



Schweiz.
ganz natürlich.

Markt Schweiz. Einkaufspool RDK

Dominic Keller
Zürich, 13. Januar 2016



Schweiz.
ganz natürlich.

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

Agenda.

1. Ausgangslage Markt Schweiz
2. Resultate Umfrage Bedarfsanalyse Einkaufspool RDK
3. Strategie Einkaufspool
4. Organisation und Planung
5. Prozesse und Spielregeln
6. Kosten & Timing



Schweiz.
ganz natürlich.

Ausgangslage Markt Schweiz.

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

Aktuelle Ausgangslage.

1. Wir bieten: Koordinations- und Kompetenzzentrum für attraktive Plattformen für Partner (ST zum Mitmachen Beteiligung '15: CHF 780'000).
2. Das Interesse am Markt Schweiz steigt. Neue Regionen und Destinationen sind an ST-Aktivitäten und -Plattformen interessiert.
3. ST verhandelt jetzt schon mit nationalen Medienpartnern Volumenverträge
4. ST ist als nationale Organisation und als Koordinator der Tourismusbranche ein attraktiver Partner für die Medien (Content, Kompetenz)



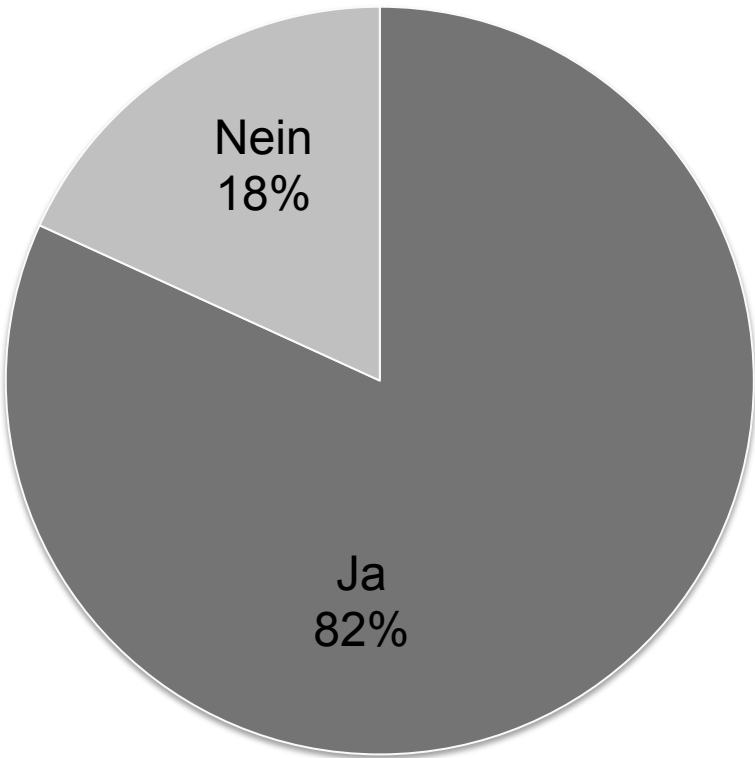
Schweiz.
ganz natürlich.

Resultate Umfrage Bedarfsanalyse Einkaufspool RDK

Interesse am Medien Einkaufspool.

