

GOOGLE ADS CHEAT CODE

3 typische Fehler in Google
Ads kosten dich jeden Tag
unnötig Budget.

Optimieren jetzt deine
Leadkosten um bis zu 10 %.





Was dich im Cheat Code erwartet

80 % der Ads sind nicht effektiv

Wie wäre es, wenn deine Google Ads Kampagnen wirklich effektiv und erfolgreich performen würden. Du wüsstest, es kümmert sich jemand um die Kampagnen, gibt dir kontinuierliche Updates und du könntest dich vollkommen auf dein Business konzentrieren.

Regelmäßige Updates, stabiles und konstantes Wachstum und mehr Zeit für die Dinge, die dich erfüllen und voranbringen. Klingt das zu schön?

→ Mit dem richtigen Partner an deiner Seite ist das deine neue Wirklichkeit!

Leider sieht es meist etwas anders aus...

- Die Performance der Kampagnen stagnieren.
- Es wird viel getestet und nichts scheint zu funktionieren.
- Du bist selbst immer wieder im Account und versucht zu unterstützen.

Viele Unternehmen nutzen bereits Google Ads, um neue Kunden zu gewinnen und ihre Produkte zu bewerben. Anfangs funktionieren die Kampagnen oft noch gut – doch irgendwann kommt der Punkt, an dem jede Budgeterhöhung nur noch schlechtere Ergebnisse liefert.

Der Account scheint **festzustecken**, die Performance **stagniert** und keine Optimierung bringt wirklich den gewünschten Fortschritt.

Genau hier startet schon heute die Veränderung!

Das erwartet dich...

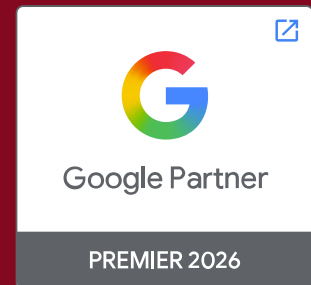
Deine Google Ads Expertin	04
Wohin dich der Cheat Code führt	05
3 häufige Fehler in Google Ads	06
Dein Optimierungs QuickWin	09
Erfolgsgeschichten	10
Deine nächsten Schritte	13
Deine Chance	14

Deine Google Ads Expertin

Warum ich den Cheat Code geschrieben haben

Hi, ich bin Tamara,

- mehr als 15 Jahren Erfahrung mit Google Ads
- Google Ads Premier Partner
- Erfahrung in der Optimierung mit Accounts mit +7-stelligen Budgets
- regelmäßige Google Schulungen
- bereits über 250 Unternehmen sind gemeinsam mit mir gewachsen



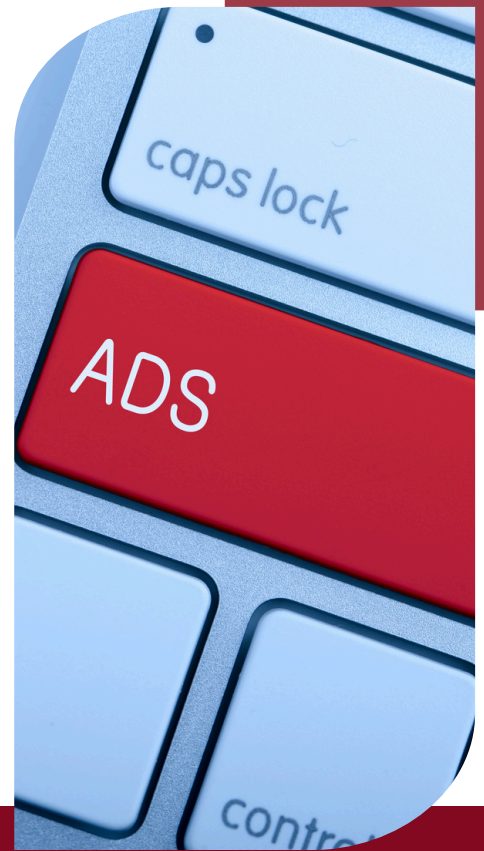
Ich sehe täglich Unternehmen, die viel Geld in Google Ads investieren, aber dennoch keine echten Ergebnisse erzielen:

- Google Ads ist mächtig, aber auch komplex.
- KI unterstützt, muss jedoch auch geprüft werden.
- Meist fehlt die richtige Struktur, Strategie und Kontrolle.
- Es gibt Unterstützung von Google oder Agenturen, doch nicht jede Empfehlung ist sinnvoll oder zielführend.

