

DEMAND-GEN-KAMPAGNEN

Die neue Generation des Performance-Marketings



LÖWENSTARK®
ONLINE MARKETING

INHALTSVERZEICHNIS

1. DEMAND-GEN-KAMPAGNEN: DIE NEUE GENERATION DES PERFORMANCE-MARKETINGS	
Einleitung	4
2. WARUM DEMAND GEN?	
Einleitung	4
Die Vorteile von Demand-Gen-Kampagnen	4
3. ZIELGRUPPEN UND TARGETING	
Einleitung	5
Wer sind die Zielgruppen für Demand-Gen-Kampagnen?	5
Präzises Targeting für maximale Effizienz	6
4. KREATIVE GESTALTUNG VON DEMAND-GEN-KAMPAGNEN	
Einleitung	7
Erfolgsfaktoren für Bild- und Video-Assets	7
5. KAMPAGNEN-SETUP UND STEUERUNG	
Einleitung	8
Aufbau einer erfolgreichen Demand-Gen-Kampagne	8
Optimierung durch A/B-Testing und Datenanalyse	9
Dynamische Anzeigenauspielung mit Google AI	9

INHALTSVERZEICHNIS

6. ERFOLGSMESSUNG UND KPIS

Einleitung	10
Wichtige Kennzahlen für Demand-Gen-Kampagnen	10
Analyse und Interpretation der Performance-Daten	11

7. BEST PRACTICES UND ERFOLGSBEISPIELE

Erfolgsbeispiel Europa Park	12
Erfolgsbeispiel Aquaclean	13

8. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Übersicht	14
-----------------	----



1. DEMAND-GEN-KAMPAGNEN: DIE NEUE GENERATION DES PERFORMANCE-MARKETINGS

Die digitale Werbewelt entwickelt sich rasant – klassische Display-Kampagnen stoßen zunehmend an ihre Grenzen. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, nicht nur sichtbar zu sein, sondern auch **gezielt die richtigen Nutzer zur richtigen Zeit** mit den **passenden Botschaften** zu erreichen. Genau hier setzt Demand Gen an.

Mit einer Kombination aus datengetriebenem Targeting, kreativen Bild- und Video-Assets sowie **KI-gestützter Anzeigenauspielung** bieten **Demand-Gen-Kampagnen** eine innovative Möglichkeit, Markenbekanntheit und Conversions gleichzeitig zu steigern. Sie sprechen potenzielle Kunden in ihrer aktiven Recherchephase an und sorgen für eine nahtlose Integration in deren digitale Customer Journey.

In diesem Whitepaper erfahren Sie, wie Demand-Gen-Kampagnen funktionieren, welche Vorteile sie gegenüber herkömmlichen Display-Kampagnen bieten und wie Sie sie optimal für Ihre Marketingstrategie nutzen können. Entdecken Sie aussagekräftige Case Studies, lassen Sie sich inspirieren und entdecken Sie die **nächste Evolutionsstufe des digitalen Marketings!**

2. WARUM DEMAND GEN?

Die Art und Weise, wie Nutzer Inhalte konsumieren, hat sich verändert – und mit ihr auch die Anforderungen an erfolgreiche digitale Werbung. Klassische Display-Kampagnen reichen in der Suchmaschinenwerbung (SEA) nicht mehr aus, um **Zielgruppen effektiv zu erreichen**. Demand-Gen-Kampagnen bieten eine leistungsstarke Alternative, die durch datenbasierte Personalisierung, kreative Gestaltung und eine gezielte Ausspielung überzeugt.

Die Vorteile von Demand-Gen-Kampagnen

- **Erhöhte Reichweite:** Dank intelligenter KI-gestützter Optimierung erreichen Ihre Anzeigen genau die Nutzer, die sich aktiv für Ihre Produkte oder Dienstleistungen interessieren.
- **Stärkere Kundenbindung:** Durch visuell ansprechende, individuell abgestimmte Creatives in Form von Bildern und Videos bleibt Ihre Marke nachhaltig im Gedächtnis.
- **Bessere Performance als klassische Display-Kampagnen:** Demand Gen setzt auf ein datengetriebenes Modell, das relevante Zielgruppen anspricht und so die Effizienz Ihrer Marketingmaßnahmen steigert.

