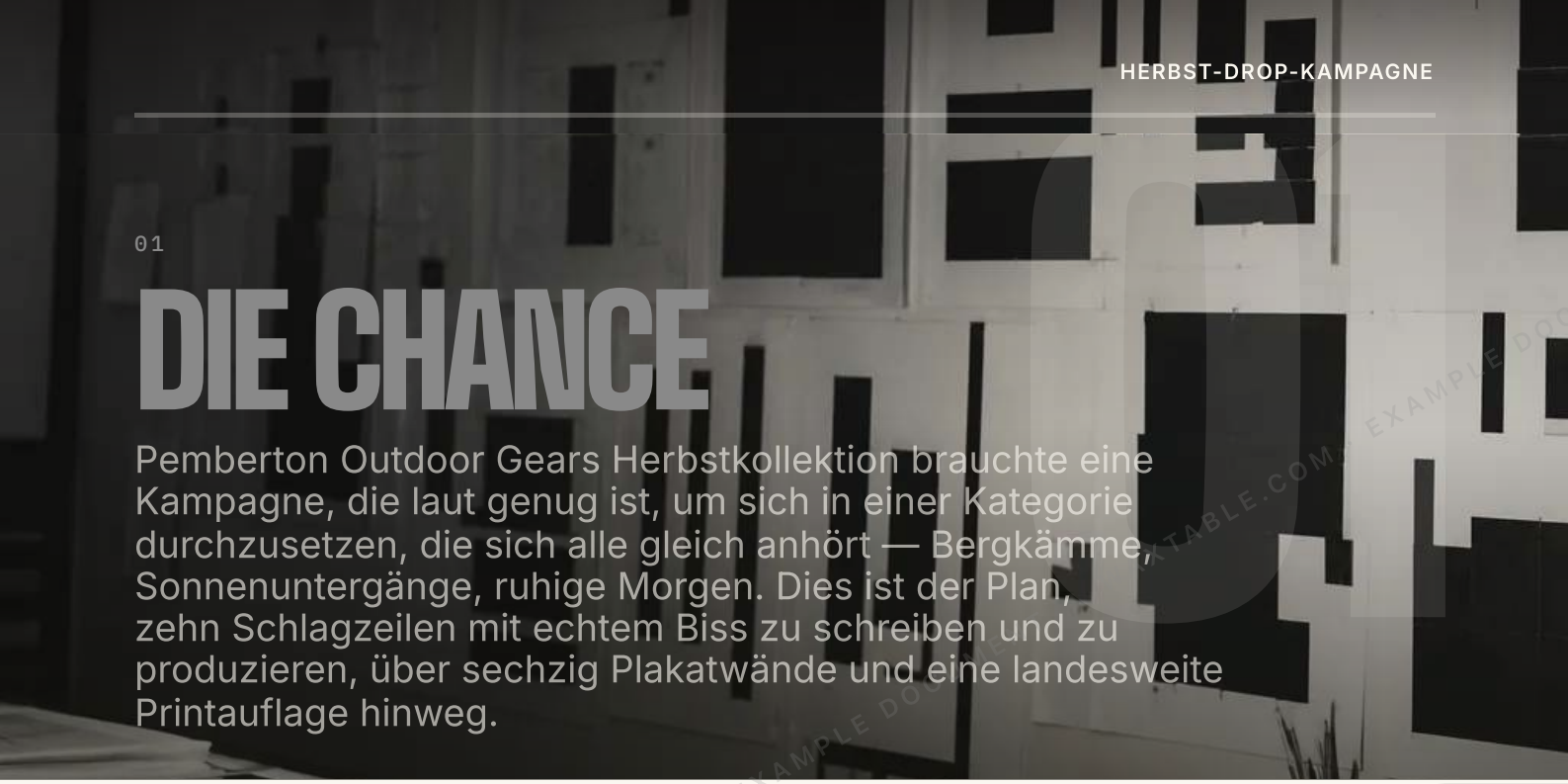
Vom Projektstart bis zur finalen Übergabe

— ERSTELLT FÜR

Pemberton Outdoor Gear

Dana Whitfield, Vizepräsident Markenmarketing

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT



01

DIE CHANCE

Pemberton Outdoor Gears Herbstkollektion brauchte eine Kampagne, die laut genug ist, um sich in einer Kategorie durchzusetzen, die sich alle gleich anhört — Bergkämme, Sonnenuntergänge, ruhige Morgen. Dies ist der Plan, zehn Schlagzeilen mit echtem Biss zu schreiben und zu produzieren, über sechzig Plakatwände und eine landesweite Printauflage hinweg.

