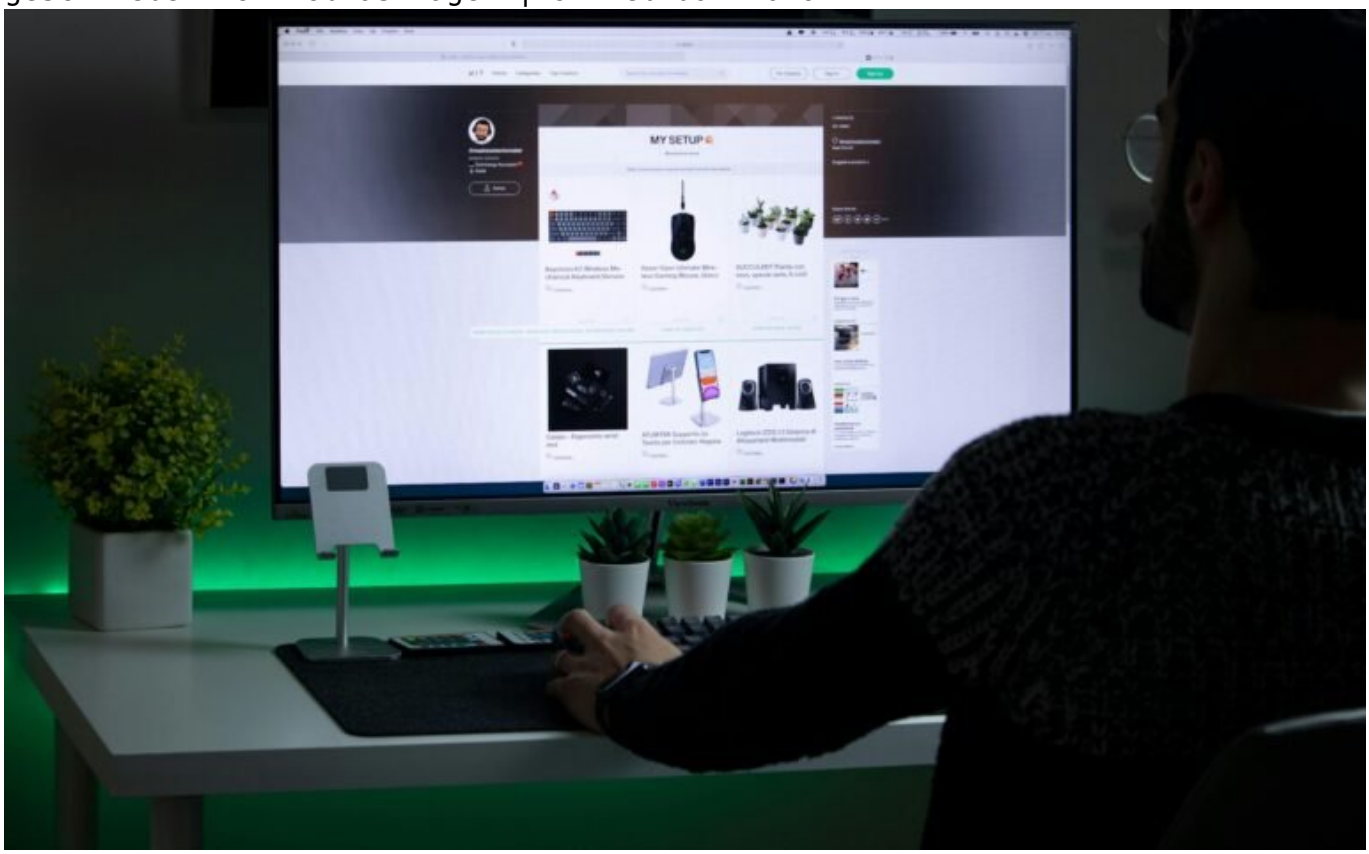
Facelift Preis: Was wirklich hinter den Kosten steckt

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 9. Februar 2026



Facelift Preis: Was wirklich hinter den Kosten steckt

Wer glaubt, ein Facelift im Marketing sei nur ein bisschen Designkosmetik mit schickerem Logo, hat entweder nie eine echte Umstellung erlebt – oder zu viel Agenturpropaganda geschluckt. Die Wahrheit: Ein Facelift kann dein Budget grillen, deine Prozesse sprengen und deine Marke entweder ins digitale Rampenlicht katapultieren – oder sie in einem Meer aus nutzlosen Designentscheidungen ertränken. Zeit, die Kostenstruktur eines Website-Facelifts brutal ehrlich aufzudecken.

