

Sie haben
Probleme bei
Ihrem
Website-
Relaunch? Wir
geben Tipps!



KONTOR 4
Agentur für neue Medien

Relaunch? Was ist überhaupt ein Website Relaunch?

Wenn Homepagebetreiber:innen sich dafür entscheiden den Inhalt, die Struktur und das Design einer Homepage komplett zu ändern und nochmal von vorn anzufangen, dann spricht man von einem Website Relaunch.

Bei den meisten Homepages, die etwas älter sind, empfiehlt sich in der Regel ein Website Relaunch. Denn dann ist die Homepage meist "in die Jahre gekommen" und nicht mehr benutzerfreundlich. Sollte eine Homepage bereits benutzerfreundlich sein (d. h. die Nutzer:innen finden sich auf der Homepage gut zurecht und können anhand der Menüpunkte erahnen, welcher Inhalt sich auf den Seiten befindet), reicht es in manchen Fällen auch aus lediglich das Design etwas anzupassen.

So läuft ein Relaunch in der Regel ab:

1. Backup von der jetzigen Homepage erstellen.
2. Kopie des Backups auf eine Subdomain übertragen.
3. Relaunch auf der Subdomain durchführen.
4. Die optimierte Version ausführlich testen.
5. Die ältere Homepage bleibt so lange aktiv, bis die optimierte Version sie ablöst.
6. Optimierte Version für einige Zeit laufen lassen und dann ist es wichtig, die Homepage im Detail zu analysieren und zu schauen, was ggf. noch verbessert werden muss um die Nutzer:innen noch besser auf der Homepage zu führen.

Bei einem Relaunch sind also drei Bereiche sehr wichtig:

1. der technische Bereich und das Design
2. der inhaltliche Bereich
3. die Bedienbarkeit der Seite für die Nutzer:innen

Und genau das ist Ihr Problem?

Ihre Website braucht einen neuen Anstrich, soll technisch auf den neuesten Stand gebracht werden oder Sie sind einfach unzufrieden mit der jetzigen Seite? Wenn Sie die folgende drei Probleme kennen und unsere Lösungsvorschläge berücksichtigen, wird der nächste Relaunch ein Erfolg.

Problem Nummer 1: Außen Hui, Besucherzahlen pfui

Nach einem Relaunch ist die Stimmung erstmal super. Die eigene Website wirkt topmodern, es gibt neue Funktionen und endlich gibt es auch einen Blog, um den Besucher:innen einen Blick in das Alltagsleben des Unternehmens zu liefern. Nach einiger Zeit stellen Sie aber fest: Irgendwas stimmt hier nicht. Trotz tollem Design, bleiben die Besucher:innen dieselben oder sind sogar zum Teil weniger geworden.

Es gibt einen großen Bereich, der von Web-Designern vielleicht unterschätzt oder sogar vernachlässigt wird – *die Wirkung*. Ein gutes Beispiel ist der Internetauftritt des Baby-Ausstatters "Baby-Walz". Hierzu haben die Kollegen von [konversionskraft](#) eine Case-Study durchgeführt, die aufzeigen soll, wie Besucher vor und nach dem Relaunch auf die Seite von Baby-Walz reagierten.

Dabei kam folgendes heraus:

Das neue Design des Shops wirkte auf die Probanden im Vergleich zum alten teurer, weniger authentisch und das Sortiment wurde weniger vielseitig wahrgenommen. Die implizite Wirkung des Designs auf die Zielgruppe war leider nicht wie gewünscht.

- Folgende Fragen müssen bei der Umsetzung eines Shops gestellt werden:
- Finden Besucher:innen direkt die gesuchte Ware?
- Wie teuer sind die Anbieter:innen der Seiten?
- Ist das für mich relevant hier oder kann das weg?
- Wie groß ist die Produktauswahl?

