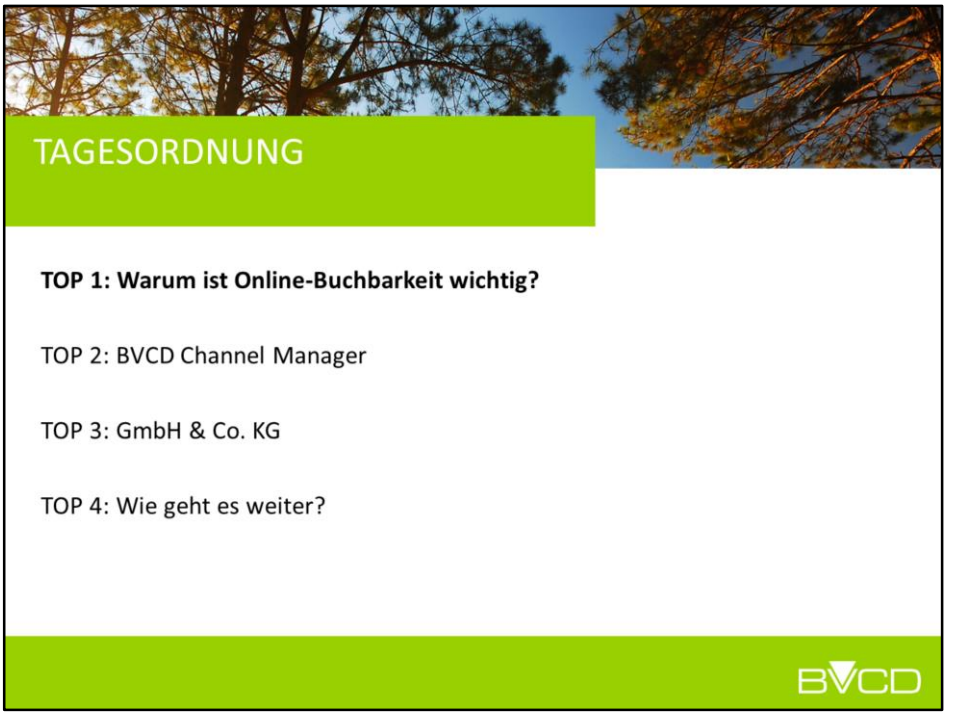
# Channel-Manager

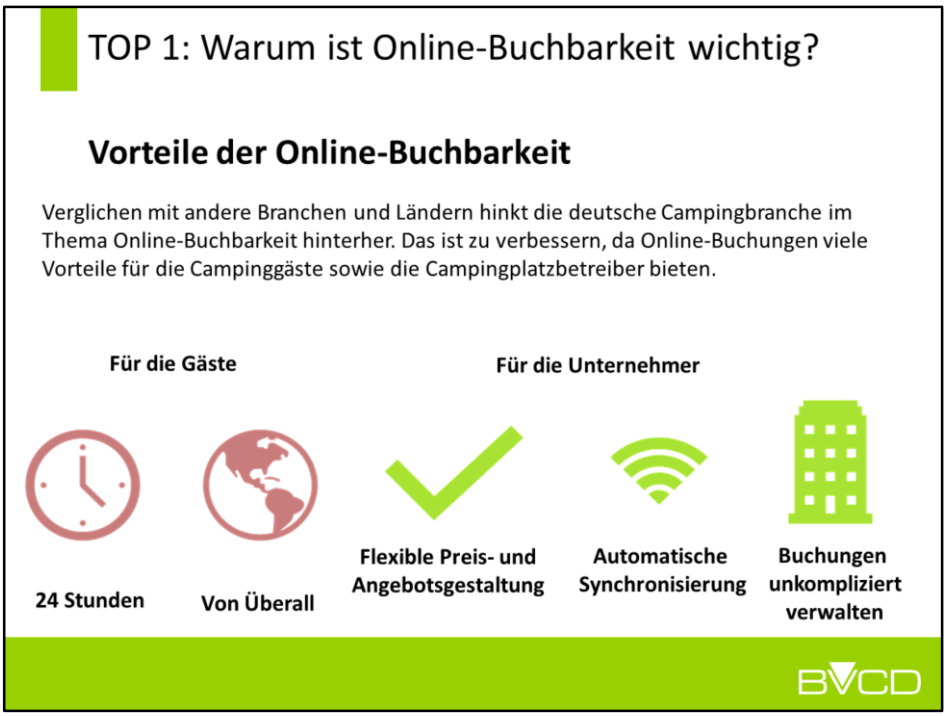
- Was ist das?
- Welche Vorteile bietet es?
- Was ist zur Umsetzung geplant?

