

webgearing ag

web & mobile solutions

Leitfaden Webrelaunch 2026

Die komplette Checkliste für Schweizer KMU

Strategie · Technik · SEO/GEO · KI-Integration · Launch

webgearing AG · Digitalagentur · Solothurn · Bern · Zürich

www.webgearing.com · +41 (0)32 621 21 12

25+ Jahre Erfahrung · 1'500+ Projekte · 150+ aktive KMU-Kunden

Inhalt

01 Brauchen Sie wirklich einen Relaunch?

Der Schnelltest

02 Die 7 Phasen eines erfolgreichen Relaunches

Von der Analyse bis zum Go-Live

03 SEO und GEO: Rankings sichern

Damit Sie nicht bei Null starten

04 Core Web Vitals 2026

Warum Geschwindigkeit über Ihr Ranking entscheidet

05 KI-Integration: Der neue Standard

Chatbots, Automatisierung, GEO-Optimierung

06 Content-Strategie beim Relaunch

Was bleibt, was geht, was neu kommt

07 Die 10 häufigsten Relaunch-Fehler

Und wie Sie jeden einzelnen vermeiden

08 Checkliste: Vor, während und nach dem Launch

Zum Abhaken

09 Was kostet ein Relaunch?

Realistische Budgets für KMU

10 Nächster Schritt

Ihr kostenloser Web Fit Check

01 — Brauchen Sie wirklich einen Relaunch?

Nicht jede Website braucht einen kompletten Neustart. Manchmal reicht ein gezieltes Update. Dieser Schnelltest zeigt Ihnen, wo Sie stehen.

Der Schnelltest: 12 Warnsignale

Zählen Sie, wie viele der folgenden Punkte auf Ihre aktuelle Website zutreffen:

Technische Warnsignale

- Ihre Website ist älter als 3 Jahre
- Die Ladezeit liegt über 3 Sekunden
- Auf dem Smartphone ist die Bedienung mühsam
- Ihr CMS hat keine Updates mehr erhalten
- Sie nutzen kein HTTPS (Schloss-Symbol fehlt)
- Google Search Console zeigt Fehler

Geschäftliche Warnsignale

- Sie erhalten weniger Anfragen als früher
- Ihre Absprungrate liegt über 60%
- Mitbewerber haben modernere Websites
- Ihr Branding/Logo hat sich verändert
- Kunden fragen: «Ist das eure aktuelle Seite?»
- Sie sind bei Google für Ihre Schlüsselbegriffe unsichtbar

Ergebnis	Empfehlung	Was das bedeutet
0–2 Treffer	Kein Relaunch nötig	Gezielte Optimierungen reichen aus. Fokussieren Sie sich auf SEO, Performance und Content-Updates.
3–5 Treffer	Redesign empfohlen	Ihr Design und einzelne technische Aspekte brauchen ein Update. Ein Redesign spart gegenüber einem Komplett-Relaunch 40–60%.
6+ Treffer	Relaunch fällig	Strategie, Technik und Design müssen komplett neu gedacht werden. Je länger Sie warten, desto mehr Kunden verlieren Sie.

Tipp: Wissen Sie nicht genau, wo Sie stehen? Der **kostenlose Web Fit Check** von webgearing prüft Ihre Website in 50 Punkten und gibt Ihnen einen konkreten Massnahmenplan. Mehr dazu am Ende dieses Leitfadens.

02 — Die 7 Phasen eines erfolgreichen Relaunches

Ein Relaunch ist kein Sprint, sondern ein strukturierter Prozess. Wer Phasen überspringt, zahlt später doppelt. Hier ist der bewährte Fahrplan.

Phase 1: Analyse & Audit (Woche 1–2)

- **IST-Analyse:** Google Analytics auswerten, Nutzerverhalten verstehen, Top-Seiten identifizieren
- **SEO-Audit:** Rankings dokumentieren, Backlinks sichern, technische Fehler erfassen
- **Content-Inventar:** Alle Seiten katalogisieren — was bleibt, was geht, was fehlt?
- **Wettbewerbsanalyse:** Was machen erfolgreiche Mitbewerber besser?

