



# Website Relaunch: Die 10 Maßnahmen + SEO-Checkliste

---

Autor: Georg Griesser | Position: Head of Technical SEO | Zuletzt aktualisiert: 29. August 2023

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/relaunch/>

Kein Relaunch ohne detaillierte Planung – so lautet die wichtigste Devise für das Wiederaufsetzen einer Webseite. Welche SEO-Richtlinien beachtet werden müssen, wie 301-Weiterleitungen umgesetzt werden sollten und warum 302- und 307-Weiterleitungen beim Relaunch nichts verloren haben, erklären wir in unserem Ratgeber. Mit unseren **10 Maßnahmen zum erfolgreichen Relaunch** am Ende des Artikels bist du der erfolgreichen Neugestaltung deiner Webseite schon einen großen Schritt näher

Der Begriff „**Relaunch**“ bedeutet auf Deutsch „Wiedereinführung“, „Wiederaufsetzen“ und bezeichnet die **Neugestaltung eines Produktes oder einer Dienstleistung**. Ein Launch beschreibt wiederum den Start eines komplett neuen Projektes.

Bei bereits existierenden Webseiten bedeutet ein Relaunch meist nur, dass **eine neue Version der alten Webseite** veröffentlicht wird. Dies geschieht beispielsweise, weil das **Design der Webseite** überarbeitet oder das **Layout, die Struktur**, oder die **Oberfläche** verbessert und optimiert wurde.

## Was ist ein Relaunch?

Wie bereits angekündigt geht es bei einem Website-Relaunch (manchmal auch Homepage-Relaunch genannt) **um Änderungen auf deiner vorhandenen Webseite**. Das ist der ganze Unterschied zum „Launch“ – darunter versteht man den Start eines komplett neuen Projektes.

Abhängig davon, welche Inhalte sich ändern, unterscheidet man **verschiedene Relaunch-Arten**:

- ✔ ein neues Design
- ✔ Wechsel des Content Management Systems
- ✔ Domainwechsel
- ✔ URL-Umbau

Du hast in nächster Zeit etwas von diesen Dingen vor? Dann befindest du dich bereits in der **Startphase des Relaunchs**.

Damit alles wie am Schnürchen läuft, solltest du jetzt unbedingt weiterlesen.



In der Suchmaschinenoptimierung musst du bei einem Relaunch nämlich einige Faktoren beachten, wenn du negative Folgen für das Ranking vermeiden willst. **Eines vorweg:** Bei einem Relaunch handelt es sich um eins der **komplexesten SEO-Themen** überhaupt!

Aus diesem Grund lernst du im Video den richtigen Ablauf beim Relaunchen, step-by-step einfach erklärt: <https://www.youtube.com/watch?v=YrNd4kWHdmQ&t=894s>

## Arten des Website-Relaunchs und seine Bedeutung

Wie gesagt, unterscheidet man verschiedene Arten von Relaunches, je nachdem, welche Webseitenänderungen vorgenommen werden. Um ein wenig Licht ins Dunkel zu bringen, erklären wir dir zunächst die **vier unterschiedlichen Arten** von Relaunches inkl. Hinweise auf die Herausforderung und Konsequenz:

Art	Webseitenänderungen	Herausforderung	Konsequenz für die Rankings?
Design-Relaunch	Theme-Änderungen bzw. ein neues Design für die komplette Webseite	Je nach Umsetzung (Stichwort Usability) und Ausmaß der Änderungen könnte es kritisch werden.	eventuell ja
CMS-Relaunch	Wechsel des gesamten Backends, z. B. von Typo 3 auf WordPress	Kritisch, aber zu schaffen!	eventuell ja
Domainwechsel	Neue Domain für die Webseite	Sehr komplex und kritisch, weil sich Google sehr stark auf die Domain bezieht.	ja
URL-Relaunch	Umbau von URLs und der URL-Struktur	Sehr komplex und schwierig. Ohne fundiertes technisches Wissen nicht schaffbar.	ja

