

WHITEPAPER |
WEBSITE-RELAUNCH IM B2B

macaw



Website Relaunch im B2B

STRATEGIEN & BEST PRACTICES FÜR MARKETING MANAGER IM KI-ZEITALTER

1. Die Website entscheidet	3
2. Strategische Ziele und Herausforderungen für Marketing	5
3. Erfolgsfaktoren für den Relaunch	6
4. CMS-Auswahl im Enterprise-Bereich	7
5. Der 8-Stufen-Fahrplan für Marketing Manager	9
6. Häufige Fehler – und wie du sie vermeidest	11
7. Relaunch-Readiness Checkliste für Marketing	12
8. Projektlaufzeiten & Ressourcen	14
9. Beispiele aus der Praxis	15
Website-Relaunch für Thermomix® International	16
Skalierbare Website-Plattform für RWE	17
10. Fazit & Handlungsempfehlungen	18

1. Die Website entscheidet

B2B-Kaufentscheidungen entstehen heute zu über 70 % digital und deine Website ist dabei der wichtigste Touchpoint. Sie entscheidet darüber, ob potenzielle Kunden dich als führenden Lösungsanbieter wahrnehmen, ob sie Vertrauen aufbauen und ob sie mit dir in Kontakt treten.

Gleichzeitig verändert sich die Erwartungshaltung deiner Zielgruppen rasant durch:

- KI-gestützte Personalisierung
- Intelligente Auffindbarkeit von Inhalten (KI-gestützte Suche & Discoverability)
- Self-Service-Erlebnisse
- Channel-übergreifende Customer Journeys
- Schnelle Ladezeiten & mobile Nutzbarkeit
- Gesetzliche Anforderungen an Barrierefreiheit



Ein Website-Relaunch ist daher weit mehr als ein Design-Update.
Er ist ein strategischer Hebel für:

- Markenpositionierung
- Lead-Generierung
- Digitale Wettbewerbsfähigkeit
- Skalierbare Marketingprozesse
- Recruiting & Employer Branding

Dieses Whitepaper zeigt dir, wie du deinen Relaunch erfolgreich planst – und wie moderne Architektur, Daten und KI dir helfen, eine Plattform aufzubauen, die nachhaltig wirkt.

2. Strategische Ziele und Herausforderungen für Marketing

Für Marketingverantwortliche ist ein Website-Relaunch heute weit mehr als ein reines Design-, Technik- oder IT-Projekt. Er bietet die Möglichkeit, das digitale Marketing neu auszurichten – nicht nur auf Sichtbarkeit, sondern vor allem auf messbare Geschäftsergebnisse.

Im Zentrum steht dabei die Leadgenerierung: Eine moderne Plattform schafft die Grundlage, um qualifizierte Kontakte systematisch entlang der Customer Journey zu führen, Conversion-Pfade zu optimieren und datenbasierte Kampagnen auszuspielen. Gleichzeitig gewinnt die Website zunehmend an Bedeutung als Ort der Markenführung – über Ländergrenzen, Zielgruppen und Touchpoints hinweg.

Unternehmen nutzen Relaunches außerdem, um Self-Service-Angebote zu integrieren, den Vertrieb zu entlasten oder aus Content-Silos herauszuwachsen. Moderne Architekturen bieten ein digitales Fundament, das skalierbar ist, internationale Governance unterstützt und zukunftssicher für KI, Automatisierung und Personalisierung ausgelegt ist.

Die Karriereseite wird zum Schlüsselfaktor für Employer Branding und Recruiting. Unternehmen nutzen Relaunches heute, um sich als attraktive Arbeitgeber zu positionieren, Bewerbungsprozesse zu vereinfachen und Talente anzusprechen.



