

# Gebotsstrategie-Entscheidungsbaum

Welche Strategie ab wie vielen Conversions — die Entscheidungslogik auf einer Seite.

## Schritt 1: Conversion-Tracking prüfen

- ☐ Conversion-Tracking ist eingerichtet und feuert korrekt
- ☐ Conversions zählen in den letzten 30 Tagen korrekt
- ☐ → Wenn NEIN: Tracking zuerst einrichten, dann hierher zurückkommen

## Schritt 2: Conversion-Volumen bestimmen

- ☐ < 15 Conversions / 30 Tage → Weg A (wenig Daten)  
Mikro-Conversion-Strategie prüfen (siehe unten)
- ☐ 15–30 Conversions / 30 Tage → Weg B (moderate Daten)
- ☐ > 30 Conversions / 30 Tage → Weg C (ausreichend Daten)

### Weg A: Wenig Daten (< 15 Conv/Monat)

- ☐ Option 1: Maximize Clicks (Target Spend) als Datensammel-Phase  
Sammelt Klick-Daten, optimiert aber NICHT auf Conversions
- ☐ Option 2: Maximize Conversions OHNE Ziel-CPA  
Google nutzt Broad Signals — auch ohne Historie besser als Manual CPC
- ☐ Option 3: Mikro-Conversion als Primary setzen  
Z. B. Kontaktformular gestartet statt Formular abgeschickt — nur High-Intent-Aktionen!
- ☐ → Ziel: auf 30+ Conversions/Monat kommen, dann zu Weg C wechseln

### Weg B: Moderate Daten (15–30 Conv/Monat)

- ☐ Maximize Conversions empfohlen (ohne Ziel-CPA)
- ☐ Daten weiter aufbauen — noch kein Ziel-CPA setzen
- ☐ Wöchentlich CPA beobachten und Trend dokumentieren
- ☐ → Bei stabilem CPA über 4+ Wochen: Wechsel zu Weg C

### Weg C: Ausreichend Daten (30+ Conv/Monat)

- ☐ Target CPA (Ziel-CPA) empfohlen  
Ziel-CPA = Durchschnitts-CPA der letzten 4 Wochen als Startpunkt
- ☐ Alternativ: Target ROAS bei E-Commerce mit variablen Warenkörben
- ☐ Lernphase abwarten (7–14 Tage, keine Änderungen)
- ☐ Ziel-CPA nur in 10–15 %-Schritten anpassen
- ☐ → Bei Ziel-CPA-Änderung: neue Lernphase einkalkulieren

### Warnsignale: Lernphase neu gestartet

- ☐ Budget-Änderung > 20 %
- ☐ Gebotsstrategie gewechselt

- ☐ Conversion-Actions geändert (Primary/Secondary)
- ☐ Targeting oder Audiences umgebaut
- ☐ Kampagne pausiert und neu gestartet
- ☐ → Nach Lernphase-Reset: 14 Tage Ruhe halten, dann erst bewerten

---

Quelle: Ostend Academy Google Ads Kurs, Lektion 2.4 · [ostend.digital/google-ads-kurs](https://ostend.digital/google-ads-kurs)