



Lastenheft zur Einführung eines CRM-Systems beim Customer Service & Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)

*Grundlage zur Ausschreibung und Anbieterauswahl
unter Mitgliedsunternehmen und externen CRM-
Anbietern*

**Customer Service & Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)
Gertraudenstraße 20
10178 Berlin
Tel.: +49 30 206 13 28 - 0**

**Rückfragen zur Ausschreibung und zum Lastenheft sowie Ihre
Angebote richten Sie bitte ausschließlich an info@cc-verband.de.**

I) Projektkurzbeschreibung

Der Branchenverband Customer Service & Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV) plant die Einführung eines neuen CRM-Systems, um seine internen Abläufe und die Betreuung der Mitglieder zu optimieren. Hintergrund ist eine historisch gewachsene IT-Landschaft mit einem CRM (Sunrise CRM), das zentrale Anforderungen nicht mehr erfüllt. Durch ein modernes CRM sollen **digitale Effizienz**, bessere **Datenqualität** und **operative Skalierbarkeit** erreicht werden. Insbesondere sollen bislang isolierte Lösungen abgelöst und Medienbrüche in der Informationsverarbeitung eliminiert werden, damit der CCV effizienter arbeiten und seinen Mitgliedern einen zeitgemäßen Service bieten kann.

Projektziele: Das neue CRM-System konsolidiert die wichtigsten Prozesse der Mitgliederverwaltung und Verbandskommunikation auf einer Plattform. Es soll die **Mitgliederbetreuung verbessern** (z. B. durch personalisierte Ansprache und schnellere Auskunftsfähigkeit) und eine zentrale **Single Source of Truth** für Mitgliederdaten schaffen. Darüber hinaus steigert es die **Transparenz** über Aktivitäten und Kennzahlen, etwa durch integriertes Reporting, und unterstützt die strategische Weiterentwicklung des Verbands. Langfristig soll das CRM den CCV zukunftsfähig aufstellen und als digitales Rückgrat dienen, das mit den wachsenden Anforderungen der Verbandsarbeit mitwachsen kann.

Projektumfang und Besonderheiten: Der Anwendungsbereich des CRM ist klar umrissen: es handelt sich um eine **interne Lösung** für die CCV-Geschäftsstelle, den Vorstand und ausgewählte Ehrenamtliche. Externe Endnutzer oder Mitgliedsunternehmen erhalten **keinen direkten Zugang** zum System; ein öffentliches Mitgliederportal ist nicht Teil des Projekts. Stattdessen unterstützt das CRM die **vereinsinternen Prozesse** wie Mitgliederdatenpflege, Veranstaltungsmanagement, Kommunikation (Newsletter, E-Mails) und Aufgabensteuerung. Die unterschiedlichen Nutzergruppen (Hauptamtliche, Vorstände, weitere Ehrenamtliche) erhalten ein fein abgestuftes **Rollen- und Berechtigungskonzept**, damit jeder nur auf die für ihn relevanten Daten und Funktionen zugreifen kann. Ein zentrales Prinzip ist dabei die Einhaltung von **Datenschutz-Standards**: Das CRM wird vollständig DSGVO-konform konzipiert und betrieben. Personenbezogene Mitgliederdaten werden nur im nötigen Umfang gespeichert (Datenminimierung), Änderungen protokolliert und Betroffenenrechte (Auskunft, Löschung etc.) technisch unterstützt. Die Daten werden sicher (verschlüsselt) auf Servern in der EU gespeichert. Insgesamt fokussiert sich das Projekt auf die interne Optimierung der Verbandsarbeit des CCV unter Berücksichtigung der speziellen Mitgliederstruktur und der gesetzlichen Datenschutzerfordernungen.

II) Geplanter Ablauf (Zeitplan) – kann aufgrund von Projekterfordernissen angepasst werden

- 01.08.2025: Versand/Veröffentlichung der Ausschreibungsunterlagen für Anbieter, Start der Fragerunde
- 30.09.2025: Ende der Fragerunde für Bieter (Rückfragen zum Lastenheft)
- 17.10.2025: Einsendeschluss für Angebote
- 28.11.2025: Ende der Bieterpräsentationen und -verhandlungen (optional)
- 12.12.2025: Vergabeentscheidung und Zuschlag an ausgewählten Anbieter
- 31.12.2025: Vertragsunterzeichnung mit dem Anbieter
- 09.03.2026: Projekt-Kickoff und Start der Implementierungsphase
- 01.06.2026: Abschluss der Implementierung und interne Tests
- 29.06.2026: Ende Schulung der Anwender und Administratoren und Produktivbetrieb (Go-Live des CRM-Systems)

Kontakt für Rückfragen und Einreichung der Angebote

Rückfragen zur Ausschreibung und zum Lastenheft sowie Ihre Angebote richten Sie bitte ausschließlich an: info@cc-verband.de.

III) Lastenheft - Hauptteil

Inhalt

1.	Einleitung	6
1.1.	Auftraggeber und Hintergrund	6
1.2.	Ziel des Lastenhefts und Zielgruppe (Anbieter).....	6
1.3.	Rahmenbedingungen (Projektstart, Zeitplan, Compliance)	7
2.	Ausgangssituation (Ist-Zustand).....	9
2.1.	Derzeitige CRM-Lösung und Systemlandschaft	9
2.2.	Aktuelle Herausforderungen und Probleme	10
3.	Funktionale Anforderungen.....	12
3.1.	Mitglieder- und Kontaktverwaltung	12
3.2.	Veranstaltungs- und Teilnehmermanagement	13
3.3.	Kommunikations-Terminmanagement (E-Mail-, Kalender-Integration und Newsletter)	14
3.4.	Aufgaben- und Workflow-Management (Prozessautomatisierung).....	15
3.5.	Finanzen und Abrechnung (Mitgliedsbeiträge, Rechnungsstellung).....	15
3.6.	Reporting und Dashboard-Funktionen	16
3.7.	Datenmanagement und -qualität (Single Source of Truth)	17
3.8.	Schnittstellen zu externen Systemen.....	17
3.8.1.	Microsoft Outlook / Office 365	17
3.8.2.	DATEV (Finanzbuchhaltung)	18
3.8.3.	Evalanche (Newsletter-System).....	18
3.8.4.	Website / CMS (WordPress).....	19
3.9.	Benutzerverwaltung und Berechtigungskonzept	19
4.	Nicht-funktionale Anforderungen.....	20
4.1.	Benutzerfreundlichkeit und Usability	20
4.2.	Leistungsfähigkeit und Skalierbarkeit.....	20
4.3.	Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit	21
4.4.	Datenschutz (DSGVO-Konformität) und IT-Sicherheit	21
4.5.	Flexibilität und Zukunftsfähigkeit	22
5.	Technische Anforderungen	22
5.1.	Systemarchitektur und Technologie	23
5.2.	Betrieb, Hosting und Infrastruktur	23
5.3.	Schnittstellen und API-Verfügbarkeit (technische Integrationsvorgaben)	23
6.	Datenmigration und Altdatenmanagement	24

6.1.	Migrationsumfang und Datenquellen (Übernahme aus Sunrise CRM etc.)	24
6.2.	Altdatenbereinigung (Dubletten, Datenqualität)	25
6.3.	Archivierung und Aufbewahrungsfristen	26
7.	Ausschreibungsverfahren und Anbieterbewertung.....	27
7.1.	Ablauf und Zeitplan der Ausschreibung	27
7.2.	Anforderungen an die Angebotserstellung durch Anbieter	28
7.3.	Bewertungs- und Auswahlkriterien (funktional, technisch, wirtschaftlich)	29
8.	Anhang.....	31
8.1.	Glossar und Abkürzungsverzeichnis	31
8.2.	Abkürzungsverzeichnis	32

1. Einleitung

1.1. Auftraggeber und Hintergrund

Der Customer Service & Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV) ist der zentrale Branchenverband für Customer Service und Contact Center in Deutschland. Der Verband vereint Unternehmen aus unterschiedlichen Bereichen, von Inhouse-Servicestellen über externe Dienstleister bis hin zu Technologieanbietern, und agiert als Sprachrohr der Branche gegenüber Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Als Interessensvertretung, Impulsgeber und Vernetzungsplattform organisiert der CCV zahlreiche Veranstaltungen, Arbeitskreise und Publikationen und setzt sich aktiv für die Qualität und Innovationsfähigkeit im Kundendialog ein.

Mit zunehmender Professionalisierung und dem Anspruch, Mitglieder noch zielgerichteter zu betreuen, stehen Themen wie digitale Effizienz, Datenqualität und operative Skalierbarkeit immer stärker im Fokus der Geschäftsstelle. Diese Entwicklung trifft auf eine historisch gewachsene, aber mittlerweile limitierte Systemlandschaft. Das derzeit eingesetzte CRM-System (Sunrise CRM) bildet grundlegende Funktionen ab, unterstützt jedoch weder moderne Automatisierung, noch die zunehmende Komplexität und Vielfalt der Verbandsaktivitäten.

Aus dieser Ausgangslage heraus wurde beschlossen, die Ablösung des bisherigen Systems durch ein modernes CRM aktiv voranzutreiben. Ziel ist es, zentrale Prozesse zu konsolidieren, Medienbrüche zu eliminieren und eine Plattform zu etablieren, die sowohl operativ effizient als auch strategisch zukunftsfähig ist.

Das vorliegende Lastenheft wurde auf Grundlage eines strukturierten Anforderungsworkshops erstellt, der gemeinsam mit AI CONSULT durchgeführt wurde. Es bildet alle relevanten technischen, fachlichen und organisatorischen Anforderungen ab, die im Rahmen der Analyse gemeinsam mit den CCV-Fachvertreterinnen und -vertretern identifiziert wurden.

1.2. Ziel des Lastenhefts und Zielgruppe (Anbieter)

Ziel dieses Lastenhefts ist es, eine klare und strukturierte Entscheidungsgrundlage für die Auswahl und Ausschreibung eines neuen CRM-Systems zu schaffen. Es dient als Referenzdokument für interessierte Anbieter und potenzielle Implementierungspartner, die eine Lösung zur Verfügung stellen möchten, die in vollem Umfang auf die Bedarfe eines modernen, wachstumsorientierten Fachverbands zugeschnitten ist.

Das Lastenheft verfolgt drei wesentliche Zielsetzungen:

- Dokumentation der aktuellen Herausforderungen und Verbesserungspotenziale in der bestehenden Systemlandschaft
- Definition eines Zielbilds für das zukünftige CRM-System inklusive funktionaler, technischer und prozessualer Anforderungen

- Vorbereitung einer strukturierten Ausschreibung inklusive Bewertungskriterien, Rollenanforderungen und Use Cases

Es richtet sich vorrangig an Anbieter von Softwarelösungen, die in der Lage sind, die beschriebenen Anforderungen abzudecken.

Wichtig ist, dass Anbieter in der Lage sind, nicht nur Software zu liefern, sondern auch eine belastbare Implementierung und Begleitung des Veränderungsprozesses zu gewährleisten.