3. Erfolgsfaktoren für den Relaunch aus Marketing-Sicht



Ein erfolgreicher Website-Relaunch entsteht dann, wenn strategische Ziele, technische Architektur und nutzerzentriertes Design konsequent zusammengedacht werden. Neben einer klaren Vision für die zukünftige Rolle der Website braucht es ein Verständnis dafür, welche Elemente im Prozess entscheidend sind — und welche Fehler häufig dazu führen, dass ein Relaunch zwar schön aussieht, aber im Kern nicht performt.

Die folgenden Faktoren haben sich in der Praxis als besonders erfolgsentscheidend erwiesen:

Strategie & Organisation

Was hier zählt: Klarheit, Prioritäten, Zusammenarbeit.

Wichtigste Erfolgsfaktoren:

- Klare Marketingziele, die den Relaunch steuern
- Definierte Rollen & Prozesse für Marketing, Content & IT
- Enablement, damit dein Team später effizient arbeiten kann

Technologie & Architektur

Was hier zählt: Flexibilität, Zukunftsfähigkeit, Integrationen.

Wichtigste Erfolgsfaktoren:

- Moderne Architektur (API-first, Headless, Composable)
- Saubere Systemintegration, z. B. CRM & Marketing Automation
- AI-Readiness, damit Personalisierung & Automatisierung möglich werden

Nutzererlebnis & Content

Was hier zählt: Orientierung, Konsistenz, Relevanz.

Wichtigste Erfolgsfaktoren:

- User Journeys, die Nutzende gezielt führen
- Datenbasierte UX, statt Entscheidungen aus dem Bauchgefühl
- Starke Content-Strategie für Struktur, SEO/ GEO & Wiederverwendbarkeit

4. CMS-Auswahl im Enterprise-Bereich

Marktüberblick: Die wichtigsten Plattformen im Vergleich

System	Stärke	Ideal für
Sitecore XM Cloud	Personalisierung + KI-Potenzial	Unternehmen mit Fokus auf Customer Experience
CoreMedia	Starke Enterprise-Funktionalität	Globale Plattformen, Multi-Märkte
Optimizely	Testing & datengetriebene Optimierung	Conversion-fokussiertes Marketing
Contentful	Headless & API-first	Ömnichannel & digitale Produktteams
Contentstack	Composable DXF	Enterprise mit Multichannel-Fokus
Storyblok	Visual Editing kombiniert mit Headless-Architektur	Teams, die Flexibilität und schnelle Content-Erstellung brauchen

Einordnung nach Gartner Magic Quadrant (Nov 2024)



Gartner



Was bedeutet das für dich als Marketing Manager?

Adobe & Optimizely → Leaders:

Ideal für Organisationen mit hohen Anforderungen an Marketing, aber mit hohem Budget- & Ressourcenbedarf.

Sitecore → Visionary:

Stark in KI, Personalisierung & Customer Experience. Zukunftssichere Option für datengetriebene Marken.

Contentstack, Contentful & Storyblok → Visionaries / Challenger:

Headless-first, flexibel, ideal für Unternehmen mit agilen und modernen IT-/Marketingstrukturen.

CoreMedia & Magnolia → Solide Enterprise-Plattformen:

Starke Wahl für komplexe, internationale Architekturen – besonders bei Enterprise-Content-Prozessen.

Wichtige Entscheidungskriterien

- Wie komplex sind deine Produkte & Märkte?
- Wie wichtig ist dir Personalisierung?
- Welche Rolle soll KI zukünftig spielen?
- Wie viele Systeme musst du integrieren?
- Wie flexibel muss dein Team arbeiten können?
- Welche Total Cost of Ownership ist realistisch?

5. Der 8-Stufen-Fahrplan für Marketing Manager

1. Strategie & Ziele klar definieren

→ inkl. Employer Branding und Geo-Personalisierung als strategische Ziele.

2. Use Cases und Stakeholder-Workshops starten

→ HR und Recruiting einbeziehen, wenn die Karriereseite optimiert werden soll.

