HARBOR TOOLS · PROJEKTPLAN

Unternehmenswebsite Relaunch

Eine neun Jahre alte Website, für den Desktop gebaut, trifft heute auf ein Publikum, das zu 68 % mobil ist — das ist der Sechs-Monats-Plan, um das zu ändern.

BUDGET	$64,000
UMFANG	~60 Seiten
LAUNCH	2. Maiwoche
AGENTUR	Bluebird Studio

VORGESTELLT VON
Marketingleitung, Harbor Tools

ANLASS
Stakeholder-Kickoff

DATUM
16. November 2026

01 **Die Website von 2017 kostet uns Aufträge**

Mobiler Traffic, mobile Nutzererfahrung, zwölf Anfragen pro Monat.

02 **Drei Kennzahlen definieren Erfolg**

Anfragen, mobile Absprungrate, Bewerbungen — sechs Monate nach Launch.

03 **Vier Bereiche, rund 60 Seiten**

Was im Umfang enthalten ist — und das eine bewusst ausgelassene Thema.

04 **Wer ist wofür zuständig**

Owner, Projektleitung, Agentur, drei Reviewer.

05 **Dezember bis Mai, fünf Phasen**

Anforderungen, Design, Build, Test, Launch.

06 **64.000 $ — und wohin sie fließen**

Vier Posten, inklusive drei Monate Fehlerbehebung nach Launch.

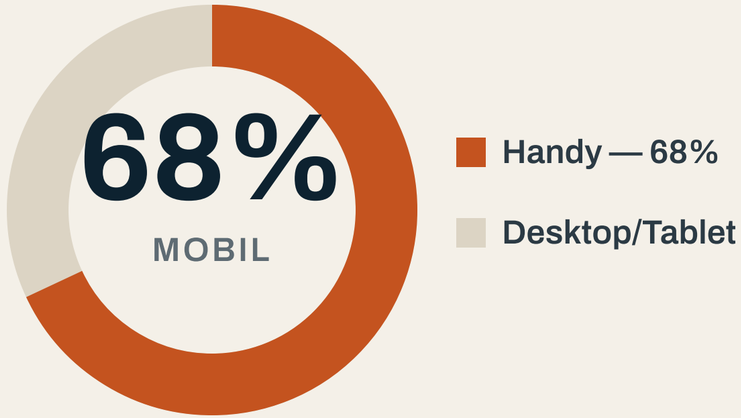
07 **Zwei Risiken, zwei feste Regeln**

Verspätete Texte und wachsende Änderungswünsche.

08 **Was wir von Ihnen brauchen**

Die drei Zusagen, die den Dezember-Start sichern.

Die meisten Besucher kommen über das Handy — dafür wurde die Website nie gebaut.



2017

Das Jahr, in dem die aktuelle Website startete. Neun Jahre Patches, kein Relaunch.

72%

der mobilen Besucher springen sofort ab. Die Website funktioniert auf dem Handy schlecht.

12

Anfragen pro Monat — die gesamte kommerzielle Leistung der Website im jetzigen Zustand.

Erfolg bedeutet: Drei Kennzahlen bewegen sich innerhalb von sechs Monaten nach Launch.

ANFRAGEN / MONAT

12 → 40

Mehr als das Dreifache des heutigen Volumens. Der klarste Test dafür, ob die neue Website verkauft.

MOBILE ABSPRUNGRATE

72% → 50%

22 Punkte weniger bei der mobilen Absprungrate. Hier zahlt sich der mobile Relaunch aus.

BEWERBUNGEN / MONAT

5 → 15

Über die Karriereseite. HR bekommt einen Recruiting-Kanal statt eines schwarzen Bretts.

Alle drei werden sechs Monate nach dem Mai-Launch gemessen — der Bewertungstermin ist also November, nicht die Launch-Woche.

Wir bauen vier Bereiche und rund 60 Seiten neu — eine zweite Sprache heben wir uns für später auf.

harbortools.com — neue Website ein responsives Build, Mobile First

Über uns

Wer Harbor Tools ist, wo wir arbeiten, wie wir organisiert sind.

