

Ein Leitfaden

How to Website Relaunch

Ein klug durchdachter Website Relaunch ist mehr als „nur“ technische Auffrischung: Er kann sowohl für etablierte als auch wachsende Marken zum Schritt in eine neue, digitale Ära werden. Oft sind veraltete Systemlandschaften und Technologien, mangelnde Benutzerfreundlichkeit oder neue Unternehmensziele der Anlass für diesen Schritt. Dabei lohnt sich ein Relaunch auch für Vertrieb, Branding und Marketing – wenn man ihn im Zuge einer langfristigen Strategie plant und dabei sämtliche Gewerke, Unternehmensziele und Zielgruppen mitdenkt. Ein frischer, moderner Auftritt kann sowohl Markentreue als auch Conversion Rates spürbar nach oben treiben.

Unser Relaunch-Leitfaden führt Schritt für Schritt durch alle Projektphasen und liefert Orientierung – von der ersten Vision bis zum letzten Schliff. Jede Etappe bringt entscheidende Fragen und tiefgehende Analysen mit sich. Entsprechende Workshops helfen, den Blick für die Details zu schärfen und den Relaunch strategisch und strukturiert zu meistern.

Die hier dargestellte Übersicht soll helfen, beim Initiieren eines Relaunchs alle wichtigen Anforderungen, Überlegungen und To-dos im Blick zu behalten. Das Ziel ist dabei immer dasselbe: Eine maximal leistungsstarke und nutzerfreundliche Website, die sowohl Anwender:innen als auch User auf allen Ebenen überzeugt.

Phasen eines Website Relaunch

PHASE 01

Vorbereitung

Ziele

- Was sind unsere konkreten Ziele des Relaunches? (z.B.: bessere Usability, höhere Conversions, modernere Technik, neues Design, Umfirmierung, ...)
- Was sind unsere Erfolgskriterien? (z.B.: KPIs wie Ladezeit, Traffic, Conversion Rate)

Bestandsaufnahme

- Was funktioniert? Wo ist noch Luft nach oben? (z.B.: technische Schwächen, Content, SEO, fehlende Funktinalitäten)
- Welche funktionierenden Inhalte und Elemente können übernommen werden?

Rahmenbedingungen

- Gibt es Deadlines oder einen vorgegebenen Budgetrahmen?
- Welches Prozess-Framework soll zum Einsatz kommen? Wasserfall, Agil/Scrum oder Mischformen?
- Wer hat welche Rolle im Team?
- Welche internen Anforderungen bezüglich DSGVO & Datensicherheit müssen noch geklärt werden?

Stakeholder-Management

- Welche Stakeholder gibt es?
- Wie kommunizieren wir während des gesamten Prozesses mit den Stakeholdern?
- Wie können wir die Stakeholder in das RAPID Modell einteilen?

Risikomanagement

- Gibt es potenzielle Risiken, die mit dem Relaunch verbunden sind?
- Wie können wir diese Risiken minimieren?

Analysen & Workshops

- Sind zusätzliche Analysen und Workshops erforderlich – z.B. für diese Themen:

- Zielgruppen-Analyse/-Interviews
- Personas Workshop

- Ziele & KPI Workshop
- Content-/UX-/Accessibility-Audit
- Strategischer Technik-Workshop
- Customer Journey

PHASE 02

Konzeption & Design

UX & UI

- Welche Informationsarchitektur eignet sich am besten für unsere Inhalte?
- Wie soll die Website- und Navigationsstruktur aussehen?
- Was soll beim UX-Konzept berücksichtigt werden?
- Wie erfüllen wir die Bedürfnisse unserer User optimal und lösen deren Probleme?
- Wie kann ein visuell ansprechendes und konsistentes Interface-Design aussehen, das unsere Markenidentität optimal widerspiegelt?
- Welche Art von Bildern, Grafiken oder Illustrationen können verwendet werden, um die User Experience zu verbessern und emotionale Verbindungen zu schaffen?

Accessibility & Responsive Design

- Sind wir von den Richtlinien des BFG (EAA) betroffen?
- Welche WCAG-Richtlinien wollen/sollen/können wir erfüllen?
- Wie stellen wir sicher, dass die Website barrierefrei ist?
- Wie gewährleisten wir, dass die Website auf verschiedenen Geräten gut aussieht und funktioniert?