1.3. Rahmenbedingungen (Projektstart, Zeitplan, Compliance)

Projektzeitraum

Die Umsetzung des Projekts ist ab August 2025 vorgesehen. Die Auswahl des Anbieters soll auf Basis dieses Lastenhefts im Rahmen einer gezielten Ausschreibung unter Mitgliedsunternehmen und externen CRM-Anbietern erfolgen. Der operative Projektstart ist für März 2026 angesetzt. Ziel ist es, die Systemeinführung im Jahr 2026 abzuschließen.

Organisationsstruktur und Rollenverteilung

Die Einführung des neuen CRM-Systems erfolgt in enger Abstimmung mit der Geschäftsstelle des CCV. Dort liegt die operative Verantwortung für Konfiguration, Datenmigration, Schulung und künftige Nutzung. Der Vorstand begleitet das Projekt aus strategischer Perspektive. Auch Regionalleitungen und Arbeitskreisleitungen sollen perspektivisch eingebunden werden. Intern ist ein Projektteam benannt worden, das als zentrale Ansprechstelle fungiert. Externe Anbieter werden gebeten, ihrerseits ein Implementierungsteam mit klarem Lead und Ansprechpartnerstruktur zu benennen, das über methodische, technologische und soziale Kompetenz verfügt.

Nutzungskontext und Zielbild

Das neue CRM-System ist als digitales Rückgrat der CCV-Geschäftsstelle und ihrer operativen Prozesse konzipiert. Es konsolidiert die wichtigsten Prozesse der Mitgliederverwaltung und Verbandskommunikation auf einer Plattform. Dadurch sollen Medienbrüche beseitigt und bislang isolierte Lösungen abgelöst werden, um effizienter arbeiten und den Mitgliedern einen zeitgemäßen Service bieten zu können. Das System wird mit gängigen Tools vernetzt (z. B. E-Mail, Finanzbuchhaltung, Newsletter), um einen durchgängigen Informationsfluss sicherzustellen. Die wichtigsten angestrebten **Projektziele** dabei sind:

- **Steigerung der Nutzerfreundlichkeit:** Intuitive, leicht erlernbare Oberfläche, damit das Team das System gerne annimmt und konsequent nutzt (höhere Akzeptanz und Datenqualität).
- **Automatisierung und Effizienzgewinn:** Reduktion manueller Aufwände und Überführung zeitaufwändiger Routineaufgaben in automatisierte Workflows.

- **Verbessertes Reporting und Transparenz:** Jederzeit aktuelle Auswertungen und Kennzahlen auf Knopfdruck; Dashboards für Vorstand und Team fördern eine datengetriebene Entscheidungsfindung.
- **Zentrale Datenbasis und bessere Datenqualität:** Alle Informationen werden in einem zentralen System gepflegt (Single Source of Truth), Dubletten und Inkonsistenzen werden vermieden, Änderungen sind nachvollziehbar.
- **Optimierte Mitgliederbetreuung und -bindung:** Individuellere, schnellere Ansprache und Betreuung der Mitglieder durch vollständige Informationssicht; professioneller Außenauftritt steigert Zufriedenheit und Vertrauen.

Nutzergruppen: Das CRM soll von folgenden Haupt-Nutzergruppen verwendet werden:

- Geschäftsstelle (mit Vollzugriff auf alle Module und Funktionen)
- Vorstand (mit Leserechten z.B. auf ausgewählte Dashboards, Mitgliedsverzeichnisse und Auswertungen)
- Ehrenamtliche (z. B. Regionalleitungen und Arbeitskreisleitungen) mit selektivem Einblick in Teilnehmerlisten oder Mitgliederinformationen
- Eventuell: Externe Stakeholder (z. B. Sponsoren) nur im Rahmen individualisierter, explizit freigegebener Dashboards

Eine externe Nutzung durch ausgelagerte Strukturen ist nicht vorgesehen.

Es wird vorausgesetzt, dass ein rollenbasiertes Rechtekonzept sowie eine klare Aufgabensteuerung im System abbildbar sind. Automatisierungen, Workflows und wiederkehrende Prozesse sollen flexibel konfigurierbar und nachvollziehbar dokumentiert sein.

Geltungsbereich, Datenschutz und Compliance:

Der Anwendungsbereich des neuen CRM-Systems ist auf die internen Prozesse des CCV beschränkt, externe Systeme werden angebunden, aber nicht ersetzt. Ein zentrales Prinzip ist die uneingeschränkte Einhaltung von Datenschutz-Standards: Das CRM wird vollständig DSGVO-konform konzipiert und betrieben. Personenbezogene Daten der Mitglieder werden nur im nötigen Umfang gespeichert (Datenminimierung), Änderungen protokolliert, und Betroffenenrechte (Auskunft, Löschung etc.) werden technisch unterstützt. Die Daten werden sicher (verschlüsselt) auf Servern in der EU gehostet. Insgesamt fokussiert sich das Projekt auf die **interne Optimierung** der Verbandsarbeit des CCV unter Berücksichtigung der speziellen Mitgliederstruktur und der gesetzlichen Datenschutzerfordernungen.

Anbieter müssen sicherstellen, dass ihre Lösung:

- vollständig DSGVO-konform betrieben wird

- Hosting und Datenverarbeitung innerhalb der EU erfolgt oder ein gleichwertiger Standard gemäß Data Privacy Framework vorliegt
- Datenschutzfunktionen wie Löschfristen, Einwilligungen und Zugriffsbeschränkungen im System verfügbar und konfigurierbar sind

2. Ausgangssituation (Ist-Zustand)

2.1. Derzeitige CRM-Lösung und Systemlandschaft

Derzeit nutzt der CCV eine historisch gewachsene Kombination aus einem bestehenden CRM-System (*Sunrise CRM*) und diversen ergänzenden Tools, die jeweils Teilbereiche der Verbandsarbeit abdecken. Es bestehen kaum automatisierte Schnittstellen, was zu Medienbrüchen, hohem manuellem Aufwand, Dateninkonsistenzen und eingeschränkter Transparenz führt. Die folgende Übersicht zeigt die zentralen Systeme, ihre aktuelle Nutzung sowie typische Probleme und Auswirkungen:

WSystem	Nutzung im Verband	Interaktion mit CRM	Probleme und Auswirkungen
Sunrise CRM	Mitgliederverwaltung, Kontakte, teils Kommunikation	Kein Schnittstellenbetrieb	Isolierte Lösung, keine Automatisierung, keine Aufgabenverwaltung, keine Integration externer Datenquellen
Outlook	E-Mail-Kommunikation, Kalender, persönliche To-dos	Keine direkte Integration	Kein automatischer Mail-Import, Kontaktverläufe nicht einsehbar, keine zentrale Terminübersicht
Excel	Adresslisten, Beitragstabellen, Event-Listen, Datenexporte	Daten aus/ins CRM manuell	Doppelte Datenhaltung, hoher Pflegeaufwand, potenzielle Fehlerquellen, Silostruktur
Evalanche	Versand von Newslettern, Verwaltung von Opt-ins und Verteilern	Kein automatischer Abgleich	Opt-outs müssen händisch gepflegt werden, hoher Aufwand, fehleranfällig
DATEV	Finanzbuchhaltung, Beitragserstellung, Rechnungsversand	Keine Synchronisation	Keine Rückmeldung über Zahlungseingänge im CRM, kein Mahnwesen im System, keine Beitragsübersicht
WordPress	Webseite, Eventanmeldungen, Ausschreibungen, Kontaktformulare	Keine Schnittstelle	Formulardaten landen per Mail, müssen manuell übertragen werden, fehleranfällig, keine automatisierten Workflows
Zoom	Durchführung von Online-Events, Gremiensitzungen	Keine CRM-Anbindung	Keine automatisierte Übernahme von Teilnehmerdaten ins CRM
Monday.com	Aufgabenverwaltung, Event-Organisation, Mahnwesen, Mitglieder-Onboarding	Eigenständiges System, keine Integration	Keine Verknüpfung mit CRM-Daten, parallele Datenpflege, Aufgabenstatus im CRM nicht nachvollziehbar

Darüber hinaus laufen wichtige Abläufe derzeit nicht durchgängig in einem System, sondern erfordern manuelle Zwischenschritte mit mehreren Tools. Beispiele für bisherige Prozessabläufe und deren Probleme:

Prozess	Bisheriger Ablauf	Systeme	Probleme
Mitgliederaufnahme	Onlineformular → E-Mail → händischer Eintrag in CRM → manuelle Rechnung in DATEV	WordPress, Outlook, Sunrise, DATEV	Kein durchgängiger Workflow, manuelle Übergaben
Newsletter-Versand	CRM-Export → Excel → Evalanche → Versand → Opt-outs per Excel zurück ins CRM	Sunrise, Excel, Evalanche	Hoher Aufwand, fehleranfällig

Rechnungsstellung & Mahnwesen	CRM/Excel → DATEV → manuelle Erfassung in Monday zur Überwachung → ggf. Mahnung per Outlook	Sunrise, Excel, DATEV, Monday, Outlook	Kein Zahlungsstatus im CRM, keine Automatisierung,
Veranstaltungsmanagement (digital)	Anmeldung über Website → E-Mail → manuelle Übertragung ins CRM → Zoom-Link separat verschickt	WordPress, Outlook, Zoom, Sunrise	Keine Teilnahmekontrolle im CRM, keine automatische Bestätigung

Auswirkungen auf den Verbandsalltag

Die oben skizzierten Defizite führen zu mehreren übergreifenden Problemen:

- **Keine zentrale Datenbasis:** Informationen liegen verstreut in verschiedenen Systemen; Änderungen müssen mehrfach gepflegt werden.
- **Hoher manueller Aufwand:** Viele Schritte erfordern Exportieren, Importieren oder Abgleichen von Daten statt durchgängiger Prozesse.
- **Transparenzverlust:** Es gibt keine einheitliche Sicht auf Kontakte, Rechnungsstatus oder Event-Teilnahmen; aktuelle Kennzahlen sind nur mühsam zu ermitteln.
- **Fehleranfälligkeit:** Inkonsistenzen zwischen Systemen, Dubletten und fehlende Synchronisation führen zu vermehrten Fehlern.
- **Wachstumshürde:** Eine Skalierung der Verbandsaktivitäten ist ohne zusätzlichen personellen Aufwand kaum möglich.

2.2. Aktuelle Herausforderungen und Probleme

Der CCV sieht sich in der aktuellen Arbeitsweise seines Mitgliederdatenmanagements und der damit verbundenen Prozesse mit mehreren Herausforderungen konfrontiert. Besonders auffällig sind dabei die bereits erwähnten **Medienbrüche in der Informationsverarbeitung**, ein **hoher manueller Aufwand** in vielen Vorgängen, eine **dezentrale und redundante Datenhaltung**, **fehlende automatische Abläufe** sowie eine insgesamt **begrenzte Transparenz** über Daten und Aktivitäten. Im Folgenden werden diese Punkte näher erläutert:

- **Medienbrüche und fehlende Systemintegration:** Gegenwärtig existieren Brüche zwischen den eingesetzten Medien und Systemen. Wichtige Informationen müssen oft manuell von einem System oder Format in ein anderes übertragen werden (z. B. Übernahme von Webformular-Anmeldungen in das CRM oder manuelles Zusammenführen von E-Mails mit Kontaktdaten). Diese fehlende Integration führt nicht nur zu Mehrarbeit, sondern birgt auch ein erhöhtes Fehlerrisiko, da Daten leicht unvollständig übertragen oder falsch eingetragen werden können. Medienbrüche verlangsamen die Arbeitsprozesse spürbar und erschweren einen reibungslosen Informationsfluss im Verband.

