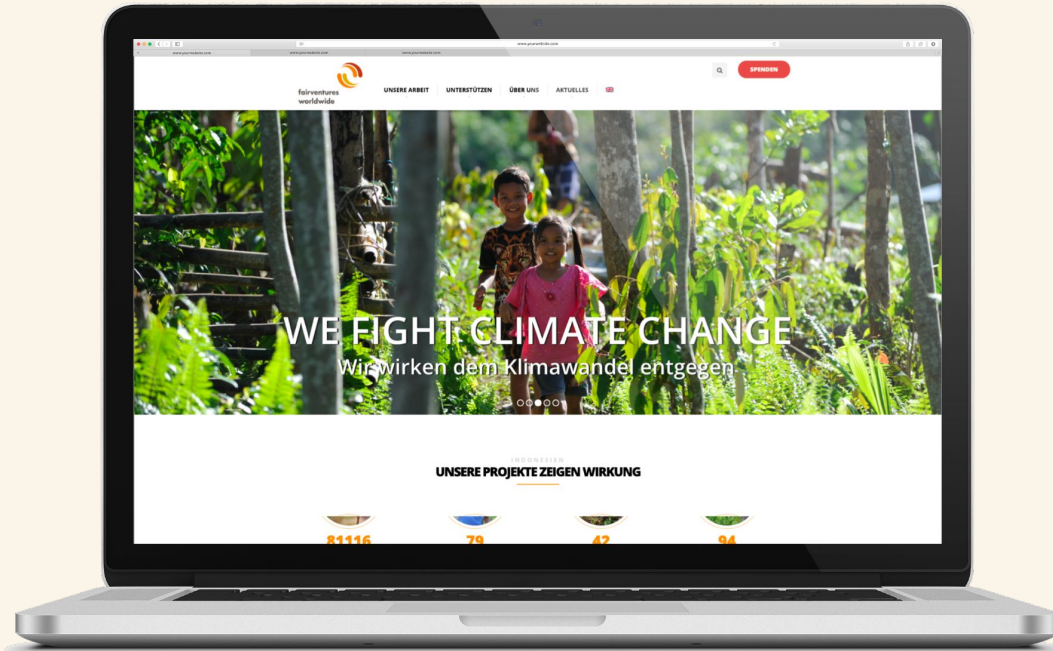




Ausgangslage (alte Website)



Prozess

Bedarfsermittlung

- Interviews mit internen & externen Stakeholdern führen
- Interne Fragebögen auswerten
- Wettbewerber-Analyse durchführen

Konzeptentwicklung

- Klare Ziele setzen
- Zielgruppen definieren
- Website-Struktur definieren

Umsetzung

- Freelancer ermitteln
- Website aufbauen
- Abgleich mit Zielsetzung durchführen & ggf. Änderungen umsetzen



Ziele

Design & Layout

- Modernes Layout (Farben, Fonts, etc.)
- Einfach & sauber
- Einfache Navigation
- Weniger Text, mehr Grafiken, Videos & interaktive Elemente
- Wichtige Inhalte prominenter platzieren

Content

- Unsere Arbeit für jeden verständlich erklären
- Komplexität reduzieren
- Anreize bieten, unsere Website öfter zu besuchen
- Transparenz erhöhen
- Partner und Unterstützende in den Mittelpunkt stellen

Technologie

- Seite für Google Ad Grants optimieren
- SEO Optimierung
- Verknüpfung unserer Social Media Kanäle
- Optimierung für mobile Geräte
- Mehrsprachigkeit



Zielgruppen

Priorität 1

- Privatspendende
- Unternehmen

Priorität 2

- (Potenzielle) Projektpartner
- Institutionelle Geldgeber
- (Potenzielle) Bewerbende

