

Erschließung der Markgrafenkirchen in Oberfranken



Projektbüro

Hans Peetz, 1. Vorsitzender
Jutta Geyrhalter, Projektmanagerin
Ute Steininger, Projektassistentin
Hans-Meiser-Str. 2, 95447 Bayreuth
Tel. 0921/7574821, Fax: 7574815
markgrafenkirchen@elkb.de
www.markgrafenkirchen-bayern.de

Ausschreibung Website: Markgrafenkirchen

1. **Ziele der Website**
2. **Zielgruppen**
3. **Content Management System**
 - a. Wahl des CMS
 - b. Berechtigungssystem / Redakteurskonzept
 - c. Sprachen
 - d. Backend-Anforderungen
4. **Schnittstellen und Funktionen**
 - a. API evangelischer Kalender
 - b. interaktive Routen / GPX
 - c. Medienverwaltung
 - d. Bildersammlung
 - e. News / Meldungen
 - f. Archivierung
 - g. Suchfunktionalitäten
 - h. Barrierefreiheit
 - i. Newsletter
 - k. virtueller Rundgang
5. **Content-Konzept**
 - a. Informationsarchitektur
 - b. Seitentypen / Screendesign
 - c. Editor
 - d. Content Elemente
6. **SEO-Konzept**
 - a. allgemeine Aufgaben
 - b. Landingspage- und URL-Konzept
 - c. Onpage-Linkkonzept
 - d. Backlink-Generierung
7. **Hosting und Providing**
8. **Contenterstellung**
9. **Schulung**
10. **Betreuung nach Livegang**
11. **Projektmanagement**
12. **allgemeine Grundlagen der Ausschreibung**

1. Ziele der Webseite

Die Markgrafenkirchen-Website ist ein mit Fördergeldern finanziertes LEADER-Projekt mit dem Ziel, ca. 60 Kirchen (aus einer Gesamtzahl von ca. 200) umfassend darzustellen und zudem Mehrwerte zu bieten, welche die Besucherfrequenzen der Website positiv beeinflussen sollen und (auch) zu oftmaligen Besuch des Online-Angebots zu motivieren.

Dabei soll über die Gesamtheit der Marktgrafenkirchen und deren Geschichte, den kulturellen wie spirituellen Hintergrund informiert werden. Zudem sollen die wichtigen Detailinformationen zu den ca. 60 definierten Marktgrafenkirchen verfügbar sein. Es ist ein Umfeld zu schaffen, welches über die Darstellung der Marktgrafen hinausreichende Inhalte präsentiert, die von allgemeinem Interesse rund um das Thema (Stichworte: Barock, Rokoko, Wilhelmine, Marktgrafen, Protestantismus der Region, Fahrrad- und Wanderrouten, (spiritueller) Tourismus etc.).

Erklärtes Ziel ist zudem die **Vernetzung** (Verlinkungsangebote) mit Tourismuszentralen, Kirchengemeinden, Kommunen und kulturellen Einrichtungen der jeweiligen Region.

2. Zielgruppe(n)

Primärzielgruppe:

Hauptziel ist die Aufbereitung eines aus touristischer Perspektive interessanten Online-Angebots (jede beteiligte Markgrafenkirche wird am Eingang eine Tafelerhalten, auf der ein QR-Code kommuniziert wird, über den man direkt auf die entsprechende Kirchseite im Rahmen des Markgrafenkirchen-Auftritts geleitet wird). Aus Träger- / Betreibersicht ist auch das Stichwort: spiritueller Tourismus zu berücksichtigen.

Sekundärzielgruppe(n):

Einheimische (Termine und Events), kommunale Kommunikatoren, jeweilige Kirchengemeinde, (kirchen)geschichtlich Interessierte

Weitere nachrangige Zielgruppe(n):

Schulen (pädagogische Angebote), Wander- und Kirchenführungsangebote

Zielgruppen priorisiert:

- **Touristen**, die über dieses Angebot oder andere in die Region kommen / sind
- **Tagesausflügler/innen**
- **Einheimische**
- **kulturell, historisch, kirchlich & spirituell** Interessierte aus nah und fern
- sog. **Kerngemeinde** der Kirchengemeinden, die sich auf der Website wiederfinden, vernetzen und mit einem verbindenden Element Markgrafenkirchen verankert fühlen und selbstbewusst damit zurück in die Region hinein wirken
- **pädagogisch** Interessierte und Arbeitende

3. Content Management System

3 a. Wahl des CMS

Gefordert wird ein lizenzfreies, open source Content Management System mit nachhaltiger Zukunftsperspektive und einer entsprechenden Verbreitung in Deutschland, das Redakteure in die Lage versetzt, nach initialer Onlinestellung des Projekts die Website selbständig aktuell zu halten.