- **Manuelle Prozesse und hoher Arbeitsaufwand:** Viele Abläufe in der Geschäftsstelle werden derzeit mangels unterstützender Software manuell durchgeführt. Mitgliedsdaten werden etwa in Excel-Tabellen gepflegt, Serien-E-Mails individuell erstellt und Auswertungen händisch zusammengestellt. Solche zeitaufwändigen Routinearbeiten binden personelle Ressourcen und sind fehleranfällig. Wiederkehrende Aufgaben, z. B. der jährliche Versand von Beitragsrechnungen oder das Führen von Teilnehmerlisten, erfordern jedes Mal erheblichen manuellen Aufwand. Dadurch verbringen Mitarbeitende viel Zeit mit administrativen Aufgaben, die bei besserer Systemunterstützung effizienter oder automatisiert erledigt werden könnten.
- **Dezentrale und redundante Datenhaltung:** Aktuell werden relevante Daten nicht in einem zentralen System vorgehalten, sondern verteilt auf verschiedene Insellösungen, Dateien und persönliche Ablagen. Mitgliederinformationen, Kontaktlisten, Veranstaltungsdaten und Kommunikationshistorien liegen beispielsweise teils in separaten Excel-Dateien oder E-Mail-Postfächern vor. Diese dezentrale Datenhaltung führt zu Redundanzen und Inkonsistenzen, unterschiedliche Versionen derselben Information können an verschiedenen Orten existieren. Zudem ist es schwierig, den aktuellen Datenstand zu einem Mitglied oder Vorgang zu ermitteln, wenn Informationen verstreut sind. Im schlimmsten Fall gehen wichtige Informationen verloren oder bleiben unentdeckt, weil sie nicht zentral verfügbar sind. Die fehlende zentrale Datenbasis erschwert die Zusammenarbeit und führt zu Verzögerungen, wenn z. B. Abstimmungen notwendig sind oder Auskünfte eingeholt werden müssen.
- **Fehlende Automatisierung:** Eng verknüpft mit den manuellen Prozessen ist das Fehlen automatischer Abläufe im aktuellen Setup. Es gibt kaum Workflows oder systemgestützte Routineprozesse, praktisch jeder Schritt muss von Mitarbeitenden initiiert und ausgeführt werden. Ohne Automatisierung erfolgen z. B. Erinnerungen an ausstehende Aufgaben (wie die Nachverfolgung von Mitgliedsanträgen oder das Nachfassen bei Interessenten) nur, wenn einzelne Personen daran denken und sie manuell anstoßen. Das erhöht die Abhängigkeit von individueller Sorgfalt und führt leicht dazu, dass wiederkehrende Aufgaben übersehen oder verspätet erledigt werden. Insgesamt bleiben Potenziale zur Entlastung der Mitarbeiter ungenutzt, da das System keine Routineaufgaben übernehmen kann.
- **Begrenzte Transparenz und Reporting:** Aufgrund der verteilten Daten und fehlenden zentralen Auswertungstools sind zahlreiche manuelle Schritte erforderlich, um einen aktuellen, transparenten Überblick zu erhalten. Es ist derzeit schwierig, auf Knopfdruck aussagekräftige Berichte zu generieren. Das Reporting erfolgt meist durch Zusammenführen verschiedener Quellen, was zeitaufwendig ist und selten in Echtzeit passieren kann. Für den Vorstand bedeutet dies, dass wichtige Kennzahlen und Übersichten nicht jederzeit aktuell abrufbar sind. Entscheidungen können so nicht immer auf vollständigen und aktuellen Informationen basieren. Zudem fehlt dem Team

ein einheitlicher Blick auf Mitglieder und Aktivitäten, was die Transparenz und die Kommunikationsmöglichkeiten zwischen Geschäftsstelle, Vorstand und Ehrenamtlichen einschränkt.

- **Fehlende Vertriebsunterstützung (Sponsoring):** Derzeit verfügt der CCV über keinen CRM-gestützten Vertriebsprozess. Es fehlt eine systematische, und wo möglich automatisierte, Bearbeitung von Interessenten, um neue Mitglieder zu gewinnen (z. B. Nachverfolgung von Interessenten nach Veranstaltungen, Nachfassen bei Newsletter-Abonnenten oder aktive Ansprache bestimmter Branchengruppen). Auch das Sponsoring-Management, also die Akquise und Betreuung von Sponsoren, findet außerhalb des CRM-Systems statt. Dadurch fehlen im CRM wichtige Informationen und Workflows in diesem Bereich. Potenzielle Sponsoren und Sponsoring-Vereinbarungen können nicht zentral nachverfolgt werden, was zu geringer Transparenz und Effizienzverlusten führt. Ein integriertes Sponsoring-Modul im neuen CRM soll künftig sicherstellen, dass auch dieser Aspekt zentral gesteuert werden kann.

Zusammenfassend führen diese Herausforderungen dazu, dass die aktuellen Arbeitsprozesse ineffizient und fehleranfällig sind. Der Mangel an einer integrierten CRM-Lösung hemmt die Fähigkeit des Verbands, schnell und fundiert auf Informationen zuzugreifen, Mitglieder optimal zu betreuen und interne Abläufe schlank zu halten. Diese Ausgangssituation macht deutlich, warum ein neues zentrales CRM-System benötigt wird, das Medienbrüche beseitigt, manuelle Arbeitsschritte reduziert und für mehr Überblick sorgt.

3. Funktionale Anforderungen

3.1. Mitglieder- und Kontaktverwaltung

Das CRM-System soll eine zentrale **Mitglieder- und Kontaktverwaltung** bereitstellen, in der alle Informationen zu Mitgliedern und deren Ansprechpartnern erfasst und gepflegt werden können. Das System soll Stammdaten zu Mitgliedern (Adresse, Kontaktdaten, Mitgliedsart, Branche, ggf. Unternehmensgröße, Eintrittsdatum etc.) übersichtlich vorhalten. Dabei müssen der aktuelle Mitgliedsstatus (aktiv, inaktiv, ausgetreten etc.) und die Historie der Mitgliedschaft (Eintrittsdatum und ggf. Austrittsdatum) pro Mitglied hinterlegt werden können. Zusätzlich müssen Felder wie Branche, Funktion im Verband (z. B. Regionalleiter, Vorstand), Sponsoringstatus und Opt-Ins (z. B. Themeninteresse, Postversand, Newsletter) gepflegt und auswertbar sein.

Die Branche des Mitgliedsunternehmens sowie, falls relevant, die Größenklasse des Unternehmens sind als Pflichtangaben zu erfassen, um segmentierte Auswertungen (z. B. nach Branche oder Größe) zu ermöglichen.

Zudem sollen **Beziehungen zwischen Mitgliedern und Kontakten** (z. B. welcher Ansprechpartner zu welchem Mitgliedsunternehmen gehört) im System abgebildet werden, um eine 360°-Sicht auf jedes Mitglied zu ermöglichen. Die Kontaktverwaltung muss Funktionen zur **effizienten Suche, Filterung und Dublettenprüfung** bieten, um die Datenqualität sicherzustellen.

Anforderungen im Überblick:

- **Zentrale Datenhaltung:** Alle Mitgliederdaten und Kontaktinformationen werden an einer Stelle zentral im CRM geführt (Single Source of Truth).
- **Mitgliederorganisation und Kontakte:** Verwaltung von Mitgliedsunternehmen und deren Ansprechpersonen mit vollständigen Adress- und Kontaktdaten.
- **Mitgliedschaftsdetails:** Erfassung von Mitgliedschaftsbeginn, -dauer, Statuswechseln und Austrittsinformationen pro Mitglied.
- **Beziehungsmanagement:** Verknüpfung von Kontakten mit ihren Organisationen und Rollen (z. B. Primärer Ansprechpartner, Rechnungskontakt)
- **Dublettenprüfung:** Automatische Erkennung und Vermeidung von Dubletten bei Neuanlage oder Import von Kontakten.

3.2. Veranstaltungs- und Teilnehmermanagement

Für die Planung und Durchführung von Events soll das CRM ein **Veranstaltungs- und Teilnehmermanagement** bieten. Veranstaltungen (wie z. B. Mitgliederversammlungen, Fachtagungen, Webinare) können im System angelegt und mit Details wie Datum, Ort, Beschreibung und zuständigem Veranstalter versehen werden. Zu jeder Veranstaltung soll eine **Teilnehmerliste** geführt werden, in der Anmeldungen der Mitglieder bzw. Teilnehmer erfasst und deren Status (angemeldet, bestätigt, abgesagt etc.) nachvollziehbar ist. Das CRM soll an ein externes **Ticketsystem (z.B. pretix)** angebunden werden können. Das System muss die Möglichkeit bieten, **Einladungen und Veranstaltungsinformationen direkt per E-Mail** an ausgewählte Kontakte zu versenden, sowie Anmeldungen über **Online-Formulare** automatisch ins CRM zu übernehmen (siehe Schnittstelle Website). Nach Durchführung einer Veranstaltung sollen die Teilnahme und ggf. No-Shows der jeweiligen Mitglieder im CRM dokumentiert sein, um die Veranstaltungs-Historie pro Mitglied nachvollziehen zu können.

Anforderungen im Überblick:

- **Event-Erstellung:** Anlage von Veranstaltungen mit allen relevanten Daten (Titel, Termin, Ort, Beschreibung) im CRM.
- **Teilnehmermanagement:** Verwaltung der angemeldeten Teilnehmer je Event inkl. Status (angemeldet/abgesagt/teilgenommen).

- **Einladungsversand:** Versand von Einladungen und Informationen zu Veranstaltungen direkt aus dem CRM an ausgewählte Verteiler
- **Online-Anmeldung:** Integration von Web-Formularen für Event-Anmeldungen, sodass Registrierungen automatisch im CRM erfasst werden.
- **Teilnahmedokumentation:** Historisierung der Teilnahme jedes Mitglieds an Veranstaltungen zur Nachverfolgung (wer hat wann an welchem Event teilgenommen).

3.3. Kommunikations-Terminmanagement (E-Mail-, Kalender-Integration und Newsletter)

Das CRM-System soll als zentrales **Kommunikationsmanagement** dienen und insbesondere die E-Mail-Kommunikation sowie den Newsletter-Versand unterstützen. Dazu ist eine nahtlose Integration mit dem bestehenden E-Mail-System (*Microsoft Outlook/Office 365*) erforderlich, um E-Mails direkt aus dem CRM heraus versenden und eingehende E-Mails den richtigen Kontakten zuordnen zu können. Wichtige E-Mail-Konversationen mit Mitgliedern sollen in der Kontakt-Historie im CRM einsehbar sein. Es muss möglich sein, **Newsletter** oder Rundschreiben entweder direkt im CRM oder über ein angebundenes System (wie Evalanche) zu versenden. Das CRM muss **Verteiler** (Zielgruppen-Segmente) definieren können und die Empfängerdaten an das Newsletter-System übertragen, um Mailings zielgerichtet an Mitglieder zu versenden. Abmeldungen oder Änderungen (Opt-outs, geänderte Kontaktdaten) sollen vom Newsletter-System zurück ins CRM gespielt werden, damit die Mitgliederdaten konsistent und aktuell bleiben.

