KONTOR4
Agentur für neue Medien

E-BOOK · CHECKLISTE

Probleme beim Website-Relaunch? Wir geben Tipps!

Drei typische Probleme, ihre Lösungen und 12 Punkte für einen erfolgreichen Relaunch

Wie ein Relaunch abläuft, warum ein schönes Design allein nicht reicht und welche technischen Schritte Ihre Rankings schützen. Mit Checkliste und Praxisbeispiel.

3 Probleme
und wie Sie sie vermeiden

12 Punkte
als Checkliste zum Abhaken

1 Praxisbeispiel
aus unseren eigenen Leistungsseiten

INHALT

Was Sie hier erwartet

Ein Relaunch ist mehr als ein neues Design. Dieses E-Book zeigt, wie ein Relaunch abläuft, welche drei Probleme häufig auftreten und welche Punkte Sie vor und nach dem Start abhaken sollten.

1 **Was ist ein Website-Relaunch?** GRUNDLAGEN

2 **Drei typische Probleme und ihre Lösungen** PROBLEME

3 **12 Punkte für Ihren Relaunch** CHECKLISTE

4 **Praxisbeispiel: unsere eigenen Leistungsseiten** VORHER / NACHHER

GRUNDLAGEN

Was ist ein Website-Relaunch?

Wenn Sie Inhalt, Struktur und Design Ihrer Website grundlegend erneuern, spricht man von einem Relaunch. Bei älteren Websites ist er meist sinnvoll, weil sie „in die Jahre gekommen“ und nicht mehr benutzerfreundlich sind. Finden sich Ihre Besucher:innen dagegen gut zurecht, reicht manchmal auch eine Auffrischung des Designs.

So läuft ein Relaunch in der Regel ab

1. **Sichern**
   Backup der jetzigen Website erstellen.

2. **Testumgebung**
   Die neue Website entsteht auf einer Testumgebung, geschützt per Passwort, damit Google sie nicht vorzeitig findet.

3. **Testen**
   Die neue Version ausführlich prüfen, auf Desktop und Smartphone.

4. **Umschalten**
   Die alte Website bleibt online, bis die neue sie ablöst.

5. **Auswerten**
   Die neue Website einige Wochen beobachten und analysieren, was noch verbessert werden muss.

Wichtig sind dabei drei Bereiche: Technik und Design, Inhalte und die Bedienbarkeit für Ihre Besucher:innen.

PROBLEME

Drei typische Probleme und ihre Lösungen

Problem 1: Außen hui, Besucherzahlen pfui

Nach dem Relaunch ist die Stimmung erst einmal super. Doch nach einiger Zeit zeigt sich: Trotz tollem Design kommen nicht mehr Besucher:innen, manchmal sogar weniger. Häufig unterschätzt wird die Wirkung des Designs. In einer bekannten Fallstudie von 2011 untersuchte die Agentur Konversionskraft den Relaunch des Shops von Baby-Walz: Das neue Design wirkte teurer, weniger authentisch, und das Sortiment wirkte kleiner. Genau das Gegenteil des Gewünschten.

Stellen Sie sich deshalb die Fragen Ihrer Besucher:innen: Finde ich sofort, was ich suche? Wie teuer ist der Anbieter? Ist das hier relevant für mich? Wie groß ist die Auswahl?

PRAXISTIPP

Lösung: A/B-Tests vergleichen zwei Versionen einer Seite und zeigen, welche besser ankommt. Bei kleineren Websites helfen schon kurze Nutzertests: Lassen Sie fünf Personen aus Ihrer Zielgruppe eine Aufgabe auf der neuen Seite lösen und schauen Sie zu.

Problem 2: Die Komplexität

Ein Relaunch ist ein komplexes Projekt. Am Anfang steht die Frage: Was brauchen wir alles für die neue Website? Daraus entsteht das Konzept. Ändern sich unterwegs die Anforderungen, gerät das Konzept ins Stocken.

PRAXISTIPP

Lösung: Teilen Sie das Projekt in einzelne Schritte auf und steuern Sie sie mit einem Projektmanagement-Tool. So lassen sich Änderungen einplanen, ohne dass alles stockt.

Problem 3: Neue Technik ist toll, oder?

Neue Funktionen, Animationen und Effekte sind verlockend. Aber was bringt der animierte Bild-Slider wirklich? Ohne Messung lässt sich der Einfluss einzelner Elemente nicht nachweisen, und oft machen sie die Seite nur langsamer.

PRAXISTIPP

Lösung: Bewerten Sie Ideen nach Aufwand und erwartetem Nutzen. Testen Sie nur, was wirklich neu ist und Ihre Zielgruppe beeinflussen kann.

CHECKLISTE

12 Punkte für Ihren Relaunch

Alles rund um die Seite

- [ ] **Ziele definieren**
  Was soll der Relaunch leisten? Mehr Anfragen, Bewerbungen, ein Blog? Klären Sie das vor dem Start.

- [ ] **Alte Seite analysieren**
  Welche Seiten funktionieren gut, welche nicht? Die Webanalyse und die Search Console liefern die Grundlage.

- [ ] **Content-Marketing einplanen**
  Wenn nicht jetzt, wann dann? Blog, Ratgeber oder Downloads binden Ihre Zielgruppe.