Bevorzugt wird das Content Management System **TYPO3 in der Version 9 LTS**

Sollte ein alternatives CMS angeboten werden, müssen die Vor- und Nachteile im Vergleich zu TYPO3 genannt werden – Voraussetzung ist aber eine möglichst weite Verbreitung in Entwicklerkreisen sowie ein garantiert lizenzfreies Open-Source-Modell.

3 b. Berechtigungssystem und Redakteurskonzept

Im Rahmen dieses Angebots ist ein einfaches Berechtigungssystem vorzusehen. Dieses besteht aus einer Administrationsebene und einer Redakteursebene:

Redakteure können sämtliche Inhalte (Text, Bild, Video, Downloads) bearbeiten

Administratoren können Redakteure hinzufügen und entfernen.

In der Startphase werden ca. 2 Administratoren und ca. 5 Redakteure benötigt werden.

Dieses einfache Berechtigungssystem ist Grundlage dieser Ausschreibung.

Zukünftig sollte die Möglichkeit bestehen, dass einzelne Berechtigungen pro Markgrafenkirchen-Unterseite vergeben werden können, womit sich das Berechtigungskonzept um eine 3. Ebene erweitert. Auch sollte der Administrator dann in die Lage versetzt werden können, weitere Unterseiten für neu hinzukommende Markgrafenkirchen selbständig einrichten und freischalten zu können. Diese Unterseiten werden sich im Raster, in den Inhalten und Möglichkeiten nicht von den in der Startphase eingestellten Kirchenseiten unterscheiden. Seitenbezogene Navigationen, Suchen und URLs (Unterverzeichnis oder Subdomain) sind dann entsprechend vom Administrator anzupassen.

Auf diese Möglichkeit ist in der Ausschreibung Bezug zu nehmen ist aber nicht Bestandteil des Angebots und muss daher auch nicht kalkuliert werden.

3 c. Sprachen

Die Website ist für 3 Sprachen vorzubereiten:

- deutsch
- englisch
- tschechisch

Die Website wird – wie im Weiteren ausgeführt – aus dynamischen und statischem Inhalten bestehen. Dynamische Inhalte werden über die API des evangelischen Kalender automatisch übernommen. Statische Inhalte werden manuell über das CMS eingepflegt. Hierbei ist sicherzustellen, dass der Redakteur die entsprechenden Texte / Content-Elemente im Blick hat, um aus der deutschen Version einfach und übersichtlich die englische und tschechische Version erstellen zu können. Die Inhalte aus der ev-API sollen entweder in deutsch (für die deutsche Ausgabe) oder gar nicht /englisch, tschechisch) auf der Ausgabeseite angezeigt werden.

3 d. Backend

Für Redakteure ist das Pflege-Backend so zu gestalten, dass sich auch relativ ungeübte CMS-Nutzer mehr oder weniger intuitiv und einfach zurecht finden und die gesuchten Inhalte / Unterseiten erkennen können. Hierfür kann es notwendig sein, dass aufgrund des Berechtigungskonzeptes dem einzelnen Redakteur im Backend nur die Bereiche ausgespielt werden, für die er verantwortlich zeichnet.

Grundsätzlich ist das Backend mit Bordmitteln des CMS so zu gestalten, dass es übersichtlich bleibt und das anzeigt, was auch benötigt wird.

4. Schnittstellen und Funktionen

4 a. API evangelischer Kalender

Eine der Kernfunktionen der Markgrafenkirchen-Website stellt die Übernahme der im evangelischen Kalender eingepflegten Termine und Events dar.

Siehe dazu: <https://www.evangelische-termine.de>

Diese Termine, die von Markgrafen-Kirchen eingestellt sind, sind bereits getagged. Somit ist die automatisierte Übernahme dieser gekennzeichneten Termine grundsätzlich möglich.

Die Schnittstelle zu den zentral gepflegten Terminen für die evangelischen Kirchen Bayern muss somit im System angebunden werden.

Die Schnittstellen-Dokumentation ist hier vorzufinden:

<https://handbuch.evangelische-termine.de/soap-api-dokumentation>

Die API wird für zwei Aufgaben der Webseite verantwortlich sein:

1. Termine der einzelnen Markgrafenkirchen werden auf der entsprechenden Markgrafen-Kirche-Unterseite dargestellt. Diese werden mithilfe einer ID zugeordnet.
2. Sogenannte „Highlight“-Termine werden bereits in der 1. Ebene der Webseite als einer der zentralen Inhalte dargestellt (weitere Ausführungen hierzu im Folgenden). Diese „Highlight“-Termine sind ebenfalls mittels übergebener ID direkt und eindeutig zuordenbar. Ein manuelles Mapping zwischen Webseite und API muss stattfinden.

