



CLEAR
COST

WHITEPAPER

2018

INHALTSVERZEICHNIS

ÜBER DAS PROJEKT	3
MARKTÜBERSICHT	3
QUELLE DER NIEDRIGEN PREISE	5
ZIELGRUPPE DES PROJEKTS.....	5
MITGLIEDSCHAFT IN DEN CLUB UND GAIN TOKEN	6
SUBJEKTIVER WERT TOKEN.....	6
TOKEN VERKAUF	7
TOKENPRESIE WÄHREND DES TOKEN-SALE PERIODE	8
BESONDERHEITEN DES PROZESSES TOKENVERKAUFS.....	8
DIE KOSTEN EINES TOKENS IN DIE ZUKUNFT	9
VERTEILUNG VON TOKEN	9
KOSTENVERTEILUNG	9
ROAD MAP.....	10
TEAM	11
BEGRIFFE UND DEFINITIONEN	12
DATENQUELLEN	12

ÜBER DAS PROJEKT

Das Project Mission

Wir den Verkauf von Waren und Dienstleistungen zu Kostenpreis.

Die Essenz des Projekts

Spiegelt sich in dem Namen des ClearCost (Der Kostenpreis): Unsere Preise beinhalten keine Kosten für Werbung und Zwischenhändler.

Das erste Ziel des Projekts

Die Reisen werden durch die Senkung der Preise für die Unterkunft in Hotels für Sie erschwinglicher (je nach Hotel und der Region, von 5 % bis 15 %, in einigen Fällen bis zu 25 %).

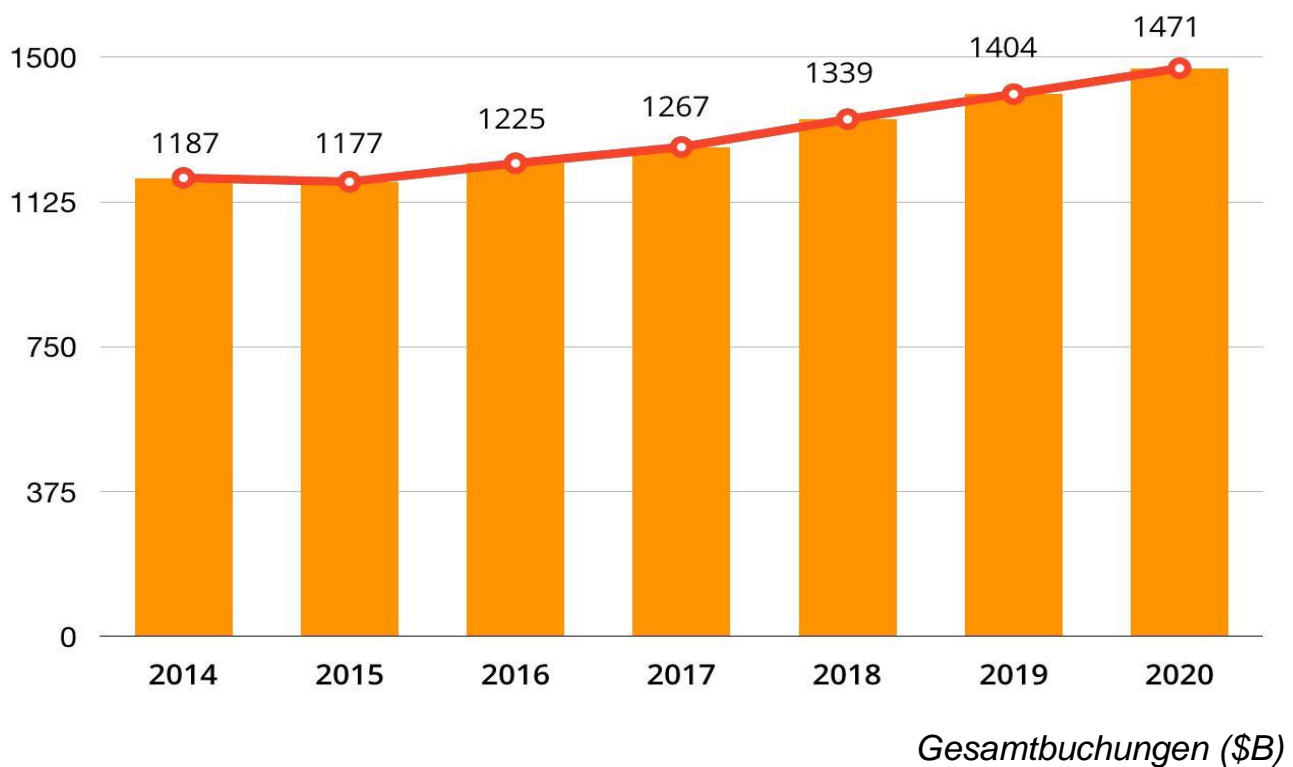
Das können Sie ca. \$50 für Tokens ausgeben und Preisvorteil von mehr als 600\$ erhalten.

