

# **Die Website des ICV**

## **[www.icv-controlling.com](http://www.icv-controlling.com)**

### **Anforderungen an die Website der Zukunft**

# Überblick

- Status Quo
- Was haben wir vor – und warum?
- Was hat die Website der Zukunft?
- Wo stehen wir aktuell mit unserer Website bei Google?
- Die nächsten Schritte für die ICV-Website: Was muss jetzt getan werden?
- Your turn!

# Status Quo

Unsere Website und ihre wichtigsten Mitstreiter

ControllingWiki  
CMS *MediaWiki*

Mitgliederportal VereinOnline  
CMS *Individuelle Software*

**Website**  
CMS *TYPO3*

Controlling-Blog  
CMS *WordPress*

ICV auf Social Media  
LinkedIn/Instagram  
*Indiv. Plattformen*

Google Business Profile  
*Google*

# Was haben wir vor – und warum?

## 1. Controlling-Wiki in den Wissensbereich der Website integrieren

Getrennte Plattformen auflösen, Wissensinhalte zusammenführen: starke Controlling-Wissensseite aufbauen.

## 2. Content Management System (CMS) für die Website prüfen

Anlass: Aktuelle Agentur stellt Betreuung für derzeit verwendetes CMS Typo3 ein.

Ziel: Reduzierung der CMS-Anzahl

## 3. Website strategisch, strukturell und optisch optimieren

**Ziel 1:** Aufmerksamkeit und Reichweite für den ICV erzeugen auch bei denjenigen, die uns noch nicht kennen (> Fokus: Google!)

**Ziel 2:** Mehr Nutzerfreundlichkeit und Attraktivität (> Fokus: Website mit Inhalten, Funktionen und Features)

# Was hat die Website der Zukunft?

## Blick 1: Was hat die ICV Website heute schon?

1. Responsives Design 
2. Schnelle Ladezeiten 
3. Sicherheit 
4. Datenschutz und Compliance 
5. SEO 
6. Barrierefreiheit/ Voice Search und Sprachsteuerung
7. Social Media Integration
8. Personalisierung
9. Künstliche Intelligenz (KI), Chatbots und interaktive Inhalte
10. Nachhaltigkeit

> Optimierungsbedarf! <

# Wo stehen wir aktuell mit unserer Website bei Google?

**Ziel 1:** Aufmerksamkeit und Reichweite für die ICV-Website

## Die Daueraufgabe Google

### SEO (Search Engine Optimization)

sorgt für eine gute Platzierung in den Google Suchergebnissen.

Erklärtes **Ziel** jedes Website-Inhabers:

Mit den wichtigsten Keywords auf **Google Seite 1** vertreten sein.

Es gibt **9 Plätze** für ein organisches Ranking auf Seite 1  
(*organisch: Platzierungen aufgrund von Inhalten;*  
*nicht-organisch: Anzeigen*)



POSITION	KEYWORD	VERÄNDERUNGEN	VOL.	SD
1	controlling kongress Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0		
1	controlling kongress Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0		
1	controlling award Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0		
1	controlling events Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0		
1	controller beruf Deutsch / Deutschland	1 → 1 ▲ 0	1.000	37
1	controlling arbeitskreis Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling wissen Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	10	18
1	controller congress Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	10	18
1	controlling award Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling events Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	10	18
1	controller beruf Deutsch / Schweiz	1 → 1 ▲ 0	50	41
1	controlling arbeitskreis Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling kongress Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	10	27
1	controller congress Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	10	27
1	controlling fachtagung Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling award Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	0	17
1	controlling events Deutsch / Österreich	1 → 1 ▲ 0	10	18

**Volumen** - Die Anzahl der Suchanfragen, des Keywords während eines Monats.

## Keywordranking 23.9.23

Organische Ergebnisse  
(= ohne Anzeigen)

**Seite 1 Platz 1**  
Platzierungen  
unserer Keywords  
auf Google-Seiten  
in der D-A-CH-Region

**Vol. (Volume)**  
Anzahl Suchanfragen  
während eines Monats

**SD (SEO Difficulty)**  
Geschätzte Konkurrenz in der organischen Suche. Je höher die Zahl (zwischen 1 und 100), umso höher die Konkurrenz.