SECTION

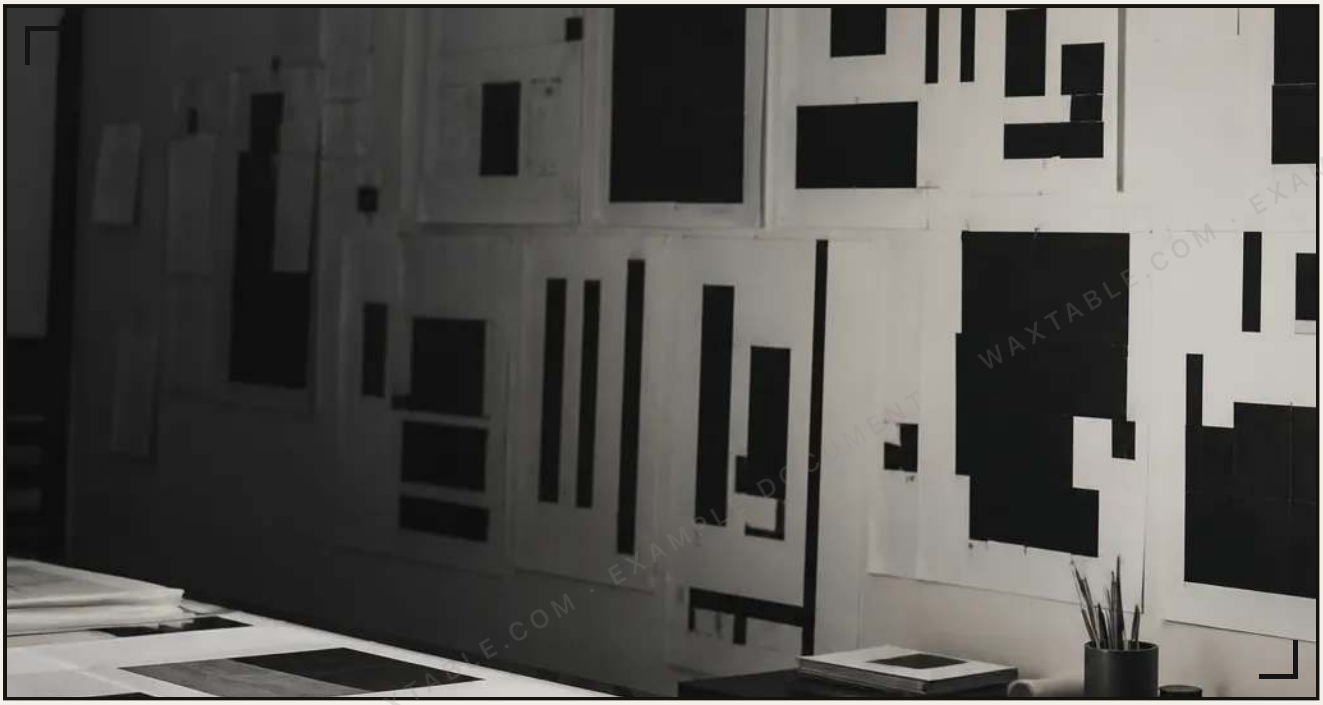
ZUSAMMENFASSUNG

Pemberton Outdoor Gear hat drei Saisons lang dieselbe soft-fokussierte, leise Outdoor-Werbung geschaltet wie jede andere Bekleidungsmarke ihrer Kategorie — und die Tracking-Daten zeigen es: Die ungestützte Markenbekanntheit ist seit achtzehn Monaten unverändert. Die Herbstkollektion ist die größte Produkteinführung dieses Jahres im Kalender, und das Marketingteam möchte eine Kampagne, über die tatsächlich gesprochen wird, nicht nur eine, die gesehen wird.

Loudmouth & Vine schlägt ein zwölfwöchiges Engagement vor, um eine landesweite Plakat- und Print-Schlagzeilenkampagne zu texten, zu gestalten und zu produzieren: zehn handgeschriebene Zeilen rund um Pembertons robusteste neue Ausrüstung, ausgespielt über sechzig Plakatstandorte und einen Sechs-Titel-Printkauf. Die folgenden Abschnitte legen den Ansatz, den Umfang, den Zeitplan und die Investition dar.

