

# **Ausschreibungsunterlagen**

**FR-2024-008**

## **Zentrales CRM mit Fundraising-Tool für Ärzte der Welt e.V.**

**Basisdokument**



## 1 Inhalt

1	Aufbau Ausschreibungsdokumente.....	2
2	Glossar .....	3
3	Ärzte der Welt e.V. und aktuelle Zielgruppen .....	4
4	Grundvoraussetzungen – Warum ein neues CRM? .....	5
4.1	Status Quo.....	5
4.2	Zukünftiger Bedarf.....	6
4.3	Geplante Nutzung und Rechtemanagement .....	6
4.4	Aktuelle Basisdaten und IT-Landschaft.....	7
5	Anforderungen .....	9
5.1	Technische Anforderungen .....	9
5.2	Übergeordnete Anwenderanforderungen an das System.....	9
5.3	Anforderungen Fundraising und Spendenverwaltung.....	11
5.4	Anforderungen Dialogmarketing/ Massenfundraising.....	13
5.5	Zusätzliche Anforderungen 1:1-Betreuung/Major Donor Fundraising .....	14
5.6	Zusätzliche Anforderungen Verein/andere Abteilungen.....	15
5.7	Zusätzliche Erweiterungsmodule – nach erfolgreicher Implementierung .....	16
5.8	Sonstige Anforderungen .....	17
6	Prozess Ausschreibung .....	18
6.1	Budget und Angebot.....	18
6.2	Zeitlicher Ablauf.....	19
6.3	Bewertung.....	19



## 1 Aufbau Ausschreibungsdokumente

Das vorliegende Basisdokument soll im ersten Schritt einen Überblick über die Organisation und ihre spezifischen Bedarfe geben und damit ein Verständnis schaffen, warum Ärzte der Welt eine CRM-Lösung einführen möchte.

Neben den allgemeinen Informationen finden sich im Folgenden, die wichtigsten Kennzahlen aus der aktuell genutzten Datenbank und anderen Kontaktverwaltungs-Tools und -Dokumenten. Da in der aktuellen Datenbank hauptsächlich die Fundraising-Kontakte verwaltet werden, liegt der Fokus auf diesen Daten.

Punkt 5 *Anforderungen*, gibt einen Überblick über die zukünftigen Bedarfe an das CRM-System im Allgemeinen und den speziellen Bedürfnissen der unterschiedlichen Stakeholder/Abteilungen im Detail. Die Detailanforderungen sind im Anforderungskatalog abgebildet (Anlage A). Der ausgefüllte Anforderungskatalog, sowie die einzureichenden Dokumente (Siehe Checkliste in Anlage B), dienen als Entscheidungsgrundlage für Ärzte der Welt.

Der Anforderungskatalog beinhaltet zudem Angaben zu „must have“-Kriterien, die von dem zukünftigen System erfüllt werden müssen. Sollten sie nicht in der Standard-Variante vorliegen, muss eine zeitnahe Entwicklung möglich sein.

Der Ablauf und die Entscheidungskriterien für den Ausschreibungsprozess, sind am Ende dieses Dokuments definiert.

Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird im Text an manchen Stellen auf das Gendern verzichtet. Gemeint sind jedoch immer alle Geschlechter.

Anlagen:

- A: Anforderungskatalog
- B: Allgemeine Hinweise und Rahmenbedingungen inkl. Checkliste
- C: Good Business Regulations



## 2 Glossar

**Dashboards:** (Anpassbare) Visualisierung von Daten und Auswertungen

**Individuelle-Bedankung:** persönlicher Dank inkl. z.B. handschriftlicher Karte

**Kontakt:** Kommunikationskontakt (bildet Kommunikationshistorie ab)

**Lead:** Interessent\*in, noch ohne Spende (meist mit E-Mailadresse)

**Partner:** Spendende, Interessierte, Dienstleister und Institutionelle-Kontakte (Institutionen/Gemeinschaften/Privatpersonen)

**Power-User:** Benutzer\*in mit Administrationsrechten

**Produkt:** LSE-Spende – Einzel- oder Dauerspende

**Rollen:** (CRM-)Nutzer\*innenrollen (Anwendergruppen)

**Semi-individuelle-Bedankung:** Zusätzliche Kategorie zwischen Massenbedankung und individueller Bedankung. Dankschreiben, das als Sammel-Anschreiben versendet wird, sich aber inhaltlich vom Massendank unterscheidet.

