

Erfolgreich im Internet verkaufen

Handout zur Informationsveranstaltung

Autor: Erhard Feichtinger

Inhalt:

1. Hintergrund des Konzepts
2. Produkt Schallplatte
3. Kapital- und Renditenbildung
 - 3.1. Anzahl der Auflage
 - 3.2. Attraktivität bei Sammler und Hörer
 - 3.3. Ausstattungsmerkmale des Produkts
 - 3.4. Auswahl des Produkts (Interpret)
 - 3.5. Dauer der Verfügbarkeit
 - 3.6. Zielgruppen für den Weiterverkauf
 - 3.7. Wertentwicklung
 - 3.8. zeitgenössische Trendbildung
4. Motivation
5. Verkauf
6. Abonnementvertrag
7. Kundenkonto
8. Rücknahmegarantie
9. Bonus für Abonnentenwerbung

„All the good things come back“

Inhaber: Erhard Feichtinger www. sattwa.de	Sebastianstr. 9 meil@sattwa.de	92637 Weiden Tel. 0961 4701611
---	-----------------------------------	-----------------------------------

1. Hintergrund des Konzepts

Reich und schön, wer träumt nicht davon? Wir haben dafür sicher nicht die Patentlösung, doch glauben wir, Ihnen heute ein Geschäftsmodell vorstellen zu dürfen, welches zumindest dazu beitragen kann, Ihren Wohlstand nachhaltig zu fördern.

Wie immer, geht es ums liebe Geld. Genau gesagt, um eine Geldanlage mit „neuen“ Schallplatten.

Jetzt denken Sie gewiß an alte „gebrauchte“ Schallplatten, die auf jedem Flohmarkt billig angeboten werden. Wir dagegen wollen heute über ein attraktives Produkt sprechen, das im Fokus von Sammler und Musikhörer mit gehoben Ansprüchen steht.

Diese Käufergruppe, auch „best ager“ genannt, ist es, die wir wie wir noch sehen werden, im Auge behalten möchten.

Ein Blick zurück:

Mit dem Auftritt der CD als Speichermedium für Musik Mitte der 80er Jahre, verlor die Schallplatte zunehmend an Bedeutung und wurde schließlich aus den Regalen der Geschäfte und Märkte vollends verdrängt. Auch im Bewußtsein der meisten Konsumenten spielte die Schallplatte bald keine Rolle mehr.

Bis auf ein paar belächelte Altsympathisanten, die das Vinyl (aus gutem Grunde übrigens) nicht aus Ihren heiligen Regalen verstoßen wollten.

Mit dem aufkommen der Internetpiraterie und den einfacheren Kopiermöglichkeiten für digitale Informationen (Musik, Film und Daten) verschärfte sich die Lage für Handel und Hersteller zusehends. Eine Krise ergriff die Musikbranche, von der sie sich bis heute nicht erholt hat.

Einzig die Verkaufszahlen von Schallplatten (die wenigen die damals produziert wurden), blieben konstant. Ein Resultat, dass die Musikbranche zu spät erkannt hat und weiterhin alles daran setzte die Produktpiraterie (erfolglos) zu bekämpfen. Jetzt erkennt sie allerdings, dass das Medium Schallplatte wieder attraktiv ist und die potentiellen Käufer alles andere als ungeneigt sind diese aktuellen Produkte zu kaufen (für gutes Geld übrigens!).

„Die Wiedergeburt!“

Das Phänomen der Wiedergeburt der Schallplatte (wie Phönix aus der Asche), wird von der überwiegenden Zahl der Bürger kaum wahrgenommen. Doch in den Regalen der Geschäfte stehen jetzt auch wieder Schallplatten. Welch ein Wunder!

Das hat verschiedene Gründe. Zum einen versucht die Musikbranche ihre Umsatzeinbußen durch den Verkauf von Schallplatten zu kompensieren, denn Schallplatten werden nicht kopiert. Die produzierten Auflagen von interessanten Künstlern, meist kleine Mengen, werden mittelfristig vollständig verkauft. Das steigert natürlich die Attraktivität dieser Produkte bei den potentiellen Käufern.

