



GLOBAL 2000

Lastenheft Website 2021

1 Inhaltsverzeichnis

1 Inhaltsverzeichnis	2
2 Einleitung	4
2.1 Definition von Zweck und Ziel des Lastenheftes	4
2.2 Projektbeschreibung und Projektbezug	4
2.3 Corporate Design & Content	4
2.4 Legende [Abkürzungen,]	5
3 Ausgangssituation	6
3.1 Aktuelle Ziele der Website	6
3.2 Aktuelle Systemlandschaft & Technologien	7
3.2.1 Website/Petitionen	7
3.2.2 Spenden/Fundraising	7
3.2.3 Aktuelle Struktur	7
3.3 Aktuelle Zahlen (wichtigste GA-Zahlen)	8
3.4 Aktuelle Probleme & Pains	9
3.4.1 Funktional	9
3.4.2 Nicht-funktional	10
3.4.3 Frontend	10
3.4.4 SEO	10
3.4.5 Spendenseiten	10
4 Website 2021 - Allgemein	11
4.1 Projekt-Ziele Website 2021	11
4.1.1 Seiten-Ziele	11
4.2 Zielgruppen/Bedarfsgruppen	12
4.3 Projektumfeld	14
5 Projektanforderungen	15
5.1 Funktionale Anforderungen	15
5.1.1 Website	15
5.1.1.1 CMS	15
5.1.1.1.1 Seiten-Typen	16
5.1.1.2 Properties für Assets	17
5.1.1.3 Pagebuilder Elemente	18
5.1.2 Campaigning	19
5.1.2.1 Formulare	19
5.1.2.2 Petitionen	20
5.1.2.3 Email-to-target	20
5.1.2.4 Share Pages (Dankesseiten)	20

5.1.3 Spendenbereich	21
5.1.3.1 Verwaltungsbereich	21
5.1.3.2 Modularer Form-Builder	22
5.1.3.3 Spendenshop-System	24
5.1.3.4 Abschlusseiten	24
5.1.3.4.1 Dankesseiten	25
5.1.3.4.2 Abbruchseite	25
5.1.4 Zusatzprojekt	25
5.1.5 Aussicht auf optionales Projektumfeld "Nationalpark Garten"	26
5.1.6 SEO	26
5.1.6.1 Allgemein	26
5.1.6.1.1 Crawling & Indexierung Anforderungen	26
5.1.6.1.2 Media	27
5.1.6.1.3 Redirects	27
5.1.6.1.4 Structured Data	27
5.1.6.1.5 Performance	28
5.1.6.1.6 URL Anforderungen	28
5.2 Nicht-funktionale Anforderungen	29
5.2.1 Website	29
5.2.1.1 Browser-Matrix	29
5.2.1.2 GDPR Compliance	30
5.2.1.3 Barrierefreiheit	30
5.2.1.4 Performance	30
5.2.1.5 Sicherheit	31
5.2.1.6 Verfügbarkeit / SLA	31
5.2.1.7 Lizenzgebühren	31
5.2.1.8 Hosting	32
5.3 Migration	32
5.3.1 Migration des Contents	32
5.3.2 Redirects von den alten URLs zu den neuen URLs	32
6 Phasen & Meilensteine	33
7 Angebot	34
8 Anhang	35
8.1 Aktuelle Page Speed Metriken	35

2 Einleitung

GLOBAL 2000 ist Österreichs führende, unabhängige Umweltschutzorganisation.

Angefangen hat alles 1982, als sechs Aktivistinnen und Aktivisten sich die Umweltbibel der damaligen Zeit, den ersten Umweltreport der Geschichte namens „global 2000“, zum Vorbild nahmen und begannen, Österreichs Umweltpolitik zu gestalten. Seitdem ist viel passiert.

GLOBAL 2000 wuchs zum führenden Teil der österreichischen Umweltbewegung heran. Als aktives Mitglied von „Friends of the Earth International“ kämpfen wir für eine intakte Umwelt, eine zukunftsfähige Gesellschaft und nachhaltiges Wirtschaften.

Die aktuelle Website <https://www.global2000.at> wurde zuletzt im Jahr 2017-2019 ge-relaunched und läuft unter dem CMS Drupal. Aufgrund mehrere Faktoren (siehe Kapitel [Ausgangssituation](#)) soll sich die Website und alle damit zusammenhängenden Komponenten einem Relaunch unterziehen.

2.1 Definition von Zweck und Ziel des Lastenheftes

Ziel dieses Lastenheftes ist es, die notwendigen Informationen und Anforderungen für die neue GLOBAL 2000 Website zusammenzustellen.

Das Lastenheft stellt die Grundlage für die weitere Ausschreibung und Angebotslegung dar.

2.2 Projektbeschreibung und Projektbezug

Mit ca. 1 Mio. Zugriffen jährlich ist die Website von GLOBAL 2000 der zentrale digitale Knotenpunkt auf den alle anderen digitalen Kanäle verweisen. Hier werden alle Informationen zur Arbeit von GLOBAL 2000 bereitgestellt, Umweltschutzthemen aufbereitet und Leads & Spenden generiert.

2.3 Corporate Design & Content

Das Corporate Design von GLOBAL 2000 soll in der bestehenden Form weitergeführt werden und ist nicht Teil des Lastenheftes und der Ausschreibung.

2.4 Legende [Abkürzungen,]

- Petition = Tool zur Leadgenerierung bei dem Leadanzahl via Counter dargestellt werden kann. Inkl. mehreren Dankesseiten und automatischer Double Opt in Mail versendung.
- E-Mail to Target (E-Protest) = Tool zur Leadgenerierung bei dem Leadanzahl via Counter dargestellt werden kann. Inkl. mehreren Dankesseiten und automatischer Double Opt in Mail versendung. Sowie automatischer Versendung eines vom User editierbaren Email an ein oder mehrere Targets (Emailadressen)
- CTA = Call to Action -> direkte Aufforderung an einer Aktion teilzunehmen mit auffälligem Button
- NL = Newsletter
- Teaser = kleine Darstellung/Anzeige von Webseiten auf zB Sammelseiten/Knotenseiten/Startseite etc
- Spendenkorb = Warenkorb
- One-Page Checkout = Spendenformulare, bei denen alle Schritte (Betragauswahl, Dateneingabe, Zahlungsinformation) auf einmal abgebildet sind
- Checkout with Steps = Spendenformulare, bei denen die einzelnen Schritte nicht auf einmal sichtbar sind
- Spendenwidget = Spendenformulare, die bei Artikeln eingebunden werden können
- Spendeshop-System = Online Shop System in dem keine Mehrwertsteuer ausgewiesen wird und eine Aufstockung des Endbetrages möglich ist. Campaigning = Tool zur Unterstützergenerierung via Lead
- Knotenseite = Seite mit Inhalt die auf passende weitere Inhalte verlinkt - sozusagen eine Überblicksseite
- Themenseiten = gleich wie Knotenseite nur dass es im Menü als Thema aufscheint
- Statische Seite = Standard-Content Seite
- News = Contentseite mit Neuigkeitswert
- Publikationen = Contentseite zu der es eine download- und/oder bestellbare Publikation gibt
- Ratgeber = Contentseite mit Servicewert für dne User zB Schoko-Test
- Dankesseiten = Seite die nach Formular/Petition/Email-to-Target/Spende kommt
- Weiterlesen-Bereich = Bereich in dem weiterer Content passend zum Thema angezeigt wird und ich zur Themenseite verlinke, dieser kann auf Statischen Seiten, News, Publikationen, Ratgebern angezeigt werden

3 Ausgangssituation

3.1 Aktuelle Ziele der Website

Die Hauptziele der Website sind bisher in absteigender Reihenfolge: Leadgenerierung, Informationen bereitstellen, Spenden, Brand-Awareness.

- **Leadgenerierung** primär über Petitionen und sekundär über allgemeine Newsletteranmeldung - Interessenten können sich zum Newsletter anmelden und mit GLOBAL 2000 in Kontakt treten. Interessenten werden über laufende Petitionen informiert und sollen so einfach wie möglich an Petitionen teilnehmen können.
- **Information** - Besucher der Website sollen Informationen zu Umweltschutzthemen & zu Erfolgen von GLOBAL 2000 erhalten, sowohl aktuelle als auch archivierte News oder Publikationen.
- **Spenden** - Interessenten können sich über laufende Spendenaktionen oder generelle Spenden informieren und sollen so einfach wie möglich spenden können.
- **Awareness** - Die Werte von GLOBAL 2000 sollen auch im Webauftritt vermittelt werden.

Diese Ziele sind für den Bestand von GLOBAL 2000 essentiell und sollen auch nach dem Relaunch von der neuen Website, mit dem klaren **Hauptziel auf Spendenaktionen**, abgedeckt und nach Möglichkeit erweitert werden.

Etwaige Ideen zur Steigerung oder Erweiterung sollen und können vom Angebotssteller optional angeboten werden.