- [ ] **Passende Optik**
  Die Website ist Ihre Visitenkarte. Aber Optik darf nicht auf Kosten von Bedienbarkeit und Inhalt gehen.

- [ ] **CMS aktuell**
  Ist Ihr Content-Management-System zukunftssicher und bekommt es Sicherheitsupdates?

- [ ] **Mobil zuerst**
  Google bewertet Websites nach ihrer mobilen Version. Planen Sie für das Smartphone zuerst.

- [ ] **Rechtssicherheit**
  Impressum, Datenschutzerklärung, Cookie-Einwilligung und, wenn Sie an Verbraucher:innen verkaufen, Barrierefreiheit nach dem BFSG.

Technische Raffinessen

- [ ] **URL-Weiterleitungen**
  Ändern sich Adressen, leiten Sie jede alte URL per 301-Weiterleitung auf die passende neue um. Das ist der wichtigste Schritt, um Ihre Rankings zu halten.
- [ ] **Backlinks sichern**
  Erstellen Sie vorher eine Liste aller Links von anderen Websites und sorgen Sie dafür, dass sie weiter funktionieren.
- [ ] **Neue Sitemap**
  Erstellen Sie eine neue XML-Sitemap und reichen Sie sie in der Google Search Console ein.
- [ ] **Interne Links prüfen**
  Navigation, Fließtexte und Dokumente: Funktionieren alle Links?
- [ ] **Testen geht vor Studieren**
  Prüfen Sie in den ersten Tagen mit Tools wie Screaming Frog und der Search Console, ob Fehlerseiten, Ladezeitprobleme oder fehlende Seiten auftauchen.

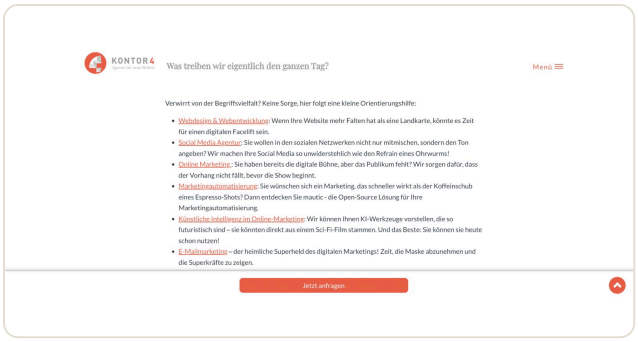
Neu: An die KI-Suche denken

Immer mehr Menschen fragen ChatGPT oder die KI-Übersicht von Google. Klare Strukturen, Fragen als Überschriften, strukturierte Daten und eine schnelle Website helfen, dass Ihre Inhalte auch dort als Quelle genannt werden.

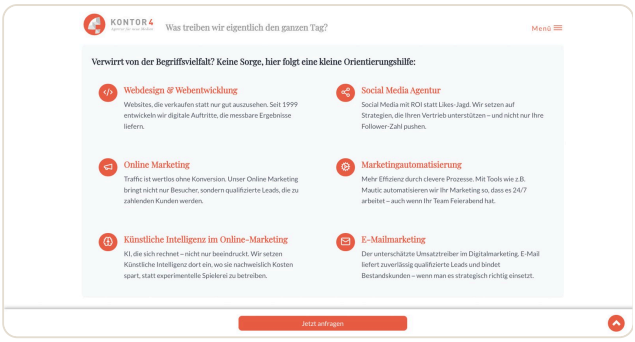
VORHER / NACHHER

Praxisbeispiel: unsere eigenen Leistungsseiten

Wir predigen nicht nur, wir setzen auch selbst um. Unsere Leistungsseiten enthielten alle relevanten Informationen, waren aber so dicht geschrieben, dass sie schwer zu erfassen waren. Wir haben die Inhalte deshalb nicht einfach gekürzt, sondern neu gestaltet: mit klarer Hierarchie, modularer Aufteilung und Icons.



Vorher: dichte Textblöcke, wichtige Infos gehen unter



Nachher: klare Module, Icons, Fakten auf einen Blick

- **Inhalte sind König, die Präsentation ist die Krone:** Gute Informationen verpuffen, wenn sie schlecht aufbereitet sind.
- **Strukturieren statt kürzen:** Inhalte besser gliedern, nicht reduzieren.
- **Visuelle Hierarchie schaffen:** Auf einen Blick zeigen, was wichtig ist.
- **Weißraum ist kein verschenkter Platz:** Abstand sorgt für Ruhe und Fokus.

Unser Fazit: Nichts ist wichtiger als gute Planung. Ob Sie die Kapazitäten im Haus haben oder sich Unterstützung holen: Ein gut begleiteter Relaunch schöpft das Potenzial Ihrer Website aus.

KONTOR4
Agentur für neue Medien

Ihre Website braucht dringend einen Relaunch?

Nicht gleich aufgeben, sondern uns fragen! Wir übernehmen gern den Tapetenwechsel für Sie. Bei Fragen kontaktieren Sie uns einfach.

KONTOR4 GmbH
Georgstraße 48 · 30159 Hannover
Telefon: 0511 99 99 58 90
info@kontor4.de · www.kontor4.de

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren