

# Website Relaunch: Was ihr dabei beachten solltet, um eure Rankings beizubehalten



---

Ein Website Relaunch wird notwendig, weil das Design nicht mehr aktuell ist, ihr auf ein neues CMS umsteigen möchtet oder euer Geschäftsmodell sich weiterentwickelt hat?

Entscheidend für euch ist, die bereits vorhandene Sichtbarkeit, Rankings und KPIs der Domain zu erhalten oder im besten Fall sogar zu verbessern.

## Gründe für einen Website Relaunch

Prinzipiell kann man die Arten der Relaunchs wie folgt kategorisieren:

- **Umstellung auf eine neue Website-Technologie**
- **Website-Struktur und Inhalte werden umfassend verändert**
- **Die Website wird neu designt**
- **Ein Umzug auf eine neue Domain**

## Plant den Relaunch so gründlich wie möglich

Es gibt viele Details, die bei einer Umstellung des gesamten oder von Teilen eines Web-Auftritts zu berücksichtigen sind.

Dazu sollte interdisziplinär im Unternehmen zuerst ein Pflichtenheft erstellt werden. Im Pflichtenheft werden alle notwendigen Funktionen und Anforderungen an das Relaunch-Ergebnis protokolliert und für alle Entwickler:innen zusammengefasst. Sobald dem Relaunch Team die Anforderungen an Technik und Design vorliegen, kann die Umsetzung beginnen. Somit erhalten alle am Projekt Arbeitenden genaue Informationen über Ziele und Anforderungen des Relaunchs in einem zeitlich definierten Rahmen.

Der Website Relaunch sollte auch immer mit einer Optimierung von Schwachstellen einhergehen. Dazu gilt es, eine genaue Analyse der bestehenden Präsenz durchzuführen und deren Ergebnis in die Planung einzubeziehen.

Noch während der Umsetzung solltet ihr die Reportings vorbereiten, die nach dem Relaunch zur Überwachung notwendig sind. Definiert die Zahlen, die ihr überwachen möchtet und erstellt Reportings, um täglich den Überblick über Veränderungen der Sichtbarkeit und der Rankings zu haben. Dies dient nicht nur der Überwachung, sondern auch zum Auffinden von Fehlern, die mit jedem Relaunch einhergehen können.

# Worauf ist beim Web Relaunch besonders zu achten?

## Technisches SEO

### Funktionen

Bei der Umsetzung sollten die Funktionalitäten immer überprüft werden. Dies betrifft z. B. Formulare und Kontaktformulare, die Einbindung von Medien, wie Bilder und Videos, der Check-out-Prozess bei E-Commerce-Projekten. Prüft bei dieser Gelegenheit diese Website-Funktionen auf mögliche Optimierungen.

### Bilder und Dokumente

Listet alle Dokumente sowie Bilder auf, die auf der alten Seite gespeichert und verlinkt waren. Am besten nutzt man dazu ein Tabellenkalkulationsprogramm, um diese Daten über automatische Verkettungen für die Erstellung von Weiterleitungen zu nutzen. Alle Dokumente sollten auf die neue Website per Redirect verweisen.

Prüft, ob alle Bilder in den richtigen Datei-Formaten (.webp oder.svg) und mit der passenden Auflösung vorliegen, um schnelle Ladezeiten der Seite zu gewährleisten.

Bilder sollten nicht per Redirect weitergeleitet werden, da Google Redirects für Bilddateien nicht interpretieren kann.

### URLs

Damit Suchmaschinen verstehen, dass die Inhalte noch vorhanden sind, aber auf einer neuen URL liegen, nutzt man Redirects, auch Redirections genannt. Dabei werden alte Seiten mit den neuen Seiten zuerst inhaltlich und thematisch abgeglichen. Die alten Seiten werden dann serverseitig auf die entsprechenden neuen Seiten weitergeleitet.

Beispiel Redirect in der .htaccess-Datei:

```
Redirect 301 https://www.alte-website.de/wer-wir-sind/  
https://www.neue-website.de/ueber-uns/
```

Redirects sind nicht nur für Suchmaschinen wichtig, sondern auch für die Nutzer:innen eurer Website. Fast alle Internetnutzer:innen verwenden die Favoriten-Funktion in ihren Browsern. Einmal einen Link gespeichert, findet man die Information immer wieder. Wenn sich die URL aber nach einem Relaunch ändert, wird der Inhalt nicht mehr auffindbar. Daher sollte man auch im Interesse von Kund:innen und Website-Nutzer:innen die Redirects genau definieren.

Nehmt euch für diesen Vorgang besonders viel Zeit, denn ein gutes Weiterleitungs-Szenario ist das Wichtigste bei einem Relaunch.

Hierzu solltet ihr eine Tabelle mit möglichst dem gesamten URL-Set anlegen und dort die Weiterleitungen definieren. Bestenfalls nutzt man dazu ein Analyse-Tool. Dieses crawlt eure gesamte Website, alle Dokumente und bietet einen Export im CSV-Format. Man könnte auch die XML Sitemap der Website für die tabellarische Auflistung der URLs nutzen. Doch in der Sitemap der Website sind meist nicht alle vorhandenen Seiten enthalten.

Bei einem einfachen Domain-Wechsel empfiehlt Google, die Site-Struktur nicht zu verändern. Dabei werden alle Verzeichnisse und Seitennamen beibehalten.

## On-Page SEO

Nutzt den Relaunch, um eure Website mal wieder richtig aufzuräumen. Startet am besten einen Usability Audit, um zu prüfen, ob die Inhalte gut aufbereitet sind, ob die Struktur der Website leicht verständlich und für die Nutzer:innen zugänglich ist. Aktualisiert veraltete Informationen, falls nötig.

Wichtiger Bestandteil einer jeden Seite sind die beiden HTML Tags: Title und Description. Sie helfen nicht nur den Suchmaschinen, den Inhalt von Seiten zu verstehen. Wie ein Schaufenster zeigen sie den Nutzer:innen in den Suchergebnislisten der Suchmaschinen auch, welche Inhalte sie auf eurer Website erwarten. Deshalb kann man sehr früh im Relaunch-Projekt alle Titles und Descriptions auf die neue Seite richtig übertragen. Möglicherweise ist das auch der Moment, in dem ihr eine Optimierung vornehmt, um eure Kund:innen in Zukunft noch besser anzusprechen.

---

## Barrierefreiheit

Überlegt euch, ob es möglich ist, im Rahmen des Relaunchs auf die Bedürfnisse von Menschen mit Sehschwäche oder motorischen Einschränkungen einzugehen. Es könnte sich dabei um Personen handeln, die zum Beispiel unter einer Rot-Grün-Schwäche leiden, blind sind oder nur mithilfe der Tabulatoren-Taste durch eine Website navigieren können. Um diesen Menschen eine reibungslose Erfahrung zu bieten, solltet ihr bei der Erstellung der Website diese Aspekte einbeziehen.

---

## Nachbereitung

Wie bereits erwähnt, ist das Thema „Weiterleitungen“ der Schlüssel für einen erfolgreichen Relaunch. Um direkt nach dem Live-Stellen der neuen Seite fehlerhafte Redirects auszumachen, nutzt ihr Google Analytics. Stellt ein Event für die zuvor erstellte 404 Fehlerseite ein. Alternativ, aber meist mit Verzögerung, könnt ihr die nicht erreichbaren Seiten auch in der Google Search Console ausfindig machen. Dadurch identifiziert ihr in den ersten Tagen alle nicht erreichbaren Seiten und könnt so eine korrekte Weiterleitung einrichten. Nutzt dazu die beiden Redirect Codes:

**410: Dauerhaft gelöscht**  
**oder**  
**301: Dauerhaft umgeleitet**

---

## Sichtbarkeit und Rankings

Ihr werdet die ersten Tage sicher häufig in eure Reportings sehen und wahrscheinlich feststellen, dass sich die Sichtbarkeit, Traffic und die Rankings verändern. Wenn sich ein Abwärtstrend über mehrere Wochen hält, solltet ihr analysieren, welche Aspekte der Website nicht mehr genügen. Sollte es keine Probleme geben, sollten sich binnen weniger Tage die Zahlen wieder erholen.

Bedenkt, dass Google bei einer Änderung der Website-Struktur erstmal mit zwei Versionen eurer Website arbeitet, bis alle Informationen zur neuen Struktur vom Algorithmus verarbeitet wurden.

Bei der Analyse könnt ihr, um die Übersicht zu behalten, die Reportings auf Verzeichnisebene anlegen. Das gibt einen besseren Überblick, in welchen Bereichen man nachbessern sollte und in welchen man Erfolge hat.

# Fazit

Ein Website Relaunch sollte immer gut vorbereitet sein, um alle Facetten der Website zu berücksichtigen. Die einwandfreie Funktion der Website ist dabei genauso wichtig wie die Erreichbarkeit alter und neuer Inhalte sowie die Ladezeiten aller Seiten (Core Web Vitals).

Versteht man den Relaunch als Projekt, plant dieses vollständig und bereitet auch den zeitlichen Rahmen vor, kann man viele Probleme im Nachhinein vermeiden. Damit eventuelle Fehler erkennbar sind, sollte das Monitoring des Relaunch gut vorbereitet und zur Analyse intensiv genutzt werden.