Jedoch, wer zu spät kommt, den bestraft das Leben. Und diesem Fall gilt: Es geht über den Preis, der dann für ein vergriffenes Exemplar einer bestimmten Schallplatte zu bezahlen ist. Vielleicht haben Sie sich schon einmal über besonders hohe Preise im Internet verwundert die Augen gerieben.

2. Produkt Schallplatte

Schallplatten, ein alter Hut? Diese Meinung mag vielleicht noch für ein paar „Zurückgebliebene“ gelten. Tatsache ist, heute lassen sich mit „neuen und aktuellen“ Schallplatten, hohe Gewinne erzielen. Was ist also so besonders an diesen Schallplatten, oder ist das alles nur Übertreibung?

Zum Produkt:

Ab Mitte der 90er Jahre wurden Schallplatten entweder gar nicht mehr gepreßt, oder nur in kleinen Auflagen. Das erklärt für manche Exemplare die hohen Preise, welche von Verkäufern dafür aufgerufen werden und auch bezahlt werden.

Heute werden wieder verstärkt Schallplatten hergestellt, meist in kleinen Auflagen, um deren Wert bei den Sammlern zu erhalten und den Abverkauf zu beschleunigen.

Dabei trägt der Umstand besonders Rechnung, dass Schallplatten nicht kopiert werden können. Zweitens ist deren Gestaltung häufig außergewöhnlich attraktiv und schön. Plattencover zeichnen sich durch ihr Material, künstlerische Gestaltung, Übersichtlichkeit und Originalität aus.

Und zuletzt ist da die Qualität. Viele Hörer sind vom analogen Klang einer Schallplatte begeistert und ziehen diese der einer CD oder anderen digitalen Speichermöglichkeiten vor.

Schallplatten sind gewissermaßen ein zeitgenössisches, oder anders gesagt, ein archetypisches Produkt unserer Musik- oder Zeitgeschichte. Nicht zuletzt aus diesem Umstand heraus, feierte die Schallplatte vor einigen Jahren ihren 100. Geburtstag.

„Tod gesagte leben bekanntlich länger“.

3. Kapital- und Renditenbildung

Da stellt sich die Frage: Wie kann man überhaupt mit Schallplatten Geld verdienen?

Erfolgskriterien zum Kapitalaufbau:

- 3.7. Anzahl der Auflage
- 3.8. Attraktivität bei Sammler und Hörer
- 3.9. Ausstattungsmerkmale des Produkts
- 3.10. Auswahl des Produkts (Interpret)
- 3.11. Dauer der Verfügbarkeit
- 3.12. Zielgruppen für den Weiterverkauf
- 3.9. Wertentwicklung
- 3.10. zeitgenössische Trendbildung

3.1. Anzahl der Auflage

Es gilt das ungeschriebene Gesetz der Kunstbranche:

„Nur was selten ist – ist wirklich selten!“

Aber wann ist ein Produkt selten? Das hängt zunächst von der weltweit produzierten Auflage ab. Andererseits davon, ob sich aus dieser Stückzahl eine Unterdeckung bzw. Überdeckung in Bezug auf Angebot und langfristige Nachfrage ableiten lässt.

Ein Schlüsselkompetenz dabei ist die Kenntnis darüber, wie hoch die aufgelegte Auflage ist – und ob sich daraus eine Unterdeckung auf dem weltweiten Markt ergeben kann.

Nur dann, wenn diese Frage mit einem klaren Ja beantwortet werden kann, kommt das Produkt als Auswahl in Frage.

Fazit:

Der Verkäufer benötigt also eine umfangreiche Erfahrung in der Beurteilung des Marktes und dessen fortlaufenden Veränderungen.

