Google Ads Anzeigengruppen

Stand: 04.07.2022

Mithilfe des weltweit größten Werbenetzwerks Google Ads lassen sich kostenpflichtige Anzeigen innerhalb der Google Paid Search auf der Search Engine Result Page – den SERPs – schalten. Online-Werbeanzeigen in Form von Textanzeigen, Werbebannern oder Product Listing Ads lassen sich mithilfe des Anzeigenmanagers aufsetzen und innerhalb von Kampagnen, Anzeigengruppen oder auf Anzeigenebene verwalten.

Definition Google Ads-Anzeigengruppen

Eine Anzeigengruppe innerhalb von Google Ads **umfasst eine oder mehrere individuelle Anzeigen**. Allen Anzeigen innerhalb einer Anzeigengruppe sind **dieselben Keywords zugeordnet**. Eine oder mehrere Anzeigengruppen können in einer Kampagne zusammengefasst und thematisch sortiert werden. Die Strukturierung führt dazu, dass sich die Klickraten und somit auch der Qualitätsfaktor verbessern. So kann das Werbebudget effizient genutzt werden.

Erstellen einer Google Ads-Anzeigengruppe

Bevor eine Google Ads-Anzeigengruppe erstellt wird, müssen Überlegungen stattfinden, welche Gliederung bestehen soll. Nur **mit einem übersichtlichen Aufbau wird der Erfolg eintreten** und spätere Optimierungen lassen sich sinnvoll umsetzen. Zudem werden keine Keywords vergessen und die Anzeigen können kostensparend ausgespielt werden.

Zieldefinition

Hier ist es wichtig, die richtige Auswahl zu treffen, um die gesamte Kampagne darauf auszurichten. Soll beispielsweise eine Online-Marketing-Agentur beworben werden, können auch hier verschiedene Ausrichtungen gewählt werden.

- als Branding-Kampagne, um die Markenbekanntheit zu stärken
- als Produktgruppen-Kampagne, um ausgewählte Dienstleistungen in den Fokus zu rücken
- als Produkt-Kampagne, um höhere Conversions zu erreichen

Dabei ist es wichtig, sich bereits **während der Zieldefinition Gedanken über die richtigen Keywords zu machen**, welche die Intention näherbringen. Nur so kann Streuverlust vermieden und das Werbebudget optimal verwendet werden.

Keyword-Optionen festlegen

Zuerst muss das **Haupt-Keyword ermittelt werden und die dazugehörigen weiteren Schlüsselbegriffe**. Marketer sollten dabei entscheiden, ob das Keyword genau passend, als Longtail-Keyword oder als ausschließender Begriff verwendet werden soll. Die Google Ads-Keyword-Optionen sind vielfältig und können ideal auf die Ziele und das eigene Budget abgestimmt werden.

Ablauf

Nachdem die wichtigsten Kriterien festgelegt wurden, geht es an die Erstellung der einzelnen Google Ads-Anzeigengruppen.

1. Im Google Ads-Konto einloggen und Menüpunkt Anzeigengruppen auswählen
2. Neue Anzeigengruppe erstellen
3. Mithilfe eines neuen Fensters den Typ bestimmen
4. Zwischen dynamischen oder Standard-Optionen wählen – bei Ersterer übernimmt Google die Ausspielung der Anzeigen, bei Letzterer werden Textanzeigen nach individuellen Vorgaben angezeigt
5. Anzeigengruppe strukturell richtig benennen

Bei einem **festgelegten Budget für Google Ads-Anzeigen können auch unterschiedliche Kampagnen erstellt werden**, bei denen sich relevante Keywords ausschließen. Das spielt vor allem dann eine Rolle, wenn länderübergreifend geworben werden soll.