- **Vielseitige Platzierungsmöglichkeiten:** Ihre Anzeigen erscheinen dort, wo sich Ihre potenziellen Kunden aufhalten – sei es in Google Discover, YouTube oder Gmail.
- **Optimierte Nutzeransprache:** Durch das dynamische Ausspielen von Anzeigen und gezielter Personalisierung sprechen Sie Interessenten mit den passenden Botschaften an – zum richtigen Zeitpunkt und auf dem richtigen Kanal.

Demand-Gen-Kampagnen sind somit **nicht nur eine Erweiterung der bisherigen Display-Werbung**, sondern eine innovative Möglichkeit, um Ihre Marke noch gezielter zu positionieren und die Customer Journey Ihrer potenziellen Kunden aktiv zu begleiten.

3. ZIELGRUPPEN UND TARGETING

Erfolgreiches Marketing beginnt mit einer **präzisen Zielgruppenanalyse**. Demand Gen ermöglicht es Ihnen, genau die Nutzer zu erreichen, die am wahrscheinlichsten mit Ihrer Marke interagieren und eine Kaufentscheidung treffen.

Wer sind die Zielgruppen für Demand-Gen-Kampagnen?

Die Kampagnen eignen sich für eine Vielzahl von Branchen und Zielgruppen. Besonders profitieren Unternehmen, die:

- **Markenbekanntheit aufbauen** möchten – durch gezieltes Storytelling und kreative Anzeigenformate
- **Interessenten ansprechen**, die bereits Suchsignale für bestimmte Produkte oder Dienstleistungen gezeigt haben
- **Wiederkehrende Kunden gewinnen**, indem sie gezielt bestehende Kontakte mit relevanten Inhalten ansprechen
- **Lead-Generierung und Neukundengewinnung optimieren**, indem sie potenzielle Kunden genau zum richtigen Zeitpunkt erreichen

Präzises Targeting für maximale Effizienz

Demand-Gen-Kampagnen nutzen eine Vielzahl von Targeting-Möglichkeiten, um die richtige Botschaft an die richtige Person zu bringen:

- **Custom Audiences:** Nutzen Sie bestehende Kundendaten, um genau die Personen anzusprechen, die bereits Interesse an Ihrer Marke gezeigt haben.
- **Lookalike Audiences:** Erreichen Sie neue potenzielle Kunden, die den Eigenschaften Ihrer Bestandskunden ähneln.
- **Interessenbasiertes Targeting:** Platzieren Sie Ihre Anzeigen bei Nutzern, die sich für verwandte Themen, Produkte oder Dienstleistungen interessieren.
- **Intent-based Targeting:** Nutzen Sie KI-gestützte Analysen, um Nutzer zu identifizieren, die kurz vor einer Kaufentscheidung stehen.
- **Plattformübergreifende Reichweite:** Demand-Gen-Anzeigen werden nicht nur in einer einzigen Umgebung ausgespielt, sondern auf mehreren relevanten Plattformen platziert.