Phase 2: Strategie & Konzept (Woche 2–3)

- **Ziele setzen:** SMART formulieren — z.B. «+30% Anfragen in 6 Monaten»
- **Zielgruppe definieren:** Wer sind Ihre Kunden? Was suchen sie auf Ihrer Website?
- **Sitemap planen:** Neue Seitenstruktur und Navigation entwerfen
- **Technologie wählen:** CMS-Entscheidung (WordPress, TYPO3, Headless?)

Phase 3: Design & UX (Woche 3–5)

- **Mobile First:** Über 70% Ihrer Besucher kommen vom Smartphone — dort muss es perfekt sein
- **Conversion-Design:** Jede Seite hat ein klares Ziel und einen sichtbaren Call-to-Action
- **Barrierefreiheit:** Kontraste, Schriftgrößen, Alt-Texte — auch gesetzlich relevant
- **Prototyp:** Interaktiver Entwurf zum Testen, bevor programmiert wird

Phase 4: Entwicklung (Woche 5–10)

- **Frontend:** Modernes, schnelles HTML/CSS/JS — optimiert für Core Web Vitals
- **Backend:** CMS-Setup, Formulare, Schnittstellen, Hosting
- **301-Redirects:** Alle alten URLs sauber auf neue weiterleiten — kritisch für SEO
- **Performance:** Bilder optimieren, Caching einrichten, Code minimieren

Phase 5: Content & SEO (Woche 8–11)

- **Texte:** Neue Inhalte schreiben oder bestehende überarbeiten — Answer-First-Format
- **SEO On-Page:** Title Tags, Meta Descriptions, interne Verlinkung, Schema-Markup
- **GEO-Optimierung:** Strukturierte Daten, lms.txt, FAQ-Sektionen für KI-Suchmaschinen
- **Medien:** Professionelle Bilder und Videos, WebP-Format, Lazy Loading

Phase 6: Testing & Soft Launch (Woche 11–12)

- **Funktions-Test:** Alle Links, Formulare, CTAs auf jedem Gerät prüfen
- **Performance-Test:** Core Web Vitals im grünen Bereich? PageSpeed Score > 90?
- **SEO-Check:** Sitemap, Robots.txt, Canonical Tags, Redirects verifizieren
- **Soft Launch:** Erst intern testen, dann schrittweise freischalten

Phase 7: Go-Live & Monitoring (Woche 12+)

- **DNS umstellen:** Domain auf neue Website zeigen lassen
- **Search Console:** Neue Sitemap einreichen, Indexierung überwachen
- **Monitoring:** Täglich Crawl-Fehler, Rankings und Traffic prüfen
- **Optimierung:** Basierend auf echten Nutzerdaten kontinuierlich verbessern

Achtung: Der häufigste Fehler: Phase 1 (Analyse) überspringen und direkt mit dem Design beginnen. Ohne Datengrundlage bauen Sie auf Annahmen — und die sind meistens falsch.

03 — SEO und GEO: Rankings sichern

Ein Relaunch ohne SEO-Strategie kann bis zu 40% des organischen Traffics kosten — manchmal dauerhaft. Und 2026 kommt eine neue Dimension dazu: GEO (Generative Engine Optimization), also die Sichtbarkeit in KI-Suchmaschinen wie ChatGPT, Perplexity oder Google AI Overviews.

SEO-Migration: Die 6 kritischen Schritte

- **URL-Mapping erstellen:** Excel-Tabelle mit alter URL → neuer URL für JEDE Seite. Auch für 404-Seiten mit Traffic.
- **301-Redirects einrichten:** Server-seitige Weiterleitungen (nicht JavaScript). Jede alte URL muss zur korrekten neuen führen.
- **Meta-Tags übernehmen:** Title Tags, Meta Descriptions, Canonical Tags, Open-Graph-Tags — nichts vergessen.
- **Interne Links aktualisieren:** Alle internen Verlinkungen auf die neue URL-Struktur umstellen.
- **XML-Sitemap einreichen:** Neue Sitemap generieren und in Google Search Console einreichen.
- **Robots.txt prüfen:** Sicherstellen, dass keine wichtigen Seiten versehentlich blockiert werden.

