



HANSERANKING

*Damit's bei Ihnen Klick macht!*

HANSERANKING ACADEMY

SEA WHITEPAPER

# 6 Schritte zur Ermittlung des richtigen Kampagnenbudgets



# INHALT

- 01** VORWORT *Seite 3*
  
- 02** Was muss bei der Budgetplanung beachtet werden? *Seite 4*
  - SCHRITT 1**  
Klare Ziele und Messgrößen festlegen
  
- 03** **SCHRITT 2** *Seite 4*  
Budgetallokation basierend auf Zielen und Prioritäten
  
- 04** **SCHRITT 3** *Seite 5*  
Erfahrungswerte und historische Daten analysieren
  
- 05** **SCHRITT 4** *Seite 8*  
Berücksichtigung des Wettbewerbsumfelds
  
- 06** **SCHRITT 5** *Seite 8*  
Testbudgets und kontinuierliche Optimierung
  
- 07** **SCHRITT 6** *Seite 9*  
Überwachung und Anpassung des Budgets
  
- 08** FAZIT *Seite 10*

# VORWORT

Bei der Anzeigenschaltung Deiner Google Ads Kampagnen gibt es mehrere Kostenpunkte. Hierzu gehören die Klickpreise (CPC) oder auch die Kosten pro Conversion. Unter Berücksichtigung dieser Faktoren legst Du zu Beginn ein Budget für Deine einzelnen Kampagnen fest und verhinderst so, dass Deine Anzeigen das geplante Marketingbudget übersteigen.

Denn je nach Kampagnenart wird nach Tagesbudget für einzelne Kampagnen, einem gemeinsamen Budget für mehrere Kampagnen oder aber einem Gesamtbudget unterschieden.

Die Budgetfestlegung ist für viele Unternehmen, die Google Ads schalten, eine wirklich wichtige Entscheidung, auch um die Kosten im Blick zu behalten und das Maximale für die Kampagnen herauszuholen. Schließlich erfordert die effektive Nutzung von Google Ads eine sorgfältige Planung und Allokation von finanziellen Ressourcen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

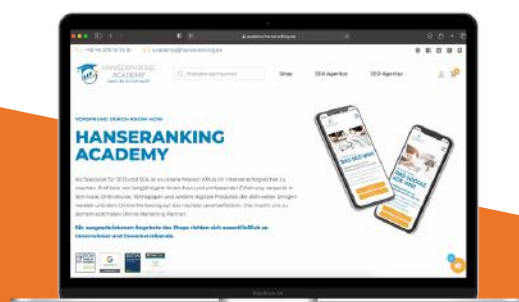
Allerdings stehen Unternehmen vor einer Vielzahl von Problemen und Fragen, wenn es darum geht, das optimale Budget für die eigenen Google Ads Kampagnen festzulegen.

Der komplexe Prozess der Budgetfestlegung erfordert eine gründliche Analyse und Planung, da verschiedene Faktoren berücksichtigt werden müssen.

Angesichts dieser Herausforderungen und Unsicherheiten bei der Budgetfestlegung für Google Ads ist es entscheidend, eine gute Strategie zu haben, um das Werbebudget möglichst effizient einzusetzen.

Wie Du ein angemessenes und effizientes Budget für Deinen Kampagnenstart festlegst, werden wir im Folgenden in 6 Schritten zusammen durchgehen.

**BEI FRAGEN ODER WEITERFÜHRENDEN INFORMATIONEN  
STEHEN DIR UNSERE EXPERTEN JEDERZEIT ZUR VERFÜGUNG!**



**Kontakt  
aufnehmen**

# WAS MUSS BEI DER BUDGET-PLANUNG BEACHTET WERDEN?

DIESE 6 SCHRITTE HELFEN DIR DABEI, DAS RICHTIGE BUDGET FÜR DEINE KAMPAGNEN ZU FINDEN

## SCHRITT 1

### KLARE ZIELE UND MESSGRÖSSEN FESTLEGEN

Der erste Schritt bei der Budgetfestlegung für Deine Google Ads besteht darin, klare Ziele und Messgrößen zu definieren. Überlege genau, welche Ziele Du mit Deiner Kampagne erreichen willst. Dazu zählt beispielsweise die Steigerung des Website-Traffics, die Generierung von Conversions oder die Verbesserung der eigenen Markenbekanntheit. Basierend auf diesen Zielen lassen sich geeignete KPIs (Key Performance Indicators) festlegen, um den Erfolg Deiner Kampagne zu messen und richtig einschätzen zu können.

## SCHRITT 2

### BUDGETALLOKATION BASIEREND AUF ZIELEN UND PRIORITÄTEN

Nachdem Du Deine Ziele festgelegt hast, sollte Dein Budget nach Prioritäten vergeben werden. Identifiziere die wichtigsten Kampagnen oder Produkte, auf die Du Dich konzentrieren willst, und lege einen entsprechenden Anteil Deines Gesamtbudget dafür fest. Dabei solltest Du unbedingt auch saisonalen Schwankungen oder besondere Ereignisse aus Deiner Branche einschätzen und einbeziehen.





Du willst  
Deine  
Stellenanzeigen  
erfolgreich  
platzieren und  
die besten  
Kandidaten für  
Dein  
Unternehmen  
gewinnen?

Jetzt kostenlos  
downloaden!



## SCHRITT 3

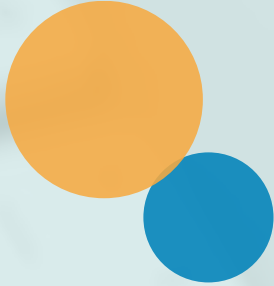
### ERFAHRUNGSWERTE UND HISTORISCHE DATEN ANALYSIEREN

Es ist hilfreich, Erfahrungswerte und historische Daten zu analysieren, um Einblicke in vergangene Kampagnenleistungen zu erhalten. Untersuche die durchschnittlichen Kosten pro Klick (CPC), die Conversion-Rate, den durchschnittlichen Bestellwert und andere relevante Metriken, um ein Verständnis für die erwarteten Ergebnisse und Kosten Deiner Google Ads-Kampagnen zu entwickeln.

Liegen keine historischen Daten vor, da eine Google Ads-Kampagne beispielsweise neu aufgesetzt wurde, ist es wichtig, alternative Methoden zur Informationsbeschaffung zu nutzen. Eine Möglichkeit besteht darin, eine gründliche Marktforschung und Wettbewerbsanalyse durchzuführen. Diese Schritte unterstützen Dich dabei:

**a) Zielgruppenanalyse:** Identifiziere Deine Zielgruppe und analysiere deren Verhalten, Interessen und Präferenzen. Tools wie beispielsweise Google Analytics, Matomo und alle relevanten soziale Medien und Umfragen helfen, um Einblicke in das Verhalten potenzieller Kunden zu gewinnen.

**b) Wettbewerbsanalyse:** Hierbei gilt es, direkte Konkurrenten aufzudecken, zu analysieren und deren Online-Werbestrategien einzuschätzen. Überprüfe deren Anzeigen, Keywords, Landing Pages und generelle Positionierung. Dadurch erhältst Du einen Überblick über die gängigen Praktiken Deiner Branche und kannst daraus Schlussfolgerungen für die eigene Budgetfestlegung ziehen.




**c) Keyword-Recherche:** Das Keyword-Recherche-Tool, wie beispielsweise der Google Keyword Planner, lässt sich wunderbar verwenden, um relevante Keywords aus der Branche zu identifizieren. Analysiere auch das Suchvolumen, den Wettbewerb und die durchschnittlichen Kosten pro Klick für diese Keywords. Somit erhältst Du einen guten Anhaltspunkt für die potenziellen Kosten und den Wert von Google Ads in Deiner Nische.

**d) Expertenmeinungen einholen:** Eine Suche nach Branchenexperten, Marketingagenturen oder anderen Unternehmen, die bereits Erfahrung mit Google Ads haben, ist sehr sinnvoll. Am besten fragst Du nach ihrer Einschätzung zur Budgetfestlegung ihres spezifischen Falles. Daraus kannst Du wertvolle Einblicke und Best Practices ziehen, die bei der Entscheidungsfindung helfen können.