Die mittels API übergebenen Termine können im Rahmen des Website-CMS nicht bearbeitet werden. Sämtliche übergebene Termine, Texte und Bilder werden 1:1 übernommen.

4 b. interaktive Routen / GPX

Es sind ca. 15 Touren (Radfahren, Wandern) vorbereitet, die ebenfalls elementare Bestandteil der 1. Ebene der Website sind. Im Rahmen dieser Routen sind Markgrafenkirchen als Zielpunkte markiert. In den Karten sind also neben den jeweiligen Kirche auch Rad- und/oder Wandertouren eingetragen.

Hierfür sollte ein Kartenanbieter gewählt werden, welcher möglichst kostenreduziert seine Dienste anbietet, im besten Fall Open Source und damit lizenzkostenfrei.

Eine Prognose für die Zugriffszahlen pro Monat kann aktuell nicht gestellt werden.

Die Touren liegen im GPX-Format vor und können konvertiert werden. Sollten hier zusätzliche und/oder laufende Kosten entstehen ist diese gesondert zu vermerken.

Wünschenswert wäre eine Übernahme / Überspielung dieser auf der Website angebotenen Karten auf entsprechende APP-Software, die zur Navigation bei Wander- und / oder Radtouren diesen.

Eine Filterung der Routen z. B. nach Länge, Schwierigkeitsgrad, Region etc. ist anzustreben.

4 c. Medien-Verwaltung

Die Website wird mit umfangreichen Bildmaterial, mit PDF-Materialien zum Download, 360 Grad-Panoramen und Videos bestückt. Hierfür ist ein Konzept zu entwickeln, dass diese in Summe umfangreichen Mediendateien die Ladezeit der Website nicht beeinträchtigen.

Das Konzept zur Optimierung der Ladezeit des Auftritts ist im Konzeptangebot kurz darzustellen. Aus diversen suchmaschinen- und user-bezogenen Gründen ist eine optimierte Ladezeit eines der wesentlichen Kriterien des technischen Konzeptes.

4 d. Bildersammlung

Pro Markgrafenkirche – aber auch auf der allgemeinen Website – können viele Fotografien / Bilder platziert werden. Hierfür ist eine Darstellungsform bzw. eine Funktion zu wählen, die Desktop wie mobile nutzbar ist und eine einfache Bearbeitung durch den Redakteur ermöglicht (Bild-Beschreibung, Bildunterschrift, Sortierung, Kategorisierung eventuell Reiterausgabe) ermöglicht.

Zudem ist darauf zu achten, dass Bilder, unabhängig von der vorliegenden Dateigröße, in der Bildersammlung im weboptierten und datenminimierten Ausgabeformat ausgespielt werden. Eine Definition der uploadbaren Dateiformate wie z. B. .jpg, .png, .tif, .svg und .raw ist im Konzeptangebote mit anzuführen.

4 e. News / Meldungen

Eine Funktion / Extension „News“, ist vorzusehen. Diese Newsfunktion wird in der allgemeinen Website eingebunden und dient dazu, allgemeine Meldungen zu veröffentlichen. Die News / Meldungen dienen auch dazu, Termine, die bereits im Kalender angezeigt werden, separat und unabhängig in einer Langversion darzustellen.

Eine News besteht aus:

Bild, Termin, Headline, Teasertext und Langtext (mit der Möglichkeit, in diesen Langtexten auch Bilder zu platzieren). Wünschenswert ist die Vorgabe von formatierten Termin-, Headline- und Text-Eingaben im Backend (bzw. H1 bis H3).

Falls keine (zukünftigen) Termine vorhanden sind, ist die Teaserbox News / Meldung (-box bzw. -seite) nicht sichtbar.

Es besteht immer die Möglichkeit, über jede News bzw. Meldung mittels Link auch auf eine Langtextversion / zugehörige Unterseite zu gelangen. Der Langtext (Seitentyp) ist dabei Bestandteil der Kirchen-Unterseite (jeweilige Markgrafenkirche, auf die sich die Meldung bezieht).

4 f. Archivierung

Es ist vorgesehen, terminlich und örtlich zuordenbare Vorträge, Andachten, Hintergrundtexte auf einer der Meldung / News nachgelagerten Seite aufzuspielen und diese entsprechend in einem Archiv abzulegen. Dieses Archiv ist via Suche bzw. Filterung zu durchsuchen bzw. von vornherein zu kategorisieren. Das Gesamtarchiv ist auf der allgemeinen MKG-Seite zu finden.

