

ERSTELLT FÜR CURRENTWEAR WEARABLES

Leistungsbeschreibung

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

Inhalt

01	Auf einen Blick	2
02	Umfang, Zeitplan & Honorar	2
03	Überblick & Ziele	4
04	Hintergrund & Ziele	4
05	Leistungen	5
06	Arbeitsstränge	5
07	Workstream-Spezifikation	6
08	Zeitplan	7
09	Abnahmekriterien	7
10	Kostenaufstellung	8
11	Kostenübersicht	8
12	Zahlungsplan	9
13	Annahme	10



SCROLL THE JOURNEY

AUF EINEN BLICK

SOW

ENTWURF

SOW-2026-0344

ERSTELLT FÜR

Currentwear
Wearables —
Jordan Ames,
Mitgründer
& CEO

ERSTELLT VON

Liftoff Launch
Partners, San
Francisco

SOW-NUMMER

SOW-2026-
0344

STARTDATUM

2. März 2026

DAUER

Crowdfunding-
Kampagne &
Launch

STATUS

Entwurf — zur
Prüfung

Umfang, Zeitplan und Honorar

01 ARBEITSBEREICH

Crowdfunding - Kampagne & Launch

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

02 BEGINN

2. März 2026

Bei Gegenzeichnung

03 DAUER

12 Monate

Gestaffelt gemäß nachstehendem Zeitplan

04 HONORAR

\$96,000

\$96,000 zzgl.

Umsatzsteuer (ca —

Dienstleistungen befreit)

05 ANGENOMMEN VON

Jordan Ames

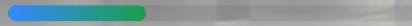
Mitgründerin & CEO

01

Überblick & Ziele

01

Eine zwölfwöchige Crowdfunding-Kampagne und Markteinführung für das erste Produkt von Currentwear Wearables, den Currentwear Smart Ring — von der Vorab-Warteliste über die finanzierte Kampagne bis zur Übergabe an die Auftragsabwicklung.



Hintergrund & Ziele

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.

Leistungen

01

STRATEGIE

Kampagnenstrategie & Finanzierungsziel

Struktur der Belohnungsstufen, Finanzierungsziel und Kampagnenzeitplan, orientiert an vergleichbaren Wearable-Markteinführungen.

02

PRODUKTION

Kampagnenvideo

Ein produziertes 90-sekündiges Kampagnenvideo mit Produkt, Story und gründergeführtem Pitch.

03

PRODUKTION

Gestaltung & Texte der Kampagnenseite

Vollständiges Design der Crowdfunding-Seite, Texte für die Belohnungsstufen und ein auf Konversion ausgelegtes FAQ.

04

VORAB-START

Wachstum der Warteliste & Presseansprache

Vier Wochen bezahlte Medienarbeit und Presse-Pitching, um die Warteliste vor dem Launch-Tag zu vergrößern.

05

LAUNCH

Durchführung der Launch-Woche

Tägliche Backer-Kommunikation, Optimierung bezahlter Medien und Presse-Follow-up in den ersten 72 Stunden.

NICHT IM LEISTUNGSUMFANG ENTHALTEN



- Produktherstellung und Logistik der Hardware-Auslieferung
- Import-/Exportkonformität und Zollabwicklung
- Bezahlte Media-Ausgaben selbst (Werbebudget wird separat, direkt an die Plattform abgerechnet)
- Kundensupport nach der Kampagne über die ersten 30 Tage hinaus

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.

SPECIFICATION

SPEZIFIKATION

Workstream-Spezifikation

REF.	POSITION	SPEZIFIKATION	AUFWAND	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

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

- 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.
- 05 **WOCHEN 10-12 · ABSCHLUSS & ÜBERGABE**
Kampagnenabschluss, Backer-Export und Lieferung des Post-Kampagnen-Vertriebsplans.

Abnahmekriterien

REQUIREMENTS

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

R - 05

Presseansprache beginnt mindestens drei Wochen vor dem öffentlichen Launch

SOLLTE

LEDGER

ARBEITSBEREICH	WOCHEN	SATZ	BETRAG
Kampagnenstrategie & Reward-Stufen - Design Finanzierungsziel, Reward-Stufen und Zeitplan	1	\$9,500	\$9,500
Produktion des Kampagnenvideos 90-sekündiges produziertes Kampagnenvideo	1	\$22,000	\$22,000
Gestaltung & Texte der Kampagnenseite Seitengestaltung, Reward-Stufen-Texte, FAQ	1	\$14,500	\$14,500
Wachstum der Vorab-Warteliste Paid Media & Presse-Outreach, 4 Wochen	4	\$4,250 / wk	\$17,000
Durchführung der Launch-Woche Unterstützerkommunikation, Presse-Follow-up, erste 72 Stunden	2	\$11,000 / wk	\$22,000
Zwischensumme Honorare			\$96,000
Honorare			\$96,000
Umsatzsteuer (CA — Dienstleistungen befreit)			\$0
Gesamt			\$96,000
GESAMT		\$96,000	

Alle Beträge verstehen sich in USD und exklusive geltender Steuern. Honorare werden in drei Meilensteinen

abgerechnet: 40 % bei Unterzeichnung, 30 % bei Baubeginn,
30 % beim Go-Live.

LEDGER

ZAHLUNGSPLAN

Fälligkeit der einzelnen Raten

NR.	MEILENSTEIN	AUSLÖSER	ANTEIL	BETRAG
01	Wochen 1–4 · Wachstum der Vorab-Warteliste	2. März 2026	40%	\$38,400
02	Wochen 5–6 · Kampagnenproduktion	Bei Lieferbeginn	30%	\$28,800
03	Woche 7 · Abschlussprüfung & Launch-Vorbereitung	Bei Abnahme des Meilensteins	30%	\$28,800
Gesamt (netto)			100%	\$96,000

Die Raten werden auf Grundlage der oben genannten Meilensteine in Rechnung gestellt und sind innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum zahlbar. Alle Beträge verstehen sich in USD zzgl. Umsatzsteuer (ca — Dienstleistungen befreit).

Mit der Gegenzeichnung unten werden Umfang, Zeitplan, Abnahmekriterien und Honorare dieser Leistungsbeschreibung akzeptiert und der Arbeitsbeginn zum angegebenen Startdatum autorisiert.

01 FÜR CURRENTWEAR WEARABLES

Jordan Ames

Mitgründerin & CEO

Datum

02 FÜR LIFTOFF LAUNCH PARTNERS

Liftoff Launch Partners

Bevollmächtigter Unterzeichner

Datum

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