## Erfolgsfaktoren für einen funktionierenden Relaunch

Ein Relaunch kann funktionieren und positive Auswirkungen haben – wenn du einige Dinge beachtest. Die **Erfolgsfaktoren für einen funktionierenden Relaunch sind:**

- ✔ **Tools verwenden:** [Screaming Frog](#) ist ein günstiges Tool, welches dich beim Relaunch gut unterstützen wird. Es zeigt dir auf, welche URLs du auf deiner Webseite hast. Teurere Alternativen: [OnCrawl](#), [DeepCrawl](#)
- ✔ **Ein Relaunch braucht Zeit:** Geduld wird belohnt! Die aufgebaute Sichtbarkeit mit der alten Webseite sollte nicht durch Stress und Zeitdruck riskiert werden. Deshalb auch unbedingt Zeit für saubere 301-Redirects nehmen!
- ✔ **Recherchearbeit gehört dazu:** Ein guter Relaunch braucht unbedingt eine ausführliche Analyse! Diese dient



als Grundlage für eine perfekte Webseitenplanung, bei der natürlich alle wichtigen SEO-Richtlinien nicht zu kurz kommen dürfen.

Du denkst dir jetzt sicher: „Aber darum kümmert sich doch eh mein Webdesigner.“ Unsere Erfahrung: Nein, macht er höchstwahrscheinlich nicht, da er sich im Bereich der SEO nicht auskennt (selbst wenn er es gerne behauptet).

Manche dieser Punkte mögen seltsam erscheinen, doch **dort draußen in der Praxis** gibt es nichts, was es nicht gibt. Und nichts ist selbstverständlich!

## Der Ablauf beim Relaunch: SEO-Checkliste

Um einen **erfolgreichen Relaunch** durchzuführen, ist es wichtig, auf den richtigen Ablauf zu achten und wirklich alle Schritte genau einzuhalten. Du musst deinen **Relaunch gut vorbereiten**, damit du im Ranking nicht nach unten fällst und den Google-Traffic beibehältst.

**Die wichtigste Regel zuerst: Nimm dir Zeit!**



Wenn du also genug Zeit eingeplant hast und keine Deadline hinter dir her ist, dann darfst du hier weiterlesen... ;)

Diese fünf Schritte sind notwendig:

### Schritt #1 – Bestandsaufnahme durchführen

Zu einer guten Bestandsaufnahme gehört eine übersichtliche Darstellung. Für alle deine URLs solltest du zunächst, falls du sie nicht sowieso schon hast, **eine Übersicht erstellen**.

Daraus kannst du dann deine **Webseiten-Struktur herauslesen**. Diese URL-Listen können beispielsweise auch mit Tools wie Screaming Frog generiert werden. Wenn die URLs gecrawlt wurden, dann speichere die Datei ab!



## Schritt #2 – SEO-Konzeption: Planung der perfekten Webseite

Hinter jedem guten Projekt steht ein noch besserer Plan – das wird allgemein behauptet. Und ja, es gilt genauso für den Relaunch:

[In diesem Video](#) lernst du, wie du einen erfolgreichen Website-Relaunch richtig planst und sicher umsetzt. Ich zeige dir unseren Projektplan, damit du siehst, worauf du in jeder Phase achten solltest und welche Tools du nach Abschluss des Relaunches unbedingt im Auge behalten musst.

Um den Relaunch gut zu planen, ist es wichtig, eine Liste mit all jenen Keywords anzulegen, für die deine Seite bereits rankt.

Anschließend analysierst du, warum die Konkurrenz für bestimmte Keywords rankt und deine Seite nicht. Um das herauszufinden, können ebenfalls die **Tools wie Ahrefs (Content-Lücke) und SEMrush** weiterhelfen. Worauf genau bei der [Keyword-Recherche zu achten ist, zeigen wir hier](#).