3.2 Aktuelle Systemlandschaft & Technologien

3.2.1 Website/Petitionen

Im Folgenden werden die wichtigsten technischen Angaben zur GLOBAL 2000 Website (Status Quo) aufgelistet.

- Sprachen (Frontend): Deutsch, Englisch
- CMS: Drupal, Version 7
- Web Server: Nginx
- Website: ca. 5000 Seiten, davon indexiert in Google: ca. 2 930 Ressourcen (HTML & PDF), Stand 01.09.2020
- Petitionen/Email-to-target: aktuell max. 10 Seiten gleichzeitig live
- Responsive Design, HTML5
- Schnittstellen
 - Fundraising Studio Data Dialog
- Monitoring und Reporting m. H. von Google Tag Manager, Google Analytics & Hotjar, Matomo

3.2.2 Spenden/Fundraising

- Sprachen (Frontend): Deutsch
- CMS: [Odoo, 8.0](#)
- Web Server: Nginx
- Zahlungsprovider: Viveum Multipay
- Seiten: ca 100-150 Spendenformulare
- Responsive Design, HTML5
- Schnittstellen:
 - Datenbank: Fundraising Studio Data Dialog
 - Zahlungsprovider: Viveum Multipay (wird auch beibehalten - [Dokumentation](#))
- Monitoring und Reporting Google Tag Manager (Google Analytics, Hotjar, Matomo)
- Derzeit als iFrame auf Website eingebunden

3.2.3 Aktuelle Struktur

Die aktuelle Website ist derzeit wie folgt gegliedert:

Derzeit gibt es keinen klaren Strukturbaum, unterschiedliche Seitentypen die unterschiedlich miteinander interagieren:

- Startseite
- Headermenü
- Footermenü

- Themenseiten -> verlinken auf Knotenseiten, Statische Seite, News, Publikationen, Ratgeber & beinhalten möglich CTA zu verlinken
- Knotenseiten -> verlinken auf Knotenseiten, Statische Seite, News, Publikationen, Ratgeber & beinhalten möglich CTA zu verlinken
- Statische Seiten -> verlinken zu Statischen Seiten, News, Publikationen des selben Themas/der selben letzten Knotenseite
- News
- Publikationen
- Events
- Jobs
- Presseaussendungen
- Sammelseiten gibt es für alle News, Publikationen, Events, Jobs, Presseaussendungen
- Petitionen/Email-to-Target/Formulare/
- Spendenseiten -> sind unterschiedliche Contentseiten auf denen via iFrame ein Spendenformular eingebettet ist

3.3 Aktuelle Zahlen (wichtigste GA-Zahlen)

global2000.at

Sitzungen: über 1 Mio. jährlich

Seitenaufrufe: über 2 Mio. jährlich

Abprungrate: 55 %

Seiten pro Sitzung : ca 2

Durchschnittliche Sitzungsdauer: 1:40 Minuten

Downloads: ca 100.000 jährlich

Petition/Email-to-Target-Teilnehmerinnen: 300.000 jährlich

Conversionrate-Petitionen/Email-to-Target: ca. 40 %

Page Speed laut Google PageSpeed Insights (11.03.2021):

Mobil:

- First Contentful Paint 4,7 s
- Speed Index 6,3 s
- Largest Contentful Paint 8,0 s
- Time to Interactive 10,1 s
- Total Blocking Time 180 ms
- Cumulative Layout Shift 0,025

Desktop:

- First Contentful Paint 1,3 s
- Speed Index 1,6 s

- Largest Contentful Paint 2,1 s
- Time to Interactive 2,2 s
- Total Blocking Time 0 ms
- Cumulative Layout Shift 0,005

spenden.global2000.at (und als iFrame eingebunden auf global2000.at)

Sitzungen (jährlich): über 72.000

Seitenaufrufe (jährlich): über 130.000

Absprungrate: 62 %

Seiten pro Sitzung : ca 2

Durchschnittliche Sitzungsdauer: 00:57 Minuten

3.4 Aktuelle Probleme & Pains

3.4.1 Funktional

- Einschränkungen und Mehraufwände durch veraltetes, fehleranfälliges und unübersichtliches Backend
 - Keine Möglichkeit Elemente wie responsive Youtube-iFrames, Ankerlinks, Mehrspaltigkeit & ausklappbaren Text im Editor anzulegen -> Derzeit müssen diese Elemente händisch über HTML Code hinzugefügt werden
 - Kein Pagebuilder -> Statischer Seitenaufbau und unflexible Templates, nur fix positionierte Elemente vorhanden
 - Fehler wie nicht übernommene Änderungen von Seiten und Probleme bei Anmeldung treten auf
 - Nicht ALLE Seiten sind im Backend sichtbar (Bsp.: Dankeseiten)
- Medienverwaltung (Bilder und Dateien):
 - Keine Möglichkeit eine Bildunterschrift oder Copyrightvermerke hinzuzufügen
 - Umständliche Verwaltung von Medien und Dateien in der Mediathek
 - Dateien können nicht ohne Seite hochgeladen werden (PDF Dateien wie Reports sind ein unverzichtbarer Teil der Web-Präsenz)
- URL Struktur
 - Derzeit fehlt eine logische URL-Struktur (dies ist auch eine SEO Problematik) -> System erstellt automatisch URLs, was zu Problemen führt
 - Automatische Redirects bei URL Änderungen im Nachhinein sind nicht vorhanden
- Unzureichender Spamschutz bei Formularen:
Vor allem bei Kontaktformularen ohne Double opt in ist dies besonders für eine NGO ein großes Problem

3.4.2 Nicht-funktional

- Absprungrate zu hoch: Ziel des letzten Relaunch war es die Absprungrate zu minimieren, das wurde jedoch nicht erreicht.
- Mobile Darstellung: Sehr schlechter Page-Speed auf mobile Devices

3.4.3 Frontend

- Neue Übersichtsseiten bzw. konzeptionelle Anpassungen erforderlich:
 - Eigene Sammelseite für Tipps & Ratgeber mit eigenen Anforderungen
 - Themenübersicht muss übersichtlicher gestaltet werden
- Ähnliche Seiten/Artikel im Weiterlesen-Bereich werden zu wenig relevant ausgegeben (komplett zufällig)
- Interne Verlinkungen sind generell zu schwach und zu unflexibel

3.4.4 SEO

- Robots.txt und XML Sitemap funktionieren nicht reibungslos und widersprechen sich
- PDFs kann keine Canonical URL mitgegeben werden

3.4.5 Spendenseiten

- Spendenbereich ist aktuell unterrepräsentiert auf der Website
- Einbindung der Spenden über iframe bedingt Probleme im Zusammenspiel von Domain und Spenden-Subdomain:
 - Probleme mit Consent Management
 - Für Tracking fehlt die Zuordnung von Referrer in GA - es ist nicht direkt nachvollziehbar woher der User kommt und dann spendet
 - Aus/Einblenden von Boiler-Plate Elementen nicht im iframe möglich
 - Unzureichende Barrierefreiheit
- Conversion steigernde Funktionen sind unzureichend vorhanden:
 - Aktuelle Spendenziele des Fortschritts-Balkens müssen vollkommen manuell gewartet werden
 - Vorausgefüllte Formulare von bereits bestehenden SpenderInnen nicht umsetzbar
 - Vorausgewählte Beträge ändern sich nicht, wenn von monatlicher auf einmalige Zahlung umgestellt wird
 - Textuelle Beschreibungen zu den Beträgen fehlen
 - Aktuell ist es sehr schwierig/aufwändig reduzierte Formulare bei Spenden zu erstellen
- Bindung des Spenders wird durch fehlende Prozesse beeinträchtigt:
 - Passende, eigenständige E-Mail Bestätigungsmails für unterschiedliche Spendenformulare und damit Onboarding Kampagnen derzeit nicht möglich

- Spendenseiten verfügen aktuell nicht über eigene Dankeseiten wie zB Petitionen. Diese können aktuell nur generell oder über Kategorien vergeben werden
- Mobile Version hat viele Schwächen
 - Keine Sticky-Buttons oder ähnliches möglich
 - Suboptimales responsive Verhalten bedingt durch iframe
- Probleme bei der Datenpflege (unterschiedliche Systeme - API)
- Aktuell ist keine Adressprüfung bei Spenden-Formularen möglich
- Umständliche Verwaltung der Spenden-Einbindung
 - Sehr komplexes Backend, welches Styling Anpassungen nur mittels CSS Änderungen ermöglicht
 - Sehr lange Ladezeiten

4 Website 2021 - Allgemein

4.1 Projekt-Ziele Website 2021

Folgende Ziele ergeben sich hinsichtlich des Relaunchs der Website:

KPI:

- Oberste Priorität der Webseite ist Conversion-Optimierung auf Spenden/Fundraising

PI:

- Conversion-Optimierung von Leads
- Performance Optimierung (siehe Kapitel [Performance](#) für genaue Anforderungen)
- Minimierung der Absprungrate (Zielwert: < 30%)
- Kompletter Relaunch der Website inkl. Redesign (nicht CI!)
- Implementierung eines (neuen) CMS, welches den RedakteurInnen ein selbstständigeres Arbeiten dank intuitiver Bedienung des CMS und modularem Aufbau ermöglicht
- Migrierbarkeit auf zukünftige CMS-Versionen & Skalierbarkeit
- Die Sichtbarkeit auf Google darf sich nach dem Relaunch nicht verschlechtern.