**Stapel:** Umsätze der Spendennebenbuchhaltung – beinhaltet LSE-Einzüge und Überweisungen; Sachspendenbuchung; Verbuchung der weiteren Zahlungsabwicklungen wie PayPal und Kreditkarte

**Werbecode:** gibt Auskunft zur Herkunft der Spende

**Zuordnung:** Spende

**ZWB:** Zuwendungsbestätigung

## 3 Ärzte der Welt e.V. und aktuelle Zielgruppen

Ärzte der Welt Deutschland mit Sitz in München arbeitet seit dem Jahr 2000 als deutscher Zweig der internationalen humanitären Hilfsorganisation Médecins du Monde. Unabhängig ihrer Herkunft, behandeln und versorgen wir vulnerable Bevölkerungsgruppen in Krisensituationen, wie Krieg und Gewalt, Naturkatastrophen, Krankheit, Armut und Ausgrenzung. Neben der Arbeit in weltweiten Projekten, engagiert sich Ärzte der Welt darüber hinaus auch in Deutschland, um Menschen, ohne Krankenversicherung oder mit eingeschränktem Zugang zum Gesundheitssystem, eine medizinische Betreuung zu ermöglichen. Die Schwerpunkte unserer Arbeit liegen neben der akuten medizinischen Nothilfe, bei Projekten zum Wiederaufbau in der mittel- und langfristigen Entwicklungsarbeit und dem Aufzeigen von Menschenrechtsverletzungen. Seit 2006 erhalten wir jährlich das DZI-Spendensiegel.

### Aktuelle Zielgruppen/Stakeholder Ärzte der Welt

#### Fundraising

- Interessierte
- Spender\*innen
- Newsletter-Abonent\*innen
- Nachlassinteressent\*innen und Nachlassgeber\*innen
- Unternehmen
- Stiftungen
- Institutionelle Geber
- Vereine und Schulen
- Gerichte /Zuweisende (Staatsanwaltschaften)
- Geldauflagenzahler\*innen

#### Öffentlichkeitsarbeit

- Newsletter-Abonent\*innen
- (Kampagnen-)Kooperationspartner
- Pressekontakte

#### Internationale Programme

- Kooperationspartner
- Institutionelle Geber
- Mitarbeitende an den unterschiedlichen Projektstandorten

#### Inlandsprojekte

- Patient\*innen



- Ehrenamtliche
- Netzwerkpraxen
- (Ehemalige) Mitarbeitende
- Multiplikator\*innen
- Kooperationspartner
- Institutionelle Geber

## Advocacy

- Gesundheitseinrichtungen/Organisationen
- Politische Kontakte
- (Kampagnen-)Kooperationspartner
- Pressekontakte

## Verwaltung

- Vorstand und Vereinsmitglieder
- Mitarbeitende (Haupt- und Ehrenamtliche)
- Mitarbeitende in den Projektstandorten
- Dienstleister

## Überschneidungen

Innerhalb der unterschiedlichen Zielgruppen gibt es Überschneidungen, die für die unterschiedlichen Stakeholder in einem CRM sichtbar sein sollen.

Beispiel:

Ein\*e Ehrenamtliche\*r kann gleichzeitig Spender\*in sein und wird deshalb von unterschiedlichen Stakeholdern innerhalb der Organisation betreut. Zudem ist es möglich, dass diese Person auch Vereinsmitglied ist und deshalb von mehreren Abteilungen unterschiedlich angesprochen wird.

## 4 Grundvoraussetzungen - Warum ein neues CRM?

### 4.1 Status Quo

In dem System raise-it von ifunds sind derzeit die Daten aus dem Bereich Fundraising inkl. der Nebenbuchhaltung abgebildet.

Neben Selektionen, Analysen und dem Kampagnenmanagement im Bereich Dialogmarketing werden Datenimporte und Datenexporte von u.a.

Telemarketingmaßnahmen umgesetzt, sowie Bankumsätze und die Bedankung verwaltet. Onlinespenden werden aktuell über eine Webhook-Schnittstelle von der Fundraising Box in die Datenbank übertragen.

Die Daten der anderen Abteilungen (Programmabteilungen, Öffentlichkeitsarbeit, Verwaltung und HR), sowie die Verwaltung von Mitgliedern und Ehrenamtlichen, wird aktuell individuell in Excel, Word, Outlook, oder anderen Verwaltungs-Tools nachgehalten.

## **4.2 Zukünftiger Bedarf**

Da der Bereich Fundraising zukünftig noch stärker auf automatisierte Prozesse und spenderfokussierte Ansprache setzen will, brauchen wir eine bessere Datenbasis und Unterstützung durch ein CRM.

Im Rahmen der fortschreitenden Digitalisierung soll ein zentrales CRM etabliert werden, das zwar einen Schwerpunkt auf Fundraising-Funktionalitäten hat, aber auch langfristig die (Kontakt-)Daten und (einzelnen) Prozesse anderer Arbeitsbereiche abbildet. Neben der Abteilung Verwaltung, den Projektabteilungen (inkl. den Verantwortlichen in den Anlaufstellen), dem Bereich Media/Öffentlichkeitsarbeit und Advocacy, soll auch die Geschäftsführung Zugriff auf das System erhalten.

Es sollen Überschneidungen (insbesondere im Bereich der Kontaktdaten) sichtbar gemacht werden und damit Synergieeffekte genutzt werden. Ein CRM, in dem die Daten des Vereins zentralverwaltet werden, ist für uns ein wichtiger Baustein hin zu einem transparenten Wissens- und Qualitätsmanagement. Um den unterschiedlichen Bereichen gerecht zu werden, soll eine Art Plattform-System eingeführt werden.

