

Konto-Audit-Checkliste

Prüfe ein bestehendes Google-Ads-Konto in 20 Minuten — systematisch durch alle Hebel.

1. Tracking & Conversion-Setup

- ☐ Conversion-Actions vorhanden und feuern korrekt
- ☐ Kein Conversion-Counting-Fehler (z. B. Alle statt Eine bei Leads)
- ☐ GA4 verknüpft und importierte Zielvorhaben korrekt
- ☐ Keine veralteten oder doppelten Conversion-Actions

2. Kampagnenstruktur

- ☐ Kampagnennamen sprechend und einheitlich
- ☐ Anzeigengruppen thematisch eng geschnitten (max. 5 KW)
- ☐ Keine Keyword-Überschneidungen zwischen Anzeigengruppen
- ☐ Keine verwaisten Kampagnen/Anzeigengruppen (aktiv, aber leer)

3. Keywords & Suchbegriffe

- ☐ Keine Broad-Match-Keywords ohne Smart Bidding
- ☐ Suchbegriffsbericht der letzten 30 Tage geprüft
- ☐ Irrelevante Suchbegriffe als Negatives hinzugefügt
- ☐ Quality Scores geprüft — Keywords mit QS < 5 markiert
QS < 5 = Anzeige oder Landingpage passt nicht zum Keyword

4. Anzeigen & Assets

- ☐ Mindestens 1 RSA pro Anzeigengruppe mit 8+ Headlines
- ☐ Ad Strength mindestens Gut (besser: Sehr gut)
- ☐ Keine abgelehnten Anzeigen
- ☐ Sitelinks, Callouts und Snippets vorhanden
- ☐ Display-Pfade gesetzt

5. Budget & Gebotsstrategie

- ☐ Budget passt zur Gebotsstrategie (mind. 5x Ziel-CPA)
- ☐ Keine eCPC-Rückfälle (manuelle CPC ohne Enhanced)
eCPC wurde abgeschafft — alte Kampagnen fallen auf reines Manual CPC zurück
- ☐ Gebotsstrategie passt zum Conversion-Volumen (→ Entscheidungsbaum)
- ☐ Impression Share geprüft — bei < 50 % Budget oder QS Problem

6. Targeting & Einstellungen

- ☐ Standort-Targeting korrekt (Region, nicht Interesse an)
- ☐ Sprach-Targeting gesetzt

- ☐ Such-Partner und Display-Netzwerk bewusst ein-/ausgeschaltet
- ☐ Anzeigenplanung sinnvoll (wenn gesetzt)

Quelle: Ostend Academy Google Ads Kurs, Lektion 4.2 · ostend.digital/google-ads-kurs