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT

FIG. — PLATE



DIE HERAUSFORDERUNG

Pembertons Outdoor-Werbung sah und klang drei Saisons in Folge identisch zur Konkurrenz — dieselbe Sonnenuntergangsfotografie, dieselbe leise Sprache, dasselbe vergessliche Ergebnis. Die ungestützte Markenbekanntheit ist trotz gleichbleibender Medienausgaben seit anderthalb Jahren unverändert.

Die Herbstkollektion trägt die größte Produkteinführung des Jahres, und das Marketingteam braucht eine Kampagne, die laut genug ist, um die Bekanntheit tatsächlich zu bewegen, statt nur Plakatfläche zu füllen, die jeder Marke in der Kategorie gehören könnte.

UNSER ANSATZ

Wir schreiben zuerst die Schlagzeilen und wählen erst danach die Fotografie — jede Zeile dieser Kampagne ist so konzipiert, dass sie als reine Typografie funktioniert, dominant genug, um aus einem fahrenden Auto lesbar zu sein, bevor überhaupt ein Bild angehängt wird. Genau das sorgt dafür, dass über ein Plakat gesprochen wird, statt dass es weggescrollt wird.

Zehn Zeilen werden geschrieben, an einem Panel von Pembertons Zielkäufern getestet, und die fünf stärksten gehen in die volle Produktion für Plakat und Print, sodass die Kampagne, die letztlich ausgeliefert wird, auch tatsächlich ankam.

01

38

GESTARTETE NATIONALE HEADLINE-KAMPAGNEN

02

22%

DURCHSCHNITTLICHER RECALL-ANSTIEG, GETESTETE KAMPAGNEN

03

12 Wochen

VOM BRIEFING BIS ZUR DRUCKFERTIGEN LIEFERUNG

CREDENTIALS

STATUS

REGISTRIERUNGEN, VERSICHERUNGSSCHUTZ UND NACHWEISE

NACHWEIS	AUSSTELLENDE STELLE	REFERENZ	UMFANG	STATUS
Eingetragene Gesellschaft	Handelsregister, Vereinigte Staaten	Loudmouth & Vine LLC	Handelsname und Rechtsform	Aktiv
Steuerliche Registrierung	Finanzbehörde, Vereinigte Staaten	EIN 47-2910384	Alle in Rechnung gestellten Leistungen	Aktiv
Berufshaftpflichtversicherung	Gewerblicher Versicherer	Auf Anfrage erhältlich	Kampagnen-Kreation & Text	Wird jährlich erneuert