## **4.3 Geplante Nutzung und Rechtemanagement**

Im ersten Projektabschnitt sollen nach Möglichkeit die Basisdaten der unterschiedlichen Vereinsbereiche migriert werden und ab diesem Zeitpunkt, von den zuständigen Mitarbeiter\*innen entsprechend gepflegt und auch teilweise schon genutzt werden.

- Im ersten Projektschritt werden Fundraising, Spendenverwaltung, Öffentlichkeitsarbeit und Advocacy die Hauptnutzer\*innen für Anwendungen und Maßnahmen aus dem neuen CRM sein.
- Im zweiten Projektschritt soll das CRM schrittweise vollumfänglich von den anderen Vereinsbereichen für ihre Bedarfe genutzt werden.
- Im dritten Projektschritt ist eine Erweiterung auf weitere Module wie z.B. einem Vertragsmanagement, Ehrenamtsmanagement etc. angedacht. Für uns ist ein klar differenziertes Rechte- und Rollenmanagement bis auf Datenfeldebene sehr wichtig. In Zukunft werden viele unterschiedliche Nutzergruppen ihre Daten in dem System verwalten und trotzdem muss der Datenschutz gewährleistet werden. Zusätzlich sollen zukünftig Kommunikationsüberschneidungen sichtbar werden.

Ergänzung zu den Projektschritten:

Die Ausschreibung bezieht sich auf den ersten Projektschritt und den Übergang zu Schritt zwei. Es ist angedacht alle Kontakt- und Kommunikationsdaten im ersten Schritt zu migrieren und ab dann zu pflegen aber die vollumfängliche Nutzung, sowie die mögliche Einführung der Ergänzungsmodule aus Schritt drei, soll erst ab Schritt zwei in einem Folgeprojekt stattfinden.

## 4.4 Aktuelle Basisdaten und IT-Landschaft

### Übersicht der aktuell im Verein genutzten Software und Schnittstellen

Der folgende Abschnitt gibt einen Überblick darüber, welche Software die Abteilungen aktuell hauptsächlich für die Abwicklung ihrer Prozesse und Kontaktdaten nutzen. Zudem soll aufgezeigt werden, welche Schnittstellen innerhalb der Softwarelandschaft aktuell bestehen, bzw. welche zukünftig angedacht sind.

- Die Mitarbeitenden arbeiten derzeit mit Microsoft 365/Sharepoint und nutzen MS-Teams für die tägliche Kommunikation
- Es gibt Bestrebungen die Telefonanlage zu ersetzen, in Einzelfällen könnte auch MS-Teams als Ersatz für das Telefon genutzt werden

Abteilung	Software	Hauptnutzung	Zukünftige Schnittstellen
Fundraising und Spendenverwaltung	Raise.it	Organisation Spender*innendaten; Spendenbuchhaltung; Kampagnenmanagement, Selektionen und Reportings	
	Fundraising Box	Onlinespendenformular, Webhook-Schnittstelle für die Datenübertragung zu raise.it ist vorhanden	Integration durch Bidirektionale Schnittstelle, aktuell wird zudem ein Wechsel auf ein anderes System wie bspw. raisenow geprüft
	Mailjet	Versand der E-Mailings und Newsletter	Integration durch Marketing Automation oder Bidirektionale Schnittstelle
	PowerBi	Datenanalyse und Reportings	Integration in CRM-System oder weiterhin Schnittstelle denkbar
	(S)FTP-Server	Datenaustausch mit Dienstleistern	Wunsch wäre ein automatischer



			Datentransfer in beide Richtungen
Verwaltung	Candis	Rechnungsverwaltung	
	DATEV	Finanzbuchhaltung	Transfer der Spendenbuchhaltung in die Hauptbuchhaltung: ein Übertrag der Daten aus dem CRM soll einfach (ggf. halbautomatisiert) möglich sein – so wenig wie möglich händische Anpassungen/Änderungen
	ConSol CM	IT-Management und Recruiting- Management interner Prozesse	Einzelne Prozesse sollen über Personio laufen
	Personio (Einführung ab Q3/2024)	Personalverwaltung	Ggf. Schnittstelle zum CRM angedacht. Alternativ zukünftiges gleichwertiges Tool, dass in das CRM integriert werden kann
Internationale Programme	WINPACS	Projektverwaltung (Buchhaltung, Financial, Controlling, Inventar)	Keine Schnittstelle angedacht
Inlandsprogramme	Eigenprogrammierung	Verwaltung von Patient*innendaten	Aktuell kein Bedarf - Extra Modul langfristig denkbar

## Kennzahlen im Bereich CRM

Raise.it	IST	SOLL (5Jahre)
Partner FR	105.000 Spender*innen + NL-Verteiler 50.000	150.000 Spender*innen NL-Verteiler 70.000 + Vereinskontakte 2.000-3.000
Nutzer*innen ...	12-15	40-60 mit unterschiedlichen Lizenzen
... gleichzeitig	10-12	Soll in Arbeitsalltag integriert werden
Anzahl der Buchungen pro Jahr	85.000	ca. 135.000-150.000
Anzahl der Kontakte über Prospect Mailings pro Jahr	Ca. 600.000	ca. 500.000

Aktuell liegen die Daten, die zukünftig alle in dem CRM abgebildet werden sollen, in raise.it, Mailjet und Excel-Tabellen, die von den unterschiedlichen Abteilungen verwaltet werden.