4.1.1 Seiten-Ziele

Jede Seite soll als Landingpage funktionieren und ein klares primäres Ziel erfüllen. Dieses Ziel kann sein:

- Leadgenerierung
- Spenden
- Information

Jede Seite soll dem Lift-Modell („Landing page Influence Functions for Tests“) folge leisten können. (<https://www.infolio.co/templates/product-discovery/how-to-use-the-lift-model>)

4.2 Zielgruppen/Bedarfsgruppen

Die Bedarfsgruppen und Zielgruppen sind:

Primär:

- SpenderInnen (40+, eher weiblich, höher gebildet, höheres Einkommen)
- UnterstützerInnen (im NL Verteiler) (siehe Pkt Newsletterverteiler)
- Interessierte (nicht im NL Verteiler) -> 30 % der WebsitebesucherInnen sind zw 25-35 Jahren, Rest verteilt sich gleichmäßig über alle Altersgruppen

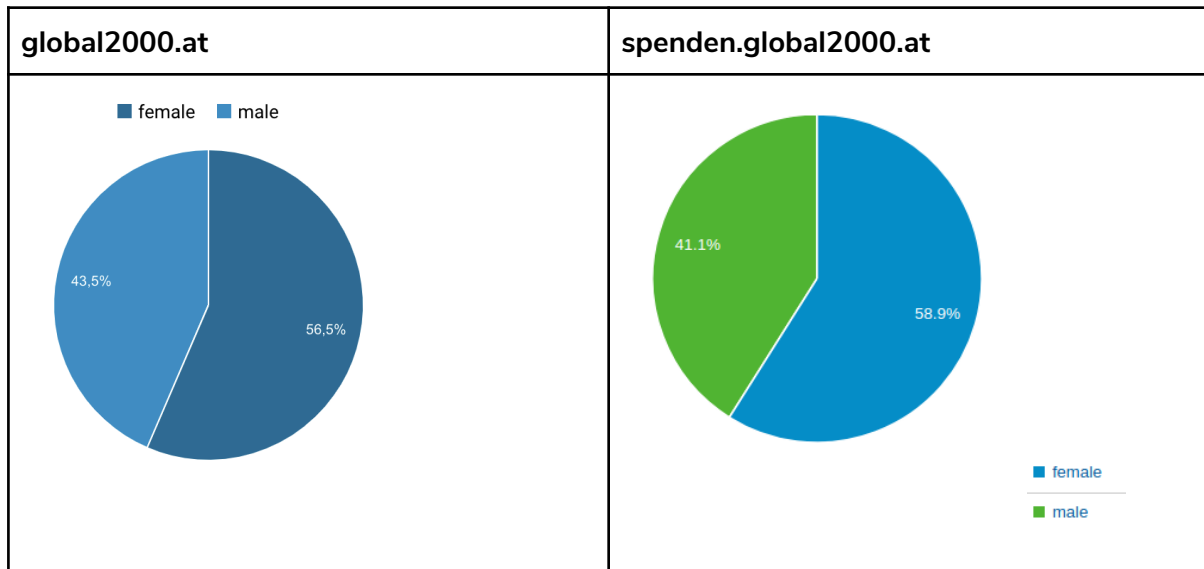
Sekundär:

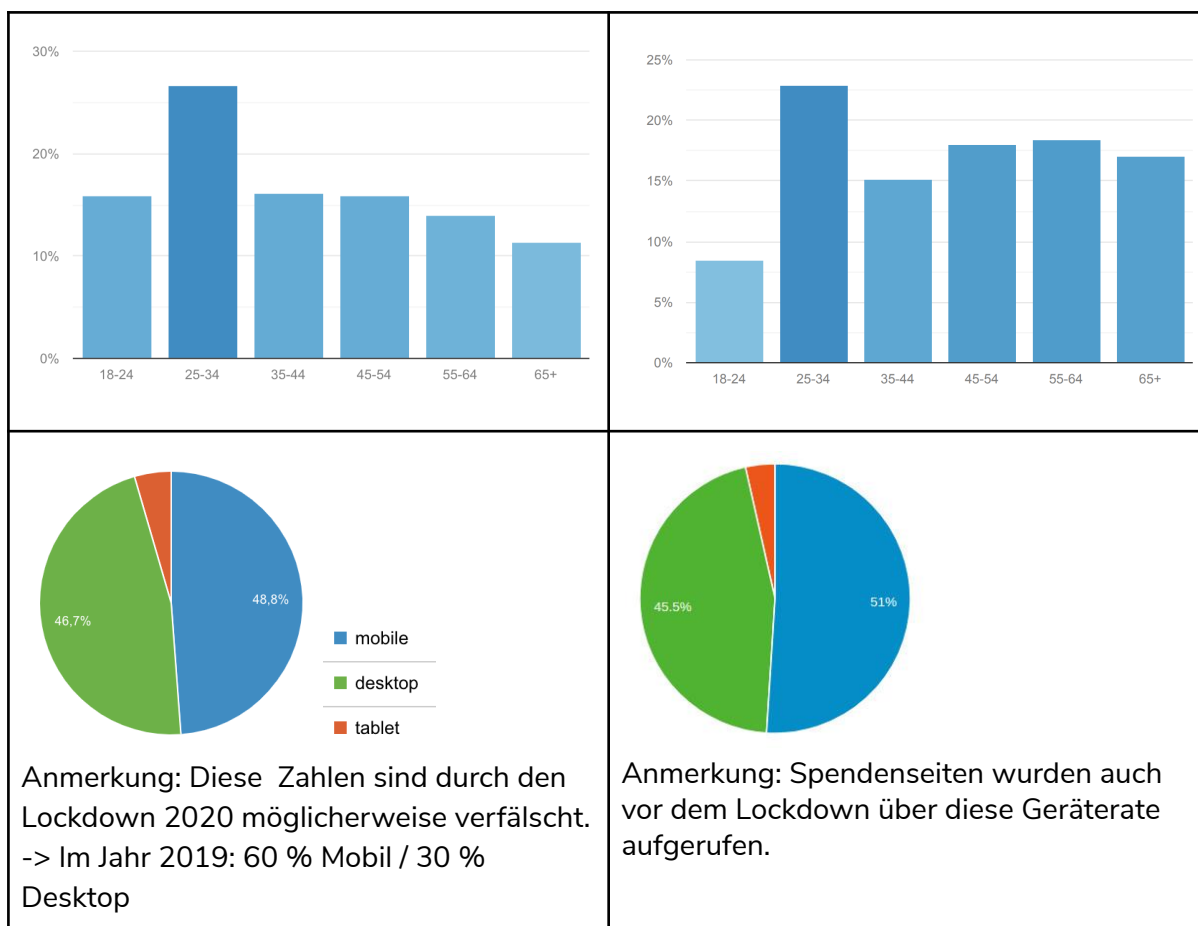
- JournalistInnen

Nach Sinus Milieus:

- Bürgerliche Mitte
- Etablierte
- Postmaterielle

Website User im Jahr 2020:





Newsletterverteiler

Umfasst derzeit: 242.240 Personen

Weiblich: 56 %

Männlich: 44 %

Alter (nur von rund 20.000 erfasst):

18-24 4 %

25-34 16 %

35-44 14 %

45-64 42 %

65-84 23 %

Über 84 1 %

Staat:

Österreich 95.475

Deutschland 8.466

Schweiz 464

Italien 276

Bundesland:

Wien 25.224

Niederösterreich 23.064

Oberösterreich 15.935

Steiermark 10.582

Kärnten 4.542

Salzburg 4.375

Tirol 4.412

Burgenland 2.771

Vorarlberg 3.257

Gültige Postadresse im Verteiler: 51.229

Gültiger Iban: 21.465

SpenderInnen im Verteiler: 15.259 davon
8.361 regelmäßige SpenderInnen (EZ)

Telefonnummern: 17.731

155.247 haben 2016 bis heute zumindest
eine Petition unterzeichnet

4.3 Projektumfeld

AnsprechpartnerInnen GLOBAL 2000 intern

Name	Rolle
Martin Aschauer (Subteamleiter Digital) martin.aschauer@global2000.at	Hauptverantwortlich für Beauftragung/Entscheidungsträger
Evelyn Knoll (Content Managerin) evelyn.knoll@global2000.at	Hauptverantwortlich für Umsetzung/immer in CC
Katharina Hölzl (Online Fundraising Managerin) katharina.hoelzl@global2000.at	Verantwortlich für Spendenbereich
Gerald Osterbauer (Online Fundraising Manager) gerald.osterbauer@global2000.at	Verantwortlich für Spendenbereich