Wohin dich der Cheat Code führen wird

Hier bekommst du keine theoretischen Tipps oder bloße Zusatzinformationen. Der Cheat Code hilft dir dabei, typische **Fehler** direkt zu **vermeiden** und liefert dir **konkrete Schritte**, mit denen du sofort erste **Kosten einsparen** kannst.

Anhand echter Beispiele unserer Kunden kannst du bewährte Strategien direkt auf dein eigenes Setup übertragen.



- 3 der häufigsten Fehler, die in Google Ads gemacht werden
- 2 Filter, mit denen du sofort Kosten einsparen kannst
- 4 Cases aus denen du die Strategie direkt übernehmen kannst

Gemeinsam können wir wachsen

Wir erreichen genau die **richtigen** Kunden.



Dein Business **wächst** kontinuierlich.



Du hast mehr **Zeit** für das Kerngeschäft und steigerst gleichzeitig deinen **Umsatz**.

3 häufige Fehler in Google Ads

Ich habe bereits zahlreiche Accounts analysiert und optimiert – sowohl solche, die mit bestem Wissen und Unterstützung von ChatGPT aufgebaut wurden, als auch Accounts von Unternehmen, die bereits durch Agenturen betreut wurden.

Dabei zeigt sich immer wieder: Es gibt Empfehlungen und Vorgehensweisen, die selbst von Agenturen regelmäßig umgesetzt werden, jedoch in der Praxis zu falschen oder suboptimalen Ergebnissen führen.



1. „Weitgehend passende Keywords“ hinzufügen

Bitte vermeide diesen Fehler!

In den Empfehlungen im Google Ads Account wird dir häufig geraten, weitgehend passende Keywords hinzuzufügen – teilweise empfehlen das sogar die Google-Experten selbst. Theoretisch kannst du diese Vorschläge **mit nur einem Klick** in deinen Kampagnen übernehmen. Doch was danach passiert, lässt sich oft nur schwer wieder rückgängig machen.

Dabei werden nicht nur bestehende Daten überschrieben oder Keywords verändert bzw. entfernt – du öffnest damit auch die Tür für viele irrelevante Suchanfragen und damit für **unnötig verbranntes Budget**.

DIE BESTE EMPFEHLUNG FÜR SIE

Weitgehend passende Keywords hinzufügen +4 %

Mit ausgewählten weitgehend passenden Versionen Ihrer vorhandenen Keywords können Sie mehr Conversions mit ähnlichem oder höherem ROI erzielen

Empfohlen, da in Ihren Smart Bidding-Kampagnen einige weitgehend passende Keywords fehlen, mit denen Sie mit denselben Leistungszielen effizient mehr Conversions erzielen können

Diese Empfehlung ist für KI unerlässlich

Diese und weitere Signale werden in Ihrer Smart Bidding-Kampagne verwendet, um Ihre Gebote für Besucher automatisch anhand der Conversion-Wahrscheinlichkeit zu optimieren. Wenn Sie die Keyword-Option „Weitgehend passend“ verwenden, können dann mehr Besucher mit hoher Conversion-Wahrscheinlichkeit erreicht werden.

„Weitgehende Keywords“ manuell hinzufügen!

Vorsicht bei den Google Empfehlungen

2. „Automatische Assets“

Automatisch erstellte Assets

Sie können Google erlauben, Anzeigentitel- und Textzeilen-Assets für Ihre Anzeigen aus Inhalten Ihrer Landingpage, Ihrer Domain und Ihrer Anzeigen zu erstellen. Google stellt automatische Tools zur Verfügung, um die Assets je nach Relevanz für Ihre Keywords anzupassen. Anzeigenrelevanz und -leistung verbessern sich dadurch eventuell. [Weitere Informationen zu automatisch erstellten Assets](#)

