

Relaunch

Was ist ein Relaunch?

Als **Relaunch** bezeichnet man die Neugestaltung eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer Website. Der Begriff setzt sich aus der englischen Vorsilbe „**Re**“, was in diesem Fall die **Neugestaltung** eines Projektes, Produktes oder einer Website beschreibt, während der Term „**Launch**“ für den Beginn eines komplett neuen Projektes steht.

Bei Webseiten steht der Begriff Relaunch in der Regel für die Veröffentlichung einer neuen Version der bisherigen Webseite. Die neuen Komponenten der Webseite können hier zum Beispiel Layout, Struktur oder Oberfläche umfassen, die **verbessert** oder **optimiert** wurden.

Auch bei Marken kann ein Relaunch durchgeführt werden. Dem Relaunch kann hier die Überarbeitung des gesamten Auftritts oder eine Veränderung der Präsentation nach außen zugrunde liegen.

Produkt-Relaunch

Ein Produktrelaunch umfasst das Verändern verschiedener optischer und technischer Merkmale eines Produkts. Zudem kann der Lebenszyklus eines Produktes aufgrund der Anpassung von Design oder Funktion verlängert werden und das Produkt wird den Kunden attraktiver gestaltet. Der Produktrelaunch zeichnet sich durch das Merkmal der **zeitlaufbezogenen Veränderung** eines bereits am Markt bestehenden Produktes aus.

Ziele des Produktrelaunches

Unternehmen und Markeninhaber, die einen Produktrelaunch durchführen verfolgen eine Reihe von Zielen, die sie mit einem solchen Relaunch erreichen möchten. Dazu zählen zum einen die Erhöhung des Absatzes im Unternehmen, eine Imageverbesserung, die Erhöhung der Marktanteile, die Ansprache neuer Zielgruppen bzw. Neukundengewinnung sowie eine Kundenbindung der bereits existierenden Zielgruppen.

Ein Produktrelaunch hat so vor allem die Umsatzsteigerung und in diesem Zusammenhang auch die

Verlängerung der Lebensdauer eines Produktes zum Ziel. Einer Eliminationsentscheidung soll mit einem Produktrelaunch effektiv entgegengewirkt werden.

Webseiten-Relaunch

Ein Webseiten-Relaunch ist vor allem dann sinnvoll, wenn die Webseite seit einem langen Zeitraum besteht und mittlerweile veraltet und nicht mehr zeitgemäß erscheint. Dazu zählen zum einen technische Faktoren wie eine nicht mehr funktionierende Responsivität oder ein veraltetes CMS. Außerdem tragen eine Veränderung der Unternehmensphilosophie- oder Struktur sowie eine eingeschränkte Orientierungsfähigkeit der Webseitenbesucher zur Notwendigkeit eines Webseitenrelaunches bei.

Beim Webseitenrelaunch wird ebenso der Gehalt des Contents und der Grafiken der Seite überprüft und neu bewertet. Zudem können bei einem Relaunch neue Elemente auf die Webseite eingebaut werden, die dem User Mehrwert bieten. Dazu zählen zum Beispiel der Einbau eines FAQ-Bereichs, eines Gästebuches oder einer Blog- oder Ratgeberseite.

Dabei sollte jedoch nicht zu viel der Website überarbeitet werden, um den gewohnten Wiedererkennungswert beizubehalten. Bei der Planung und Durchführung eines Webseitenrelaunches sollten zudem die verschiedenen Komponenten der OnPage Optimierung eingebettet werden.

OnPage Optimierung im Zuge eines Webseiten-Relaunches

Bei dem Relaunch einer Website sollten auch die Meta-Daten wie Titel, Meta-Descriptions, Zwischenüberschriften und Alt-Tags nicht vernachlässigt werden. Um zu verhindern, dass das Suchmaschinenranking unter den neuen Maßnahmen leidet sollten bei der OnPage Optimierung verlässliche SEO-Tools zu Rate gezogen werden.

Wird die Struktur einer Website geändert, so ändert sich fast immer auch die URL. So muss bei einem Relaunch ein korrektes Redirecting impliziert werden. Ruft ein User die URL der alten Website auf, weil er sie zum Beispiel als Lesezeichen oder Shortcut gespeichert hat, so sollte er automatisch und auf direktem Weg zur neuen URL weitergeleitet werden. Weitere Informationen zum korrekten Weiterleiten im nächsten Absatz.

Zudem sollten Bilder vertaggt und benannt, Backlinks eingefügt und Beiträge kategorisiert werden. Außerdem helfen mit Keywords optimierte Texte den Nutzern, die Seite schneller über eine

Suchmaschine zu finden.

Korrektes Redirecting und Rankingeinbußen nach dem Relaunchvermeiden

Ist ein Relaunch einer Website geplant, die sich vor dem Relaunch weit oben im Suchmaschinen-Ranking befindet, so möchte man diese Position nach dem erfolgten Relaunch natürlich nicht verlieren. Generell wird stets die exakte URL einer Website von der Suchmaschine indexiert. Wird die Webseite im Rahmen eines Relaunches neu aufbereitet, so ändert sich fast immer auch die URL. Mit Hilfe eines Redictings kann eine Website mit mehr als einer URL verfügbar gemacht werden. Das ist vor allem dann hilfreich, wenn jemand die alte Seite beispielsweise über ein gesetztes Lesezeichen aufruft. Mit dem Status Code 301 Redirect, der angibt, dass die Seite permanent verzogen ist kann ein solches Redirecting eingerichtet werden. Dabei wird ebenfalls die Linkpopularität übertragen. Es muss allerdings darauf geachtet werden, dass der Redirect auf die exakte neue Seite verwiesen wird und nicht nur auf die eventuell neue Startseite.