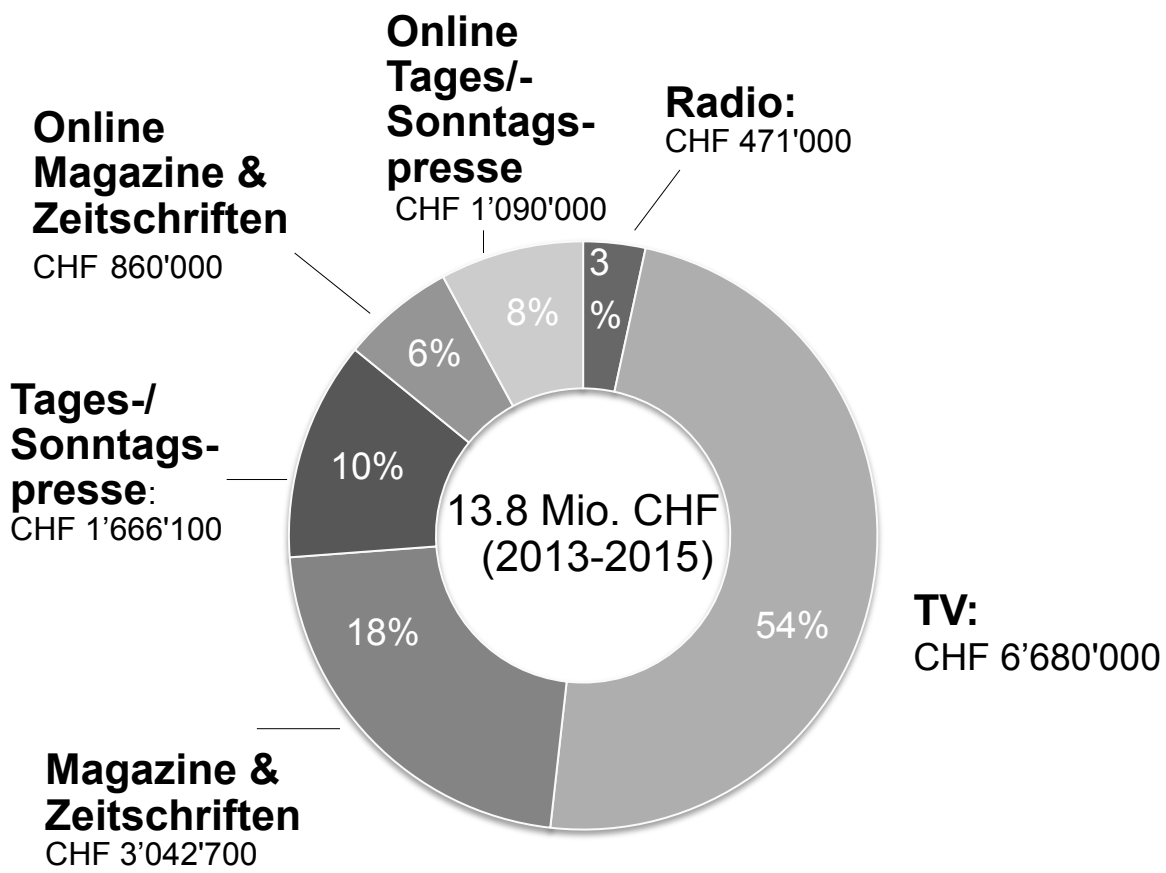
Resultate der Partnerbefragung

Grundsätzliches Interesse



Quelle: Bedarfsanalyse Medien-Einkaufspool Umfrage (n=11 T'Regionen)