3.2. Attraktivität bei Sammler und Hörer

Sammler kaufen nicht alle Produkte, die produziert werden. Attraktiv sind vor allem jene Exemplare, die durch diverse Merkmale, wie Musiker, das spezifische Musikgenre, oder die Qualität der Produktion interessant sind.

3.3. Ausstattungsmerkmale des Produkts

Dazu zählt eine (Auswahl):

- numerierte/limitierte Auflage
- kunstvolle Umschlaggestaltung
- hochwertige Klangqualität
- farbige Schallplattenpressung
- Schallplatte als Bildpressung
- Kleinlabel oder Privatpressung
- renommierte Gastmusiker
- Beilagen in Form von Bilder, Poster, Anderes
- Gimmick-Cover
(z. B. Beatles: Sgt.Peppermint, Velvet Underground: „Bananen Cover“)

Diese Auswahl von Merkmalen zeigt deutlich auf, dass eine Schallplatte weit mehr sein kann, als ein Tonträger für Musik. Die Schallplatte mit ihrer Umschlaggestaltung ist Teil des Kunstwerks Musik.

In der langen Geschichte der Covergestaltung lassen sich deshalb auch für jede Periode der vergangenen Zeitgeschichte bestimmte Formen der Trend setzenden Darstellung finden, bis heute übrigens.

An dieser Stelle sei an *Andy Warhol* erinnert, der mit seiner Band *Velvet Underground* und seinem für die Gruppe gestalteten „*Bananen Cover*“ Musik- und Kunstgeschichte geschrieben hat.

3.4. Auswahl des Produkts (Schallplatte)

Dieses Problem wollen wir folgend lösen:

3.4.1. Auswahl

Der Auswahl bedarf der größten Aufmerksamkeit. Schließlich soll das Produkt ja auch noch nach Jahren der Anschaffung, zum Weiterverkauf geeignet sein und eine hohe Rendite erzielen.

3.4.2. Anzahl

Schallplatten werden heute in Auflagen mit unterschiedlicher Höhe hergestellt. Ein Kriterium kann es also sein, ein Produkt auszuwählen, dass von vorne herein eine kleine Auflage besitzt (z. B. 500 –1000 Exemplare). An anderer Stelle kann selbst eine weltweite Auflage von 5000 Einheiten schnell vergriffen sein (siehe LPs von Robbie Williams, Eminem).

3.4.3. Unterdeckung/Überdeckung

Dem Einkauf fällt die größte Verantwortung zu. Eine gewissenhafte und belastbare Einschätzung darüber zu treffen, ob das Produkt, gemessen an seiner produzierter Auflage in Bezug auf seine Nachfrage eine Unter- bzw. Überdeckung erwarten lässt.

Mit anderen Worten, kann ich unterstellen, dass der Artikel weltweit stärker nachgefragt wird, als Exemplare langfristig verfügbar sind.

Damit komme ich zum entscheidenden Merkmal dieses Geschäftsmodells. Durch einen schnellst möglichen Einkauf einer möglichst hohen Menge einer ausgewählten Schallplatte (1. Auflage), kann die verfügbare Menge sofort vermindert werden. Prinzip: „*Glotzen nicht Kleckern*“.

Das wirkt sich auf die Verfügbarkeit aus und führt zu einer Verknappung des Angebots.

Dadurch vermindern wir die Zeit, bis ein Artikel vergriffen ist.

Der Clou besteht also darin:

Bei weltweit vergriffenen Schallplatten lassen sich für die wenigen dann noch erhältlichen Exemplare hohe Preise im Internet erzielen.

3.4.4. Genre

Die Auswahl und Zuordnung der in Frage kommenden Schallplatten orientiert sich an Musikrichtungen und Trends, die bei Sammlern und Hörern eine langfristige Nachfrage erwarten lassen.

