

WAS IST GOOGLE ADS? – EIN EXKURS



Veröffentlicht am 9. Dezember 2016 von Annette

Mit Google Ads, ehemals Google AdWords, kannst Du Deine Webseite vorrangig in den Google Suchergebnissen platzieren. Wie das funktioniert, erfährst Du hier.

Es wird immer schwieriger, Webseiten auf den oberen Rängen der Ergebnislisten von Google & Co. zu platzieren. Daher bedienen sich Unternehmen immer öfter an bezahlten Diensten, um ihre **Webpräsenz** für Nutzer **hervorzuheben** und gezielt **Kunden anzusprechen**. Der wohl bekannteste Dienst ist **Google Ads, ehemals Google AdWords**. Aber um was handelt es sich dabei genau und was nützt es Dir?

WAS IST KEYWORDS ADVERTISING?

Google Ads, **früher Google AdWords** genannt, ist eine Online Werbeform des Marketings für Suchmaschinen, die sich **Keyword Advertising**, zu deutsch Schlüsselwörter Werbung nennt. Hierbei werden gegen Bezahlung kurze Anzeigen zu bestimmten Keywords inklusive eines Links in den Google Suchergebnissen platziert. Man erkauft sich mittels Google Ads also die **Pole Position** bei Google für bestimmte Suchwörter. Gibt ein Benutzer die entsprechenden Wörter bei Google ein, erscheint die Anzeige mit Link über und unter den nichtkommerziellen Suchergebnissen.

WO ERSCHEINT MEINE GOOGLE ADS ANZEIGE?

Die anfängliche Ansicht, bei denen die Anzeigen auf Google an der rechten Seite angezeigt wurden, hat Google bereits in der Entwicklung von Google AdWords eingestellt. Die Werbung erscheint heute ausschließlich **über und unter** den übrigen nicht bezahlten

Suchergebnissen, die man **organische Ergebnisse** nennt. Die Werbeanzeigen erkennt man an dem vorangestellten Wort „Anzeige“. Falls Du eine Google Ads Kampagne starten möchtest, macht es die Begrenzung zwischen den bezahlten Werbeanzeigen und nicht kommerziellen Ergebnissen schwerer, auf der ersten Seite mit Ads zu landen. An späterer Stelle geben wir Dir weitere Tipps für eine gute Positionierung Deiner Werbung. Nicht nur in Suchmaschinen beziehungsweise im **Such-Werbenetzwerk**, sondern auch auf anderen Webseiten – im sogenannten **Display-Werbenetzwerk** – wie YouTube können Google Ads erscheinen.

WIE BEZAHLE ICH FÜR EINE ANZEIGE AUF GOOGLE?

Bezahlt wird der Dienst von Google Ads, ehemals Google AdWords, im **Cost-per-Click-Verfahren (CPC)**. Das Unternehmen bezahlt also pro erfolgtem Klick auf die Anzeige. Der Preis für einen einzelnen Klick richtet sich nach den einzelnen Keywords. Google filtert ungültige Klicks und Klicks durch Roboterprogramme automatisch heraus oder schreibt dem Unternehmen die dadurch entstandenen Kosten wieder gut.

3, 2, 1,... MEINS – WIE VIEL MUSS ICH BIETEN?

In Deinem Google Ads Konto kannst Du für jedes Keyword **individuell festlegen**, welchen Betrag pro Klick Du bereit bist zu zahlen. In der Regel handelt es sich dabei um Centbeträge. Nur bei sehr umkämpften Themengebieten steigen die Preise pro Klick für ein Keyword über einen Euro oder mehr. Solche Beträge können oft nur von großen Firmen gezahlt werden. Hast du einen Preis bei Google Ads festgelegt, kannst Du sicher sein, dass Google diesen nicht überschreiten wird.