Produkte

Der Katalog — der Großteil der 60 Seiten und der Weg zu Anfragen.

Karriere

Stellen und Bewerbungen — der Kanal, den HR verdreifachen muss.

Kontakt

Das Anfrageformular selbst — neu gebaut für die Bedienung mit einem Daumen.

~60 Seiten insgesamt über die vier Bereiche. Jede Seite braucht vor Baustart einen Text-Owner.

AUSSERHALB DES UMFANGS

Eine zweite Sprache

Dieses Mal nicht. Eine übersetzte Website verdoppelt den Aufwand für Texte, Review und Pflege, und keines unserer drei Ziele hängt davon ab.

Der Build blockiert das später nicht — aber es ist nicht in diesem Budget oder Zeitplan enthalten.



Ein Owner entscheidet, zwei Personen steuern, eine Agentur baut, drei Reviewer prüfen.

OWNER · ENTSCHEIDET

Marketingleitung

PROJEKTLEITUNG · STEUERT

Marketing — 2 Personen

Zeitplan, Text-Nachverfolgung, das monatliche Change-Meeting, der einzige Kanal zur Agentur.

AGENTUR · BAUT

Bluebird Studio

Design und Build für alle vier Bereiche, plus drei Monate Fehlerbehebung nach Launch.

REVIEWER · 1 PERSON

Sales

Produkte und das Anfrageformular — bringt es die richtigen Leads?

REVIEWER · 1 PERSON

HR

Karriere — Stellen, Tonalität und der Bewerbungsschritt.

REVIEWER · 1 PERSON

Engineering

Produktgenauigkeit und alles Technische, das wir veröffentlichen.

Sechs Monate, fünf Phasen, ein fester Termin: Launch in der zweiten Maiwoche.

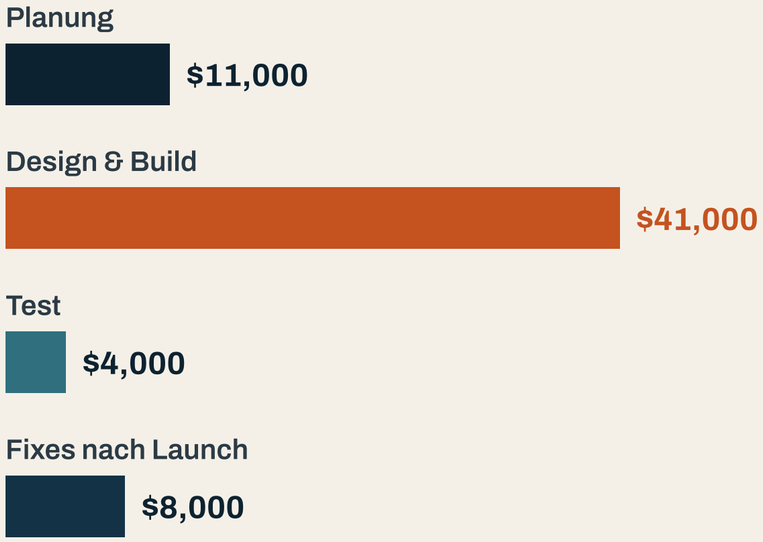


Build ist die kritische Phase — zwei volle Monate, Februar und März, für alle vier Bereiche.

Test ist geschützt — der April bleibt für Tests. Davon wird keine Zeit abgezweigt.

Zwei Drittel der 64.000 $ sind Design und Build — und 8.000 $ sind für die Zeit nach Launch reserviert.

POSTEN	PHASE	BETRAG
Planung	Dezember	**$11,000**
Design & Build	Januar – März	**$41,000**
Test	April	**$4,000**
Fehlerbehebung nach Launch — 3 Monate	Mai – Juli	**$8,000**
Gesamt		**$64,000**



Design und Build machen **64%** des Budgets aus — passend zu den zwei Monaten mit der meisten Arbeit.

Die **$8,000** für Fixes sind schon eingeplant — die Launch-Woche ist nicht das Ende der Ausgaben.

