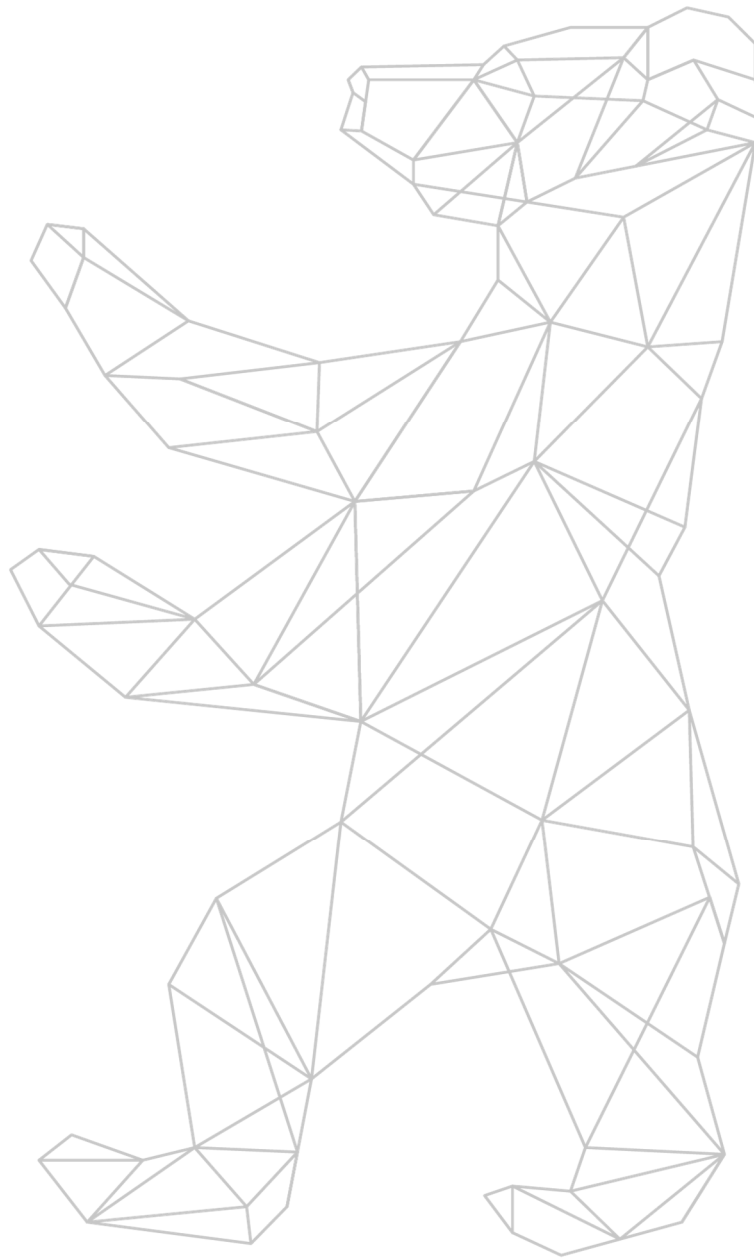




Leistungsbeschreibung

Vergabeverfahren: 260053

CRM-System

1 Hintergrund & Beschaffungsziel

Die Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landes Berlin. Als moderne Wirtschaftsförderung verfolgt Berlin Partner strategische Initiativen zur digitalen Transformation der eigenen Organisation, um zeitgemäß Services anbieten zu können und Effizienzpotentiale vor dem Hintergrund wechselnder Herausforderungen des Wirtschaftsstandorts sowie des demografischen Wandels der eigenen Organisation zu heben. In diesem Kontext besteht Bedarf an der Beschaffung eines neuen, zeitgemäßen CRM-Systems, um ein flexibles, datenbasiertes Arbeiten im Kundenmanagement zu ermöglichen. Die CRM-Lösung soll die Datenwertschöpfung und die analytischen Kompetenzen der Organisation stärken und die Erreichung und Dokumentation von KPIs mit optimierten Workflows effizienter unterstützen. Ziel dieser Ausschreibung ist es, ein neues CRM-System bei Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH zu etablieren, dass die digitale Transformation der Organisation unterstützt.