- Was ein Facelift wirklich ist – und warum es mehr als nur „neues Design“ bedeutet
- Welche Faktoren die Kosten eines Website-Facelifts bestimmen
- Warum „billig“ fast immer „teuer“ wird – und was du bei Dumping-Angeboten wirklich bekommst
- Wie sich UX, technisches SEO und Performance direkt auf den Preis auswirken
- Welche technischen Komponenten bei einem Facelift oft übersehen – aber entscheidend sind
- Wie du einen realistischen Budgetrahmen für dein Rebranding-Projekt aufstellst
- Welche Tools und Technologien Einfluss auf Aufwand und Kosten haben
- Eine Schritt-für-Schritt-Analyse für die Kostenplanung eines Website-Facelifts
- Was in Angeboten fehlt, wenn sie zu schön klingen, um wahr zu sein
- Fazit: Was ein gutes Facelift wirklich kostet – und warum es sich (vielleicht) lohnt

Was ist ein Website-Facelift? Mehr als nur hübsch machen

Ein Website-Facelift ist kein neues Logo und auch kein bisschen neue Farbe auf der Startseite. Es ist ein umfassender, technischer und gestalterischer Eingriff in die DNA deiner Online-Präsenz. Wer hier nur an UI-Elemente denkt, hat die Rechnung ohne UX, Content-Reorganisation, Performance-Tuning und SEO-Neuaufstellung gemacht. Ein echtes Facelift bedeutet: Struktur, Technik, Inhalte und Design werden überarbeitet – und zwar so, dass die Seite im Anschluss nicht nur besser aussieht, sondern auch besser performt, konvertiert und gefunden wird.

Typische Bestandteile eines echten Website-Facelifts beinhalten:

- Neues User Interface (UI) Design
- UX-Optimierung und Conversion-Strategie
- Technischer Relaunch (z. B. CMS-Wechsel, Hosting-Migration, Code-Refactoring)
- SEO-Analyse und Neuaufbau der Informationsarchitektur
- Performance-Optimierung (Core Web Vitals, Ladezeiten, Serverstruktur)
- Barrierefreiheit, DSGVO-Compliance und technisches Tracking

Wenn deine Agentur dir also ein Facelift für 1.500 Euro verspricht, dann bekommst du entweder ein Template mit Logoaustausch – oder einen Haufen technischer Schulden, die du später mit Zinsen zurückzahlst. Denn ein professioneller Website-Relaunch mit Facelift ist ein interdisziplinäres Projekt, das Design, Technik, Strategie und Marketing zusammenbringen muss. Und das kostet. Zeit. Geld. Know-how.

Die wahren Kostentreiber beim Website-Facelift

Die Frage „Was kostet ein Facelift?“ klingt simpel, ist aber ungefähr so konkret wie „Was kostet ein Auto?“ Die Antwort hängt von unzähligen Faktoren ab – viele davon sind nicht sichtbar, wenn man nur auf das Design schaut. Die größten Kostentreiber sind nicht etwa die grafischen Anpassungen, sondern technische und strategische Aspekte, die tief in die Architektur deiner Website eingreifen.

Die wichtigsten Einflussfaktoren auf den Facelift Preis sind:

- Projektumfang: Eine einfache Landingpage hat andere Anforderungen als ein 500-Seiten-CMS mit Multilingual-Setup inklusive Shop-Integration.
- Technologiestack: Je nachdem, ob du auf WordPress, TYPO3, Headless CMS oder React-basierte SPAs setzt, variiert der technische Aufwand massiv.
- UX- und Conversion-Optimierung: Jede zusätzliche Conversion-Analyse, Heatmap-Auswertung oder Nutzerbefragung kostet – zahlt sich aber oft aus.
- SEO-Migration: Eine fehlerhafte URL-Umstellung killt dein Ranking. Wer SEO ernst nimmt, investiert in Redirect-Strategien, Canonicals und Crawler-Analysen.
- Mobile-First-Anforderungen: Responsive Design ist Pflicht – echtes Mobile UX-Design ist Kür. Und die ist aufwendiger als die meisten denken.

Hinzu kommen rechtliche Anforderungen (DSGVO, Barrierefreiheit nach WCAG), Performance-Optimierungen und technische Schulden aus dem Altprojekt, die beseitigt werden müssen. Der Facelift Preis ist also keine Designpauschale – sondern ein Spiegelbild der digitalen Reife deiner Marke.

Was ein Facelift wirklich kostet – mit Zahlen, die wehtun

Realistisch betrachtet kostet ein professionelles Website-Facelift je nach Umfang zwischen 8.000 und 80.000 Euro – nach oben offen. Wer mit 3.000 Euro kalkuliert, bekommt bestenfalls eine Theme-Anpassung mit Logoaustausch und Farbwechsel. Alles andere ist Illusion oder Abzocke.