4 g. Suchfunktion(en) / Filter

Ein Such- bzw. Filterkonzept ist zu erstellen, welches ermöglicht, die gesamten Seiteninhalte einerseits aber auch das Archiv einfach und schnell zu durchsuchen. Hierfür ist ein Konzept zu entwickeln, das man einfachen Mitteln und ohne die Hinzunahme komplexer, aufwändiger und damit kostenintensiver Such-Extensions bzw. Erweiterungen ein relativ komfortables Auffinden gesuchter Stichworte bzw. Inhalte zu ermöglichen. Die Integration einer Volltextsuche ist obligatorisch.

4 h. Barrierefreiheit

Um einen gewissen Grad an Barrierefreiheit zu gewährleisten, ist es notwendig, dass die Schriftgröße reduziert und vergrößert werden kann. Zudem sollte es einen kontrastreichen Modus geben, in dem sehr hohe Kontraste verwendet werden.

Als Anforderung wird zudem gestellt, dass alle Bilder mit Alternativtexten versehen sind um ggf. die Browser- oder Betriebssystemvorlesefunktion korrekt nutzen zu können.

4 i. Newsletter

Es wird „cleverreach“ als Newslettersoftware verwendet. Diese ist bereits im Einsatz. Es kann die Möglichkeit bestehen, dass eine Anmeldefunktion dieses Newsletters auf der allgemeinen Website angeboten wird. In diesem Falle ist eine JavaScript/iFrame-Einbindung vorzusehen.

4 k. Virtueller Rundgang

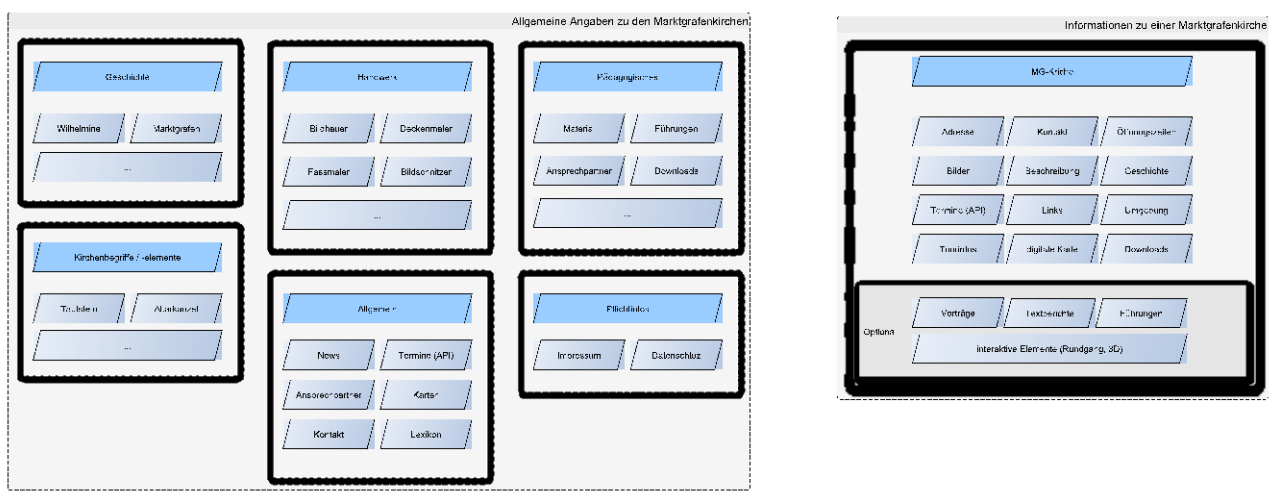
Es werden in den Folgejahren virtuelle Rundgänge für einzelne Kirchen erstellt. Diese sind dann auf der jeweiligen Kirchenseite zu platzieren. Der technische Aufwand für diese Einbindung ist nicht Bestandteil der Ausschreibung / des zu erstellenden Angebots, ist aber in einem Screendesign (nach Auftragserteilung) vorzusehen.

5. Content-Konzept

5 a. Informationsarchitektur

Markgrafenkirchen.de besteht im wesentlichen aus zwei Kernbereichen:

1. Allgemeine Informationen zu Konzept, Highlights, allgemeine Informationen und Vertiefungen zum Thema
2. Spezielle Informationen pro Markgrafenkirche (ca. 60)



Es ist somit eine Informationsarchitektur (Sitemap) zu entwickeln, die eine einfache und schnelle Navigation für die verschiedenen Interessen (Tourist, Kerngemeinde, Themeninteressierte) bietet.