# ICV Keywords auf Google Seite 1

Für D-A-CH, Sept. 2023

Controller  
Controlling  
Controllerin  
Controlling Wissen  
Controlling Fachtagung  
Nachhaltigkeit Controlling  
Green Controlling  
Controlling Kongress  
Controller Congress  
Controlling Award  
Controlling Events  
Controller Beruf  
Controlling Arbeitskreis  
Agiles Controlling  
Controlling Netzwerk

Ziel: **Keywordstrategie!**

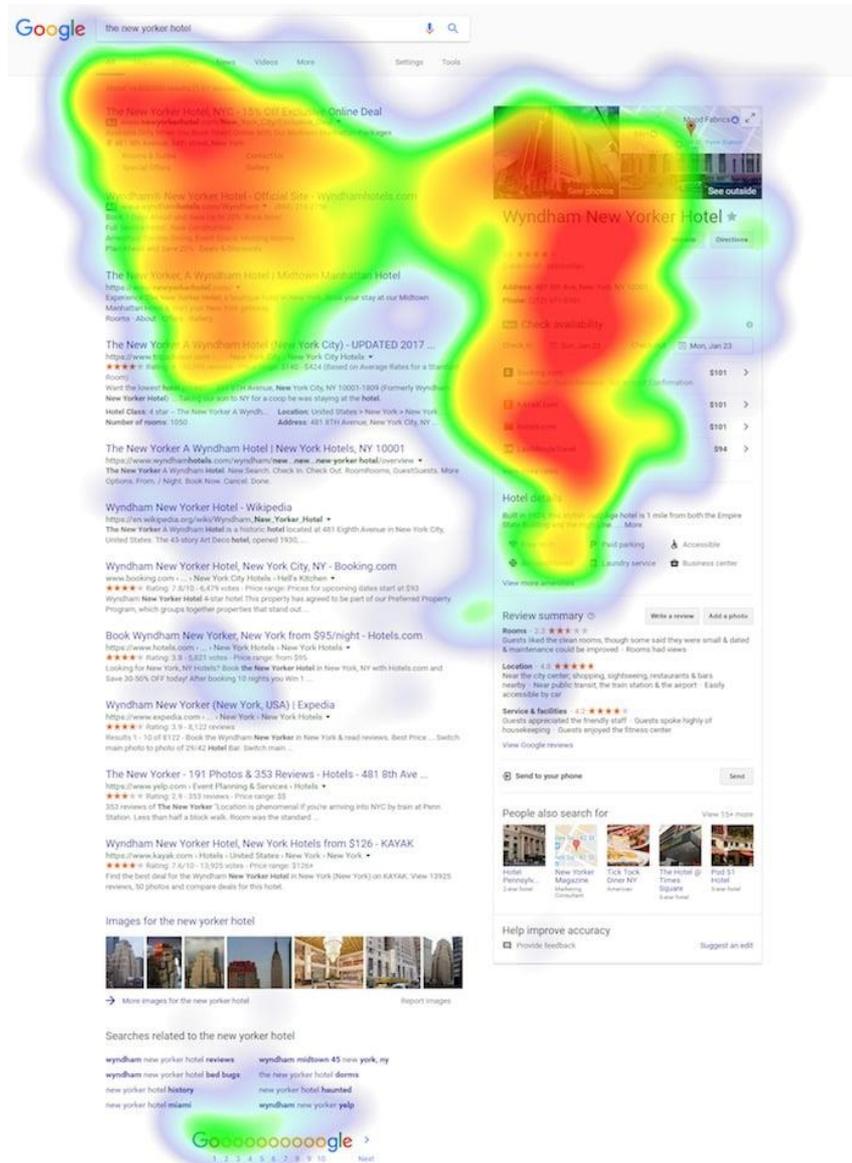
**ICV mit Keyword ‚CFO‘**  
auf Google Seite 1!

