

Kampagnen-Check: Die 10 häufigsten Fehler

Prüfe dein Konto Punkt für Punkt — jeder Fehler kostet Budget und verzögert Ergebnisse.

Tracking & Setup

- ☐ ❶ Kein Pixel oder Pixel feuert nicht korrekt
Prüfe mit Meta Pixel Helper + Events Manager → Test Events
- ☐ ❷ Falsches Kampagnenziel gewählt
Traffic statt Leads optimiert auf Klicks, nicht auf Conversions
- ☐ ❸ Conversion-Event falsch eingestellt
Event muss zur tatsächlichen Conversion passen (nicht PageView als Lead-Event)

Budget & Lernphase

- ☐ ❹ Budget zu niedrig für die Lernphase
Ad Set braucht ~50 Conv/Woche → $\text{Budget} = 50 \times \text{Ziel-CPA} \div 7$
- ☐ ❺ Während der Lernphase eingegriffen
Jede Änderung resettet die Lernphase. 48h+ Hands-off.

Targeting & Audiences

- ☐ ❻ Audience zu eng (< 100.000 Personen)
Zu kleine Audiences → hoher CPM, schlechte Auslieferung. Broad ist oft besser.
- ☐ ❼ Audience-Überschneidung zwischen Ad Sets
Eigene Ad Sets bieten gegeneinander → CPC steigt. Mit Overlap-Tool prüfen.

Creatives & Landing Page

- ☐ ❽ Nur 1 Creative pro Ad Set
Meta braucht Varianten zum Testen. Mind. 3 verschiedene Creatives.
- ☐ ❾ Creative ≠ Landing Page (Message Mismatch)
Anzeige verspricht X, Landing Page zeigt Y → hohe Absprungrate
- ☐ ❿ Landing Page nicht Mobile-optimiert
80 %+ des Meta-Traffics kommt von Mobile. Desktop-only LP = Conversion-Killer.

Quelle: Ostend Academy Meta Ads Kurs, Lektion 4.4 · ostend.digital/meta-ads-lernen