3.5. Dauer der Verfügbarkeit

Durch Markteinflüsse kann eine genaue Vorhersage nicht erfolgen. Wir empfehlen die erworbenen Schallplatten zunächst 3-5 Jahre „zu bunkern“ und dann sukzessive mit dem Verkauf zu beginnen. Fest steht, sobald eine bestimmte Schallplatte am Markt nicht mehr verfügbar ist, besteht die Möglichkeit, höhere Preise dafür im Internet aufzurufen und durch Verkauf eine hohe Rendite zu erzielen.

Das trifft natürlich trifft auf jedes Produkt zu. Darum kommt der Auswahl der Schallplatten eine um so größere Bedeutung zu.

Fazit:

Ist eine Schallplatte ausverkauft und kann vom Hersteller bzw. Vertrieb nicht mehr geliefert werden, steigen auf absehbare Zeit die Preise für das vergriffene Produkt.

Wie hoch eine Preissteigerung ausfällt, hängt von Markteinflüssen ab, die unter den vorangegangenen Punkten 3.4.1. bis 3.4.4. dargestellt wurden.

3.6. Zielgruppen für den Weiterverkauf

Als Abonnent (Käufer) von „neuen Schallplatten“ sind für Sie drei Zielgruppen für den Weiterverkauf von Bedeutung:

Der Sammler:

Das Sammeln von Schallplatten ist eine uralte Leidenschaft. Vielleicht kennen auch Sie jemanden, der auf seine Schallplattensammlung stolz ist. Schallplatten besitzen übt eine faszinierende Anziehungskraft auf eine Vielzahl von Menschen (und Sammlern) aus. Eine Tatsache die bis heute Gültigkeit besitzt.

Der Musikhörer „best ager“:

In der Konsumgesellschaft gehören die sogenannten „best ager“, zur bedeutsamsten Zielgruppe Diese Konsumentengruppe verfügt über ein mittleres bis hohes Einkommen (3.000 bis 5.000 €uro mtl.) und ist Konsum willig.

Beachtenswert ist die Form des Lebensstils den diese Gesellschaftsgruppe führt. Und dazu zählt auch das Hören analoger Schallplatten, statt digitaler Medien. Viele behaupten, dass der Kult und Reiz Schallplatten zu hören, wesentlich höher sei als der bei CDs.

Die Meldungen über Umsatzrekorde im Verkauf analoger HiFi Anlagen geben hier ebenfalls Anlass dazu, positiv in die Zukunft zu blicken.

Der Spekulant:

Gemeint sind professionelle Händler oder private Personen, welche durch den Handel/Verkauf von Schallplatten im Internet Gewinne erzielen. Sie richten ihr Kaufverhalten nach aktuellen und bewährten Trends aus. Diese Gruppe hat die beiden vorgenannten Zielgruppen im Visier. Profis besitzen beste Produktkenntnisse und sind meist sehr gut im Internet vernetzt.

Sie kennen und beobachten regelmäßig alle einschlägigen Foren und Seiten, auf denen Handel mit hochwertigen Schallplatten abgewickelt wird.

3.7. Wertentwicklung

Wie bei allen spekulativen Produkten der Finanzbranche, lassen sich exakte Vorhersagen nicht treffen. Es gilt: Der Käufer unserer Produkte muss vom Erfolg überzeugt sein. Unsere vornehme Aufgabe ist es die notwendigen Informationen für Sie bereit zu stellen.

Um die Wert- bzw. Renditenentwicklung zu messen greifen wir auf zwei bekannte Berechnungsformen der Finanzbranche zurück.

A.) Renditenbildung

Beispiel einer Berechnung:

Sie haben 12 x 50 € monatlich investiert = 600,00 € jährlich.

In 3 Jahren haben Sie 3 x 600,00 € investiert = 1.800,00 €.

Jetzt vergleichen Sie Ihre aufgewendete Summe Ihrer Schallplatten mit dem aktuellen Angebotspreis der selben Produkte im Internet bei Amazon. Die Verzinsung ergibt sich aus dem Unterschied gemessen an dem dafür aufgewendeten Kapital.

Wichtig!