BVCD

Einmal eine Abfrage im Publikum, wem ist das Wort überhaupt ein Begriff? Wichtig das hier ehrlich geantwortet wird, damit ich weiß wie tief wir einsteigen müssen.




TOP 1: Basis des Channel-Managers ist die Online-Buchbarkeit
TOP 2: Erklärung des Channel-Managers
TOP 3: Geplante Unternehmensform zur Umsetzung
TOP 4: weitere Schritte

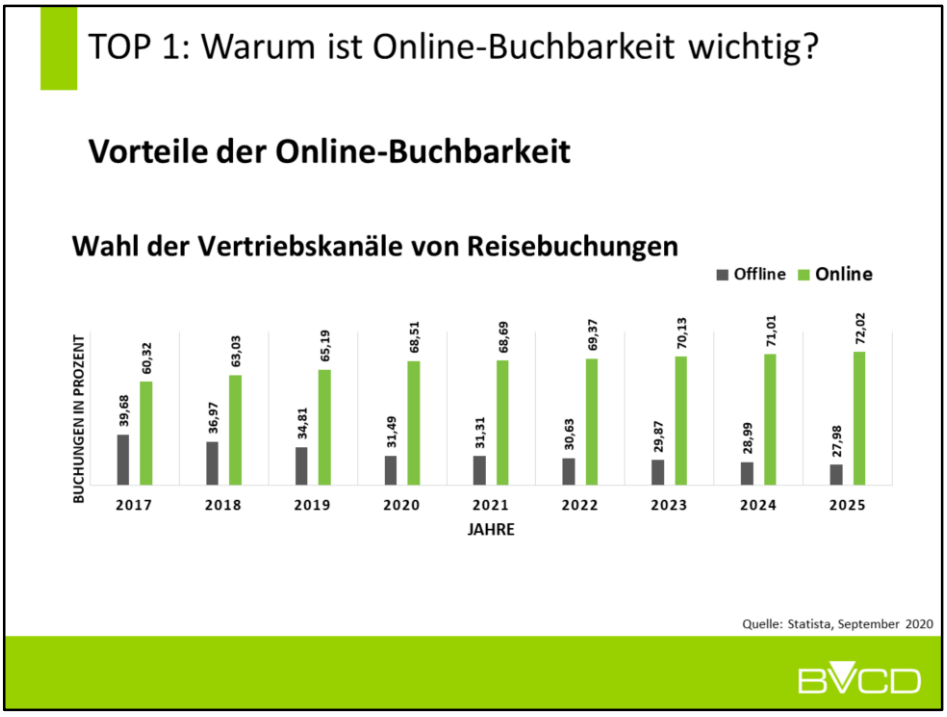



Fangen wir bei der Basis an.
Die Zukunft liegt in der Online-Buchbarkeit. Das haben uns bereits viele Branchen vorgemacht und auch in der Campingszene tut sich in der Hinsicht viel.

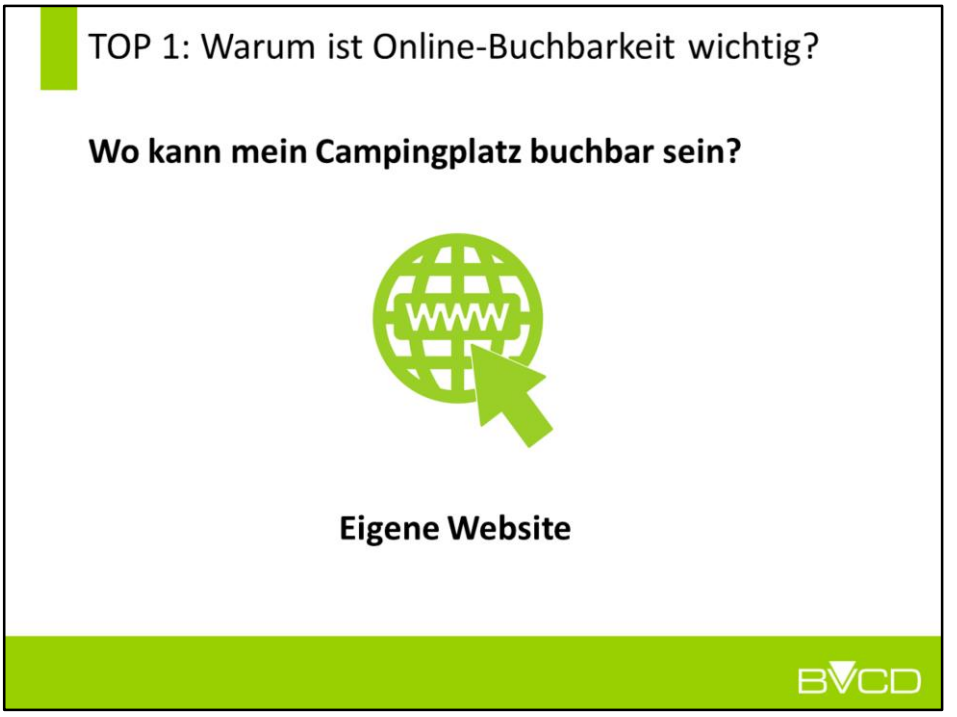
Und wenn wir selber es nicht in die Hand nehmen, dann machen es andere. Immer. Ein Blick in die neusten Veröffentlichungen von PinCamp und Co zeigen: Preis und Auszeichnungen bekommen nur die, die bei PinCamp online buchbar sind. So wird der Markt und der Wettbewerb bestimmt.