- ☒ Aktiviert: Inhalte meiner Landingpage, Domain und Anzeigen in Kombination mit Assets verwenden, die ich zur Verfügung stelle. Assets je nach Relevanz für meine Keywords anpassen.
- ☐ Deaktiviert: Nur Assets verwenden, die ich für meine Anzeigen zur Verfügung stelle

i Automatisch erstellte Assets wurden für alle neuen Suchkampagnen in AI Max verschoben und in **Textanpassung** umbenannt. Aktivieren Sie AI Max, um diese Einstellung weiterhin zu verwenden. [AI Max aktivieren](#)

[Abbrechen](#) [Speichern](#)

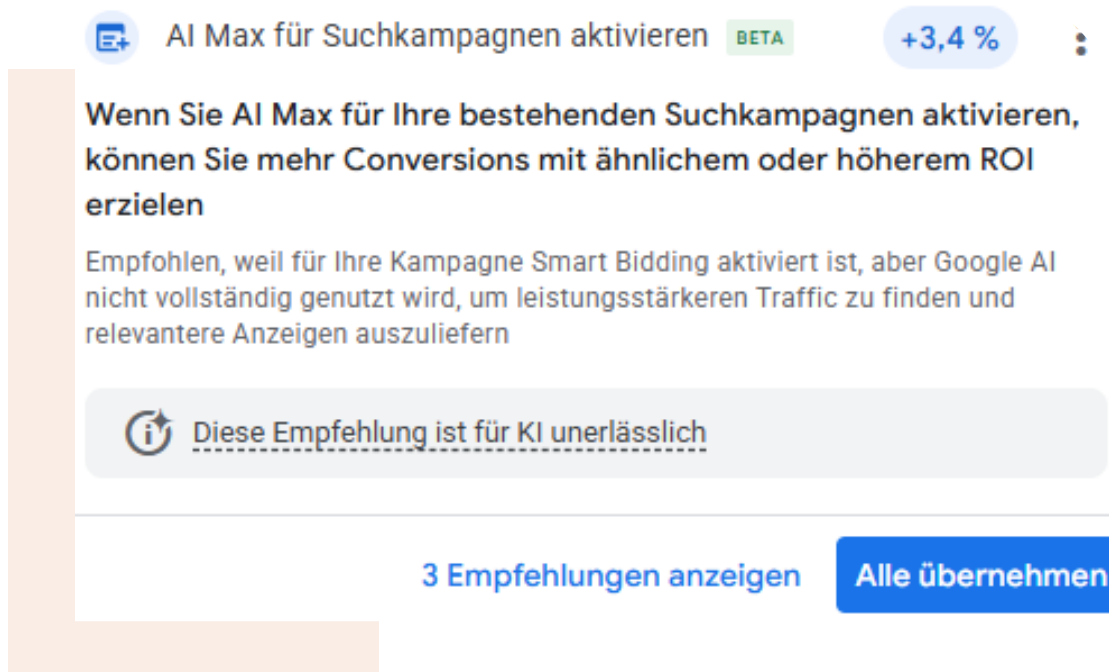
Klingt auf den ersten Blick verlockend und kann durchaus eine hilfreiche Unterstützung sein. Die automatischen Assets werden dabei auf Basis der Texte und Inhalte deiner Website erstellt. In der Praxis führt das jedoch nicht selten zu **unpassenden**, teils sogar seltsam wirkenden oder frei interpretierten Texten.

Auch die von Google ausgewählten Bilder sind nicht immer wirklich treffend oder passend zum Angebot.

Ich habe bereits Fälle gesehen, in denen Bilder aus Videos generiert wurden, die **keinerlei** erkennbaren **Bezug** zum Produkt oder zur Dienstleistung hatten.



„Automatische Assets“ immer genau überprüfen und beobachten!



AI Max für Suchkampagnen aktivieren BETA +3,4 %

Wenn Sie AI Max für Ihre bestehenden Suchkampagnen aktivieren, können Sie mehr Conversions mit ähnlichem oder höherem ROI erzielen

Empfohlen, weil für Ihre Kampagne Smart Bidding aktiviert ist, aber Google AI nicht vollständig genutzt wird, um leistungstärkeren Traffic zu finden und relevantere Anzeigen auszuliefern

 Diese Empfehlung ist für KI unerlässlich

3 Empfehlungen anzeigen Alle übernehmen

3. „AI Max“

 AI Max wird aktuell sehr gerne empfohlen, um die Performance der Search Kampagnen zu verbessern.

