

MONDO COMMUNITY COIN WHITEPAPER

Das vorliegende Whitepaper beschreibt unsere Planung und die nächsten Entwicklungsschritte, die wir mit der Mondo E-Commerce-Plattform in 2020 und 2021 umsetzen werden. Mondo.Shopping¹ ist ein innovatives Projekt das E-Commerce optimiert, indem die Möglichkeiten der Blockchain genutzt werden. Mit einer bestehenden Community von tausenden Mitgliedern stellt www.mondo.shopping die erste Version (Pre Alpha - v.0.3) einer E-Commerce-Plattform bereit, die sowohl Händlern als auch Verbrauchern enorme Vorteile bieten wird.

Mondo.Shopping wird in den nächsten Jahren eine dezentrale Blockchain-basierte Plattform für Groß- und Einzelhändler – und sogar für Endverbraucher entwickeln. Produkte, Dienstleistungen und auch Urlaube können dann direkt, sicher und kostengünstig ge- und verkauft werden². Und zwar ohne Vermittler.

I. EINFÜHRUNG

Mondo E-Commerce-Marktplatz

E-Commerce (Abkürzung von Electronic Commerce. Englisch für elektronischer Handel oder auch Handelsverkehr) bezeichnet den im World Wide Web stattfindenden elektronischen Geschäftsverkehr im Bereich der B2C- und B2B-Geschäfte. Wobei nicht nur der Kauf- und Verkaufsprozess zum Begriff des E-Commerce zählt. Auch etwaige Leistungen wie Kundenservice und Logistik zählen zu der Bezeichnung E-Commerce.

¹ Im Folgenden insbesondere auch Mondo E-Commerce-Marktplatz.

² Quellenangaben siehe im Abschnitt IV. Marktüberblick.



Der weltweite E-Commerce-Markt wird voraussichtlich 2020 4,5 Billionen US-Dollar überschreiten.³ Trotz dieser Marktgröße kämpft die E-Commerce-Branche mit Problemen wie hohen Plattformkosten, Zentralisierung von Geschäftsmodellen, schlechten Anreizmodellen für Marktteilnehmer (B2B, B2C und C2C), sowie unangemessenen Streitbeilegungsmechanismen und nicht transparenten Bewertungssystemen, die Risiken für Manipulationen bergen.

Mondo.Shopping ist ein innovatives Projekt, das E-Commerce optimiert, indem es die Möglichkeiten der Blockchain nutzt, um die oben genannten Probleme zu lösen. Mit einer bestehenden Community tausender Mitglieder wird der Mondo E-Commerce-Marktplatz eine Plattform bereitstellen, die sowohl Händlern als auch Verbrauchern Vorteile bietet. Mondo.Shopping bietet eine dezentrale Blockchain-basierte Plattform, auf der Händler und Kunden zusammengeführt werden.

So können Händler ihre Produkte nahtlos, sicher und kostengünstig auf wettbewerbsintensiven Märkten verkaufen, ohne dass Vermittler hinzugezogen werden müssen.

Mit Mondo.Shopping lösen wir Probleme von Verbrauchern und Händlern, indem wir einen dezentralen Marktplatz bereitstellen, der auf Blockchain-Technologie basiert. Mondo.Shopping wird die Vorteile von Blockchain-Technologie nutzen, um einen nahtlosen Kauf und Verkauf von Waren zu ermöglichen, ohne dass ein Mittelsmann hinzugezogen werden muss.

Der Mondo Marktplatz wird wie ein riesiges Einkaufszentrum funktionieren, in dem Verkäufer aus der ganzen Welt ihre online Shops bereitstellen und ihre Artikel zu minimalen Plattformkosten verkaufen können.

Mission

Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, Tag für Tag weltweit Menschen zu erreichen. Dafür entwickeln wir mit Mondo E-Commerce-Marktplatz eine Plattform, die die Leistungsfähigkeit der Blockchain nutzt.



Unsere Mission ist es, jedem Händler auf der Erde Zugang zum Mondo E-Commerce-Marktplatz zu verschaffen, egal wo er sich befindet, was er verkauft und wie klein oder wie groß sein Volumen ist.

Konkret heißt es, dass wir im ersten Schritt das bestehende Portal mondo.shopping mit einem umfangreichen Tracking der User/Shopbetreiber-Journey aufrüsten und alle für uns erfassbaren Aktivitäten der Kunden und Shopbetreiber revisionssicher, transparent aber anonym auf der Ethereum-Blockchain ablegen. Dazu wird eine Gruppierung und Definition der möglichen Aktivitäten (Bestellung, Bezahlung, Versand, etc.) vorgenommen. Zusammen mit den Metadaten (Zeitpunkt, Art, etc.) wird dann bei jeglichem Auslösen eines Events, ein Hashwert aus diesen Daten gebildet und auf der Ethereum-Blockchain über einen entsprechenden Smart-Contract gespeichert.

Dieser Prozess stellt sicher, dass sowohl der Kunde als auch der Shopbetreiber zu jeder Zeit über das Portal mondo.shopping eine neutrale Darstellung des Ablaufs einsehen kann und Mondo jeder Zeit den Nachweis über das saubere Ablegen der Daten mittels des Hashes auf der Ethereum-Blockchain erbringen kann. Dazu werden zu keinem Zeitpunkt irgendwelche Kunden/Shop-Daten öffentlich auf der Ethereum-Blockchain gespeichert oder kommuniziert.

Mondo behält sich weiter offen, alle Prozesse, die das E-Commerce betreffen, weiter mit solchen Mechanismen auszustatten, um mehr Transparenz und Sicherheit in Online-Shop-Transaktionen zu bringen.