Anforderungen im Überblick:

- **E-Mail-Integration:** Möglichkeit, E-Mails direkt im CRM zu erstellen und zu versenden sowie E-Mails aus Outlook ins CRM zu übernehmen. Automatische Zuordnung von E-Mails zu Kontakten im CRM zur lückenlosen Kommunikationshistorie.
- **Kalender-Integration von Teammitgliedern:** Individueller Kalender sollte für alle anderen Teammitglieder freigeschaltet werden können.
- **Newsletter-Versand:** Verwaltung von Verteilerlisten (Segmenten) im CRM und automatisierter Export der Empfänger an das Newsletter-Tool (falls das CRM keinen integrierten Newsletterversand bietet).
- **Rückläufer-Management:** Verarbeitung von Newsletter-Abmeldungen und -Bounces aus dem Newsletter-System zurück im CRM, um Kontaktinformationen (Opt-In/Opt-Out) zu aktualisieren.
- **Vorlagen und Personalisierung:** Nutzung von E-Mail-Vorlagen und personalisierten Serienmails für die Kommunikation mit Mitgliedern direkt aus dem CRM.

- **Themenbezogene Kommunikation:** Möglichkeit, Vorgänge/Projekte (Themen) zu definieren und Nachrichten zuzuordnen, sodass ein- und ausgehende Nachrichten thematisch verknüpft und leichter auffindbar sind.

3.4. Aufgaben- und Workflow-Management (Prozessautomatisierung)

Zur Unterstützung der internen Abläufe soll das CRM ein **Aufgaben- und Workflow-Management** bereitstellen. Nutzer sollen Aufgaben erstellen, zuweisen und terminieren können, z. B. zur Nachverfolgung von Mitgliederanfragen oder als Wiedervorlage für anstehende Gespräche. Eine Erinnerungsfunktion (Benachrichtigung per E-Mail oder im System) stellt sicher, dass keine wichtigen To-dos vergessen werden. Darüber hinaus müssen **Workflows konfigurierbar** sein, um wiederkehrende Prozesse zu automatisieren. Beispielsweise soll beim Eintritt eines neuen Mitglieds automatisch ein definierter Prozess starten (Willkommens-E-Mail versenden, Aufgabe für Begrüßungsanruf erstellen etc.). Auch für die Bearbeitung von Mitgliedsaustritten oder den jährlichen Versand von Mitgliedsbeitragsrechnungen können Workflows hinterlegt werden, sodass diese Abläufe einheitlich und effizient ablaufen.

Anforderungen im Überblick:

- **Aufgabenverwaltung:** Erstellung und Zuweisung von Aufgaben an Benutzer mit Fälligkeitsdatum und Priorität; Übersicht für das Team über offene, erledigte und überfällige Aufgaben im CRM.
- **Erinnerungsfunktionen:** Automatische Benachrichtigungen bei bevorstehenden oder überfälligen Aufgaben (Popup im CRM oder E-Mail-Benachrichtigung).
- **Workflow-Automatisierung:** Konfigurierbare Workflows zur Automatisierung wiederkehrender Prozesse (z. B. Onboarding neuer Mitglieder oder jährliche Beitragserhebung).
- **Trigger und Aktionen:** Möglichkeit, Ereignisse (Trigger) im System festzulegen, die bestimmte Aktionen auslösen (z. B. Versand einer E-Mail, Erstellung einer Aufgabe).

3.5. Finanzen und Abrechnung (Mitgliedsbeiträge, Rechnungsstellung)

Das CRM-System muss funktionale Unterstützung für **Finanzen und Abrechnung** im Rahmen der Mitgliedsverwaltung bieten. Insbesondere soll die Verwaltung der jährlichen Mitgliedsbeiträge im System erfolgen. Für jedes Mitglied wird ein Beitragssatz hinterlegt, der sich aus der Mitgliedskategorie bzw. Unternehmensgröße ableitet. **Rechnungen** können (weiterhin) in der Finanzbuchhaltung (DATEV) erstellt werden, jedoch sollen relevante Angaben (Rechnungsnummer, Beträge, Fälligkeiten) im CRM verfügbar sein. Zahlungseingänge werden im CRM erfasst bzw. aus der Finanzbuchhaltung zurückgemeldet, sodass der Beitragsstatus jedes Mitglieds (bezahlt/offen) jederzeit einsehbar ist. Offene Posten und Mahnstufen sollten im System sichtbar sein, um bei Bedarf Mahnungen auszulösen.

Anforderungen im Überblick:

- **Beitragsverwaltung:** Hinterlegung des Mitgliedsbeitrags pro Mitglied und automatisches Aktualisieren bei Änderung der Mitgliedskategorie.
- **Zahlungstracking:** Erfassung von Zahlungseingängen zu Rechnungen im CRM und Kennzeichnung bezahlter vs. offener Beträge je Mitglied.
- **Mahnwesen:** Unterstützung bei der Verfolgung überfälliger Zahlungen und Erstellung von Mahnungen im System.
- **Finanz-Schnittstelle:** Möglichkeit zum Export/Übergabe der Abrechnungsdaten an das Finanzbuchhaltungssystem (siehe Schnittstelle DATEV).

3.6. Reporting und Dashboard-Funktionen

Das CRM-System soll umfangreiche **Reporting- und Dashboard-Funktionen** bereitstellen, um dem CCV aussagekräftige Auswertungen und Kennzahlen zur Verfügung zu stellen. Benutzer sollen vorgefertigte **Standardberichte** abrufen können, z. B. zur Anzahl der Mitglieder, zu Neuzugängen und Abgängen in bestimmten Zeiträumen, zu Zahlungseingängen, Teilnahmequoten an Veranstaltungen usw. Darüber hinaus muss es möglich sein, **individuelle Auswertungen** zu erstellen, bei denen Nutzer selbst Filter und Gruppierungen (etwa nach Region, Branche, Mitgliedsart) festlegen können.

Die Ergebnisse sollen in übersichtlicher Form dargestellt und bei Bedarf als Tabelle oder Grafik exportierbar sein (z. B. nach Excel). Ergänzend zu Berichten sollen **Dashboards** im CRM konfigurierbar sein, die wichtige Kennzahlen und Trends auf einen Blick visualisieren. Beispielsweise könnte ein Dashboard aktuelle Mitgliedszahlen, überfällige Aufgaben, bevorstehende Veranstaltungen und Finanzkennzahlen (Beitragszahlungen) in Echtzeit anzeigen. Diese Dashboards sollten für verschiedene Benutzerrollen anpassbar sein (z. B. ein Finanz-Dashboard, ein Mitgliederbetreuungs-Dashboard). Darüber hinaus sollen spezifische Dashboards für verschiedene Nutzergruppen eingerichtet werden können, z. B. für Vorstand oder Regionalleitungen, mit den für sie relevanten KPIs (Mitgliederentwicklung nach Region, Veranstaltungsbeteiligung, Zahlungseingänge etc.). Diese Dashboards enthalten u. a. Mitgliederentwicklung nach Region, Veranstaltungsbeteiligung, Zahlungseingänge sowie konfigurierbare Filter für Ad-hoc-Analysen (z. B. No-Show-Raten oder Responsequoten).

Anforderungen im Überblick:

- **Standardberichte:** Vorgefertigte Berichte zu Kernkennzahlen (Mitgliederstatistik, Finanzübersicht, Eventteilnahmen etc.) auf Abruf.
- **Ad-hoc-Analyse:** Flexible Abfragemöglichkeiten mit frei wählbaren Filtern und Gruppierungen, um eigene Berichte zu erstellen.
- **Exportfunktionen:** Möglichkeit, Reportdaten in gängigen Formaten (Excel, PDF) zu exportieren für weitere Verwendung.

- **Visualisierte Dashboards:** Grafische Dashboards mit Echtzeit-Anzeigen wichtiger KPIs, individuell konfigurierbar je nach Nutzerrolle.

3.7. Datenmanagement und -qualität (Single Source of Truth)

Das CRM soll als **zentrale Datenquelle** für alle Mitgliederdaten fungieren. Alle relevanten Daten (Mitgliederstammdaten, Kommunikationshistorie, Veranstaltungs- und Abrechnungsinformationen) werden konsistent im CRM gehalten, sodass **Doppelarbeiten und Informationsinseln** vermieden werden. Um die Datenqualität hoch zu halten, muss das System Mechanismen zur **Plausibilitätsprüfung** und **Datenbereinigung** bieten. Beispielsweise sollen Dubletten von Kontakten oder Unternehmen vom System erkannt und zusammengeführt werden können. **Pflichtfelder** und definierte Wertebereiche (z. B. für Postleitzahlen) stellen sicher, dass Datensätze vollständig und valide sind. Änderungen an Datensätzen (z. B. Adressänderungen, Statuswechsel) sollten zur Nachvollziehbarkeit protokolliert werden (Änderungshistorie). Insgesamt ist sicherzustellen, dass das CRM die einzige führende Quelle für Mitgliederinformationen ist und andere Systeme nur noch von dort gespeist werden (statt umgekehrt).

Anforderungen im Überblick:

- **Zentralisierung:** Vermeidung von mehrfacher Datenhaltung, das CRM enthält alle Mitgliedsinformationen und speist bei Bedarf andere Systeme.
- **Dublettenprüfung:** Integrierte Funktionen zum Finden und Zusammenführen von doppelten Kontakten/Firmen.
- **Validierung:** Einrichtung von Pflichtfeldern und automatischen Plausibilitätschecks, um Eingabefehler zu reduzieren.
- **Änderungshistorie:** Protokollierung von Änderungen an wichtigen Feldern, um nachvollziehen zu können, wer wann was geändert hat.

3.8. Schnittstellen zu externen Systemen

Um **Dateninseln** zu vermeiden und bestehende Tools weiter nutzen zu können, muss das CRM über Schnittstellen zu den wichtigsten externen Systemen des CCV verfügen. Im Anforderungsworkshop wurden folgende Integrationen identifiziert, um einen reibungslosen Informationsfluss sicherzustellen:

3.8.1. Microsoft Outlook / Office 365

Die E-Mail- und Kalenderintegration ist essenziell. Das CRM soll sich mit Outlook verbinden, um E-Mails, Kontakte und Termine zu synchronisieren. Eingehende und ausgehende E-Mails an Mitglieder sollen automatisch im CRM dem jeweiligen Kontakt zugeordnet werden. Es soll möglich sein, Kontakte im CRM so zu markieren, dass sie ins Outlook-Adressbuch übernommen oder von dort aktualisiert werden. Kalendertermine, die im CRM erstellt werden (z. B. Verbandsmeetings), sollten optional in den persönlichen Outlook-Kalender der

beteiligten Mitarbeiter eingetragen werden können. So arbeiten Mitarbeiter stets mit aktuellen Informationen, ohne doppelt pflegen zu müssen.