4. KREATIVE GESTALTUNG VON DEMAND-GEN-KAMPAGNEN

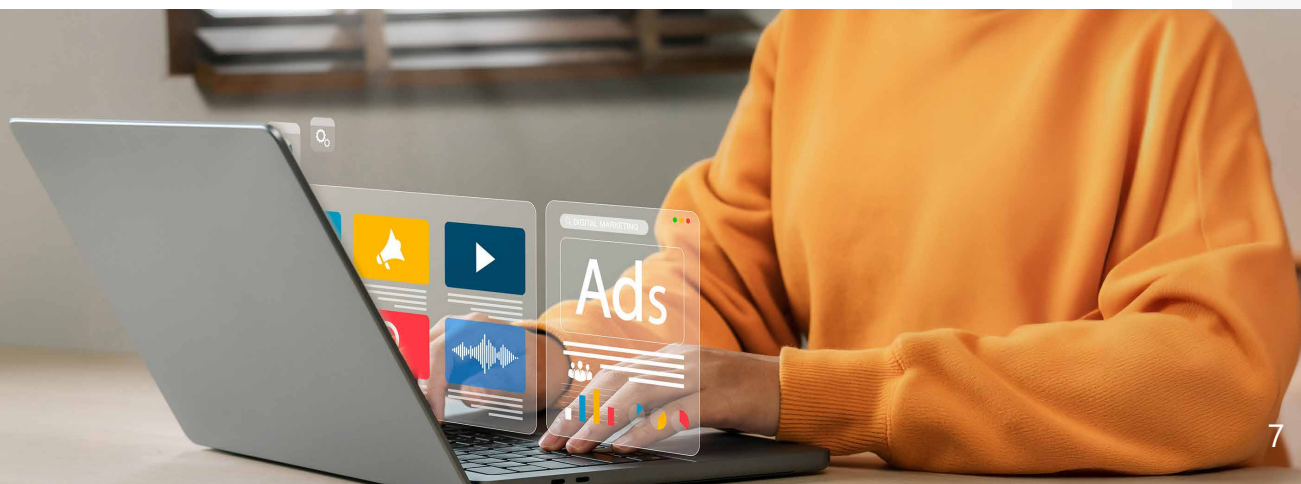
Die kreative Gestaltung ist ein zentraler Erfolgsfaktor für Demand Gen. Während die Zielgruppenansprache und das Targeting bereits den Grundstein für eine erfolgreiche Kampagne legen, **entscheidet die Qualität der Bild- und Video-Assets** darüber, ob die Anzeigen die gewünschte Wirkung erzielen und Nutzer wirklich zum Handeln anregen.

Erfolgsfaktoren für Bild- und Video-Assets

Internetnutzer sehen sich täglich mit einer Vielzahl von Inhalten konfrontiert. Deshalb ist es entscheidend, dass Ihre Anzeigen sofort die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Das bedeutet, dass **sowohl visuelle Elemente als auch die Botschaft** gezielt **auf die Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt** werden müssen.

Hier sind einige Erfolgsfaktoren, die Sie bei der Gestaltung von Creatives beachten sollten:

- **Visuelle Klarheit und Einfachheit:** Ihre Botschaft muss auf den ersten Blick verständlich sein. Vermeiden Sie überladene Designs und setzen Sie auf klare, leicht verständliche Bild- und Videoinhalte, die die Nutzer sofort ansprechen.
- **Emotionale Ansprache:** Bilder und Videos, die eine emotionale Reaktion hervorrufen, bleiben länger im Gedächtnis. Erzählen Sie eine Geschichte, die die Werte Ihrer Marke widerspiegelt und die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe anspricht.
- **Call-to-Action (CTA):** Ein klarer und überzeugender CTA ist essenziell, um die Nutzer zum Handeln zu motivieren. Er muss direkt, unmissverständlich und motivierend sein.





5. KAMPAGNEN-SETUP UND STEUERUNG

Das Setup und die Steuerung von Demand-Gen-Kampagnen sind entscheidend für deren Erfolg. Ein **strukturiertes Vorgehen** und die **kontinuierliche Optimierung** stellen sicher, dass Ihre Kampagnen nicht nur effizient ausgespielt werden, sondern auch den gewünschten Erfolg erzielen. Von der initialen Planung bis hin zur **fortlaufenden Anpassung** – ein gut durchdachtes Setup sowie eine präzise Steuerung sind unerlässlich, um das Potenzial von Demand Gen voll auszuschöpfen.

Aufbau einer erfolgreichen Demand-Gen-Kampagne

Der Erfolg einer Demand-Gen-Kampagne beginnt mit einer klaren Zielsetzung und einer strukturierten Planung. Um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen, sollten Sie folgende Schritte beachten:

Zieldefinition:

Legen Sie klare KPIs (Key Performance Indicators) fest, die Sie mit der Kampagne erreichen möchten. Ob es um die Steigerung der Markenbekanntheit, die Lead-Generierung oder die Maximierung des Umsatzes geht – Ihre Ziele sollten messbar und realistisch sein.

Optimierung durch A/B-Testing und Datenanalyse

Eine kontinuierliche Analyse und Optimierung sind unerlässlich, um die Performance Ihrer Demand-Gen-Kampagnen zu maximieren. Dabei kommt A/B-Testing ins Spiel, das es Ihnen ermöglicht, verschiedene Varianten Ihrer Anzeigen zu testen und die effektivsten zu ermitteln.