Wie viel genau Du letztlich zahlen musst, weißt Du in der Regel erst mal nicht und Du musst ein wenig zocken, um vor Deiner Konkurrenz zu landen. Durch eine **regelmäßige Kontrolle und Optimierung Deiner Kampagnen** kannst Du Deinen Preis per Klick weiter reduzieren und immer gezielter einsetzen. Ein weiterer wichtiger Faktor für das Ranking Deiner Werbung ist die **Qualität** Deiner Webseite. Auf der Pole Position landet bei Google nämlich nicht nur, wer am meisten bietet. Google möchte seinen Nutzern nämlich auch passende und qualitativ hochwertige Ergebnisse bieten. Eine kontrollierte und beständige Optimierung Deiner Seite zahlt sich also aus. Zusammen mit dem CPC und der **Ähnlichkeit der Suchanfrage mit Deinen Keywords** bestimmt der Qualitätsfaktor somit die Positionierung der Anzeigen.

DIE CONVERSION RATE

Du hast bereits die ersten Schritte erfolgreich absolviert und Deine Anzeige erscheint unter den Topergebnissen. Nun möchtest Du nicht, dass die potentiellen Kunden Deine Seite lediglich besuchen und schnell wieder verlassen. Wenn Du für die Klicks zahlst, möchtest Du natürlich, dass die Besucher auch eine Bestellung oder einen Auftrag aufgeben. Um den **Erfolg Deiner Anzeige** oder Deiner Website zu **ermitteln**, gilt es die sogenannte **Conversion Rate** zu berechnen.

Die erfolgreiche Ausführung der von Dir gewünschten Handlung durch den Kunden bezeichnet man als **Conversion**. Der Ausdruck stammt aus dem Englischen und dem Umfeld des Marketings. Zur Errechnung der Conversion Rate teilst Du die Anzahl der Besucher Deiner Seite durch die Anzahl der Kunden, die die gewünschte Handlung abgeschlossen haben und multiplizierst diese mal 100.

Conversion-Rate:

Anzahl der Käufe oder Bestellungen ÷ Anzahl der Besucher x 100

Es ist **schwierig** einen allgemeinen Wert für eine gute Conversion Rate zu benennen, da die Werte je nach Branche und Produkt **stark variieren** können. Außerdem spielt natürlich das Verhältnis zur Rate Deiner Mitbewerber eine Rolle.

Umfassender Schutz | Niedrige Beiträge | Kostenloses Angebot

[Anzeige](#) www.example.com/insurance

Günstiger, zuverlässiger Versicherungsschutz. 10 % Rabatt auf Onlineangebote. Schneller und übersichtlicher Vergleich von Versicherungsangeboten.

Google Ads Beispiel - Quelle: <https://support.google.com/google-ads/answer/1704389>

WIE GESTALTE ICH DIE GOOGLE ADS ANZEIGE?

Der Anzeigentext ist **auf eine gewisse Anzahl an Zeichen begrenzt**. Der Titel kann bis zu 90 Zeichen umfassen. Dabei wird die Überschrift durch einen senkrechten Strich in drei Anzeigentitel mit jeweils 30 Zeichen unterteilt. Du kannst diese Vorgabe komplett ausnutzen oder aber lediglich zwei Titel verwenden. **Bestücke den Titel mit Keywords**, die häufig als Suchbegriffe auf Google eingegeben werden und zu Deinem Unternehmen passen. Die Beschreibung der Werbeanzeige kannst Du mit maximal 180 Zeichen füllen. Auch hier kannst du zwei Beschreibungen mit jeweils 90 Zeichen angeben. Der Text sollte eine **Handlungsaufforderung**, den sogenannten **Call-To-Action (CTA)**, sowie Deine **Alleinstellungsmerkmale**, wie kostenloser Versand oder Werbeaktionen enthalten. Zwischen Titel und Beschreibung steht in grüner Schrift der Pfad beziehungsweise die jeweilige URL der Webseite.