Priorität 3

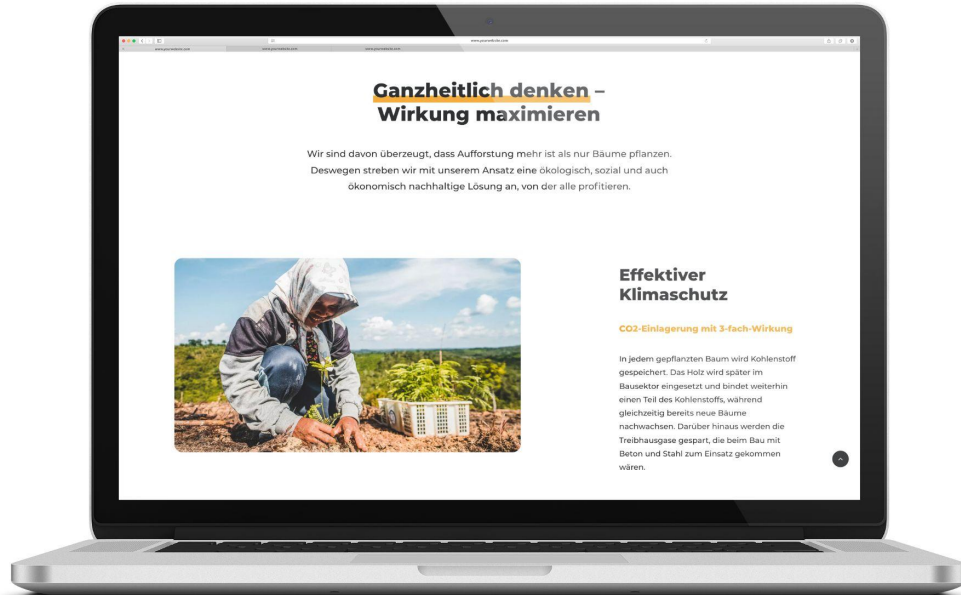
- Universitäten & Forschende
- Regierungen in Indonesien & Uganda



Ergebnis (neue Website)