GEO: Sichtbar für KI-Suchmaschinen

2026 beantwortet nicht mehr nur Google Ihre Kundenanfragen — ChatGPT, Perplexity und Google AI Overviews liefern direkte Antworten. Wer dort nicht auftaucht, verliert eine wachsende Zielgruppe.

Was Sie für GEO brauchen

- **Answer-First-Content:** Jede Seite beginnt mit einer klaren, direkten Antwort auf die Kernfrage. KI-Systeme bevorzugen dieses Format.
- **Strukturierte Daten:** Schema-Markup (FAQ, HowTo, LocalBusiness) hilft KI-Systemen, Ihren Content zu verstehen und korrekt wiederzugeben.
- **llms.txt:** Eine neue Datei im Root-Verzeichnis, die KI-Crawlern sagt, welche Inhalte wichtig sind — ähnlich wie robots.txt für Suchmaschinen.
- **E-E-A-T Signale:** Expertise, Erfahrung, Autorität und Vertrauenswürdigkeit — Autorenprofile, Referenzen, Zertifizierungen sichtbar machen.

Tipp: GEO ist keine Zukunftsmusik — laut aktuellen Studien kommen bereits 15–25% der Suchanfragen über KI-gestützte Systeme. Tendenz stark steigend. Wer jetzt optimiert, hat einen erheblichen Vorsprung.

04 — Core Web Vitals 2026

Google misst die Nutzererfahrung Ihrer Website anhand von drei Kennzahlen. Diese beeinflussen direkt Ihr Ranking — und Ihre Conversion Rate. Eine Sekunde längere Ladezeit kann Ihre Conversions um 7% senken.

Metrik	Was wird gemessen?	Gut	Schlecht
LCP (Largest Contentful Paint)	Wie schnell lädt der Hauptinhalt?	< 2.5s	> 4.0s
INP (Interaction to Next Paint)	Wie schnell reagiert die Seite auf Klicks?	< 200ms	> 500ms
CLS (Cumulative Layout Shift)	Springt der Inhalt beim Laden?	< 0.1	> 0.25

Die 5 Quick Wins für bessere Performance

- 1. Bilder in WebP konvertieren:** Spart 25–40% Dateigrösse bei gleicher Qualität. Ein Bild mit 500 KB wird zu 300 KB.
- 2. Hero-Bild vorladen:** Das grösste Bild im sichtbaren Bereich mit preload laden — verbessert den LCP-Wert sofort.
- 3. Unnötige Plugins entfernen:** Jedes Plugin lädt eigenes CSS und JavaScript. Weniger Plugins = schnellere Website.
- 4. Caching einrichten:** Browser-Caching und Server-Caching reduzieren Ladezeiten für wiederkehrende Besucher um 50–80%.
- 5. Third-Party-Scripts prüfen:** Chat-Widgets, Analytics, Social-Media-Buttons — jedes externe Script bremst. Nur behalten, was wirklich nötig ist.

Achtung: Google misst Core Web Vitals auf Mobilgeräten — nicht auf Ihrem Desktop-PC. Eine Website, die am Laptop in 1.5 Sekunden lädt, braucht auf einem durchschnittlichen Smartphone oft 4+ Sekunden. Immer mobil testen.

05 — KI-Integration: Der neue Standard

2026 ist KI nicht mehr optional — es ist die Erwartung. Ihre Kunden interagieren täglich mit ChatGPT, Siri und Google AI. Wenn Ihre Website diese Technologie nicht nutzt, wirkt sie veraltet.