 Grundsätzlich kann AI Max gute Ergebnisse liefern. Allerdings ist es ein großer Fehler, AI Max einfach blind zu aktivieren.

► So solltest du “AI Max” für deine Kampagnen einsetzen

 Sorge dafür, dass deine Search Kampagnen **genug Budget** haben. Sie darf nicht durch das Budget eingeschränkt sein.

 Hast du bereits „**Broad Keywords**“ in deiner Search Kampagne integriert? Diesen Schritt solltest du zuerst angehen, bevor du AI Max aktivierst.

 Erstelle einen „**A/B Test**“ für die Search Kampagne und führe AI Max hinzu. So kannst du genau auswerten, wie sich die Kampagnen mit und ohne AI Max entwickeln.

 **„AI Max“ zuerst als A/B-Test hinzufügen!**

Quick Win: Kostenträger

„Non-converting Keywords“

Kosten > 50,00 € X		Conversions < 1,00 X		Filter hinzufügen			
	Impr.	Klicks	CTR	Durchschn. CPC	↓ Kosten	Conversion:	Conv. Wert/Kosten
	475.014	16.867	3,55 %	1,62 €	27.315,15 €	31,28	0,19

- 27.315 €

Mit diesem Filter können schnell Keywords ohne Conversions ermittelt werden. Abhängig vom Produkt sollte ab einer bestimmten Ausgabe mindestens eine Conversion erzielt werden.

Mit dem **ersten Filter** „Kosten > 50 €“ und „Conversions < 1“ können genau diese Keywords gezielt herausgefiltert werden. In einer Analyse konnten so unprofitable Ausgaben von über 27.000 € innerhalb eines Jahres identifiziert und gestoppt werden.

„Cost-inefficient Keywords“

Kosten > 100,00 € X		Conversions < 5,00 X		Kosten/Conv. > 250,00 € X		Filter hinzufügen	
	Impr.	Klicks	CTR	Durchschn. CPC	↓ Kosten	Conversion:	Conv. Wert/Kosten
	432.955	14.302	3,30 %	1,54 €	21.989,11 €	43,96	0,32

Mit dem **zweiten Filter** lassen sich Keywords identifizieren, die zwar Conversions erzielen, jedoch zu einem sehr hohen CPA bzw. einem niedrigen ROAS.

In dieser Analyse konnten dadurch zusätzlich 21.000 € an ineffizienten Ausgaben innerhalb eines Jahres eingespart werden.