Agenturen

- More Onion (derzeitige Hostingsagentur von global2000.at)
- Data Dialog (derzeitige Hostingsagentur von spenden.global2000.at & Anbieter der UnterstützerInnendatenbank)
- Viveum (Zahlungsprovider)

5 Projektanforderungen

5.1 Funktionale Anforderungen

5.1.1 Website

5.1.1.1 CMS

Das CMS soll die folgenden allgemeinen Anforderungen erfüllen:

- Open Source mit großer, aktiver Community
- Flexibel erweiterbar (Plugin-Architektur) und lange "Halbwertszeit"

Das CMS soll die folgenden funktionalen Anforderungen erfüllen:

- Modularer Aufbau von Templates (Page-Builder) muss möglich sein
- Automatisches Image- & Video-Scaling und Bild-Optimierung (integriertes Tool zur Auswahl eines Bildausschnittes; neue Formate wie WebP) muss möglich sein
- Versionierung von Inhalten muss gegeben sein
- Time-Controlled Content muss möglich sein (z.B. Publikation eines Artikels muss für Tag in Zukunft festgesetzt werden können)
- Time-Controlled Content auf Pagebuilder Element-Ebene muss möglich sein (zB für die Einbindung eines Petition-Widgets)
- Duplizieren von Assets (z.B. Seiten) muss möglich sein
- Preview-Funktion muss verfügbar sein
- Einfaches Verknüpfen von Content & Artikeln muss möglich sein
- Übersichtliche Content-Struktur muss gegeben sein
- Rechtschreibprüfung von Content muss gegeben sein (Nice to have)
- Option zur Migration von bestehendem Content muss gegeben sein
- Media Management
Verwaltung von Assets inkl. intelligente Suchfunktion nach Assets, Vermeidung von Bilder-Duplikaten
- Skalierbarkeit muss gegeben sein - Funktionale Erweiterungen dürfen nicht den Relaunch der Website zur Folge haben
- Lizenzkosten für verwendete Tools, etwaige Plugins, verwendete Assets in einem CMS und anderen möglichen Erweiterungen müssen vorab kommuniziert werden und dürfen nicht erst beim Go-Live als unverrückbare Kostentreiber auftreten.
- Repetitive editorielle Arbeit soll durch editierbare Vorlagen sowohl auf Seiten-Ebene als auch auf Pagebuilder-Element-Ebene erleichtert werden
- Es soll die Möglichkeit geben neue Bereiche und funktionale Erweiterungen auf einem Testsystem vorab zu realisieren und mittels einer Freigabe auf das Produktivsystem zu deployen (Staging-System -> Produktiv-System)
- Mehrsprachigkeit muss NICHT gegeben sein

- Login-Bereich für UserInnen für Freemium/Premium Modell ist geplant und soll in einem nachgelagerten Projekt kostensparend realisiert werden können
- Moderne Such-Funktion aller Website-inhalte
- Unbegrenzte Dateigröße bei Uploads
- CMS-User-Rollen Management ist erforderlich
Rechte, Rollenmanagement und Workflows müssen gegeben sein
- URL-Alias Management
- URL-Redirects
 - Management
 - Statistik
 - 404-Fehler Management
- Verwaltung aller User muss möglich sein
 - Bei Formularen/Petitionen/Email-to-target/Spenden werden alle eingegebenen Werte gespeichert, außer die Zahlungsdaten
 - Es ist einsehbar wer das Double-opt-in Mail bestätigt hat und wer nicht
 - Möglichkeit den Datensatz je Formular downzuladen
 - Bestätigungsmails können händisch verschickt werden für einzelne UserInnen

Die neue Website soll diese Anforderungen möglichst abdecken, oder sogar über mögliche Potenziale hinausgehen.

5.1.1.1.1 Seiten-Typen

Die folgenden Seiten sollen mittels Page Builder und/oder Vorlagen erstellt werden können:

- **Contentseiten**
 - **Startseite**
 - **Knotenseiten**
 - Auswahl zwischen Themenseite und Knotenseite
 - Mehrere Gruppierungen sollen möglich sein
 - Pro Seite sollen 0-x Parent-Seiten zugeordnet werden können
 - **Detailseiten**
 - Detail kann sein: Statische Seite, Event, News, Publikation, Presseaussendung, Job, Ratgeber
 - Pro Seite sollen 0-x Parent-Seiten zugeordnet werden können
- **Sammelseiten (automatisch generiert, kein manueller Content notwendig)**
 - Diese können bündeln: Event, News, Publikation, Presseaussendung, Job, Ratgeber
 - Funktionalitäten: Sortierung, Filtermöglichkeit
- **Formulare/Petition/Email-to-Target/Spendenseite**

5.1.1.2 Properties für Assets

Für die Assets sollen im CMS pro Seite definiert werden können:

- Asset-Name (Seiten-Name; Pflichtfeld)
- URL Slug (Default: Asset-Name klein geschrieben. Siehe URL-Anforderungen im Kapitel [SEO](#))
- Redirect auf andere URL (Page Picker oder manuelle URL)
- Title Tag (Default: Asset-Name & globaler Title-Text)
- Meta Description (Default: leer)
- Noindex-Option (Default: index)
- Canonical URL (Page Picker oder manuelle URL), auch für PDFs (Default: Canonical zeigt auf sich selbst)
- og-Title & og-Description (Default: Title Tag & Meta Description) & og-image (Default: leer)
- Share-Funktionalität (Share Buttons; Default: keine Share-Buttons)
- Anzeige & Position des Assets auf Startseite
- Anzeige & Position des Assets auf Knotenseite
- Erstelldatum (Default: Tag der Erstellung des Assets)
- Publikationsdatum (Default: Tag der Erstellung des Assets)
- Teaserbild/Teaservideo
- Teasertitel
- Teaser-Introtext
- Parent-Zuweisung

Besonderheiten Weiterlesen-Bereich:

- Hier werden News, Static Pages, Publikationen, Ratgeber, Knotenseiten angezeigt, welche der gleichen Kategorie (zB der Knotenseite) zugewiesen sind.

Besonderheiten News, Publikationen, Events, Ratgeber:

- News, Publikationen & Events scheinen automatisch nach der Erstellung auf der Startseite auf (minimaler redaktioneller Aufwand ist das Ziel)
- News, Publikationen, Ratgeber können Kategorien/Knotenseiten zugewiesen werden und scheinen dort in den entsprechenden Bereichen auf
- Publikationen sind: Studien & Reports, GLOBAL Magazine, Broschüren, Tests oder auch zusätzliche Ratgeber

5.1.1.3 Pagebuilder Elemente

Folgende Elemente werden im Frontend benötigt:

- Headerbild/Headervideo
- Titel
- Intro
- CTA (Petition oder Spende)
- Body
- Newsletter Abo
- Bilder & Bildergalerie (Slider/Karussell)
- Share Optionen
- Highlightbox
- Downloadbereich
- Alles zum Thema
- Latest News/Publikationen/Ratgeber
- Weiterlesen-Bereich
- Media-Element (für Video, Audio-Player)
- Widget für Spende/Petition/Formular/Email-to-Target/Spenden-Produkt
- Trustelemente
- Testimonials

→ Weitere Elemente können im Zuge der Umsetzung des Konzepts noch hinzukommen.