Alles, was keinen Traffic bekommt und nicht gelesen wird, solltest du löschen. Warum? Weil dieser Content dann nicht mehr gepflegt werden muss. Nun sind zwei Schritte notwendig:

1. **Mache ein Content-Audit**
2. **Strukturplanung:** Auf Basis der Keyword-Recherche planst du deine URL-Struktur.

**Die Tools dafür:** Excel, Mindmap, Screaming Frog

Wie geht man bei so einem Audit vor? Das lernst du in unserem [Content-Audit-Ratgeber](#) (inkl. Vorlage)!

## Schritt #3 – SEO-Richtlinien beachten

Achte beim Relaunch auf Folgendes, ansonsten wird es schwer, einen guten Traffic aufrechterhalten oder zu erzielen:

1. **Zusammenarbeit aller Abteilungen:** Designer, Developer, Redaktion, Text-Team und der betreffende SEO-Manager sollten sich absprechen und aufeinander hören. Alleingänge sind im Rahmen des Relaunches gar nicht gut!
2. Die Ladezeit beim Erstaufwurf der Seite beachten: idealerweise **unter 4 Sekunden**
3. **Desktop- und Mobile-Anzeige** beachten (vergiss nicht, dass in 2021 alle Websites auf [Mobile-First-Indexing](#) umgestellt werden)

Mobile First sagt dir noch nichts? Dann lies als nächstes unseren [Ratgeber zum Mobile First Index!](#)



## Schritt #4 – Umsetzung: 301-Weiterleitungen beachten!

Das Meme weiter oben hat es schon verdeutlicht: Ein Relaunch darf niemals ohne Weiterleitungen ablaufen, weil ansonsten **ein großer Einbruch** kommen wird!

Die Weiterleitungen müssen auch ganz genau durchgeführt werden, Fehler in diesem Schritt führen ebenfalls zu zahlreichen Nachteilen. Vor dem Relaunch muss also ein Audit her, um den bisherigen Stand festzuhalten.

Hier im Video lernst du, wie du ein **professionelles 301-Redirect Audit** mit Screaming Frog erstellst: <https://www.youtube.com/watch?v=EpLcJa6RcrY>

**Für die permanenten 301-Weiterleitungen gilt:**

- ✔ so **relevant** wie möglich weiterleiten!
- ✔ für **ALLES** eine Weiterleitung machen! Seiten, Bilder, usw.

**Das richtige Tool dafür:** [RelaunchAPP](#). Das Tool crawlt die alte und neue Seite – dann generiert es automatisch die nötigen 301-Weiterleitungen. Bei einer großen Seite spart das **sehr viele Stunden Arbeit!**

Die alte Webseite sollte man sich auf einer dev-Subdomain behalten!

Wenn du planst, deine URL-Struktur zu ändern, solltest du für diesen Schritt wirklich genug Zeit einkalkulieren. Worauf du bei der Umsetzung achten musst, erfährst du im nächsten Kapitel.

## Schritt #5 – Das Monitoring beim Relaunch

Nach dem Live-Gang sollte die **Seite gecrawlt werden**. Du siehst dann gleich, ob alle Weiterleitungen funktionieren.

Sobald die Seite live ist, kannst du in Screaming Frog einstellen, dass die Crawltiefe 1 gecrawlt wird. Das Tool meldet, ob alle Seiten weitergeleitet wurden und wie der **Status der Seiten** ist (301, 404, 500-Error, usw.).

**To-Dos direkt nach dem Live-Gang:**

- ✔ neue XML-Sitemap einreichen, weil sich die Struktur geändert hat!
- ✔ bei Domainänderung: Meldung über die Google Search Console

Wieder kommt die **Google Search Console zum Einsatz**. Hier wird gemeldet, ob der Googlebot irgendwelche Probleme hat. Im Bericht zur Abdeckung können zahlreiche Indexierungsprobleme festgestellt werden.

Wir können es nicht oft genug sagen: Ein Relaunch **braucht Zeit!** Das betrifft auch die nächsten Wochen. Also **nicht gleich in Panik verfallen**, wenn sich die Rankings verschlechtert haben...