Erst wenn eine Schallplatte nicht mehr lieferbar ist, werden die Preise dafür steigen. Es ist also von enormer Bedeutung zu wissen, wann ein Artikel offiziell vergriffen ist.

Bitte beachten Sie!

Erst wenn die Schallplatte nicht mehr lieferbar ist, steigen die Preise dafür erfahrungsgemäß. Es ist also von größter Bedeutung zu beobachten, wann ein Artikel offiziell vergriffen ist.

Zweitens: Es ist sicher zu stellen, dass die Schallplatte „neu“ bleibt. Eine vorhandene Versiegelung darf weder geöffnet werden, noch darf die „neue“ Schallplatte gespielt werden. Das mindert unmittelbar den Wiederverkaufswert der Schallplatte.

Aus unserer Verkaufserfahrung lässt sich somit sagen, dass viele Käufer lieber das „neue“ Produkt kaufen, obwohl ein vergleichsweise deutlich günstigeres „gebrauchtes“ Angebot parallel dazu erhältlich wäre.

B.) Kapitalisierung

Jetzt geht es um den Weiterverkauf Ihrer erworbenen Schallplatten. Durch wiederholte Kontrolle der aktuellen Preise und deren Verfügbarkeit haben Sie den günstigsten Zeitpunkt gefunden, um das Produkt zu verkaufen. Der Preis Ihres Produkts hat sich soweit positiv entwickelt, dass für Sie jetzt ein Verkauf in Frage kommt.

Sie haben möglicherweise Vergleichsprodukte gefunden und orientieren sich an diesen Angeboten/Preisen.

Sobald die Schallplatte zum Verkauf im Internet steht, können Sie davon ausgehen, dass das seltene Exemplar von einschlägigen Sammlern und potentiellen Käufern wahrgenommen wird.

Tipp! Sie können Ihre Schallplatten zeitlich befristet auf Ebay.de/com, oder permanent bei Amazon.de/com anbieten.

„*Sie haben erfolgreich verkauft!*“ So ist der erzielte Verkaufspreis die Kapitalisierung Ihrer aufgewendeten Summe zum Beschaffungspreis. Anders gesagt: Ihr Gewinn ist die Differenz zwischen Ihrem Anschaffungs- und Verkaufspreis.

3.8. zeitgenössische Trendbildung

Gemessen an unserer 20jährigen Erfahrung im Einkauf und Verkauf von Schallplatten, lässt sich folgendes sagen:

Der Verkauf gebrauchter Schallplatten im oberen Preissegment geht spürbar zurück. Das hat zum einen damit zu tun, dass immer mehr gebrauchte Schallplatten auf dem Markt kommen und diesen erdrücken. Andererseits kommen viele Sammler von Raritäten der 60er und 70er Jahre in die Jahre und kaufen nur noch sehr begrenzt.

Dagegen steigt der Verkauf „neuer“ Schallplatten kontinuierlich an. Die Zahl jener die sich für Neues im Bereich Schallplatte interessieren, wächst. Darauf reagiert die Musikindustrie. Diese Veränderungen bilden sich auch in den Musikrichtungen ab, die heute und künftig an Attraktivität zunehmen.

Früher kauften die Sammler Raritäten aus Beat oder Rock 'n' Roll. Heute sind es u. a. Stoner Rock, elektronische Pop, oder Singer Songwriter.

Während die Preise für die „alten Hüte“ ins bodenlose fallen, steigen die Preise bei vielen aktuellen Schallplatten ins Astronomische. Dabei reicht die Zeitspanne für diese seltenen Auflagen bis in die Mitte der 90er Jahre zurück.

Als Händler sieht man sich einem weiteren Problem gegenüber:

Die Verkaufspreise für CD werden immer geringer.

Dagegen entwickelt sich die Preisentwicklung bei Schallplatten positiv.

