



LOUDMOUTH & VINE — KAMPAGNENKREATION & TEXT

ANFORDERUNGSSPEZIFIKATION

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

INHALT

01	DOKUMENTENKONTROLLE	2
02	EINFÜHRUNG & UMFANG	3
03	ZWECK & ZIELGRUPPE	3
04	FUNKTIONALE ANFORDERUNGEN	3
05	NICHT-FUNKTIONALE ANFORDERUNGEN	5
06	PRODUKTMODULE	6
07	KOMPONENTENSPEZIFIKATION	6
08	ANNAHMEN, RAHMENBEDINGUNGEN & ABHÄNGIGKEITEN	8
09	RELEASE-PHASEN	8

AUF EINEN BLICK

DOKUMENTENKONTROLLE

— SPEZIFIKATION

REQ-2026-0219

Ausgestellt am 23.
Februar 2026

— ERSTELLT VON

Loudmouth &
Vine

Chicago, IL 60607

— INHABERIN

Dana Whitfield

VP Markenmarketing,
Pemberton Outdoor Gear

— STATUS

Zur Prüfung

Baseline bei
Genehmigung festgelegt

— ANFORDERUNGEN

8

Funktional und
nicht-funktional

01

EINFÜHRUNG & UMFANG

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

ZWECK & ZIELGRUPPE

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.

FUNKTIONALE ANFORDERUNGEN

R-01	Überschriften müssen aus 500 Fuß Entfernung bei Autobahngeschwindigkeit als reine Typografie lesbar sein	MUSS
R-02	Alle zehn Überschriftenkonzepte werden vor der Produktion an einer Gruppe von Pembertons Zielkäufern getestet	MUSS
R-03	Die endgültigen fünf Überschriften werden vor Beginn der Layoutproduktion schriftlich freigegeben	MUSS
R-04	Plakatlayouts werden in allen Standardformaten 14×48 und 10×36 geliefert	MUSS
R-05	Druck-Layouts sind für alle sechs bestätigten Titelplatzierungen dimensioniert	MUSS
R-06	Der Kampagnenton ist an Pembertons bestehende Markenrichtlinien angepasst	SOLLTE
R-07	Druckfertige Dateien werden mindestens zwei Wochen vor der Frist jedes Anbieters geliefert	SOLLTE
R-08	Das Post-Launch-Recall-Briefing wird innerhalb von vier Wochen nach Kampagnenstart geliefert	KÖNNTE

TABLE

ID	PRIORITÄT	ANFORDERUNG
R-01	Muss	Überschriften müssen aus 500 Fuß Entfernung bei Autobahngeschwindigkeit als reine Typografie lesbar sein
R-02	Muss	Alle zehn Überschriftenkonzepte werden vor der Produktion an einer Gruppe von Pembertons Zielkäufern getestet
R-03	Muss	Die endgültigen fünf Überschriften werden vor Beginn der Layoutproduktion schriftlich freigegeben
R-04	Muss	Plakatlayouts werden in allen Standardformaten 14×48 und 10×36 geliefert
R-05	Muss	Druck-Layouts sind für alle sechs bestätigten Titelplatzierungen dimensioniert

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.

SPEC

SPEZIFIKATION

KOMPONENTEN-SPEZIFIKATION

REF.	POSITION	SPEZIFIKATION	EINHEITEN	VORLAUFZEIT	EINZELPREIS
SPC-01	Kreativplattform	Kern-Schlagzeilenstrategie und Tonalitätsplattform	2	2 Wo.	\$5,400 / wk
SPC-02	Schlagzeilentexten	Zehn Schlagzeilenkonzepte, geschrieben und verfeinert	3	3 Wo.	\$6,200 / wk

SPC-03	Käufertests	Erinnerungs- und Resonanztests gegenüber dem Zielkäufer-Panel	2	2 Wo.	\$5,800 / wk
SPC-04	Plakatgestaltung	Layouts für fünf Produktionsschlagzeilen, alle Standardformate	2	2 Wo.	\$6,600 / wk
SPC-05	Print-Gestaltung	Layouts für den landesweiten Sechsstitel-Printkauf	1	1 Wo.	\$10,800 / wk
SPC-06	Produktion & Lieferung	Druckreife Dateien an alle Medienanbieter geliefert	2	2 Wo.	\$15,500 / wk

Die Spezifikationen werden mit der Abnahme festgelegt; jede Änderung wird über das in diesem Dokument beschriebene Änderungsverfahren abgewickelt.

01

TYPOGRAFIE ZUERST

Jede Headline funktioniert zunächst rein typografisch, bevor überhaupt ein Bild hinzugefügt wird.

02

**VON KÄUFERN
GETESTETE ZEILEN**

Zehn Konzepte, getestet an einem echten Käuferpanel, reduziert auf die fünf, die tatsächlich wirken.

03

**PRODUKTIONSBEREIT
FÜR LIEFERANTEN**

Druckfertige Dateien, geliefert in jedem Format, das Pembertons Plakat- und Druckdienstleister benötigen.

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.

— SIGN OFF

LOUDMOUTH & VINE

1147 W Fulton Market, Chicago, IL 60607, United States
pitch@loudmouthvine.com · +1 312 555 0155 · loudmouthvine.com
Loudmouth & Vine LLC · EIN 47-2910384