Der Zweck der ITO

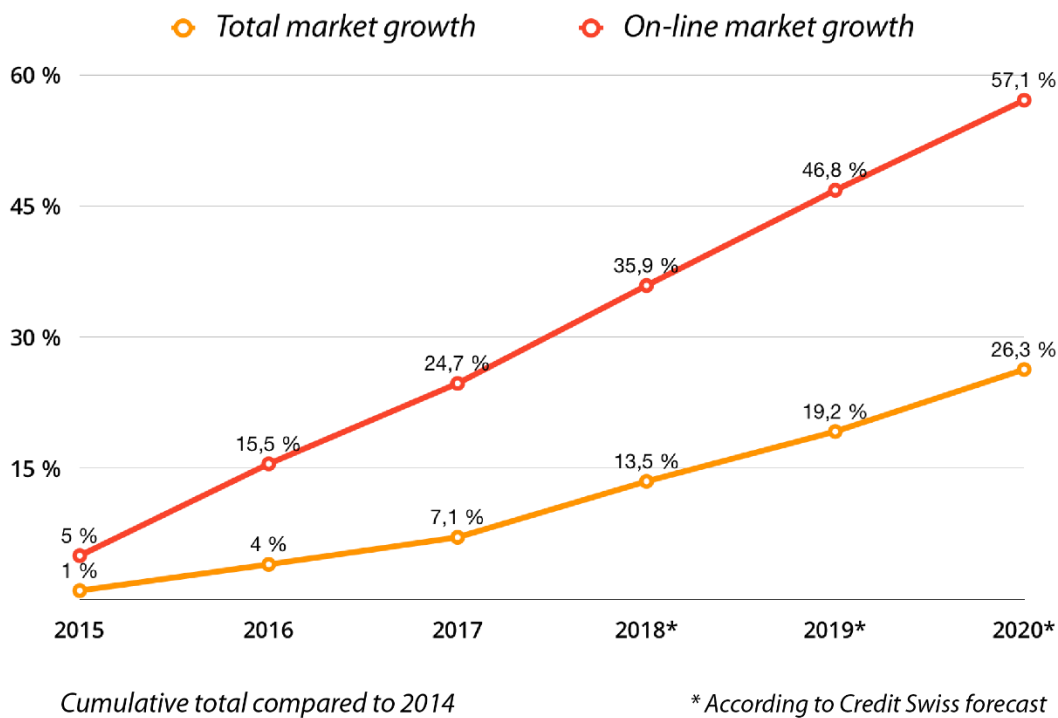
Beschaffung von Mitteln für die Förderung und Entwicklung der bereits angebotenen und gewünschten Dienstleistung, deren MVP schon existiert: www.clearcost.club.

MARKTÜBERSICHT

Das Volumen des Marktes der touristischen Dienstleistungen wird auf \$ 1,3 Billionen geschätzt ¹.