Aktuelles Ranking ‚CFO‘:  
ICV in Deutschland  
**Platz 48, Volume 14.800, SD 36**

ICV in Österreich  
**Platz 55, Volume 1.600, SD 35**

ICV Schweiz  
kein Ranking, Volume 2.400, SD 44

# Das Leseverhalten auf Google



Aktuelle Eye-Tracking-Studie (Quelle: Neil Patel):

- Anzeigenbereiche im Seitenkopf dominieren die Aufmerksamkeit
- Der Kampf um Seite 1 für organische Platzierungen wird härter.

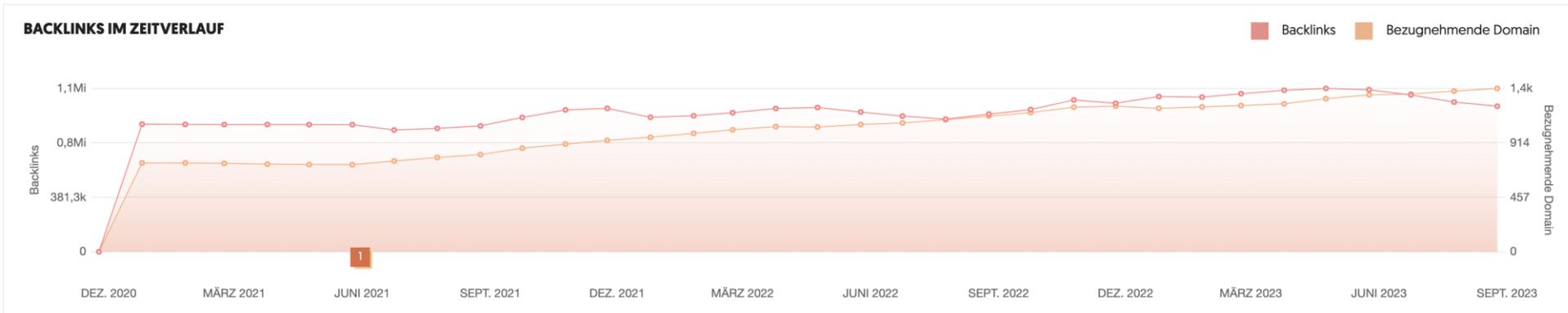
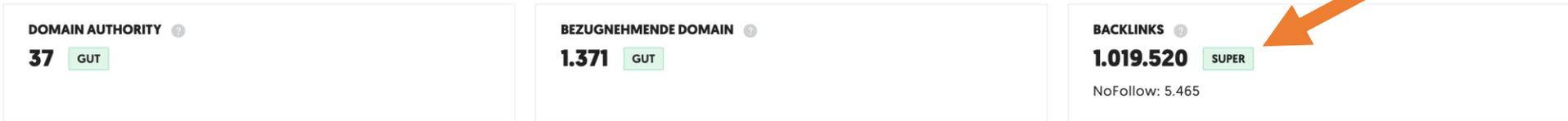
Was tun?

Empfehlung der SEO-Experten:

- **Google Business Profile** (Tobias Neukötter)
- **Marke ICV stärken** (Google liebt Marken!)
- **Linkbuilding!**

# Anforderung Linkbuilding – wie gut sind wir aufgestellt?

Backlinks : icv-controlling.com



**Domain Authority:** Ranking-Leistung einer Website (zwischen 1 und 100)

**Bezugnehmende Domains:** Websites, die auf unsere Website verweisen

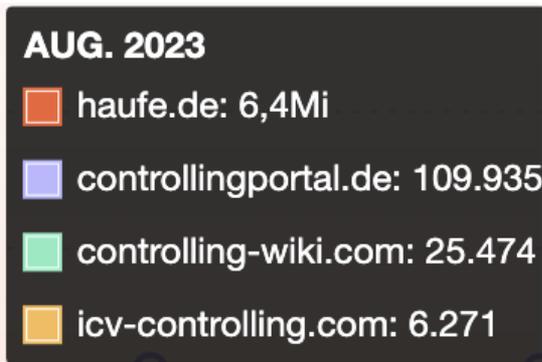
**Backlinks:** Links von anderen Seiten auf unsere Website

# Organischer Traffic und unsere Mitbewerber

**Organischer Traffic** bezeichnet alle Besuche auf der Website, die durch einen Klick auf ein unbezahltes Suchergebnis in Suchmaschinen generiert werden.