Dieses Tracking bildet den Grundstein für die Lösung vieler wichtiger Probleme der E-Commerce-Welt – siehe dazu Punkt II.

Vision

Über den Mondo E-Commerce-Marktplatz wollen wir den Zugang zum Kauf und Verkauf von Online-Artikeln zu allen Bereichen der Gesellschaft ohne die Einflussnahme von Vermittlern demokratisieren.

Unsere Vision ist es, Online-Käufer und -Verkäufer direkt miteinander zu verbinden, indem wir einen E-Commerce-Marktplatz schaffen, auf dem Verbraucher



Qualitätsprodukte zu kostengünstigen Preisen erhalten, während Einzelhändler einen großen Anteil ihrer Einnahmen erwirtschaften, ohne Kompromisse hinsichtlich Qualität, Sicherheit und Authentizität eingehen zu müssen.

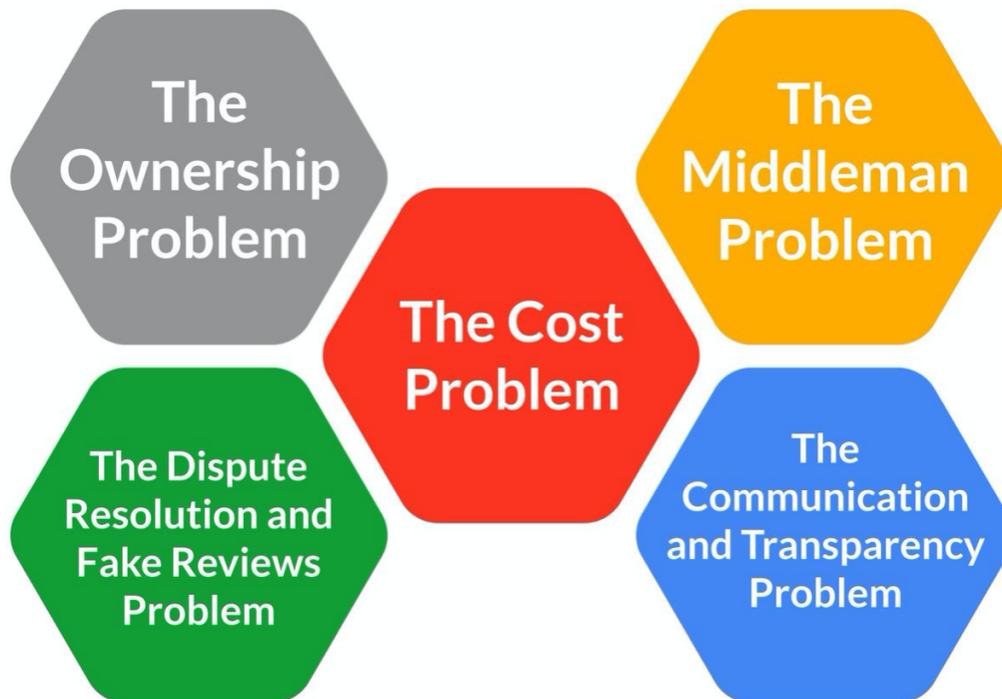
II. PROBLEME DIE MONDO.SHOPPING LÖSEN WIRD

Hintergrund

Der E-Commerce-Sektor hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten als einer der führenden Bereiche für jede Volkswirtschaft etabliert. Beliebte E-Commerce-Plattformen wie Amazon, eBay und Alibaba haben die Art und Weise, wie wir leben und einkaufen, verändert. Bequemes "Home Shopping", also die Möglichkeit Dinge zu bestellen und direkt nach Hause liefern zu lassen und eine Riesenauswahl verfügbarer Produkte, sind nur einige der Vorteile, die E-Commerce-Plattformen Verbrauchern bieten.

Angesichts des Wachstums der Branche (ein globaler Online-Markt, der bis 2020 voraussichtlich über 4,5 Billionen US-Dollar wachsen wird) erfahren jedoch bekannte große E-Commerce Unternehmen und eine große Gruppe anderer Unternehmen, auf die über 50% dieser Marktbewertung entfallen, bereits einige auftretende Probleme im Zusammenhang mit dem elektronischen Geschäftsverkehr.

Mondo.Shopping wird wesentliche Probleme des E-Commerce lösen.



1. COST PROBLEM - Das Kostenproblem

Das Problem für Händler

E-Commerce-Plattformen erheben hohe Gebühren pro Einkauf. Diese Gebühren variieren je nach Plattform, betragen jedoch in der Regel 10% bis 50% des Gesamtverkaufspreises. Die Händlermarge und die E-Commerce-Plattformen-Gebühren wirken sich auf den Endpreis aus, was zu höheren Preisen für die Verbraucher und geringeren Gewinnen für Händler führt. Damit verlieren alle, außer die E-Commerce-Plattform.

Das Problem für Konsumenten

Kunden sind von der Illusion niedriger Preise getäuscht. Die Preise auf E-Commerce-Plattformen können niedrig erscheinen. Dies liegt jedoch nur daran, dass der andere Bezugspunkt, mit dem wir vergleichen können, stationäre Geschäfte sind. Stationäre Geschäfte allerdings, haben enorme Kosten. Die E-Commerce-Welt hat eine Menge versteckter Gebühren auf der Händlerseite, die letztendlich an den



Verbraucher weitergegeben werden. Kein Geschäft, weder online noch physisch, wird ein Produkt verkaufen, ohne einen Gewinn zu erzielen. Wenn wir also die Kosten für Händler senken können, reduzieren wir zwangsläufig auch die Kosten für Verbraucher, die das Produkt kaufen.

Unsere Lösung

Bereitstellung eines kostengünstigen Marktplatzes für Verkäufer und Käufer.