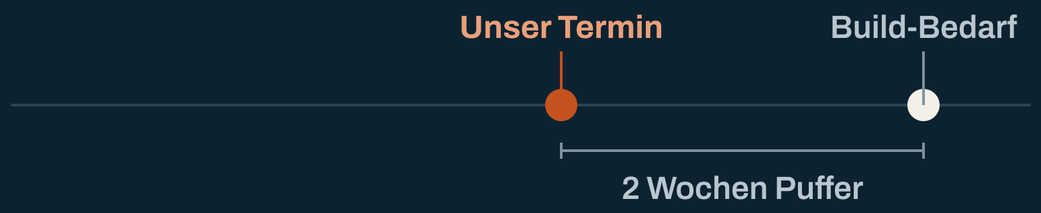
Beide größten Risiken für diesen Plan liegen in unserer Verantwortung, nicht bei der Agentur.

Texte kommen verspätet aus den Fachbereichen

Sechzig Seiten Text kommen von Leuten, deren Hauptjob etwas anderes ist. Ein verspäteter Bereich blockiert den gesamten Build-Monat.

REAKTION

Jede Textdeadline wird zwei Wochen früher angesetzt.

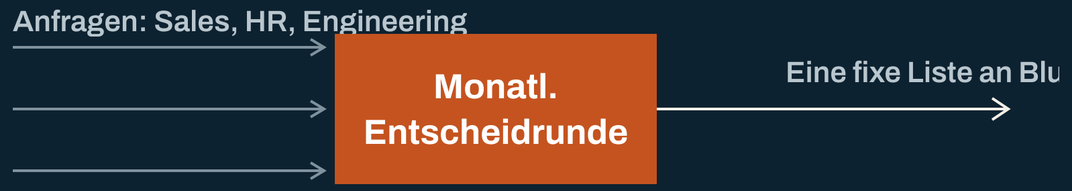


Änderungswünsche wachsen stetig

Kleine Anfragen, die einzeln und aus verschiedenen Richtungen eintreffen, machen aus einem Sechsmonatsprojekt ein Neunmonatsprojekt.

REAKTION

Alle Änderungen werden gemeinsam entschieden, in einem Monats-Meeting.



Ein Relaunch für 64.000 $ über sechs Monate, der mobilen Traffic in Anfragen und Bewerbungen verwandelt.

WARUM JETZT

Eine Website von 2017, 68 % der Besuche mobil, 72 % davon Absprünge, 12 Anfragen pro Monat.

WAS ERFOLG BEDEUTET

Sechs Monate nach Launch: 40 Anfragen, 50 % mobile Absprungrate, 15 Bewerbungen pro Monat.

WAS WIR BAUEN

Vier Bereiche, rund 60 Seiten, Mobile First. Eine zweite Sprache ist nicht im Umfang.

WIE ES GEFÜHRT WIRD

Ein Owner, 2 PM, Bluebird Studio, 3 Reviewer, ein monatliches Change-Meeting.

Dez

Anforderungen · 11.000 $

Jan

Design freigegeben

Feb–Mär

Build · 41.000 $ inkl. Design

Apr

Test · 4.000 $

Mai → Jul

Launch Woche 2, danach 8.000 $ Fixes

3.3× die Anfragen, 22 Punkte weniger Absprungrate, 3× so viele Bewerbungen — das ist der gesamte Business Case für die 64.000 $.

WAS WIR HEUTE VON IHNEN BRAUCHEN

Drei Zusagen, dann startet der Dezember pünktlich.

01

Benennen Sie Ihren Reviewer

Eine Person aus Sales, eine aus HR, eine aus Engineering — benannt vor Dezember, nicht währenddessen.

02

Akzeptieren Sie die vorgezogenen Deadlines

Textdeadlines werden zwei Wochen vor dem tatsächlichen Bedarf des Builds veröffentlicht. Dieser Puffer ist Teil des Plans, kein Polster.

03

Änderungen ins Monats-Meeting bringen

Ein Meeting pro Monat entscheidet über alle Änderungswünsche. Nichts geht daran vorbei direkt an Bluebird Studio.

NÄCHSTER SCHRITT

Anforderungs-Workshop — Dezember

FRAGEN AN

Marketing — Projektleitung (2)