## Organischer Traffic August 23:

ICV: 32.000  
Haufe: 6.400.000



## Was macht Haufe anders als wir?

1. Alle Inhalte liegen auf der URL [www.haufe.de/](http://www.haufe.de/)... Alle Aufrufe zahlen auf die Website ein.
2. Haufe hat **Backlinks** von namhaften Portalen und generiert darüber starken Traffic:

amazon

[https://www.haufe.de/steuern/taxulting/steuerberatung-amazon-fba-und-fbm\\_598848\\_6035...](https://www.haufe.de/steuern/taxulting/steuerberatung-amazon-fba-und-fbm_598848_6035...)

37,2Mi

ebay

<https://www.haufe.de/finance/haufe-finance-office-premium/ebay-verkaeufe-und-verkaeufe-...>

11,1Mi

paypal

<https://www.haufe.de/finance/haufe-finance-office-premium/paypal-6-kosten-die-dem-zahlu...>

4,1Mi

# Was hat die Website der Zukunft?

## Blick 2: Wo müssen wir die ICV-Website noch verbessern?

1. Responsives Design 
2. Schnelle Ladezeiten 
3. Sicherheit 
4. Datenschutz und Compliance 
5. SEO 
6. Barrierefreiheit/ Voice Search und Sprachsteuerung
7. Social Media Integration
8. Personalisierung
9. Künstliche Intelligenz (KI), Chatbots und interaktive Inhalte
10. Nachhaltigkeit

> Optimierungsbedarf! <

# Funktionen und Features für die Zukunftsfähigkeit unserer Website



Voice Search, Sprachsteuerung,  
Barrierefreiheit

Sprachgesteuerte Suchanfragen und Interaktionen unterstützen

Social Media Integration

Verlinkte Icons, eingeblendete Feeds, neu: Social Sharing Buttons, Social Media Logins, Social Proof: Social Media Testimonials hinzufügen / Follower der ICV Kanäle auf der Website zeigen

Personalisierung/Segmentierung

System schlägt Nutzer auf Basis seiner Vorbesuche vor, was ihn interessieren könnte, auch dank KI und Chatbots.

ICV Mobile News

Push-Nachrichten, wenn neue Inhalte eingestellt werden (Nutzer wählt aus, was ihn interessiert)

Interaktive Inhalte

Videos, Animationen, 3D-Grafiken innerhalb eines Beitrags/einer Seite

Nachhaltigkeit

Nachhaltige Praktiken in Bezug auf Hosting-Anbieter, Energieverbrauch und Design prüfen

Live-Chat

Hilfe über Pop-Up-Fenster direkt auf der Website

Kontaktformular

Schnelle Möglichkeit zur Kontaktaufnahme/für Feedback

Drucken/Teilen-Funktion auf relevanten Seiten

Erleichtert das Weiterverarbeiten und Empfehlen unserer Inhalte

Verbesserte Suchfunktion

Komfortablere Suche, eindeutigere Suchergebnisse

Blog optisch in Website integrieren

Schnelleres, einfacheres Auffinden ohne Plattformwechsel

Shop / Paid Content auf Website

Kein Wechsel der Plattform für den Einkauf  
> weniger Klicks von der Kaufentscheidung zum Kauf  
Direkt bezahlen (Paypal) / SEO!

# Was muss jetzt getan werden?

## Ziel 2: Mehr Nutzerfreundlichkeit & Attraktivität für die ICV-Website

Lastenheft für den Website-Relaunch erstellen:

### 1. Zielgruppen/Personas definieren

Grobstruktur Zielgruppe bereits im Life-Cycle-Poster.

### 2. Ziel definieren: was wollen wir mit der Website erreichen

D.h. Leads, Anfragen, Käufe, Internationalität, Mitgliedschaften, Bekanntheit, Funnels (wie führen wir unsere Zielgruppen über unsere Seite) definieren.