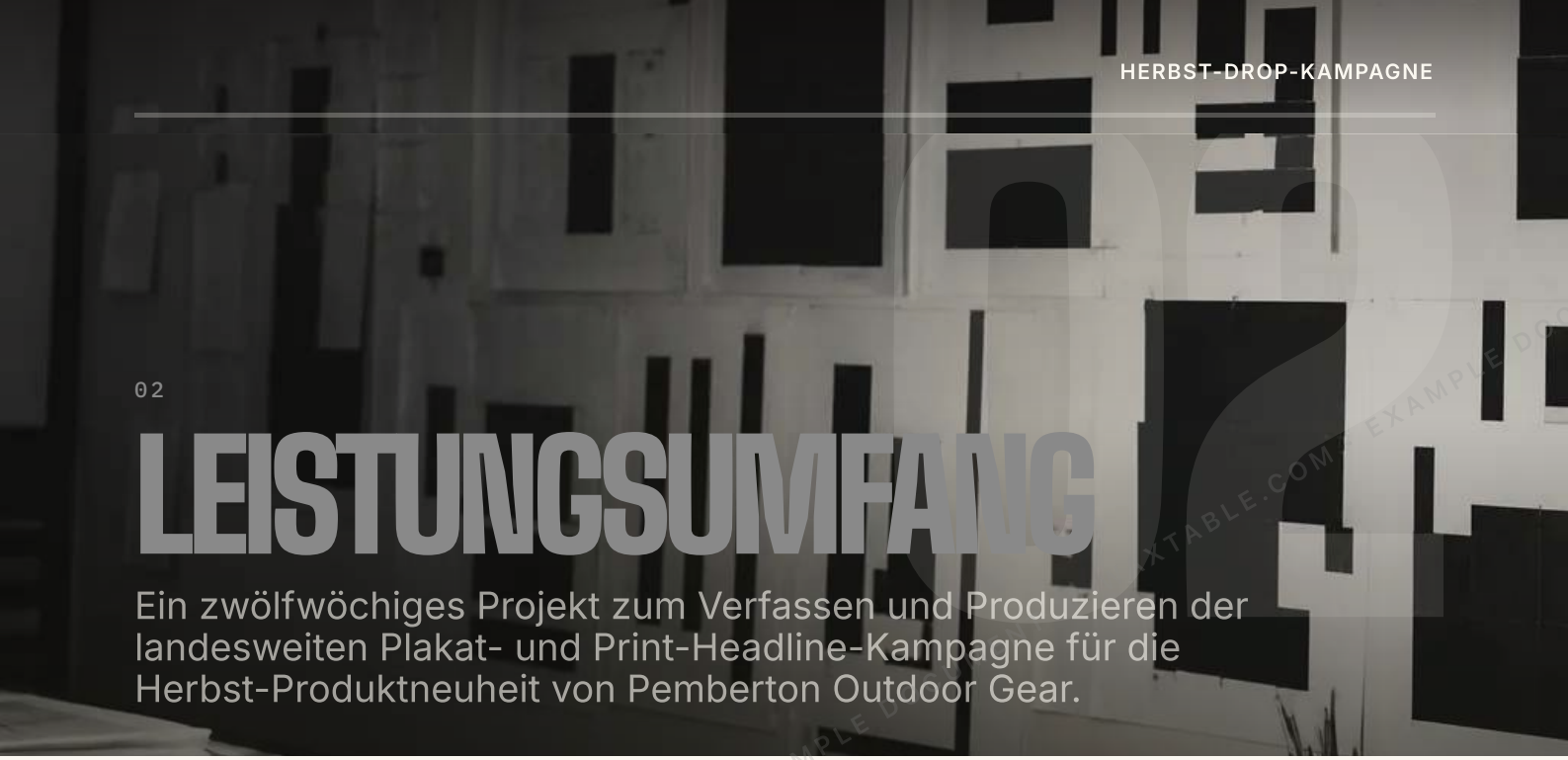
Betriebshaftpflichtversicherung	Gewerblicher Versicherer	Auf Anfrage erhältlich	Arbeiten vor Ort und in den Räumlichkeiten des Kunden	Wird jährlich erneuert
Mitgliedschaft in einem Branchenverband	Branchenverband, Vereinigte Staaten	Auf Anfrage erhältlich	Verhaltenskodex und Beschwerdeverfahren	In gutem Rechtsstand

Zertifikate und Versicherungsnachweise werden auf Anfrage zur Verfügung gestellt und werden Pemberton Outdoor Gear auf Anfrage jederzeit während des Auftrags erneut ausgestellt.

> Loudmouth hat die einzige Outdoor-Zeile geschrieben, die unsere Kunden uns tatsächlich zitiert haben. Das ist uns mit keiner Agentur zuvor passiert.

— THEO MARSH

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT



02

LEISTUNGSUMFANG

Ein zwölfwöchiges Projekt zum Verfassen und Produzieren der landesweiten Plakat- und Print-Headline-Kampagne für die Herbst-Produktneuheit von Pemberton Outdoor Gear.

01

KREATIVPLATTFORM

Die zentrale Headline-Strategie und die Tonalitätsplattform, auf der die gesamte Kampagne aufbaut.

02

SCHLAGZEILENTEXTEN

Zehn handgeschriebene Headline-Zeilen, konzipiert, um aus einem fahrenden Auto lesbar zu sein.

03

KÄUFERTESTS

Recall- und Resonanztests aller zehn Zeilen am Zielkäufer-Panel von Pemberton.

04

PLAKATGESTALTUNG

Layouts für die fünf finalen Headlines, in jedem gängigen Billboard-Format.

05

PRINT-GESTALTUNG

Layouts für den nationalen Druckeinkauf mit sechs Titeln.

06

PRODUKTION & LIEFERUNG

Druckfertige Dateien, geliefert an alle Medienpartner vor dem Herbststart.

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT

LEISTUNGEN

01

STRATEGIE

KAMPAGNEN-KREATIVPLATTFORM

Die zentrale Headline-Strategie und Tonalitätsplattform für die Herbst-Kampagne.

02

KOPIE

ZEHN HEADLINE-KONZEPTE

Zehn handgeschriebene Headline-Zeilen, verfasst und getestet an Pembertons Zielkäufern.