- Es dauert in der Regel **8 bis 12 Wochen**, bis sich die Sichtbarkeit wieder erholt!
- Wenn URLs und der Content geändert wurden, dann wird es **eine vollständige Re-Evaluierung** geben. Hat sich die Website in Googles Augen verschlechtert, wirst du das zu spüren bekommen.
- Aber: Eine Re-Evaluierung muss nicht immer etwas Schlechtes sein! Wenn die Änderungen die User Experience und die Relevanz verbessert haben, wird sich der Relaunch positiv auf deine Google-Rankings auswirken.

**Good to know:** In der Regel braucht Google einige Wochen, bis sich die Platzierungen nach der Umstellung wieder beruhigen.

[Aussagen von Gary Illyes](#) zeigen jedoch ein anderes Bild und reflektieren meine eigenen Erfahrungen weit besser. Es kann **bis zu drei Monate** dauern, bis Google einen Umzug oder Relaunch vollständig verdaut hat. Die Dauer ist selbstverständlich **abhängig vom Umfang des Relaunches**. Je mehr geändert wurde, desto länger braucht der Google-Algorithmus für die Re-Evaluierung.

## Kurz-Zusammenfassung: So gelingt der Relaunch

Abschließend noch eine kurze Zusammenfassung bzw. Checkliste:

- ✓ **Screaming Frog** oder ein anderes Tool verwenden
- ✓ alles crawlen und die **Crawls abspeichern**
- ✓ Zeit nehmen für die **Konzeption und die Weiterleitungen**
- ✓ Launch-Datum wenn nötig **nach hinten verschieben!** Deadlines sollten dich nicht stressen!

Vermittle den Entscheidungsträgern den möglichen Schaden bzw. **kommuniziere die Risiken.**

## 10 wichtige Maßnahmen für einen erfolgreichen Relaunch

Aus Erfahrung können wir sagen: Wenn man sich Webseiten-Relaunches ansieht, sind sie nur **in den seltensten Fällen wirklich von Erfolg gekrönt**. Das hat auch seinen Grund, denn so simpel ist die Geschichte einfach nicht.

Naja: Würdest du ohne Postnachsendeauftrag umziehen? Würdest du deine Telefonnummer ändern, ohne deinen Kontakten Bescheid zu sagen?

Dann sind wir uns ja einig...



## 1. URL-Struktur gleich lassen oder eine 301-Weiterleitung einrichten

Wir haben im obigen Abschnitt bereits davon gesprochen, hier nun noch ausführlicher erklärt: Die URL ist **sozusagen deine Adresse** und die ändert man nicht mir nichts, dir nichts. Aus diesem Grund sollte bei einem Relaunch, wenn möglich, **die URL-Struktur nicht verändert werden**. Das geht natürlich nicht immer...

Solltest du dich aus irgendeinem Grund dafür entscheiden, die URL-Struktur zu verändern, gibt es einige wichtige Sachen zu beachten:

- Es müssen **301-Weiterleitungen von den alten auf die neuen Webadressen** eingerichtet werden, damit Suchmaschinen und Besucher nicht ins Leere geschickt werden.
- Achtung: 302- und 307-Weiterleitungen **haben bei einem Relaunch nichts verloren!** Diese Weiterleitungen sind temporäre Weiterleitungen. Google geht dabei davon aus, dass die Weiterleitungen **nicht bestehen bleiben** und leitet daher bestehende Rankingsignale erst sehr spät oder gar nicht an die Ziel-URL weiter. Das solltest du also unbedingt verhindern.
- Diese **301-Weiterleitungen sollten thematisch Sinn ergeben**. Erstellst du beispielsweise von einer alten Landing Page eine neue Version, dann ist es sinnvoll, eine Weiterleitung anzulegen. Es ist jedoch **nicht von Vorteil, zu einer thematisch unpassenden Seite weiterzuleiten**. Zum einen wundern sich Besucher, zum anderen kann es sein, dass Suchmaschinen die Relevanz, Autorität und den „Link Juice“ in diesem Fall nicht weitergeben.
- Weiters muss an dieser Stelle unbedingt erwähnt werden, dass **jede 301-Weiterleitung einen Dämpfungsfaktor hat** und so ein Teil der „Link Power“ verloren geht. Der Wert mag gering sein, aber trotzdem.

