

87-Punkte Website-Relaunch Checkliste

1. Grundlagen und Vorbereitung

- Bestimme, welche Art von Website-Relaunch ihr durchführen müsst.
- Kläre, wie gut ihr mit dem aktuellen CMS zurechtkommt.
- Entscheide, ob Du zukünftig ein anderes CMS nutzen willst.
- Entscheide, wie wichtig es ist, Änderungen selbst durchführen zu können.
- Lege fest, ob Content-Marketing nicht, intern oder durch eine Agentur erstellt wird.
- Priorisiere die geplanten Änderungen.
- Schätze das verfügbare Budget.
- Bestimme, wer intern am Relaunch mitarbeitet.
- Definiere, was das Unternehmen ausmacht und künftig ausstrahlen soll.
- Dokumentiere den Umfang des Relaunches klar.
- Verhindere, dass kurz vor dem Relaunch noch neue Inhalte auf der alten Website entstehen, die später fehlen.
- Sichere die SEO-Ausgangswerte vor dem Relaunch.

2. Agenturauswahl und Zusammenarbeit

- Definiere, welche Agentur oder Agenturen ihr beauftragen wollt.
- Kontaktiere passende Agenturen (2-3) und hole Angebote ein.
- Wähle die passende Agentur oder die passenden Agenturen aus.

3. Ziele und Zielgruppen festlegen

- Setze SMARTe und hochwertige Ziele. Formuliere Ziele spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und zeitlich terminiert.
- Definiere eine oder mehrere Buyer Personas.
- Erfasse demografische Daten der Zielgruppen.
- Definiere primäre und sekundäre Ziele der Zielgruppen.
- Analysiere Herausforderungen und Probleme der Zielgruppen.
- Erfasse persönliche Merkmale der Zielgruppen.
- Bestimme relevante Informationsquellen der Zielgruppen.
- Analysiere den Beratungsablauf bzw. die Customer Journey.

4. Analysen vor dem Relaunch

- Führe ein Content-Audit durch. Entscheide, welcher Content bestehen bleibt, optimiert, gelöscht oder weitergeleitet wird.
- Führe ein UX-Audit mit echten Usern durch.
- Sammelt echtes Kundenfeedback zur Website
- Teste verschiedene Teilbereiche der Website mit echten Usern.
- Führe eine Wettbewerbsanalyse durch.
- Arbeite USPs und Schwächen heraus.
- Führe eine SEO-Analyse bzw. ein ausführliches SEO-Audit durch.
- Ermittle, welche SEO-Maßnahmen notwendig sind.
- Sichere einen vollständigen Crawl der alten Website.
- Prüfe, ob ein Backup und Crawl der alten Live-Umgebung vorhanden sind.

5. Inhalte, UX und Design verbessern

- Arbeite die Schwachstellen der bisherigen Website gezielt ab.
- Verbessere die UX durch problemlösendes Design.
- Konzipiere Features, die euren Usern helfen.
- Stelle mehr visuelle Unterstützung durch relevante Bilder und Videos bereit.
- Prüfe, ob mobile und Desktop-Variante sinnvoll aufeinander abgestimmt sind.
- Prüfe die Browserkompatibilität je nach Zielgruppe.
- Prüfe die GPU-Performance der Website bei Animationen.
- Stelle sicher, dass die Core Web Vitals im grünen Bereich sind.
- Prüfe die Barrierefreiheit der Website.
- Führe Endgeräte-Tests durch.

6. Technisches SEO und Website-Struktur

- Stelle sicher, dass alle wichtigen Seiten indexierbar und crawlbar sind.
- Prüfe, ob intern verlinkte Seiten fehlerhafte Status-Codes oder Weiterleitungen haben.
- Prüfe, ob wichtige Inhalte auch ohne JavaScript funktionieren.
- Prüfe, ob Inhalte und Links beim Crawling mit und ohne JavaScript identisch sind.
- Stelle sicher, dass alle Seiten über HTTPS erreichbar sind.
- Prüfe, ob noch Links auf die Testumgebung vorhanden sind.
- Stelle sicher, dass Weiterleitungen korrekt umgesetzt sind und keine Redirect Chains entstehen.
- Werden alle wichtigen Seiten weitergeleitet (Bspw. Indexierte Seiten, Seiten mit Traffic, kanonisierte Seiten, Seiten mit Backlinks)?
- Werden Originale mit selbstreferenzierende Canonical und Duplikate als solche per Canonical korrekt ausgezeichnet?
- Stelle sicher, dass jede Seite genau eine H1 hat.
- Sind die Hautüberschriften mit dem zugeteilten Hauptkeyword aus der Keywordmap versehen?
- Stelle sicher, dass Überschriften semantisch korrekt aufgebaut sind.
- Optimierte Snippets für alle rankingrelevanten Seiten.
- Hinterlege Alt-Attribute für Bilder.
- Sinnvolle Dateinamen für Bilder hinterlegt?
- Prüfe, ob hreflang korrekt gesetzt ist (bei mehrsprachigen Seiten).
- Erstelle eine XML-Sitemap und definiere die Zuständigkeit für die Eintragung in die Search Console.
- Teile die XML-Sitemap sinnvoll auf mehrere Sitemaps auf (beispielsweise nach Dateitypen - Produktseiten, Kategorieseiten, Bilder etc. - vor allem bei größeren Websites sinnvoll).
- Richte für die ersten Wochen nach dem Relaunch eine XML Redirect Sitemap ein.
- Stelle sicher, dass die Search-Console-Verifikation nach dem Launch bestehen bleibt.
- Prüfe, ob die XML-Sitemap in der robots.txt eingetragen ist.
- Prüfe, ob die robots.txt korrekt konfiguriert ist.
- Prüfe, ob die interne Suche auf noindex steht (außer es gibt gute Gründe, bestimmte Seiten indexieren zu lassen).

7. Qualitätskontrolle vor dem Livegang

- Prüfe, ob technische Bugs existieren.
- Prüfe, ob Webanalytics korrekt implementiert ist.
- Prüfe, ob jedes Formular zuverlässig Conversions auslöst.
- Prüfe, ob Zielvorhaben und Conversion-Tracking richtig eingerichtet sind.
- Erstelle einen festen Prüfplan für die ersten Tage und Wochen nach dem Relaunch.

8. Relaunch ankündigen und verbreiten

- Teile den Relaunch auf Social-Media-Kanälen.
- Nutze den Newsletter zur Ankündigung.
- Kontaktiere Partnerfirmen und prüfe PR-Möglichkeiten.
- Spiele Social-Media-Ads an häufige Website-Besucher aus.

9. Monitoring nach dem Relaunch

- Kontrolliere die Website in den ersten Tagen nach dem Livegang mehrfach auf Fehler.
- Nutze die Google Search Console zur Überprüfung.
- Crawler die Website mit einem Tool wie Screaming Frog.
- Erstelle Reportings und analysiere sie.
- Überwache Analytics und Conversion-Tracking nach dem Launch.
- Beobachte Rankingänderungen im individuellen Keywordset.
- Überwache den Offpage-Bereich mit Linktools.
- Setze Backlinks weitergeleiteter Seiten möglichst auf die richtige Landingpage.
- Beobachte, ob sich die indexierte Anzahl der URLs verändert.
- Beobachte, ob viele organische Rankings verloren gehen.
- Beobachte, ob Traffic stark schwankt oder abfällt.
- Beobachte, ob Conversions oder Conversion Rate stark sinken.