



HANSE RANKING

*Damit's bei Ihnen Klick macht!*

HANSE RANKING ACADEMY

SEA WHITEPAPER

# Die beste Google Ads Gebotsstrategie für Deine Kampagne



# INHALT

- |           |  |                  |
|-----------|--|------------------|
| <b>01</b> | VORWORT  | <i>Seite 3</i>   |
| <b>02</b> | WELCHE GEBOTSSTRATEGIE IST DIE BESTE FÜR MEINE KAMPAGNE? | <i>Seite 4</i>   |
| <b>03</b> | KAMPAGNENZIELE   | <i>Seite 4-5</i> |
| <b>04</b> | GEBOTSSTRATEGIEN   | <i>Seite 5</i>   |
| <b>05</b> | SCHWERPUNKT AUF CONVERSIONS MIT SMART BIDDING            | <i>Seite 5-6</i> |
| <b>06</b> | SCHWERPUNKT AUF KLICKS MIT CPC-GEBOTEN                   | <i>Seite 7</i>   |
| <b>07</b> | SCHWERPUNKT AUF SICHTBARKEIT                             | <i>Seite 8-9</i> |
| <b>08</b> | SCHWERPUNKT AUF INTERAKTIONEN ODER AUFRUFEN              | <i>Seite 9</i>   |
| <b>09</b> | FAZIT  | <i>Seite 10</i>  |

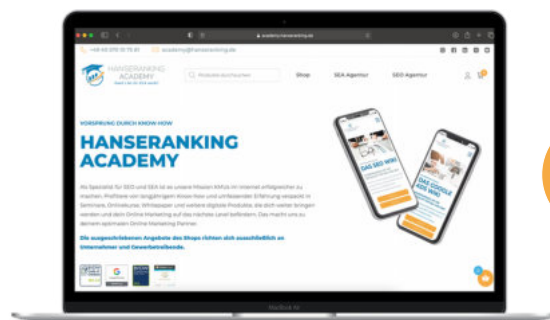
# VORWORT

Google Ads Werbung ist eine bedeutende Komponente im Online Marketing. Allerdings ist es nicht immer einfach, die erstellten Kampagnen gezielt auszurichten. Es gibt viele Einstellungen, welche zu beachten sind. Somit solltest Du auch die Einstellung der richtigen Gebotsstrategie berücksichtigen.

Jede der Gebotsstrategien verfolgt ein anderes Ziel und richtet Deine Kampagne demnach aus. In diesem Whitepaper erfährst Du, welche Gebotsstrategien es gibt und wie Du diese richtig für Deine Zielvorhaben einsetzen kannst.

Nachdem Du nun also verschiedene Gebotsstrategien kennengelernt hast, richtet sich der Blick auf verschiedene Schwerpunkte. Dazu haben wir Conversions mit Smart Bidding, Klicks mit CPC-Geboten, Sichtbarkeit und Aufrufen oder Interaktionen zusammengefasst.

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



# WELCHE GEBOTSSTRATEGIE IST DIE BESTE FÜR MEINE KAMPAGNE?

Du bist gerade dabei, Deine Google Ads Kampagnen einzurichten und musst dich nun für eine von vielen Gebotsstrategien entscheiden? Aber welche ist die beste Gebotsstrategie für Dein Zielvorhaben?

Bei der Erstellung der Kampagnen in Google Ads musst Du jeweils eine Gebotsstrategie für jede Deiner Kampagnen auswählen. In Google Ads sind mehrere Gebotsstrategien verfügbar, die auf verschiedene Zielvorhaben von Kampagnen zugeschnitten sind. Welche Strategie für Dich die richtige ist, richtet sich unter anderem nach den Netzwerken sowie den Schwerpunkten Deiner Kampagne. Hier erfährst Du, wie Du die richtige Gebotsstrategie dafür auswählst.

## KAMPAGNENZIELE

Damit Du die richtige Auswahl triffst, gilt es zuerst festzulegen, was mit der Kampagne erreicht werden soll, also welches genaue Ziel Du dabei verfolgst:

- **Klicks:** Du willst möglichst viele Zugriffe für Deine Webseite erzielen
- **Impressionen:** Hier steht die Bekanntheitssteigerung im Vordergrund, sodass Du möglichst oft gesehen wirst