5.1.2 Campaigning

5.1.2.1 Formulare

Anforderungen für Formulare (bzw die Umsetzung einer Formular-Seite):

- Großzügiger Page-Builder Bereich & großzügiger Form-Builder (Input-Elemente, Validierungen, etc.),Redaktioneller Contentbereich (Pre-Title, Title, Bodies)
- Einzelne Schritte bei Formularen unabhängig voneinander bearbeitbar
 - Newsletterabfrage
 - Ausklappbarer Text
- Formfields: Textfelder (einzeilig), Numerisch, Freitext, Checkbox, Radiobutton, Dropdown, Bild/Icon-Auswahl, Upload-Funktion (Bilder, Videos, Dokumente)
- Optionen bei allen Feldern wie Feldvalidierungen oder hidden Fields
- Direkte Adressprüfung über Drittanbieter (zB Österreichische Post - Dies ist vom AN zu berücksichtigen)
- Forms sollen in mehreren Schritten anzeigbar sein
- Optionale Newsletter-Anmeldung (zB über Radio Buttons), welche für bereits angemeldete User nicht ausgespielt wird
- Bereits vorhandene User sollen direkt ausgewiesen werden, um Doppeleintragung zu vermeiden (Schlüssel: eMail)
- Double Opt In
 - Kann für bestimmte Formulare aktiviert werden wenn gewünscht
 - Reibungsloser Double Opt-In Prozess ist ein MUSS
 - Opt In Email ist individualisierbar
- Automatisches Versenden einer Notification Email an eine individuell eintragbare Emailadresse mit den Inhalten des Formulars -> dh wenn sich jemand in ein Formular einträgt, wird automatisch eine Email an eine individuell festgelegte Emailadresse verschickt, diese Email enthält alle Infos die in das Formular eingetragen wurden; der Betreff dieses Emails ist ebenfalls editierbar
- Automatisches Versenden einer individualisierbaren Email nach dem absenden des Formulars oder bei Double Opt In, nach dem Bestätigen des Link an den Eintragenden
- Möglichkeit ein reduziertes Boilerplate anzuzeigen (ähnlich eines Checkout)
- Schnittstelle zur Datenbank (inkl. Kampagnen-Tags), sobald via eMail bestätigt
- Bestätigungs-eMails sollen nochmals ausgesendet werden können an einzelne User (manuell)
- Vorausgefüllte Formulare von bereits bestehenden UnterstützerInnen sind möglich (Link via eMail, der zu einem vorausgefüllten Formular führt. Achtung: nicht über GET-Parameter wegen Datenschutz)
- Conditional Logiken sind erforderlich:
Bsp: Wenn im Formular xy angehakt/ausgefüllt etc wird, dann werden weitere/andere Felder angezeigt oder Userinnen bekommen bestimmte Dankeseiten

- Editierbare Buttontexte erforderlich
- Sticky Anker, welcher zum Form führt (vor Allem mobile relevant)
- Modular erweiterbar
- KANN: Automatische Aussendung der Double Optin nach x Tagen
- KANN: User kann auf Danke-Seite selbst Optin triggern

5.1.2.2 Petitionen

Anforderungen wie bei Formular

Weitere Anforderungen:

- Anzahl der bisherigen Eintragungen inkl. visueller Darstellung
-> mit editierbaren Sprungpunkten (dh wenn 100 mitgemacht haben zeigt es zb 1.000 als Ziel an, bei 1.000 zeigt es zb 10.000 als Ziel an) und editierbarem Text
- Anzeige der letzten 5 Eintragungen (Vorname und erster Buchstabe des Nachnamen)

5.1.2.3 Email-to-target

Funktionale Erklärung:

UserInnen können vorgefertigte, jedoch editierbare Texte unter Angabe Ihrer PLZ an einen oder mehrere relevante Empfänger versenden. Ziel ist das direkte Targeten von regional relevanten Entscheidungsträgern.

Anforderungen wie bei Formular & Petition

Weitere Anforderungen:

- Vorgeschlagene Texte und Empfänger können je Email-to-target Kampagne im BE hinterlegt werden
- UserInnen können 1-n Targets aussuchen
- Es können im BE Datensätze mit einem Mapping PLZ zu Email hinterlegt werden, um regionale Empfänger bei Eingabe der PLZ anzuzeigen

5.1.2.4 Share Pages (Dankeseiten)

Seiten die nach dem Absenden eines Formulars (Form, Petition, Email to target, Spenden) und dem Bestätigen eines Double Opt über Links geladen werden.

- Können Share Buttons enthalten, die editierbar sind
- Können Spendenformulare enthalten
- Können Infos zu Spende enthalten, dafür erforderlich:
 - Schnittstelle zu Zahlungsprovider
 - Schnittstelle zu Datenbank
- Pop up Feld, welches zusätzliche Dateneingaben ermöglicht.
Beispielsweise eine Aufforderung zusätzlich die Telefonnummer oder andere Daten einzugeben, wenn man die Seite verlassen möchte (OnExit-Pop Up).

5.1.3 Spendenbereich

Genereller Prozess bei einer Spende/einem Spendenprodukt

1. Auswahl Betrag & Zahlungsintervall (& Menge bei Produkt)
2. Eingabe persönliche Daten
3. Auswahl Zahlungsmethode
 - 3.1. Optionaler Schritt 1
 - 3.1.1. Newsletter/Telefonnummer/Postadressen Optin/Textfeld
 - 3.2. Optionaler Schritt 2
 - 3.2.1. Spendenzusammenfassung/"Spendenkorb" Übersicht
4. Weiterleitung zu Zahlungsprovider
5. Weiterleitung von Zahlungsprovider auf Abschlusseite
 - 5.1. Dankesseite nach erfolgreicher Zahlungsprüfung
 - 5.2. Auf Abbruch Seite bei Abbruch/nicht erfolgreicher Zahlungsprüfung
6. Auftragsbestätigungs E-Mail

Must-Haves

- Verwaltungsbereich
 - Globale Settings für alle Spendenformulare
- Standard Aufbau Spendenseiten (Templates)
- Modularer Form-Builder (in drei Varianten & mehreren Designs)
 - Variante 1: Spendenformular groß ("One-Page Checkout")
 - Variante 2: Spendenformular klein ("Checkout with Steps", min. 2 Designs)
 - Variante 3: Spendenwidget ("Checkout with Steps" für Einbindung auf Artikelseiten, min. 2 Designs)
- "Shopsystem Mini"
 - One-Page Spenden-Shop Produktübersichtsseiten inkl. Checkout
- Abschlusseiten mit dynamischen Komponenten
 - Dankesseiten
 - Abbruchseite

Optional zu "Shopsystem Mini"

- "Shopsystem Maxi"
 - Spenden-Shop Produktübersichtsseiten
 - Spenden-Shop-Detail Seiten
 - Warenkorbfunktion

5.1.3.1 Verwaltungsbereich

Im Verwaltungsbereich können globale Einstellungen für alle Spendenformulare eingestellt werden.

Must-Haves

- Fallback Einstellungen
 - Dankesseite/Abbruchseite

- Beträge
- Zahlungsintervalle
- Auftragsbestätigungs E-Mail
- Spendenbutton Text
- Trust-Elemente
- Spenden FAQs
- Hinterlegen von aktuellen/neuen Zahlungsmethoden
 - Zahlungsmethoden ein/ausblenden
 - Texte/Bilder für Zahlungsmethoden einstellen
- Übersicht über alle Spendenformulare
 - erkennbar welche aktiv, nicht aktiv sind
 - Wieviele Spendeneingänge es auf welches Formular gegeben hat
- Einbindung von vorausgefüllten Formularen
- Feldbezeichnungen für Spendenformulare definierbar und global änderbar
- Automatisches Versenden von Bestätigungsmails, nach erfolgreichem Abschluss der Spende ist möglich
- Schnittstelle zu Fundraising Studio Datenbank von Data Dialog
- Versenden eines Email mit Link zu vorausgefülltem Formular um eigene Daten anzureichern ist möglich
- Integration des Zahlungsproviders ist möglich (aktuell Viveum)
 - PCI-DSS Zertifizierung ist zu vermeiden

Optional

- Definition & Auswertung von Themen-Tags (zB. Atom, Pestizide, Nationalpark Garten, Plastik) möglich
- Definition & Auswertung von Kampagnen-Tags (zB. Mochovce, Pfand Drauf, Krsko) möglich
- Definierte Platzhalter-Variablen für einzelne Inhalte (zB. GLOBAL 2000, Kampagne, Thema)

5.1.3.2 Modularer Form-Builder

Must Haves

- Auswahl Spendenformular Varianten
 - Groß (One-Page Checkout): Alle Schritte auf einmal angezeigt
 - Klein (Checkout in Steps): Alle Schritte aufgeteilt angezeigt
 - Widget (zum Einbinden auf Artikelseiten): Weiter reduzierte Variante von Spendenformular klein
- Auswahl Spendenformular Design
- Auswahl von optionalen Prozessschritten möglich
- Auswahl Betrag
 - Standardbetrag festlegen möglich
 - Mindestbetrag festlegen möglich
 - Eingabe an beliebig vielen Beträgen möglich
 - Feld für frei wählbaren Betrag möglich
 - Flexibler Betrag bei Produkten möglich
- Auswahl Zahlungsintervall