4. Motivation

Hier finden Sie eine Auswahl möglicher Gründe für Motivation:

- Interesse an einer nachhaltigen und lukrativen Geldanlage
- Alternative bzw. Ergänzung zur Altersversorgung
- kontinuierlicher Aufbau von Kapital in Sachwerten
- geringes Risiko das aufgewandte Kapital zu verlieren
- günstiges Verhältnis zu Aufwand und möglichen Rendite
- Risiken auf dem Finanzsektor begegnen
- Inflationsängsten und Geldentwertung begegnen

5. Verkauf

- Wie ermittle ich die aktuellen Preise?
- Wie verkaufe ich erfolgreich im Internet?
- Wo gibt es geeignete Marktplätze und Sammlerbörsen?
- Was habe ich zu beachten?

So ermitteln Sie die aktuellen Preise Ihrer Produkte:

Barcode auf der Schallplatte bei amazon in die Suchleiste eingeben.
So finden Sie exakt den Artikel um den es geht.
Dort finden Sie Angaben zum Preis, Zustand, und Verfügbarkeit.
Diese präzisen Informationen können Sie in regelmäßigen Abständen schnell und unkompliziert abrufen.

So verkaufen Sie ihre Schallplatten:

- 12 bzw. 13stelligen EAN- oder Barcode bei Amazon in die Suchleiste eintragen.
- Gewünschtes Produkt aufrufen.
- Diesen Artikel verkaufen anklicken.
- Folgen Sie der Beschreibung der Vorgehensweise bei Amazon (Preisermittlung durch Vergleich, Zustand, Produktbeschreibung)
- Falls notwendig, ein Käufer/Verkäufer Konto bei Amazon einrichten

Das Internet und andere Möglichkeiten erfolgreich zu verkaufen:

- Verkaufen Sie auf Amazon.de und auf Amazon.com (USA).
- Verkauf auf **Schallplattenbörsen**
Bieten Sie ihre Schallplatten im Direktvertrieb an.
Schallplattenbörsen sind spezielle Veranstaltungen für Schallplattenliebhaber und Sammler. Sie finden in Deutschland und Europa zu regelmäßigen Terminen statt. Termine auf Anfrage-

Einige Tips:

- Prüfen Sie die Möglichkeit auch bei anderen Verkaufsplattformen anzubieten (z. B. Ebay, Amazon.com).
- Es gibt Spezialseiten für Schallplattenverkäufer und Käufer.
Informationen dazu erhalten Sie auf Anfrage, wenn Sie Abonnent sind.
- Um den optimalen Zeitpunkt für den Verkauf zu finden, ist eine längere Wartezeit notwendig. Status: „vergriffen“, „deleted“.

6. Abonnementvertrag

- Vertragliche Grundlagen:

Mit dem Abonnentenvertrag wird ein rechtsverbindlicher Vertrag zwischen der Music Box Feichtinger (= Leistungserbringer) und dem Abonnenten (= Leistungsempfänger) geschlossen.

Der Abonnent ist der Käufer/Kunde/Leistungsempfänger, der sich in diesem Vertrag verpflichtet, monatlich einen fest vereinbarten Geldbetrag als Kundeneinlage auf sein Kundenkonto beim Leistungserbringer einzuzahlen.

Im Gegenwert dazu erhält er vom Leistungserbringer neue Schallplatten. Der Abonnent hat kein Auswahl- bzw. Vorschlagsrecht, was die Auswahl der Schallplatten betrifft.

- Vertragsbedingungen

- Es wird ein unbefristeter Abonnementvertrag zwischen der Music Box Feichtinger (=Leistungserbringer) und dem Abonnent (= Leistungsempfänger) geschlossen
- Der Abonnent zahlt einen festen monatlichen Einlagebetrag an den Leistungserbringer.
- Zahlungen sind zum 15. jeden Monats zu leisten.
- Die Einzahlung erfolgt durch Bankeinzug oder Lastschrift.
- Der Leistungserbringer verpflichtet sich dem Abonnenten neue Schallplatten im Gegenwert der geleisteten Zahlungen zeitnah zu liefern
- Zur Abwicklung aller Zahlungen und Warenlieferungen eröffnet der Abonnent ein Kundenkonto bei der Music Box. Darin werden alle Geld- und Warenbewegungen erfasst.
- Unterbleiben vereinbarte Zahlungen seitens des Abonnenten, gibt es keine Warenlieferung durch den Leistungserbringer. Der Leistungserbringer behält sich das Recht vor, bei ausbleibenden Zahlung, ohne vorherige Kündigung, den Abonnementvertrag zu kündigen.
- Für einen Teil der gelieferten Schallplatten gewährt der Leistungserbringer ein Rückgaberecht. Bitte beachten Sie dazu die gültigen Rückgabebedingungen in unseren Vertragsbedingungen.