2 Auftraggeberin

Auftraggeberin des abzuschließenden Vertrages ist die

Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH

Fasanenstraße 85

10623 Berlin

3 Tätigkeitsbeschreibung von Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH

Die Berliner Wirtschaftsförderung unterstützt Unternehmen, Startups und Wissenschaftseinrichtungen am Berliner Wirtschaftsstandort. Die TOP-KPIs sind:

- Anzahl neue sozialversicherungspflichtige (Dauer)Arbeitsplätze
- Anzahl gesicherte sozialversicherungspflichtige (Dauer)Arbeitsplätze
- Höhe der Investitionen
- Höhe der F+E-Investitionen

Das Kerngeschäft von Berlin Partner besteht im **Projektgeschäft**, mit dem Unternehmen unterstützt werden sollen, die am Wirtschaftsstandort aktiv sind bzw. potenziell sich am Wirtschaftsstandort ansiedeln wollen. Das Projektgeschäft lässt sich in **drei Kernaufgaben** differenzieren.

- (1) Das **Ansiedlungsmanagement** unterstützt externe Unternehmen, sich zum Berliner Wirtschaftsstandort zu informieren und sich an diesem anzusiedeln. Ein Ansiedlungsprojekt bemisst sich darin, potenzielle Ansiedlungs-Leads zu identifizieren bzw. Anfragen anzunehmen, diese mit Informationen und Vernetzung zu unterstützen, sodass eine Ansiedlung am Standort gefördert wird. Ansiedlungsprojekte sind auch Gründungen im internationalen oder nationalen Standortwettbewerb. Als KPIs zählen die Anzahl der angesiedelten Unternehmen, Investitionsvolumen und die Anzahl neuer Arbeitsplätze am Berliner Standort.

- (2) Die **Bestandsentwicklung** unterstützt am Wirtschaftsstandort ansässige Berliner Unternehmen bei Investitionen und ihrem Wachstum mittels einer Vielzahl an Services. Die Bestandsentwicklung unterteilt sich einerseits in ein *Key Account Management*, mit dem definierte Zielunternehmen der betreuten Branchen bzw. Themencluster adressiert werden. Und andererseits in einen *Unternehmensservice Berliner Bezirke*, mit dem definierte Zielunternehmen in den Berliner Bezirken adressiert werden. Ein Bestandsprojekt bemisst sich darin, Unternehmen bei der Erweiterung bzw. Sicherung bzw. Verlagerung ihres Standortes in Berlin zu unterstützen, Services zu vermitteln und bei bezirklichen Sachverhalten (bspw. Behörden-/Genehmigungsmanagement) zu unterstützen. Als KPIs zählen die neue wie gesicherte Arbeitsplätze am Berliner Standort, Investitionsvolumen sowie die Vermittlung von Services.
- (3) Das **Innovationsmanagement** unterstützt Unternehmen und Forschungseinrichtungen bei der Initiierung von Innovationsprojekten. Ein Innovationsprojekt bemisst sich darin, Akteure in Berlin zu Ausschreibungen zu i.d.R. öffentlichen Fördermitteln auf Bundes-, Landes- und EU-Ebene zu informieren, diese für die Bildung von Konsortien oder zu Projektträgern zu vernetzen, Anträge zu qualifizieren und ggf. in einem Projektverlauf zu unterstützen. Als KPIs zählen geschaffene Arbeitsplätze sowie Fördermittelvolumina (F&E-Investitionen) für Berliner Akteure. Ein weiteres KPI ist die Messung der Reichweite des Innovationsmanagements durch die Erfassung organisierter Fachveranstaltungen und die Anzahl der Teilnehmenden sowie die Nachhaltigkeitserfassung dieser Veranstaltungen. Veranstaltungen, Projekte und sonstige Aktivitäten des Innovationsmanagements werden in einem Ergebnis- und Wirkungsmonitoring (EWM) erfasst und dokumentiert. Das EWM ist eine gemeinsam genutzte Datenbank der Berliner und Brandenburgischen Wirtschaftsförderung im Rahmen der Berlin-Brandenburger Innovationsstrategie innoBB 2025.