- Standardintervall festlegen möglich
- Auswahl an Zahlungsintervallen möglich (Einmalig, Monatlich, Jährlich, Halbjährlich, Vierteljährlich)
- Auswahl Mengeneinheiten (bei Produkten) möglich
- Persönliche Daten
 - Anrede
 - Vorname
 - Nachname
 - Adresse (Straße, PLZ, Stadt, Land)
 - E-Mail Adresse
 - Spendenabsetzbarkeit Opt-In
 - Geburtsdatum
- E-Mail Opt-In
- Datenschutzerklärung
- Kommentarfeld für SpenderInnen möglich
- Einbindung des Zahlungsproviders und die angebotenen Zahlungsmethoden möglich, sowie ein- ausblenden von einzelnen Zahlungsmethoden möglich
 - Einzug, Sofortüberweisung, PayPal, Kreditkarte (Visa & Mastercard)
- Jetzt Spenden Button
 - Text editierbar
- Wichtige Felder für API ins Fundraising Studio (weitere möglich)
 - Formularname
 - Fundraising Studio Typ (Spende oder Produkt -> andere Workflows)
 - Fundraising Studio ID
 - Gruppe
 - Produktart
 - Mengeneinheiten (zB bei Bestellungen)
- Einstellung Abschlussseiten (Dankesseite/Abbruchseite)
- Ein-/Ausblenden von einzelnen Feldern möglich
- Produktbeschreibung (aus-einblendbar)
- Produktbild hinterlegbar (ein-ausblendbar)
- Neue Zahlungsintervalle einbinden möglich
- Spendenziel anzeigen möglich
- Pflichtfelder & optionale Felder definieren
- Validierung bei Feldern
- Conditional Fields möglich
- Vergabe von Kategorie (für Zuordnung zu "Shopsystem Mini") möglich
- Spendenzusammenfassung/Warenkorb als Übersicht für SpenderIn vor Abschluss der Spende
 - Anzeige von allen Informationen die in das Formular eingegeben wurden

Optional

- Dynamisch anpassbare Beträge bei Wechsel der Zahlungsintervalle (-> umschalten von jährlich auf monatlich ändert auch die angezeigten Beträge)
- Beschreibung unter den einzelnen Beträgen (zB mit 5€ ermöglichen Sie XY)
- Visualisierung Spendenziel

- Automatisch anpassbarer Zielbetrag (dynamisch) -> Umbruch bei Erreichen von Teilzielen
- Änderung der Reihenfolge von Prozessschritten für Tests
- Automatische Umstellung von Desktop auf Mobil Versionen von One-Page Checkout auf Checkout with Steps (aus-einschaltbar)
- Platzhalter-Variablen
- Sticky Button bei Scrollen auf der Seite (Jetzt-Spenden Button immer im sichtbaren Bereich)

5.1.3.3 Spendenshop-System

Über das Shopsystem ist es möglich Kategorienseiten zu erstellen, auf denen die den Kategorien zugeordneten Spendenprodukte durch Produktkacheln sichtbar aufgelistet sind. Es ist für SpenderInnen möglich die abgebildeten Produkte auf der Seite in einen Spendenkorb zu legen. Der Checkout findet über ein Spendenformular auf der Seite (optional über eine Warenkorbseite) statt.

Must-Haves

- Mehrere Spendenprodukte können auf einer Kategorienseite abgebildet werden
- Darstellung von Produkten je Kachel
 - Produktbild
 - Produktname
 - Produktbeschreibung
 - Spendenvorschlag ("Preis")
 - "Zum Spendenkorb Hinzufügen"-Button
- Einbindung Spendenformular (siehe Kapitel "[Modularer Form-Builder](#)")
- Flexibler Preis (aufrunden von Spendenbeträgen)
- Ein Shop-Item muss als Widget auf Content-Seiten einbindbar sein (z.B. Spenden-Slider oder Einzel-Spende mit Bild)

Optional

- Produktbild-Karussell (Galeriefunktion für Produktbilder)
- "Mehr anzeigen", wenn nicht alle Produkte auf einer Seite abgebildet werden können (keine Paginierung)
- Maximale Ausprägung des Shopsystem mit allumfassendem Shopsystem
Beinhaltet: Kategorienseite, Produktdetailseite, Spendenkorbseite und eigenen Checkoutprozess.

5.1.3.4 Abschlussseiten

Abschlussseiten sind die Seiten, auf die SpenderInnen nach Abschluss/Abbruch einer Spende beim Zahlungsprovider landen

5.1.3.4.1 Dankesseiten

Must Haves

- Abbildung von dynamisch erzeugten Inhalten
 - Zahlungsreferenz (Vorgangsnummer)
 - Zahlungsstatus
 - Zahlungsmethode
 - tbd.

Optional

- Abbildung von dynamisch erzeugten Inhalten
 - Thema (über Themen-Tag)

5.1.3.4.2 Abbruchseite

Must Haves

- Abbildung von dynamisch erzeugten Inhalten
 - Erneuter Spendenversuch auf abgebrochenen Spende

Optional

- Abbildung von dynamisch erzeugten Inhalten
 - Thema (über Themen-Tag)

5.1.4 Zusatzprojekt

PRP Ampelsystem

Unser Pestizidreduktionsprogramm (PRP) testet wöchentlich für Rewe (Billa & Billa+) Obst und Gemüse auf Pestizidrückstände. Die Ergebnisse dieser Tests wurden bisher auf der der Billa Website dargestellt. Zukünftig sollen diese Daten auf einer GLOBAL 2000 Webseite dargestellt werden. Hierfür braucht es eine Applikation (und evtl eine Schnittstelle).

Aktueller technischer Stand:

- Wöchentlich wird ein XML-File via FTP Upload bzw SFTP Download an Billa gesendet.
- Billa/Billa+ generierten daraus die Infos auf der Website
- Es braucht eine Applikation die das XML File importieren kann, die dann zB ein JSON ausliefert und eine Entwicklung im Front End um die Daten dem GLOBAL 2000 Design entsprechend anzuzeigen

5.1.5 Aussicht auf optionales Projektumfeld “Nationalpark Garten”

<http://nationalparkgarten.at/>

Der Nationalpark Garten ist eine Community an nachhaltigen GärtnerInnen.

Wir möchten visualisieren (unklar wie!) wie „naturnah“ Österreichs Gärten sind und wie viele m² Fläche das in Österreich sind. Die UserInnen sollen die Möglichkeit haben ihren Garten/Balkon/Fläche einzutragen, das ganze mit Fotos zu untermalen. Das Tool dient der Nutzerbindung und Erschließung neuer Zielgruppen. Wenn möglich soll das Tool mit einer interaktiven Komponente den Dialog zwischen den UserInnen fördern – Bilder liken, loben, Tipps austauschen, Pflanzen-Tausch etc.

Dieses Projekt ist NICHT teil des Relaunch Auftrages, soll aber nach erfolgreichem Relaunch angegangen werden und dient hier lediglich auf Information welches Projekt bei erfolgreicher Zusammenarbeit noch beauftragt werden könnte.

5.1.6 SEO

Die neue Website soll die folgenden SEO Anforderungen erfüllen:

5.1.6.1 Allgemein

- 404 Error Seite muss editiert werden können (Content)
- Canonical Tags können nicht nur für Seiten, sondern auch andere Ressourcen (z.B. PDF Dateien) manuell gesetzt werden
- Die wichtigsten Meta Tags können automatisiert hinterlegt werden und spezifisch (Fallback) und auf Page-Ebene bearbeitet werden (siehe Kapitel [Properties pro Seite](#))
- Kein automatischer Duplicate Content aus dem CMS (z.B. durch Trailing Slash, non-www vs. www, Parameter in der URL usw.)

5.1.6.1.1 Crawling & Indexierung Anforderungen

- Robots.txt sollte zumindest auf Admin-Ebene im CMS editierbar sein
- Eine XML-Sitemap muss existieren und alle indexable URLs beinhalten. Die XML-Sitemaps muss vollständig automatisiert sein und zumindest 1 Mal pro Tag an Google gepingt werden
- Hreflang Informationen müssen im Quellcode (HTML) vollständig automatisiert ausgespielt werden für alle aktiven Sprachen

5.1.6.1.2 Media

- Bilder können für die Bildersuche optimiert werden
 - ALT Tag
 - Dateiname
 - Image Title

5.1.6.1.3 Redirects

Redirect Mapping

Es muss ein Mapping inkl. Redirects von den alten zu den neuen URLs eingerichtet werden. Siehe Kapitel Migration.

Redirects im CMS

Es sollen im CMS manuelle Redirects gesetzt werden können (z.B. um Alias-URLs für Kampagnenseiten anzulegen).

Automatisierte Redirects nach URL Änderung

Wenn eine URL einer Seite im CMS geändert wird (z.B. der Slug), so soll das CMS automatisch einen Redirect von der alten auf die neue URL setzen.

5.1.6.1.4 Structured Data

Folgende Structured Data Types sollen für die neue Website angedacht werden:

Typ	Inhalt/Seiten	Weitere Infos
NGO Organisation	Startseite	https://schema.org/NGO
BlogArticle	Blog Artikel Detailseiten	https://developers.google.com/search/docs/data-types/article?hl=de
NewsArticle	News Artikel Detailseiten	https://developers.google.com/search/docs/data-types/article?hl=de
Event	Für jedes Event	https://developers.google.com/search/docs/data-types/event?hl=de
FAQ	Seiten mit FAQs	https://developers.google.com/search/docs/data-types/faqpage?hl=de
Fact Check	Für Seiten, die einen FactCheck machen	https://developers.google.com/search/docs/data-types/factcheck?hl=de
Sitelink Search	Startseite	https://developers.google.com/search/docs/data-types/sitelinks-searchbox?hl=de
JobPosting	Job-Ausschreibungen Detail-Seiten	https://developers.google.com/search/docs/data-types/job-posting?hl=de

HowTo	Seiten mit HowTo-Aufzählungen	https://developers.google.com/search/docs/data-types/how-to?hl=de
Breadcrumb	Alle Seiten mit Breadcrumb	https://developers.google.com/search/docs/data-types/breadcrumb?hl=de
Video	Für jedes Video	https://developers.google.com/search/docs/data-types/video?hl=de

MustHave

NiceToHave

Implementierung:

Die Implementierung soll ausschließlich via JSON-LD erfolgen und automatisiert sein. Das JSON-LD muss valide sein.