	Anzahl der Kontakte	Besonderheiten
Raise.it	170.000, davon 130.000 mit verbuchten Spenden	nur Partner mit Zuordnung werden migriert
Mailjet	Ca. 86.000 E-Mailadressen, davon ca. 50.000 anschreibbar	Überschneiden sich teils mit Daten in raise-it, werden noch bereinigt
Excel	Ca. 2.000-3.000 Datensätze	Nur vereinzelt in raise-it aus unterschiedlichen Bereichen (z.B. Projektkontakte, Politiker*innen/Pressekontakte/ Ehrenamtliche)

## 5 Anforderungen

Die nachfolgend aufgeführten Anforderungen geben einen Überblick über die unterschiedlichen Anforderungsbereiche, welche im Anforderungskatalog (Anlage A) konkretisiert werden.

### 5.1 Technische Anforderungen

Die IT-Abteilung ist in den Ausschreibungsprozess eingebunden und wird entsprechend des angebotenen CRM-Systems, die aktuelle Kompatibilität mit unserer IT-Landschaft bewerten.

Grundsätzlich gilt:

- Eine cloudbasierte Lösung wird bevorzugt.
- Open source Lösungen werden nicht ausgeschlossen, aber nicht präferiert, da wir aktuell die Betreuung/Entwicklung nicht leisten können.
- Eine Dokumentenablage ist auf Sharepoint angedacht.
- Das CRM muss den aktuellen Anforderungen an die DSGVO entsprechen (Schutz personenbezogener Daten, Löschkonzept, Umsetzung Auskunftsrecht etc.)
- Hosting ist auf eigenen Servern möglich, gemeinsam mit dem Dienstleister soll eine Lösung gefunden werden, damit das System den aktuellen Sicherheitsstandards genügt und unerlaubten Zugriff ausschließt.
- Bitte die Systemanforderungen, Angaben zur Umsetzung und Konformität - DSGVO, sowie Sicherheitsstandards in einem extra Dokument aufführen.

### 5.2 Übergeordnete Anwenderanforderungen an das System

Neben den abteilungsspezifischen Anforderungen haben wir übergeordnete Anforderungen, die für alle Nutzer\*innen des CRM relevant sind.

- **Differenziertes Rechtemanagement bis auf Datenfeldebene**

- **Eine auf Rollen basierende Nutzung/Benutzeroberfläche (Dashboards)**, um gewährleisten zu können, dass die Nutzer\*innen nur die für sie relevanten Daten sehen und bearbeiten können
- **Integration/Schnittstellen zu den Microsoft-Programmen** (ggf. auch Datenpflege über Excel-Listen möglich – Excel-Tabellen mit dem CRM verknüpft und ein automatisierter Datenabgleich)
- **Kommunikation aus dem CRM Eingang/Ausgang** (z.B. E-Mail-Kommunikation) im besten Fall in Kombination mit Microsoft-Programmen und mit einer Kontakthistorie. Eine Differenzierung zwischen den Kommunikationskanälen, in Bezug auf die Kontakthistorie, wäre wünschenswert
- Einfache Erstellung von **Datenselektionen oder Übersichtslisten** (z.B. zur Erstellung von Einladungsverteilern/Versand aus dem Tool)
- **Aufgabenverwaltung & Kollaboration**
- **Änderungshistorie** und Protokollierung: Wer hat z.B. was geändert und Datenexporte- und importe vorgenommen
- Möglichkeit der Darstellung von **KPIs der jeweiligen Bereiche** (individuelle Anpassung/Darstellung von Dashboards)

## Allgemeine Anforderungen in Bezug auf die Adress- und Kontaktverwaltung:

	<b>Anforderung</b>	<b>Zusatzinformationen</b>
Partner	Zuordnung/Eingruppierung zu unterschiedlichen Zielgruppen	Spender*innen/Ehrenamtliche/Dienstleister/etc. (Basis des Rechtemanagements - Nutzerrollen)
	Darstellung von Beziehungen zwischen Partnern	z.B. (mehrere) Ansprechpartner*innen Unternehmen/Gemeinschaften
	Darstellung Funktionen	z.B. Geschäftsführer
	(Differenzierte) Kommunikations-/Kontakthistorie	Kommunikationshistorie nach Kanälen – auf Ebene Partner, aber bei Organisationen zusätzlich auf Organisationsebene Bsp.: Es wurde mit Ansprechpartner*in xy einer Institution gesprochen (die Kommunikation ist an dem entsprechenden Partner hinterlegt) Für andere Nutzerrollen im CRM ist bei Ansicht der Institution die letzte Kontakthistorie sichtbar

		(sofern die Nutzerrolle Zugriffsrechte hat)
	Pflege Versandsperrungen und -wünsche	Differenzierte Pflege z.B. unterschiedliche Versandwünsche bei mehreren Ansprechpartner*innen/Kontakten bei Organisationen
Dokumentenablage	Ablage im CRM <u>oder</u> Verlinkung mit z.B. SharePoint zu relevanten Dokumenten	z.B. Briefe, E-Mails, Kooperationsvereinbarungen, Mailingmuster, Presseartikel
Anpassungsmöglichkeiten	Anpassung der (Partner-) Ansichten	Abhängig von Nutzerrollen und Rechten
	Freifelder/Kategorisierungen abhängig von Zielgruppen	