### 3. SEO Keyword Strategie festlegen, damit unsere Inhalte noch besser über Suchmaschinen organisch gefunden werden.

### 4. Style Guide prüfen

Corporate Design als Grundlage für das Design der Website. Anpassungen notwendig?

### 5. Entscheidung für ein CMS (Content Management System)

Rückblick:

Umfrage Sommer 2020 an alle ICV-Funktionäre. Fokus: Website

100 Befragte (Vorstand, Kuratorium, Arbeits-/Fachkreisleiter, Regionaldelegierte) /  
+10 Antworten

Welche Inhalte lesen Sie auf unserer Website?

- Platz 1 News
- Platz 2 Events
- Platz 3 Wissen
- Platz 4 Arbeitskreise

Welche Inhalte sollten weiter vertieft werden?

- TOP Themen, die als kurze Einspieler oder Präsentationen vorgestellt werden
- Fokus auf: Wie kann man die Unternehmenssteuerung in der Praxis verbessern
- Es geht in Zukunft mehr um Erfahrung als um Wissen, deshalb Videos und Präsentationen mit konkreten Hilfen zu Verbesserung von Methoden/Mindsets
- Praxisnahe Berichte aus Controller Magazin!
- Interne Suche mit erweiterten Suchfunktionen verbessern
- Aktualität, Informationsumfang
- Gute, aktuelle Artikel aus den Arbeitskreisen (was wird dort besprochen?)
- Ideenwerkstatt als Think Tank des ICV prominenter darstellen
- Darstellung optimieren: Teaser, dann Hauptbericht
- Kurzinterviews mit Experten aus dem Finanzbereich

# YOUR TURN: Jetzt sind Sie an der Reihe!

## [Ihr Blick auf www.icv-controlling.com](http://www.icv-controlling.com)

1. Was ist Ihnen als Nutzer unserer Website besonders wichtig
  - a) technisch (z.B. Ladezeit)
  - b) optisch
  - c) funktional (z.B. Menüführung)
  - d) inhaltlich
  
2. Was gefällt Ihnen an unserer Website? (3 Schlagworte)
  
3. Was gefällt Ihnen nicht an unserer Website (3 Schlagworte)
  
4. Was erwarten Sie von der ICV-Website der Zukunft?
  
5. Wie gefällt Ihnen der ICV Controlling-Blog?
  
- 6. Optional:** Welches CMS können Sie uns empfehlen und weshalb?

Wie oft besuchen Sie unsere Website im Monat?

Von ‚ab und zu‘ bis mehrmals die Woche

Welche unserer weiteren Online-Kanäle kennen Sie und lesen Sie – wie oft im Monat?

Blog, LinkedIn, XING, Twitter, Instagram

Andere Websites rund ums Controlling, die gut gefallen?

- <https://www.gpm-ipma.de/startseite.html> - sie wirkt ruhiger.
- Optik: aufgelockerte Anordnung der Inhalte beim Controller Institut, sonst sind wir schon besser als die anderen
- ÖCI und Bund der Logistiker (sind aktueller)
- Generell besser empfinde ich helle, nicht überladene, nicht bunte Seiten mit besserer Struktur
- <https://www.bvl.de/>
- <https://fwiwi.fhws.de/master-international-business/>

Weitere Anmerkungen

- Startseite als Gesicht des ICV – erster Eindruck! Was sollte als solcher gezeigt werden?
- Begrifflichkeiten prüfen (versteht jeder jeden Begriff?)
- Controlling-Wissen strukturieren
- Newsletter prominenter platzieren
- Bulletin dort platzieren, wo auch die Controller Magazin Seiten sind
- Englische Seiten – manches in Englisch, dann innerhalb einer Seite in Deutsch und Englisch
- Selbst mit Suchfunktion findet man Themen nicht
- „Themen finden sich häufig mehrfach“



BESUCHEN SIE ✕  
**menti.com**

GEBEN SIE DEN  
CODE EIN

**6400 7245**

 0