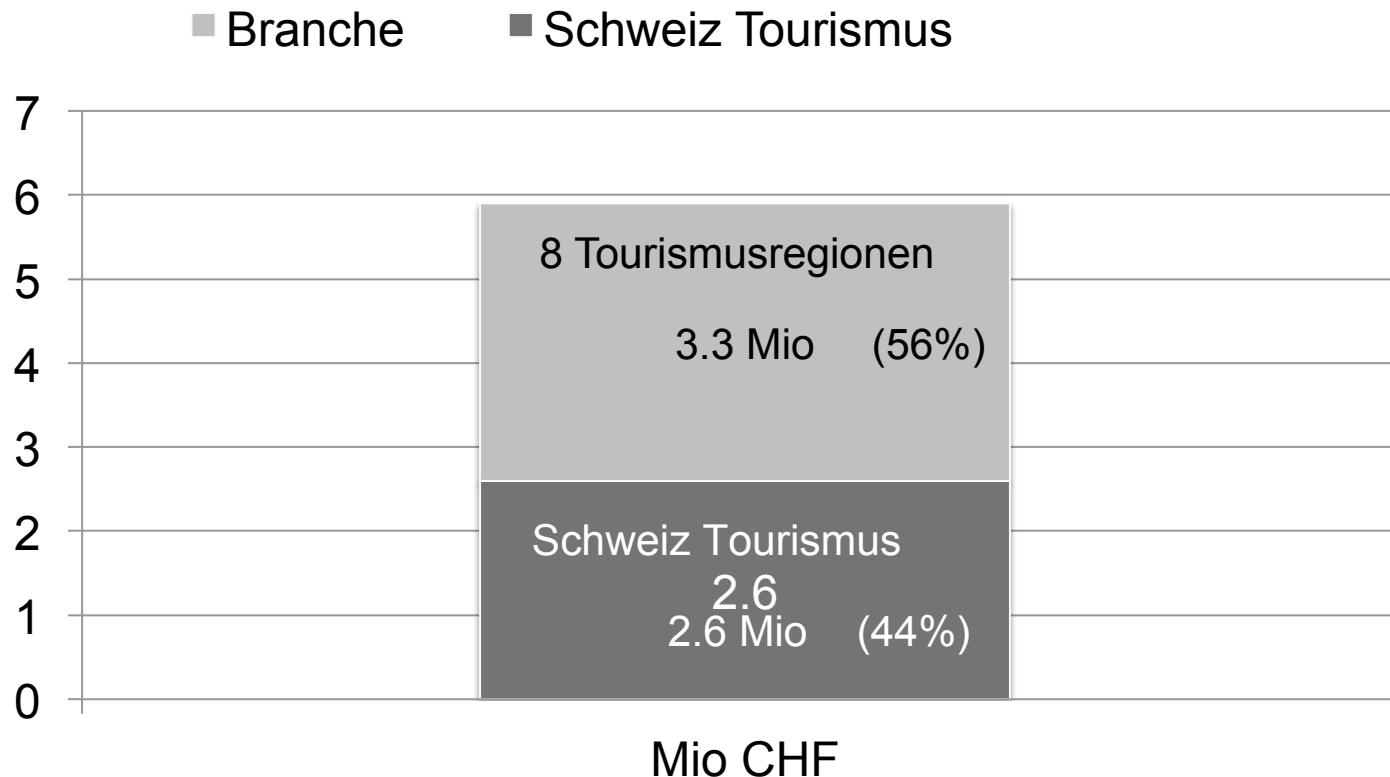
Investment der CH- Partner 2013-2015



Jährliches Media-Buying Budget.

Rund 9 Mio. würden derzeit auf den Einkaufspool entfallen, ohne ST

Rund 5.9 Mio CHF / Jahr, mit ST





Schweiz.
ganz natürlich.

Strategie Einkaufspool.

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

Voraussetzungen.

- Partner beschliessen Medienleistungen gebündelt und um mit Mengenrabatt zu tieferen Preisen einzukaufen.
- Die beteiligten Parteien bleiben aber rechtlich und wirtschaftlich selbständig. Es geht nur um die terminliche, nicht aber inhaltliche Koordination.
- Es können Destinationen / Tourismuspartner direkt am Einkaufspool teilnehmen.
- Um den ganzen Einkaufspool aufstarten und planen zu können, benötigt ST im ersten Jahr ein Commitment für ein Media-Buying-Volumen von mindestens CHF 500'000.

Vorteile.

VORTEILE EINKAUFSKOOPERATION

PREISE ↓	VERFÜGBARKEIT ↑	BESCHAFFUNGSKOSTEN ↓	EINKAUFSKOMPETENZ ↑	QUALITÄT ↑
• Mengendegression • Nachfragemacht	• bevorzugte Behandlung • Erhöhung Verfügbarkeit	• optimierte Prozesse • bessere Koordination im Markt	• bessere Produktkenntnisse • bessere Marktkenntnisse • Benchmarks	• Reisebegehren besser auslösen • grössere Beachtung
Verbesserung der Konditionen			Know-How-Transfer	

Rechtliche Bedenken.

Nach intensiven Gesprächen und Abklärungen sind wir zur Überzeugung gekommen, dass es:

- keine öffentliche Ausschreibung braucht (Beschaffungswesen). Bedingung: Es muss eine saubere gut dokumentierte Aktennotiz vorhanden sein.
- für die Subsidiarität kein Thema ist.
- für die Weiterverrechnung MwSt kein Problem darstellt.

Ziele der Einkaufskooperation.



Schweiz.
ganz natürlich.



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

Ziele.