Mondo.Shopping glaubt an ein Geschäftsmodell, das kundenorientiert und nicht auf Plattform-Gewinne ausgerichtet ist. Durch die Nutzung von Blockchain-Technologie werden keine Zwischenhändler mehr benötigt. Die Geschäfte können direkt zwischen dem Einzelhändler und dem Kunden ("Peer-to-Peer") getätigt werden, wodurch die Kosten gesenkt und der Gewinn gesteigert werden. Die Mondo-Plattform berechnet Transaktionsgebühren von 1% bis 10% (variiert je nach Art der Transaktion). Dies wird durch ein dezentrales Geschäftsmodell ermöglicht, indem die Nutzer direkt teilnehmen und einen Beitrag leisten, indem sie das System am Laufen halten.

2. MIDDLE MAN PROBLEM - *Das Mittelsmann- bzw. das Zwischenhändler-Problem*

Mittelsmänner beeinflussen den Marktplatz

Herkömmliche E-Commerce-Plattformen gehören und werden von zentralisierten Unternehmen betrieben, die häufig einen erheblichen Prozentsatz der Einnahmen der Händler in Rechnung stellen. Da Geschäftsmodelle zentralisiert sind, sind sie auch anfällig für Einflussnahmen, Bevor- bzw. Benachteiligung und eine voreingenommene Auflistung der Produkte und Rankings von Händlern.

Unsere Lösung

Dezentralisierung durch Smart Contracts. Mondo.Shopping fungiert als vollständig dezentrale E-Commerce-Plattform, auf der die Benutzer die Kontrolle haben, da die



Infrastruktur in der Blockchain durch Tokenisierung und Dezentralisierung des Geschäftsmodells bereitgestellt wurde.

Auf diese Weise hat innerhalb des Systems niemand ein Machtmonopol. Weder das Gründungsorgan noch das Führungsteam und die letztendliche Kontrolle liegt innerhalb der Gemeinschaft.

Auf diese Weise wird die Rolle des Mittelsmanns beseitigt und ein großer Teil der zuvor von Vermittlern übernommen wurde, bleibt den abwickelnden Parteien erhalten.

Automatisierte Verkäuferrangliste und Produktliste

Um ein transparentes und leistungsbasiertes Verkäuferranking und eine neutrale Produktauflistung zu ermöglichen, wird Mondo.Shopping eine E-Commerce-Plattform bereitstellen, auf der die Konten von maschinellen Ressourcenmanagern gesteuert werden, die für die Überwachung der auf unserem System bereitgestellten Dienste und Aufträge verantwortlich sind.

Damit wird der Mondo E-Commerce Marktplatz durch künstliche Intelligenz und nicht von Menschenhand organisiert, was zu einer sehr verringerten Einflussnahme und damit zu einer maximalen Transparenz führt.

3. TRANSPARENCY PROBLEM

Das Kommunikations- und Transparenzproblem

Kontaktverbote unterbinden direkte Kundenbeziehungen. Die zentralisierten E-Commerce-Plattformen unterbrechen den direkten Kontakt zwischen Verbrauchern und Verkäufern. Eine bekannte E-Commerce-Plattform erlaubt Einzelhändlern zum Beispiel nur eine einzige Folge-E-Mail, in der sie um eine Überprüfung der Kundenzufriedenheit gebeten werden. Dies reduziert drastisch den Umfang des Beziehungsmanagements, das ein Einzelhändler bereitstellen kann.



Darüber hinaus beschäftigt die bekannte E-Commerce-Plattform ein eigenes Kundendienstteam, das mit den Produkten oder Unternehmensrichtlinien der Händler nicht vertraut ist. Dies erhöht die Transaktionskosten zusätzlich, könnte aber leicht vom Händler direkt durchgeführt werden.

Fehlende Transparenz und Willkür durch die E-Commerce-Plattform.

Bei den wichtigsten E-Commerce-Plattformen spielt fehlende Transparenz eine große Rolle: Wenn ein Händler Vorgaben nicht einhält, ist er oft "einfach raus". Es gab viele Fälle von zentralisierten E-Commerce-Plattformen, bei denen der Zugriff eines Händlers auf seine Seite von heute auf morgen gesperrt wurde, ganz ohne Begründung.

Keine Anreize für Bewertungen.

Meistens werden Kunden nicht dafür belohnt, dass sie eingehende Bewertungen oder einen Social-Media-Beitrag zu einem Produkt hinterlassen, da herkömmliche E-Commerce-Plattformen für Kunden keinen Anreiz bieten, Bewertungen abzugeben oder Marken zu unterstützen. Zum Beispiel hat eine bekannte E-Commerce-Plattform kürzlich drastische Änderungen an seinem Bewertungssystem vorgenommen, weil es von Nutzern missbraucht wurde, da die Marken einen Geldbetrag in Rechnung stellten, um Bewertungen für ihre Produkte zu hinterlassen. Warum wurde es überhaupt missbraucht? Weil es für Kunden keinen Anreiz gibt, sich die Zeit zu nehmen, eine Bewertung abzugeben, Fragen zu beantworten oder die Seite / das Produkt mit ihren Freunden zu teilen.

UNSERE LÖSUNGEN

Inklusion, Transparenz und anregende Beteiligung der Gemeinschaft

Der Mondo eCommerce Marketplace glaubt an Inklusion, Transparenz und Community-Anreize für seine Beiträge. Wir ermutigen zu Verhandlungen zwischen Verbrauchern und Verkäufern, um Konflikte oder Streitigkeiten zu vermeiden. So wird



zum Beispiel auf unserer zu entwickelnden E-Commerce-Plattform eine Chat-Option zur Verfügung stehen, sobald eine Bestellung eingegangen ist, mit der der Käufer eine Verbindung zu Händlern herstellen und mit diesen kommunizieren können.