Wesentliche Aspekte:

- **E-Mail-Synchronisation:** Automatische Erfassung von ein- und ausgehenden Mitglieds-E-Mails aus Outlook im CRM (für vollständige Korrespondenz-Historie).
- **Kontaktgleich:** Abgleich von Kontaktdaten zwischen CRM und Outlook (z. B. Übernahme neu angelegter Kontakte).
- **Kalenderintegration:** Möglichkeit, CRM-Termine mit den persönlichen Outlook-Kalendern der Benutzer zu synchronisieren.

3.8.2. DATEV (Finanzbuchhaltung)

Für die Finanzbuchhaltung des Verbands ist eine Schnittstelle zu **DATEV** bereitzustellen. Das CRM muss relevante Abrechnungsdaten (Mitgliedsbeiträge, Rechnungen, Zahlungen) in einem geeigneten Format an DATEV exportieren können, damit die Buchhaltung ohne manuelle Zwischenschritte erfolgen kann. Insbesondere sollen Informationen zu Mitgliedsbeitrags-Rechnungen (Rechnungsbeträge, Mitgliedsreferenzen etc.) aus dem CRM an das Finanzsystem übergeben werden. Ebenso wichtig ist der Import von **Zahlungsinformationen zurück ins CRM:** Wenn im Finanzsystem ein Zahlungseingang verbucht wird, soll dieser dem entsprechenden Mitglied und der offenen Rechnung im CRM zugeordnet und dort als bezahlt markiert werden. Die Schnittstelle kann über den Export/Import von DATEV-kompatiblen Buchungstapeln oder über eine direkte API-Anbindung realisiert werden. Wichtig ist, dass die Datenübertragung sicher, vollständig und möglichst automatisiert abläuft, um den Aufwand in der Buchhaltung zu minimieren.

Wesentliche Aspekte:

- **Zahlungsabgleich:** Rückübertragung von Zahlungsinformationen (Zahlungseingang, Datum, Betrag) von DATEV ins CRM zur Aktualisierung des Beitragsstatus.
- **Automatisierung:** Möglichst automatische, regelmäßige Synchronisation, um manuelle Exporte/Importe zu reduzieren.

3.8.3. Evalanche (Newsletter-System)

Hinweis: Diese Schnittstelle ist nur relevant, falls das neue CRM keinen eigenen Newsletterversand bietet.

Der CCV nutzt bereits die Software Evalanche für Mailings. Das CRM soll daher eine Schnittstelle bereitstellen, damit das CRM die **einzige Datenquelle** für Verteiler und Kontakte bleibt. Konkret sollen definierte Empfängerlisten oder Segmentierungen aus dem CRM nach Evalanche synchronisiert werden, um Newsletter-Kampagnen dort auszuführen. Umgekehrt müssen Ergebnisse der Mailings zurückfließen: Abmeldungen (Opt-outs) oder unzustellbare E-Mails (Bounces) sollen von Evalanche ans CRM gemeldet werden, damit die

Kontaktinformationen im CRM entsprechend aktualisiert werden. Die Schnittstelle soll sicherstellen, dass Newsletter über Evalanche versendet werden können, ohne Kontakte außerhalb des CRM doppelt pflegen zu müssen.

Wesentliche Aspekte:

- **Kontaktlisten-Export:** Übertragung von im CRM gepflegten Verteilerlisten (Mitglieder-/Interessentensegmente) an Evalanche für den Newsletterversand.
- **Opt-In/Opt-Out-Abgleich:** Synchronisation von Newsletter-Anmeldungen und -Abmeldungen zwischen Evalanche und CRM, um den aktuellen Kommunikationsstatus im CRM zu haben.
- **Datenkonsistenz:** Änderungen an Kontaktdaten (z. B. E-Mail-Adressen) im CRM werden automatisch an Evalanche weitergegeben (und umgekehrt), um konsistente Daten zu gewährleisten.

3.8.4. Website / CMS (WordPress)

Die CCV-Website (WordPress) soll mit dem CRM verknüpft werden, um manuelle Datenübernahmen zu reduzieren. Insbesondere sollen **Online-Formulare** auf der Website (z. B. Beitrittsanträge für neue Mitglieder oder Event-Anmeldungen) direkt an das CRM angebunden sein. Wenn sich ein Interessent über die Website als Mitglied anmeldet oder für eine Veranstaltung registriert, sollen die eingegebenen Daten automatisch im CRM als neuer Kontakt bzw. Teilnehmer erfasst werden. (Dabei kann ggf. ein externes Ticketsystem für Events zwischengeschaltet sein.) Auch Änderungen, die Mitglieder ggf. in einem geschützten Bereich der Website an ihren Daten vornehmen, sollten ins CRM übernommen werden, damit die Daten synchron bleiben. Primär geht es um die Formular-Schnittstellen, damit keine Anmeldungen oder Anträge verloren gehen und Daten zeitnah im CRM verfügbar sind.

Wesentliche Aspekte:

- **Formular-Integration:** Neue Mitgliedsanmeldungen oder Event-Registrierungen über Web-Formulare fließen direkt ins CRM, ohne manuelle Übertragung.
- **Datenabgleich:** Änderungen an Mitgliederdaten über die Website (z. B. im Mitgliederprofil) werden mit dem CRM synchronisiert, um Konsistenz zu gewährleisten.

3.9. Benutzerverwaltung und Berechtigungskonzept

Das CRM-System wird von mehreren Mitarbeitenden im CCV genutzt, daher ist eine robuste **Benutzerverwaltung und ein Berechtigungskonzept** erforderlich. Jeder Benutzer benötigt ein eigenes Login; das System soll die Vergabe unterschiedlicher Rollen und Zugriffsrechte erlauben. Beispielsweise kann es Administratoren mit Vollzugriff geben, während Sachbearbeiter nur auf bestimmte Module (z. B. Mitgliederverwaltung und Veranstaltungen, aber nicht Finanzen) zugreifen dürfen. Das Berechtigungskonzept muss dabei fein justierbar

sein, von read-only Rechten bis hin zu Schreib- und Löschrechten, und auch auf Feldebene oder für Datensatzgruppen Einschränkungen ermöglichen. Sensible Daten (etwa Finanzinformationen oder persönliche Mitgliederdetails) dürfen nur von berechtigten Personen eingesehen werden können. Zudem sollte das System eine Protokollierung vornehmen, welcher Benutzer welche Änderungen vorgenommen hat (Audit-Trail), um Compliance und Transparenz zu gewährleisten. Die Benutzerverwaltung soll in der Lage sein, neue Nutzer anzulegen, bestehende zu deaktivieren (z. B. beim Austritt eines Mitarbeiters) und Passwörter zurückzusetzen.

Anforderungen im Überblick:

- **Rollen und Rechte:** Differenziertes Rechtesystem mit vordefinierten Rollen (Admin, User etc.) und anpassbaren Berechtigungen pro Modul/Funktion.
- **Zugriffsbeschränkungen:** Möglichkeit, den Zugang zu bestimmten Datensätzen oder Feldern für einzelne Nutzergruppen einzuschränken (Need-to-know-Prinzip).
- **Benutzerverwaltung:** Einfache Administration der Benutzerkonten (Anlegen, Ändern, Deaktivieren) durch dazu berechtigte Administratoren.
- **Protokollierung:** Audit-Trail zur Nachverfolgung von Benutzeraktionen im System (wer hat welche Änderung wann durchgeführt).

4. Nicht-funktionale Anforderungen

4.1. Benutzerfreundlichkeit und Usability

Das CRM-System muss eine **intuitive und benutzerfreundliche** Oberfläche bieten, damit alle Anwender effizient und fehlerarm damit arbeiten können. Eine **übersichtliche Navigation** und konsistente Bedienlogik sind erforderlich, sodass gängige Funktionen selbsterklärend zur Verfügung stehen. Die Benutzer sollen ohne aufwendige Schulungen oder lange Einarbeitungszeit mit dem System arbeiten können. Insgesamt wird großer Wert auf eine **hohe Nutzerakzeptanz** gelegt, dies wird durch ein modernes, ergonomisches Design und eine klare Struktur der Oberfläche sichergestellt, damit das CRM im Arbeitsalltag gerne und problemlos genutzt wird.

4.2. Leistungsfähigkeit und Skalierbarkeit

Das CRM-System muss auch bei hoher Auslastung **performant** bleiben und zügige Antwortzeiten liefern. Typische Arbeitsvorgänge wie Suchen, Datenabruf oder Speichern von Informationen sollen **ohne merkbliche Verzögerungen** ablaufen, auch dann, wenn die Datenmenge in Zukunft weiter wächst. Die Skalierbarkeit der Lösung ist essenziell: Das System soll mit den Anforderungen des CCV mitwachsen können. Sowohl eine steigende Anzahl von Nutzern als auch eine zunehmende Menge an Mitgliederdaten und Interaktionen dürfen nicht zu Leistungseinbußen führen. Die Systemarchitektur sollte daher eine einfache **Erweiterung**

von Kapazitäten (z. B. Hinzufügen weiterer Benutzer, Speicher oder Module) erlauben, ohne dafür einen Systemwechsel oder umfangreiche Umstellungen durchführen zu müssen.

4.3. Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit

Für den produktiven Einsatz beim CCV wird eine hohe Verfügbarkeit des CRM-Systems gefordert. Das System muss im vereinbarten Betriebszeitfenster, idealerweise **rund um die Uhr (24/7)**, verlässlich zur Verfügung stehen. Geplante Wartungsfenster sollen minimal gehalten und möglichst außerhalb der Kernarbeitszeiten liegen, um die Beeinträchtigung der Nutzer gering zu halten.

Auch die **Ausfallsicherheit** der Lösung ist von großer Bedeutung. Es muss sichergestellt sein, dass ein einzelner Hardware- oder Komponentenfehler nicht zum Ausfall des gesamten CRM führt. Die Infrastruktur der Anwendung soll redundant ausgelegt sein, sodass im Falle einer Störung automatisch auf eine Ersatzkomponente umgeschaltet wird (**Failover**). Weiterhin sind regelmäßige **Datensicherungen (Backups)** durchzuführen, um bei technischen Problemen oder Datenverlust eine schnelle Wiederherstellung zu ermöglichen. Im Disaster-Fall (z. B. schwerer Serverausfall) muss der Anbieter eine kurze Wiederherstellungszeit (Recovery Time Objective) gewährleisten, damit der Geschäftsbetrieb des Verbandes nicht signifikant beeinträchtigt wird. Insgesamt wird ein robustes System erwartet, das einen **unterbrechungsfreien Betrieb** sicherstellt und gegen mögliche Ausfälle bestmöglich abgesichert ist.

4.4. Datenschutz (DSGVO-Konformität) und IT-Sicherheit

Das CRM-System muss **vollumfänglich DSGVO-konform** betrieben werden. Alle Funktionen und Prozesse der Datenverarbeitung sind an den Vorgaben der EU-Datenschutz-Grundverordnung auszurichten. Personenbezogene Daten der Mitglieder und Kontakte dürfen nur im rechtlich zulässigen Rahmen erhoben, gespeichert und verarbeitet werden. Insbesondere müssen geeignete Mechanismen vorhanden sein, um Betroffenenrechte, etwa Auskunft, Berichtigung oder Löschung von Daten, jederzeit umzusetzen. Der Anbieter muss bereit sein, einen **Auftragsverarbeitungsvertrag** gemäß Art. 28 DSGVO mit dem CCV zu schließen und die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen vertraglich zu garantieren. Es ist notwendig, dass die Daten ausschließlich auf **Servern in Deutschland oder der EU** gespeichert werden, um den hohen deutschen/europäischen Datenschutzstandards zu genügen.

