Relaunch-Checkliste
von der Bestandsaufnahme bis acht Wochen nach dem Livegang

80 Aufgaben in neun Phasen. Tragt je Aufgabe ein, wer sie übernimmt und bis wann. Was für euch nicht zutrifft, streicht ihr durch. Kürzel in eckigen Klammern verweisen auf die Quellen am Ende; „Unsere Empfehlung“ ist Praxis aus unseren Projekten. Die Excel-Fassung zählt den Stand je Phase automatisch.

Projekt	[z. B. Relaunch muster.de]
Projektleitung	[Name, Abteilung]
Agentur / Umsetzung	[Firma, Ansprechperson]
Geplanter Livegang	[Datum]
Domain bleibt gleich?	[ja / nein: dann Adressänderung in Phase 4 und 8]

1 Bestandsaufnahme und Messung

> Vorher sichern, was später als Vergleich dient. Ohne Ausgangswerte lässt sich nach dem Relaunch nicht sagen, ob es besser geworden ist.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	1	**Zugänge sammeln: Domain, Hosting, Redaktionssystem, Search Console, Analytics, Tag Manager** Alles sollte auf euer Unternehmen laufen, nicht auf eine frühere Agentur. Ohne Search-Console-Zugang fehlen die Vergleichsdaten. Unsere Empfehlung.		
☐	2	**Search Console einrichten, falls noch keine Property besteht (am besten Domain-Property)** „Die Datenerfassung für eine Property beginnt, sobald sie in einem Search Console-Konto hinzugefügt wurde“. Also so früh wie möglich [SC2].		
☐	3	**Leistungsbericht exportieren: Seiten und Suchanfragen mit Klicks und Impressionen, längster verfügbarer Zeitraum** Vergleichsbasis für später und Liste der Seiten, die nicht verloren gehen dürfen [SC4, M1].		
☐	4	**Seiten mit Links von außen exportieren (Search Console, Bericht „Links“)** Google nennt die Liste der Websites mit Links auf eure alten URLs als Teil der Vorbereitung [G1].		

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	5	**Vollständige Adressliste der alten Website: Crawl, Sitemaps, Export aus dem Redaktionssystem, inklusive PDFs, Bilder und Seiten außerhalb des Menüs** Google nennt Sitemaps, Serverprotokolle oder Analysesoftware, den Bericht „Links“ und das Redaktionssystem als Quellen für die URL-Zuordnung [G1].		
☐	6	**Meistaufgerufene Adressen aus Serverprotokollen oder Analytics ziehen, saisonale Schwankungen berücksichtigen** „Wähle eine sinnvolle Zeitspanne für deine Website aus. Berücksichtige dabei auch saisonale Schwankungen“ [G1].		
☐	7	**Ausgangswerte festhalten: Anfragen pro Monat nach Formular, Telefon und E-Mail** Ohne Ausgangswert kein Vergleich nach dem Livegang. Unsere Empfehlung.		
☐	8	**Ladezeit der Startseite und der wichtigsten Unterseiten mobil messen (PageSpeed Insights)** Grenzwerte für „gut“: LCP bis 2,5 s, INP bis 200 ms, CLS bis 0,1, gemessen am 75. Perzentil [W1].		
☐	9	**Eingebundene Dienste der alten Seite auflisten: Analytics, Pixel, Karten, Videos, Schriften, Chat** Grundlage für Einwilligung und Datenschutzerklärung der neuen Seite [R2, R4].		
☐	10	**Sicherung der alten Website ablegen: Dateien, Datenbank, Texte, Bilder** Damit nichts verloren geht und ihr notfalls zurückschalten könnt. Unsere Empfehlung.		

2 Planung und Lastenheft

> Ziele, Zuständigkeiten und Zeitplan festlegen, bevor die Gestaltung beginnt.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	11	**Ziele mit Messgrößen schriftlich festlegen, z. B. Anfragen, Ladezeit, Klicks der wichtigsten Seiten** Nicht nur „mehr Traffic“: Besucher allein zählen nicht, Anfragen schon. Unsere Empfehlung. Vorlage: Lastenheft.		
☐	12	**Lastenheft schreiben: Seitentypen, Funktionen mit Priorität und Abnahmekriterium, Sprachen, Weiterleitungen** Vorlage: marschfahrt.de/vorlagen/lastenheft-website.		
☐	13	**Eine Ansprechperson mit Freigaberecht benennen und den Freigabeweg festlegen** Bündelt interne Rückmeldungen und entscheidet verbindlich. Unsere Empfehlung.		
☐	14	**Klären, was sich ändert: Domain, Adressen, System, Gestaltung. Änderungen möglichst nacheinander, nicht alle zugleich** Google: „Nimm die Änderungen an deiner Website nacheinander vor“, z. B. erst die Domain, dann das Layout [G1].		
☐	15	**Zeitplan mit mindestens ein bis zwei Wochen Puffer für den Abschlusstest; Messe oder Jahresende nur als Wunschtermin** Fester Anlass als harte Frist spart sonst an Tests und Weiterleitungen. Unsere Empfehlung.		