In unserem Bestreben, den Käufern und Verkäufern Transparenz zu bieten, sind alle Transaktionsaktivitäten über eine öffentliche verteilte Blockchain nachvollziehbar, dessen öffentlich zugänglicher Blockchain-Explorer für jedermann einsehbar ist. Wenn ein Verkäufer oder Einzelhändler gegen Mondo.Shopping's Nutzungsbedingungen verstößt, wird ihm ein engagierter Kundendienstmitarbeiter zugewiesen, der sich seinen Fall annimmt. Falls der Verkäufer mit der Entscheidung nicht zufrieden ist, kann er sich für ein Streitbeilegungskomitee entscheiden, das aus Mitgliedern der Community, Großhändlern und dem Mondo.Shopping-Team besteht.

4. DISPUTE RESOLUTION PROBLEM

Die Beilegung von Streitigkeiten und gefälschte Bewertungen

Bewertungen können sehr leicht manipuliert werden.

In traditionellen E-Commerce-Plattformen ist im Falle einer schlechten Kundenerfahrung, der Prozess der Streitbeilegung mit einem Händler hektisch, zeitaufwändig und oft voreingenommen. Ein Verbraucher muss oft lange auf die Antwort des Kundensupports warten, wobei in den meisten Fällen der Antrag des Kunden auf Produktaustausch oder Stornierung sogar abgelehnt wird. Der Ruf eines Online-Unternehmens beruht auf der Legitimität seiner Bewertungen, die leider sehr einfach manipuliert werden können. Darüber hinaus beeinträchtigen gefälschte Bewertungen den Ruf eines guten Unternehmens und fördern gleichzeitig ein betrügerisches Unternehmen.

Unsere Lösung

Smart Contracts zur Streitvermeidung und intelligentes Überprüfungssystem.

Der Mondo E-Commerce-Marketplace wird sich nicht auf herkömmliche



Treuhandgeschäfte verlassen oder eine bestimmte Gruppe von Vertretern für die Beilegung von Streitigkeiten beauftragen, sondern dedizierte Smart Contracts verwenden, in denen einvernehmlich festgelegte Regeln vor der Auftragserteilung festgehalten werden. Sobald die Bestellung geliefert wurde, beurteilen die Künstliche Intelligenz gestützten Smart Contracts, ob einvernehmlich festgelegte Regeln eingehalten wurden oder nicht. Nach erfolgreicher Ausführung eines Auftrags werden Gelder an den jeweiligen Einzelhändler freigegeben.

Sollte jedoch ein manuelles Schiedsverfahren erforderlich sein, können die beteiligten Parteien eine manuelle Streitbeilegung beantragen, die von einem Komitee renommierter Händler und Kunden auf dem Mondo Marketplace durchgeführt wird. In einem solchen Fall würde ein kleiner prozentualer Anteil (ja nach Aufwand zwischen 1% und 10%) des gesamten Transaktionsbetrags abgezogen und den Mitwirkenden, d.h. dem Komitee, gutgeschrieben.

Mondo.Shopping wird ein intelligentes Überprüfungssystem verwenden, das auf Smart Contracts und Künstlicher Intelligenz basiert und die Authentizität der Benutzer, Dienste und Transaktionen auf dem Mondo E-Commerce-Marktplatz ermittelt. Wir werden Blockchain-Technologie einsetzen, um gefälschte Bewertungen einzudämmen und um eine dezentrale Umgebung einzurichten, in der etwaige Fehlverhalten von Unternehmen oder Händlern effizient überwacht werden können. Gleichzeitig wird die Glaubwürdigkeit der Überprüfungen und Bewertungen analysiert.

Auf diese Weise werden nur Einzelhändler beworben, die qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen anbieten, und Vorrang erhalten bei der Auflistung und dem Suchranking. Infolgedessen erhalten die Benutzer qualitativ hochwertige Dienstleistungen.

OWNERSHIP PROBLEM - Das Eigentümerproblem

Jeglicher Content geht in das Eigentum der E-Commerce-Plattformen über. Auf E-Commerce-Produktseiten stößt man häufig auf eine Unmenge hochwertiger Fotos, Produktvideos, Testberichte und anderer Informationen. In der Regel werden diese



aufwändig von den Händlern erstellt, da ohne sie niemand ihre Waren kaufen würde. Das Eigentum an allem auf der Produktseite gehört jedoch der E-Commerce-Plattform, sobald die Inhalte hochgeladen werden.

Darüber hinaus können auf E-Commerce-Plattformen gespeicherte Verkaufsinformationen und Benutzerverhaltensmuster auch für einen ungleichen Wettbewerb für den Verkauf ähnlicher Produkte verwendet werden.

Beispielsweise kann eine bekannte E-Commerce-Plattform willkürlich für seine Produkte werben und sie gegenüber der Konkurrenz priorisieren. Hier zieht der Händler wieder auf voller Linie den Kürzeren.

Unsere Lösung

Der Nutzer bleibt Eigentümer seiner Inhalte. Ebenso der Händler. Im Gegensatz zu zentralisierten E-Commerce-Plattformen, bei denen Benutzerdaten in der Vergangenheit ohne deren Zustimmung zur Monetisierung verwendet wurden und dabei ihre Privatsphäre in Frage gestellt wurde, werden alle Daten auf dem Mondo E-Commerce-Marketplace dezentralisiert und Eigentum jedes Benutzers (Händler oder Kunde).

III. WEITERE VORTEILE

Mondo.Shopping fungiert als ein modernes Online-Einkaufszentrum, das effiziente, Blockchain-basierende Systeme bietet, ohne die Sicherheit zu gefährden, und gleichzeitig Händler und Verbraucher nahtlos miteinander verbindet.

