Relaunch

geschrieben von Tobias Hager | 9. August 2025



Relaunch: Der radikale Neustart deiner Website – Risiken, Chancen und SEO-Fallen

Ein Relaunch bezeichnet den umfassenden Neustart einer bestehenden Website – nicht zu verwechseln mit einem simplen Redesign. Beim Relaunch wird die gesamte Webpräsenz technisch, strukturell und inhaltlich überarbeitet, mit dem Ziel, die User Experience, Sichtbarkeit und Performance auf ein neues Level zu heben. Klingt nach Frischzellenkur, kann aber auch zum digitalen Super-GAU werden, wenn Planung und Umsetzung nicht stimmen. In diesem Glossar-Artikel zerlegen wir das Thema Relaunch technisch, kritisch und praxisnah – damit du weißt, worauf es wirklich ankommt.

Autor: Tobias Hager

Was bedeutet Relaunch im Online-Marketing – Definition, Ziele und typische Szenarien

Relaunch ist mehr als ein neuer Anstrich. Im Gegensatz zu einem „Redesign“, das sich primär auf das optische Facelift beschränkt, umfasst ein echter Relaunch sowohl technische als auch strukturelle und inhaltliche Veränderungen. Die komplette Codebase wird oft ausgetauscht, das Content Management System (CMS) gewechselt, Navigation und Seitenarchitektur neu gedacht. Kurz: Die alte Website stirbt, die neue wird geboren – mit allen Risiken und Nebenwirkungen.

Was sind die Hauptziele eines Relaunchs? Häufige Motive sind:

- Beseitigung technischer Altlasten (veralteter Code, Sicherheitslücken, fehlende Mobiloptimierung)
- Verbesserung der Nutzerführung durch moderne UX/UI-Standards
- Suchmaschinenoptimierung (SEO): bessere Crawlability, strukturierte Daten, PageSpeed-Optimierung
- Einführung neuer Features oder Integrationen (z.B. Shop-System, CRM oder Marketing Automation)
- Neues Corporate Design, z.B. nach Marken-Relaunch
- Migration auf ein skalierbareres Hosting oder performanteres Framework

Ein Relaunch ist immer ein radikaler Eingriff, der tief in die DNA deiner Webpräsenz schneidet. Und genau deshalb ist er ein zweischneidiges Schwert: Wer die Basics missachtet, riskiert Traffic-Verlust, Ranking-Absturz und Reputationsschaden. Wer es richtig macht, multipliziert Sichtbarkeit und Conversion-Potenzial.

Der Relaunch-Prozess: Phasen, Stolpersteine und Best Practices aus SEO-Sicht

Der Ablauf eines Website-Relaunchs folgt keinem starren Schema. Dennoch haben sich technische Best Practices etabliert, die den Unterschied zwischen Ranking-Katastrophe und erfolgreichem Neustart machen. Wer denkt, ein Relaunch sei eine reine Design- oder Entwicklerübung, hat schon verloren. SEO und Data Analytics gehören von Anfang an in den Maschinenraum.

Die wichtigsten Phasen im Überblick:

1. Ist-Analyse: Status Quo der alten Website erfassen – technische Audits, Content-Inventur, Backlink-Check, Crawl mit Tools wie Screaming Frog,

Sitebulb oder DeepCrawl.
2. Strategische Planung: Zieldefinition, SEO-Strategie, Keyword-Mapping, Informationsarchitektur und Redirect-Planung.
3. Entwicklung & Testing: Umsetzung im Staging-Umfeld, Validierung der technischen Anforderungen (Pagespeed, Mobile First, Core Web Vitals, strukturierte Daten, Barrierefreiheit).
4. Migration: Content-Übertragung, Redirects (301), interne Verlinkungen, URL-Struktur. Unbedingt: keine 302- oder 307-Weiterleitungen als Dauerlösung!
5. Go-Live & Monitoring: Launch der neuen Seite, Überwachung von Crawling, Indexierung, Rankings und Traffic mit Google Search Console, Analytics, Sistrix, Ahrefs & Co.
6. Post-Go-Live-Optimierung: Fehlerbehebung, Nachjustierung von Redirects, Monitoring technischer Fehler (404, 500, Canonical, Duplicate Content), kontinuierliche SEO-Optimierung.

Häufige Fehlerquellen, die beim Relaunch in die Katastrophe führen:

- Unvollständige oder fehlerhafte 301-Weiterleitungen – Resultat: massiver Ranking-Verlust
- Vergessen von Noindex/Disallow-Anweisungen nach Staging-Tests
- Duplizierte Inhalte durch schlechte Canonical-Logik oder inkonsistente URL-Strukturen
- Ladezeit-Verschlechterung durch unoptimierte Bilder, Skripte oder fehlendes Caching
- Vergessene Tracking-Implementierungen (Analytics, Tag Manager)
- Fehlerhafte interne Verlinkung und Broken Links

Die goldene SEO-Regel: Kein Relaunch ohne Redirect-Konzept, keine Migration ohne Monitoring. Wer hier spart, zahlt mit Sichtbarkeit.

