



Geschäftsreglement

Gültig ab 1. Januar 2016

Zweck des Geschäftsreglements

Beschrieb der Mitgliederkategorien und -kriterien, Regelung der Rechte und Pflichten der Mitglieder, der Mitgliederbeiträge und der Nutzung der Kundendatenbank.

1. Mitgliederkategorien

Nutzen und Interesse des Angebots für Meeting Planner muss aufgezeigt werden.

1.1. Nationale Organisationen:

Organisationen von nationaler Bedeutung mit starker Marke.

1.2. Regionen:

Die Regionen unterstützen mit ihrer Mitgliedschaft die SCIB Mitglieder-Destinationen ihrer Region und/oder vertreten kleinere Destinationen, welche die Kriterien für eine Mitgliedschaft als Destination nicht erfüllen.

1.3. Destinationen:

Destinationen welche untenstehende Mindestanforderungen erfüllen. Diese Destinationen, können nicht durch Regionen vertreten werden.

Bern – Bernese Oberland

Eastern Switzerland

Lake Geneva Region

Lucerne –
Lake Lucerne Region

Ticino

Valais

Arosa

Basel

Bern

Davos Klosters

Engadin St.Moritz

Flims Laax Falera

Geneva

Gstaad

Interlaken

Lausanne

Lucerne

Lugano

Montreux Riviera

St.Gallen – Lake Constance

Zürich

Europcar

Kuoni Destination
Management

Ovation Switzerland

Swiss Convention Centres

Swiss International Air Lines

Swiss Travel System –
Switzerland Travel Center



	Bis 250 Personen	Bis 500 Personen	Mehr als 500 Personen
Hardware:			
Professionelles Plenum mit Seminarbestuhlung	ja, min. 250 pax	ja, min. 500 pax	ja, mehr als 500 pax
Kongresshaus mit üblichen Einrichtungen (Empfang, Foyer, Sekretariat)		ja	ja
Zusätzliche Ausstellungsfläche	ja	ja	ja
Verdunkelung, Projektionsfläche, Beamer, Audio- und Lichtanlage	ja	ja	ja
Be-/Entlüftung, Klimaanlage	Lüftung	Klima	Klima
Grossprojektion		ja	ja
Simultanübersetzung auf Wunsch	ja	ja	ja
Gruppenräume	5x50 oder 10x25	5x100 oder 10x50	2x500 oder 4x250
Pausenverpflegung vor Ort	ja	ja	ja
Separate Banketträume in 5 Min. Fussgängerdistanz (witterungsgeschützt)	min. 250	min. 500	mehr als 500
Hotelzimmer in 3 - 5 Sternkategorie	min. 300	min. 700	mehr als 700
Software:			
Erste Antwort auf Anfrage innerhalb von 24 Stunden	ja	ja	ja
Komplettofferten via Tourismus Organisation oder Convention Bureau	ja	ja	ja
Full-Service Organisation (Transfers, Rahmenprogramme, zentrale Rechnungsstellung, etc.) oder Vermittlung an kompetente Agentur aus der Region/Schweiz.	ja	ja	ja
Marktgerechte Angebote und Promotionsmaterial (Broschüren, Web)	ja	ja	ja
Diverses:			
Mitglied Schweiz Tourismus	ja	ja	ja
Teilnahme an SCIB Schulungsanlässen	ja	ja	ja
Image/Marke: Auf den Prioritätsmärkten bekannt	ja	ja	ja

1.4. Partner:

Prinzipiell alle an der Produktegruppe MEETINGS (Meetings. Incentives. Conventions. Events.) interessierten Betriebe und Organisationen. Destinationen/Regionen geben ihr grundsätzliches Einverständnis in schriftlicher Form für jede separate Mitgliedschaft/Kandidatur eines lokalen Leistungsträgers. Kandidaten müssen Mitglied in den entsprechenden Destinationen/Regionen und von Schweiz Tourismus sein.