Die **Startseite** bietet dem User Inhalte sowohl aus dem allgemeinen (1.) wie aus dem spezifischen, standortbezogenen Bereich (2.) an:

Im Konzeptangebot bzw. Sitemap ist eine Priorisierung der Inhalte aus Marketingsicht festzulegen, welche sicherstellt, dass User aktiv in und durch die Seiten geleitet werden.

Unserer Ansicht nach ist eine Filterfunktion aller Markgrafenkirchen ebenso auf der Startseite zu platzieren, eine entsprechende Darstellung der Highlight-Termine, News, zudem die Fahrrad- und Wanderrouten sowie ein optisch ansprechender Einstieg in die vertiefenden Themen aus den Kategorien Geschichte, Handwerk, Pädagogik.

Für andere zielführende Darstellungsprioritäten und kreative Ideen sind wir offen, wenn sie das Ziel verfolgen, User zu interessieren, zu binden und zum Wiederkommen zu bewegen.

Inhaltssammlung des allgemeinen Bereiches:

Geschichte

Die Geschichte umfasst die allgemeine Geschichte und Entstehung der Markgrafenkirchen. Zudem die Verbindung zu Wilhelmine, zur Zeit des Barock und Rokoko, das Thema Markgrafen in der Region sowie Protestantismus in der Region.

Handwerk

Im Bereich Handwerk wird auf die verschiedenen Künstler, Handwerker eingegangen, die im Laufe der Zeit zur Entstehung und Pracht der Kirchen beigetragen haben. Diese sind nach Handwerk, Name, Jahreszahl sowie im Bezug zur jeweiligen Markgrafenkirche gegliedert.

Pädagogik

Informationen für Kindergärten und Schulen für Ausflüge, Führungen und Kontaktmöglichkeiten, Öffnungszeiten sowie Unterrichtsmaterialien und Spielübungen zum Herunterladen, die als PDF angeboten werden.

Kirchenelemente

Die Markgrafenkirchen sind geprägt durch spezielle Taufbecken, Kanzelaltäre und vieles mehr. Diese einzelnen Alleinstellungsmerkmale sollen genauer beschrieben und erklärt werden.

Allgemein

Es sollen **Highlight-Events** kurz angekündigt und ausführlich beschrieben werden. Zudem werden Termine der evangelischen Kirche angezeigt, welche aus einer Schnittstelle stammen. Ein **Lexikon** für Namen und Fachbegriffe soll zum Aufschluss dienen und auf die entsprechenden Seite(n) verlinken. Es sollen **Wander- und Radkarten** die im Zusammenhang mit den Kirchen stehen, eingebunden werden. Diese sollen als Tour in einer Karte angezeigt werden. Zudem sollen die Touren als gpx-Download angeboten werden. Es soll **Kontaktmöglichkeiten** via **Kontaktformular** und ein oder mehrere **Ansprechpartner** zu gewissen Themen genannt werden.

Informationen zu einer Markgrafenkirche

Allgemein

Die Kerninformationen für alle MGK sind ident. Hier handelt es sich um die **Adresse, Kontaktmöglichkeiten, Öffnungszeiten, Bilder, Beschreibungstexte, geschichtliche Hintergründe, Anbindung an die evangelischen Termine** (beschränkt auf diese Kirche) – Ausgabe der Termine, die sich einzig auf diesen Kirchenstandort beziehen (ID-bezogen), **Umgebungsinformationen**, Touristeninfos, **Links** (z.B. zur kommunalen Seite mit gastronomischen Angeboten, Verbände und Vereine, Unterkünfte usw.), eine **digitale Karte mit der Kirche** und ggf. Rad- und/oder Wandertouren, Downloads zu dieser Kirche (gpx-Daten, Flyer, oder ähnliches).

Themenvorträge (*siehe Archivfunktion*):

Zudem gibt es Inhalte, welche nicht bei jeder Kirche vorhanden sein werden: diese bestehen aus speziellen Themenvorträgen, Textberichten, Artikeln oder Führungsangeboten.

Optional:

In der Zukunft (nicht Teil dieser Ausschreibung) wird die Einbindung eines digitalen Rundgangs oder einer 3D-Animation vorhanden sein, welche von einem externen Anbieter via Einbindung bereitgestellt wird. Dieses ist konzeptionell (eventuell im Screendesign) vorzusehen, muss aber als Einbindung (technische Lösung) im Rahmen dieser Ausschreibung nicht angeboten werden.