### 5.3 Anforderungen Fundraising und Spendenverwaltung

Im Folgenden wird auf die besonderen Anforderungen der Abteilung Fundraising und Spendenverwaltung von Ärzte der Welt eingegangen. Standardfunktionen, insbesondere der Spendenbuchhaltung und des Kampagnenmanagement, werden nicht extra erwähnt, sondern sind dem Anforderungskatalog in Anlage A zu entnehmen und zu beantworten. Da die Spendennebenbuchhaltung eng mit den Prozessen der Hauptbuchhaltung verbunden ist, wird im folgenden Abschnitt auch auf die Schnittstellen zur Buchhaltungssoftware DATEV eingegangen.

#### Anforderungen Servicebereich

- Kontakthistorie für Kommunikation per E-Mail, Post und Telefon
- KPI Auswertung
- Erstellung von Kommunikationsvorlagen (Dankbriefe, Standardbriefe etc.) idealerweise in Word - Übertragbar ins CRM
- Verknüpfung zwischen CRM und Kontaktformular auf der Website – Unterstützungsprozesse für Anfragen wie Abmeldungen, Änderungen etc. Wenn möglich mit direkter Verknüpfung zum Partner
- Unterstützungsprozesse für die Verarbeitung von Mailingrückläufern inkl. Fremdadressenmanagement

#### Anforderungen Spendenbuchhaltung

- Hinterlegung von vorangekündigten Spenden/Zuwendungen und Zweckbindung, um die 1:1-Betreuung und die interne Kommunikation zu optimieren

- Export (Vorbereitung/Bereitstellung der Bankdatei für den LSE-Einzug) und Import der Bankdateien
- Prozess für die Adressvervollständigung bei Partneranlage- pflege
- Möglichkeit von 1-Cent Überweisungen (Prozess Export/Import)
- Prozess für die Dokumentation von Umbuchungen/Stornierungen

	Anforderung	Zusatzinformation
Onlinespenden	Bi-direktionale Schnittstelle zwischen Onlinespendenformular und CRM	Spendendaten, die über das Online- Spendenformular eingehen, sollen (zeitnah) im CRM sichtbar sein. Kündigungen von Dauerspenden, die im CRM getätigt wurden, sollen über eine Schnittstelle an das Onlinetool weitergeleitet werden (Bsp. wären hier die PayPal Dauerspenden, die über die FR-Box von uns gekündigt werden müssen, sollte der/die Spender*in nicht eigenständig über PayPal kündigen)
Zuordnung von Spenden	Automatisierte Zuordnung von Spenden innerhalb Zeitraum x und über Stichworte/Codierung im Verwendungszweck zu einer vorausgegangenen Maßnahme	
Dauerspenden	Anlage- und Änderungsprozesse	Unterstützungsprozesse bei Datenimporten von z.B. Upgrade Kampagnen
Spendenaktionen	Unterstützung bei der Anlage, Abwicklung und Auswertung im CRM	von Spender*innen initiiert bzw. als Onlinespendenaktion über die Website
Zuwendungsbestätigungen	Erstellung, Duplikaterstellung, Versand postalisch und digital	Erstellen von Einzel-/ Jahres-Zuwendungsbestätigungen <b>(Wichtig: Einzelversand und Massenversand inkl. Datenexportmöglichkeit)</b>
Sachspendenverwaltung		Prozess für die Anlage einer erwarteten Sachspende bis

		zur Ausstellung der Sachspendenbescheinigung
Bedankung	Prozesse für Dankroutinen als Teil der Donor Journey	Bedankung der Spenden mit vorab definierten Logiken, inkl. Dankpausen

## Anforderungen/Schnittstelle Buchhaltung - DATEV:

Der Prozess für die Übertragung der Spendennebenbuchhaltung in die Hauptbuchhaltung soll vom CRM unterstützt werden. Im Folgenden haben wir einige Punkte zusammengeführt, die im Detail im persönlichen Austausch konkretisiert werden sollen.

- Prozess für Datenübertrag vom CRM zu DATEV benötigt, direkte Schnittstelle wird bevorzugt
- Spenden aus unterschiedlichen Maßnahmen werden entsprechend der Herkunft auf unterschiedliche Kostenstellen aufgeteilt
- Die entsprechenden Kostenstellen müssen im CRM und In DATEV identisch sein
- Neben der Aufteilung auf unterschiedliche Kostenstellen mit Bezug auf die Herkunft, müssen interne prozentuale Splittings für die weitere Verwendung der Spenden abgebildet werden
  - Bsp.: Spende mit Zweck Jemen wird aufgeteilt zu 20% auf Kostenstelle 1111/Kostenart 11111 und 80% Kostenstelle 222/Kostenart 22222

## 5.4 Anforderungen Dialogmarketing/ Massenfundraising

	Anforderung	Zusatzinformationen
Integration oder Schnittstelle zu Marketing Automation	Erstellung von (halb-) automatisierten kanalübergreifenden Donor Journeys; inklusive der Integration der (semi-individuellen) Dankroutinen und Möglichkeit von A/B-Testings	z.B. Versand von E-Mailings aus dem Tool, Onboarding-Journeys inklusive Bedankung, automatisierte Erstellung von Telefonie-Listen (-oder Exporte)
Verknüpfung Spendenformular	Schnittstelle CRM und Spendenformular	z.B. für vorausgefülltes Spendenformular
Einbettung (Kontakt-) Formulare Website	Einbettung von Formularen auf der Website, die mit dem CRM bzw. Funktionalitäten verknüpft sind	z.B. eine Änderungsanfrage (Adresse, Name etc.) stößt Prozess in CRM an und wird manuell nach Prüfung abgeschlossen

Spendersegmentierung	Automatisierte Berechnung/Zuordnung zu Spender*innensegmenten	z.B. Topspender*innen/Reaktivierung etc.
Donor/Sales/Lead Funnels	Unterstützung (Online-)Lead-/Großspender*innen Prozesse	
Abwicklung Neuspender*innenmailings	Datenhaltung (angemietete) Fremddaten und automatische Zuordnung Spenden	
	(Daten-) Export von Sammel-ZWB-Daten	z.B. Bereitstellung ZWB-Daten in csv-Dateien, anstatt Erstellung PDFs
Datenanalyse und Reportings	Standardreportings, individuell anpassbar, aber auch Möglichkeit Erstellung umfassender Analysen Option: Integration von externen Daten wie Website-Daten	KPIs wie ROI pro Spender/Maßnahme, Spendenforecasts (in Bezug auf Dauerspender)
Pflege/Analyse Spendenpräferenzen	Analyse Spendenverhalten, aber auch händisches pflegen	Spendeninteresse Projekt xy - auch als Basis für Marketing Automation (Versand von Mailings nach Themeninteresse)
Datenaustausch mit externen Dienstleistern	(wenn möglich automatisierter) Datenimport und -export (und Anstoß von weiteren Prozessen im CRM)	z.B. Ablage/Import Daten von sFTP-Server der Telemarketingagentur + Anpassung Daten im System

## 5.5 Zusätzliche Anforderungen 1:1-Betreuung/Major Donor Fundraising

Dieser Bereich umfasst die 1:1-Betreuung von Topkontakten, Stiftungen, Nachlassfundraising und Unternehmenskooperationen.

Die Abteilung Fundraising arbeitet im Bereich Stiftungen sehr eng mit der Inlandsabteilung zusammen, welche auch Gelder von Stiftungen und institutionellen Gebern erhält. Der Finanzbereich der Inlandsabteilung soll entsprechend im CRM abgebildet sein. Die Anforderungen aus dem Dialogmarketing sollen deshalb auch auf diesen Bereich im CRM übertragen werden. Ein klares Rechtemanagement soll eine Abgrenzung schaffen.

Im Folgenden sind die zusätzlichen Anforderungen im Bereich Major Donor Fundraising aufgeführt.

Automatisierte Identifizierung Major Donor	Aufgrund festgelegter Kriterien wird Partner als Major Donor etc. definiert – fallen die Kriterien weg, soll es eine Erinnerung	z.B. Spende Summe x innerhalb Zeitraum x oder Bestellung Nachlassbroschüre
--	---	--

	geben und die Markierung ggf. angepasst werden	
Prozessunterstützung/ Funnel	System führt durch vorher definierte zielgruppenspezifische Betreuungs-/Akquiseprozesse z.B. für <ul style="list-style-type: none"> <li>• Großspender*innen</li> <li>• Unternehmenskooperation</li> <li>• Nachlassinteressent*innen</li> </ul>	z.B. Aufgabe/Bedankung oder Erinnerung Versand Reporting wird aus dem CRM heraus angestoßen oder Reminder für Rückfrage wird angelegt
Mittelverwendung/ Bedarfe (in Kombination mit Punkt Prozessunterstützung)	Im System hinterlegte Projektbedarfe können Partnern (z.B. Institutionen) zugeordnet werden, bevor ein Geldeingang stattgefunden hat (Status angefragt/zugesagt/eingegangen)	Im System hinterlegte Projektbedarfe können Partnern zugeordnet werden (Status angefragt/zugesagt/eingegangen): Bei der Stiftung x wird ein Betrag x angefragt. Die Stiftung sagt den Betrag für Verwendung x zu. Der angekündigte Betrag wird bei der Stiftung im CRM für den spezifischen Zweck hinterlegt. Sobald der Betrag eingegangen ist, erhalten die entsprechenden Zuständigen eine Benachrichtigung

## 5.6 Zusätzliche Anforderungen Verein/andere Abteilungen

Wie eingangs schon erwähnt, sollen in einem zweiten Schritt weitere Bereiche des Vereins das CRM-System aktiv nutzen. Die entsprechenden Daten sollen (nach Möglichkeit) in der ersten Phase migriert und ab diesem Zeitpunkt auch gepflegt werden. **Eine vollumfängliche Nutzung aller weiteren Anforderungen an das CRM, ist mit dem Beginn der zweiten Projektphase angedacht.**

