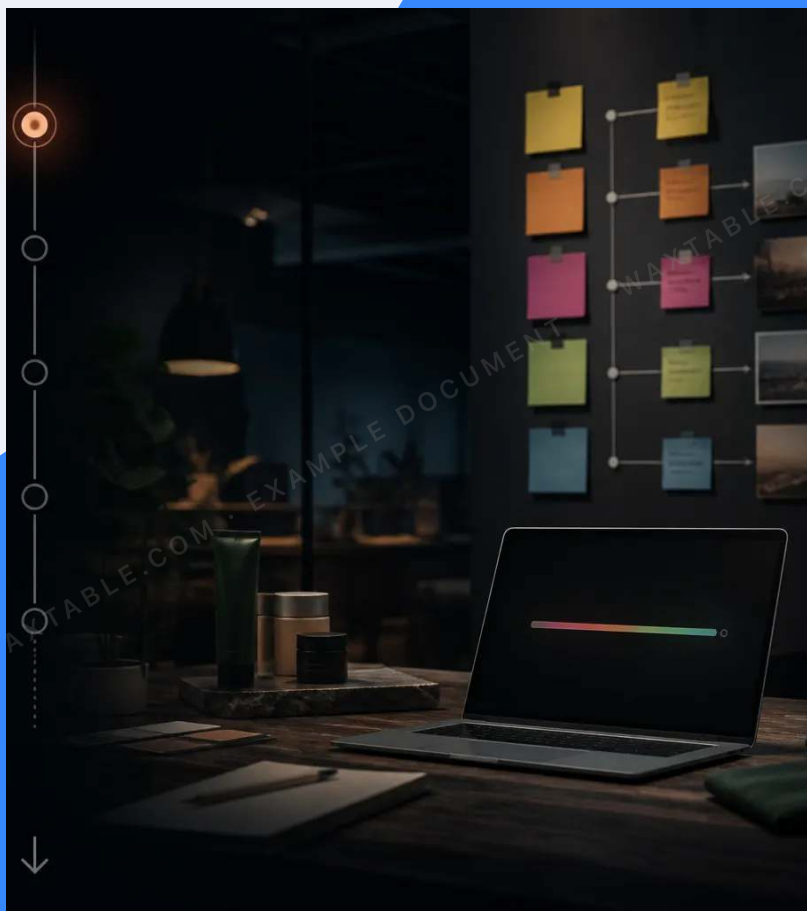


LIFTOFF LAUNCH PARTNERS — CROWDFUNDING-KAMPAGNE
UND LAUNCH

Anforderungsspezifikat

Eine Full-Funnel-Crowdfunding-Kampagne und die
Durchführung der Launch-Woche für Currentwears ersten
Smart Ring.



Inhalt

01	Dokumentenkontrolle	2
02	Einführung & Umfang	3
03	Zweck & Zielgruppe	3
04	Funktionale Anforderungen	3
05	Nicht-funktionale Anforderungen	4
06	Produktmodule	5
07	Komponentenspezifikation	5
08	Annahmen, Rahmenbedingungen & Abhängigkeiten	6
09	Release-Phasen	7

SCROLL THE JOURNEY

AUF EINEN BLICK

Dokumentenkontrolle

01 SPEZIFIKATION

REQ-2026-0344

Ausgestellt am 9.
Februar 2026

02 ERSTELLT VON

Liftoff Launch Partners

San Francisco, CA 94103

03 INHABERIN

Jordan Ames

Mitgründer und CEO,
Currentwear Wearables

04 STATUS

Zur Prüfung

Baseline bei
Genehmigung festgelegt

05 ANFORDERUNGEN

9

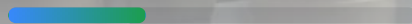
Funktional und
nicht-funktional

01

Einführung & Umfang

01

Currentwear Wearables hat einen funktionsfähigen Smart Ring und eine kleine Warteliste entwickelt, aber noch keine Crowdfunding-Kampagne, keinen Plan für die Launch-Woche und keine Erfahrung mit der Durchführung von beidem. Dies ist der Plan, diese Warteliste in eine finanzierte Kampagne und einen echten Markteinstieg zu verwandeln.



Zweck & Zielgruppe

Currentwear Wearables hat achtzehn Monate in die Entwicklung seines ersten Produkts investiert — einen Smart Ring zur Gesundheitsüberwachung — und verfügt über einen funktionsfähigen Prototypen, eine kleine Early-Access-Warteliste mit 2.400 E-Mail-Adressen und keinerlei Erfahrung im Gründerteam mit Crowdfunding oder Produkteinführungen. Das Produkt ist bereit — die Markteinführung nicht.

Liftoff Launch Partners schlägt einen zwölfwöchigen Auftrag vor: eine Vorab-Kampagne, die die Warteliste vergrößert und Presseinteresse aufbaut, eine vollständig produzierte Crowdfunding-Kampagne mit Video, Seitengestaltung und Paid-Media-Unterstützung sowie die praktische Durchführung der Launch-Woche über die ersten 72 Stunden, in denen die meisten Kampagnen über Erfolg oder Misserfolg ihrer Dynamik entscheiden. Die folgenden Abschnitte beschreiben den Ansatz, den Leistungsumfang, den Zeitplan und die Investition.