3. Architektur & Plattform-Setup planen

→ sicherstellen, dass Geo-Funktionen (z. B. Standortsuche, Filialfinder) und Jobportal-Integrationen technisch möglich sind.

4. UX-Konzept & Conversion-Design entwickeln

→ auch für Bewerbungsprozesse und Standort-basierte Services.



5. Content-Strategie & SEO festlegen – inkl. AI-Prozesse

→ GEO (Generative Engine Optimization), Geo-SEO (lokale Suchanfragen) und Employer-Branding-Content einplanen.

6. Technische Implementierung & Integrationen realisieren

→ Jobportal, HR-Systeme, Geo-APIs für GEO-relevante Inhalte integrieren.

7. Testing, Performance, Accessibility & AI-Checks

→ prüfen, ob Standortfunktionen und Karriereseite barrierefrei und mobil optimiert sind.

8. Go-Live + datengetriebene Optimierung

→ Recruiting-Performance und Geo-basierte Personalisierung messen.

Wichtig: Agile Projektmethoden ermöglichen schnelle Erfolge – und verhindern, dass Relaunches zu Großprojekten werden.





6. Häufige Fehler

1. Relaunch ohne klare Marketingziele (inkl. Recruiting & Geo-Personalisierung)
2. Content-Migration unterschätzt
3. SEO nicht von Anfang an eingeplant (lokale SEO vergessen)
4. Mobile & Accessibility zu spät gedacht
5. Kein Tracking- und KPI-Konzept für Bewerber-Conversion und Standort-Features
6. Systeme nicht integriert → Datensilos (HR-Systeme, Geo-APIs)
7. Fehlende AI-Readiness in Prozessen & Redaktion

7. Relaunch-Readiness Checkliste für Marketing

Bist du bereit für den nächsten Schritt?

So funktioniert die Bewertung:

- Ja = 1 Punkt
- Nein = 0 Punkte
- Teilweise = 0,5 Punkte (optional)

#	Frage	Ja	Teilweise	Nein
1	Sind die Ziele des Relaunches klar definiert?	☐	☐	☐
2	Gibt es eine abgestimmte Content-Strategie?	☐	☐	☐
3	Sind relevante Systeme (CRM, PIM, DAM) identifiziert?	☐	☐	☐
4	Ist klar, welche CMS-Architektur am besten passt?	☐	☐	☐
5	Stehen interne Ressourcen für das Projekt zur Verfügung?	☐	☐	☐
6	Ist das Unternehmen auf den Einsatz von KI vorbereitet?	☐	☐	☐

Auswertung auf der nächsten Seite



Auswertung

13–16 Punkte: Du bist bereit für den Relaunch

9–12 Punkte: Gute Basis, aber Optimierungspotenzial

5–8 Punkte: Vorbereitungsbedarf

0–4 Punkte: Erst Strategie schaffen

Und jetzt? Deine nächsten Schritte

Du möchtest herausfinden, wie du mit deinem Team am besten in die Umsetzung gehen kannst?

Wir bieten dir dafür einen strukturierten Evaluierungs-Workshop an – um deinen Status zu evaluieren und konkrete Empfehlungen zu erhalten.

Tipp: Das Self-Assessment eignet sich ideal auch als Vorbereitung für einen strategischen Workshop. Sprich uns gern an, wenn du mehr erfahren möchtest!



8. Projektlaufzeiten & Ressourcen

Website Typ	Dauer
Ländersseite / Kernregion	ca. 3 Monate
Mehrsprachige Plattform	ca. 6 Monate
Internationales System	9-12 Monate
Digitale Experience Plattform mit KI & Commerce	12+ Monate

Gute Architektur + AI-Automatisierung können Time-to-Market reduzieren.

9. Beispiele aus der Praxis



Website-Relaunch für Thermomix® International

Wie bringst du eine globale Marke digital auf das nächste Level?