03

TESTING

ERGEBNISSE DES KÄUFERPANEL-TESTS

Erinnerungs- und Resonanztests aller zehn Headlines mit einem Panel von Zielkäufern.

04

DESIGN

BILLBOARD-LAYOUT-SET

Finale Layouts für die fünf Produktions-Headlines, angepasst an alle gängigen Billboard-Formate.

05

DESIGN

PRINT-LAYOUT-SET

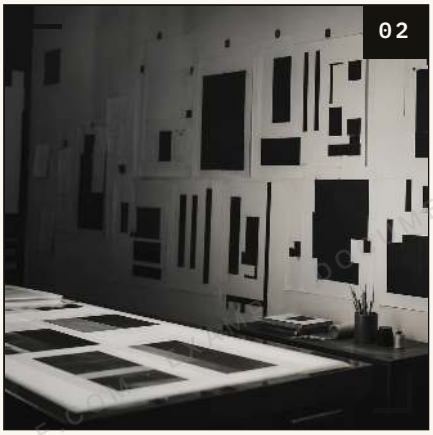
Finale Druck-Layouts für den Sechs-Titel-Magazineinkauf.

NICHT IM LEISTUNGSUMFANG ENTHALTEN

- Mediaeinkauf und Platzierungsbuchung

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT

- Produktfotografie und Styling
- Social- und Digital-Anzeigenvarianten
- Laufendes Kampagnenmanagement nach dem Launch



WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT

01

PHASE

WOCHEN 1–2 · KREATIVPLATTFORM

Kern-Schlagzeilenstrategie und Tonalitätsplattform entwickelt und freigegeben.

02

PHASE

WOCHEN 3–5 · SCHLAGZEILENTEXTEN

Zehn Schlagzeilenkonzepte geschrieben und gegenüber der Plattform verfeinert.

03

PHASE

WOCHEN 6–7 · KÄUFERTESTS

Erinnerungs- und Resonanztests grenzen zehn Schlagzeilen auf die fünf stärksten ein.

04

PHASE

WOCHEN 8–10 · GESTALTUNG & LAYOUT

Plakat- und Printlayouts für die fünf gewinnenden Schlagzeilen produziert.

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT

03

INVESTITION & KONDITIONEN

Die finale Produktfotografie für die Herbstlinie wird bis zum vereinbarten Termin geliefert, ein Stakeholder ist befugt, Überschriften bei jeder Runde freizugeben, und die Kampagne umfasst nicht mehr als sechzig Plakatstandorte und einen Sechs-Titel-Printbuy. Änderungen daran verschieben Zeitplan und Kosten, was wir vorab schriftlich vereinbaren würden. Dieses Honorar gilt für Aufträge, die am oder vor dem 27. März 2026 beginnen.

LEDGER

ARBEITSBEREICH	WOCHEN	SATZ	BETRAG
Kreativplattform Kern-Schlagzeilenstrategie und Tonalitätsplattform	2	$5,400 / wk	$10,800
Schlagzeilentexten Zehn Schlagzeilenkonzepte, geschrieben und verfeinert	3	$6,200 / wk	$18,600
Käufertests Erinnerungs- und Resonanztests gegenüber dem Zielkäufer-Panel	2	$5,800 / wk	$11,600
Plakatgestaltung Layouts für fünf Produktionsschlagzeilen, alle Standardformate	2	$6,600 / wk	$13,200
Print-Gestaltung Layouts für den landesweiten Sechs-Titel-Printkauf	1	$10,800 / wk	$10,800
Produktion & Lieferung Druckreife Dateien an alle Medienanbieter geliefert	2	$15,500 / wk	$31,000

Gesamtsumme des Auftrags $96,000

Auftragsgebühr	$96,000
Umsatzsteuer (Illinois — kreative Dienstleistungen befreit)	$0
Gesamt	$96,000

= FÄLLIGER GESAMTBETRAG $96,000

ALLE BETRÄGE IN USD. ABRECHNUNG IN DREI MEILENSTEINEN: 40 % BEI UNTERZEICHNUNG, 30 % BEI BAUBEGINN, 30 % BEI LIEFERUNG. DIESES HONORAR GILT FÜR AUFTRÄGE, DIE AM ODER VOR DEM 27. MÄRZ 2026 BEGINNEN.