Darüber hinaus ist für die **IT-Sicherheit** des CRM Sorge zu tragen. Aktuelle **Sicherheitsstandards** sind einzuhalten, damit die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit der verarbeiteten Informationen gewährleistet sind. Beispielsweise muss die Datenübertragung zwischen Nutzer und System immer **verschlüsselt** erfolgen (z. B. via TLS/SSL). Ebenso soll das System über das oben beschriebene **rollenbasierte Berechtigungskonzept** verfügen, sodass nur autorisierte Personen Zugriff auf sensible Daten erhalten. Ferner werden Mechanismen wie **sichere Authentifizierung** (z. B. strenge Passwortrichtlinien, optional Zwei-Faktor-Authentifizierung) und regelmäßige

Sicherheitsupdates der Software erwartet. Das CRM-System sollte zudem Logging- und Monitoring-Funktionen bieten, um sicherheitsrelevante Ereignisse nachverfolgen zu können. Insgesamt darf das Thema Datenschutz und Sicherheit niemals vernachlässigt werden, das System muss den Schutz der personenbezogenen Mitgliederdaten jederzeit zuverlässig sicherstellen.

Für alle personenbezogenen Daten gelten nachvollziehbare **Lösch- und Archivierungsregeln**. Das CRM muss in der Lage sein, Daten nach Ablauf definierter Fristen automatisch zu löschen oder entsprechende Prüfprozesse zu unterstützen.

4.5. Flexibilität und Zukunftsfähigkeit

Die **Flexibilität** der CRM-Lösung ist ein zentrales Anliegen, damit der CCV auch auf künftige Anforderungen schnell reagieren kann. Das System soll an geänderte Geschäftsprozesse oder neue Anforderungen **ohne großen Entwicklungsaufwand anpassbar** sein. Dazu gehört, dass berechtigte Anwender Felder, Masken oder Workflows in gewissem Rahmen selbst konfigurieren können, um das CRM optimal auf die Arbeitsabläufe des Verbandes zuzuschneiden. Auch die Integration neuer Funktionen oder Module (z. B. für Event-Management, Reporting, etc.) sollte möglich sein, ohne die bestehende Systemlandschaft grundlegend verändern zu müssen. Eine **offene Schnittstellen-Architektur (API)** ist wünschenswert, damit das CRM bei Bedarf mit anderen Systemen (wie z. B. der Verbands-Website, Newsletter-Tools oder Buchhaltungssystemen) gekoppelt werden kann. Dadurch wird sichergestellt, dass das CRM nahtlos in die vorhandene und zukünftige IT-Umgebung des CCV eingebunden werden kann.

Gleichzeitig muss die Lösung **zukunftsfähig** sein. Der Verband investiert langfristig, das ausgewählte CRM-System soll also über Jahre hinweg unterstützt und weiterentwickelt werden. Der Softwareanbieter sollte regelmäßige **Updates und Verbesserungen** bereitstellen, um technische Weiterentwicklungen und Änderungen (etwa durch neue gesetzliche Anforderungen) abzudecken. Dadurch bleibt das System technisch aktuell und wächst mit den Bedürfnissen des CCV mit. Außerdem wird erwartet, dass der Hersteller über eine stabile Marktpräsenz verfügt, sodass auch in Zukunft Support und Weiterentwicklung gewährleistet sind. Insgesamt soll das CRM dem CCV eine **nachhaltige Plattform** bieten, die auch mittelfristig und langfristig auf neue Herausforderungen reagieren kann, ohne dass ein Wechsel des Systems erforderlich wird.

5. Technische Anforderungen

In diesem Kapitel werden die technischen Rahmenbedingungen für das zukünftige CRM-System des CCV beschrieben. Dies umfasst die grundlegende Systemarchitektur und Technologie, die Betriebs- und Hosting-Aspekte sowie die notwendigen Schnittstellen zu bestehenden Systemen.

5.1. Systemarchitektur und Technologie

Das CRM-System wird als moderne webbasierte Anwendung konzipiert. Es muss über gängige aktuelle Webbrowser nutzbar sein, ohne dass eine lokale Installation auf den Endgeräten erforderlich ist. Die Architektur folgt dem Client-Server-Prinzip mit einer mehrschichtigen Struktur, sodass Geschäftslogik, Datenhaltung und Frontend klar voneinander getrennt sind.

Im Sinne einer zukunftsfähigen Lösung kommt eine **Software-as-a-Service (SaaS)**-Architektur zum Einsatz. Das bedeutet, dass die CRM-Software zentral auf Servern des Anbieters läuft und von dort aus als Dienst bereitgestellt wird. Durch diese Technologie können Updates und Erweiterungen zentral eingespielt werden, ohne Betriebsunterbrechungen für den CCV. Außerdem gewährleistet der Einsatz etablierter Standard-Technologien eine hohe Erweiterbarkeit und Wartungsfreundlichkeit. Die Nutzer des CCV greifen via Internetverbindung auf das System zu; es wird Wert darauf gelegt, dass dies ortsunabhängig und bei Bedarf auch mobil (über responsive Web-Oberfläche) möglich ist.

5.2. Betrieb, Hosting und Infrastruktur

Der Betrieb des CRM-Systems erfolgt in einer professionellen Cloud-Umgebung. Der CCV muss keine eigene Server-Infrastruktur betreiben; stattdessen wird das System in einem **externen Rechenzentrum** gehostet, das hohen Sicherheitsstandards entspricht. Die Hosting-Umgebung ist ISO-zertifiziert und befindet sich in der EU (vorzugsweise in Deutschland), um den Datenschutzanforderungen (DSGVO) vollumfänglich gerecht zu werden.

Der Anbieter übernimmt das **Hosting** sowie die technische **Wartung** der Lösung. Dies beinhaltet die regelmäßige Installation von Updates, Sicherheits-Patches und erforderlichen Erweiterungen, ohne dass der CCV dafür eigenen Aufwand betreiben muss. Ebenso werden regelmäßige **Datensicherungen** (Backups) durchgeführt, um einen Verlust von Mitglieds- und Kommunikationsdaten auszuschließen. Im Fehlerfall oder bei Störungen stellt der Anbieter Supportleistungen in deutscher Sprache bereit, sodass eine zügige Wiederherstellung des Betriebs gewährleistet ist.

Hinsichtlich der **Verfügbarkeit** wird eine hohe Uptime des Systems angestrebt. Die Lösung soll grundsätzlich **24/7 erreichbar** sein, ungeplante Ausfallzeiten werden durch redundante Systeme minimiert. Geplante Wartungsfenster finden bevorzugt außerhalb der Hauptgeschäftszeiten (Mo-Do 08:30-16:30 Uhr, Fr 08:30-15:00 Uhr) statt, um Beeinträchtigungen für die CCV-Geschäftsstelle zu reduzieren. Insgesamt stellt der gewählte Betriebs- und Hosting-Ansatz sicher, dass das CRM-System performant, sicher und zuverlässig läuft, während der CCV sich auf die fachliche Nutzung konzentrieren kann.

5.3. Schnittstellen und API-Verfügbarkeit (technische Integrationsvorgaben)

Für eine optimale Einbindung in die Systemlandschaft des CCV muss das CRM über geeignete **Schnittstellen** verfügen. Das System stellt hierfür eine offene und dokumentierte **Programmierschnittstelle (API)** bereit (z.B. REST/JSON-basiert), über die externen

Anwendungen in Echtzeit auf relevante CRM-Daten zugreifen und Daten austauschen können. Diese API ist die Grundlage für die nachfolgend beschriebenen Integrationsszenarien und ermöglicht auch zukünftig die Anbindung weiterer Systeme.

Konkret sind folgende Schnittstellen und Integrationen vorgesehen (technischer Kontext):

- **Website/Online-Formulare:** Anbindung der CCV-Website an das CRM, damit z. B. Online-Mitgliedsanträge oder Kontaktformulare direkt ins CRM übernommen werden können. (Hinweis: Dies entspricht inhaltlich der in 3.8.4 beschriebenen Anforderung, technisch via API oder Webservice umzusetzen.)
- **E-Mail-Newsletter-System:** Schnittstelle zu einem Newsletter-Tool (sofern nicht im CRM integriert), damit Verteilerlisten und Kontakte automatisch synchronisiert werden (siehe Anforderungen 3.8.3).
- **Finanzbuchhaltung:** Anbindung an das Buchhaltungssystem des CCV (Mitgliedsbeitragsverwaltung). Das CRM soll Rechnungsdaten zu Mitgliedsbeiträgen oder anderen Leistungen in einem buchhaltungskompatiblen Format exportieren können. Ebenso sollte ein Import von Zahlungsrückmeldungen erfolgen können, damit im CRM der Zahlungsstatus stets aktuell ist (siehe auch Anforderungen 3.8.2).

(Weitere technische Integrationsvorgaben können analog aus den funktionalen Schnittstellenanforderungen abgeleitet werden.)

6. Datenmigration und Altdatenmanagement

In diesem Kapitel werden die Anforderungen an die Datenmigration vom bisherigen System sowie der Umgang mit Altdaten beschrieben. Der CCV plant einen **vollständigen Systemumstieg** mit Übernahme **aller relevanten Datenbereiche** aus dem aktuellen **Sunrise CRM** in das neue CRM-System. Dabei sollen sämtliche vorhandenen Daten in hoher Qualität übertragen, Dubletten bereinigt und ein Konzept für Archivierung und gesetzliche Aufbewahrungsfristen berücksichtigt werden.

6.1. Migrationsumfang und Datenquellen (Übernahme aus Sunrise CRM etc.)

Der **Migrationsumfang** umfasst die **Übernahme sämtlicher relevanter Daten** aus dem Altsystem *Sunrise CRM* (und ggf. weiteren Datenquellen) in das neue CRM. Das bedeutet, alle für den Geschäftsbetrieb wichtigen Datenbestände werden migriert, sodass Sunrise CRM vollständig abgelöst werden kann. Insbesondere sollen folgende Datenbereiche übernommen werden:

- **Mitgliederdaten:** Alle Stammdaten der Mitglieder und Interessenten (Unternehmen und Ansprechpartner) einschließlich Adressen, Kontaktdaten, Mitgliedsstatus, Kategorien/Zugehörigkeiten sowie historische Mitgliedschaftsdaten und vorhandene Notizen.