Mondo.Shopping soll zu einer der größten digitalen Shopping Malls der Welt werden. Mit den meisten Shops, den meisten Produkten und Dienstleistungen. Eine moderne „digitale Entertainment Shopping Welt“ mit vielen besonderen Features und Cashback.

Verbesserte betriebliche Effizienz



Mit seinem dezentralen Modell kann der Mondo E-Commerce-Marktplatz den Betrieb rationalisieren und die Effizienz steigern. Es wird Smart Contracts verwenden, um die Vermittler wie Logistik- und Zahlungsabwicklungspartner zu steuern. Die Technologie wird die Integration in verschiedene Managementsysteme erleichtern und den Workflow optimieren.

Große Produktvielfalt

Das Hauptziel auf dem Mondo E-Commerce-Marktplatz ist die Kundenzufriedenheit, Vielfalt an Produkten und Dienstleistungen „ohne Grenzen“.

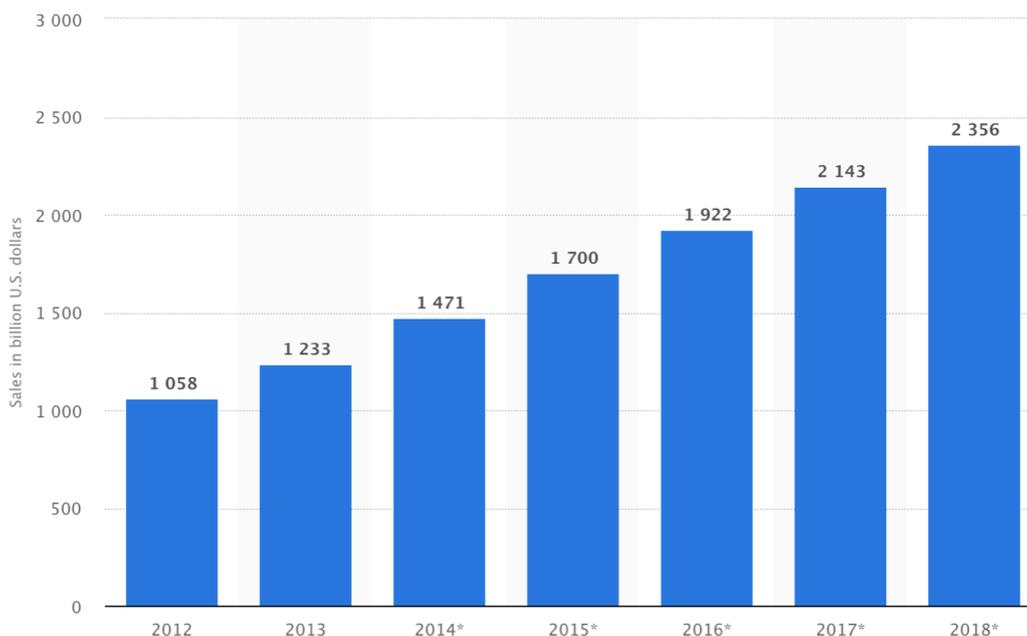
Skalierbarkeit

Die Mondo E-Commerce-Plattform und das Ökosystem der Produkte wird so konzipiert, dass es mit der Zeit skalierbar ist und im Laufe der Zeit eine beliebige Anzahl von Einzelhändlern und Verbrauchern problemlos einbezieht.

IV. MARKTÜBERBLICK

Für Privatkunden auf der ganzen Welt fällt die bekannteste Form des E-Commerce in die Kategorie Business-to-Consumer (B2C), zu der Online-Einzelhandel oder Online-Shopping gehören. Es bezieht sich auf Online-Einkäufe bei stationären Einzelhändlern wie Walmart sowie bei reinen Online-Einzelhandelsunternehmen wie Amazon oder Rakuten.

Im Jahr 2018 kauften geschätzte 1,8 Milliarden Menschen weltweit Waren online ein. Im selben Jahr belief sich der weltweite Umsatz im elektronischen Einzelhandel auf 2,4 Billionen US-Dollar, und Prognosen zeigen ein Wachstum von bis zu 4,8 Billionen US-Dollar bis 2021.



Source: statistica.com

<https://www.statista.com/statistics/251666/number-of-digital-buyers-worldwide/>

Im Jahr 2017 belief sich der weltweite E-Commerce-Einzelhandelsumsatz auf 2,1 Billionen US-Dollar, und die E-Retail-Einnahmen dürften im Jahr 2021 auf 4,88 Billionen US-Dollar steigen. Weltweit beliebteste Online-Aktivität ist Shopping, es variiert jedoch je nach Region. Im Jahr 2016 wurden schätzungsweise 19 Prozent aller Einzelhandelsumsätze in China über das Internet getätigt, in Japan jedoch nur 6,7 Prozent.

Desktop-PCs sind nach wie vor das beliebteste Gerät für Online-Bestellungen, aber mobile Geräte, insbesondere Smartphones, holen auf.

(<https://www.statista.com/statistics/568684/e-commerce-website-visit-and-orders-by-device/>, <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>).

In den letzten Jahren hat das mobile Einkaufen zugenommen, und Kunden nutzen ihre mobilen Geräte zunehmend für verschiedene Online-Einkaufsaktivitäten.

Ab dem vierten Quartal 2018 entfiel auf Desktop-PCs ungefähr der gleiche Anteil an weltweiten Bestellungen im elektronischen Einzelhandel wie auf Smartphones.