— TIER

KAMPAGNE

$96,000

- Vollständiges zwölfwöchiges Engagement
- Zehn Headlines, getestet und produziert
- Billboard- und Druckproduktionsdateien
- Performance-Briefing nach dem Launch

— TIER

KAMPAGNE + AMPLIFY

$4,200/mo

- Alles aus „Kampagne“
- Monatliches Headline-Refresh für neue Drops
- Paket mit Social-Headline-Varianten
- Priorisierte SLA-Bearbeitung

— TIER

KREATIVPARTNER

$9,800/mo

- Alles aus „Amplify“
- Vierteljährliches Markenstimme-Audit
- Kontinuierliche Headline-Entwicklung
- Eingebettete Text- und Designzeit

— COMPARE

OPTIONEN

WELCHES FORMAT PASST ZU IHNEN

	KAMPAGNE	KAMPAGNE + AMPLIFY	KREATIVPARTNER
Preis	$96,000	$4,200/mo	$9,800/mo
Kernumfang	Vollständiges zwölfwöchiges Engagement	Alles aus „Kampagne“	Alles aus „Amplify“
Was enthalten ist	Zehn Headlines, getestet und produziert	Monatliches Headline-Refresh für neue Drops	Vierteljährliches Markenstimme-Audit
Lieferung	Billboard- und Druckproduktionsdateien	Paket mit Social-Headline-Varianten	Kontinuierliche Headline-Entwicklung
Nachbetreuung	Performance-Briefing nach dem Launch	Priorisierte SLA-Bearbeitung	Eingebettete Text- und Designzeit

Die Preise verstehen sich in USD zzgl. der Umsatzsteuer (illinois — Kreativdienstleistungen befreit). Optionen können kombiniert oder gestaffelt werden; die Empfehlung für Pemberton Outdoor Gear ist im Preisabschnitt hervorgehoben.

SCHEDULE

ZAHLUNGSPLAN

FÄLLIGKEIT DER EINZELNEN RATEN

NR.	MEILENSTEIN	AUSLÖSER	ANTEIL	BETRAG

01	Wochen 1–2 · Kreativplattform	9. März 2026	40%	$38,400
02	Wochen 3–5 · Schlagzeilentexten	Bei Lieferbeginn	30%	$28,800
03	Wochen 6–7 · Käufertests	Bei Abnahme des Meilensteins	30%	$28,800
Gesamt (netto)			100%	$96,000

Die Raten werden entsprechend den oben genannten Meilensteinen in Rechnung gestellt und sind innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum fällig. Alle Beträge verstehen sich in USD zzgl. Umsatzsteuer (illinois — Kreativdienstleistungen befreit).

— NOTE

ANNAHMEN, AUF DENEN DIESE KALKULATION BERUHT

Finale Produktfotografie für die Herbstlinie wird zum vereinbarten Termin geliefert, ein Ansprechpartner ist bevollmächtigt, Schlagzeilen in jeder Runde freizugeben, und die Kampagne überschreitet sechzig Plakatstandorte und einen Sechs-Titel-Printkauf nicht. Änderungen daran verschieben Zeitplan und Kosten, was wir vor der Umsetzung schriftlich vereinbaren würden. Das Honorar gilt für Engagements, die am oder vor dem 27. März 2026 beginnen.

Die Gegenzeichnung unten bedeutet die Annahme von Umfang, Zeitplan und Investition dieses Angebots und autorisiert den Arbeitsbeginn.

FÜR PEMBERTON OUTDOOR GEAR

01

DANA WHITFIELD

VP OF BRAND MARKETING

DATUM

FÜR LOUDMOUTH & VINE

02

LOUDMOUTH & VINE

BEVOLLMÄCHTIGTER UNTERZEICHNER

DATUM

WAXTABLE.COM · EXAMPLE DOCUMENT

— NÄCHSTE SCHRITTE

BEREIT, WENN SIE ES SIND

Mit der Annahme dieses Angebots beginnt die Arbeit am 9. März 2026. Das Honorar gilt für Aufträge, die bis zum 27. März 2026 bestätigt werden.

Bestätigen Sie dieses Angebot, und wir reservieren einen Copywriting-Start für die Woche vom 9. März. Antworten Sie auf dieses Dokument oder schreiben Sie an pitch@loudmouthvine.com.

Loudmouth & Vine

pitch@loudmouthvine.com · +1 312 555 0155 · loudmouthvine.com · Chicago, IL 60607