- **Kommunikations- und Interaktionsdaten:** Informationen zur Kommunikation mit Mitgliedern und Interessenten (z. B. Gesprächsnotizen, E-Mails, Telefonnotizen) sowie weitere CRM-Aktivitäten, die im Sunrise CRM hinterlegt sind.
- **Prozess- und Projektbezogene Daten:** Z. B. Dokumentationen zur Bearbeitung von Mitgliedsanträgen, Sponsoring-Vorgängen, Projekten, Themengebieten oder Arbeitsgruppen, soweit im Altsystem gespeichert.
- **Veranstaltungs- und ggf. Vertragsdaten:** Falls im bisherigen System vorhanden, Daten zu Veranstaltungen (inkl. Teilnehmerlisten, Buchungen) und ggf. vertrags- oder abrechnungsrelevante Informationen. Dies schließt auch an Kontakte/Unternehmen angehängte Dokumente ein, sofern relevant.
- **Weitere Datenquellen:** Zusätzlich werden weitere relevante Datenquellen berücksichtigt, falls bestimmte Informationen außerhalb von Sunrise CRM geführt wurden (z. B. separate Excel-Listen). Ziel ist es, keine wichtigen Informationen zu verlieren und alle notwendigen Daten für den laufenden Betrieb im neuen CRM verfügbar zu haben.

Die Migration wird so durchgeführt, dass ein reibungsloser Übergang gewährleistet ist. Vor dem Go-Live des neuen Systems soll ein vollständiger Datenabzug aus Sunrise CRM erfolgen, der anschließend ins neue CRM importiert wird. Eventuell notwendige **Datenkonvertierungen** (z. B. Anpassung von Formaten oder Feldstrukturen) werden im Zuge der Migration vorgenommen, damit die Daten konsistent ins neue System übernommen werden können. Insgesamt stellt der definierte Migrationsumfang sicher, dass das neue CRM sofort mit aktuellen und historischen Daten arbeitsfähig ist und das Altsystem abgeschaltet werden kann.

6.2. Altdatenbereinigung (Dubletten, Datenqualität)

Ein zentrales Anliegen bei der Datenübernahme ist die **Altdatenbereinigung**, um die **Datenqualität** im neuen System hochzuhalten. Vor und während der Migration werden daher Maßnahmen zur Bereinigung der vorhandenen Daten durchgeführt. Insbesondere sollen **Dubletten** (Duplikate von Kontakten oder Unternehmen) identifiziert und zusammengeführt bzw. eliminiert werden. D.h. doppelt vorhandene Einträge, etwa ein Mitglied, das im Sunrise CRM versehentlich mehrfach angelegt wurde, werden vor der Übernahme erkannt und zu einem einzigen Datensatz zusammengeführt. Dies verhindert, dass Dubletten ins neue System übertragen werden.

Neben der Dublettenbereinigung wird auch die allgemeine **Datenqualität** überprüft und verbessert. Beispielsweise werden unvollständige oder veraltete Datensätze bereinigt: fehlen Angaben (wie z. B. aktuelle Adressdaten, Telefonnummern oder E-Mail-Adressen), sollen diese nach Möglichkeit vor der Migration ergänzt oder korrigiert werden. Ungültige oder inkonsistente Werte (z. B. fehlerhafte Datumsformate, veraltete Anreden oder Titel) werden vereinheitlicht, sodass die Informationen im neuen CRM verlässlich und konsistent vorliegen.

Falls nötig, werden Regeln definiert, wie mit bestimmten Datenfehlern umzugehen ist (z. B. welches von zwei abweichenden Feldern bei zusammengeführten Dubletten behalten wird).

Die Altdatenbereinigung erfolgt in enger Abstimmung zwischen dem CCV und dem Implementierungspartner. Der CCV stellt sicher, dass internes Fachwissen (z. B. welcher der doppelten Datensätze der aktuellste ist) einfließt, während der Partner Werkzeuge oder Skripte zur technischen Unterstützung (z. B. Dublettenerkennung) bereitstellt. Am Ende des Bereinigungsprozesses soll ein **möglichst fehlerfreier und aktueller Datenbestand** stehen, der als Grundlage für das neue System dient. Somit wird gewährleistet, dass das neue CRM mit qualitativ hochwertigen Daten startet und zukünftige Arbeitsprozesse nicht durch Altlasten behindert werden.

6.3. Archivierung und Aufbewahrungsfristen

Im Zuge der Datenmigration und der weiteren Datenverwaltung im neuen CRM ist auch ein Konzept für **Archivierung** und die Einhaltung gesetzlicher **Aufbewahrungsfristen** umzusetzen. Es muss gewährleistet sein, dass historische Daten, die für den laufenden Betrieb nicht mehr täglich benötigt werden, dennoch gemäß rechtlicher Vorgaben vorgehalten oder archiviert werden. Insbesondere personenbezogene Daten sind unter Beachtung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und anderer relevanter Gesetze zu behandeln.

Für das neue CRM-System bedeutet dies: Daten, die zwar nicht mehr aktiv genutzt werden, aber aus gesetzlichen oder geschäftlichen Gründen noch **aufbewahrt** werden müssen (z. B. ehemalige Mitgliederdaten, Vertragsunterlagen, Rechnungen oder Kommunikationshistorie), sollen entweder im System entsprechend als archiviert gekennzeichnet oder in ein geeignetes Archivsystem überführt werden. Dabei sind die spezifischen Aufbewahrungsfristen zu beachten, z. B. müssen gewisse Geschäftsunterlagen **6 Jahre** (für handels- und geschäftliche Korrespondenz) bzw. **10 Jahre** (für buchhalterische Unterlagen wie Rechnungen) aufbewahrt werden. Das System bzw. das Archivierungskonzept stellt sicher, dass solche Daten für den vorgeschriebenen Zeitraum verfügbar bleiben, jedoch den laufenden Betrieb nicht unnötig belasten.

Gleichzeitig soll das Konzept vorsehen, wie mit Daten verfahren wird, deren Aufbewahrungsfrist abgelaufen ist. Solche Daten sollen **datenschutzkonform gelöscht oder anonymisiert** werden, um den Grundsätzen der Datenminimierung zu entsprechen. Idealerweise bietet das neue CRM hierfür Funktionen, z. B. automatisches Löschen oder Archivieren von Datensätzen nach einem bestimmten Zeitraum oder Markierung von Datensätzen als „zur Löschung fällig“. Falls das neue CRM solche Funktionen nicht nativ unterstützt, wird ein Prozess definiert, wie regelmäßig geprüft und manuell archiviert/gelöscht wird.

Durch diese Vorkehrungen stellt der CCV sicher, dass zum einen **alle relevanten Altdaten** für die Arbeit im neuen System übernommen werden, und zum anderen keine Daten unkontrolliert gehortet werden, die nicht mehr benötigt oder rechtlich nicht mehr

aufzubewahren sind. Die Archivierung und Einhaltung der Aufbewahrungsfristen sind somit integrale Bestandteile des Datenmanagements im neuen CRM und gewährleisten Rechtssicherheit sowie eine schlanke, aktuelle Datenbasis im operativen System.

7. Ausschreibungsverfahren und Anbieterbewertung

Dieses Kapitel beschreibt den geplanten Ablauf der Ausschreibung sowie die Kriterien zur Bewertung der eingehenden Angebote. Der Prozess orientiert sich an den Ergebnissen des Anforderungs-Workshops. Er folgt einem klar gegliederten, praxisgerechten Vorgehen, wie es für einen mittelgroßen Fachverband typisch ist.

7.1. Ablauf und Zeitplan der Ausschreibung

Der Ausschreibungsprozess wird in den folgenden Phasen durchgeführt:

- **Veröffentlichung der Ausschreibung:** Versenden der Ausschreibungsunterlagen an ausgewählte CRM-Anbieter oder Veröffentlichung auf geeigneten Plattformen (z. B. Website des Verbands). Bekanntgabe des Abgabetermins und der Frist für Rückfragen.
- **Frage- und Klärungsphase:** Innerhalb der genannten Frist können Anbieter Fragen zum Lastenheft stellen. Eingehende Fragen werden gesammelt und gemeinsam vom Vergabegremium in Textform beantwortet. Alle Antworten werden allen Teilnehmern mitgeteilt, um Transparenz sicherzustellen. (Dauer: während Angebotsfrist)
- **Angebotsabgabe:** Die Anbieter reichen fristgerecht ihre Angebote in der geforderten Form (z. B. digital und als gedrucktes Exemplar) beim CCV ein. Wichtige Bestandteile sind Konzepte zur Umsetzung der Anforderungen, Projektplan, Referenzen, Teamqualifikation, Preislisten und Vertragsvorschläge.
- **Formale Prüfung:** Nach Fristablauf prüft das Vergabegremium zunächst die Vollständigkeit der Angebote (z. B. Einhaltung des Formulars, geforderte Nachweise). Vollständige Angebote werden zur fachlichen Auswertung freigegeben; unvollständige Angebote werden gegebenenfalls ausgeschlossen oder nachgefordert.
- **Fachliche und technische Bewertung:** Die fachlichen Inhalte der Angebote (Funktionsumfang, Lösungskonzept) sowie die technischen Aspekte (Systemarchitektur, Sicherheit, Integrationsfähigkeit) werden anhand der definierten Anforderungen bewertet.
- **Wirtschaftliche Prüfung:** Parallel zur fachlichen Bewertung erfolgt eine wirtschaftliche Prüfung. Dabei werden Lizenz- und Betriebskosten, Total Cost of Ownership über mehrere Jahre, sowie Zahlungs- und Vertragsbedingungen (z. B. Service-Level-Agreements) analysiert.
- **Präsentationen und Verhandlungen (optional):** Bei Bedarf laden wir ausgewählte Anbieter zu einer Präsentation oder Live-Demo ihrer Lösung ein. Diese Phase dient der

finalen Klärung offener Fragen, z. B. zu Detailfunktionen oder technischem Betrieb. Anschließend finden Vertragsverhandlungen statt.

- **Entscheidung und Zuschlag:** Das Vergabegremium fasst eine Entscheidung anhand der Gesamtbewertung (vgl. 9.3) zusammen und empfiehlt einen Anbieter. Die finale Vergabe erfolgt durch den geschäftsführenden Vorstand des CCV. Eine Zuschlagsmitteilung wird an den ausgewählten Anbieter verschickt.

7.2. Anforderungen an die Angebotserstellung durch Anbieter

Für die Angebotserstellung gelten folgende Vorgaben, um eine faire und vergleichbare Beurteilung zu ermöglichen:

- **Formale Vorgaben:** Angebote sind in Textform in deutscher Sprache (bzw. ggf. deutsch/englisch) einzureichen. Sie müssen fristgerecht beim CCV eingegangen sein. Angebotsunterlagen müssen deutlich mit Hinweis auf „Ausschreibung CRM CCV 2025“ gekennzeichnet sein.
- **Angebotsstruktur:** Jedes Angebot soll folgende Abschnitte enthalten:
 - **Lösungsbeschreibung:** Detaillierte Darstellung, wie das angebotene System die Anforderungen aus dem Lastenheft erfüllt. Die Antwort sollte Punkt für Punkt auf die definierten Anforderungen eingehen. Herauszuarbeiten sind technische Konzepte (z. B. Systemarchitektur, Hosting-Modell, Technologieplattform) und geplante Integrationen (z. B. mit existierenden Mitgliederdatenbanken und anderen beschriebenen Systemen).
 - **Projektplan und Ressourcen:** Beschreibung des Umsetzungsplans (Meilensteine, Zeitplan) sowie Angaben zum Projektteam (Qualifikation, Erfahrung) und Projektmanagement. Dabei sollte eine realistische Dauer für Implementierung, Test und Schulung aufgezeigt werden.
 - **Preis- und Kostenübersicht:** Klare Aufschlüsselung aller Kostenpositionen, insbesondere einmalige Einrichtungskosten (Lizenzen, Entwicklung, Migration, Schulung) und wiederkehrende Kosten (Lizenzen, Wartung, Support, Hosting). Es sollten auch Szenarien für unterschiedliche Lizenzmodelle (z. B. Kauflizenzen vs. Abo) und Personen- oder Transaktionszahlen dargestellt werden. Gegebenenfalls ist ein Total Cost of Ownership (TCO) über 3–5 Jahre zu berechnen.
 - **Service und Support:** Beschreibung der angebotenen Supportleistungen, Reaktionszeiten, Update- und Wartungsverträge sowie Schulungsangebote für Anwender und Administratoren.
 - **Referenzen und Nachweise:** Nachweis über vergleichbare CRM-Projekte (insbesondere in Verbänden oder mittelständischen Organisationen).