Bei Hotelketten muss der Hauptsitz sowie jedes einzelne Hotel in den entsprechenden Destinationen/Regionen Mitglied sein. Hotelketten müssen eine Verkaufsorganisation in der Schweiz haben, die ausschliesslich und exklusiv nur die Hotels in der Schweiz verkaufen und keine Leads ins Ausland weitergeben.

75% und mehr der Infrastruktur von Kandidaten muss in SCIB Destinationen/Regionen sein. Die jeweilige Destination/Region und SCIB erhalten eine Kopie von allen Offerten, die auf Grund eines SCIB Leads entstanden sind. Die Qualitätsansprüche an Leistungsträger sind identisch mit denen der Destinationen.



2. Rechte der Mitglieder und Mitgliederbeiträge

2.1. Basismarketing

Beitrag: CHF 18'000 jährlich pro Mitglied

Leistungen/Rechte:

- Eintrag in die gedruckten Werbemittel wie Meeting Planning Guide, Newsletter
- Eintrag in die elektronischen Werbemittel auf MySwitzerland.com/meetings, Venue Finder
- Integration in länderübergreifende Aktivitäten, Bilddatenbank, Basismedienarbeit
- Erschliessung neuer Märkte

Zusätzlich zum Basismarketing muss mindestens ein Leistungspaket (Europa oder Nordamerika) gewählt werden.

2.2. Leitungspaket Europa

Beitrag: CHF 10'000 jährlich pro Mitglied

Leistungen/Rechte:

- Aktive Vertretung bei den Aktivitäten durch spezialisierte MitarbeiterInnen in den jeweiligen europäischen Märkten (Deutschland, Grossbritannien und Irland, Frankreich, Belgien, Niederlande, Nordische Länder, Russland) und Zugriff auf ihr Wissen und ihre Expertise
- Nutzung der Adressen und Kundenprofile der Datenbank gemäss „Code of Conduct“
- Integration in die Medienarbeit und Studienreisen
- Anfragen für Offerten aus europäischen Märkten
- Persönliche Teilnahmemöglichkeit an den verschiedenen kostenpflichtigen Zusatzmarketingaktivitäten (Networking Events, Workshops, Messen, Side Events, etc.)

2.3. Leitungspaket Nordamerika

Beitrag: CHF 10'000 jährlich pro Mitglied

Leistungen/Rechte:

- Aktive Vertretung bei den Aktivitäten durch spezialisierte MitarbeiterInnen in Nordamerika und Zugriff auf ihr Wissen und ihre Expertise
- Nutzung der Adressen und Kundenprofile der Datenbank gemäss „Code of Conduct“
- Integration in die Medienarbeit und Studienreisen
- Anfragen für Offerten aus Nordamerika
- Persönliche Teilnahmemöglichkeit an den verschiedenen kostenpflichtigen Zusatzmarketingaktivitäten (Networking Events, Workshops, Messen, Side Events, etc.)



2.4. Leitungspaket Association Research

Beitrag: CHF 10'000 jährlich pro Mitglied

Leistungen/Rechte:

- Research und Qualifikation von Leads nach Kriterien und Potential der einzelnen Partner
- Abklärung der Chancen für die Schweiz und Identifikation der Entscheidungsträger
- Identifikation von Leads, welche keinen lokalen Host benötigen
- Beschaffung der RFP Dokumente und Absprache der Nachbearbeitung mit den einzelnen Partnern
- Ergänzung der Eckdaten, Beschaffung und Evaluation des RFP Dokuments und relevanter Dokumente
- Identifikation der verschiedenen Entscheidungsträger
- Weiterleitung der erarbeiteten Dokumente und Unterlagen (Grundlagen für ein Kandidaturdossier) an die entsprechenden Partner für eine Kontaktaufnahme und die Zusammenstellung einer Kandidatur
- Reporting

2.5. Weitere Aktionsbeiträge

In den Mitgliederbeiträgen nicht enthalten sind die Kosten für die persönliche Teilnahme an Aktivitäten in den Märkten und in der Schweiz gemäss Marketingkonzept (Messen, Workshops, Events, Sachleistungen (Wettbewerbspreise, Site Inspections, Studienreisen, weitere nach Aktionsplan)

2.6. Einmaliger Beitrag bei Neueintritt

Bei einem Neueintritt wird eine einmalige Gebühr von CHF 15'000 erhoben.



3. Pflichten der Mitglieder

- Ziele und Interessen von SCIB werden aktiv und loyal vertreten.
- Spitzenleistungen werden beim Verkauf und der Abwicklung von Anlässen geboten.
- Qualitäts- und Servicestandards werden wie publiziert garantiert.
- Die Schweiz wird zuerst verkauft, dann die Destinationen, bzw. Regionen, dann die Leistungsträger.
- Konkurrenz zwischen den Mitgliedern entsteht erst ab Entscheidung des Veranstalters für die Schweiz.
- Faire Konkurrenz ist für alle Mitglieder Verpflichtung.
- Partnerschaften mit anderen Mitgliedern zur Erhöhung der Wirksamkeit des gesamten Marketing werden unterstützt.
- Stammkunden, d.h. einmal gewonnene Veranstalter werden gepflegt
- Weiterbildung der Mitarbeiter(innen) von SCIB-Mitgliedern wird laufend gewährt und die Teilnahme an SCIB-Schulungsangeboten wird unterstützt.
- Jedes Mitglied ist bereit, die Kosten für durch SCIB eingeladene Preisgewinner in angemessenem Rahmen und nach vorheriger Absprache zu übernehmen.
- Bei von SCIB initialisierten Studienreisen übernimmt jedes besuchte Mitglied die in angemessenem Rahmen anfallenden Kosten.
- Statistik/Reporting: Damit die Schweiz ihre gute Position in den internationalen Statistiken halten und wichtige Daten über das Meetingland Schweiz aufbereiten kann, melden alle Mitglieder und deren Leistungsträger jährlich ihre durchgeführten Anlässe der Geschäftsstelle.
- Alle Mitglieder integrieren das Logo "Switzerland Convention & Incentive Bureau" in ihren kommunikativen Massnahmen mit den SCIB-Zielgruppe.

4. Datenbank und Benutzung der Kundendaten (Code of Conduct)

4.1. Datenschutz

Die Daten werden nur den Partnern von SCIB zur Verfügung gestellt. Für die Weiterverwendung von E-Mail Adressen gelten jeweils die gesetzlichen Gegebenheiten der einzelnen Märkte.

4.2. Datenzugang

Die Datenbank wird in den entsprechenden Märkten verwaltet. Partner haben Zugang zur Datenbank, sofern die Nutzung abgesprochen wird. Die Partner haben kein Recht, die Daten für Marketingaktivitäten mit Dritten zu nutzen, die Daten zu verkaufen oder die Daten, auch nicht vorübergehend, an Dritte zu transferieren. Alle Partner erhalten eine jährliche Planung. Zwei Wochen vor und zwei Wochen nach einer geplanten SCIB-Aktion (Aussand Newsletter, Workshop, etc.) kann die SCIB-Datenbank in der jeweiligen Gegend für Aktivitäten durch Partner nicht benutzt werden.



4.3. Inhalt

Informationen die bei Marketingaktionen vermittelt werden, müssen für die Zielgruppe (Organisatoren von Kongresse, Tagungen, Incentives, Events) von Interesse sein. Das „SCIB-Branding“ muss immer erscheinen.

4.4. Information an SCIB/ST-Vertreter

SCIB muss über eigene geplante Marketingaktivitäten der Partner, deren Inhalt und deren Resultate rechtzeitig informiert werden. Ein detaillierter Rapport mit relevanten Informationen aller kontaktierten Kunden wird den SCIB/ST-Vertretern durch den Partner kurz nach Ende der Aktivität zwecks Integration der Informationen in die Datenbank zur Verfügung gestellt.