Der Online-Reservierung-Markt hat noch größeres Wachstum ¹.



Im Jahr 2017 erfolgten etwa 6 Milliarden Übernachtungen. Erfolgte etwa 1 Milliarden Übernachtungen bei beiden führenden OTA (Online Travel Agency). Die Kosten für eine Nacht, nach verschiedenen Schätzungen übersteigt 100 USD-Grenze: \$100,1², \$107¹, \$118³.

Zum Beispiel wurde im Jahr 2017 über Priceline Gruppe (jetzt Booking Holdings) Buchungen gemacht²:



673,1 Millionen
Übernachtungen in Hotels

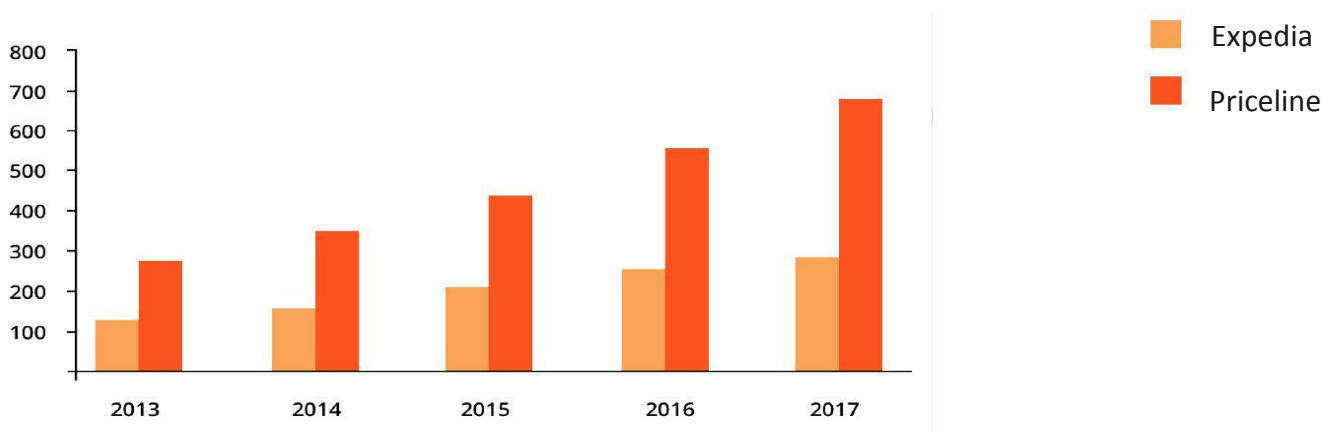
73 Millionen
Mietwagentage

6,9 Millionen
Flüge

für einen Gesamtbetrag von **81,2 Milliarden Dollar** mit Gewinnmarge **12,4 Milliarden**. In diesem Fall fallen laut Forbes 83% des Umsatzes und 97% des Gewinns auf Hotels.

Das heißt: die **Gewinnmarge ergibt ca. 15 %** vom Umsatz, dabei ist der durchschnittliche Preis für eine Übernachtung \$100,1.

Die größten Spieler insgesamt halten nur 17 Prozent des Marktes, was den beträchtlichen Raum für Wachstum den anderen Unternehmen¹ lässt.



Diese Analyse lässt die Relevanz der Projekt einschätzen und mit Blick auf einen attraktiven Markt eine Nische für das Geschäftsmodell finden.

QUELLE DER NIEDRIGEN PREISEN

Auf dem Markt gibt es große Unternehmen, sogenannte Wholesalers. Die bekanntesten von ihnen sind Expedia, GTA, Hotelbeds. Sie bezahlen keine B2B Werbung und betreiben den Verkauf von Dienstleistungen über ein Netzwerk von Agenten. Die Agenten erhalten einen Rabatt, der oft sehr beeindruckend ist, aber tragen eigene Kosten für Kunden anlocken.