**Fazit:** Umziehen ohne Nachsendeauftrag ist fahrlässig.

## 2. Wichtigste Landingpages definieren & nach dem Website-Relaunch weiterführen

Noch bevor überhaupt mit der neuen Webseite begonnen wird, sollten die **wichtigsten Landingpages des alten Projekts** definiert werden. Denn diese „Seiten“ muss es in einer ähnlichen Form weiterhin geben, sofern man keine Lust hat, **ordentlich an Sichtbarkeit einzubüßen**.

Die Wichtigkeit ist dabei von unterschiedlichen Kriterien abhängig:

1. **Besucheranzahl** (prüfen mittels Google Analytics → Akquisition → Alle Zugriffe → Channels → Organic)
2. **Google-Rankings** (prüfen mittels einem Rank Tracker)
3. **Verkäufe / Anfragen / Buchungen** (prüfen mittels Google Analytics → Conversions)
4. **Eingehende Verlinkungen** (prüfen mittels SEMrush, Majestic SEO oder Ahrefs)



Ehre, wem Ehre gebührt!

Wir reden hier über SEO und deswegen interessieren uns erst einmal nur die **organischen Besucher**.

Dieser Punkt steht übrigens nicht ohne Grund bereits an zweiter Stelle. Werden hier Fehler gemacht, stößt du **nicht nur Suchmaschinen** (allen voran natürlich Google), sondern auch Besucher vor den Kopf. Ein No-Go!

**Fazit:** Deine wichtigsten Landingpages haben **höchsten Respekt** verdient.

### 3. Eingehende Verlinkungen prüfen & anpassen lassen

Bereits oben haben wir Backlinks angesprochen. Wenn sich an der URL-Struktur etwas geändert und man dies mit 301-Weiterleitungen „geregelt“ hat, sollten trotzdem **die bestehenden eingehenden Verlinkungen an die neue Adresse angepasst werden**.

Die bestehenden eingehenden Verlinkungen findest du kostenlos über [SEOKicks](#) (gratis Konto sehr eingeschränkt) und die Google Search Console. Allerdings geben nur kostenpflichtige Tools wie SEMrush, Majestic SEO und Ahrefs einen nahezu vollständigen Überblick (zu 100 % schafft es leider kein existierendes Tool alleine).

Danach müssen eigentlich nur noch die entsprechenden Webmaster per E-Mail gebeten werden, die Verlinkungen anzupassen. Wie gesagt, dies ist nur **für die wichtigsten Backlinks** zu tun.

**Fazit:** Mehr „Juice“ durch direkte Verlinkungen ohne Weiterleitung.

### 4. Tracking Code nicht vergessen

Immer wieder passiert es: Die neue Seite ist endlich online, keiner schaut für 14 Tage bei den Analytics rein und plötzlich bemerkt irgendjemand, dass man vergessen hat, den Tracking Code einzubauen. Das ist vor allem deshalb blöd, weil die Daten am Anfang nach der Umstellung besonders interessant sind.

**Fazit:** Daten sind Gold wert und sollten dementsprechend behandelt werden.



## 5. Bloß nicht „live“ an der Webseite basteln

Gerne wird **einfach mal an der aktiven Webseite** gebastelt oder der **Wartungsmodus eingeschaltet**. Aber warum? Heutzutage ist es keine Kunst, eine „Testumgebung“ (engl. Staging Area) einzurichten. Dort kann man tun und lassen, was man will, **ohne an Konsequenzen denken zu müssen**. Besucher und Suchmaschinen werden es dir danken.