5.1.6.1.5 Performance

- Pagespeed Anforderungen (siehe Kapitel [Performance](#))

5.1.6.1.6 URL Anforderungen

Zugelassene Zeichen in der URL sind:

- a-z, 0-9 und "-" als Trennzeichen (mehrere Bindestriche hintereinander sind nicht erlaubt; erstes und letztes Zeichen dürfen kein Bindestriche sein)

Sonderzeichen in URLs sollen wie folgt konvertiert werden:

- Großbuchstaben → Kleinbuchstaben
- Leerzeichen → Bindestrich
- Sonderzeichen → Bindestrich
- Umlaute → konvertiert, z.B. "ä" in "ae"
- mehrere Bindestriche dürfen nicht hintereinander vorkommen

5.2 Nicht-funktionale Anforderungen

5.2.1 Website

5.2.1.1 Browser-Matrix

Aktuelle Browser-Performance (01.01.2021 - 15.03.2021):

Browser	Browser Version	Acquisition			Behaviour			Conversions	
		Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	Spenden (Goal 4 Conversion Rate)	Spenden (Goal 4 Completions)
		192,131 <small>% of Total: 100.00% (192,131)</small>	74.62% <small>Avg for View: 74.59% (0.04%)</small>	143,367 <small>% of Total: 100.04% (143,310)</small>	62.79% <small>Avg for View: 62.79% (0.00%)</small>	1.79 <small>Avg for View: 1.79 (0.00%)</small>	00:01:31 <small>Avg for View: 00:01:31 (0.00%)</small>	0.57% <small>Avg for View: 0.57% (0.00%)</small>	1,088 <small>% of Total: 100.00% (1,088)</small>
1. Safari	14.0.3	15,926 (8.29%)	82.82%	13,190 (9.20%)	66.90%	1.55	00:01:05	0.54%	86 (7.90%)
2. Chrome	87.0.4280.141	14,507 (7.55%)	74.50%	10,807 (7.54%)	61.67%	1.78	00:01:43	0.63%	92 (8.46%)
3. Safari	14.0.2	12,295 (6.40%)	82.77%	10,176 (7.10%)	68.05%	1.47	00:01:14	0.60%	74 (6.80%)
4. Firefox	84.0	8,227 (4.28%)	65.92%	5,423 (3.78%)	59.44%	1.91	00:01:44	1.17%	96 (8.82%)
5. Chrome	88.0.4324.181	7,376 (3.84%)	80.07%	5,906 (4.12%)	71.12%	1.66	00:01:04	0.77%	57 (5.24%)
6. Firefox	86.0	7,247 (3.77%)	63.20%	4,580 (3.19%)	45.83%	2.11	00:01:56	1.27%	92 (8.46%)
7. Samsung Internet	13.2	7,193 (3.74%)	68.62%	4,936 (3.44%)	58.17%	1.88	00:01:29	0.56%	40 (3.68%)
8. Firefox	85.0	6,153 (3.20%)	66.11%	4,068 (2.84%)	67.37%	2.07	00:02:14	0.72%	44 (4.04%)
9. Chrome	88.0.4324.190	5,799 (3.02%)	70.31%	4,077 (2.84%)	61.84%	1.86	00:01:35	0.79%	46 (4.23%)
10. Safari	14.0.1	5,744 (2.99%)	83.41%	4,791 (3.34%)	70.87%	1.43	00:01:14	0.19%	11 (1.01%)
11. Chrome	88.0.4324.93	4,265 (2.22%)	75.94%	3,239 (2.26%)	63.00%	1.62	00:01:30	0.61%	26 (2.39%)
12. Chrome	89.0.4389.86	3,696 (1.92%)	69.64%	2,574 (1.80%)	52.41%	2.06	00:01:27	0.41%	15 (1.38%)
13. Chrome	88.0.4324.150	3,550 (1.85%)	71.49%	2,538 (1.77%)	71.04%	1.96	00:02:10	0.11%	4 (0.37%)
14. Chrome	87.0.4280.101	3,537 (1.84%)	80.04%	2,831 (1.97%)	62.03%	1.58	00:01:24	0.25%	9 (0.83%)
15. Edge	87.0.664.75	3,497 (1.82%)	69.89%	2,444 (1.70%)	63.34%	1.87	00:01:45	1.00%	35 (3.22%)
16. Chrome	87.0.4280.88	3,454 (1.80%)	70.87%	2,448 (1.71%)	68.59%	1.98	00:02:08	0.26%	9 (0.83%)
17. Chrome	88.0.4324.104	3,230 (1.68%)	70.50%	2,277 (1.59%)	71.36%	1.69	00:01:40	0.31%	10 (0.92%)
18. Chrome	88.0.4324.152	3,043 (1.58%)	83.67%	2,546 (1.78%)	76.08%	1.49	00:01:04	0.33%	10 (0.92%)
19. Safari	13.1.2	2,892 (1.51%)	83.20%	2,406 (1.68%)	64.25%	1.61	00:01:21	0.55%	16 (1.47%)
20. Chrome	88.0.4324.182	2,763 (1.44%)	72.13%	1,993 (1.39%)	72.20%	1.80	00:01:41	0.54%	15 (1.38%)

Daraus ergibt sich die folgende Browser Matrix:

Browser	Major Versionen	Support Level
Chrome	ab 80.0.3987	Voll
Safari	ab 12	Voll
Firefox	ab 75.0.	Voll
Edge	ab 18.18362	Voll
Internet Explorer	ab 12.0	Voll
Samsung Internet	ab 11.1	Voll

5.2.1.2 GDPR Compliance

Der Europäische Gerichtshof hat in seiner Entscheidung vom 16.7.2020 das Privacy-Shield-Abkommen (Beschluss 2016/1250 über die Angemessenheit des EU-US-Datenschutzschild) zwischen der Europäischen Union und den USA, das den Vereinigten Staaten ein angemessenes Datenschutzniveau garantierte, für ungültig erklärt.

Mittlerweile gilt als Rechtsgrundlage zur Nutzung von Google Analytics nur noch die Einwilligung des Nutzers (inkl. Verarbeitung in einem unsicheren Drittland). Aus diesem Grund ergeben sich die folgenden Anforderungen:

- Cookie Notice laut E-Privacy Verordnung (Cookie-Klassen) & Info bezüglich Verarbeitung der Daten in einem unsicheren Drittland (im Falle von Google Analytics: USA)
- Derzeit wird an einer Lösung mit <https://legalweb.io/> gearbeitet, diese sollte auf neuer Seite integrierbar sein

5.2.1.3 Barrierefreiheit

Folgende Stufe soll realisiert werden:

- Stufe 1: A – 25 Erfolgskriterien – grundsätzliche Nutzbarkeit – muss erfüllt werden, bevor die Kriterien der Stufe 2 – AA – erfüllt werden.
- **Stufe 2: AA – 13 Erfolgskriterien – gesetzlich geforderte Nutzbarkeit**

Optional soll WCAG 2.1- AAA angeboten werden

5.2.1.4 Performance

Hinsichtlich der Performance gelten die folgenden Anforderungen:

Performance KPIs (Fokus - Core Web Vitals):

- Time To First Byte: zwischen 0 und 100 Millisekunden
- Largest Contentful Paint: zwischen 0 und 2,5 Sekunden
- Time To Interactive: zwischen 0 und 3,8 Sekunden
- First Input Delay: zwischen 0 und 100 Millisekunden
- Cumulative Layout Shift: zwischen 0 und 0.25

mit folgendem Referenzgerät: mobiles Gerät im 4G Netzwerk.

Die angegebenen Werte sind Referenz-Werte und das Ziel soll sein, dass die tatsächlichen Werte so nah wie möglich an diese herankommen.