Grundsätzlich sind **Seitentypen** für den Bereich der einzelnen Markgrafen-Kirchen-Darstellung zu entwickeln, deren Raster für alle beteiligten Kirchen Gültigkeit hat. Eingepflegte Inhalte in diesem Raster entscheiden, ob dieser Bereich (Content Element) angezeigt wird. Nicht eingepflegte Content-Elemente (Bereiche) werden nicht angezeigt.

5 b. Seitentypen

Es ist ein Seitentypen-Konzept zu erarbeiten und anzubieten, welches möglichst schlank gehalten wird. Es ist in Konzeption und Angebot darauf zu achten, dass nur so viele Seitentypen wie nötig definiert und umgesetzt werden. Dieses Seitentypen-Konzept dient auch dazu, den umfangreichen Webauftritt in visuellem Hinblick wiedererkennbar und einfach erweiterbar zu halten und soll zudem kostendämpfend wirken z. B.:

- a. Startseite Markgrafenkirchen.de
- b. Startseite jeweilige Markgrafenkirche
- c. Kategorie-Übersichtsseite (. B. Geschichte, Handwerk, Pädagogik etc.)
- d. News
- e. Kontaktseite inkl. Formulare
- f. Lexikon
- g. Archiv
- h. Textseite
- i.

Die Gestaltung der Seitentypen ist wesentlicher Bestandteil des Screendesign-Konzepts und Präsentationsgrundlage im Rahmen der Zusammenarbeit.

Dabei sind auch sämtliche Schriftarten zu definieren (wichtig: nur copyrightfreie Schriften sind vorzuschlagen und in späterer Folge zu verwenden), Farben festzulegen (Hex-Werte und deren Ableitungen für Print-Produktionen wie Info-Tafeln, Flyer, Fahnen etc.) sowie eine Icon-Bibliothek zu gestalten.

Einzigste Corporate Design-Vorgabe für die Gestaltung der Markgrafenkirchen-Website ist die Verwendung des Markgrafenkirchen-Logos. Dieses ist auch Ausgangspunkt für alle Design-Definitionen im Rahmen der Seitentypen.

Wichtig:

Mit der Gestaltung der definierten Seitentypen wird das gesamte Corporate Design der Website definiert. Im Angebot sind hierfür bis zu 2 Korrekturläufe vorzusehen.

Die Position der Seitentypen ist im Angebot als einzelner und in sich abgeschlossener Angebotsposten aufzuführen.

Sollte nach dem 2.Korrekturlauf keine schriftliche Abnahme durch den Auftraggeber erfolgen können, so behält sich der Auftraggeber vor, die Zusammenarbeit mit dem Anbieter nach Bezahlung der bis dahin geleisteten Arbeiten (z. B. Sitemap, Inhaltsarchitektur, Konzept, Seitentypen, Design) zu beenden.

Die entsprechend bezahlten Leistungen bis zu diesem Zeitpunkt gehen in den Besitz des Auftraggebers über. Der Auftraggeber ist dann berechtigt, diese erbrachten Leistungen als Grundlage für die Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern zu verwenden. Mögliche Copyrights gehen mit der Bezahlung an den Auftraggeber über.

5 c. Editor

Headlines, Sublines und Fließtexte sind zu formatieren, so dass der Redakteur keinen Einfluss auf die Textgestaltung von Headlines, Sublines und Fließtexte hat. Der für die Fließtexte zu verwendende Editor sieht Formatierungsmöglichkeiten wie bold, kursiv, unterstreichen, Aufzählungen, Verlinkungen und Bildintegration innerhalb der Fließtexte vor.

Farbliche Variationsmöglichkeiten sowie individuelle Schriftgrößen-Einstellungen sollten nicht möglich sein. Darüber hinaus können Headlines und Sublines durch den Redakteur als H1, H2, H3 markiert werden.

5 d. Content Elemente

Im Zuge der Seitentypen-Erstellung und des darin beinhalteten Screendesign-Konzept sind Content-Elemente zu definieren, die dazu dienen, längere Texte durch die Einblendung eines solchen Content-Elements attraktiver zu gestalten.

Im Zuge der Entwicklung des Screendesign sind ca. 4-5 solcher Content-Elemente zu definieren, die Langtexte auflockern und lesbar halten können.

Diese Content Elemente könnten sein:

Bild / Textslider

Parallax-Effekte

Zoom-Effekte etc.

Wichtig ist, dass der Redakteur diese Content-Elemente selbst mit Bild und Text ohne weiteres Programmier- und Visualisierungs-KnowHow gestalten kann, in dem er einfach Bilder hochladen und Texte einfügen kann.