**Fazit:** Basic, ja. Selbstverständlich, leider nein.

## 6. Google-Ads-Zielseiten anpassen

Hat sich die URL-Struktur geändert, dann müssen sofort beim Webseiten-Relaunch **die Zielseiten der Google-Ads-Anzeigen** berichtigt werden. Sonst zahlst du für Klicks, die die Besucher ins Leere schicken.

**Fazit:** Bloß nicht vergessen! ;)

## 7. Texte lieber erweitern statt kürzen

Suchmaschinen brauchen auch heute noch Inhalte in Textform, um Relevanz zu erkennen. Es läuft zwar schon viel über Verlinkungen und Erwähnungen, trotzdem sind Texte nicht zu verachten. Deshalb solltest du die wichtigsten Landingpages lieber um einen Text erweitern als kürzen.

Apropos Textform: Wie schreibt man eigentlich einen [SEO-Text](#)? Das lernst du im Ratgeber!

Natürlich gibt es hier **keine gänzlich richtige Antwort**. Denn wenn eine Landingpage zuerst 1.000 Wörter hat, aber nicht konvertiert und ein schlechtes Nutzerverhalten aufweist, kann es durchaus sinnvoll sein, die **Textmenge zu verringern**.

**Fazit:** Texte erweitern ist grundsätzlich richtig, aber eben nicht immer. Der Hausverstand weist hierbei den Weg!

## 8. Interne Verlinkungsstruktur beibehalten

Auch [interne Verlinkungen](#) leiten **Relevanz, Autorität und Ranking-Power** weiter. Daher haben Änderungen an diesem „Fluss“ spürbare Konsequenzen. Die wichtigsten Landingpages sollten grundsätzlich mehr verlinkt werden, selbstverständlich **immer mit den passenden Ankertexten** und aus dem richtigen Umfeld (bevorzugt Fließtext).

Wenn eine **bedeutungsvolle Landingpage** nach dem Relaunch weniger interne Verlinkungen erhält, dann verliert sie höchstwahrscheinlich auch zu einem gewissen Maß [Rankings bei Google](#).

**Fazit:** Die wertvollsten Unterseiten brauchen die meisten und stärksten internen Verlinkungen.



## 9. Vor dem Launch: Eine clevere & ansprechende 404-Seite einrichten

Gibt es die eingegebene URL-Adresse nicht (passiert schnell nach einem Website-Relaunch), so landen Besucher **auf einer 404-Seite**. Diese sollte so gestaltet sein, dass Besucher **nicht gleich die Hoffnung verlieren** und abspringen, sondern auf deiner Seite bleiben.

Wie du eine solche **404-Seite richtig gestaltest?** [Hier einige brillante Beispiele.](#)

**Fazit:** Hilf dem Benutzer zu finden, was er oder sie sucht. Stichwort: UX-Signale (User Experience)

## 10. Nach dem Website-Relaunch: Google Search Console & Server Logs im Auge behalten

Sogar wenn deine neue Webseite endlich online ist und die Welt nicht sofort zusammenbricht, sind deine schlaflosen Nächte nicht vorbei. In den nächsten Wochen müssen deine Adlernaugen auf die [Google Search Console](#) gerichtet sein, genauer gesagt auf **Crawling Fehler** und die **Server Logs**.

Entdeckst du Probleme wie 404-Seiten, musst du schnellstmöglich einen **passenden 301-Redirect** einrichten, um **mögliche Rankingabstürze** zu vermeiden.

Zu guter Letzt noch eine kleine Anmerkung: Bei einem erfolgreichen Webseiten-Redesign / Website-Relaunch kommt es **auf die richtige Vorbereitung** an. So kann die Büchse der Pandora meist geschlossen bleiben. Die übelsten Relaunches, die wir miterlebt haben, wurden in 99 % der Fälle durch Ungeduld ausgelöst. Also nochmal: Lass dir Zeit!