Fünf Vorteile sind hier aufgeführt. Die Gäste werden (hat auch Corona gezeigt) spontaner, flexibler und möchten „jetzt sofort wissen, ob sie kommen können“. Anfragen und (ein/zwei Tage) warten sind keine Option mehr.

Aber auch für den Unternehmern bietet es Vorteile: Preis und Angebot sind flexibel, es erfolgt eine Automatische Synchronisierung und Eingabe der Daten (der Gast macht hier die Arbeit) und die Buchungen können unkompliziert verwaltet werden.

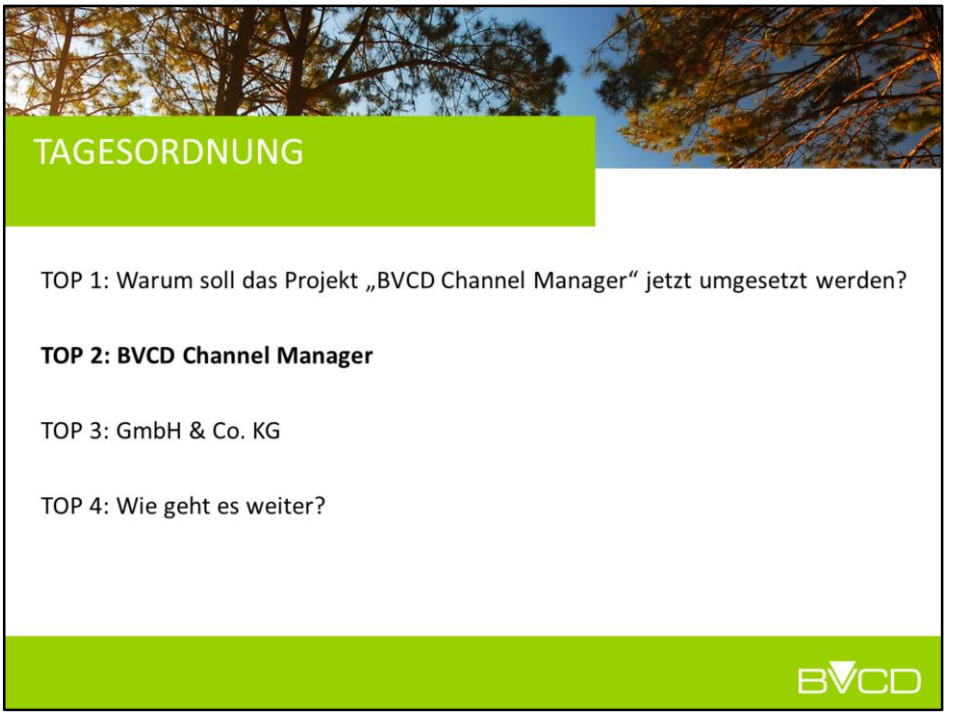



Online-Buchbarkeit nimmt immer weiter zu.
Der Anteil von 60% ist in der Campingbranche noch nicht erreicht. Das heißt hier erwarten wir starke Zuwächse in den kommenden Jahren.