In Ergänzung des Projektgeschäft bietet Berlin Partner verschiedene **Services** an, um konkrete Bedarfe zu adressieren. Die Services werden als separate Aktivität oder im Rahmen der oben beschriebenen Projektarten vermittelt. Die Anzahl vermittelter Services ist ein wesentliches KPI zur Messung der Tätigkeit der Berliner Wirtschaftsförderung. Dazu zählen die folgenden Services:

- **Location Service:** Unterstützung bei der Suche nach einem passenden Standort.
- **Talent Service:** Unterstützung bei der Suche nach Fachpersonal sowie bei Fragen zu Training und Qualifizierung sowie zu Visa- und Aufenthaltsfragen.
- **Finance Service:** Unterstützung bei der Suche nach passenden Förderprogrammen für Investition oder Innovation und Empfehlungen zur Antragsstellung.
- **Innovation Service:** Ermittlung von Innovationsbedarfen und Vernetzung zu Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft.
- **International Service:** Unterstützung der Suche nach internationalen Kooperationspartnern sowie bei der Erkundung von Auslandsmärkten innerhalb sowie außerhalb der EU – bspw. durch die Organisation von Messen und Delegationsreisen im Ausland.
- **Sustainability Service:** Unterstützung bei der Stärkung der unternehmerischen Nachhaltigkeit und Vernetzung mit Akteuren der nachhaltigen Wirtschaft in Berlin.

Für die Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Berlin ist die Partner für Berlin Holding Gesellschaft für **Hauptstadt-Marketing** mbH (PfB) tätig. Diese sitzt „im gleichen Haus“ und teilt sich u.a. informationstechnische Ressourcen mit der Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH. Teil der PfB ist das **Berlin Partner Netzwerk**, das als ein Public Private Partnership-Modell Berliner Unternehmen und Organisationen aus diversen Branchen und ihre Entscheider vereint. Die PfB nutzt das CRM-System vor allem für die Organisation von Veranstaltungen und mittels eines Partnerportals für Netzwerkmitglieder.

4 IST-Zustand des bisherigen CRM-Systems

Die Berliner Wirtschaftsförderung benötigt kein CRM-System, wie es üblicherweise in Sales-Kontexten bereitgestellt und genutzt wird. Zum bestehenden CRM-System (ein Derivat von vTiger) ist hervorzuheben, dass wesentliche Anpassungen vorgenommen werden mussten, um dieses für die Arbeitsbedarfe und KPI-Erreichung nutzen zu können. Beispielsweise wurde ein neues Projekt-Modul entwickelt, um das Projektgeschäft adäquat abbilden zu können. Das derzeitige CRM-System bildet vor allem Personen, Firmen und Projekte ab, die in Ansichten personalisiert werden können. Ebenso können Verteiler genutzt werden, um Massenmailings zu versenden (z.B. für Newsletter). Das CRM-System dient ebenso dem Berichtswesen. Zuletzt wurde ein Partnerportal und ein Veranstaltungsmanagement integriert. Diese bisherigen Funktionalitäten sollen weiterhin möglich sein, jedoch in einer effizienteren und vernetzten Art und Weise. Ebenso sollen weitere Funktionalitäten ermöglicht werden, die weiter unten im Leistungsverzeichnis ausgeführt werden.

