

ÄNDERUNGSANTRAG

ÄNDERUNGS- ANTRAG

Kampagnen-Kreation & Text

VON

LOUDMOUTH & VINE

1147 W FULTON MARKET, CHICAGO, IL
60607, UNITED STATES

AN

**PEMBERTON OUTDOOR
GEAR**

980 SW YAMHILL ST, PORTLAND, OR
97205, UNITED STATES

Dieser Änderungsantrag ändert die unten genannte Leistungsbeschreibung. Er wird erst wirksam, sobald beide Parteien ihn unterzeichnet haben.

ÄNDERUNGSANTRAG
NR.

CR-2026-0355

DATUM DES
INKRAFTTRETENS

9. März 2026

ÄNDERT

SOW-2026-0219

AUSGESTELLT

23. Februar 2026

Loudmouth & Vine LLC

Vertraulich — erstellt für Pemberton Outdoor Gear. Nicht zur
Weitergabe über die genannten Parteien hinaus.

AUF EINEN BLICK

ÄNDERUNGSANTRAG

EINGEREICHT

CR-2026-0355

ÄNDERUNGSANTRAG

CR-2026-0355

EINGEREICHT AM

23. Februar 2026

URSPRÜNGLICHER SOW DRINGLICHKEIT

SOW-2026-0219 · Hoch
Kampagne
Herbstkollektion

STATUS

EINGEREICHT

EINGEREICHT VON

Loudmouth & Vine,
Chicago

ANTWORT
ERFORDERLICH BIS

27. März 2026

AUF EINEN BLICK

WAS DIESE ÄNDERUNG BETRIFFT

— ÄNDERT

SOW-2026-0219

Leistungsbeschreibung

— ZUSÄTZLICHE GEBÜHR

\$96,000

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

— ÜBERARBEITETER
VERTRAGSWERT

\$108,400

Einschließlich dieser
Änderung

— WIRKSAM AB

9. März 2026

Nach Genehmigung durch
beide Parteien

— EINGEREICHT VON

**Loudmouth &
Vine**

Genehmigt von Dana Whitfield

01

ZUSAMMENFASSUNG DER ÄNDERUNG

Pemberton erweiterte den Plakatkauf von sechzig auf achtzig Standorte, nachdem frühe Mediaverhandlungen unter Budget ausfielen, fügte zwei zusätzliche Formatgrößen hinzu und erhöhte die überarbeitete Zwischensumme auf \$108.400.

— SECTION

BEGRÜNDUNG

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.

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.

TABLE

POSITION	ÄNDERUNG (HINZUFÜGEN/ENTFERNEN/ ÄNDERN)	BESCHREIBUNG
Umfang	60 Plakatstandorte, 6 Printttitel	80 Plakatstandorte (+2 Formatgrößen), 6 Printttitel
Plakatgestaltung	2 Wochen, nur Standardformate	3 Wochen (+1 Woche), plus 2 zusätzliche Formatgrößen
Engagement -Honorar (Zwischensumme)	\$96,000	\$108.400 (+\$12.400)
Produktion & Lieferung	2 Wochen	2,5 Wochen (+0,5 Woche)
Launch - Termin	Woche des 1. Juni	Woche des 8. Juni (+1 Woche)

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.

— LEDGER

TÄTIGKEIT	STUNDEN	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	1	\$10,800 / wk	\$10,800
Layouts für den landesweiten Sechs-Titel-Printkauf			
Zusätzliche Gebühr			\$96,000

Ursprünglicher Vertragswert (SOW-2026-0219)	\$96,000
Zusätzliche Gebühr (dieser Änderungsantrag)	\$96,000
Neue Gesamtsumme	\$108,400
= NEUE GESAMTSUMME	\$108,400

ALLE BETRÄGE VERSTEHEN SICH IN USD UND EXKLUSIVE ANFALLENDER STEUERN. DIE ZUSÄTZLICHE GEBÜHR WIRD GEMÄSS DEM MEILENSTEINPLAN DES URSPRÜNGLICHEN SOW ABGERECHNET: 50 % BEI GENEHMIGUNG DIESER ÄNDERUNG UND 50 % BEIM GO-LIVE.

SCHEDULE

ZAHLUNGSPLAN

FÄLLIGKEIT DER EINZELNEN RATEN

NR.	MEILENSTEIN	AUSLÖSER	ANTEIL	BETRAG
01	Wochen 1-2 · Kreativplattform	9. März 2026	50%	\$48,000

02	Wochen 3–5 · Schlagzeilente xten	Bei Lieferbeginn	50%	\$48,000
----	--	---------------------	-----	----------

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 UND
GENEHMIGUNGSBEDINGUNGEN

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.

Mit der Unterschrift unten werden der Umfang, der überarbeitete Zeitplan und die zusätzliche Gebühr dieses Änderungsantrags genehmigt, und die entsprechende Änderung des ursprünglichen Leistungsverzeichnisses wird autorisiert.

FÜR PEMBERTON OUTDOOR GEAR

FÜR LOUDMOUTH & VINE

DANA WHITFIELD

VP OF BRAND MARKETING

DATUM

LOUDMOUTH & VINE

BEVOLLMÄCHTIGTER UNTERZEICHNER

DATUM

— 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