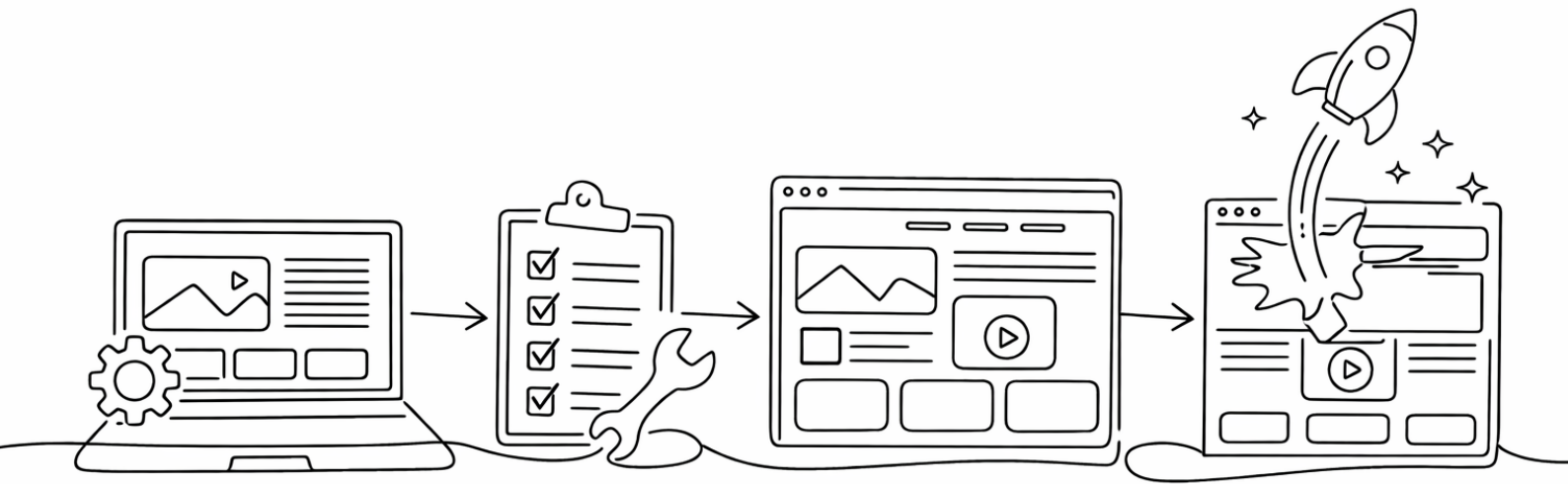




01.D3

CHECKLISTE

WEBSITE-RELAUNCH



Lesedauer: 4-5 Minuten



Schwierigkeit: Fachwissen



Ziel: Website risikofrei überarbeiten und wiederveröffentlichen dank systematischer Planung



Veröffentlicht: 05/2026



Hinweise zur Verwendung

Nur zur eigenen Verwendung. Nutzung auf eigene Verantwortung. Ersetzt keine Fachberatung. Aktualität beachten.
Ausführliche Nutzungshinweise: wildvariety.de/nutzungsrechte-downloads/



DIE KOMPLETTÜBERARBEITUNG IHRER WEBSITE KANN SCHIEFGEHEN. MUSS SIE ABER NICHT.

Ich habe es schon erlebt: Website neu. Besucher weg, Google-Platzierungen im Keller. Weil niemand einen Plan hatte.

Mit dieser Checkliste können Sie die grundlegende Überarbeitung Ihrer Website, den sogenannten Website-Relaunch, unkompliziert abhaken. Ohne Besucherverluste, ohne Platzierungseinbußen, ohne böse Überraschungen.

Schnappen Sie sich einen Stift!

Inhalt

Phase 1: Analyse & Zielsetzung	3
Phase 2: Planung & Konzept.	3
Phase 3: Sicherung der Suchmaschinenoptimierung	4
Phase 5: Vorbereitung der Veröffentlichung.	5
Phase 6: Veröffentlichung.	6
Phase 7: Monitoring.	7



PHASE 1: ANALYSE & ZIELSETZUNG

1.1 WAS FUNKTIONIERT AUF IHRER ALTEN WEBSITE?

- Welche Seiten haben die meisten Besucher?
- Welche Seiten generieren Anfragen?
- Was sagen Ihre Kunden über die Website?

1.2 WAS MUSS BESSER WERDEN?

- Technische Probleme?
- Design-Probleme?
- Strukturelle Probleme?
- Inhaltliche Probleme?

1.3 KONKRETE ZIELE FÜR DIE NEUE WEBSITE FESTLEGEN, Z.B.

- Mehr Besucher
- Neue Website-Funktionen

💡 **Praxistipp:** Sehen Sie sich zuerst Ihre Analysedaten an, bevor Sie irgendetwas ändern. Ich hatte einen Kunden, der seine „hässliche“ Produktseite neu machen wollte. Die Seite war aber sein Top-Magnet für Käufer. Gut, dass wir das vorher überprüft haben.

PHASE 2: PLANUNG & KONZEPT

2.1 SEITENSTRUKTUR

- Welche Seiten und URLs (= Seitenlinks) braucht die neue Website?
- Welche Seiten und URLs werden von der alten Website übernommen?
- Gibt es andere Websites, die auf Ihre Seiten verlinken?

2.2 CONTENT-PLANUNG



- Welche Texte müssen neu geschrieben werden?
- Welche Bilder brauchen Sie neu?
- Wer erstellt die Inhalte?

2.3 DESIGN-ENTSCHEIDUNGEN

- Neues Design oder Überarbeitung des alten?
- Komplettes, funktionierendes Markendesign vorhanden?

⚠ Wichtig zu wissen: Seitenlinks ändern heißt, ein gewisses Risiko im Hinblick auf die Suchmaschinenoptimierung einzugehen. Behalten Sie URLs, wo immer möglich. Wenn es nicht anders geht: Setzen Sie penibel Umleitungen von den alten auf die neuen Webadressen (= Redirects). Mehr dazu in Phase 3.

PHASE 3: SICHERUNG DER SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

3.1 DOKUMENTATION & SICHERUNGEN

- Alle URLs der alten Website sammeln und auflisten
- Bisherige Analysedaten sichern, z.B. aus Google Analytics 4 oder Matomo.
- Daten der Google Search Console ansehen und dokumentieren

3.2 PLANUNG VON WEITERLEITUNGEN

- Welche Seitenlinks ändern sich?
- Hat jeder geänderte Seitenlink eine Weiterleitung?

⚠ Achtung: Keine Weiterleitungen zu setzen bedeutet, alle Google-Platzierungen zu verlieren. So einfach ist das. Google findet Ihre Seiten nicht mehr, Besucher landen auf Fehlerseiten. Das ist der häufigste Fehler bei Wiederveröffentlichungen. Sorgen Sie also unbedingt für korrekte Weiterleitungen.

💡 Praxistipp: Legen Sie eine Liste mit allen URLs an – alt und neu. Das ist mühsam, ich weiß. Aber es rettet Ihre Suchmaschinenoptimierung und Google-Platzierungen.



PHASE 4: UMSETZUNG

4.1 ENTWICKLUNG

- Content-Management-System (z.B. WordPress) aufsetzen
- Alle notwendigen (!) Plugins installieren
- Design umsetzen
- Inhalte einpflegen
- Funktionen programmieren

4.2 TESTEN AUF DER STAGING-UMGEBUNG

- Testumgebung, sogenanntes Staging, einrichten. Dort die folgenden Punkte prüfen:
- Alle Links funktionieren
- Alle Formulare funktionieren
- Mobile Ansicht ist fehlerfrei
- Ladezeit bleibt unter 3 Sekunden
- Browser-Tests (Chrome, Firefox, Safari) sind erfolgreich

 **Merke:** Testen Sie *alles*. Klicken Sie jeden Link, senden Sie jedes Formular, öffnen Sie jede Seite auf dem Smartphone. Langweilig? Ja. Wichtig? Absolut.

PHASE 5: VORBEREITUNG DER VERÖFFENTLICHUNG

5.1 TECHNISCHE SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

- Alle Weiterleitungen einrichten
- Sitemap erstellen: eine Liste aller Seitenlinks für Google & Co.
- robots.txt anpassen: Textdatei, die festlegt, was von Suchmaschinen gelesen werden darf und was nicht




- Sicherheits-Zertifikat aktivieren: *https* statt *http*

5.2 ANALYSE & RECHTLICHES

- Analyse-Software datenschutzkonform einbinden, z.B. Koko Analytics oder Matomo
- Google Search Console verbinden
- Cookie-Banner aufsetzen und testen
- Impressum und Datenschutzerklärung einbinden und aktualisieren

5.3 BACKUP-PLAN

- Backup der alten Website erstellen und sichern
- Notfall-Kontakt definieren (Ansprechpartner bei Problemen)
- Strategie zur Wiederherstellung der alten Website im Notfall festlegen

 **Praxistipp:** Veröffentlichen Sie Ihre neue Website nachts oder am Wochenende. Wenn etwas schiefgeht, haben Sie Zeit zum Beheben, ohne dass Ihre Kunden es mitbekommen.

PHASE 6: VERÖFFENTLICHUNG

Veröffentlichungsdatum und -Uhrzeit festlegen

6.1 VERÖFFENTLICHUNG

- Gegebenenfalls DNS (= Dynamic Name Server) umstellen
- Alte Website noch 24h erreichbar halten (falls Wiederherstellung nötig)
- Monitoring für neue Website aktivieren

6.2 SOFORT NACH DER VERÖFFENTLICHUNG PRÜFEN

- Startseite lädt



- Wichtigste fünf Seiten (einschließlich Rechtstexten) funktionieren
- Kontaktformular funktioniert
- Weiterleitungen funktionieren (stichprobenartig prüfen)

PHASE 7: MONITORING


7.1 ABSCHLUSSCHECK

Woche 1

- Entwicklung des Besucherflusses beobachten (z.B. mit Koko Analytics)
- Google Search Console auf Fehler prüfen
- 404-Fehler prüfen und beheben

Woche 2-4

- Google-Platzierungen beobachten für die wichtigsten Schlüsselwörter
- Anfragequote der neuen mit der alten Website vergleichen: Wie viele Klicks gibt es?
- Rückmeldungen von Nutzern sammeln

 **Praxistipp:** In den ersten zwei Wochen schwanken die Platzierungen immer – keine Panik. Google braucht Zeit, um die neuen Seiten kennenzulernen. Solange der Besucherfluss nicht vollständig einbricht, ist alles in Ordnung.

7.2 NOTIZEN & ERKENNTNISSE

- Machen Sie sich Notizen: Was lief gut? Was nicht?
- Was ganz konkret würden Sie beim nächsten Mal anders machen?

Das war's!

Wenn Sie alle Phasen durchgearbeitet haben, steht Ihre neue Website. Und Ihre Suchmaschinenoptimierung ist intakt. Etwas passt nicht? Ich unterstütze Sie gerne.

→ kontakt@wildvariety.de