Es ist wichtig zu beachten, dass bei einer Neuausrichtung von Google Ads-Kampagnen möglicherweise eine gewisse Testphase erforderlich ist, um die tatsächliche Performance zu ermitteln. Insofern empfiehlt es sich, mit einem konservativen Budget zu beginnen. Die Ergebnisse Deiner Kampagnen solltest Du immer im Blick haben, insbesondere während der Testphase solltest Du sie sorgfältig überwachen. Anhand der gewonnenen Daten kannst Du Dein Budget dann kontinuierlich anpassen und optimieren, sodass die gewünschten Ergebnisse erreicht werden können.



keywords



Hier findest Du einige wichtige Metriken, die dabei helfen können, Dein Budget zu optimieren. Natürlich ist es immer abhängig davon, welche Ziele Du verfolgst:

- **Click-Through-Rate (CTR):** Die CTR gibt das Verhältnis der Klicks auf Deine Anzeigen zur Anzahl der Impressionen an. Eine hohe CTR zeigt an, dass Deine Anzeigen gut sind und Deine Zielgruppe ansprechen. Eine niedrige CTR könnte hingegen darauf hinweisen, dass Anpassungen an Anzeigentexten oder Keywords erforderlich sind.
- **Conversion-Rate:** Die Conversion-Rate gibt an, wie viele Besucher Deiner Website tatsächlich eine gewünschte Aktion durchführen, wie beispielsweise einen Kauf tätigen oder ein Formular ausfüllen. Eine hohe Conversion-Rate zeigt an, dass Deine Anzeigen und Landingpages effektiv sind. Wenn die Conversion-Rate niedrig ist, solltest Du Deine Zielseiten überprüfen und mögliche Optimierungen vornehmen.
- **Cost per Click (CPC):** Der Cost per Click gibt an, wie viel Du für jeden Klick auf Deine Anzeigen bezahlst. Ein niedriger CPC bedeutet, dass Du effizientere Gebote abgeben solltest, um möglicherweise mehr Klicks für das Budget zu erhalten. Ein hoher CPC kann darauf hinweisen, dass Anpassungen an Deinen Geboten oder Keywords erforderlich sind, um kostengünstigere Klicks zu erzielen.
- **Return on Ad Spend (ROAS):** Der ROAS misst das Verhältnis zwischen den Einnahmen, die Du durch Deine Anzeigen generierst und den Kosten für diese Anzeigen. Ein hoher ROAS zeigt an, dass Deine Anzeigen rentabel sind und einen positiven ROI liefern. Ein niedriger ROAS kann darauf hindeuten, dass Deine Anzeigen nicht die gewünschten Ergebnisse erzielen und Anpassungen erforderlich sind.

- **Gesamtkosten und Budgetauslastung:**

Überwache die Gesamtkosten für Google Ads im Vergleich zum festgelegten Budget. Stelle auch sicher, dass Dein Budget effektiv eingesetzt wird und die Kosten nicht außer Kontrolle geraten. Wenn Deine Kosten das Budget überschreiten oder Dein Budget nicht ausreichend ist, müssen möglicherweise Anpassungen vorgenommen werden, um Deine Ziele zu erreichen.

## SCHRITT 4

### BERÜCKSICHTIGUNG DES WETTBEWERBSUMFELDS

Das Wettbewerbsumfeld hat einen direkten Einfluss auf die Kosten für Google Ads. Überprüfe die Aktivitäten Deiner Wettbewerber und analysiere deren Anzeigenpositionen und Gebote. Dies hilft Dir, einen Eindruck von den durchschnittlichen Kosten pro Klick der Branche zu erhalten und die eigenen Gebote entsprechend anzupassen.

Es lohnt sich auch, einen Blick in die Auktionsdaten zu werfen. Vorausgesetzt, es handelt sich um das Suchnetzwerk.

## SCHRITT 5

### TESTBUDGETS UND KONTINUIERLICHE OPTIMIERUNG

Es ist ratsam, zunächst kleinere Testbudgets für verschiedene Kampagnen zu verwenden, um deren Leistung zu bewerten. Basierend auf den Ergebnissen kannst Du Dein Budget entsprechend anpassen und die erfolgreichen Kampagnen skalieren. Achte dabei auf die kontinuierliche Optimierung Deiner Kampagnen, indem Du beispielsweise Keywords und Anzeigentexte testest. So lassen sich letztlich auch bessere Ergebnisse erzielen.







## SCHRITT 6

### ÜBERWACHUNG UND ANPASSUNG DES BUDGETS

Die Überwachung der Leistung Deiner Google Ads-Kampagnen ist entscheidend, um ein Budget effektiv zu nutzen. Analysiere regelmäßig die wichtigsten Metriken wie CTR (Click-Through-Rate), Conversion-Rate und ROAS (Return on Ad Spend). Basierend auf den Daten kannst Du das Budget anpassen und den Fokus auf die besten Performing-Kampagnen und Keywords legen.