- **A/B-Testing von Creatives und Zielgruppen:** Testen Sie unterschiedliche Bild- und Video-Assets sowie verschiedene Call-to-Action-Formulierungen, um herauszufinden, welche am besten bei Ihrer Zielgruppe ankommen. Ebenso können unterschiedliche Zielgruppenansprachen und Targeting-Strategien ausprobiert werden.

- **Kontinuierliche Performance-Analyse:** Nutzen Sie Datenanalyse-Tools, um die Performance Ihrer Kampagnen in Echtzeit zu überwachen. Achten Sie dabei auf Kennzahlen wie Klickrate (CTR), Conversion-Rate (CR), Cost-per-Click (CPC) und Return on Ad Spend (ROAS). Durch die regelmäßige Analyse der Ergebnisse können Sie schnell Anpassungen vornehmen und so die Effektivität Ihrer Kampagnen kontinuierlich steigern.

- **Iterative Anpassung:** Optimieren Sie Ihre Kampagne während des gesamten Verlaufs. Basierend auf den A/B-Testing-Ergebnissen und der Performance-Analyse passen Sie sowohl die Creatives als auch die Zielgruppenansprache an. Diese iterativen Anpassungen führen zu einer höheren Effizienz und besseren Ergebnissen im Bewerbungszeitraum.

Dynamische Anzeigenauspielung mit Google AI

Ein herausragendes Feature von Demand-Gen-Kampagnen ist die **Möglichkeit**, mithilfe von Google AI eine **dynamische Anzeigenauspielung durchzuführen**. Das bedeutet, dass Ihre Anzeigen basierend auf den individuellen Interessen und dem Verhalten der Nutzer in Echtzeit angepasst werden.

- **Automatisierte Anzeigenoptimierung:** Google AI kann automatisch die erfolgreichsten Anzeigenformate auswählen und ausspielen. Dabei wird nicht nur das Design der Anzeige optimiert, sondern auch die Ansprache und der Zeitpunkt der Ausspielung, um maximal relevante Nutzer zu erreichen.

- **Lernprozesse:** Mit jeder Interaktion lernt die KI mehr über die Vorlieben und das Verhalten der Zielgruppe. Diese fortlaufende Optimierung hilft dabei, die Effizienz der Kampagne zu steigern und gleichzeitig Streuverluste zu minimieren.

- **Plattformübergreifende Integration:** Google AI ermöglicht es, die Anzeigen über verschiedene Plattformen hinweg zu integrieren. Auf diese Weise erreichen Sie Ihre Zielgruppe genau dort, wo sie sich aufhält, und können Ihre Kampagnen noch gezielter steuern.

6. ERFOLGSMESSUNG UND KPIS

Die Erfolgsmessung von Demand-Gen-Kampagnen ist entscheidend, um zu verstehen, **wie gut die Kampagne funktioniert** und **welche Optimierungen notwendig sind**, um noch bessere Ergebnisse zu erzielen. Durch die Analyse relevanter KPIs (Key Performance Indicators) können Sie nicht nur die unmittelbare Performance Ihrer Kampagne überwachen, sondern auch langfristige Erkenntnisse gewinnen, die zukünftige Marketingstrategien beeinflussen.

Wichtige Kennzahlen für Demand-Gen-Kampagnen

Um den Erfolg Ihrer Demand-Gen-Kampagnen umfassend zu messen, sollten Sie auf eine **Vielzahl von KPIs** achten, die unterschiedliche Aspekte der Kampagne widerspiegeln. Zu den wichtigsten Kennzahlen gehören:

- ✓ **Klickrate (CTR)**
- ✓ **Conversion-Rate (CR)**
- ✓ **Cost-per-Click (CPC) und Cost-per-Acquisition (CPA)**
- ✓ **Return on Ad Spend (ROAS)**
- ✓ **Klicks und Impressionen**



Analyse und Interpretation der Performance-Daten

Sobald Sie die relevanten KPIs erfasst haben, ist es wichtig, die **Daten im Kontext Ihrer Kampagnenziele zu analysieren**. Dabei sollten Sie folgende Schritte berücksichtigen:

- **Vergleich der Zielsetzung mit den tatsächlichen Ergebnissen:** Haben Sie Ihre ursprünglichen Ziele erreicht? Wenn nicht, analysieren Sie, an welcher Stelle die Kampagne möglicherweise optimiert werden muss. Zum Beispiel könnte eine niedrige CTR auf ein Problem mit den Creatives oder dem Targeting hinweisen, während eine niedrige Conversion-Rate möglicherweise auf eine ineffektive Landingpage oder unzureichende Call-to-Actions zurückzuführen ist.
- **Datensegmentierung:** Analysieren Sie die Performance der Kampagne nach verschiedenen Kriterien, wie zum Beispiel demografischen Merkmalen, Interessen oder Geräten. Auf diese Weise können Sie herausfinden, welche Zielgruppen besonders gut auf Ihre Anzeige reagieren und welche Anpassungen erforderlich sind, um andere Gruppen besser zu erreichen.
- **Plattformübergreifende Performance:** Wenn Ihre Kampagne auf mehreren Plattformen läuft, ist es wichtig, die Performance jeder einzelnen Plattform separat zu bewerten. Welche Plattform erzielt die besten Ergebnisse? Sind bestimmte Formate oder Platzierungen erfolgreicher als andere?



7. BEST PRACTICES UND ERFOLGSBEISPIELE

Europa Park



Thema

Bewerbung Wellness-Angebote in der Wasserwelt Rulantica

ERZIELTE KPIS ÜBER 5 MONATE

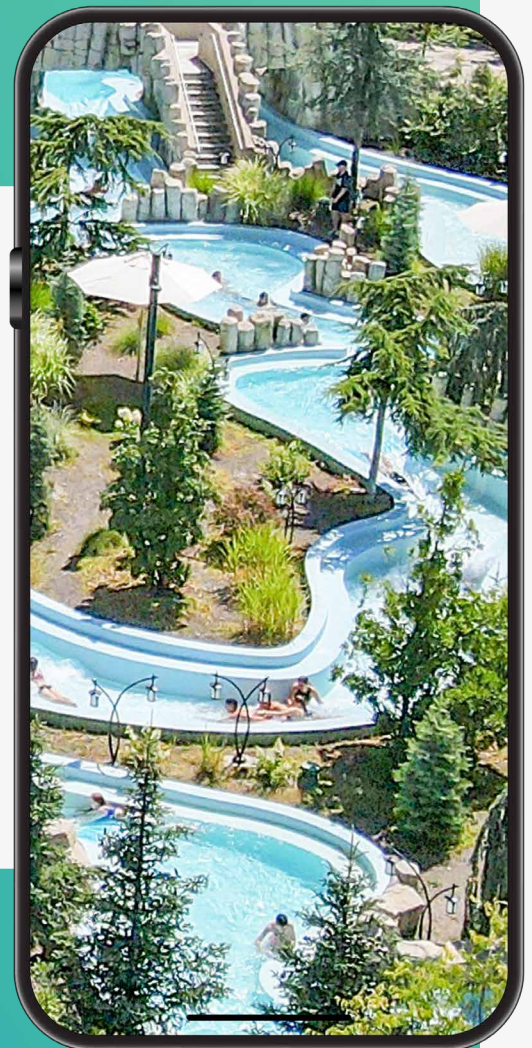
4.903.203
Impressionen

117.826
Klicks

2,40 %
CTR

0,88 €
CPM

0,04 €
CPC



7. BEST PRACTICES UND ERFOLGSBEISPIELE

Aqua Clean



Thema

Bewerbung Produktportfolio Aqua Clean, A/B Testing zu herkömmlicher Display-Kampagne

ERZIELTE KPIS ÜBER 60 TAGE

292.691
Impressionen

20.893
Klicks

7,14 %
CTR

2,11 €
CPM

0,03 €
CPC



8. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Demand-Gen-Kampagnen haben sich als äußerst effektives Instrument erwiesen, um **zielgerichtet und kosteneffizient den Website-Traffic zu steigern**, die Markenbekanntheit zu erhöhen und letztlich auch die Conversion-Rate zu verbessern. Die Case Studies zeigen klar, dass eine präzise Zielgruppenansprache, kombiniert mit kreativen Formaten wie Video- und Karussell-Anzeigen, zu **außergewöhnlich hohen Klickraten und niedrigen Kosten pro Klick** führt. Zudem kann die dynamische Optimierung der Kampagnen über verschiedene Geräte und Formate hinweg eine breite und relevante Zielgruppe erreichen.