Kontaktdaten von Referenzkunden und Erfolge früherer Implementierungen sollen genannt werden.

- **Allgemeine Vertragsbedingungen:** Vorlage des Software-Lizenzvertrags bzw. der Nutzungsbedingungen, Hinweise zu rechtlichen Rahmenbedingungen (z. B. Datenschutz, SLA).
- **Vollständigkeit und Qualität:** Das Angebot muss alle geforderten Angaben enthalten. Fehlende oder unklare Informationen können im Rahmen der Bewertung zu Punktabzug oder Nachforderungen führen. Empfehlung: Anbieter sollten ein explizites Deckblatt, Inhaltsverzeichnis und eine nachvollziehbare Struktur einsetzen, damit alle Punkte leicht auffindbar sind.
- **Sonderwünsche und Alternativen:** Sofern im Lastenheft Sonderfälle oder optionale Erweiterungen (Alternativen) definiert sind, sollen die Anbieter darin getrennt gekennzeichnete Lösungsvorschläge und Kosten angeben.
- **Fristen und Kommunikation:** Anbieter müssen Fragen zur Ausschreibung innerhalb der vorgegebenen Fragefrist in Textform einreichen. Die Antworten auf alle Fragen werden gesammelt allen Teilnehmern bekannt gemacht. Angebote können nach Fristablauf nicht mehr geändert werden.

7.3. Bewertungs- und Auswahlkriterien (funktional, technisch, wirtschaftlich)

Die Auswahl des CRM-Anbieters erfolgt auf Grundlage definierter funktionaler, technischer und wirtschaftlicher Kriterien. Alle Angebote werden systematisch anhand dieser Kriterien bewertet, um die Lösung zu identifizieren, die sowohl inhaltlich als auch wirtschaftlich und technisch am besten zum Verband passt. Die Kriterien umfassen unter anderem:

- **Funktionale Kriterien:** Erfüllungsgrad der fachlichen Anforderungen (Abdeckung aller relevanten Kriterien bei Mitgliederverwaltung, Veranstaltungsmanagement, Kommunikationsprozessen, Aufgaben, Reporting etc.) sowie Benutzerfreundlichkeit und Praxisnähe der Lösung für typische Verbandsprozesse.
- **Technische Kriterien:** Bewertung der Systemarchitektur, der Datensicherheit (z. B. DSGVO-Konformität, Berechtigungskonzept), der Integrationsfähigkeit in die vorhandene IT-Landschaft, der Skalierbarkeit und der Zuverlässigkeit des Angebots. Ebenso fließt die Zukunftsfähigkeit (Weiterentwicklungspotential, Herstellerstabilität) in die Bewertung ein.
- **Wirtschaftliche Kriterien:** Gesamtkosten (Lizenzmodell, Implementierungsaufwand, Betriebskosten über mehrere Jahre), Kosten/Nutzen-Relation, Vertrags- und Servicekonditionen (Supportumfang, SLA).

Die Gesamtbewertung ergibt sich aus einer strukturierten Einschätzung aller genannten Kriterien. Dabei werden funktionale Abdeckung, technische Qualität und Wirtschaftlichkeit gemeinsam betrachtet.

Bewertungsprozess

Die im vorigen Abschnitt beschriebenen Kriterien werden in einem strukturierten Bewertungsbogen erfasst. Das Vergabegremium prüft alle eingehenden Angebote systematisch anhand dieser Kriterien. Je Kriterium wird eine qualitative Einschätzung vorgenommen. Die Bewertungen werden in einer Gesamtübersicht zusammengeführt, sodass ein transparenter Vergleich der Angebote möglich ist.

Auf dieser Grundlage wird eine Rangfolge erstellt. Anbieter, die in mehreren Kriterienbereichen besonders überzeugen oder ein stimmiges Gesamtbild liefern, werden zu vertiefenden Gesprächen oder Präsentationen eingeladen. Die endgültige Auswahl orientiert sich an der Gesamtbeurteilung der Lösung über alle Kriterien hinweg.

Entscheidungsgrundlage

Die Entscheidung über den Zuschlag basiert in erster Linie auf der Bewertung der funktionalen, technischen und wirtschaftlichen Kriterien. Zusätzlich können qualitative Aspekte wie passende Referenzprojekte, überzeugende Präsentationen oder kreative Lösungsansätze in die Entscheidung einbezogen werden, sofern sie einen strategischen Mehrwert für den Verband erkennbar machen.

Maßgeblich ist, dass das ausgewählte Angebot in allen drei Kategorien überzeugt und keine wesentlichen Defizite aufweist. Die Entscheidung wird nachvollziehbar dokumentiert und orientiert sich an einem fairen, einheitlichen Bewertungsverfahren.

8. Anhang

8.1. Glossar und Abkürzungsverzeichnis

Im Glossar sind alle im bisherigen Lastenheft verwendeten wichtigen Fachbegriffe, Rollen und Systemkomponenten kurz definiert. Sie sind alphabetisch geordnet, um Anbietern und Entscheidungsträgern das Verständnis zu erleichtern. Anschließend folgt das Abkürzungsverzeichnis aller verwendeten Kürzel mit ihren vollständigen Bezeichnungen.

Glossar

- **Administrator** – Benutzer mit erweiterten Rechten zur Systemadministration und Konfiguration (z. B. Verwaltung von Benutzern und Berechtigungen).
- **Benutzer (User)** – Person oder Mitarbeiter, die das CRM-System nutzt (z. B. zum Anlegen und Pflegen von Kontakten, Aufgaben oder Tickets).
- **Datenbank** – System zur strukturierten Speicherung und Verwaltung aller relevanten CRM-Daten (z. B. Kontakte, Ansprechpartner, Vorgänge und Historien).
- **Datenmigration** – Überführung bereits bestehender Daten (z. B. Kontakte, Mitgliederdaten) aus einem Altsystem in das neue CRM-System.
- **Dashboard** – Übersichtsseite im CRM, die Kennzahlen und Grafiken (KPIs) zu relevanten Geschäftsdaten anzeigt und so auf einen Blick Auswertungen ermöglicht.
- **Datensicherheit** – Summe aller Maßnahmen, um gespeicherte Daten im CRM vor unberechtigtem Zugriff, Verlust oder Manipulation zu schützen (z. B. durch Verschlüsselung oder regelmäßige Backups).
- **E-Mail** – Elektronische Nachricht, die im CRM-System empfangen, gespeichert oder versendet werden kann (z. B. Kundenkorrespondenz oder interne Mitteilungen).
- **Kalender** – Funktion im CRM-System zur Planung und Anzeige von Terminen, Aktivitäten und Erinnerungen (z. B. Meetings, Rückrufe oder Deadlines).
- **Kontakt** – Datensatz einer natürlichen Person oder Organisation im CRM, der Kontaktdaten (z. B. Name, Anschrift, Telefon, E-Mail) und ggf. Beziehungsinformationen enthält.
- **Lizenz** – Nutzungsrecht für die CRM-Software, in der Regel abhängig von der Anzahl der Benutzer oder der enthaltenen Funktionalitäten (z. B. Anzahl Benutzerlizenzen, Modulzugänge).
- **Mitglied** – Mitgliedsunternehmen oder -person des CCV, dessen Kontaktdaten, Status und Interaktionen im CRM verwaltet werden.
- **Prozess** – Geordnete Abfolge von Arbeitsschritten und Entscheidungen im CRM (z. B. vom ersten Kundenkontakt über Angebotslegung bis zum Abschluss), um ein bestimmtes Ziel zu erreichen.

- **Reporting** – Erstellung von Auswertungen und Berichten auf Basis der CRM-Daten (z. B. Umsatzstatistiken, Service-Levels, Anzahl Anfragen), meist in Form von Diagrammen und Kennzahlen.
- **Rolle** – Bezeichnung eines Benutzerprofils im CRM, das bestimmte Zugriffsrechte und Funktionen definiert (z. B. *Vorstand, Geschäftsstellenmitarbeiter, Administrator*).
- **Schnittstelle** – Technische Verbindung (z. B. über API oder Webservice) zwischen dem CRM-System und anderen Systemen, über die Daten ausgetauscht werden (z. B. Telefonanlage, E-Mail-Server, ERP-System).
- **Server** – Physischer oder virtueller Computer, auf dem die CRM-Software und die zugehörige Datenbank betrieben werden (z. B. als Cloud- oder On-Premise-Instanz).
- **Verband** – Hier: Customer Service & Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV), die Organisation, für die das CRM-Projekt durchgeführt wird.
- **Workflow** – Automatisierter oder halbautomatisierter Prozessablauf im CRM, der auf Regeln oder Statusänderungen basiert und Folgeaktivitäten (z. B. E-Mails versenden, Aufgaben erstellen) in definierter Reihenfolge auslöst.
- **Zugriffsrechte** – Berechtigungen, die festlegen, auf welche Daten oder Funktionen ein Benutzer im CRM-System zugreifen darf (z. B. Lesen, Schreiben, Löschen) und welche Aktionen er ausführen kann.

8.2. Abkürzungsverzeichnis

- **API (Application Programming Interface)** – Standardisierte Schnittstelle, über die Softwarekomponenten Daten und Funktionen austauschen und miteinander kommunizieren können.
- **CCV (Customer Service & Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)** – Deutscher Branchenverband für Call-Center- und Kundenservice-Leistungen, der Auftraggeber des CRM-Projekts.
- **CRM (Customer Relationship Management)** – Konzept und System zur Verwaltung und Pflege von Kundenbeziehungen und -informationen über alle Kontaktpunkte und Phasen hinweg.
- **DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung)** – EU-weite Verordnung zum Schutz personenbezogener Daten und zur Regelung der Datenverarbeitung in Europa.
- **GUI (Graphical User Interface)** – Grafische Benutzeroberfläche des CRM-Systems mit Fenstern, Schaltflächen und Symbolen, über die der Anwender mit der Software interagiert.

- **KPI (Key Performance Indicator)** – Kennzahl zur Messung und Steuerung der Leistung eines Geschäftsprozesses (z. B. durchschnittliche Antwortzeit, Umsatz je Vertriebsmitarbeiter).
- **SLA (Service Level Agreement)** – Vertragliche Vereinbarung über die Qualität und Reaktionszeiten einer Dienstleistung (z. B. garantierte Supportantwortzeit).