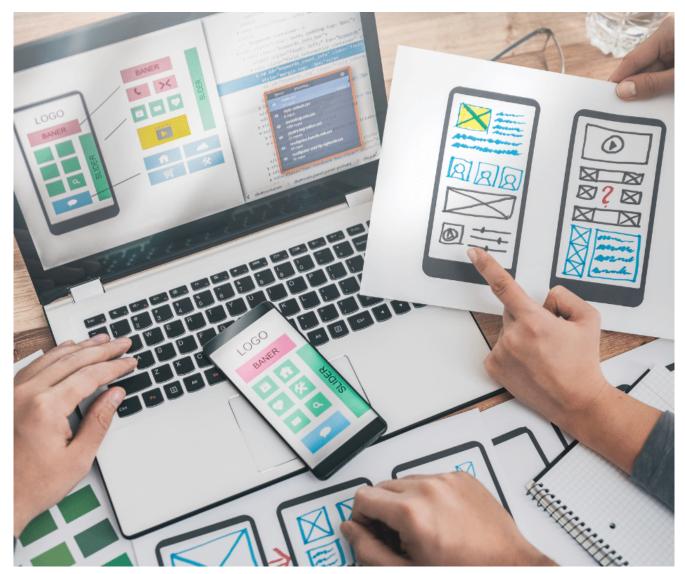
Website-Relaunch und SEO: Worauf du achten solltest



Ein Website-Relaunch ist mehr als ein frisches Design. Es geht um Struktur, Inhalte, Technik – und darum, wie gut du online gefunden wirst.

Viele unterschätzen dabei ein zentrales Thema: Suchmaschinenoptimierung (SEO). Immer wieder höre ich denselben Satz: "Wir haben gerade unsere Website neu machen lassen – jetzt wollen wir uns um SEO kümmern."

Das Problem: In dieser Reihenfolge wird es oft unnötig teuer.

Denn nachträgliche SEO-Maßnahmen erfordern nicht selten umfangreiche Anpassungen. Dann muss zum Beispiel die Navigation überarbeitet, Textbereiche im Design ergänzt oder ganze Unterseiten neu aufgebaut werden, um die richtigen Zielkund:innen inhaltlich abzuholen.

Was passieren kann, wenn SEO zu spät kommt

Wird SEO beim Relaunch gar nicht berücksichtigt, fehlen oft grundlegende Maßnahmen – etwa 301-Weiterleitungen oder eine konsistente interne Verlinkung. Die Folge: massive Sichtbarkeitsverluste, die über die bei Relaunches üblichen kurzen Einbrüche hinausgehen – und sich nur langsam wieder erholen.

In diesem Beitrag zeige ich dir, worauf du beim Relaunch achten musst, welche Fehler du vermeiden solltest – und wie du deine neue Website von Anfang an SEO-fit machst.

Was ein Relaunch eigentlich bedeutet

Bei einem Relaunch wird die aktuelle Website umfänglich überarbeitet. Es geht dabei nicht nur darum, die bestehende Website moderner zu gestalten. Den Relaunch solltest du immer auch dafür nutzen, Technik, Inhalte und Nutzerführung zu verbessern.

Ein Website-Relaunch geht auch immer mit dem Risiko eines Sichtbarkeitsverlustes einher. Umso wichtiger ist es, dass du dieses Projekt gut vorbereitest und strukturiert angehst.

Nicht immer braucht es den kompletten Neustart

Muss es gleich ein kompletter Relaunch sein? Nicht zwingend. Wenn deine Website technisch stabil ist, sicher läuft und ein aktuelles Design hat, reicht oft auch eine inhaltliche und strukturelle Optimierung.

Es gibt aber gute Gründe, die für einen vollständigen Relaunch sprechen:

- Deine Website ist technisch veraltet.
- Sie funktioniert nicht gut auf mobilen Geräten.
- Dein Content-Management-System stößt an Grenzen.
- Inhalte, Angebote oder Zielgruppe haben sich verändert.

Gerade wenn sich deine Zielgruppe oder dein Angebot verändert haben, solltest du genau hinsehen: Werden die richtigen Personen angesprochen? Fühlen sich Besucher:innen gut geführt? Passt das Design noch zu deinem Unternehmen?

Bevor du den/die Webdesigner:in anrufst ...

Klar, du willst deine Website erneuern? Gute Entscheidung. Aber stopp – ruf nicht gleich den/die Webdesigner:in an. Mach dir vorher einen Plan. Frag dich:

- Was willst du mit der Website erreichen?
- Was sollen deine Besucher:innen machen können?
- Wen möchtest du ansprechen?
- Wie viel willst du selbst übernehmen, zum Beispiel Texte schreiben?