PHASE 03

Content Creation**SEO (Search Engine Optimization)**

- Welche Stakeholder gibt es?
- Wie kommunizieren wir während des gesamten Prozesses mit den Stakeholdern?
- Wie können wir die Stakeholder in das RAPID Modell einteilen?

Brand Language Guide & Content-Strategie

- Welche Tonalität und welchen Sprachstil verwenden wir konsistent über alle Kommunikationskanäle?
- Welche langfristige Strategie verfolgen wir für die Erstellung und Pflege von Inhalten?

Content Creation

- Welche Text- und Bildinhalte benötigen wir, um Mehrwerte für die Zielgruppe(n) zu schaffen und gleichzeitig die vorab definierten SEO-Anforderungen zu erfüllen?

User-Generated Content

- Wie integrieren wir Inhalte von Nutzenden (z.B. Bewertungen, Kommentare)?

PHASE 04

Technische Umsetzung**Technisches Projekt-Set-Up & Browser Matrix**

- Wie gestalten wir den Entwicklungs-, Test- und Deployment-Prozess?
- Welche Browser und Versionen sollen unterstützt werden?
- Welche Anforderungen bestehen an die Barrierefreiheit (Accessibility)?

Templates & Features

- Welche Seitentypen, Layouts und wiederverwendbaren Komponenten benötigen wir?
- Wie gestalten wir die Module für maximale Flexibilität und einfache Wartbarkeit?
- Sind mehrere Sprachen angedacht? Gibt es ein Sprachen- oder ein Länderkonzept?
- Sind Schnittstellen zu Drittsystemen (PIM, CRM, CDP, ERP, ...) notwendig?
- Sollen Formulare umgesetzt werden? Werden die Formulare im CMS umgesetzt oder kommen sie aus einem separaten System?
- Soll eine Newsletter-Anmeldung integriert werden? Gibt es bereits in Tool für die Erstellung und Verwaltung von Newslettern?
- Welche weiteren Funktionalitäten existieren noch in der Website? Wie sind sie umgesetzt?

Suche

- Welche Art von Inhalten soll durchsuchbar sein?
- Wie komplex muss unsere Suche sein (benötigen wir erweiterte Funktionen wie Facettensuche oder Autovervollständigung)?

SEO Technik

- Wie optimieren wir die technische Struktur der Website für Suchmaschinen?
- Welche SEO-relevanten Elemente (Metadaten, Site-maps, etc.) implementieren wir?

Cookie Consent & Tracking

- Welche Cookies und Tracking-Technologien verwenden wir?
- Welche personenbezogenen Daten erheben und verarbeiten wir?
- Welche Analyse-Tools setzen wir ein, um Nutzerverhalten zu tracken?
- Welche KPIs wollen wir messen und wie richten wir das Tracking darauf aus?

Sicherheitskonzept & Backup-Strategie

- Welche Sicherheitsmaßnahmen implementieren wir, um die Website und Nutzerdaten zu schützen?
- Wie sichern wir die Website-Daten regelmäßig?

Hosting

- Wie erfolgt das Hosting?
- Welche Zugriffszahlen hat der aktuelle Auftritt?

Technik-Workshops

- Braucht es weitere Workshops, um die neue Technologie optimal umzusetzen? Oft machen Workshops zu folgenden Themen Sinn:
 - Technik-Strategie
 - Online Marketing
 - Funktionalität der Suche
 - Tracking

PHASE 05

Content Load

Content Load & Governance

- Wie importieren wir unsere Inhalte in das neue CMS?
- Wer ist verantwortlich für die Pflege und Aktualisierung der Inhalte im neuen CMS? Welche Abläufe existieren hier?
- Gibt es noch weitere Kanäle, in denen Inhalte der Website vorkommen oder verwendet werden?

CopyDocs

- Welche Inhalte sollen an welcher Stelle im CMS mit welchem Modul gepflegt werden?

SEO Meta Daten

- Welche Struktur sollten unsere Meta-Daten haben?