KI-Möglichkeiten für KMU-Websites

- **KI-Chatbot:** Beantwortet Häufige Fragen 24/7, qualifiziert Leads, bucht Termine. Reduziert Ihre Telefonzeit um 30–50%.
- **KI-Telefonassistent:** Nimmt Anrufe ausserhalb der Öffnungszeiten an, beantwortet Standardfragen, leitet dringende Fälle weiter.
- **Automatisiertes Review-Management:** Versendet automatisch Bewertungsanfragen nach Aufträgen. Google-Bewertungen sind der wichtigste lokale Ranking-Faktor.
- **Content-Unterstützung:** KI generiert Entwürfe für Blog-Artikel, Social-Media-Posts und FAQs — Sie prüfen und veröffentlichen.
- **Personalisierung:** Die Website zeigt verschiedenen Besuchern relevante Inhalte basierend auf ihrem Verhalten und Standort.

ROI-Beispiel: KI-Chatbot

Faktor	Typischer Wert für KMU
Aufwand (Setup)	CHF 490–2'900 (einmalig)
Laufende Kosten	CHF 50–150 / Monat
Einsparung Telefonzeit	5–10 Stunden / Woche
Zusätzliche Leads	10–20% mehr Anfragen (24/7 erreichbar)
Break-Even	Meistens innerhalb von 2–3 Monaten

Tipp: Sie müssen nicht alles auf einmal umsetzen. Starten Sie mit einem KI-Chatbot oder automatisierten Bewertungsanfragen — das sind die Quick Wins mit dem schnellsten ROI.

06 — Content-Strategie beim Relaunch

Die grösste verpasste Chance bei einem Relaunch: Alte Texte 1:1 auf die neue Website kopieren. Ein Relaunch ist DER Moment, Ihre Inhalte grundlegend zu verbessern.

Die Content-Triage: Was bleibt, was geht, was kommt

Aktion	Wann und wie
■ Behalten & optimieren	Seiten mit gutem Traffic und Rankings. Texte überarbeiten, Keywords aktualisieren, interne Links ergänzen.
■ ■ Zusammenführen	Dünne Seiten zu einem starken Artikel bündeln. 3 schwache Blog-Posts → 1 umfassender Leitfaden.
■ Löschen (mit Redirect)	Seiten ohne Traffic, ohne Rankings, ohne Relevanz. 301-Redirect auf passende Seite setzen.
■ Neu erstellen	FAQ-Seiten, Branchenseiten, Referenz-Seiten, Blog-Artikel für wichtige Keywords.

Die 5 Seiten, die jede KMU-Website braucht

- **Starke Startseite:** Klares Wertversprechen in 5 Sekunden erkennbar. Wer sind Sie, was bieten Sie, warum Sie?
- **Leistungsseiten:** Eine Seite pro Kernleistung — mit eigenem Keyword, FAQ und Call-to-Action. Nicht alles auf eine Seite packen.
- **Über-uns-Seite:** Gesichter, Geschichte, Werte. Menschen kaufen von Menschen. E-E-A-T-Signale für Google.
- **Referenzen/Projekte:** Konkrete Beispiele mit Ergebnissen. «Für Firma X haben wir Y erreicht» ist überzeugender als jeder Werbetext.
- **Kontakt mit niederschwelligem Einstieg:** Nicht nur ein Formular. Telefonnummer sichtbar, Erstgespräch-CTA, Kalender-Buchung, WhatsApp-Option.

Answer-First-Format: So schreiben Sie für Google UND KI

Sowohl Google als auch KI-Suchmaschinen bevorzugen Inhalte, die sofort die Kernfrage beantworten. Statt langer Einleitungen:

Format	Beispiel-Einstieg
Klassisch (schlecht)	In der heutigen digitalen Welt ist es wichtiger denn je, eine professionelle Website zu haben. Viele Unternehmen stehen vor der Frage, ob ...

Format	Beispiel-Einstieg
Answer-First (gut)	Ein Website-Relaunch kostet Schweizer KMU zwischen CHF 2'900 und 14'900 — abhängig von Umfang und Funktionen. Hier erfahren Sie, welches Budget für Ihr Projekt realistisch ist.

07 — Die 10 häufigsten Relaunch-Fehler

Jeder dieser Fehler kann Ihren Relaunch teuer machen — im schlimmsten Fall verlieren Sie Kunden und Rankings. Hier sind die Fallen und wie Sie sie umgehen.