So kann in der ersten Kampagne die Online-Marketing-Agentur mit ausgewählten Dienstleistungen deutschlandweit Reichweite und Bekanntheit erreichen. In den weiteren DACH-Regionen hingegen muss die Marke erst einmal aufgebaut werden, sodass lediglich die Online-Marketing-Agentur als Suchbegriff nützlich ist. Das Budget kann auf beide Kampagnen verteilt werden. **Mit dem Anlegen von einzelnen Google Ads-Anzeigengruppen ist eine flexiblere Steuerung möglich** und die Anzeigen erscheinen bei unterschiedlichen Suchanfragen.

Funktionsweise von Google Ads-Anzeigengruppen

Die Zusammenfassung dient der **Strukturierung einzelner Anzeigen** – beispielsweise nach der Art der beworbenen Produkte. Auf der Ebene der Anzeigengruppe werden Preisgebote in Form eines maximalen Cost-per-Click-Gebots **– dem CPC-Gebot –** für die Platzierung der einzelnen Anzeigen abgegeben. Neben des CPC-Gebots lassen sich auch einzelne Gebote für Keywords innerhalb der Anzeigengruppe definieren.

Die für die Anzeigengruppe definierten Keywords lassen sich in drei unterschiedliche Kategorien einteilen:

- genau passende Keywords
- weitestgehend passende Keywords

- passende Wortgruppen

Neben dem Einschließen bestimmter Schlüsselwörter lassen sich bestimmte Keywords auch aus der Anzeigengruppe ausschließen. Diese werden bei der Anzeigenschaltung nicht berücksichtigt. Mithilfe des Google Ads-Editors lassen sich Kampagnen und Anzeigengruppen auch offline verwalten.

Variantenreiche Anzeigenformate innerhalb der Google Ads-Anzeigengruppen

Innerhalb der im Google Ads-Profil angelegten Anzeigengruppen lassen sich unterschiedliche Anzeigentypen aufsetzen und verwalten. Wird eine neue Anzeige erstellt, wird diese vor der ersten Platzierung stets vom System geprüft.

Textbasierte Anzeigen

Sogenannte Textanzeigen sind Werbeanzeigen, die sowohl auf der Search Engine Result Page als auch in anderen Werbenetzwerken platziert werden. Im Gegensatz zu anderen Anzeigentypen kommen **Textanzeigen ohne Grafiken und Fotos** aus und folgen immer demselben Aufbau, der sich durch 3 Bestandteile auszeichnet: einem Anzeigentitel, einem hinterlegten Link und einer Beschreibung.

Werbebanner

Damit sind Bildanzeigen – Display Ads – gemeint, die in den Google Displaynetzwerken platziert werden. Dabei gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Formate und Funktionen. Mithilfe von Cookies können die Anzahl der Impressions, der Klicks und der generierten Conversions nachvollzogen und ausgewertet werden. Durch das Tracking und gezielte Targeting-Methoden kann die **Bannerwerbung** zudem effizienter gestaltet und optimiert werden.

Product Listing Ads (PLA)

PLA bezeichnen Produktanzeigen innerhalb des Paid Search. Dieses Anzeigenformat umfasst immer einen **Anzeigentitel, ein Produktbild, einen deklarierten Preis** und eine kurze Textzeile in Form eines Werbeslogans oder Hinweises. PLAs werden immer dann vom Suchnetzwerk ausgespielt, wenn der Internetnutzer nach einem bestimmten Produkt anhand eines entsprechenden Keywords oder einer Keyword-Kombination sucht. Innerhalb der Ads-Anzeigengruppen kann der Werbetreibende die zu bewerbenden Produkte oder Produktgruppen festlegen.

Dynamic Search Ads

Das sind Suchanzeigen, die von Ads dynamisch erstellt werden und dabei **auf dem jeweiligen Webseiten-Content des Displaynetzwerks basieren**. Durch die Verwendung dieses Anzeigentyps lässt sich Zeit sparen und ein höherer Return on Investment – der ROI – generieren.

Als Agentur für Suchmaschinenwerbung und Experten für Google Ads unterstützen wir Sie gerne bei Ihren Ads-Kampagnen. Profitieren Sie von unserer Expertise!