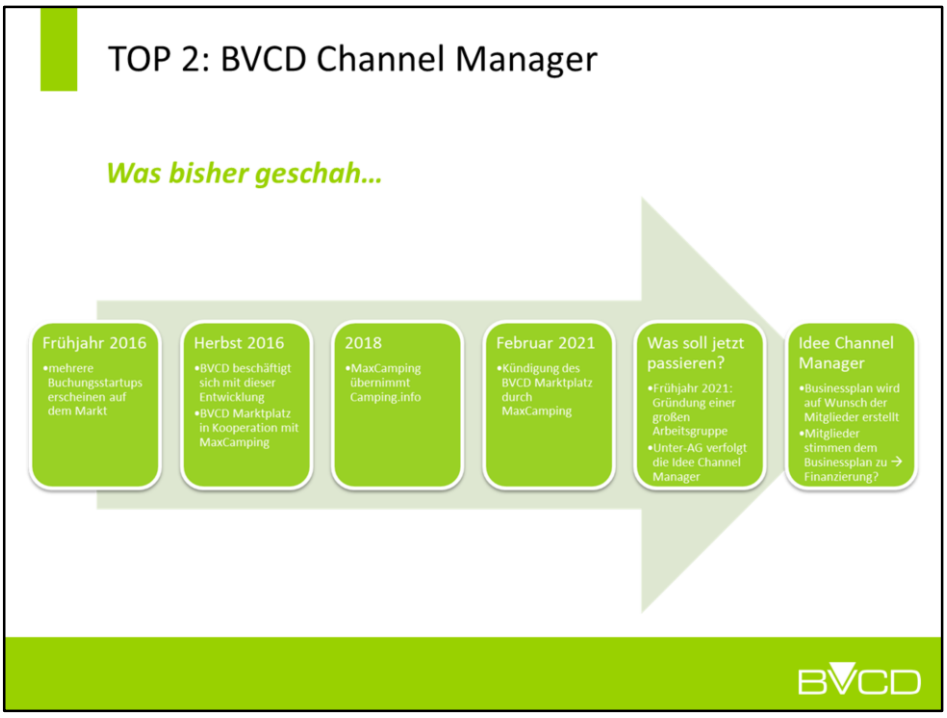



Das A und O ist und soll auch bleiben: die eigene Website
Hier haben wir das Gefühl die meiste Kontrolle zu haben. Der Gast „Kommt zu uns“ und kennt unsere Bedingungen. Wir bestimmen, „wo es lang geht“.

Dennoch haben auch die Buchungsportale ihre Vorteile und ihre Daseins-Berechtigung.
Die Gäste wollen z.B. einfach ins Sauerland. Der Platz ist erst einmal 2.rangig. Somit möchten sie schnell sehen, wo etwas frei ist und sich dann im 2. Schritt mit den Plätzen befassen.
Und mithilfe eines Channel-Managers, können wir die Vorteile der eigenen Website und der Plattformen kombinieren.

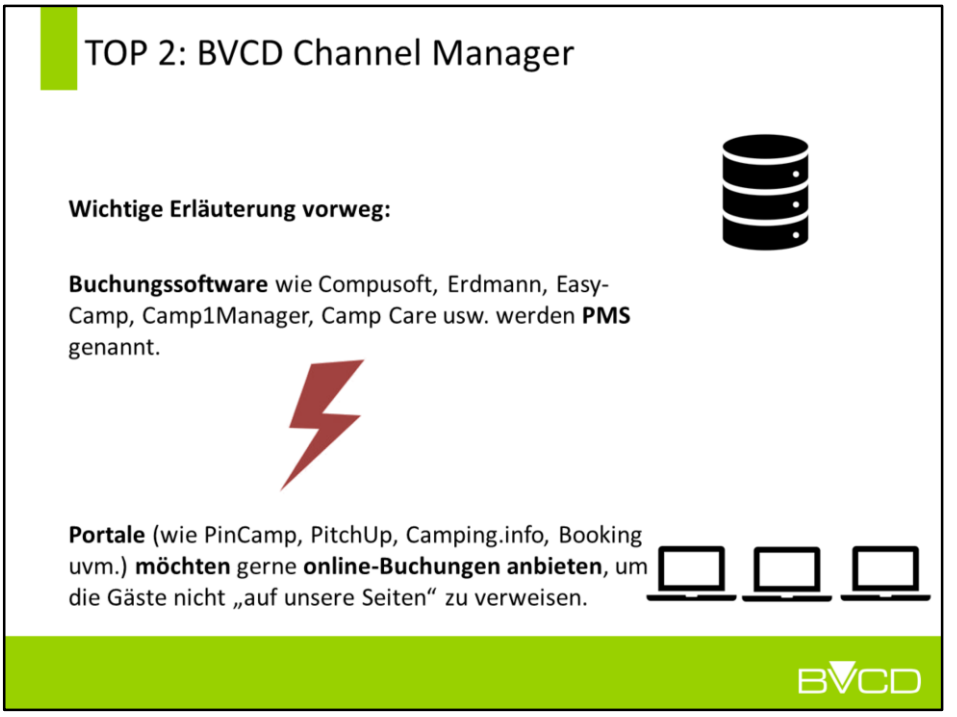



Dazu erkläre ich nun, was der Channel-Manager überhaupt ist.