1. Keine messbaren Ziele

«Wir brauchen eine neue Website» reicht nicht. Definieren Sie: +X% Anfragen, -Y% Absprungrate, Top 3 für Keyword Z.

2. SEO als Nachgedanke

«SEO machen wir nach dem Launch» = 40% Traffic-Verlust. SEO gehört in Phase 1, nicht Phase 7.

3. CEO-Design statt Nutzer-Design

Entscheidungen nach persönlichem Geschmack statt nach Nutzerdaten. Ihr Kunde entscheidet, nicht Ihr Bauchgefühl.

4. Big-Bang-Launch am Freitag

Freitag live schalten, Wochenende hoffen, Montag Panik. Besser: Soft Launch, schrittweise, mit Monitoring.

5. Mobile als Nachgedanke

Desktop-first designen und «mobil passt sich schon an». Über 70% Ihrer Besucher sind am Smartphone.

6. Alte Texte 1:1 kopieren

Veraltete Inhalte auf neuem Design — wie ein neuer Anzug über ein altes T-Shirt. Content-Audit machen.

7. Performance ignorieren

Neue Website ist langsamer als die alte. Jedes neue Feature, jedes Plugin, jedes Script bremst.

8. Keine 301-Redirects

Alte URLs führen ins Leere. Google wertet das als Fehler, Backlinks gehen verloren, Rankings sinken.

9. Kein Monitoring nach Launch

Live geschaltet und fertig? Die ersten 30 Tage nach dem Launch sind die kritischsten.

10. Kein Budget für Nachbearbeitung

Jeder Relaunch braucht Feinschliff nach Go-Live. Planen Sie 10–15% des Budgets für Optimierungen ein.

08 — Checkliste: Vor, während und nach dem Launch

Diese Checkliste können Sie ausdrucken und für Ihr Projekt verwenden. Haken Sie jeden Punkt ab, bevor Sie zum nächsten gehen.

Vor dem Relaunch (4–6 Wochen vorher)

- Ziele SMART definiert und dokumentiert
- Aktuelles Google-Analytics-Backup erstellt
- SEO-Audit durchgeführt (Rankings, Backlinks, Top-Seiten)
- Content-Inventar erstellt (was bleibt/geht/kommt)
- URL-Mapping erstellt (alte URL → neue URL)
- Wireframes/Prototypen freigegeben
- Mobile-Design geprüft und freigegeben
- Texte geschrieben und lektoriert
- Bilder professionell erstellt oder lizenziert
- 301-Redirects vorbereitet und getestet

Am Launch-Tag

- DNS-Umstellung durchgeführt
- SSL/HTTPS funktioniert auf allen Seiten
- Alle 301-Redirects aktiv und korrekt
- Kontaktformulare getestet (E-Mail kommt an?)
- Search Console: Neue Sitemap eingereicht
- Analytics-Tracking funktioniert
- Alle Seiten auf Desktop, Tablet und Smartphone geprüft
- Ladezeit geprüft (PageSpeed Score > 90)
- Robots.txt: Keine wichtigen Seiten blockiert
- Backup der alten Website gespeichert

Nach dem Launch (erste 30 Tage)

- Täglich: Crawl-Fehler in Search Console prüfen
- Täglich: Traffic mit alter Website vergleichen
- Wöchentlich: Top-20-Keyworts Rankings überprüfen

- Wöchentlich: 404-Fehler identifizieren und beheben
- Wöchentlich: Core Web Vitals überprüfen
- Monatlich: Conversion Rate vs. alte Website vergleichen
- Monatlich: Nutzerfeedback sammeln und auswerten
- Nach 30 Tagen: Erster umfassender Performance-Review

09 — Was kostet ein Relaunch?

Die ehrliche Antwort: Es kommt darauf an. Aber hier sind realistische Richtwerte für Schweizer KMU — keine leeren Versprechen.