Smartphones waren jedoch das Gerät Nummer eins in Bezug auf Besuche von Websites im Einzelhandel. Bei einer Umfrage 2017 gaben 11 Prozent der Online-

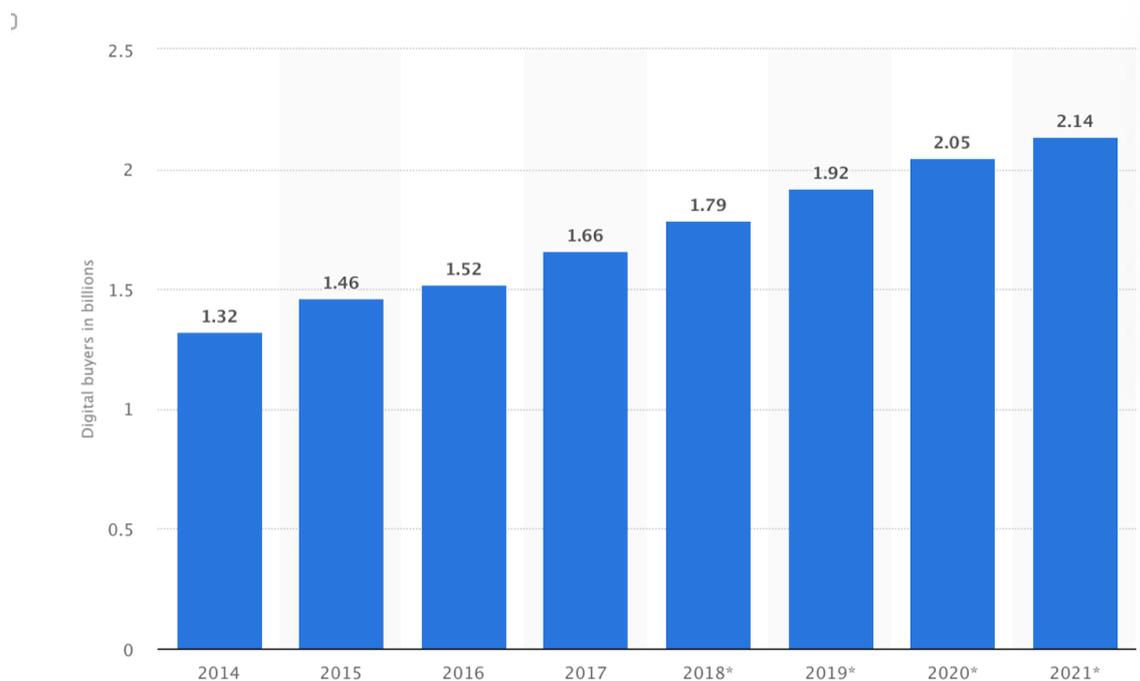


Käufer an, wöchentlich über das Smartphone online einzukaufen (<https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>).

Die durchschnittlichen Online-Einkaufs- und Kaufabsichtsraten unter Online-Käufern variieren ebenfalls stark je nach Produktkategorie - Kleidung, Schuhe und Unterhaltungselektronik waren weltweit die beliebtesten Online-Einkaufskategorien. Die durchschnittlichen Einkaufsausgaben pro Besuch waren - nicht überraschend - in der Luxusbekleidungsbranche am höchsten.

Amazon ist eines der beliebtesten und bekanntesten Beispiele für eine Online-Shopping-Plattform. Die 1995 gegründete Website mit Sitz in Seattle begann als Online-Buchhandlung, erweiterte jedoch bald ihre Produktpalette auf andere Einzelhandelswaren und Unterhaltungselektronik. Das Online-Unternehmen gehört durchweg zu den zehn führenden Einzelhändlern weltweit - online und offline. Online-Händler sind der beliebteste Ausgangspunkt für Erstkäufer, Online-Marktplätze sind jedoch für attraktiver wiederkehrende Käufer.

Anzahl digitaler Käufer weltweit von 2014 bis 2021 (in Milliarden)



Details: Worldwide; eMarketer; 2014 to 2017; 14 years and older

In der vorstehenden Abbildung wird die Anzahl digitaler Käufer weltweit von 2014 bis 2021 dargestellt bzw. prognostiziert. Im Jahr 2021 werden voraussichtlich mehr als 2,14 Milliarden Menschen weltweit Waren und Dienstleistungen online kaufen, im Vergleich zu 1,66 Milliarden globaler digitaler Käufer im Jahr 2016. Der Online-Einkauf von Waren und Dienstleistungen ist für viele Menschen auf der ganzen Welt eine gängige Praxis. Einige entscheiden sich aus Bequemlichkeitsgründen für Online-Einkäufe, andere aufgrund des wettbewerbsfähigen Preises, den einige E-Commerce-Plattformen bieten.

Digitale Käufer können beim Einkauf auch von einer Reihe digitaler Ressourcen beeinflusst werden, z. B. Marken-E-Mails und Produktbewertungen. Abgesehen von den Kaufgründen steigt die Zahl der digitalen Käufer. PayPal ist die bevorzugte Zahlungsmethode unter Online-Käufern weltweit, da mehr als 40 Prozent der Online-Käufer diese Methode wählen.

Die traditionelle Kreditkarte liegt mit einer Nutzungsrate von 31 Prozent an zweiter Stelle, gefolgt von Debitkarten. Die Palette der Geräte mit Internetverbindung, die



Online-Käufern zur Verfügung stehen, ermöglicht den Kauf von Produkten von nahezu jedem Gerät aus.

Im letzten Quartal 2016 hatten Online-Bestellungen, die über ein Tablet getätigt wurden, einen Durchschnittswert von 106,98 US-Dollar, während Bestellungen von PC-Geräten im Durchschnitt 143,35 US-Dollar betragen. In den USA wird erwartet, dass Online-Shopping auch in Zukunft populär bleibt, da das Land einer der führenden Online-Einzelhandelsmärkte ist, die nach Reichweite der Online-Käufer mit Wachstumsprognosen für die nächsten Jahre bewertet werden.