### (Einfaches) Eventmanagement

Übergreifend nehmen Events an Bedeutung zu. Dabei soll das CRM in der Abwicklung, insbesondere beim Einladungsprozess unterstützen:

- Einladungsmanagement und Versand
- Management Zu-/Absagen

### Verwaltung Kontakte Advocacy

Die Verwaltung der Kontakte und Kommunikation im Bereich Advocacy (z.B. mit Bundestagsabgeordneten und politischen Institutionen bzw. innerhalb von Netzwerken)



kann im CRM oder einem extra Modul abgebildet werden, dabei sollen folgende Funktionalitäten abgedeckt sein:

- Verwaltung von erweiterten Basisdaten (Behörde/Partei/Zuständigkeiten Ressort), die wiederum auch als Suchkriterien genutzt werden können.
- Abbildung von komplexeren Organisationsstrukturen (mehrere Ansprechpartner mit unterschiedlichen Kontaktpreferenzen)
- Kommunikation inkl. Kontakthistorie
- Kommunikation mit Partnerorganisationen über (themenabhängige) Verteiler

## Verwaltung von Pressekontakten

Ähnlich dem Bereich Advocacy, sollen die Daten der Pressekontakte im System verwaltet werden:

- Verwaltung von erweiterten Basisdaten (z.B. Themenschwerpunkte Journalist\*innen), die wiederum auch als Suchkriterien genutzt werden können
- Kommunikation aus dem CRM bzw. Verknüpfung zu Outlook inkl. Kontakthistorie
- Verlinkung zu Veröffentlichungen und/oder direkte Ablage Publikationen
- Kommunikation mit Pressekontakten über (themenabhängige) Verteiler

## Ehrenamtsmanagement

Die Ehrenamtsverwaltung kann direkt – im CRM oder einem extra Modul abgebildet werden, dabei sollen folgende Funktionalitäten abgedeckt sein:

- Verwaltung von erweiterten Basisdaten (z.B. Fachrichtung/Sprachkenntnisse/Einsatzpräferenzen)
- Kommunikation aus dem CRM bzw. Verknüpfung zu Outlook inkl. Kontakthistorie
- Unterstützung Akquise/Onboardingprozess inkl. Dokumentenablage (z.B. Führungszeugnis) und Aufgabenmanagement (z.B. Erinnerungsfunktion inkl. Zuweisung von Aufgaben – z.B. von ausstehenden Dokumenten)

## Mitgliederverwaltung

Die Mitgliederverwaltung kann direkt – im CRM oder einem extra Modul abgebildet werden, dabei sollen folgende Funktionalitäten abgedeckt sein:

- Kommunikation (per E-Mail) inkl. Kontakthistorie
- Einzug des jährlichen Mitgliedsbeitrags
- Erstellung der jährlichen Mitgliedsbescheinigung

## **5.7 Zusätzliche Erweiterungsmodule - nach erfolgreicher Implementierung**

Aktuell gibt es für die im folgenden angeführten Module **keine starke Priorisierung**. Langfristig ist aber denkbar, das CRM um diese Nutzung zu erweitern. Daher hätten wir

gerne eine Einschätzung, inwieweit die folgenden Prozesse/Bereiche in das von Ihnen angebotene CRM (mit extra Modulen) angebunden oder integriert werden könnten:

- Vertragsmanagement
- Personalmanagement als Alternative zu Personio
- Projektabwicklung
- Verwaltung Patient\*innendaten inkl. Terminmanagement (wenn datenschutzrechtlich umsetzbar)

## 5.8 Sonstige Anforderungen

Im Folgenden beziehen wir uns auf allgemeine Fragen zum Thema Support, Weiterentwicklung und Projektumsetzung. Die Beantwortung erfolgt entweder in einem extra Dokument oder, wenn in Anlage A schon aufgeführt, direkt in der Excel-Tabelle.

### Support - Servicetätigkeiten:

- Bisher wurde Ärzte der Welt von dem Dienstleister ifunds auch in der operativen Abwicklung z.B. Spendenverbuchung/Datenimporte unterstützt. Für das neue System ist das zwar vorerst nicht mehr angedacht, bitte führen Sie trotzdem aus, welche Supportmöglichkeiten es bei Servicetätigkeiten gibt.
- Für Anwender\*innenfragen benötigen wir zudem einen gut erreichbaren Support. Bitte machen Sie Angaben, wie der Service erreichbar ist (z.B. per Ticket-System, Telefonsupport etc.)