Typ	Umfang	Investition
Digitale Visitenkarte	1–5 Seiten, Responsive, SEO-Basics	ab CHF 2'900
KMU Website	5–15 Seiten, SEO/GEO, Blog, Lead-Formulare	ab CHF 5'900
Corporate Website	15–30+ Seiten, Mehrsprachig, Portale, KI	ab CHF 14'900

Zusätzlich einplanen

- **Hosting:** ab CHF 29/Monat (Schweizer Server, SSL, Backups, Updates)
- **Wartung & Support:** ab CHF 59/Monat (Security, Content-Updates, Monitoring)
- **SEO/GEO laufend:** ab CHF 490/Monat (monatliche Optimierung, Reporting, Content)
- **KI-Integration:** ab CHF 490 einmalig (Chatbot, Telefonassistent, Automatisierung)

Budget-Spartipps

- **Klare Inhalte liefern:** Je besser Sie Texte und Bilder vorbereiten, desto günstiger wird das Projekt. CHF 2'000–5'000 Ersparnis realistisch.
- **MVP-Ansatz:** Erst die Kernfunktionen, später erweitern. Spart 30–40% gegenüber «Alles auf einmal».
- **KI-gestützte Prozesse:** Agenturen, die KI für Analyse, Content und Testing einsetzen, arbeiten effizienter — das spiegelt sich im Preis.
- **Branchenpakete:** Standardisierte Lösungen für Ihre Branche sind günstiger als Individualprojekte, weil der Prozess optimiert ist.

Achtung: Vorsicht bei Angeboten unter CHF 2'000. Eine professionelle Website braucht Strategie, Design, Entwicklung, Content und Testing. Wer das für unter CHF 2'000 anbietet, spart an Qualität — und das sehen Ihre Kunden.

10 — Ihr nächster Schritt

Sie haben diesen Leitfaden gelesen — das zeigt, dass Sie Ihren Online-Auftritt ernst nehmen. Jetzt stellt sich die Frage: **Wo steht Ihre aktuelle Website konkret?**

Kostenloser Web Fit Check

Wir analysieren Ihre Website in 50 Prüfpunkten über 10 Kategorien. Sie erhalten einen konkreten Bericht mit Score, Massnahmen und Prioritäten — kostenlos und unverbindlich.

- ✓ Performance & Ladezeiten
- ✓ Mobile Optimierung
- ✓ SEO & GEO-Sichtbarkeit
- ✓ Sicherheit (SSL, Datenschutz)
- ✓ Content-Qualität
- ✓ Design & UX
- ✓ Barrierefreiheit
- ✓ Tracking & Conversion
- ✓ Rechtliche Aspekte (DSG)
- ✓ KI-Readiness

Jetzt kostenlosen Web Fit Check anfordern

Schreiben Sie uns eine E-Mail oder rufen Sie an. Innerhalb von 5 Werktagen erhalten Sie Ihren persönlichen Bericht.

<https://www.webgearing.com/kontakt/>

Oder direkt zum passenden Angebot

Website Relaunch für KMU Ihr neuer Online-Auftritt — von der Visitenkarte bis zur Corporate Website.	ab CHF 2'900
SEO + GEO für KMU Sichtbar bei Google UND bei ChatGPT & Co. — Check, Optimierung oder Flatrate.	ab CHF 890
KI-Automatisierung für KMU Chatbot, Telefonassistent, Prozessautomatisierung — vom Quick Check bis zur Integration.	ab CHF 490
Branchenpakete All-inclusive für Ihre Branche: Website + SEO + Social Media + KI. Ein Preis, alles drin.	ab CHF 390/Mt.

webgearing AG

Digitalagentur · 25+ Jahre · 1'500+ Projekte

Solothurn: Zuchwilerstrasse 21, 4500 Solothurn · T +41 (0)32 621 21 12

Bern: Jubiläumsstrasse 41, 3005 Bern · T +41 (0)31 352 05 52

Zürich: Heinrichstrasse 267, 8045 Zürich · T +41 (0)44 515 20 09

Web: www.webgearing.com

E-Mail: info@webgearing.com

© 2026 webgearing AG. Dieser Leitfaden darf geteilt, aber nicht verändert werden.