5 Ziele & Vision

Berlin Partner verfolgt die Vision, sich als eine datenbasierte Organisation weiterzuentwickeln und dazu moderne Ansätze der Datenverarbeitung und der Prozessgestaltung anzuwenden. Ein CRM-System ist ein wichtiger Baustein bei dieser digitalen Transformation hin zu einer datenbasierten Wirtschaftsförderung und soll ein neues Plateau an Funktionalität, Prozess- wie Daten-Integration ermöglichen. Der Betrieb eines CRM-Systems soll verschiedene Ziele verfolgen:

- **Zentralität:** Als ein führendes System stellt ein CRM die zentrale Plattform für bestimmte Daten (Kunden, Veranstaltungen) dar. Vertragsdaten und Daten für Finanzen und Controlling werden bisher in einem separaten CRM bzw. im Dokumentenmanagement-System ELO prozessiert. Eine Integration dieser Daten in ein neues CRM kann angedacht werden, ist jedoch noch keine notwendige Erwägung. Schnittstellen zu anderen Systemen (wie dem EWM, siehe oben) sollen aber prinzipiell genutzt werden können.
- **Integration:** Höhere Integration von IT-Systemen mittels Schnittstellen, insbesondere zu ELO und EWM, um doppelte Arbeitsschritte zu reduzieren und Synergien verschiedener Datenbestände zu gewinnen.
- **Transparenz:** Ermöglichung eines transparenten Managements von Kundenbeziehungen zur verbesserten Nachvollziehbarkeit von wesentlichen Aktivitäten.
- **Usability:** Bereitstellung einer benutzerfreundlichen, modernen digitalen Arbeitsumgebung mit einem intuitiven Interface und der Möglichkeit von (visualisierten) Reporting-Möglichkeiten.
- **KPI-Performance:** Unterstützung, Dokumentation und Reporting der Erfüllung von Kennzahlen.
- **Workflow-Optimierung:** Arbeitsabläufe sollen effizienter sowie standardisierter ablaufen. Bspw. durch Vermeidung von Medienbrüchen, schnellere Dateneingaben oder der Hinterlegung von Workflows. Ebenso durch die Nutzung von künstlicher Intelligenz.
- **Datenqualität:** Datenqualität soll durch technische Unterstützung verbessert werden. Ebenso soll organisatorisch ein verbindliches Nutzungsverhalten und Monitoring etabliert werden.
- **Business Intelligence:** Das CRM soll als Grundlage für datenbasierte Analysen für operative Entscheidungen sowie für eine strategische Geschäftsanalytik eingesetzt werden.

- **Adaptabilität:** Das CRM-System soll unabhängig vom Dienstleister in weiten Teilen durch die Auftragsgeberin selbst konfiguriert werden können, um sich verändernde Organisationsanforderungen erfüllen zu können.

6 Leistungsverzeichnis

Das Leistungsverzeichnis befindet sich in einer separaten Excel-Tabelle. Diese umfasst u.a. die technischen, nicht-technischen sowie funktionalen Anforderungen an ein gesuchtes CRM-System. Ebenso gibt diese Auskunft über angedachte Integrationen, Workflows, Kampagnen, Reports, Use Cases und Migrationsaufwände. Es ist vollständig vom Bieter an den gekennzeichneten Stellen auszufüllen.

7 Kurz-Darstellung des angebotenen CRM-Systems

Das angebotene CRM-System soll hinsichtlich der folgenden Punkte kurz dargestellt werden:

- (a) Formlose Auskunft, wie viele Nutzende am Markt, die das CRM-System im Einsatz haben
- (b) Funktionalitäten und Schnittstellen (keine Detailansicht, sondern Portfolio-Überblick)
- (c) Angabe, seit wann CRM-System am Markt ist
- (d) Angabe, wie viel Mitarbeitende der Entwickler des CRM-Systems beschäftigt

Die Darstellung soll auf maximal zwei DIN-A4-Seiten als PDF-Dokument erfolgen.

8 AVV und TOM

Nach Zuschlagserteilung ist zwischen der Auftraggeberin und dem Auftragnehmer eine Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV) abzuschließen. Ein entsprechendes Muster liegt den Vergabeunterlagen bei. Darüber hinaus ist ein Nachweis zu den technischen und organisatorischen Maßnahmen (TOM) zu erbringen.

9 Service Level Agreement

Nach Zuschlagserteilung ist zwischen der Auftraggeberin und dem Auftragnehmer ein Service Level Agreement (SLA) abzuschließen. Ein SLA-Muster liegt den Vergabeunterlagen bei.