Relaunch und SEO: Warum Suchmaschinenoptimierung beim Website-Neustart über Erfolg oder Scheitern entscheidet

Ein Relaunch ist der härteste SEO-Stresstest für jede Website. Denn Google ist gnadenlos, was Veränderungen an URL-Struktur, Content und technischer Basis betrifft. Ohne akribische Planung werden Rankings pulverisiert – und mit ihnen der organische Traffic. Der Mythos, dass Google „Verständnis“ für Relaunches hat, ist naiv. Suchmaschinen sehen nur: Was ist neu, was fehlt, was wurde verschoben, was ist tot?

Die wichtigsten SEO-Hebel beim Relaunch im Überblick:

- Redirect Management: Jede relevante alte URL muss per 301-Weiterleitung auf die korrekte neue URL zeigen. Redirect-Ketten (*Redirect Chains*) und

Loops vermeiden – sie killen Linkjuice und sorgen für Crawl-Budget-Verschwendung.
- URL-Struktur: Möglichst sprechende, kurze, konsistente URLs. Alt-URLs nicht grundlos ändern. Wenn doch: Mapping vorher, Redirects nachher. Keine Mixed-Case-URLs, keine Session-IDs, keine kryptischen Parameter.
- Onpage-SEO: Title-Tags, Meta Descriptions, H1-Hierarchien, strukturierte Daten (Schema.org), Alt-Texte – alles neu denken, aber SEO-Standards einhalten.
- Pagespeed & Core Web Vitals: Google misst jede Millisekunde. Kompression, Lazy Loading, asynchrones Laden von Skripten, Bildformate wie WebP – Standard, nicht Kür.
- Indexierung & Crawlability: robots.txt, XML-Sitemap, Canonical-Tags, Pagination, hreflang (bei Mehrsprachigkeit). Fehlerhafte Einstellungen führen zu Deindexierung oder Duplicate Content.
- Backlink-Monitoring: Externe Links auf alte URLs beobachten und ggf. anpassen. Verlust starker Backlinks = Verlust von Sichtbarkeit.
- Tracking & Analytics: Google Analytics, Tag Manager, Consent Management – alles sauber neu aufsetzen, Test-Conversions durchführen.

Ein Relaunch ohne SEO-Fachwissen ist wie ein Hausbau ohne Statiker. Und: Relaunch ist kein SEO-Boost per se! Wer Rankings, Traffic und Umsatz nicht verlieren will, muss akribisch arbeiten, dokumentieren, testen und nachjustieren – und zwar vor, während und nach dem Go-Live. Wer das ignoriert, landet schneller auf Seite 10 als ihm lieb ist.

Relaunch-Checkliste: Technische, inhaltliche und organisatorische Must-haves für den erfolgreichen Neustart

Kein Relaunch-Artikel ohne handfeste Checkliste. Hier sind die wichtigsten To-dos, die du und dein Team bei jedem Relaunch abarbeiten müssen – von der Technik bis zum Content:

- Technik:
  - SSL/TLS-Zertifikat aktivieren (HTTPS als Standard)
  - Pagespeed mit Tools wie Google PageSpeed Insights, Lighthouse, WebPageTest prüfen
  - Responsives Design für alle Devices validieren
  - robots.txt und XML-Sitemap korrekt konfigurieren
  - Server-Antwortzeiten, Time to First Byte (TTFB), HTTP/2, Caching und CDN prüfen
  - Fehlerseiten (404, 500) individuell gestalten und nicht auf die Startseite weiterleiten
- SEO & Content:
  - Keyword-Mapping für alle relevanten Seiten neu erstellen

    - Meta-Tags, strukturierte Daten, Open Graph & Twitter Cards einpflegen
    - Bilder und Medien für Geschwindigkeit und Barrierefreiheit optimieren
    - Interne Verlinkung aktualisieren
    - Content-Qualität und Suchintention für jede Seite prüfen
- Testing & Monitoring:
    - Redirects mit Tools wie Screaming Frog, Ahrefs oder Ryte crawlen
    - Indexierungsstatus in Google Search Console überwachen
    - Tracking-Setups testen (Conversions, Events, Ziele)
    - Ranking- und Sichtbarkeitsverlauf mit Sistrix, SEMrush oder XOVI vergleichen
    - Uptime-Monitoring einrichten (StatusCake, Pingdom)

Ein Relaunch ist erst dann fertig, wenn alles getestet, gemessen und optimiert wurde – und das Monitoring stabil läuft. Wer glaubt, mit dem Go-Live sei die Arbeit erledigt, versteht das Internet nicht.

Fazit: Relaunch ist Risiko – aber auch Chance. Nur wer Technik, SEO und Prozesse beherrscht, gewinnt.

Der Relaunch ist die Königsdisziplin im digitalen Marketing – und für viele Unternehmen die größte SEO-Herausforderung überhaupt. Wer am falschen Ende spart, landet im Traffic-Nirvana. Wer hingegen Technik, SEO, Content und Projektmanagement zusammendenkt, kann sich am Ende über mehr Sichtbarkeit, bessere User Experience und nachhaltigen Unternehmenserfolg freuen. Der Relaunch ist kein Selbstläufer und auch kein Allheilmittel – sondern ein Balanceakt zwischen Innovation und Beständigkeit. Nur wer die Risiken kennt und die Prozesse im Griff hat, macht aus dem Neustart ein echtes Wachstumssprungbrett.