- monetäre Ziele:
 - Optimierung Preise für touristische Branche bis 25 - 30%
 - Steigerung Bezugsvolumen
 - Gemeinsame Finanzierung eines Mitarbeiters (Pensum 30 - 50%)

- nicht monetäre Ziele:
 - Terminliche Koordination touristischer Auftritt
 - Grössere Tourismuspräsenz im Markt CH
 - eingesparte Mittel können für grössere Präsenz im Markt CH eingesetzt werden
 - Service-Abteilung für die Partner

Organisation.

- 30 - 50% Pensum Manager Einkaufspool im Markt Schweiz
- Manager Einkaufspool ist verantwortlich für das Einholen der besten Angebote und Platzierungen für RDK Regionen
- Verhandelt die besten Preise und Zahlungsbedingungen für Branche aus
- Verantwortlich für Analyse, Koordination und Steigerung des touristischen Auftritts
- Organisation und Führung Einkaufskooperation als nationales Koordinationszentrum
- Pflege und Austausch mit enger Zusammenarbeit mit RDK Regionen und den Mediengruppen

Planung.

- ST stellt allen RDK Regionen frühzeitig den Businessplan Markt CH zu
- Interessierte RDK Mitglieder stellen ST die (bekannten) Medienpläne zu, koordiniert mit den entsprechenden Regionen
- ST erstellt für RDK eine landesweite Markt CH Medienplanung.
 - Zwei Varianten: transparent oder anonymisiert/aggregiert
- Partizipation ist freiwillig. Nur Teilnehmer erhalten Kommunikationsübersicht
- Teilnehmer unterzeichnen den Rahmenvertrag mit ST
- Min. Vertragsvolumen pro Auftrag: CHF 50'000

Prozess.

Business-Anforderung	Bemerkung aus Beschaffungssicht
1. IST-Analyse	Evaluation der aktuellen Planung (ab CHF 50'000).
2. Bündelung	Welche Partner haben welche Bedürfnisse. Interessen werden mit den Zielmedien zusammengefasst.
3. Abstimmung Gesamtplanung	ST koordiniert und erstellt eine Gesamtplanung. Ebenfalls wird eine Kriterienliste für die Verhandlungen erstellt.
4. Verhandlung (Mediengruppen)	Verhandlung mit Mediengruppe (KeyAccount) gemäss Kriterienliste
5. Unterzeichnung Einverständnis	Regionenpartner unterzeichnet Einverständnis (Rechte / Pflichten).
6. Auftrag erteilen	ST erteilt den Auftrag an Mediengruppe oder Medientitel.
7. Qualitätssicherung	Jeder Partner ist für seine Publikation (Inhalt, Layout etc.,) verantwortlich. Die Qualitätskontrolle obliegt dem Partner.
8. Rechnung prüfen	ST prüft / kontiert Rechnung. Verrechnung an Partner.

Finanzierung Manager Einkaufspool.

	2016	2017	2018
Grösstmögliche Partnervolumen in CHF	500'000 - 1'000'000	2'500'000	3'000'000
Pensum Manager Einkaufspool	30%	50%	50%
Finanzierung Manager Einkaufspool auf Umsatz	5%	3%	2.5%
Finanzierung Manager Einkaufspool in CHF	25'000 – 50'000	75'000	75'000

- ST übernimmt die Aufbauarbeit
- ST übernimmt das Risiko bei geringerem Volumen
- ST deckt Finanzierungslücken
- Einkaufspool wird nur bei Erfolg in den Folgejahren 17/18 weitergeführt

Weiteres Vorgehen.

- | | |
|--|-----------------------|
| ▪ Vorstellen RDK | 13.01.2016 |
| ▪ Fragen & Rückmeldung an ST | 29.01.2016 |
| ▪ Ausarbeiten Rahmenvertrag | 19.02.2016 |
| ▪ Verbindliches Commitment an ST | bis Ende Februar 2016 |
| ▪ Vorsondierungsgespräche Partner | Februar / März 2016 |
| ▪ Indiv. Start / Umsetzung Kooperation | Ab Mitte März 2016 |



Schweiz.
ganz natürlich.