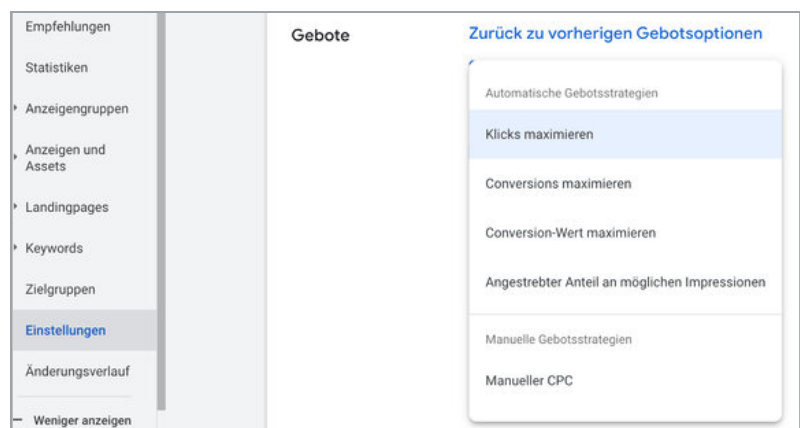


Dein erfolgreicher  
Einstieg in Google  
Ads - mit diesem  
Onlinekurs lernst  
Du die  
Performance  
Deiner Google  
Ads selbst in die  
Hand zu nehmen.

MEHR  
ERFAHREN!



- **Conversions/Umsatz:** Nutzer Deiner Webseite sollen eine bestimmte Aktion ausführen, wie z. B. der Kauf oder Download eines Produktes
- **Cost-per-Mille (CPM):** Erhöhe die Aufrufe Deiner Website durch eine Videoanzeige



## GEBOTSSTRATEGIEN

Nach der Festlegung des Kampagnenziels geht es im nächsten Schritt darum, die entsprechende Gebotsstrategie auszuwählen.

## SCHWERPUNKT AUF CONVERSIONS MIT SMART BIDDING

Wenn Du Dich darauf konzentrierst, Deine Conversion-Raten zu verbessern, könnten Smart Bidding-Strategien eine hervorragende Option sein. Diese ermöglichen es Dir, Gebote auf einfache und effiziente Weise festzulegen.


Automatisierte Gebotsstrategien nutzen maschinelles Lernen, um Conversions oder den Wert der Conversions in jeder Auktion zu optimieren. Dieser Prozess wird auch als "automatische Gebotsoptimierung" bezeichnet.

Zusätzlich werden bei der Auktion viele verschiedene Signale berücksichtigt, darunter Gerätetyp, Standort, Tageszeit, Sprache und Betriebssystem. Dadurch wird der spezifische Kontext jeder einzelnen Suchanfrage präzise erfasst.

Diese folgenden fünf Smart Bidding-Strategien sind verfügbar:

- **Ziel-CPA** (Cost-per-Action): Wenn Du Deine Gebote für Conversions optimieren möchtest, kannst Du mit der Strategie "Ziel-CPA" die Anzahl von Conversions erhöhen und gleichzeitig bestimmte Kosten pro Conversion ins Auge fassen
- **Ziel-ROAS** (Return on Advertising Spend): Wenn Du Gebote für den Conversion-Wert optimieren möchtest, kannst Du mit der Strategie „Ziel-ROAS“ den Conversion-Wert erhöhen und gleichzeitig einen bestimmten ROAS anstreben
- **Conversions maximieren:** Wenn Du Deine Gebote für Conversions optimieren möchtest, anstatt einen bestimmten CPA ins Auge zu fassen, verwende die Strategie "Conversions maximieren"



- 
- **Conversion-Wert maximieren:** Wenn Du den Conversion-Wert optimieren möchtest, ohne einen bestimmten ROAS zu erzielen, kannst Du die Strategie "Conversion-Wert maximieren" verwenden
  - **Auto-optimierter Cost-per-Click:** Wenn Du Deine manuellen Gebote automatisch anpassen möchtest, um die Anzahl der Conversions zu maximieren, kannst Du diese Strategie verwenden. Diese optionale Funktion ist bei manuellen Klickpreis-Geboten (CPC) verfügbar

## SCHWERPUNKT AUF KLICKS MIT CPC-GEBOTEN

Wenn Du zusätzliche Klicks erzielen möchtest, um mehr Zugriffe auf Deine Website zu generieren, solltest Du diese beiden Cost-per-Click-Gebotsstrategien in Betracht ziehen:

- **Klicks maximieren:** Diese automatische Gebotsstrategie ist die unkomplizierteste Methode, Gebote für Klicks abzugeben. Du musst lediglich ein durchschnittliches Tagesbudget festlegen. Das Google Ads-System übernimmt dann automatisch die Verwaltung Deiner Gebote, um mit Deinem Budget eine möglichst hohe Anzahl an Klicks zu erzielen
- **Manuelle CPC-Gebote:** Hier verwaltest Du Deine maximalen CPC-Gebote selbst. Du kannst unterschiedliche Gebote für jede Anzeigengruppe Deiner Kampagne oder für einzelne Keywords oder Placements angeben.