- Kündigungsfristen

- Mindestlaufzeit nach Vertragsabschluß 1 Jahr.
- Nach Ablauf eines Jahres 1 Monat zum Quartal.

7. Kundenkonto

- Führen eines Kundenkonto für jeden Teilnehmer
- Rechnungsstellung für jede Transaktion zur Transparenz der Kundeneinlage

Zahlungen erfolgen monatlich per Bankeinzug bzw. Lastschrift direkt auf das Geschäftskonto der Music Box Feichtinger „Abonnenten Service“.

Abstufungen der Abbonementeinlagen:

- 50,00 Euro Einlage
- 100,00 Euro Einlage
- 150,00 Euro Einlage
- alternativer Betrag

8. Geld zurück Garantie

Unsere Rücknahmegarantie, mit garantierter „Geld zurück Garantie!“

- Die Haltefrist beträgt 5 Jahre nach Erhalt der Ware.
- Ab dem 6. Jahr nach Erhalt ist eine Rückgabe durch den Abonnenten auf Quotenbasis möglich.
- Voraussetzung dafür ist ein laufender Abonnentenvertrag.

Wichtig!

Das Rückgaberecht gilt nur für bestehende Abonnentenverträge. Kündigt der Abonnent seinen Vertrag mit der Music Box Feichtinger, so erlischt damit unmittelbar sein Rückgaberecht auf erhaltene Schallplatten.

- Die Rücknahmequote erfolgt zu folgenden Konditionen

Wählen Sie aus zwei Alternativen:

Alternative A.)

Ab dem 6. Jahr 50% der Menge/ 50% des Kaufpreis

Alternative B.)

Ab dem 6. Jahr 20% der Menge/ 100% des Kaufpreis

- Voraussetzungen für eine Rücknahme
- Schallplatte und Coverumschlag müssen sich in absolut neuen Zustand befinden.
z. B. Beschädigungen wie abgestoßene Ecken, farbliche Veränderungen der Außenhülle, des Cover durch Lichteinflüsse, Wasserschaden, Nikotingeruch.
- Eine vorher vorhandene Versiegelung der Schallplatte darf nicht entfernt oder geöffnet sein.
- Schallplatten müssen definitiv ungespielt und unbenutzt sein.

Wichtig!

Trifft eine oder mehrere der vorgenannten Kriterien auf eine Schallplatte zu, so ist eine Rücknahme nicht mehr möglich.

9. Bonus für Abonnentenwerbung

Neue Teilnehmer werben und finanzielle Vorteile genießen.

- Das Bonussystem

Wer als aktiver Abonnent der Musicbox Feichtinger einen neuen Abonnenten wirbt erhält dafür einen Bonus.

Wählen Sie aus zwei Alternativen:

- | | |
|-----------------|---|
| Alternative A.) | Zahlung von 50,00 Euro in bar |
| oder | |
| Alternative B.) | Gutschrift über 75,00 Euro auf sein Kundenkonto |

Voraussetzung für Bonuszahlungen an Werber ist:

- Der neu geworbene Abonnent leistet regelmäßige Zahlungen innerhalb 6 Monaten nach Vertragsschluß, gemäß der geschlossenen Vertragsbedingungen.
- Die Zahlung oder Gutschrift für den Werber erfolgt 6 Monate nach Vertragsschluß.