Die positiven Ergebnisse der Kampagnen, insbesondere in Bezug auf die Kosteneffizienz und die Reichweitengenerierung, verdeutlichen, dass Demand Gen eine bevorzugte Wahl für Unternehmen ist, die eine **skalierbare und zielgerichtete Werbe-strategie** verfolgen. Das gilt sowohl für B2B als auch für B2C. Nachfolgend finden Sie einige Handlungsempfehlungen, um die Performance von Demand-Gen-Kampagnen zu verbessern.

1 Optimierung der Zielgruppenansprache

Definieren Sie Ihre Zielgruppe mithilfe von Audience Insights präzise. Eine detaillierte Segmentierung der Zielgruppe ist entscheidend, um relevante Interessenten zu erreichen und Streuverluste zu minimieren.

2 Investition in kreative Anzeigenformate

Um die Effektivität der Kampagnen weiter zu steigern, empfiehlt es sich, mit verschiedenen kreativen Formaten zu experimentieren. Besonders Video Ads und Karussell-Anzeigen bieten eine hohe Interaktivität und ermöglichen es, mehrere Produkte oder Dienstleistungen in einer Anzeige zu präsentieren.

3 Verwendung von Conversion-Tracking

Die Implementierung eines Conversion-Trackings sollte unbedingt Bestandteil jeder Google-Ads-Aktivität sein, um den Erfolg exakt messen und die Kampagnenstrategien gezielt optimieren zu können. Eine kontinuierliche Analyse und Anpassung basierend auf realen Daten führt langfristig zu besseren Ergebnissen.

4 Gebotsstrategie optimieren

Eine Gebotsstrategie wie Klicks maximieren bietet sich besonders an, wenn das Ziel die Traffic-Steigerung ist. Für Unternehmen, die jedoch auf Conversions optimieren wollen, kann eine Anpassung der Strategie sinnvoll sein, um den Return on Investment (ROI) weiter zu maximieren.

5 Budgetverteilung und Ausspielung

Eine kontinuierliche Beobachtung und Anpassung der Budgetverteilung auf verschiedene Anzeigengruppen ist wichtig, um die besten Resultate zu erzielen. Die Steuerung der Platzierungen und das Testen unterschiedlicher Anzeigengrößen oder Seitenverhältnisse hilft dabei, die Reichweite und Effizienz der Kampagne weiter zu optimieren.

6 Datengetriebene Entscheidungen treffen

Regelmäßige Auswertungen der Kampagnendaten sind notwendig, um Schwächen frühzeitig zu identifizieren und Optimierungen vorzunehmen. Tools wie Google Analytics, die Kampagnendaten auswerten und miteinander kombinieren, bieten wertvolle Insights zur weiteren Verbesserung.

Demand-Gen-Kampagnen stellen ein äußerst vielversprechendes Werbeinstrument dar, um Ihnen dabei zu helfen, Ihre Marketingziele effektiv und effizient zu erreichen. Indem Sie Ihre Kampagnenstrategien kontinuierlich anpassen und optimieren, können Sie Ihre Performance weiter steigern und den **Erfolg Ihrer Werbemaßnahmen langfristig sichern.**

Ihre SEA-Experten



Anna-Maria Daub

Teamlead SEA

☎ +49 (531) 21360-5539

✉ E-Mail: a.daub@loewenstark.com



Paolo Lattanzi

Teamlead SEA

☎ +49 (531) 21360-5549

✉ E-Mail: p.lattanzi@loewenstark.com





LÖWENSTARK®
ONLINE MARKETING

Löwenstark Online-Marketing GmbH

Demand-Gen-Kampagnen:
die neue Generation des Performance-Marketings

Autor: Lisa-Marie Scheller
Lektorat: Kathrin Wollschläger
Grafik & Design: Robin Holzhauer

Version: 1 – April 2025