☐	16	**Angebote einholen und vergleichen: Ist ein Weiterleitungsplan enthalten, wer beobachtet nach dem Livegang?** Vorlagen: Anfrage an Agenturen, Angebotsvergleich.		
☐	17	**Betreuung nach dem Livegang klären: wer pflegt Inhalte, spielt Updates ein, wertet aus, wie lange** Fehlt der Posten im Angebot, fehlt meist auch die Arbeit. Unsere Empfehlung.		
☐	18	**Eigentum schriftlich festhalten: Domain, Website, Zugänge gehören euch** Unsere Empfehlung, keine Rechtsberatung.		

3 Inhalte und Struktur

> Jede alte Adresse bekommt eine Entscheidung. Adressen nur ändern, wenn es einen Grund gibt.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	19	**Inhalte-Inventur: jede Adresse als behalten, überarbeiten, zusammenlegen oder löschen markieren** Grundlage für die Weiterleitungstabelle [M1].		
☐	20	**Seiten mit Klicks, Impressionen oder Links von außen nicht ersatzlos löschen** Faustregel aus unserer Praxis; ihre Signale sollen per Weiterleitung auf das neue Gegenstück übergehen [G1].		
☐	21	**Neue Struktur und Navigation aus den Daten ableiten; meistgesuchte Seiten nicht tief im Menü vergraben** Unsere Empfehlung, Basis ist der Export aus Phase 1.		
☐	22	**Adressen nur ändern, wenn es einen Grund gibt; gut gefundene Adressen behalten** Google zum Domainumzug: Wer zusätzlich Inhalte und URL-Struktur überarbeitet, muss „wahrscheinlich“ mit einer Beeinträchtigung des Traffics rechnen [SC1].		
☐	23	**Seitentitel, Meta-Beschreibungen und Überschriften gut gefundener Seiten bewusst übernehmen** Damit Seiten nicht verlieren, wofür Google sie bisher zeigt. Unsere Empfehlung.		
☐	24	**Echte Texte vor der Gestaltungsfreigabe; keine Freigabe mit Blindtext** Sonst passen die Texte später nicht in die Kästen. Unsere Empfehlung.		
☐	25	**Alternativtexte für Bilder und strukturierte Daten übernehmen oder neu anlegen** Alternativtexte für Nicht-Text-Inhalte verlangt WCAG 2.1, Kriterium 1.1.1 [W2].		
☐	26	**Impressum auf § 5 DDG aktualisieren und von jeder Seite erreichbar machen** Angaben müssen „leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar“ sein und „ständig verfügbar“ [R3]. Alte Verweise auf das TMG ersetzen.		

4 SEO-Migration und Weiterleitungen

> Der Weiterleitungsplan ist das Herzstück. Er entsteht aus den Daten der Bestandsaufnahme, nicht am Tag des Livegangs.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	27	**Weiterleitungstabelle anlegen: jede alte Adresse mit inhaltlich passender neuer Adresse** Google: URL-Zuordnung von alten zu neuen URLs vorbereiten [G1]. Vorlage: Weiterleitungstabelle.		
☐	28	**Dauerhafte serverseitige Weiterleitungen nutzen: 301 oder 308** Google führt 301 und 308 als dauerhafte Weiterleitungen; JavaScript nur, wenn keine serverseitigen oder meta-refresh-Weiterleitungen möglich sind [G3]. „Der Link-Wert geht nicht verloren“ [G1].		
☐	29	**Keine Sammelweiterleitung auf die Startseite** Viele alte URLs auf ein irrelevantes Ziel wie die Startseite „kann Nutzer verwirren und als soft 404-Fehler gewertet werden“ [G1].		
☐	30	**Keine Ketten: alte Regeln aus früheren Relaunches direkt auf das Endziel umschreiben** Google empfiehlt die direkte Weiterleitung, sonst „im Idealfall bis zu 3 und höchstens 4“ Schritte [G1].		
☐	31	**Bewusst entfernte Seiten ohne Ersatz mit 404 oder 410 beantworten** Bei 404 und 410 entfernt Google eine zuvor indexierte URL aus dem Index [G4]. Nicht jede alte Adresse braucht ein Ziel.		
☐	32	**Canonical jeder neuen Seite verweist auf sich selbst (neue URL)** „Jede Ziel-URL sollte das auf sich selbst verweisende Tag rel="canonical" <link> haben“ [G1].		
☐	33	**hreflang-Angaben auf die neuen Adressen umstellen (nur bei mehreren Sprachen)** Google: Annotationen „so aktualisieren, dass die neuen URLs verwendet werden“ [G1].		
☐	34	**Interne Links in Menü, Fußzeile und Text direkt auf die neuen Adressen setzen** „Aktualisiere interne Links“ [G1]. Nicht über Weiterleitungen laufen lassen.		
☐	35	**Zwei XML-Sitemaps vorbereiten: eine mit den alten, eine mit den neuen Adressen** Google empfiehlt beide einzureichen; über die alte findet Google die Weiterleitungen [G1].		
☐	36	**Nur bei Domainwechsel: Tool zur Adressänderung vorbereiten** Nur für Properties auf Domain-Ebene, nicht für HTTP zu HTTPS und nicht für Pfade innerhalb der Website [SC1]. Bleibt die Domain gleich, braucht ihr es nicht.		
☐	37	**Nur bei Domainwechsel: alte Domain weiter bezahlen** Search-Console-Hilfe: Zahlungen für die alte Domain „mindestens ein Jahr lang fortzuführen“ [SC1].		

5 Technik, Tracking und Einwilligung

> System, Messung und eingebundene Dienste so aufsetzen, dass Weiterleitungen, Einwilligung und Vergleichsmessung funktionieren.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	38	**Vor der Systemwahl prüfen: Kann das System serverseitige Weiterleitungen setzen oder importieren?** Serverseitige Weiterleitungen haben laut Google „die besten Chancen, von Google richtig interpretiert zu werden“ [G3]. Bei Baukästen genau prüfen.		
☐	39	**Update-Laufzeit des Systems klären: Sicherheitsupdates bis wann, wer spielt sie ein?** Herstellerangaben prüfen und ins Angebot aufnehmen. Unsere Empfehlung.		
☐	40	**HTTPS für alle Seiten; HTTP leitet dauerhaft auf HTTPS um** Ein Wechsel von HTTP zu HTTPS zählt bei Google als Websiteumzug mit URL-Änderungen [G1].		
☐	41	**Einwilligungs-Tool einrichten: nicht notwendige Dienste erst nach Einwilligung laden** Speichern und Auslesen auf dem Gerät nur mit Einwilligung, außer wenn unbedingt erforderlich [R2]. Keine Rechtsberatung.		
☐	42	**Datenschutzerklärung an alle neuen Dienste anpassen** Informationspflichten nach Art. 13 DSGVO [R4]. Vor dem Livegang, nicht danach.		
☐	43	**Auftragsverarbeitungsverträge für Hosting und eingebundene Dienste prüfen** Art. 28 DSGVO [R4]. Keine Rechtsberatung.		
☐	44	**Schriften lokal einbinden statt von fremden Servern** Spart eine Verbindung zu einem Drittanbieter; Hintergrund LG München I, Urteil vom 20.01.2022, Az. 3 O 17493/20 [M1].		
☐	45	**Messung neu einrichten: Formularversand als zählbares Ereignis, gleiche Definition wie vorher** Sonst sind Vorher- und Nachher-Zahlen nicht vergleichbar. Unsere Empfehlung.		
☐	46	**Bestätigung der Search Console übernehmen (Meta-Tag, Datei oder DNS-Eintrag)** „Die Bestätigung gilt so lange, wie die Search Console das Vorhandensein und die Gültigkeit des Bestätigungstokens feststellen kann“ [SC3].		
☐	47	**Ladezeit-Ziel in die Vorlagen einbauen: LCP bis 2,5 s, INP bis 200 ms, CLS bis 0,1** Grenzwerte für „gut“ laut web.dev [W1]. Bilder komprimieren, wenige Skripte.		

6 Barrierefreiheit

> Von Anfang an mitplanen. Ob das BFSG für euch gilt, klärt ihr im Einzelfall; diese Liste ist keine Rechtsberatung.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	48	**Prüfen lassen, ob das BFSG für euer Angebot gilt** Betrifft u. a. Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr für Verbraucher; Kleinstunternehmen mit Dienstleistungen sind ausgenommen [R1, § 3 Abs. 3]. Keine Rechtsberatung.		
☐	49	**Prüfmaßstab ins Lastenheft schreiben, z. B. WCAG 2.1 Stufe AA** Bei harmonisierten Normen gilt eine Konformitätsvermutung [R1, § 4]. WCAG 2.1 AA ist ein gängiger Maßstab [W2]. Unsere Empfehlung: auch ohne Pflicht barrierefrei bauen.		
☐	50	**Kontraste prüfen: normaler Text mindestens 4,5:1** WCAG 2.1, Kriterium 1.4.3 [W2].		
☐	51	**Bedienung per Tastatur: alle Funktionen erreichbar, Fokus sichtbar** WCAG 2.1, Kriterien 2.1.1 und 2.4.7 [W2].		
☐	52	**Überschriften in richtiger Reihenfolge, Linktexte mit erkennbarem Ziel, Formularfelder beschriftet** WCAG 2.1, Kriterien 1.3.1, 2.4.4 und 3.3.2 [W2].		
☐	53	**Falls das BFSG gilt: Informationen zur Barrierefreiheit erstellen und barrierefrei veröffentlichen** § 14 Abs. 1 Nr. 2 BFSG mit Anlage 3 [R1]. Keine Rechtsberatung.		
☐	54	**Automatische Prüfung plus Stichprobe von Hand, z. B. mit Screenreader** Automatische Werkzeuge finden nur einen Teil der Barrieren. Unsere Empfehlung.		

7 Testsystem und Abnahme

> Alles auf einer geschützten Vorschau testen und mit Protokoll abnehmen.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	55	**Testsystem mit Passwort schützen und zusätzlich auf noindex setzen** robots.txt reicht nicht: Wer eine Seite aus den Suchergebnissen ausschließen will, soll „Passwortschutz oder noindex“ verwenden [G5, G6].		
☐	56	**Formulare testen: Versand, richtiges Postfach, Bestätigung an Absender, Spam-Ordner** Typischer Fehler: Formular schickt an eine alte Adresse. Unsere Empfehlung.		
☐	57	**Weiterleitungen gegen die Tabelle testen: alle per Skript, einzelne im URL-Prüftool** „Teste die Weiterleitungen“ [G1]. Ergebnis in der Weiterleitungstabelle als „geprüft“ markieren.		
☐	58	**Darstellung auf echten Handys und in gängigen Browsern prüfen** Nicht nur im verkleinerten Browserfenster. Unsere Empfehlung.		

☐	59	**Einwilligung testen: vor der Zustimmung keine Messung und keine Cookies nicht notwendiger Dienste** Prüfen z. B. in den Entwicklerwerkzeugen des Browsers [R2].		
☐	60	**Ladezeit der wichtigsten Seiten auf dem Testsystem messen und mit Phase 1 vergleichen** Im Labor lässt sich INP nicht messen, Ersatzwert ist die Total Blocking Time (TBT) [W1].		
☐	61	**Abnahme mit Protokoll: Prüfpunkte, Mängelliste, Entscheidung** Vorlage: Abnahmeprotokoll.		
☐	62	**Rückfallplan festlegen: alte Seite bleibt lauffähig, bis alle Prüfungen bestanden sind** Unsere Empfehlung.		

8 Livegang-Tag

> Umschalten, entsperren, einreichen, live prüfen. Die alte Seite erst abschalten, wenn alles bestanden ist.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	63	**Termin mit wenig Besuchern wählen; jemand ist erreichbar, der Fehler beheben kann** Google: Umzug „möglichst bei niedrigem Traffic“ [G1]. Lieber Dienstagvormittag als Freitagnachmittag (unsere Empfehlung).		
☐	64	**Bei kleinen und mittleren Websites alle Adressen auf einmal umziehen** Google empfiehlt das für kleine und mittelgroße Websites; große können in Abschnitten umziehen [G1].		
☐	65	**Weiterleitungen aktivieren und Stichproben live prüfen** Statuscode und Ziel prüfen, keine Kette [G1].		
☐	66	**Passwortschutz und noindex entfernen, robots.txt prüfen (kein „Disallow: /“)** noindex-Regeln aus der Testphase aktualisieren, sonst bleiben Seiten aus dem Index [G1, G6].		
☐	67	**Beide Sitemaps in der Search Console einreichen** „Reiche die beiden Sitemaps ein“ [G1]. Warnungen zu weiterleitenden alten URLs sind dabei zu erwarten.		
☐	68	**Bestätigung der Search Console prüfen** Property noch bestätigt? [SC3]		
☐	69	**Wichtige alte Adressen im URL-Prüftool testen** [G1]		
☐	70	**Testanfrage über jedes Formular senden und prüfen, ob die Messung sie zählt** Unsere Empfehlung.		
☐	71	**Nur bei Domainwechsel: Adressänderung in der Search Console einreichen** [SC1]		

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	72	**Alte Seite erst abschalten, wenn alle Prüfungen bestanden sind** Unsere Empfehlung.		