Im Rahmen des Angebots ist eine realistische Preisschätzung auf Grundlage bisheriger Erfahrungswerte für die Implementierung und die Entwicklung von vier solcher durch einen Textredakteur editierbaren Content Elemente abzugeben.

6. SEO-Konzept

6 a. allgemeine Aufgaben

Bei der Programmierung sollte auf eine korrekte, zeitgemäße SEO geachtet werden. Dies bezieht sich auf Seitenstruktur, Navigation, Inhalte, Bilder und Links. Im Konzeptangebot ist eine kurze Beschreibung der enthaltenen Leistungen und Kompetenzen beizufügen. Grundsätzlich wird angestrebt, mittels Onpage-Maßnahmen die Markgrafenkirchenseite sowohl technisch wie inhaltlich so aufzubereiten, dass ein Optimum erreicht werden kann. Eine spätere Kampagnenunterstützung mittels Affiliates, AdWords ist nicht geplant.

Wesentlich erscheint uns, dass die Website zu erst im touristischen Kontext gefunden wird. Eine optimale Ausspielung der jeweiligen Kirche bei gemeindebezogenen Suchanfragen ist zudem erwünscht.

In zweiter Linie sind inhaltliche Suchanfragen zu den kulturgeschichtlichen Inhalten von Interesse.

6 b. URL-Konzept

Die URL muss aus einer sprechenden URL bestehen. Diese setzt sich aus der Seitenhierarchie zusammen. Die Sprache sollte mit einem Sprach-Flag hinter der TLD realisiert werden, beispielsweise: /de/, /en/, /cz/...

Die URLs müssen sowohl manuell bearbeitet wie automatisch aufgespielt werden können. Bei der Automatisierung sollte die auf der jeweiligen Seite vorgegebene H1 zugleich Teil der sprechenden URL sein.

Ein 404-Konzept inkl. einer entsprechenden Ausgabeseite ist vorzusehen.

6 c. Onpage-Linkkonzept

Eine Konzept für interne Querverlinkungen innerhalb der Markgrafen-Kirchen-Website ist vorzusehen und im Rahmen des Konzeptangebotes anzureißen und mit Preisen zu versehen. So sollte es möglich sein, Querverlinkungen zum Lexikon oder anderen statischen Seiten für bestimmte Begriffe anzulegen und zu pflegen.

6 d. Backlink-Konzept

Die Generierung von Backlinks mit anderen touristischen und kommunalen Angeboten sowie themenbezogenen Webinformationen ist ein wesentlicher Bestandteil des Projektmanagements seitens des evangelischen Bildungswerks.

Um die Generierung von Backlinks professionell, komfortabel und möglichst einfach zu halten, ist eine Bannersammlung für die gängigsten Bannergrößen zu erstellen, die durch das Projektmanagement des evangelischen Bildungswerks an entsprechende Partner mit der Bitte der Einbindung auf dessen Website übermittelt werden können.

Ein Banner-Motiv in den verschiedenen durch die Agentur zu definierenden Bannergrößen ist ausreichend. Wording und Gestaltung dieser Banner ist vom Auftragnehmer zu erstellen und anzubieten. Akquisition und Platzierung werden vom Projektmanagement des evangelischen Bildungswerks übernommen.

Falls die Agentur bei der Erstellung von Backlinks auch Aufgaben übernehmen kann, die eine zielgerichtete Bannerplatzierung / Querverlinkung auf Partnerseiten ermöglicht, so kann dies als optionale Leistung im Konzeptangebot angeführt und angeboten werden.

7. Hosting & Providing

Die Domain www.marktgrafenkirchen.de ist im Besitz des Auftraggebers. In der Folge soll die Website vom Auftragnehmer bzw. eines Hostingpartners des Auftragnehmers betrieben werden. Diese Leistung – Einrichtung und zukünftige Betriebskosten – ist Teil des abzugebenden Angebots. Umfang des Hostings ergibt sich aus dem Konzeptangebot.

Wichtig: Mit Projektstart wird ein Entwicklungsserver benötigt. Der Auftraggeber erhält vollen Zugriff auf die Entwicklung und später auch das Content-Management-System, um die umfangreiche Content-Pflege mit mehreren Redakteuren vor Livestellung durchführen zu können.

8. Content-Erstellung

Die Content-Einpflege (Text, Bild, Audio-Video, Downloads) wird vom Auftraggeber durchgeführt. Der Auftraggeber bereitet das Content-Management mit Beispieldaten so vor, dass dieser als Arbeitsunterstützung für den Auftraggeber dienen kann.