CMS-Schulung & Handbuch

- Welche Schulungsinhalte sind notwendig, damit Mitarbeitende effektiv mit dem neuen CMS arbeiten können?
- Welche Inhalte muss das CMS-Handbuch abdecken?

PHASE 06 Testing

Qualitätssicherung & Mobile Optimierung

- Wurden sämtliche Funktionen (Formulare, Suche, Zahlungs-Gateways, Schnittstellen, etc.) gründlich getestet?
- Wurde ein SEO-Check durchgeführt?
- Wurde die Website auf verschiedenen mobilen Geräten getestet?
- Wurden sämtliche Inhalte gründlich geprüft

Performance Tests

- Welche Performance-Testarten sind relevant?
- Wie definieren wir realistische Lastszenarien?

Usability & A/B-Testing

- Welche Schulungsinhalte sind notwendig, damit Mitarbeitende effektiv mit dem neuen CMS arbeiten können?
- Welche Inhalte muss das CMS-Handbuch abdecken?

PHASE 07 Launch

Checkliste für den Livegang

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ☐ Sind sämtliche Redirects korrekt und ohne Weiterleitungsschleifen gesetzt? ☐ Wurde das Analytics-Tool korrekt eingebunden? ☐ Wurde der Debug-Modus deaktiviert? ☐ Wurde die Domain korrekt umgezogen/aktiviert? ☐ Sind alle DNS-Einträge richtig konfiguriert? ☐ Wurde die robots.txt angepasst, um Crawling zu erlauben? | <ul style="list-style-type: none"> ☐ Wurde das SSL-Zertifikat überprüft? ☐ Wurde der Cache aktiviert? ☐ Ist ein aktuelles Backup der Website vorhanden? ☐ Sind Zugriffsrechte und Sicherheitsmaßnahmen konfiguriert? ☐ Wurde ein Rollback-Plan erstellt für den Fall von Problemen? |
|--|---|

Marketingstrategie für den Launch

- Wie kommunizieren wir den Launch der neuen Website? Intern und extern?
- Welche Marketingmaßnahmen setzen wir ein?

PHASE 08

Post Launch

Wartung und Support

- Wie stellen wir sicher, dass die Website immer aktuell und funktionsfähig bleibt?
- Welche regelmäßigen Wartungsaufgaben müssen durchgeführt werden? Stichwort Pflege Retainer.

Software-Updates der Website

- Wie stellen wir sicher, dass Sicherheits-Patches und kritische Updates zeitnah durchgeführt werden?

SEO-Monitoring und langfristige SEO-Strategie

- Welche Tools setzen wir für das SEO-Monitoring ein?
- Wie überwachen wir technische SEO-Aspekte (wie z.B.: Ladezeiten, mobile Optimierung)?
- Welche Maßnahmen setzen wir nach dem Launch zur kontinuierlichen Verbesserung der Sichtbarkeit in Suchmaschinen um?

Feedback

- Wie sammeln wir Feedback von Nutzenden nach dem Launch?
- Wie setzen wir kontinuierliche Verbesserungen um?

Dieser Leitfaden bietet eine starke Basis für den Website-Relaunch. Mit klaren Phasen und Checklisten wird sichergestellt, dass alle wichtigen Aspekte im Blick bleiben. Doch jeder Relaunch ist anders – er muss an die individuellen Bedürfnisse des Unternehmens angepasst werden. Dabei lohnt es sich, auf eine erfahrene Agentur zu setzen, die nicht nur technisches Know-how mitbringt, sondern auch kreative Lösungen entwickelt und den gesamten Prozess souverän begleitet.

Gut strukturiertes Projektmanagement ist der Schlüssel zum Erfolg. Denn auch nach dem Launch wartet Arbeit: Die kontinuierliche Optimierung der Website, basierend auf User Feedback und Analysedaten, bleibt ein wichtiger Faktor für deren Relevanz.

Mit der richtigen Unterstützung und einem durchdachten Ansatz wird Ihr nächster Relaunch nicht nur reibungslos, sondern auch maximal erfolgreich – und die neue Website zu einem überzeugenden Erlebnis für Ihr Team, Ihre Kund:innen und Ihre Zielgruppen.