Rund 80 Prozent der Internetnutzer in den USA werden voraussichtlich im Kalenderjahr 2019 mindestens einen Online-Einkauf tätigen. Dies ist ein deutlicher Anstieg gegenüber 2013, als dieser Anteil bei 73 Prozent lag.



Quelle:

<https://www.statista.com/statistics/568684/eCommerce-website-visit-and-orders-by-device/>

<https://www.statista.com/statistics/692846/online-shopping-device-worldwide-frequency/>

<https://www.statista.com/statistics/276846/reach-of-top-online-retail-categories-worldwide/>

V. BUSINESS MODELL

Plattform Einnahmen

Der Mondo E-Commerce-Marktplatz wird laufende Einnahmen aus folgenden Bereichen generieren:

- Transaktionsgebühren von 1% bis 10% (variiert je nach Art der Transaktion)
- Einnahmen aus besonderen Marketing Leistungen wie z.B. Werbeflächen oder Werbeaktionen für Händler und Produkte (variiert je nach Art der Marketingleistung)
- Vermietung der Shops (Schaufenster in der digitalen Shopping Mall)
- Affiliate Provisionen von Shop Partnern, die anstelle der Miete dann Umsatz Provisionen bezahlen

Finanzierung der Plattform-Entwicklung

Durch den Verkauf von Mondo Utility Token. Um die weitere Entwicklung und Vermarktung des Mondo E-Commerce-Marktplatzes zu finanzieren, wird der Mondo Community Coin, ein auf Ethereum (ERC20-Standard) basierender Utility Token aufgelegt. Die Erlöse aus dem Verkauf dieses Tokens werden vollständig zur Entwicklung, Wachstum, Ausbau und Betrieb des Mondo E-Commerce-Marktplatzes genutzt.



Nutzen für die Token Besitzer

Um die Vorteile und den Nutzen für die Allgemeinheit aus der Kombination von eCommerce, Blockchain Technologie und der weiter voranschreitenden Digitalisierung leichter verständlich zu machen, werden wir viele unterschiedliche Lern- Ausbildungs- und Weiterbildungsangebote anbieten. Mehr Nutzen durch Verstehen und Lernen ist dabei die Überschrift.

In der digitalen Mondo.Shopping Mall können die Besucher (Kunden) verschiedene Ebene (Etagen) besuchen:

Mondo Akademie

Hier befinden sich Räume für Meetings, Seminare und Vorträge. Die Token Besitzer können an diesen Veranstaltungen teilnehmen und auch eigene Meeting Räume (digitale Räume ähnlich wie Zoom Calls) gegen Token (Gutscheine) anmieten.

In Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Fachreferenten entsteht auf dieser Ebene ein hochqualitatives Angebot an Lern- und Bildungsveranstaltungen.

Mondo.Games und Mondo.Movie

Auf der Etage *Entertainment Shopping* befindet sich eine *Games Lounge* sowie eine *Movie Lounge*.

Auf der eigenen Mondo.Games Website können viele Computerspiele gespielt und in der Movie Lounge viele Filme geschaut werden. Die Token Besitzer können für einige wenige Token hier nach Herzenslust während ihrer „Shopping Tour“ entspannen,

Mondo Concert Hall

Hier können junge aber auch etablierte Künstler ihre „Künste“ vorführen.

Live Konzerte, Musicals, Tanztheater oder ganz einfache Zauberer oder jegliche Art von kulturellen Unterhaltungsangeboten aufgeführt werden. Token Besitzer können gegen wenige Token an diesen Veranstaltungen teilhaben oder auch selbst auftreten.



Besondere Marketing Leistungen

Auf Mondo.Shopping werden verschiedene prominente Marketing-Maßnahmen und -Platzierungen angeboten, die nur für Mondo Utility Token Besitzer zugänglich sind. Diese Marketing-Maßnahmen und -Platzierungen umfassen folgende Themen und Bereiche:

- Power Seller Status
- Prominente Platzierungen auf der Homepage und auf den Kategorieseiten
- Bevorzugte Suchergebnisse
- Reservierte Suchbegriffe
- Vergünstigte Suchbegriffe
- Editorial-Bereiche
- Special Features (prominente Nennung in Themen-Bereiche)

Vorschlagsrechte

Das Mondo-Team der Mondo Shopping Plattform ist bestrebt, den Tokeninhabern weitere vergleichbare Vorteile im Mondo E-Commerce-Marktplatz zu bieten. Tokeninhaber können dem Mondo Team weitere Produkt- und Plattform-Features vorschlagen. Es besteht allerdings keine Verpflichtung seitens der Mondo-Teams von der Community der Tokeninhaber vorgeschlagene Produkt- und Plattform-Features zu implementieren. Vielmehr sind die Vorschläge nur eine Empfehlung an das Entwicklungsteam der Mondo.Shopping.

Tokenomics

- Standard ERC20 Token



- Token auf Ethereum Public Blockchain
- Token Symbol und Name: MNDCC - Mondo Community Coin
- Total Supply: 180.000.000 MNDCC
- Hardcap: 180.000.000 MNDCC
- Sales Periode: 2021 und 2022
- Listenpreis: 1 Euro
 - Early Bird Rabatte
 - Bonus Periode: Bis 30. Juni 2021
- Europäischer Server-Standort mit höchsten Sicherheitsstandards
- Wallet bei deutschem Service Provider: Tangany GmbH, München.

Mittelverwendung

Alle eingebrachten Mittel werden für die Entwicklung und das Wachstum der Systeme, Anwendungen und Tools von Mondo Community, E-Commerce-Marktplatz und Blockchain verwendet. Es wird geplant, die Mittelverwendung durch einen Treuhänder kontrollieren zu lassen.

40% in Wachstum - Netzwerkwachstum. Community-Wachstum. Verkauf & Marketing.

40% in Technologie - Entwicklung von Technologie, Systemen, Tools und Anwendungen.

20% in Betrieb - Infrastruktur und Recht. Beratung, Gemeinkosten und Sonstiges.



Diese prozentuale Aufteilung der Mittel kann nach jeweiliger Geschäftslage abweichen, wenn Sonderaufwendungen in einzelnen Bereichen sinnvoll für die Entwicklung des gesamten Mondo.Shopping Ecosystems (Projektes) sind.

Road Map

Aktuell befindet sich Mondo.Shopping in der Pre Alpha Version (v.0.3). Die Plattform basiert in ihrer aktuellen Form auf Affiliate-Marketing (Vermittlung vom Kunden über Click auf Banner).

Mondo.Shopping wird sich im Laufe der Entwicklung in 2021 und 2022 zu einem "Tokenised Marketplace" weiterentwickeln und dabei die Probleme lösen, die unter II. beschrieben sind.

Dabei ist geplant folgende Bereiche in 2021 und 2022 umzusetzen:

Q1 2021

- User Management / User Verwaltung
- Kommunikationssysteme (Messaging, Chat, etc.)
- Store Front Verwaltung (Upload von Store Front Inhalten, etc.)

Q2 2021

- Rating System
- Shop Verwaltung (Upload von Produkten, etc.)
- Analytics

Q1-4 2022

- Weitere Blockchain Features:
 - P2P Handel über Smart Contracts
 - Fulfilment tracking
- Logistik Dienstleister Anbindung
- Payment Dienstleister Anbindung



VI. MARKETING

Mondo. Begriffserklärung Latein: Welt.

Urban: Extrem, sehr, groß und genial. Beschreibt alles, was unglaublich groß oder gewaltig ist.

„Dude, you are so Mondo.“ Mondo kann in der englischen Sprache als Adjektiv, Adverb oder Nomen verwendet werden. Wenn es als Adjektiv verwendet wird, drückt es allgemeine Gefühle der Zustimmung aus. Wenn es als Adverb verwendet wird, kann es das Wort "sehr" ersetzen.

Wir bei Mondo.Shopping glauben, dass Marketing und Brand Community Building eine wichtige Rolle für den Erfolg einer Plattform spielen. Wir verfolgen einen facettenreichen Ansatz, der unsere begrenzten Ressourcen maximiert und verschiedene konventionelle und nicht-konventionelle Marketingkanäle nutzt. Einer der wichtigsten Aspekte eines Projekts ist die Vermarktung. Als E-Commerce-Marktplatz sind wir im Vorteil, da unsere Nutzer sowohl Händler als auch Verbraucher sind. Wir verfügen über ein etabliertes Netzwerk von Partnern und planen unser Netzwerk weiter auszubauen.

Einige der Marketingaktivitäten umfassen:

Empfehlungsmarketing

Empfehlungsmarketing ist eine der effektivsten Methoden, da die Aufwendungen direkte Auswirkungen auf jemanden haben können, der ein bestimmtes Produkt empfiehlt oder bewirbt. Wir werden unseren Nutzern Empfehlungskampagnen anbieten und diejenige belohnen, die sich für die gemeinsame Sache engagieren, indem sie unsere Community-Basis vergrößern.



Affiliate-Marketing für unsere bestehende Community

Wir bauen Mondo.Shopping auf einer bestehenden Community mit Tausenden von Mitgliedern auf. Diese Community wird im Laufe der Zeit erheblich wachsen. Mit den gesammelten Erfahrungen und Verbindungen unserer Partner und Teammitglieder werden wir Partnerschaften mit Affiliate-Netzwerken aufbauen, die Leads generieren.

Roadshows

In 2021 beginnen Roadshows mit informativen Veranstaltungen in Deutschland und werden bis zum Ende des Jahres in verschiedenen Städten in Deutschland fortgesetzt.

Crypto Expos

Um unsere Botschaft an potenzielle Nutzer und Mondo Utility Token Käufer zu verbreiten, werden wir an Crypto Expos und Blockchain-Konferenzen teilnehmen.

Strategische Allianzen

Wir werden auch Partnerschaften mit wichtigen Merchandisern eingehen, die für beide Seiten von Vorteil sind und unseren E-Commerce-Marktplatz bewerben.

Pressemitteilungen

Pressemitteilungen sind eine bewährte Methode, um einmalige Botschaften in eine Community zu bringen. Dies wird nicht nur dazu beitragen, dass unsere Community auf den neuesten Stand gebracht wird, sondern auch neue Zielgruppen für die Teilnahme und Akzeptanz unserer Plattform informieren. Wir planen, unsere Pressemitteilungen direkt in unseren sozialen Kanälen, Blogs und führenden Kryptonachrichtenseiten wie ccn.com, cointelegraph und Bloomberg usw. zu veröffentlichen.

Air Drop Marketing



Wir werden Airdrop Campagnen durchführen, um unsere Community zu erweitern und sicherzustellen, dass unsere Botschaft an eine maximale Anzahl von Personen gesendet wird.

VII. NACHWEISE

Team

Unser Team vereint das Beste aus zwei Welten: Engagierte Blockchain-Enthusiasten und renommierte Fachleute mit langjähriger Branchenerfahrung und mit einer Erfolgsbilanz bestehender Projekte.

Wir haben keine Chefetage, kaum Wände und noch weniger Türen. Die Mehrheit der leitenden Angestellten sind erfolgreiche Geschäftsinhaber oder verfügen über praktische Erfahrung in der Leitung verschiedener Unternehmen und Konzerne.