9. Schulung

Ca. 5 Redakteure sind in das Content-Management-System einzuschulen und in die Lage zu versetzen, zukünftig die komplette Inhaltspflege (Text, Bild, Audio-Video, Downloads) durchzuführen.

Zudem ist im Rahmen des Angebots unter optionale Leistungen der zukünftige Aufwand anzugeben, wenn eine neue Markgrafenkirchen-Seiten (inkl. aller dazugehörigen Unterseiten) anzulegen und ins System zu integrieren ist (Navigationsstruktur und Seitenbäume inkl. Fremdsprachen, URL).

10. Betreuung nach Livegang

Der Auftragnehmer begleitet den Auftraggeber weiterhin nach Livegang. Aus aktueller Sicht ist hierfür kein Betreuungsvertrag nötig. Trotzdem sollte seitens des Auftragnehmers 2 Personen (wg. Urlaub, Krankheit) benannt und deren Kontaktdaten übermittelt werden, die dem Auftraggeber in Zukunft kompetent Auskunft und Hilfestellungen geben können.

Die Stundensätze für die nachgelagerte Betreuung sind zu nennen.

Diese betreffen insbesondere die Bereiche:

Beratung, Konzept, Support,

Grafische Leistungen,

Text

Programmierung im Rahmen des Content-Management-Systems inkl.

Extensionprogrammierung,

11. Projektmanagement

Es sind ein(e) Ansprechpartner(in) sowie eine Vertretung (für Urlaubs- und Krankheitszeiten) zu benennen, die während und nach der Projektphase dem Auftraggeber zur Verfügung stehen.

Die Projektmanagementaufwände während der Projektlaufzeit sind anzubieten.

Zudem wird nach Auftragsvergabe durch den Auftraggeber ein Zeitplan /Meilensteinplanung durch den Auftragnehmer zu erstellen sein, der verbindliche Workflows und Timetables beinhaltet. Dieser Zeitplan ist seitens des Auftragnehmers während der Projektlaufzeit zu steuern.

Folgende Termine sind vorgesehen:

- | | |
|--|------------|
| 1. Abgabe der Angebote seitens der eingeladenen Agenturen: | 07.12.2018 |
| 2. Entscheidung des Auftraggebers bis: | 21.12.2018 |
| 3. Projektstart: | 15.01.2019 |
| 4. Übergabe Content-Management-System bis: | 02.08.2019 |
| 5. Content-Einpfege und Betreuung seitens Auftragnehmer: | 18.10.2019 |
| 6. Livegang und Ende des Projektzeitraums: | 25.10.2019 |

12. Allgemeine Grundlagen der Ausschreibung

Die Abgabe eines Angebots, welches den Kriterien dieser Ausschreibung entspricht, wird mit
honoriert. Die Rechnung ist bis zum 15.12.2019 zu stellen.

EUR 500,00

Um eine Vergleichbarkeit der Angebote zu gewährleisten, wird um Einhaltung der folgenden Angebotsstruktur gebeten:

1. Konzeption
inkl. Präsentation und 1 Korrekturlauf.
(die Konzeption umfasst: inhaltliches Konzept / Sitemap;
Onsite-Verlinkungskonzept; SEO-Konzept; Definition der Seitentypen,
kreative Ideensammlung)
2. Corporate Design
inkl. Präsentation und 2 Korrekturläufe
(Präsentation auf Grundlage von Konzeption; Gestaltung der Seitentypen
Desktop und Mobile; Icon-Bibliothek.
3. Projektmanagement-Aufwände für 1 – 2
4. Basis-Installation Content-Management-System
 - a. Template-Programmierung
 - b. Anlegen sämtlicher ca. 60 Unterseiten für jeweilige Kirche
5. Funktions- und Schnittstellenprogrammierung
 - a. lt. der in dieser Ausschreibung angeführten Aufgaben 3 b. bis 4 h.
6. Testing inkl. Beschreibung der Testroutinen
7. Suchmaschinen-Optimierung
 - a. Beschreibung der technischen Maßnahmen im Rahmen des CMS
 - b. Aufwände der Umsetzung
 - c. Konzeption der inhaltlichen Maßnahmen
inkl. Suchphrasen-Recherche
 - c. Definition und Erstellung Banner-Set wie unter 6 d. beschrieben
8. Hosting & Providing
 - a. Entwicklungsserver
 - b. Liveserver
9. Schulung
10. Projektmanagement-Aufwände 4-9
11. Optionale Leistungen (lt. in der Ausschreibung angeführte optionale Leistungen)