Für unsere Clubmitglieder entfallen diese Kosten, deshalb ist unsere geschätzte Gewinnmarge von ca. drei Mal weniger als bei Konkurrenz, daher sparen unsere Kunden erheblich.

ZIELGRUPPE DES PROJEKTS

Unseren Kunden sind sozial und wirtschaftlich aktive Personen zwischen 25 und 55 Jahren mit hohem Durchschnittseinkommen. Dieselbe Gruppe ist auch aktiver Nutzer von Kryptowährung⁵.

So wird das Projekt die vielfältigen Bedürfnisse der Zielgruppe gerecht werden:



Wunsch zu **profitieren**



Die Möglichkeit für **Verwenden der Kryptowährungen**



Wunsch zu **Sparen** auf Reisen

MITGLIEDSCHAFT IN DEN CLUB UND VORTEIL DES TOKENS

Der Erwerb der Club-Mitgliedschaft findet durch die Zahlung der Jahresgebühr auf der Website statt. Jedoch wenn Sie die mit **CCWT bezahlen, ist es viermal so profitabel**, und der Profit wächst.

die Teilnahme am Club-Programm in Form von Blöckchen ermöglicht darüber hinaus bequeme und vertrauliche Austausch und Handel mit Tokens unter den Clubmitgliedern.

Tabelle 1. Kosten für die jährliche Mitgliedschaft in US-Dollar und CCWT Token

Jahr	1	2	3	4	5	6
US-DOLLAR	45	47.5	50	50	50	50
CCWT	12	11	10	9	8	7
Nutzenverhältnis beim Kauf von Token im Oktober 2018	3.8	4.3	5.0	5.6	6.3	7.1
Nutzenverhältnis beim Kauf von Token im Juli 2018	4.4	5.1	5.9	6.5	7.6	8.4

SUBJEKTIVER WERT DES TOKENS

Der subjektive Wert des Tokens ist ein Wert, unterhalb dessen ist es ein Vorteil den zu kaufen.

Nach der amtlichen Statistik der Holdingsbuchungen² die durchschnittliche Kosten für das Übernachten beträgt \$100,1.

Unten finden Sie eine Berechnung für den Touristen, der 15 Nächte pro Jahr übernachtet.

Tabelle 2. Berechnung der subjektiven Wert des Tokens (\$)

Jahr	Die aufwenden Tokens	Vorteile *	Subjektive Wert CCWT Token
1	12	82	6.90
2	11	90	8.20
3	10	98	9.80
4	9	105	11.70
5	8	113	14.10
6	7	120	17.10
Insgesamt	57	607	Durchschnitt: 10.65

Es ist wichtig zu verstehen, dass diese Option gilt **nur für die Einzelfälle und hat nichts mit dem erwarteten Marktpreis des Tokens zu tun**. Das erwartete Nutzen und persönlichen subjektiven Wert jedes Tokens können Sie mit dem Rechner auf unserer Website berechnen

* Der Vorteil gemäß einem mathematischen Modell welchem von ca. 0,5 % jährlich zusammen mit dem Wachstum des Umsatzes des Unternehmens erhöhen wird: Je größer der Käufer, der besseren Zustand bieten Hotels und Großhändler. Diese Werte sind nicht garantiert und können von der Realität abweichen: der Gewinn kann für jeden spezifischen Fall sehr unterschiedlich sein, da er von der Klasse des Hotels, seinen Preis und Rabattpolitik abhängt.