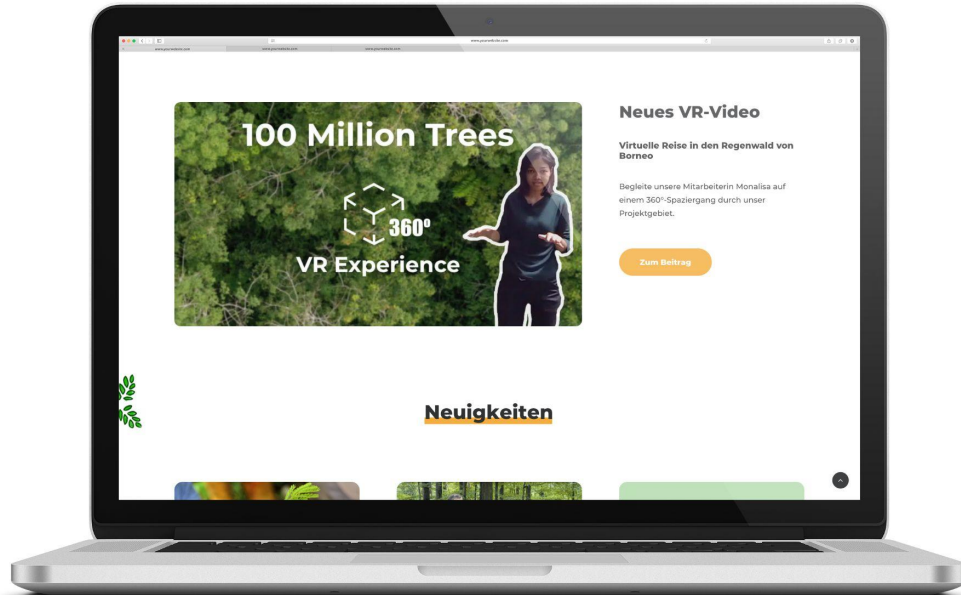
Designelemente



**Große Überschriften und Bilder,
knapper Text & abgerundete
Ecken**



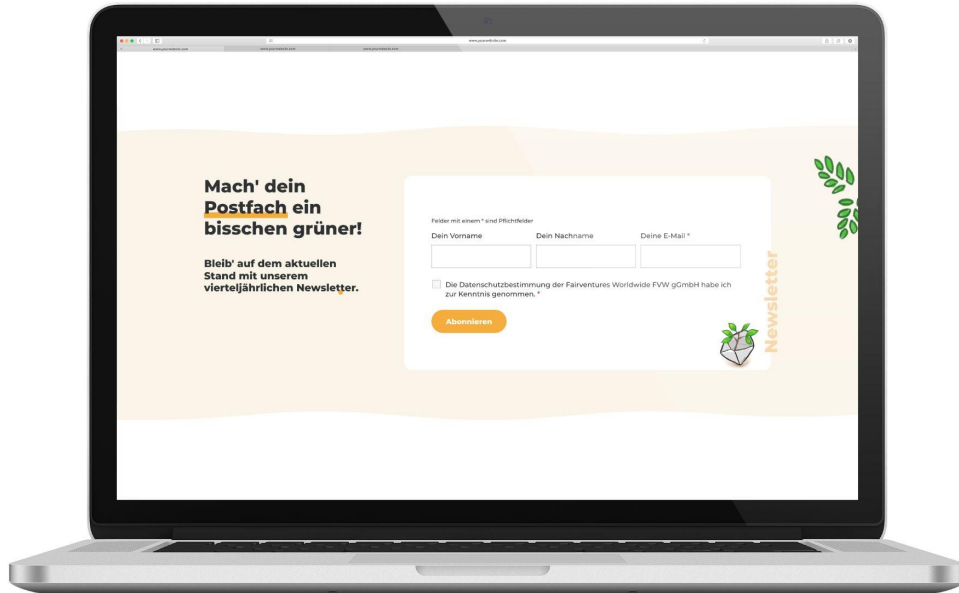
Designelemente



Einzigartige Einblicke in unsere Arbeit durch VR-Videos und andere Videoformate



Designelemente



**Spielerische Formulierungen
der Call to Actions**



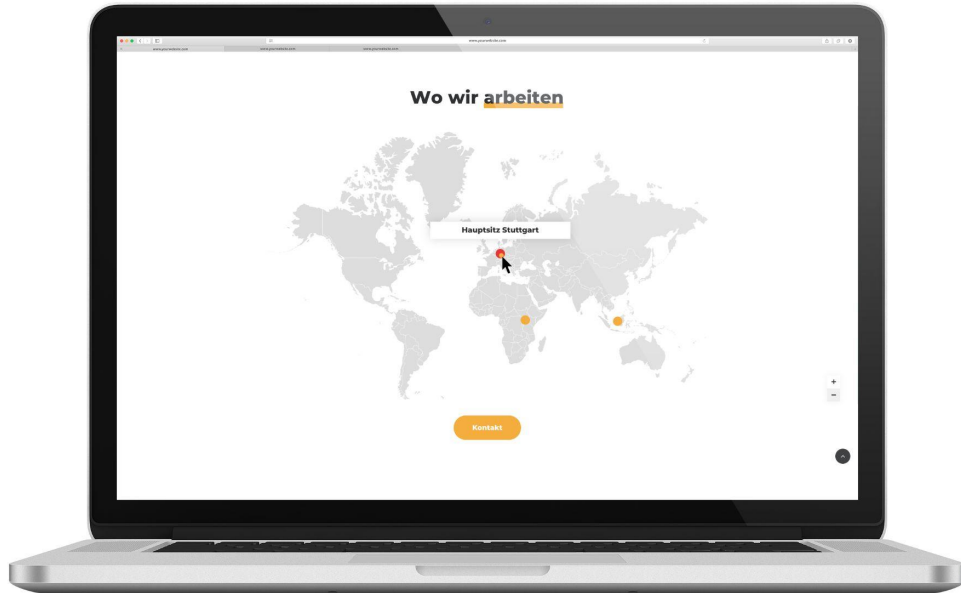
Designelemente



**Interaktive Elemente laden
zum Ausprobieren &
Nachdenken ein**



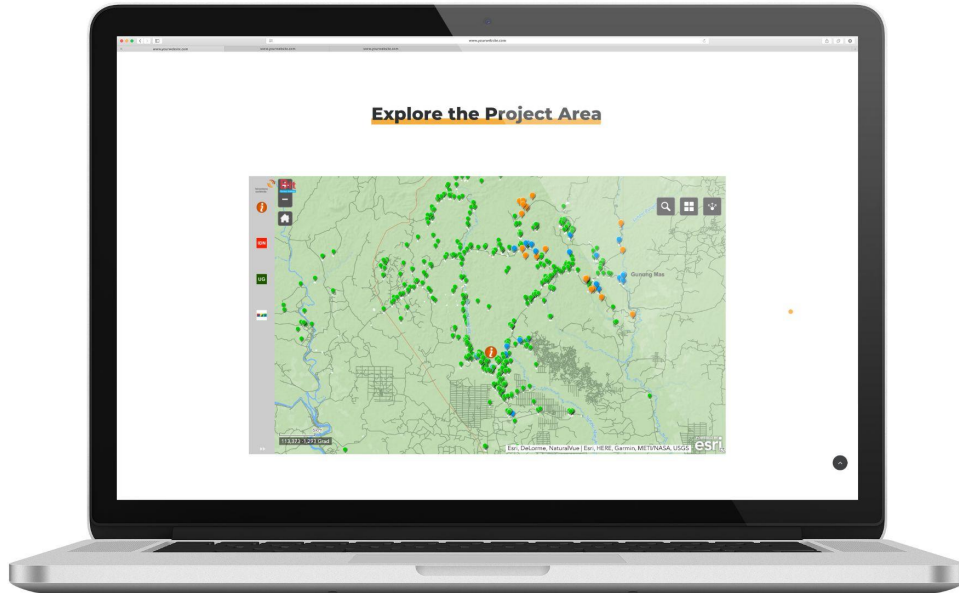
Designelemente



Klickbare, interaktive
Übersichtskarten



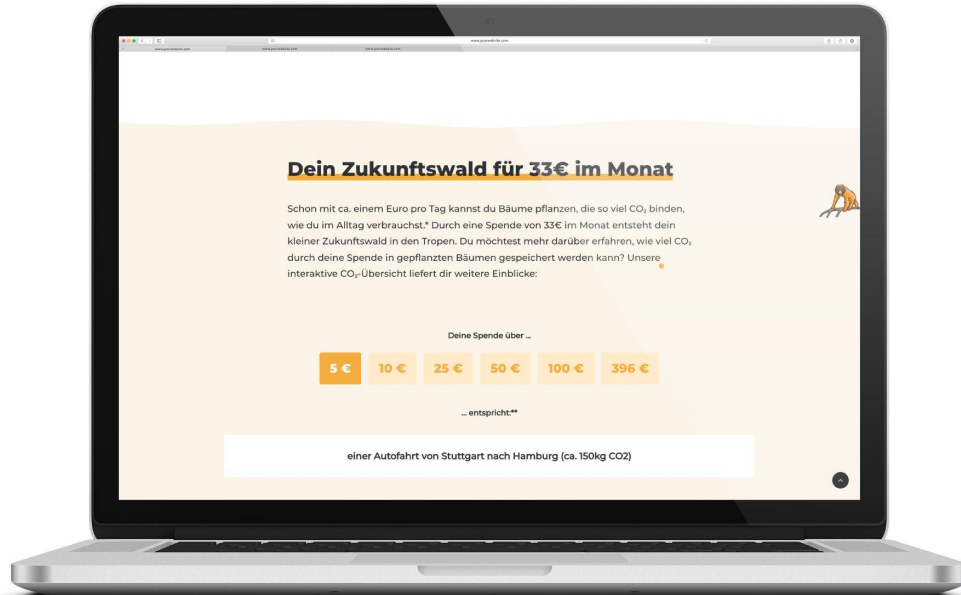
Designelemente



**Transparente Übersicht aller
bepflanzten Flächen auf unserer
Webmap**



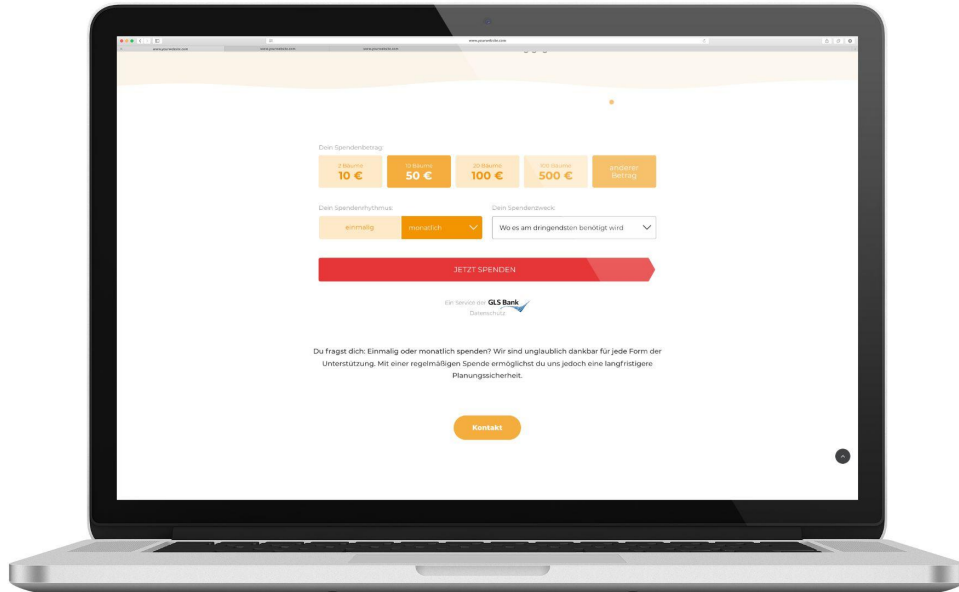
Designelemente



Impact der Spende wird über
CO₂-Vergleichswerte
transparent visualisiert



Designelemente



Übersichtlicher, mehrstufiger
Spendenprozess



Ergebnis (Zahlen & Fakten)

Nutzerzahlen

- Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer konnten um 156 % gesteigert werden*
- Anzahl der Sessions konnte um 132 % gesteigert werden*

Nutzerverhalten

- Bounce Rate konnte um 17,6 % gesenkt werden**
- Etablierung einer User Journey, die auf der Startseite beginnt und mit der Spende endet

Spenden

- Anzahl der Spendenden konnte um 211 % gesteigert werden*
- Spendensumme konnte um 40 % gesteigert werden*

* 2021 im Vergleich zum Vorjahr

** seit Relaunch der Website (organischer Traffic)