Funktionale Anforderungen

REQUIREMENTS

ID	ANFORDERUNG	PRIORITÄT
R-01	Kampagnenvideo und -seite vor dem öffentlichen Launch live und von Currentwear geprüft	MUSS

R-03	Kommunikation mit Unterstützern während der Launch-Woche innerhalb von 24 Stunden beantwortet	MUSS
R-04	Bezahlte Medianausgaben vor jeder wöchentlichen Budgeterhöhung von Currentwear genehmigt	MUSS
R-05	Presseansprache beginnt mindestens drei Wochen vor dem öffentlichen Launch	SOLLTE
R-06	Prämienstufen anhand von mindestens drei vergleichbaren Wearable-Kampagnen geprüft	SOLLTE
R-07	Optionale Stretch-Goal-Inhalte vor Erreichen von 150 % der Finanzierung vorbereitet	KÖNNTE
R-08	Abschließender Export von Unterstützern und Prämienstufen innerhalb von fünf Werktagen nach Kampagnenende geliefert	MUSS

REFERENCE

ID	PRIORITÄT	ANFORDERUNG
R-01	Muss	Kampagnenvideo und -seite vor dem öffentlichen Launch live und von Currentwear geprüft
R-02	Muss	Finanzierungsziel deckt die von Currentwears Fabrikpartner bestätigten Mindestproduktionsmengen
R-03	Muss	Kommunikation mit Unterstützern während der Launch-Woche innerhalb von 24 Stunden beantwortet

R-04

Muss

Bezahlte Mediena Ausgaben
vor jeder wöchentlichen
Budgeterhöhung von
Currentwear genehmigt

R-05

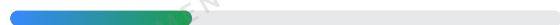
Sollte

**Presseansprache beginnt
mindestens drei Wochen
vor dem öffentlichen
Launch**

01

Kampagnenstrategie

Finanzierungsziel, Belohnungsstufen und
Zeitplan im Vergleich zu ähnlichen
Wearable-Launches.



02

Video- & Kreativproduktion

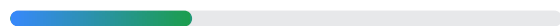
Ein produziertes Kampagnenvideo
und Fotografie, erstellt für die
Crowdfunding-Seite.



03

Wachstum der Vorab-Warteliste

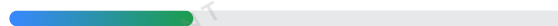
Vier Wochen bezahlte Medien und
Presseansprache, um die Warteliste vor
dem ersten Tag zu vergrößern.



04

Kampagnenseite & Texte

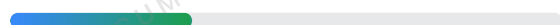
Vollständiges Seitendesign, Texte für die
Belohnungsstufen und FAQ, abgestimmt
auf die Conversion der Unterstützer.



05

Durchführung der Launch-Woche

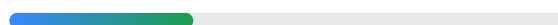
Tägliche Kommunikation mit
Unterstützern und Presse-Nachbereitung
während der entscheidenden ersten
72 Stunden.



06

Paid-Media-Betreuung

Verwaltete Werbeausgaben über
verschiedene Plattformen, täglich
optimiert während der Launch-Woche.



SPECIFICATION

SPEZIFIKATION

SCROLL

Komponentenspezifikation

REF.	POSITION	SPEZIFIKATION	EINHEITEN	VORLAUFZEIT	EINZELPREIS
SPC-01	Kampagnenstrategie & Reward-Stufen-Design	Finanzierungsziel, Reward-Stufen und Zeitplan	1	17. April 2026	\$9,500
SPC-02	Produktion des Kampagnenvideos	90-sekündiges produziertes Kampagnenvideo	1	17. April 2026	\$22,000
SPC-03	Gestaltung & Texte der Kampagnenseite	Seitengestaltung, Reward-Stufen-Texte, FAQ	1	17. April 2026	\$14,500
SPC-04	Wachstum der Vorab-Warteliste	Paid Media & Presse-Outreach, 4 Wochen	4	4 Wo.	\$4,250 / wk
SPC-05	Durchführung der Launch-Woche	Unterstützerkommunikation, Presse-Follow-up, erste 72 Stunden	2	2 Wo.	\$11,000 / wk
SPC-06	Paid-Media-Betreuung	Verwaltete Werbebudget-Optimierung	2	2 Wo.	\$5,500 / wk

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

01

Schwung vom ersten Tag an

Wachstum der Vorstart-Warteliste und Presseansprache, damit die Kampagne in den ersten 72 Stunden schnell finanziert wird.

02

Auf Conversion ausgelegt

Video, Seite und Belohnungsstufen entworfen anhand dessen, was vergleichbare Hardware-Kampagnen tatsächlich finanziert hat.

03

Praxisnah bis zum Launch

Tägliche Backer-Kommunikation und Paid-Media-Optimierung laufen zusammen mit Ihrem Team, nicht ausgelagert.

01

WOCHEN 1-4 · WACHSTUM DER VORAB-WARTELISTE

Paid Media und Presse-Outreach im Hinblick auf den Launch-Tag.

02

WOCHEN 5-6 · KAMPAGNENPRODUKTION

Video, Seitengestaltung und Reward-Stufen-Texte werden produziert und geprüft.

03

WOCHE 7 · ABSCHLUSSPRÜFUNG & LAUNCH-VORBEREITUNG

Kampagnenmaterialien werden finalisiert und die Presse-Sperrfrist aufgehoben.

04

WOCHEN 8-9 · LAUNCH-WOCHE

Öffentlicher Launch und der entscheidende Dynamik-Push der ersten 72 Stunden.

Liftoff Launch Partners

600 Townsend St, San Francisco, CA 94103,
Vereinigte Staaten

launch@liftofflaunch.com · +1 415 555 0166
· liftofflaunch.com

Liftoff Launch Partners LLC · EIN 47-2910384