Somit entscheidest Du selbst, wie viel Du z. B. für ein bestimmtes Keyword ausgeben möchtest. Wenn Du feststellst, dass bestimmte Keywords oder Placements eine bessere Leistung erzielen, kannst Du ihnen mithilfe der manuellen Gebotseinstellung einen größeren Anteil Deines Werbebudgets zuweisen.

## SCHWERPUNKT AUF SICHTBARKEIT

Wenn Du Dich auf die Sichtbarkeit konzentrieren möchtest, kannst Du mit einer der folgenden Gebotsstrategien versuchen, sie zu maximieren.

- Durch die Verwendung der Gebotsstrategie **Angestrebter Anteil an möglichen Impressionen** werden Deine Gebote automatisch angepasst, um sicherzustellen, dass Deine Anzeige entweder an der Spitze der Suchergebnisseite oben auf der Seite oder zumindest auf der ersten Seite der Google-Suchergebnisse platziert wird
- **Cost-per-Mille (CPM):** Bei dieser Gebotsstrategie zahlst Du für die Anzahl der Impressionen auf YouTube oder im Google Displaynetzwerk. Jedes Mal, wenn Deine Anzeige ausgeliefert wird, zählt dies als Impression







- **Ziel-CPM:** Hier legst Du einen Durchschnittswert fest, den Du pro 1.000 Impressionen zu zahlen bereit bist. Gebote werden so optimiert, dass Deine Anzeigen von so vielen Nutzern wie möglich gesehen werden ("Unique Reach"). Mit dem Ziel-CPM kannst Du den durchschnittlichen CPM Deiner Kampagne niedriger oder gleich dem festgelegten Ziel halten. Die Kosten für Impressionen können jedoch variieren
- **Visible Cost-per-Mille (vCPM):** Diese manuelle Gebotsstrategie ist von Vorteil, wenn Dein Ziel ist, die Markenbekanntheit durch Anzeigen zu steigern, anstatt unbedingt Klicks oder viele Zugriffe zu generieren. Bei dieser Strategie hast Du die Möglichkeit, den maximalen Betrag festzulegen, den Du bereit bist, pro 1.000 sichtbare Anzeigenimpressionen im Google Displaynetzwerk zu bezahlen

## SCHWERPUNKT AUF INTERAKTIONEN ODER AUFRUFEN

Wenn Du Videoanzeigen schaltest, kannst Du Cost-per-View-Gebote (CPV) verwenden. Damit bezahlst Du für Videoaufrufe und andere Videointeraktionen wie z. B. Klicks auf Call-to-Action-Overlays (CTAs), Infokarten und Companion-Banner (werden auf YouTube neben Deiner Videoanzeige eingeblendet). Du gibst bei der Einrichtung Deiner TrueView-Videokampagne einfach den höchsten Preis ein, den Du bereit bist, für einen Aufruf zu zahlen.

# FAZIT

Letztendlich performen alle Gebotsstrategien in Google Ads unterschiedlich. Deshalb solltest Du vorab immer evaluieren, welches Ziel Du mit Deinen Kampagnen verfolgst, damit Du die richtige Strategie auswählen kannst. Hast Du Dich mal für die falsche Gebotsstrategie entschieden, kannst Du diese auch jederzeit auf Kampagnenebene ändern.

Generell gilt, dass die neuen Google Ads Kampagnen eine Lernphase benötigen, in der sich der Algorithmus auf die neue Gebotsstrategie anpassen kann. In dieser Lernphase sind keine optimalen Ergebnisse garantiert.

Wichtig ist zudem, dass Du stets alle Kampagnen mit automatischer Gebotsstrategie im Blick behalten musst und ggf. alle 30 Tage auf die aktuelle Performance hin anpassen solltest. Dies betrifft die Strategien an möglichen Impressionen, Ziel-CPA und Ziel-ROAS.

Hat Dir das Whitepaper gefallen? Dann freuen wir uns über Dein Feedback oder eine Bewertung.

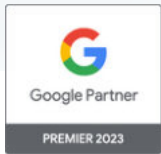


**PAULINA BOSSE**

SEA MANAGERIN

[Mehr über  
die Autorin](#)

# DEINE KOSTENLOSE SEA BERATUNG



[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](#)