Für Thermomix® wurde die internationale Website neu gedacht – mit dem Ziel, Markenwirkung, Nutzererlebnis und Performance in Einklang zu bringen. Gemeinsam mit Macaw entstand die Basis für eine skalierbare Plattform, die weltweit konsistent funktioniert und gleichzeitig Raum für lokale Anforderungen lässt.

Challenge

Thermomix® möchte auf seinen internationalen Websites eine stärkere Emotionalisierung des Produkts erreichen.

Lösungsansatz

Ausgiebige Zielgruppenanalysen ermöglichen die Identifizierung verschiedener User Needs, die in entsprechende User Flows für ganz unterschiedliche Informationsbedürfnisse umgemünzt werden.

Resultat

Eine datengetriebene User Experience auf den Country-Websites, in deren Rahmen emotionale Bilder und erklärende Animationen eine größere Gewichtung bekommen.

Skalierbare Website-Plattform für RWE

Wie bringst du neue Websites schnell live, ohne jedes Mal bei null zu starten?

RWE stand vor der Aufgabe, zahlreiche neue Webauftritte effizient, konsistent und unabhängig von langen IT-Prozessen umzusetzen. Gemeinsam mit Macaw wurde dafür die Grundlage für eine skalierbare Webplattform geschaffen, die Geschwindigkeit, Governance und Flexibilität miteinander verbindet.

Challenge

Ziel von RWE war es, die neue Website innerhalb des geplanten Zeitrahmens und in bester Qualität online zu stellen.

Lösungsansatz

Strategische Neuausrichtung und Rebranding von RWE. Daraus resultierte eine neue Corporate Website auf Basis von Sitecore.

Ergebnis

Eine neue Konzern-Website als digitaler Kommunikationskanal, der verdeutlicht wofür die neue RWE steht: für Innovation, Wandel, Transparenz und Nachhaltigkeit.



10. Fazit & Handlungsempfehlungen

Ein Website-Relaunch ist eine Investition in deine digitale Zukunft – und die Basis für Wachstum, Automatisierung und erfolgreiches Marketing. Wenn du klare Ziele setzt, moderne Architektur nutzt und KI in deine Content- & Marketingprozesse integrierst, schaffst du:

- Mehr Leads
- Schnellere Prozesse
- Bessere User Experiences
- Gesteigerte Markenbindung
- Zukunftssichere digitale Plattformen
- Stärkere Employer Brand & optimierte Karriereseite für Recruiting
- Geo-basierte Personalisierung & intelligente Standortfunktionen





Deine nächsten Schritte

Self-Assessment durchführen

→ Prüfe, ob Geo-Funktionen (z. B. Standortsuche, Filialfinder) und eine optimierte Karriereseite Teil deiner Strategie sind.

Strategie-Workshop planen

→ Stakeholder aus HR und ggf. lokale Marketing-Teams einbeziehen.

CMS-Auswahl vorbereiten

→ Achte darauf, dass das System Geo-Personalisierung und Jobportal-Integrationen unterstützt.

Partner für Umsetzung auswählen

→ Expertise in KI, Geo-Features und Employer Branding berücksichtigen.

Mit der richtigen Kombination aus Technologie, Daten und KI wird dein Relaunch zum echten Wachstumstreiber – inklusive Recruiting-Power und Location Awareness.

Bereit für den nächsten Schritt?

In einem 90-minütigen Strategie-Sparring analysieren wir gemeinsam euren aktuellen Status in den Bereichen Architektur, KI-Readiness, Content-Prozesse und Geo-Personalisierung.

Am Ende erhaltet ihr eine klare Roadmap, inklusive Prioritäten, Aufwandseinschätzung und möglicher Quick Wins.

Jetzt buchen

Kontakt



Jörg Stulken

Senior Business Developer

joerg.stulken@macaw.de

Macaw Germany Cologne GmbH
Oberbergische Str. 63
42285 Wuppertal

Fel: +49 (0)221 65067900
Mail: kontakt@macaw.net

www.macaw.de