



Schritt für Schritt zur Google AdWords-Kampagne

Google AdWords® sorgt dafür, dass Ihre Anzeige immer genau dann erscheint, wenn ein Nutzer themenverwandte Suchergebnis- und Content-Seiten angezeigt bekommt. Ihre Anzeige passt also immer zur Suche des Nutzers und ist deshalb besonders relevant für ihn. Bei Google AdWords zahlen Sie – selbst wenn Sie hunderttausende Impressions verzeichnen – nur dann, wenn ein Nutzer auf Ihre Anzeige klickt. Sie haben stets die volle Kostenkontrolle und können ganz einfach nachvollziehen, welchen Return-on-Investment Ihre Anzeige erzielt. Dank der anwenderfreundlichen Bedienung können Sie Ihr Google AdWords-Konto selbst verwalten oder von Ihrer Agentur betreuen lassen.

Besuchen Sie <http://adwords.google.de>. Klicken Sie auf „Starten Sie hier“ und folgen Sie den vier Schritten zu Ihrer persönlichen Google AdWords-Kampagne.

Schritt 1. Ermitteln Sie Ihre Zielkunden

- Wählen Sie die Sprachen, auf die Sie Ihre Kampagne ausrichten möchten. Beachten Sie, dass die Anzeige selbst nicht übersetzt wird.
- Legen Sie fest, in welchem Land oder in welcher Region Ihre Anzeige erscheinen soll.

Kunden in bestimmten Ländern oder Gebieten erreichen

Wählen Sie auf der linken Seite die Länder oder Gebiete aus, in denen Ihre Anzeige erscheinen soll, und klicken Sie auf "Hinzufügen". Die Zahl der Länder oder Gebiete, die Sie auswählen können, ist unbeschränkt. Ihre Anzeigen erscheinen in den von Ihnen ausgewählten Ländern oder Gebieten.

Verfügbare Länder und Gebiete
Alle Länder und Gebiete

Deutschland
Australien
Belgien
Brasilien
China
Dänemark
Finnland
Frankreich

Ausgewählte Länder bzw. Gebiete
Deutschland

Hinzufügen
Löschen

Zurück Weiter

Schritt 2. Erstellen Sie Ihre Anzeige

A. Verfassen Sie einen Anzeigentext

- Schreiben Sie einen kurzen Werbetext, in dem Sie Ihr Angebot präsentieren.
- Geben Sie in das Feld „Anzeige-URL“ eine Kurzform Ihrer URL ein, wie sie in der Anzeige erscheinen soll.
- Im Feld „Ziel-URL“ fügen Sie bitte die URL der Webseite ein, auf die Nutzer gelangen, nachdem sie auf Ihre Anzeige geklickt haben.

Anzeige erstellen

Beispiel für eine kurze Anzeige.
[Luxusreise zum Mars](#)
Besuchen Sie den Roten Planeten
Schwerelos Spaß für Jedermann!
[www.beispiel.com](#)

Überschrift: Luxusreise zum Mars Maximal 25 Zeichen

Textzeile 1: Besuchen Sie den Roten Planeten Maximal 35 Zeichen

Textzeile 2: Schwerelos Spaß für Jedermann! Maximal 35 Zeichen

Anzeige-URL: [http://www.beispiel.com](#) Maximal 35 Zeichen

Ziel-URL: [http://www.beispiel.com](#) Maximal 1024 Zeichen

Zurück Anzeige zurücksetzen Weiter

B. Wählen Sie Ihre Keywords aus

- Wählen Sie Keywords, die möglichst genau zu Ihrem Angebot passen.
- Nutzen Sie das Keyword-Vorschlagstool, um weitere Keywords zu finden.
- Sie können später jederzeit zusätzliche Keywords erstellen oder Ihre Auswahl bearbeiten, um auszuprobieren, welche Keywords gut funktionieren.

Keywords wählen

Geben Sie ein Keyword oder einen Satz pro Zeile ein.
[Beispielliste](#)

Luxusreise
Luxusreisen
Weltall
im Weltall
Reise zum Mars
Schwerelos Spaß
Spaß auf dem Mars
Reise
Reisen
Marsreise
Marsreisen

ODER - Geben Sie unten ein Keyword ein, um die relevanten Ergebnisse von unserem Keyword-Tool einzusehen.

Mars

Weitere Keywords abrufen

Zurück Weiter

Schritt 3. Legen Sie Ihre Kontoeinstellungen fest

A. Wählen Sie eine Währung

- Wählen Sie eine Währung für Ihr Konto aus, und beachten Sie, dass Sie diese Einstellung nicht mehr ändern können, nachdem Sie Ihr Konto aktiviert haben.
- Sowohl Abrechnung als auch Bezahlung werden in der von Ihnen gewählten Währung erfolgen.

B. Legen Sie Ihr Tagesbudget fest

- Mit dem Tagesbudget kontrollieren Sie Ihre Kosten. Sobald der (durchschnittliche) Tagesgrenzwert erreicht wird, erscheinen die Anzeigen an diesem Tag nicht mehr.
- Sie können Ihr Budget so oft erhöhen oder reduzieren, wie Sie möchten.

C. Bestimmen Sie Ihren maximalen Cost-per-Click (CPC)

- Der maximale CPC ist der Höchstbetrag, den Sie für einen Klick bezahlen möchten.
- Das AdWords-System empfiehlt Ihnen auf der Grundlage Ihrer Keywords eine Schätzung für ein Tagesbudget und einen maximalen CPC, mit dem Sie Ihre Anzeigen in der Nähe der Spitzenposition platzieren können.
- Mit dem Traffic Estimator können Sie sich im Voraus Schätzungen zu der Position und den Kosten einzelner Keywords anzeigen lassen.

Wählen Sie eine Währung

Für dieses Konto ausgewählte Zahlungsform:

[Zahlungsoptionen anzeigen](#)

Hiermit wird nur die Zahlungsart für Zahlungen an uns festgelegt und nicht, auf welche Art Sie Transaktionen mit Ihren Kunden abrechnen.

Hinweis: Diese Einstellung kann nicht mehr geändert werden, nachdem Sie Ihr Konto aktiviert haben.

Wie viel möchten Sie maximal im Durchschnitt pro Tag ausgeben?

Mit dem Tagesbudget [\[?\]](#) kontrollieren Sie Ihre Kosten. Sobald der (durchschnittliche) Tagesgrenzwert erreicht wird, erscheinen die Anzeigen an diesem Tag nicht mehr. (Das Budget steuert die Häufigkeit der Erscheinung Ihrer Anzeige, nicht die Anzeigenposition.) Sie können Ihr Budget so oft erhöhen oder reduzieren, wie Sie möchten.

Geben Sie Ihr Tagesbudget ein: €

Welchen Betrag sind Sie maximal bereit zu bezahlen, wenn ein Nutzer auf Ihre Anzeige klickt?

Sie bestimmen die Position Ihrer keyword-bezogenen Anzeige durch die Einstellung der maximalen Cost-per-Click (CPC) für die Anzeige [\[?\]](#). Die maximale CPC ist der Betrag, den Sie maximal bereit sind zu zahlen, wenn ein Nutzer auf eine Ihrer Anzeigen klickt. Sie können die maximale CPC so oft ändern, wie Sie möchten.

Geben Sie Ihren maximalen CPC ein: € (Minimum: €)

Höhere CPCs führen zu höheren Anzeigenpositionen, die normalerweise mehr Klicks erzielen.

[Möchten Sie die höchste erreichbare Klickrate erwerben?](#)

► [Traffic Estimator anzeigen](#) - Geben Sie einen CPC ein und zeigen Sie den geschätzten Rang, die Besucherzahlen sowie die Kosten für Ihr(e) Keyword(s) an.

Drei Dinge, an die Sie denken sollten:

- Ihre Anzeigen werden erst geschaltet, wenn Sie auf die von uns zugesendete E-Mail antworten und damit Ihr Konto aktivieren. Sie können Ihre CPC (Cost-per-Click) und Ihr Budget jederzeit ändern – oder Ihr Konto vollständig pausieren.
- Mit dem Budget kontrollieren Sie Ihre Ausgaben. Wenn Ihr Tagesbudget bei €5,00 liegt und der Monat 30 Tage hat, wird Ihnen für diesen Monat niemals mehr in Rechnung gestellt als €150.
- Wenn Ihnen die Schätzungen auf dieser Seite zu hoch erscheinen, haben Sie möglicherweise Keywords ausgewählt, die zu weit gefasst sind oder um die viele Mitbewerber konkurrieren. Reduzieren Sie Ihre Kosten, indem Sie spezifischere Keywords auswählen, z. B. rote Rosen anstelle von Blumen. Mit spezifischen Keywords ist die Wahrscheinlichkeit höher, durch einen Klick einen Kunden zu gewinnen. [Bearbeiten Sie Ihre Keyword-Liste](#).

Schritt 4. Anmeldung und Kontobestätigung

- Erstellen Sie ein Google-Konto für die Anmeldung bei AdWords, das es Ihnen ermöglicht, sich mit einer einzigen E-Mail-Adresse und einem übergreifenden Passwort bei den meisten Google-Services anzumelden.
- Sie erhalten von Google eine Bestätigungs-E-Mail, nachdem Sie auf „AdWords-Konto erstellen“ geklickt haben. Darin werden Sie gebeten, sich bei Ihrem neuen AdWords-Konto anzumelden und Ihre Rechnungsinformationen zu übermitteln. Hier können Sie, falls vorhanden, auch Gutschein-Codes eingeben. Ihre Anzeigen erscheinen innerhalb weniger Minuten bei Google.

Ein neues Google-Konto für die Anmeldung bei AdWords erstellen

E-Mail:

Beispiel: myname@example.com. Hierbei handelt es sich um Ihren Nutzernamen und Ihren Anmeldenamen.

Passwort:

Muss mindestens 6 Zeichen umfassen. [?]

Passwort nochmals eingeben:

Geben Sie die Zeichen aus dem unten angezeigten Bild ein.



Groß- und Kleinschreibung wird berücksichtigt

Durch die Übermittlung dieses Formulars erklären Sie sich mit den [Nutzungsbedingungen](#) einverstanden. & [Datenschutzbestimmungen](#)

Tipp: Optimieren Sie Ihre Anzeige

- Optimieren Sie Ihre Kampagne(n), um deren Leistung zu steigern.
- Löschen Sie Anzeigen und Keywords, die keine guten Ergebnisse liefern.
- Passen Sie die Budgets Ihren jeweiligen Bedürfnissen an.
- Testen Sie unterschiedliche Keywords, um Ihre Kampagne(n) weiter zu optimieren.