5.2.1.5 Sicherheit

Folgende Anforderungen werden an die Sicherheit des Servers & CMS & Website & sowie allen zusammenhängenden Komponenten gestellt:

- SSL-Zertifikat (SSL)
- HTTP/2 & ALPN sind am Server aktiviert
- Hohe Passwort Anforderungen für CMS-User
- Nur verschlüsselte SFTP- und SSH-Verbindungen (kein FTP)
- Neueste PHP Version 7.4.x
- reCaptcha (invisible) bei Formularen optional
- Datenbank-Backups und -Wiederherstellungen
- Login-Sicherheit und -Überwachung
- IP-Sperre bei gewisser Requests/Sekunde Schwelle
- Sichere Datenübertragen bei allen Schnittstellen
- CMS und Plugins müssen stets ge-updated werden, sobald ein neues Update verfügbar ist

Alle Web Applikationen müssen im Allgemeinen so entwickelt/adaptiert/eingrichtet werden, sodass die OWASP Sicherheitsrisiken auf ein Minimum reduziert werden:

<https://owasp.org/www-project-top-ten/>

5.2.1.6 Verfügbarkeit / SLA

Es soll ein Service Level Agreement für die Dauer von 5 Jahren abgeschlossen werden.

Folgende Punkte müssen im Mindesten auf jährlicher Basis angeboten werden:

- Support für Updates und Bugfixes (Wartungspauschale)
- Uptime der Website 99,9% -> Wartungsfenster müssen vorab kommuniziert werden
- Ansprechpartner sowie eine Urlaubs- und Krankenstandsvertretung für maximale Responsezeiten von 24h an Werktagen bei Gebrechen
- Regiestundensatz für kleine Erweiterungen

Anmerkung: Eine Auslagerung an Entwickler von Fremdfirmen ist NICHT erwünscht.

5.2.1.7 Lizenzgebühren

Der AN soll alle anfallenden Lizenzkosten (CMS, Plugins, 3rd Party Services) im Angebot auf jährlicher Basis ausweisen.

5.2.1.8 Hosting

Der AN soll das Hosting auf jährlicher Basis optional mit anbieten.
Hierbei soll berücksichtigt werden, dass es sich um mehrere Subdomains handelt.
Die Domains sollen generell weiterhin von GLOBAL 2000 verwaltet werden.

5.3 Migration

5.3.1 Migration des Contents

Der gesamte Content muss vom alten System in das neue System überführt werden.
GLOBAL 2000 sieht von der Implementierung einer Schnittstelle ab und wird die Content-Pflege manuell vornehmen.

5.3.2 Redirects von den alten URLs zu den neuen URLs

Es muss die Möglichkeit bestehen anhand eines Redirect Mappings (1:1 Redirects & Wildcard Redirect Regeln) Redirects zu implementieren. Ob die Redirects vom Server oder CMS aus erstellt & gesteuert werden, obliegt dem Auftragnehmer.

Alle Redirects sollen vorab auf einem Test-System getestet werden können (stage.hostname/alter-pfad → Weiterleitung auf → stage.hostname/neuer-pfad). Als Status Code sollen "301" Redirects verwendet werden.

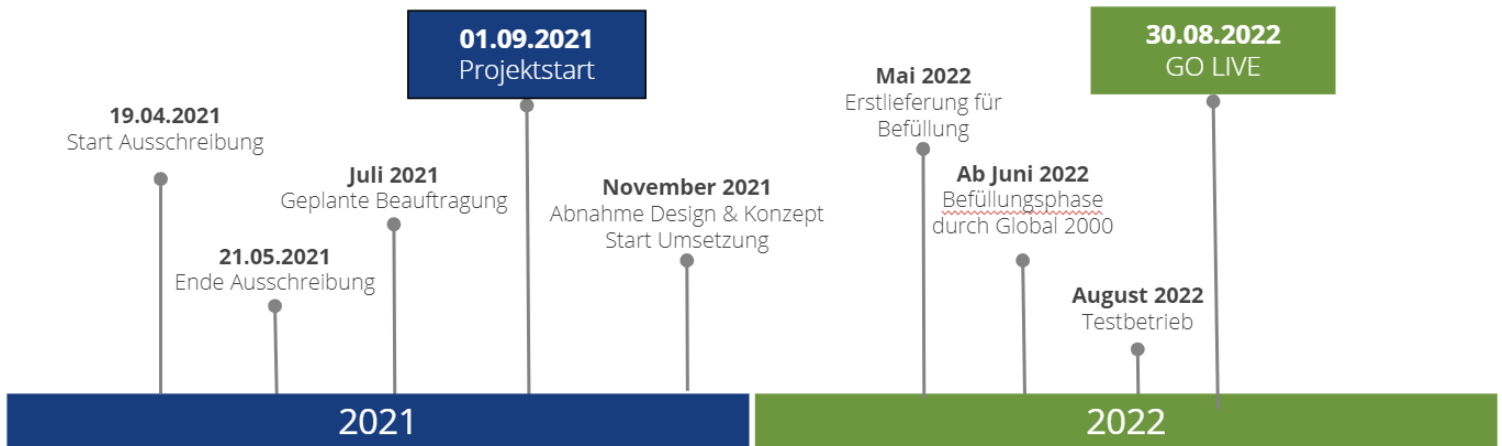
Die aktuell bestehenden Redirects (Anzahl: ca. 2000 Redirects) müssen ebenfalls in das neue System mitgenommen werden.

6 Phasen & Meilensteine

Folgende Meilensteine sind für das Projekt geplant:

- Start Ausschreibung 19.04. 2021
- Ende Ausschreibung 21.05.2021 EoD
- Juli 2021 - Beauftragung
- 01. September 2021 - Möglicher Projektstart seitens Global 2000
- 30.08.2022 - Geplanter Go Live

Geplante Projekt-Timeline:



7 Angebot

Folgende Positionen müssen bei der Abgabe des Angebotes beinhaltet sein:

Als "Must have"-Positionen im Angebot auszuweisen:

- Alle für die Abbildung des Content Bereich erforderlichen Positionen
- Alle für die Abbildung des Campaigning Bereich erforderlichen Positionen
- Eine Wartungspauschale (SLA) für mind. 5 Jahre
- Aufschlüsselung aller benötigten Lizenzen (zB CMS, Plugins etc.)
- Umsetzung der Barrierefreiheit nach WCAG 2.1 - AA (Stufe 2)

Als "Optionale"-Positionen im Angebot auszuweisen:

- Alle für die Abbildung des Spendenbereiches notwendigen Aufwände (sollte der Spendenbereich nicht angeboten werden, ist eine reibungslose Integration der bestehenden iFrames zu gewährleisten)
- Hosting aller notwendigen Applikationen (Frontend, Backend, Datenbanken, etc) mit Ausweisung etwaiger, damit anfallender Lizenz- oder Servicekosten)
- Die gesamte Einbindung des beschriebenen Zusatzprojektes "PRP Ampel"
- Umsetzung der Barrierefreiheit nach WCAG 2.1 - AAA (Stufe 3)

Geplante Rechnungsabgleichung:

- 1/4 bei Beauftragung (2021)
- 1/4 bei Abnahme Design und Konzept/Start Programmierung (Ende 2021)
- 2/4 bei Fertigstellung (2022)

Angebot per Email senden an website@global2000.at

8 Anhang

8.1 Aktuelle Page Speed Metriken

Page Speed laut Google PageSpeed Insights (12.03.2021 13:30):

- Spendenformular klein (zB.: <https://www.global2000.at/publikationen/jahresreport-2020>)

Mobile

	Direkt auf spenden.global2000.at (nur Formular)	Über iFrame auf global2000.at (inkl. Content)
First Contentful Paint	3,4 s	4,1 s
Speed Index	5,6 s	6,0 s
Largest Contentful Paint	5,4 s	4,7 s
Time to Interactive	7,9 s	12,7 s
Total Blocking Time	330 ms	450 ms
Cumulative Layout Shift	0	0

Desktop

	Direkt auf spenden.global2000.at (nur Formular)	Über iFrame auf global2000.at (inkl. Content)
First Contentful Paint	0,9 s	1,2 s
Speed Index	2 s	1,4 s
Largest Contentful Paint	1,3 s	1,5 s
Time to Interactive	1,7 s	2,8 s
Total Blocking Time	20 ms	10 ms
Cumulative Layout Shift	0,013	0

- Spendenformular groß (zB: <https://www.global2000.at/spenden/mochovce>)

Mobile

	Direkt auf spenden.global2000.at (nur Formular)	Über iFrame auf global2000.at (inkl. Content)
First Contentful Paint	3,5 s	4,1 s
Speed Index	6,5 s	6,0 s
Largest Contentful Paint	5,5 s	6,6 s
Time to Interactive	8,0 s	13,3 s
Total Blocking Time	470 ms	390 ms
Cumulative Layout Shift	0	0,004

Desktop

	Direkt auf spenden.global2000.at (nur Formular)	Über iFrame auf global2000.at (inkl. Content)
First Contentful Paint	0,9 s	1,2 s
Speed Index	2,5 s	1,5 s
Largest Contentful Paint	2,0 s	1,6 s
Time to Interactive	1,8 s	2,9 s
Total Blocking Time	40 ms	30 ms
Cumulative Layout Shift	0,002	0,054