### PRO TIP

Für den Anfang empfiehlt es sich, klein zu starten. Du kannst beispielsweise mit 10-50 € pro Tag planen. Behalte die Kosten dabei die erste Zeit täglich im Blick.

Allerdings solltest Du vermeiden, das Budget allzu oft anzupassen und große Sprünge vorzunehmen. Denn die Kampagne hat auch nach Veränderungen im Budget eine Lernphase, die im Schnitt 7-14 Tage andauern kann.

Außerdem solltest Du das Budget nach mindestens 30 Tagen prüfen und ggf. anpassen. Voraussetzung für die korrekte Anpassung ist ein gut funktionierendes Conversion-Tracking, welches den Erfolg der Kampagnen misst.

# FAZIT

Die Budgetfestlegung für Google Ads ist ein entscheidender Schritt, um das Beste aus Deinen digitalen Werbeausgaben herauszuholen. Es gibt eine Vielzahl von Herausforderungen und Unsicherheiten, denen Unternehmen gegenüberstehen, wenn es darum geht, ein angemessenes und effizientes Budget festzulegen.

Durch eine sorgfältige Planung, Analyse und Überwachung kannst Du jedoch sicherstellen, dass Dein Budget optimal genutzt wird und die gewünschten Ergebnisse erzielt werden.

Indem Du klare Ziele definierst, historische Daten analysierst oder alternative Methoden wie Marktforschung und Wettbewerbsanalyse nutzt, kannst Du eine fundierte Basis für Deine Budgetfestlegung schaffen. Die Berücksichtigung des Wettbewerbsumfeldes und die kontinuierliche Optimierung Deiner Kampagnen sind weitere wichtige Schritte, um sicherzustellen, dass Dein Budget effektiv eingesetzt wird.

Während der Überwachung und Anpassung der Kampagnen solltest Du verschiedene Metriken wie CTR, Conversion-Rate, CPC, ROAS und die Budgetauslastung im Auge behalten. Diese Metriken ermöglichen es Dir, den Erfolg Deiner Kampagnen zu messen, Engpässe zu erkennen und entsprechende Anpassungen am Budget vorzunehmen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

Letztendlich ist die Budgetfestlegung für Google Ads ein kontinuierlicher Prozess, der eine gewisse Experimentierfreudigkeit erfordert. Durch das Testen, Analysieren und Anpassen kannst Du das volle Potenzial Deiner Google Ads-Kampagnen ausschöpfen und eine solide Grundlage für den Erfolg Deiner digitalen Werbestrategie schaffen.

Es ist ratsam, sich regelmäßig über neue Entwicklungen und Best Practices im Bereich der Budgetfestlegung für Google Ads zu informieren, da sich die Landschaft ständig weiterentwickelt. Durch den Einsatz einer strategischen und datengetriebenen Vorgehensweise kannst Du Dein Budget optimieren und Deine Marketingziele effektiv erreichen.



**ALENA BAUER**

SEA MANAGERIN

[Mehr über  
die Autorin](#)

# DEINE KOSTENLOSE SEA BERATUNG



Microsoft Advertising  
Elite Partner

[Kontakt aufnehmen](#)

## INTERESSIERST DU DICH FÜR EINE INDIVIDUELLE SEA BERATUNG?

SEA hilft Dir bei der Vermarktung Deiner Produkte im Internet. Mit dem Werbeprogramm von Google kannst Du jetzt noch schneller und einfacher Onlinekampagnen mit profitablen Ergebnissen für Dein Unternehmen erstellen. Spreche Unternehmen, Werbetreibende und Milliarden von Nutzern im richtigen Moment an: Also genau dann, während sie z. B. Anfragen in der Google-Suche durchführen, Videos auf YouTube ansehen, neue Orte mit Google Maps erkunden, Apps auf Google Play entdecken oder Inhalte im Web durchforsten.

Lasse Dich von Deinem persönlichen SEA Experten über Deine Möglichkeiten beraten. In einem individuellen Beratungsgespräch finden wir gemeinsame Lösungsansätze für Deinen Erfolg im Internet. Und das Gute daran: Kostenfrei und unverbindlich!

## DEINE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- Sorge für eine bessere Sichtbarkeit Deiner Produkte oder Leistung im Internet
- mehr Reichweite + Neukundengewinnung über Google
- mehr Traffic für Deine Website
- mehr Umsatz

[Jetzt Kontakt aufnehmen](#)