VERKAUF VON TOKEN

- **Gesamtvolumen der Ausgabe von Token:** 5 500 000.
- **Im Verkauf:** 3 500 000 Token, einschließlich Pre-ITO: 1 000 000.
Tokens, die nicht verkauft werden, werden eliminiert.
- **Die Dauer der Pre-ITO:** von 21.05.2018 bis 20.06.2018
- **ITO-Periode:** von 01.07.2018 bis 30.11.2018
- **Das Token verwenden um die Club - Mitgliedschaft zu erhalten:** jederzeit, auch direkt beim Kauf
- **Softcap:** fehlt.
- **Die Gerichtsbarkeit der Token-Ausgabe:** Seychellen.
- **Die Gerichtsbarkeit des ersten Dienstleistungsunternehmens (Online Travel Agency):** Estland. Auf jedem lokalen Markt kann Service durch ein örtliches Unternehmen gewährleistet werden.
- **Nach dem 30.11:** Token kommen für **Verkauf** bei mindestens eine Börse.
- Zahlungen werden akzeptiert in **ETH, BTC** und andere Kryptowährungen.
- Der Käufer der Tokens kann **jederzeit Clubmitglied werden**.
- Das Unternehmen verfügt über einen Fond für Token Verkauf, wenn Marktwert des Tokens zwei Drittel der subjektiven Werte für den durchschnittlichen Kunden übersteigt; und für Marketingzwecken.
- Die Gründer haben kein Recht für Verkauf ihren Tokens, wenn der aktuelle Preis für Token unter **\$2,5 liegt**.
- Das Service-Unternehmen hat das Recht jederzeit den oben genannten Dienst für die Token Besitzer zu beenden. In diesem Fall wird entweder einen Angebot in maximaler Preishöhe um 00:01 Uhr CET derselben Tages unterbreitet, oder den Token Besitzer werden die alternativen Tokens gewährleistet, die die Mitgliedschaft mindestens für die gleiche Zeitspanne garantieren.

TOKENPREISIE WÄHREND DES TOKEN-SALE PERIODE

Tabelle 3. Der Preis von CCWT Tokens in TOKEN-SALE Periode.

	pre-ITO 21.05 20.06	ITO 01.07 31.07	ITO 01.08 31.08	ITO 01.09 30.09	ITO 01.10 30.11
Tokenpreisdiskont	20%	15%	10%	5%	0%
Die Kosten für einen Token in \$	0.8	0.85	0.9	0.95	1
Minimaler Satz von Tokens	2000	57	57	57	57
Mindestpaketpreis \$	1600	48.45	51.3	54.15	57

Rabatte sind für Marketingzwecke möglich. clearcost.io; clearcost.club

BESONDERHEITEN DES TOKEN-VERKAUFS

Sie können die Tokens auf Ihrem persönlichen Kabinett auf der Website ClearCost.io Investor sowie auf Partnerseiten erwerben.

Nach Bezahlung sind die gekauften Tokens für den Käufer reserviert. Er kann ausnutzen Tokens zur jeder Zeit für die Mitgliedschaft im Club ausgeben.

Direkt nach dem Token-Kauf ist das Verfahren KYC (Know Your Customer) nicht verpflichtend. Jedoch ohne diese Prozedere kann **der Käufer >1000 CCWT nicht zum Besitzer seine reservierten Tokens** werden; wenn dieses Verfahren nicht bis 1. December 2018 abgeschlossen wird, das Dienstleistungsunternehmen das Recht den Käufer automatisch Clubmitgliedschaft für einen Zeitraum anhand der in Tabelle 1 angegebenen Werte (für das siebte Jahr und folgende Jahre, Jahresbeitrag je 7 Tokens) zu gewähren.

Aus Gründen der inneren Sicherheit ist das KYC Verfahren für Bürger und Einwohner den folgenden Ländern und Gebiete nicht zugelassen:

USA, Syrien, Iran, Nordkorea, Palmyra-Atoll, Guam, Nördliche Marianen, Puerto Rico, den amerikanischen Jungferninseln, Amerikanisch-Samoa, Wake Island, Midway Atoll, Johnston Atoll, Baker Insel, Howland Island, Jarvis Island, Kingman Reef, Bajo Nuevo Bank, Serranilla Bank, Navassa Insel.

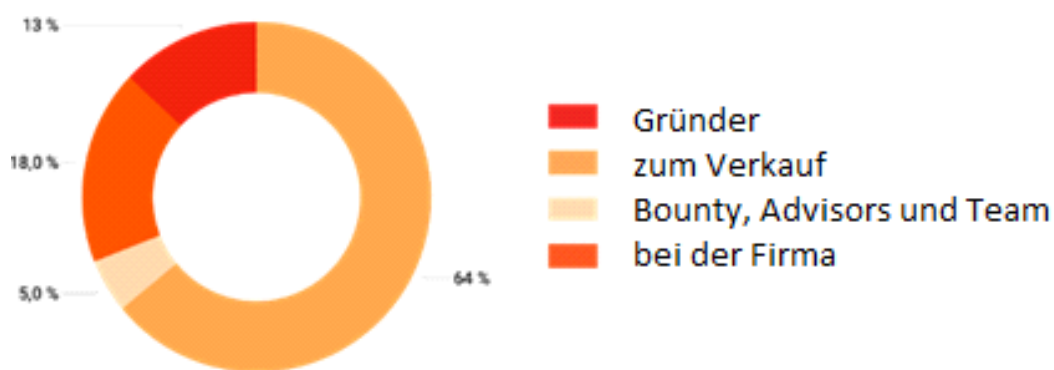
Da in diesem Fall kein Tokens Besitz möglich ist, gibt das Service-Unternehmen den Käufer eine Clubmitgliedschaft automatisch, und zwar gemäß der Tabelle 1. (für das siebte Jahr und folgende Jahre, Jahresbeitrag je 7 Tokens).

DIE KOSTEN EINES TOKENS IN DIE ZUKUNFT

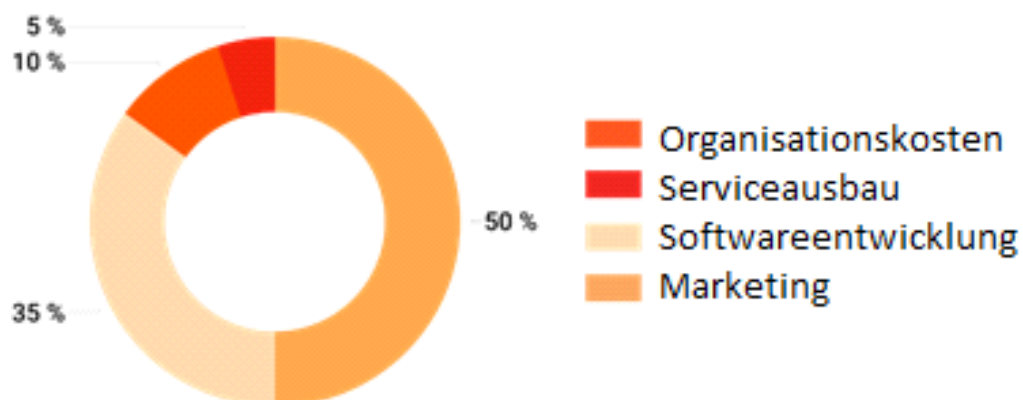
Wir sind keine Investitions- und Börsenunternehmen, um Voraussagen darüber zu machen: der Kurs wird von vielen verschiedenen Faktoren beeinflusst.

Wir sehen in das Token nur eine Möglichkeit die Leistungen zum Selbstkostenpreis zu erhalten und nicht als Instrument der Investition zu nutzen.

VERTEILUNG VON TOKEN



KOSTENVERTEILUNG



ROAD MAP



TEAM

- 1 **Pavel Malyshev**
Verfügt über 20 Jahre Erfahrung im Tourismus und Werbung, Schöpfer von mehr als 30 Internet-Projekte, mehrere Patente; Gründer und Mitinhaber der Ticketagentur ChaBooka.
- 2 **Alexandra Zhukova**
Mehr als 12 Jahre Erfahrung in Marketing und Management, Aufbau von fünf Startups (u.a. in Tourismusbereich). Erfahrung in Projekt Investitionsbewertung und Management des Retail Banking (40 Mitarbeiter).
- 3 **Andrey Inßarow**
Über 9 Jahre Erfahrung in der Telekommunikationsbranche, CEO von führenden internationalen SMS-Dienstanbieter Intis Telecom.
- 4 **Yuri Sosnov (Frontend-Entwickler)**
Elf Jahre im Frontend-Design und Entwicklung, in Zusammenarbeit mit Pavel Malyshev entwickelte mehr als ein Dutzend Websites, einschließlich skytrick.com und handmadebooking.com
- 5 **Alexander Popow (Backend-Entwickler)**
Verfügt über langjährige Erfahrung von Programmierung der High Load Systems. Zurzeit der führenden Entwickler in der Firma ChaBooka.
- 6 **Natalia Shkarlet**
Vertriebsmitarbeiterin, Projekt-Managerin. Dozentin für Marketing. Verfügt über einen Bachelor-Abschluss in Marketing-Management.
- 7 **Daria Bykova**
Spezialistin für strategisches Marketing und Branding. Hat mehr als 5 Jahre Erfahrung in der Entwicklung von Strategien für die Positionierung von Unternehmen von unterschiedlichen HEARTM Technologien.

BERATER UND CONSALTER

- 8 **Anton Berezhnoy**
Berater, Systemarchitekt
- 9 **Alexander Borzov**
Gründer der größten russischen TravelCommunity Travelbelka.ru
- 10 **Aleksey Morozov**
Managing Partner bei DA Fund
- 11 **Maria Lapuk**
Gründerin der PR-Agentur „Vinci“, ehemalige PR Direktorin soziales Netzwerkes "Odnoklassniki".

BEGRIFFE UND DEFINITIONEN

Token CCWT	<p>Virtuelle Discountcard welche bei der ITO-Phase erworben werden kann.</p> <p>Nach der ITO-Phase, können die Token an der Börse gekauft oder verkauft werden.</p> <p>CCWT Token-"Utility"-Service (d. h. keine Anlageinstrument, sondern eine Dienstleistung).</p>
ITO (anfängliche Token Angebote)	Das Verfahren für die Token Ausgabe und deren primären Verteilung.
Subjektive Tokens Wert	<p>Der Preis der Tokens, unterhalb dessen ist es ein Vorteil den zu kaufen; ist von der Reisegeographie und Hotels Klasse abhängig.</p> <p>Je teurer ein Hotel ist, desto in der Regel höher die Einsparung und der subjektive Tokens Wert.</p>
Verteilungsoperator	Das Unternehmen welches das technische Support und Vertrieb von Token ist.
Serviceunternehmen	Das Unternehmen welcher Dienstleistungen zum Selbstkostenpreis darbietet. Es ist nicht im Umsatz von Token beteiligt aber bietet die Club-Mitgliedschaft für diejenigen die ist das Tokens Käufer.
Club-Mitgliedschaft	Die Wechselbeziehung zwischen dem Dienstleister und Clubmitglied. Das Service-Unternehmen Service den Mitgliedern die Dienstleistungen zum Selbstkostenpreis
Selbstkostenpreis	Anbieterpreis + minimale Gebühr zur Deckung der Aufwandskosten (für das erste Service-Unternehmen ist es nicht mehr als 4,85 %. Das Großteil davon ist eine Zahlungskartengebühr).

DATENQUELLEN

1 <https://www.Credit-Suisse.com/Media/Assets/Microsite/docs/Events/2017/private-Internet-Company-Summit/CS-2017-Online-Travel-Primer.PDF>

2 <http://IR.bookingholdings.com/static-files/05e91252-845c-476a-A236-9f3599d54cf3>

3 <http://Hotelier.pro/News/Item/2624-Expedia>

4 <https://www.Forbes.com/Sites/greatspeculations/2013/01/10/Breaking-Down-pricelines-Business-and-Stock-Drivers/#157924426216>

5 <https://Golos.IO/ru--apvot50-50/@Dickinson-Junior/kriptoinvestory-Kto-Oni>