Allein starten oder mit Unterstützung?

Jetzt hast du zwei Optionen: Du setzt alles selbst um – oder du holst dir Profis dazu. Mein Tipp: Hol dir Fachpersonen an die Seite, damit der Relaunch wirklich klappt.

Viele Webdesigner:innen bieten auch SEO an, aber die Qualität ist unterschiedlich. Ein/eine erfahrene/r SEO-Expert:in denkt an deine Zielgruppe, an Suchbegriffe und an deine Konkurrenz. Diese Infos sind wichtig, damit deine neue Website nicht nur funktioniert, sondern auch gefunden wird. Zudem kannst du sehr von den SEO-Erfahrungen profitieren, denn **mit standardisierten SEO-Konzepten ist es heute nicht mehr getan**.

Warum SEO-Expertise im Team den Unterschied macht

Meine Erfahrung: Viele Designer:innen und Entwickler:innen sind froh, wenn ein/eine SEO-Expert:in mit im Team ist.

Gerade bei Struktur, Navigation und Nutzerführung bringt SEO-Know-how klare Vorteile. Es beseitigt Unsicherheiten und sorgt dafür, dass alle im Team am selben Ziel arbeiten: eine Website, die deine Inhalte verständlich transportiert – und bei Google.

Relaunch mit Plan: SEO von Anfang an richtig umgesetzt

Viele kümmern sich erst nach dem Start um SEO. Das macht's oft komplizierter, als es sein müsste. Besser: Du denkst SEO von Anfang an mit. Denn wenn du willst, dass deine neue Website nicht nur gut aussieht, sondern auch gefunden wird und funktioniert, brauchst du einen klaren Plan. Damit du den Überblick behältst, findest du hier alle Schritte in der passenden Reihenfolge.

Ist-Analyse und Zieldefinition

- Prüfe, welche Inhalte online sind und ob sie technisch und inhaltlich noch passen.
- Lege konkrete Ziele fest: bessere Nutzerführung, schnellere Ladezeiten, mehr Sichtbarkeit.
- Nutze Tools wie den Screaming Frog und Google Search Console um SEO-Fehler und Weiterleitungen frühzeitig zu erkennen.

Markt- und Wettbewerbsanalyse

- Schau dir an, wer deine Mitbewerber:innen sind und was sie gut machen.
- Nutze diese Erkenntnisse, um deine eigene Strategie gezielt zu verbessern.

Anforderungskatalog erstellen

- Liste auf, welche Seiten und Funktionen du brauchst: z.B. Blog, Produktübersicht, Kontaktseite.
- Sammle Designideen und gute Beispiele.

■ Beschreibe deine Zielgruppe so genau wie möglich – das hilft später beim Text und Aufbau.

Kommunikationsplan festlegen

- Kläre, wer was macht: Texte, Design, Entwicklung.
- Lege feste Termine und Meilensteine fest.
- So behältst du den Überblick und sparst Abstimmungschaos.

Projektstruktur und Zeitplan aufsetzen

- Erstelle eine einfache Übersicht: Aufgaben, Fristen, Zuständigkeiten.
- Setze klare Prioritäten: Was muss zuerst fertig sein?

Technologie- und Toolauswahl treffen

- Wähle dein CMS z. B. WordPress.
- Entscheide dich für Tools, die dir helfen: Google Analytics, Search Console, SEO-Plugins.

Content prüfen und planen

- Geh alle Inhalte durch: Was kannst du übernehmen, was muss neu?
- Mach eine Keyword-Analyse, die zu deiner Zielgruppe passt.
- Erstelle daraus eine logische Seitenstruktur

Website-Struktur entwickeln

- Plane eine einfache Navigation, die deine Besucher:innen intuitiv führt.
- Setze sinnvolle interne Verlinkungen.
- Richte die Struktur an Nutzerzielen und Suchintentionen aus.

Exkurs: Wie sieht eine gute Website Struktur aus?

Plane eine Website Struktur, die sich **leicht erfassen und bedienen** lässt. Die Navigation sollte klar benannt und leicht verständlich sein. Derlei Besucher:in sollte immer erkennen können, wo er/sie sich gerade befindet bzw. wie er/sie zurückkommt. Ermögliche es dem/der Besucher:in deiner Website, jederzeit den Buchungs- bzw. Kaufprozess zu starten oder Kontakt mit dir aufzunehmen. Nutze die interne Verlinkung, um auf hilfreiche und nützliche Zusatzinformationen hinzuweisen.

Design und Entwicklung

- Lass Mockups und Klick-Dummys erstellen, bevor du entwickelst.
- Gib dein finales Design erst dann in die Umsetzung, wenn alles passt.