9 Nach dem Livegang (4 bis 8 Wochen)

> Google braucht Zeit. In den ersten Wochen wöchentlich prüfen und Fehler sofort beheben.

	Nr.	Aufgabe und Prüfhinweis	Verantwortlich	Termin
☐	73	**Erste Woche täglich, danach wöchentlich: Seitenindexierung und Serverprotokolle auf neue 404-Fehler prüfen, fehlende Weiterleitungen nachtragen** Google: Traffic der alten und neuen URLs beobachten [G1]. Rhythmus: unsere Empfehlung.		
☐	74	**Sitemaps-Bericht verfolgen: indexierte alte Adressen sinken, neue steigen** „Mit der Zeit sinkt die Zahl der indexierten Seiten in der Sitemap mit den alten URLs“ [G1].		
☐	75	**Klicks und Impressionen der wichtigsten Seiten wöchentlich mit dem Export aus Phase 1 vergleichen** Schwankungen sind normal: „einige Wochen oder länger“ bei mittelgroßen Websites [G1].		
☐	76	**Anfragen zählen und mit dem Ausgangswert vergleichen** Ziel aus Phase 2. Unsere Empfehlung.		
☐	77	**Betreiber wichtiger verlinkender Seiten um Aktualisierung der Links bitten** „Versuche, die Betreiber der Websites zu kontaktieren, die Links zu deiner Website enthalten“ [G1].		
☐	78	**Fehlende Seiten im Index einzeln im URL-Prüftool prüfen** Google: URL-Prüftool für Seiten der neuen Website, die im Index fehlen [G1].		
☐	79	**Alte Sitemap erst entfernen, wenn sie keine indexierten Seiten mehr zeigt; Weiterleitungen bleiben** Google: Weiterleitungen „generell mindestens für ein Jahr“ behalten [G1]. Wir lassen sie dauerhaft stehen.		
☐	80	**Abschlussbericht nach acht Wochen: Ziele aus Phase 2, offene Mängel, Übergabe an die Betreuung** Unsere Empfehlung.		

Q Quellen

> Abgerufen am 09.11.2026. Zitate aus der deutschen Fassung der Google-Dokumentation. Keine Rechtsberatung.

G1 Google Search Central: Websiteumzug mit URL-Änderungen (zuletzt aktualisiert 09.09.2026)
https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/site-move-with-url-changes?hl=de

G2 Google Search Central: Websiteumzug ohne URL-Änderungen
https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/site-move-no-url-changes?hl=de

G3 Google Search Central: Weiterleitungen und die Google Suche
https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/301-redirects?hl=de

G4	Google Search Central: HTTP-Statuscodes, Netzwerk- und DNS-Fehler https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/http-network-errors?hl=de
G5	Google Search Central: Einführung in robots.txt https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots/intro?hl=de
G6	Google Search Central: Indexierung mit noindex blockieren https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/block-indexing?hl=de
SC1	Search-Console-Hilfe: Tool zur Adressänderung https://support.google.com/webmasters/answer/9370220?hl=de
SC2	Search-Console-Hilfe: Website-Property hinzufügen https://support.google.com/webmasters/answer/34592?hl=de
SC3	Search-Console-Hilfe: Inhaberschaft der Website bestätigen https://support.google.com/webmasters/answer/9008080?hl=de
SC4	Search-Console-Hilfe: Leistungsbericht (Suchergebnisse) https://support.google.com/webmasters/answer/7576553?hl=de
W1	web.dev: Core Web Vitals (Grenzwerte LCP, INP, CLS) https://web.dev/articles/vitals?hl=de
W2	W3C: Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 https://www.w3.org/TR/WCAG21/
R1	§§ 3, 4, 14 Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) https://www.gesetze-im-internet.de/bfsg/
R2	§ 25 Telekommunikation-Digitale-Dienste-Datenschutz-Gesetz (TDDDG) https://www.gesetze-im-internet.de/ttdsg/__25.html
R3	§ 5 Digitale-Dienste-Gesetz (DDG) https://www.gesetze-im-internet.de/ddg/__5.html
R4	Art. 13 und 28 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj?locale=de
M1	marschfahrt.de: Website-Relaunch: Ablauf, Checkliste, Kosten und SEO https://marschfahrt.de/blog/website-relaunch-ablauf-checkliste-kosten-seo