Diese Fragen beziehen sich nicht nur auf einen Online-Shop. Auch Websites mit informativem Content müssen optimal auf neue und alte Besucher abgestimmt sein. Finden Nutzer:innen direkt den gewünschten Beitrag wieder, werden ihm ähnliche Beiträge angeteasert oder hat er die Möglichkeit, weiterführende Informationen dazu runterzuladen? Die gestellten Fragen sind für die Verantwortlichen bzw. die Designer:innen eventuell nur kleine Details, für die Nutzer:innen jedoch relevante Faktoren für mögliche weitere (Trans-) Aktionen.

Lösung:

A/B Tests helfen dabei, richtige Entscheidungen für später zu treffen. A/B Testing ist eine Methode zum Vergleichen zweier Versionen einer Website oder Oberfläche. Hiermit kann ermittelt werden, welche Version eine bessere Leistung erzielt hat und am Ende beim Zielpublikum besser angekommen ist. Das Risiko, Bestandskund:innen zu verwirren oder Neukund:innen gar nicht erst anzulocken, kann so minimiert werden und Sie können Ursache und Wirkung direkt in Beziehung bringen.

Problem Nummer 2: Relaunchkomplexität

Ein Relaunch ist ein sehr komplexer Vorgang und muss sehr gut strukturiert werden. Im Rahmen einer Anforderungsanalyse muss u.a. folgende Frage geklärt werden:

Was brauchen wir alles für die neue Seite?

Aus der Beantwortung dieser Frage leitet sich das Konzept ab. Hier wird alles gesammelt, was erstellt und geändert werden muss. Oftmals wird auf der "grünen Wiese" angefangen um gerne alles mit einem Mal besser zu machen - all die Dinge, die einen vorher gestört haben, sollten nun abgearbeitet werden. Danach beginnt die eigentliche Arbeit - der idealtypische Relaunchablauf.

Sie haben Probleme bei Ihrem Website-Relaunch? Wir geben Tipps!

Was aber, wenn sich im Laufe des Projektes Änderungen ergeben? Die Anforderungsanalyse und das Konzept stimmen nicht mehr und müssen geändert werden. Neue Optik, neue Abstimmungsschleifen und das Konzept fließt nicht mehr, sondern fängt an zu stocken.

Lösung:

Teilen Sie komplexe Projekte in einzelne Schritte auf, um jede einzelne Aktion besser koordinieren und überwachen zu können.

Hierfür eignen sich Projektmanagement-Tools hervorragend, in denen alle Aufgaben wie bspw. das Installieren des CMS, bis hin zum platzieren des Headers in einzelne Punkte unterteilt werden. Diese Punkte werden nacheinander abgearbeitet. Falls es eine Änderung geben sollte, können diese auch noch während des Projektes angepasst werden.

So können einzelne "Baustellen" besser geplant, durchgeführt und vor allem kontrolliert werden.

Problem Nummer 3: Neue Technik ist toll - oder?

Es liegt in unserer Natur, vieles oft besser wissen zu wollen. So auch bei einem Relaunch: Neue Technik ist immer super, deshalb werden neue Features auf der Seite eingeführt und tolle Social-Media-Plugins installiert. Wie lässt sich aber herausfinden, wie die Besucher:innen diese neuen "Spielereien" aufnehmen?

Sie haben Probleme bei Ihrem Website-Relaunch? Wir geben Tipps!

Was bringt die animierte Auflistung der Produktbilder im Fullsize-Slider? Der Einfluss einzelner Elemente auf den Umsatz kann schlichtweg nicht mehr nachgewiesen werden.

Lösung:

Auch hier heißt das Stichwort: A/B-Tests. Alle wichtigen Änderungen sollten vorab getestet werden – ob nun A/B-Tests oder intern. Anfangs ist es hilfreich, alle Ideen auf den Tisch zu werfen, um gemeinsam zu bewerten, wie viel Aufwand jeweils hinter jeder Idee steckt und welchen Einfluss diese auf bspw. die Kaufentscheidung der Nutzer:innen haben könnte. Denken Sie daran, nur die Ideen zu testen, die NEUARTIG sind und auch das Zeug dazu haben, Ihre Zielgruppe zu beeinflussen.