Inhalte übertragen und optimieren

- Migriere deine Texte und Bilder sauber auf die neue Seite.
- Optimiere dabei gleich für SEO.
- Nutze KI-Tools als Unterstützung aber behalte die Kontrolle.

Pre-Launch SEO-Check machen

- Setze 301-Weiterleitungen für alte URLs.
- Prüfe Sitemap, Meta-Tags und Ladezeiten.
- Ziel: Ein sauberer Start ohne SEO-Verluste.

Website live stellen

- Starte die neue Seite an einem Werktag dann kannst du direkt reagieren.
- Teste alle Funktionen: Formulare, Warenkorb, Newsletter-Anmeldung.

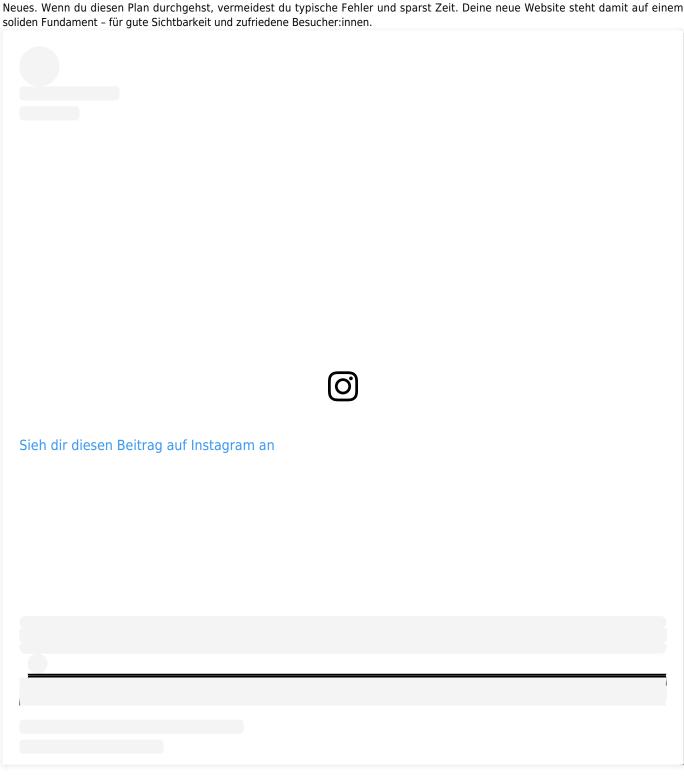
Monitoring und Fehler beheben

- Behalte die Website im Blick: Google Search Console, Ladezeit-Tools, Tools zur Onpage Analyse.
- Reagiere schnell, wenn etwas nicht läuft.

Nachbereitungsphase: Analyse und Weiterentwicklung

- **Performance-Analyse:** Werte die Daten aus Google Analytics und SEO-Tools aus: Ladezeiten, Nutzerverhalten, Rankings. Erkenne, was gut funktioniert und wo du nachjustieren musst.
- Optimierung und Weiterentwicklung: Nutze die Erkenntnisse aus den Daten, um Inhalte und Struktur gezielt zu verbessern. Halte die Website technisch und inhaltlich auf dem aktuellen Stand durch regelmäßige Updates.

Eine neue Website ist ein anspruchsvolles Projekt, dem auch genügend Zeit und Ressourcen eingeräumt werden sollten. Arbeite aktiv an der Gestaltung und den Inhalten deiner Website mit, denn du kennst deine potentiellen Kund:innen am besten. Und diese sollen sich auf deiner Website schließlich gut zurechtfinden und interagieren können. Kürze aber auch Inhalte ohne Mehrwert und sei offen für Neues. Wenn du diesen Plan durchgehst, vermeidest du typische Fehler und sparst Zeit. Deine neue Website steht damit auf einem soliden Fundament – für gute Sichtbarkeit und zufriedene Besucher:innen.



| Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht) |
|--|
| |
| (C) |
| Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an |
| |
| Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht) |
| Schreibe einen Kommentar |
| Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert |
| Bitte füllen Sie dieses Feld aus. |
| Bitte füllen Sie dieses Feld aus. Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein. |

| 🗆 Meinen Namen, meine E-Mail-Adresse und meine Website in diesem Browser für die nächste Kommentierung speichern. |
|---|
| Sie müssen den Bedingungen zustimmen, um fortzufahren. |
| Kommentar abschicken |



SEO-Wissen - dein Wettbewerbsvorteil

Lerne, wie du deine Rankings verbesserst und KI-Tools gezielt einsetzt, um Inhalte zu optimieren. zum SEO-Training