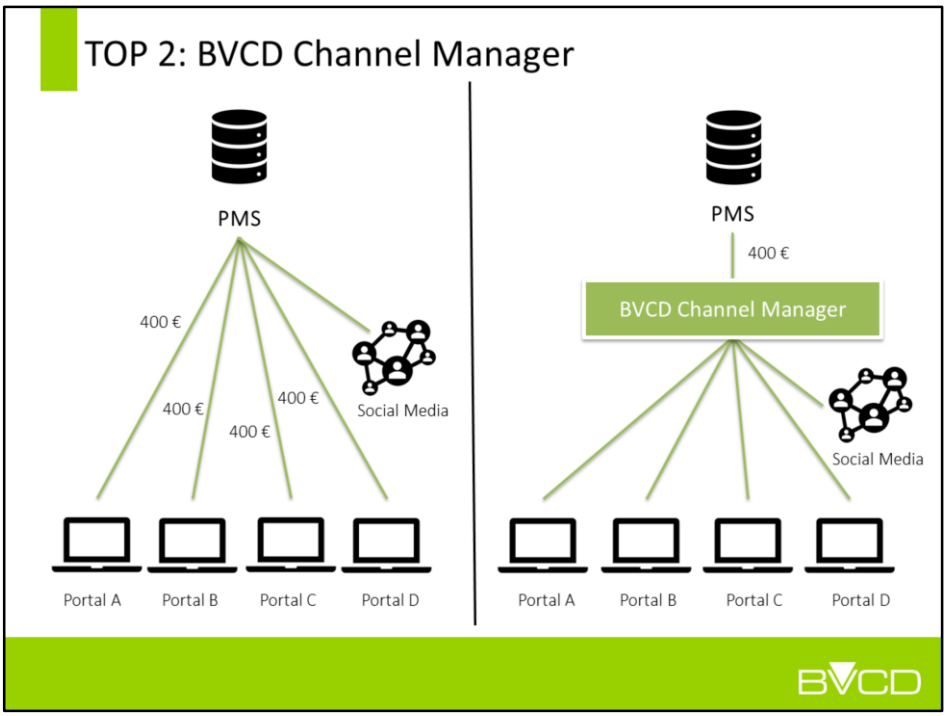

2016: die ersten Start-ups mit integrierter Buchungs-Funktion tauchen am Markt auf
Der BVCD gründet den Marktplatz gemeinsam mit MaxCamping
2018: Maximilian Möhrle (Max Camping) übernimmt camping.info. Der Marktplatz läuft weiter
2021: Camping.info / MaxCamping kündigt die Kooperation mit dem Marktplatz

Seit dem: Arbeitsgruppe trifft sich um zu beraten, wie es weitergehen kann. Die Idee des Channel-Managers steht im Raum und wird mit Businessplan und Informationsveranstaltungen vorangetrieben.



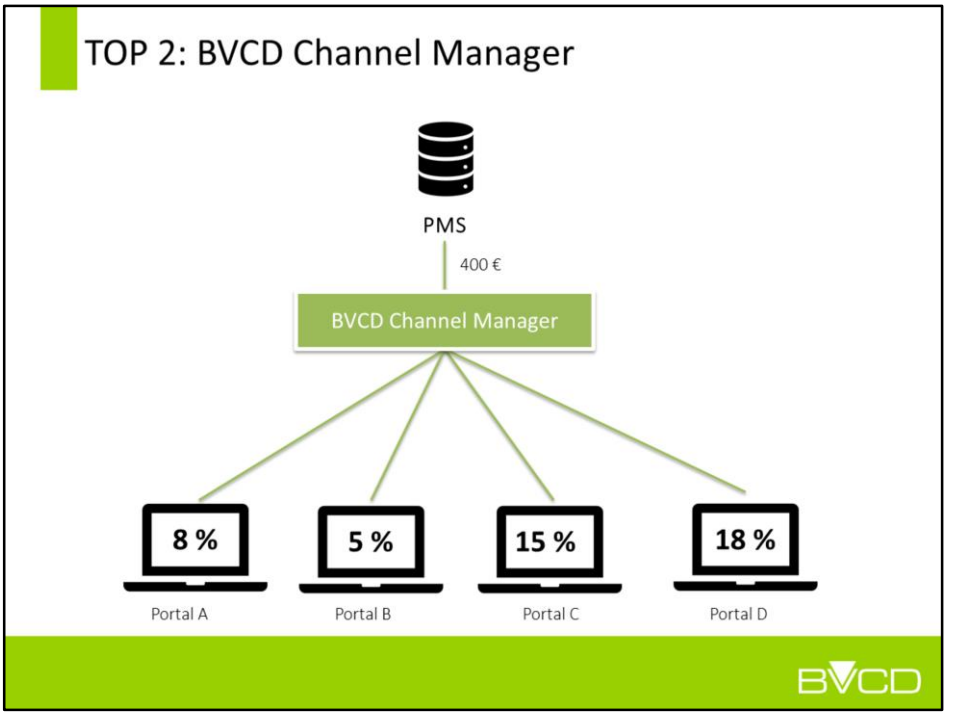

Wir haben auf der einen Seite die Unternehmer, die ein PMS System haben.
PMS = **Property Management System**

Auf der anderen Seite haben wir die Portale, die gerne Buchungen generieren wollen und die auch die Nachfrage der Gäste haben!



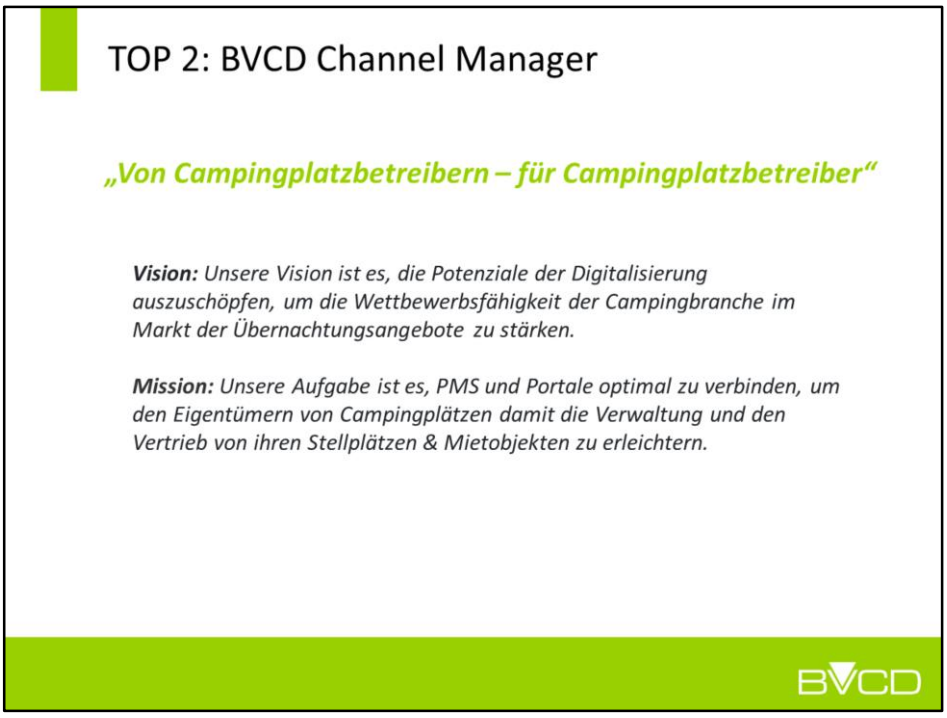

Das schlechteste Beispiel wäre jetzt, wenn jeder Betrieb mit seinem PMS System mit jedem Portal einen einzel-Vertrag abschließen muss, eine Schnittstelle mit seinem PMS Anbieter aushandeln muss (bsp. 400€) und diese muss einzeln eingerichtet und verwaltet werden.

Die Lösung zu diesem Problem bietet der BVCD-Channel-Manager.
Ein dieser „managt“ die einzelnen „Channel, also Kanäle“.
Der Vorteil ist hier schon klar zu erkennen: Kostenersparnis.
Außerdem: der BVCD macht Verträge, an die wir uns als Betriebe einfach dranhängen können. Wir zahlen einmalige Anschluss-Gebühren, da die Schnittstellen ebenfalls „vom BVCD“ gemacht werden. Und der größte Vorteil, wir zahlen nicht die Provisionsgebühr, die jeder „Channel“, also jedes Portal verlangt.




Denn die Provisionssätze der Portale werden auf die Preis aufgeschlagen.
So sichern wir auf der eigenen Website die Best-Preis-Garantie und müssen keine Sorge vor Provisionssteigerungen haben.

Somit ist ein Channel-Manager lediglich die Schnittstelle oder das Bindeglied zwischen den Portalen und den Betrieben.
Durch die Bündelung der betrieblichen Interessen hat der Channel-Manager eine viel größere Verhandlungsmacht und kann andere Konditionen aushandeln. Wir als Betriebe müssen uns dann „lediglich“ anschließen lassen.




Von der Branche für die Branche.
Das ist die Vision. Denn wir müssen es machen, bevor die Macht der Portale größer wird, und uns im Endeffekt keine andere Wahl bleibt, als den Konditionen der Portale zuzustimmen. Denn:

Aktuell läuft es gut in der Branche. Aber wie sieht es aus, wenn der „Corona-Boom“ vorbei ist? Dann sind wir im Zugzwang. Wir müssen jetzt handeln, wo es uns gut geht und kein Portal die absolute Marktmacht hat (wir erinnern uns an das Desaster in der Hotellerie???...)

## Abrechnungs- & Ertragsmodell

| | 1. Jahr | 2. Jahr | 3. Jahr | 4. Jahr | 5. Jahr |
|---|---|---|---|---|---|
| Campingplätze | 100 | 150 | 275 | 500 | 900 |
| Verfügbare Standplätze im System pro Campingplatz | 10 | 15 | 20 | 30 | 30 |
| Verfügbare Standplätze gesamt | 1000 | 2250 | 5500 | 15000 | 27000 |
| Buchungen pro Standplatz | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| Warenkorb Wert Buchung | 200,00 € | 210,00 € | 220,00 € | 230,00 € | 240,00 € |
| Provision | 2,0 % | 2,0 % | 2,0 % | 2,0 % | 2,0 % |
| Gesamtumsatz | 200.000,00 € | 945.000,00 € | 3.630.000,00 € | 13.800.000,00 € | 25.920.000,00 € |
| Provision | 4.000,00 € | 18.900,00 € | 72.600,00 € | 276.000,00 € | 518.400,00 € |

Im ersten Jahr ist das Ziel 100 Campingplätze anzuschließen, die im Schnitt über das ganze Jahr gesehen 10 Plätze zur Verfügung stellen. WICHTIG: hier geht es nicht um bereitgestellte Konditionen. Es geht eher darum, dass min. 10 Plätze „das ganze Jahr über“ frei sind und für Buchungen zur Verfügung stehen. So wäre die gesamte Kapazität 1.000 Standplätze. Wenn jeder Platz nur **eine** Buchung im Wert von 200€ generiert, wäre es ein Umsatz von 200.000€. Pro Buchung soll eine Provision von 2% genommen werden!
Das macht eine Provision von 4.000€ pro Jahr.
Dieses Rechenbeispiel fortgeführt sieht dann in den folge Jahren so aus:

Nach fünf Jahren ist also das Ziel, dass der Channel-Manager rund eine halbe Mio. Euro Provision erzielt.
Natürlich ist das ein Volumen, dass allein in Deutschland nicht zu ermöglichen ist. Ziel ist auch der Anschluss von ausländischen Campingplätzen, um ein größeres Volumen und eine größere Nachfrage zu generieren.
Auch nicht-Mitglieder werden aufgenommen. Jedoch werden hier andere Konditionen angesetzt werden.

## TOP 2: BVCD Channel Manager

### Kosten

| | Kosten pro Jahr |
|---|---|
| Programmierer | 85.000,00 € |
| Projektmanager | 45.000,00 € |
| Marketing Kosten | 10.000,00 € |
| Sonstige Programmierer | 10.000,00 € |
| Sonstige Projektkosten | 10.000,00 € |
| Hardware | 10.000,00 € |
| Reisekosten/Workshops | 10.000,00 € |
| Praktikanten | 10.000,00 € |
| Datensicherheit | 10.000,00 € |
| Summe | 200.000,00 € |

BVCD

Folgende Kosten stehen gegenüber den Einnahmen:

# TOP 2: BVCD Channel Manager

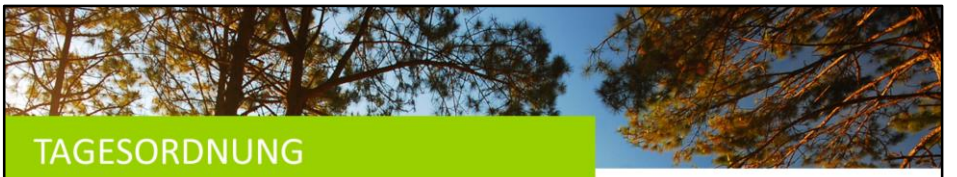
## Finanzbedarf

- Rückflüsse bis zum 4. Jahr: ca. 95.000,- Euro
- Invest des BVCD: 150.000 Euro
- Invest der Service GmbH: 50.000,- Euro

➢ Finanzierungslücke zwischen 305.000,- und 350.000,- Euro

**Wie wollen wir diese Finanzierungslücke schließen?**

BVCD



# TAGESORDNUNG

TOP 1: Warum soll das Projekt „BVCD Channel Manager“ jetzt umgesetzt werden?