Das haben Sie alles berücksichtigt? Dann sind Sie bereit für weitere Tipps, denn nicht nur Ihre Besucher:innen werden sich über moderne Funktionen freuen – auch die Sichtbarkeit Ihrer Seite wird gepusht. Es ist nichts Neues, dass Seiten die suchmaschinenoptimiert sind, besser gefunden werden und Darstellungsfehler der Vergangenheit angehören. Um den Relaunch (im besten Fall) perfekt zu meistern und welche Vorbereitungen Sie dafür treffen sollten, erklären wir Ihnen hier.

Alles rund um die Seite:

1. Ziele definieren

Was genau soll Ihnen und vor allem den Nutzer:innen dieser Relaunch leisten? Möchten Sie mit der neuen Seite bspw. ein Bewerberformular integrieren oder möchten Sie einen eigenen Blog starten? Viele Fragen sollten vor dem Start geklärt werden!

2. Alte Seite analysieren

Nehmen Sie Ihren alten Auftritt genau unter die Lupe und schauen Sie, welche Bereiche gut funktioniert haben und welche nicht! In welcher Seite liegt z.B. Optimierungsbedarf? Haben Sie eine Analyse durchgeführt, sind diese Ergebnisse eine gute Basis für erste Planungen.

3. Content-Marketing

Wenn nicht jetzt, wann dann? Starten Sie einen Blog oder bieten Sie von Ihnen erstellte Informationen zum Download an. Sollte das Gesamtpaket stimmen, kann Ihre Zielgruppe nachhaltig gebunden werden.

4. Passende Optik

Die eigene Website ist Ihre Visitenkarte im Netz. Achten Sie darauf, nicht zu viel auf einmal zu wollen, denn sobald Sie sich nur auf die Optik konzentrieren, kann die Benutzerfreundlichkeit oder sogar der Inhalt der Seite darunter leiden.

5. CMS Up-2-Date?

Der Relaunch ist der optimale Zeitpunkt zu überprüfen, ob Ihr Content-Management-System auf dem neuesten Stand und somit auch zukunftssicher ist. Ein Update kann viele neue Funktionen in das CMS integrieren und somit auch im Optimalfall die Mitarbeiter entlasten.

6. #Mobilegeddon

Der mobile Markt boomt, und somit auch der mobile Zugang zum Internet. Seien Sie vorbereitet und machen Sie Ihre Website responsive - also mobiloptimiert. Ohne mobile Version wird Google Sie sträflich ignorieren.

Technische Raffinessen!

8. URL-Weiterleitungen

In sehr seltenen Fällen ändert sich bei einem Relaunch die Domain - desto häufiger aber Pfade und Seitennamen. Seien Sie deshalb vorbereitet und richten Sie Weiterleitungen der bisherigen URLs ein. So bekommen nicht nur Nutzer:innen die neue Adresse mitgeteilt, sondern auch Onkel Google mit seinen Crawlern.

9. Sichern von Backlinks

Vor dem Relaunch sollte eine komplette Liste aller Backlinks erstellt werden. Sie sind die Grundlage für ein gutes Ranking und sollten beibehalten werden.

10. Neue Sitemap

Sollten sich nach dem Relaunch viele URLs ändern, dann sollte unbedingt eine neue XML-Sitemap erstellt und bei den [Google Webmaster Tools](#) hochgeladen werden.

11. Prüfung der internen Links

Ist der Content auf der neuen Seite eingepflegt worden und interne Links vorhanden, sollten diese natürlich überprüft werden. Überprüfen Sie hierzu die Navigation, den Fließtext und hinterlegte Dokumente.

12. Testen geht vor Studieren

Die ersten Stunden und Tage nach dem Relaunch sind wichtig und sollten damit verbracht werden, professionelle Tools über die neue Seite laufen zu lassen, um diese zu prüfen. Hier werden Programmier-, Formatierungs- oder Codierungs-Fehler aufgelistet.

Fazit

Nichts ist wichtiger als gute Planung. Ob Sie nun selbst die Kapazitäten im Haus haben oder sich an Experten wenden, wenn der Relaunch professionell begleitet und umgesetzt wird, lässt sich Ihr Potential komplett ausschöpfen und eventuell werden auch so neue Sichtweisen offenbart.