



CORPORATION

## **Abrechnungsmodell der Werbemittel**

(Deal „B“ mit voller Kostenübernahme der Werbemittel)  
// Mit Verteiler- und Schaltungskosten //

### **1. Kosten der Werbemittel**

Die Kosten für die Werbemittel gemäß der Bestellung inkl. Flyerverteilungen und Anzeigenschaltungen werden von der PUSH Corporation vorfinanziert.

### **2. Umsätze der Tester**

Die Beiträge bzw. Gebühren der Test Zeit, auch evtl. zu buchbare Extras und Servicepauschalen, werden durch die Push Corporation als Inkasso-Bevollmächtigter eingezogen.

### **3. Verrechnung Kosten / Umsätze**

Aus den Umsätzen der Tester werden die Kosten der Werbemittel gemäß der Bestellung, welche die Push Corporation vorfinanziert hat, abgegolten.

### **4. Summe der Umsätze > Kosten der Werbemittel**

Sollte die Summe der Umsätze höher sein, als die Kosten der Werbemittel, so wird die positive Differenz (Überschuss) zwischen der Push Corporation und dem Studio zu je 50% aufgeteilt.

#### **Beispiel positive Differenz**

**80 Test Abos a 100 € Umsatz entsprechen einer Summe von 8.000 €.  
Kosten der Werbemittel 6.000 € Brutto.**

Die Umsätze der Test Zeit werden mit den Kosten der Werbemittel verrechnet. Als Provision erhält die Push Corporation aus der positiven Differenz von 8.000 € - 6.000 € = 2.000 € den in der Vereinbarung prozentual festgelegten Anteil von 50% (1.000 €). Der prozentuale Anteil (50%) des Studios (1.000 €) wird gemäß der Vereinbarung von der Push Corporation ausbezahlt.

### **5. Summe der Umsätze < Kosten der Werbemittel**

Sollte die Summe der Umsätze niedriger sein als die Kosten der Werbemittel, so wird die negative Differenz (Unterdeckung) vom Studio übernommen.

## Beispiel negative Differenz

20 Test Abos a 100 € Umsatz entsprechen einer Summe von 2.000 €.

Kosten der Werbemittel 4.000 € Brutto.

Die Umsätze der Test Zeit werden mit den Kosten der Werbemittel verrechnet. Eine Provision an die Push Corporation entfällt. Die negative Differenz von 2.000 € - 4.000 € = - 2.000 € wird gemäß der Vereinbarung vom Studio übernommen. Das Studio erhält hierfür eine Abrechnung über den negativen Anteil (2.000 €), welchen er an die Push Corporation auszugleichen hat.

## Fazit

Je mehr Mitgliedsverträge innerhalb der Aktionszeit abgeschlossen werden, je geringer wird das Risiko für beide Partner, dass die Kosten der Werbemittel nicht vollständig gedeckt werden. Nach Ablauf der Test Zeit verlängert sich das Test Abo automatisch zu den Konditionen des Studios. Diese Beiträge stehen dem Studio (VP 2) komplett zur Verfügung. Das Studio hat wenig Aufwand für die Planung und Finanzierung der Testaktion und trägt nicht das volle Risiko.

Ich habe das Abrechnungsmodell verstanden und bin damit einverstanden.

Push Corporation // Kastanienstr. 19 // 74211 Leingarten  
Fax: 07131 - 8 97 69 24 // Mail: [service@push-corporation.com](mailto:service@push-corporation.com)



CORPORATION