Wichtig: Deine Ads-Anzeige sollte nicht auf die Startseite Deines Unternehmens verlinken, sondern stattdessen eine speziell für die Werbekampagne eingerichtete **Landingpage** zum Ziel haben. Dort solltest Du direkt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe eingehen – das kurbelt die Verkäufe an.

Hol Dir Textinspiration von anderen Anbietern. In jedem Fall solltest Du darauf achten, dass Deine Werbung **fehlerfrei und ansprechend gestaltet** ist. Es gelten die gleichen Regeln wie bei jeder anderen Werbung auch, Du musst die Aufmerksamkeit des Kunden in wenigen Sekunden auf Dich ziehen. Deine Zielgruppe wird in der Regel nur einen kurzen Blick auf Deine Ads Anzeige werfen und knapp und unterbewusst entscheiden, ob sie diese anklickt oder nicht. Deine Anzeige muss also originell sein und das Interesse des Google Nutzers sofort auf sich ziehen und so eine Handlung auslösen.

GOOGLE ADS AUCH FÜR KLEINE UND MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN?

Jedes Unternehmen, das eine eigene Website hat, kann Anzeigen bei Google Ads, ehemals Google AdWords, schalten. Das Budget ist prinzipiell frei wählbar und **eignet sich** damit besonders **für Unternehmen mit geringem oder mittlerem Marketing-Etat**. Neue Produkte, die niemand kennt, lassen sich eher schlecht über Ads vermarkten. Wer allerdings Lösungen für konkret formulierbare Probleme bietet oder regional arbeitet, kann bei richtigem Gebrauch massiv von Ads profitieren. Studien haben darüber hinaus auch ergeben, dass Google Ads eine weit höhere Akzeptanz genießt als andere Werbeformen im Netz.

Ein **wichtiger Tipp** für kleinere, regional tätige Unternehmen ist, die **Anzeigen im Display-**

Netzwerk - also auf anderen Webseiten wie beispielsweise auf YouTube - **auszuschalten** und das Kern-Einzugsgebiet der Kampagnen zu beschränken.

Beides lässt sich bei Ads einstellen und vermeidet sinnlose Klicks von Kunden, die sowieso viel zu weit entfernt wohnen. Auch eine zeitliche Eingrenzung kann sinnvoll sein.

WICHTIG – REGELMÄSSIGE KONTROLLE UND OPTIMIERUNG DEINER GOOGLE ADS ANZEIGE

Von besonderer Wichtigkeit bei Google Ads, vormals Google AdWords, ist die regelmäßige Kontrolle und Analyse der Werbekampagnen. Du solltest **mindestens einmal im Monat** nachsehen, mit welchen Keywords die meisten Klicks generiert wurden, zu welcher Tageszeit am meisten geklickt wird usw. Mit diesem Wissen lassen sich die Anzeigen stetig optimieren. So kannst Du genau festlegen in welcher Region oder zu welcher Tageszeit Deine Online Werbung erscheint und überflüssige Suchanfragen für Deine Keywords ausschließen. Dadurch sparst Du Geld und steigert Deinen Werbeerfolg. Verbinde Google Ads mit **Google Analytics** und erhalte den perfekten Überblick über Deine Kampagnen, die Besucher Deiner Seite, Klicks und erfolgreich abgeschlossene Bestellungen. Festzuhalten bleibt: Wenn Du Google Ads richtig einsetzt, bekommst Du ein vergleichsweise **günstiges und effektives Marketingwerkzeug** an die Hand.

Hast Du Interesse, Fragen oder möchtest Google Ads-Kampagnen starten?

Selbstverständlich stehen wir Dir als Online Marketing Agentur in allen Fragen rund um [Suchmaschinenwerbung](#) (Search Engine Advertising) kompetent zur Seite. Wir helfen Dir, Online Kampagnen zu konzipieren und wirkungsstark umzusetzen. [Sprich uns einfach an.](#)

[Kontakt aufnehmen](#)