TOP 2: BVCD Channel Manager

**TOP 3: GmbH & Co. KG**

TOP 4: Wie geht es weiter?

BVCD

## TOP 3: GmbH & Co KG

### Wer darf Kommanditist werden?

- BVCD e.V. (u.U. andere nationale Campingverbände)
- Die Landesverbände des BVCD e.V.
- Campingplätze bzw. Campingplatzbetreiber
- Branchennahe Unternehmer und Unternehmen

BVCD

Lösung ist eine geplante GmbH und Co.KG.
Kommanditist darf der BVCD und auch andere Campingverbände, die Landesverbände und auch Campingplätze!
Auch Branchennahe Unternehmen dürfen sich beteiligen.

Der BVCD NRW wird sich mit 10.000€ beteiligen.

# TOP 3: GmbH & Co KG

## Finanzielles

| | | Höhe der Einlage |
|---|---|---|
| BVCD Service GmbH | Komplementär | 50.000,- € |
| BVCD e.V. | Kommanditist | 150.000,- € |

- Die Kapitaleinlage eines Kommanditisten muss mindestens 5.000,- € betragen, kann aber auch höher sein. Die Erhöhung ist immer in 5.000,- € - Schritten möglich.
- Anteile können (nach 3 Jahren) wieder veräußert werden. Der BVCD wird ein Vorkaufsrecht besitzen und der Preis wird anhand der Bilanz festgesetzt.

BVCD

# TOP 3: GmbH & Co KG

## Haftung

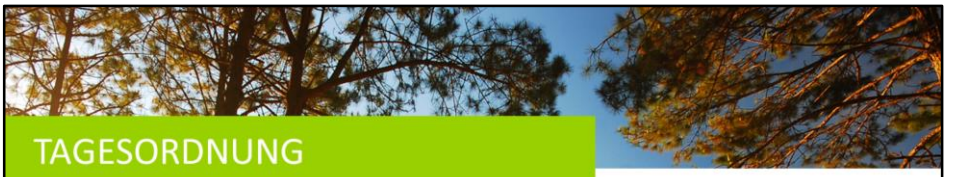
- Der Komplementär unbeschränkt, aber der Komplementär ist eine GmbH
- Alle Kommanditisten haften in Höhe ihrer Einlage.

# TOP 3: GmbH & Co KG

## Gewinnausschüttung

- Über eine Gewinnausschüttung berät die Gesellschafterversammlung.
- Im Fall einer Gewinnausschüttung bekommen die Gesellschafter einen Anteil am Gewinn.

BVCD



# TAGESORDNUNG

TOP 1: Warum soll das Projekt „BVCD Channel Manager“ jetzt umgesetzt werden?

TOP 2: BVCD Channel Manager

TOP 3: GmbH & Co. KG

**TOP 4: Wie geht es weiter?**

BVCD

# TOP 4: Wie geht es weiter?

**Feb./März 2022**
- Erste Finanzierungs-runde
- Gründung Fachbeirat

**April – Sept. 2022**
- Programmierung Version 1
- Testphase
- Anbindung „großer" PMS und Portale

**Ab Oktober 2022**
- Rollout in deutscher und englischer Sprache
- ggf. weiterer Markt

**Q4 2022**
- Programmierung white label Lösung
- Workshops und Akquise

**Q1 2023**
- Buchungslink-generator erstellen
- Anbinden weiterer Portale

**Q2 2023**
- Akquise von Bloggern und Influencern
- Konzeptionierung Version 2

BVCD

# Kontakt

**Ansprechpartner: Christian Günther**
E-Mail: guenther@bvcd.de

Spandauer Burgwall 22a
13581 Berlin
Tel: +49 30 33 77 83 20
Fax: +49 30 33 77 83 21

BVCD

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!
BVCD
BUNDESVERBAND DER CAMPINGWIRTSCHAFT
IN DEUTSCHLAND E.V.
BVCD