Hier eine grobe Einordnung nach Projektgröße:

- Kleine Unternehmensseite (bis 10 Seiten): 8.000 – 15.000 €
- Mittlere Website mit CMS (30–100 Seiten): 15.000 – 35.000 €
- Komplexe Plattformen oder Shop-Systeme: 40.000 – 80.000 €+

In diesen Preisen enthalten sind typischerweise:

- Beratung und Anforderungsanalyse
- UX-Konzeption und Wireframes
- Designsystem oder UI-Kit
- Technische Umsetzung und QA
- SEO-Migration und Redirect-Plan
- Content-Migration oder -Optimierung
- Go-Live-Support und Monitoring

Was fast nie enthalten ist, aber immer notwendig wird: zusätzliche SEO-Korrekturen, Performance-Fixes, Bug-Fixes nach dem Go-Live, Tracking-Setups oder Analytics-Dashboards. Wer dafür kein Budget einplant, wird nach dem Launch von Zusatzkosten überrascht – oder von schlechter Performance.

Technische Komponenten, die den Preis beeinflussen

Ein Website-Facelift bedeutet zwangsläufig auch technische Eingriffe. Und genau hier entscheidet sich, ob dein Projekt ein Erfolg wird – oder eine digitale Katastrophe mit hübscher Oberfläche. Die meisten Preisangebote ignorieren die technischen Realitäten – oder verschleiern sie mit Buzzwords. Dabei sind es genau diese Komponenten, die die Kosten explodieren lassen, wenn man sie nicht sauber plant.

Hier die wichtigsten technischen Kostentreiber:

- CMS-Wechsel: Von WordPress auf ein Headless CMS wechseln? Viel Spaß mit API-Management, Content-Migration und Hosting-Konfiguration.
- JavaScript-Frameworks: React, Vue oder Angular sind sexy – aber sie brauchen SSR, Pre-Rendering, Hydration-Strategien und SEO-Workarounds.
- Serverstruktur: Shared Hosting kostet wenig, aber killt deine Ladezeiten. Ein performantes Setup mit CDN, Caching, Load Balancing und HTTP/3 ist teurer – aber nötig.
- Deployment-Automatisierung: CI/CD-Pipelines, Git-Workflows, Staging-Umgebungen – wer professionell arbeitet, automatisiert seinen Deployment-Prozess. Und das kostet.

Auch technisch relevante Themen wie DSGVO-konformes Tracking, Cookie-Consent-Management oder Accessibility nach WCAG 2.1 werfen Kosten auf, die in Angeboten selten auftauchen – bis sie als „Change Request“ zusätzlich abgerechnet werden. Wer hier nicht vorbereitet ist, wird vom Budgetmonster gefressen.

So kalkulierst du ein

realistisches Facelift-Budget

Wenn du dein Website-Facelift nicht nach Bauchgefühl, sondern nach realistischem Aufwand kalkulieren willst, brauchst du eine strukturierte Herangehensweise. Hier ein Schritt-für-Schritt-Plan zur Budgetkalkulation:

1. Projektziel definieren:
   Willst du nur das Design erneuern oder auch SEO, UX, Technik und Inhalte überarbeiten?
2. Bestandsaufnahme machen:
   Wie viele Seiten, Templates, Formulare, Integrationen und Content-Elemente existieren?
3. Technische Anforderungen klären:
   Bleibt das CMS? Gibt es APIs, Drittsysteme, Hosting-Infrastruktur, CDNs?
4. UX- und Conversion-Strategie einplanen:
   Wie viel Budget fließt in Nutzerforschung, Heatmaps, Analytics und Testing?
5. Content-Migration berücksichtigen:
   Können Inhalte automatisiert übernommen werden – oder braucht es manuelle Pflege?
6. Suchmaschinenstrategie integrieren:
   Redirects, Canonicals, neue Sitemap, Keyword-Mapping, Indexierungsstrategie?
7. Technisches SEO und Performance kalkulieren:
   Welche Core Web Vitals sind kritisch? Welche Tools und Maßnahmen sind nötig?

Auf dieser Basis ergibt sich ein realistisches Budget – und nicht irgendein Luftschloss-Angebot mit hübschen Folien. Wer zu tief stapelt, spart sich in die Bedeutungslosigkeit.

Fazit: Was ein gutes Facelift kostet – und warum es sich trotzdem lohnt

Ein Website-Facelift ist kein kosmetisches Update – es ist ein strategisches Großprojekt mit massivem Einfluss auf deine Sichtbarkeit, Conversionrate und Markenwahrnehmung. Wer es halbherzig angeht oder am falschen Ende spart, zahlt doppelt: mit schlechter Performance, verlorenem Ranking und technischen Altlasten, die später teuer saniert werden müssen.

Ein professionelles Facelift kostet Geld – aber es ist eine Investition in nachhaltige digitale Präsenz. Wenn du bereit bist, es technisch, strategisch und gestalterisch sauber aufzusetzen, kann dein Relaunch zum Turbo für dein Online-Marketing werden. Wenn nicht, wird er zur teuersten Designübung deines Lebens. Wähle weise.