Wie viel Werbebudget brauchst du wirklich?

Der kompakte 1-Seiten-Guide zur Budget-Kalkulation für deine Kampagnen

of 1. Deine Ziele bestimmen das Budget

- → Was willst du erreichen?
- Reichweite (Branding)
- Leads (z. B. Newsletter, Kontaktanfragen)
- Verkäufe (Online-Shop, Launch etc.)

Beispiel:

Ziel: 100 neue Leads

Ø Leadkosten (CPL): 20-50 €

→ Benötigtes Budget: 2.000-5.000 €

2. So rechnest du dein Werbebudget rückwärts

Formel:

= 3 Empfohlenes Budget

Beispiel Online-Shop:

Ziel: 100 Verkäufe

Kosten pro Kauf (CPA): 30 €

→ Budget: 3.000 €

4 3. Orientierung bei typischen Kosten

Ziel

Ø Kosten (branchenabhängig)

Klick (CPC) 0,50-2 €

Lead (CPL) 15-50 € Kauf (CPA) 20-80 €

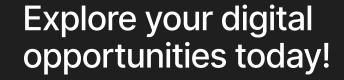
4. Weitere Einflussfaktoren

- → Wie bekannt ist deine Marke?
- → Wie klar und einfach ist dein Angebot?
- → Wie groß und kaufbereit ist deine Zielgruppe?
- → Gibt es ein funktionierendes Funnel-System?

5. So funktioniert ein sinnvoller Kampagnen-Test

Ein Test sollte nicht nur "mal schauen, was passiert" sein – sondern strategisch geplant.

- Tracking einrichten: sauberes Web-Tracking mit Pixel, Conversions & UTM
- ✓ Mehrere Creatives & Messages testen für unterschiedliche Zielgruppen
- 🗹 Zielgröße definieren: z.B. herausfinden, wie viel ein qualifizierter Lead oder Kauf kostet
- ▼ Testdauer planen: mindestens 10–14 Tage, ideal: 3–4 Wochen
- Danach auswerten: Wo performen welche Anzeigen gut? Was skaliert?
 - Unser Tipp: Plane ein realistisches Testbudget ein, das genug Daten liefert z. B. 2.000–5.000 € für Lead- oder Verkaufskampagnen. Je nach Ziel, Branche & Wettbewerb.





Currently accepting new Projects