### IT-Support und Weiterentwicklung

- Es soll sichergestellt werden, dass das System regelmäßig gewartet und weiterentwickelt wird. Welche Support Level bieten Sie an? Welche Kosten beinhaltet das?
- Einfache (technische) Supportanfragen zu dem CRM sollen intern abgewickelt werden und über Power-User abgebildet werden – dies beinhaltet z.B. die Anpassung von Datenfeldern o.ä.
- **Anfragen zu tiefergehenden Anforderungen/Problemen oder technische Weiterentwicklungen sollen extern abgewickelt werden.**
- Seitens Ärzte der Welt ist 2024 und 2025 nicht angedacht, selbst bei der Weiterentwicklung IT-seitig zu unterstützen, langfristig denkbar ist, intern mehr Expertise aufzubauen.
  - Bitte entsprechend beim Angebot Support-Leistungen berücksichtigen

### Projektmanagement, erste zeitliche Planung und Dokumentation

Das Projekt wird seitens Ärzte der Welt von zwei Projektverantwortlichen und einem Kernteam aus den Abteilungen begleitet. **Bitte stellen Sie dar, wie das**

Projektmanagement seitens des Anbieters angedacht ist und wie das Projekt bzw. die Projektphasen zeitlich geplant werden.

- Eine Agile Projektumsetzung ist gewünscht, bitte machen Sie hierzu Angaben.
- Das Projekt soll zudem Schulungen für die Anwender\*innen bzw. für die unterschiedlichen Nutzerrollen umfassen. Bitte geben Sie an, wie sie diese planen. Schulungsvideos für die eigene individuelle Schulung nach Implementierung wären wünschenswert.
- Es wird eine Dokumentation über Kernfunktionalitäten benötigt.

## 6 Prozess Ausschreibung

### 6.1 Budget und Angebot

Das Angebot muss eine erste Kostenschätzung auf Grundlage des Anforderungskatalog umfassen. Ein konkretes Angebot soll nach detaillierten Gesprächen und dem daraus abgeleiteten Umfang des Projekts erstellt werden. Zusätzliche Kosten für spezielle Weiterentwicklungen bitte entsprechend in Anlage A angeben. Wenn möglich, Kostensteigerungen, die innerhalb der nächsten 3-5 Jahre absehbar sind, im Angebot ausweisen. **Bitte im Angebot nach Projektkosten und laufenden Kosten aufteilen:**

- Workshopkosten Klärung tatsächlicher Projektaufwand im Rahmen des Auswahlprozesses
  - Zur Klärung der tatsächlichen Kosten und Bedarfe planen wir mit 1-2 Anbietern Workshops vor der finalen Entscheidung ein. Bitte machen Sie Angaben zu den Kosten und wie Sie solch eine Bedarfsanalyse/Workshops angehen, damit die anfallenden Projektkosten möglichst genau geplant werden können.
- Projektkosten (aufgeschlüsselt auf die Projektphasen)
  - Planung und Konzeption des Projekts von Seiten des Anbieters
  - Entwicklung FR-Funktionalitäten und Basisfunktionen Verein unter Punkt 5 exkl. Punkt 5.7 (Zusätzliche Erweiterungsmodule)
  - Datenmigration
  - Implementierungsphase inkl. Kosten für Schulungen und Dokumentation
- Laufende Kosten
  - Lizenzgebühren System, pro User und Lizenzart und ggf. für Erweiterungen wie z.B. Marketing Automation
  - Support- und Wartungskosten
  - Hosting-Kosten
- Wenn möglich: erste Kostenschätzung Zusatzmodule bitte in der Excel-Tabelle Anlage A angeben

## 6.2 Zeitlicher Ablauf

- Rückfragen zur Ausschreibung an Ärzte der Welt bis 12.07.2024
- Klärung Rückfragen seitens Ärzte der Welt bis 19.07.2024
- Angebotseinreichung bis 26.07.2024
- Einladung Termine Systemvorstellung bis 05.08.2024
- Mit 2-3 Anbietern Austausch und Präsentation des Systems (voraussichtlich am 12. und 13.08.2024)
- Ende August Entscheidung nächste Runde
- Workshop Klärung Projektaufwand – max 2 Anbieter (voraussichtlich September – danach Einreichung verbindliches Angebot)
- Finale Entscheidung voraussichtlich im Oktober
- Start Projekt voraussichtlich Ende Oktober

## 6.3 Bewertung

Für die Bewertung der Angebote werden nicht ausschließlich finanzielle Aspekte zugrunde gelegt. Neben den zu erfüllenden Hauptanforderungen spielen auch weiche Kriterien wie z.B. die Frage, ob der Dienstleister den Herausforderungen von Ärzten der Welt langfristig gewachsen ist, eine wichtige Rolle für die Entscheidung.

Bewertet werden auch:

- Erfahrung im NGO Bereich am deutschen Markt
- Die (subjektiv wahrgenommene) Benutzerfreundlichkeit des Systems
- Das Support-Angebot
- Zukunftsfähigkeit im Rahmen einer zunehmenden Digitalisierung und der wachsenden Rolle von KI

Auch wenn der Bereich Nachhaltigkeit zum jetzigen Zeitpunkt noch kein festgeschriebenes Entscheidungskriterium bei der Auswahl des Dienstleisters für Ärzte der Welt ist, fließt auch dieser Bereich peripher in die Gesamtentscheidung mit ein. Bitte stellen Sie im Angebot dar, wie Ihr Unternehmen nachhaltige Aspekte innerhalb des Unternehmens und bei Ihren Produkten umsetzt.