- 21.989 €

Erfolge meiner Kunden

Was wir schon bewegt haben

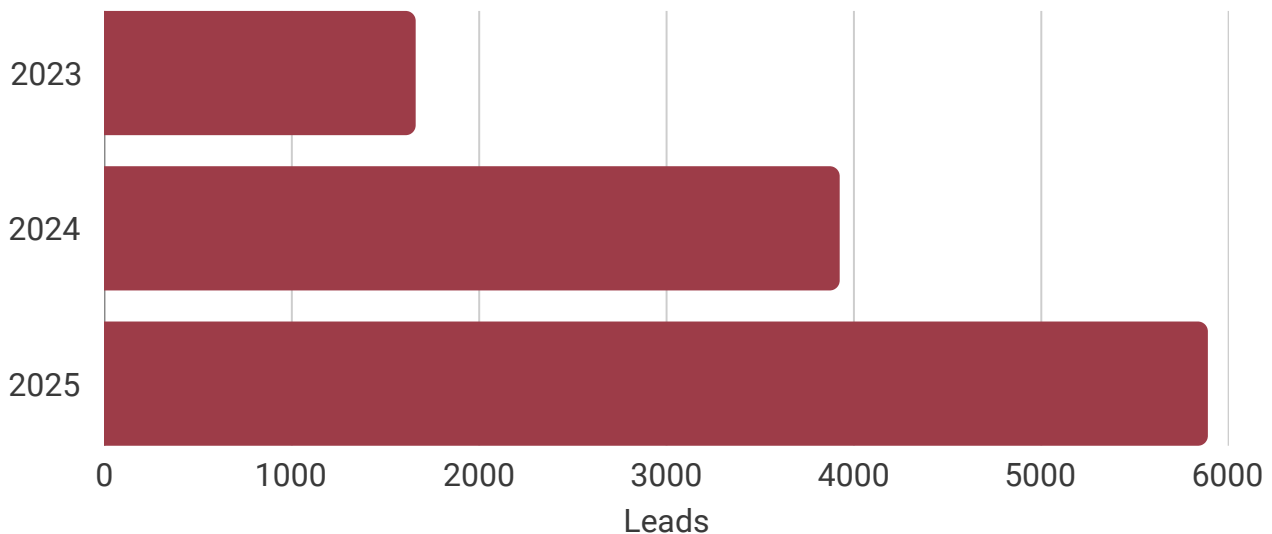
Deutliche Umsatzsteigerung



Ausgangssituation

Space Rocket ein Unternehmen für Online-Marketing & Webdesign war am Markt noch relativ unbekannt, verfügte jedoch bereits über erste Kunden.

Trotz mehrfacher Optimierungsversuche ließ sich weder die Sichtbarkeit noch die Anzahl der Leads nachhaltig steigern.



Resultat

Gemeinsam konnten wir ein stabiles Kampagnenfundament aufbauen, das zu einem deutlichen jährlichen **Wachstum** bei **Umsatz** und **Leads** geführt hat.

Auch der **Bekanntheitsgrad** konnte durch die Kampagnen spürbar gesteigert werden. Dadurch ist das Space Rocket Team ebenfalls kontinuierlich gewachsen.

Leads

 **+254 %**

Neue Zielgruppe & deutlich mehr Leads

Ausgangssituation

Der Musiker Simon wollte seine Bekanntheit über Google Ads steigern und mehr Anfragen generieren.

Zudem plante er einen Umzug in die Schweiz und wollte auch dort seine Sichtbarkeit gezielt aufbauen.

Neben seinem bisherigen Angebot – Livemusik für Hochzeiten und Events – wollte er künftig auch als DJ gefunden und wahrgenommen werden.

Resultat

Nachdem die Kampagnen erstellt und gestartet waren, haben wir das Budget um knapp 100 % erhöht, um das volle Marktpotenzial zu testen.

Das Ergebnis:

- Die **Anzahl** der **Anfragen** stieg um 230 %.
- Deutlich mehr Anfragen aus der Schweiz – die gewünschte neue Zielgruppe wurde erfolgreich erreicht.
- Die **Kosten** pro Anfrage konnten um 40 % **gesenkt** werden.

Auch seine **Bekanntheit** sowie die Suchanfragen nach Simons Musik sind seither deutlich **gestiegen**.

SIMON
Musik

Conversions

▲ **+230 %**

CPL

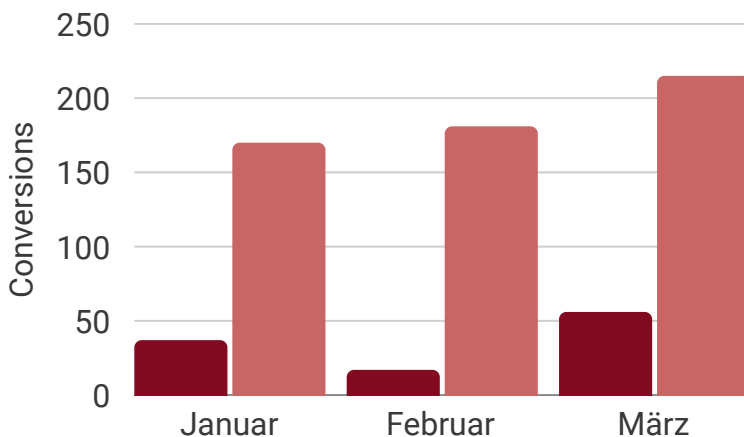
▼ **-40 %**



Conversion Steigerung

© COC-OnlineService

Year-over-year



▲ **+113 %**

**Mehr
Conversions im
Vergleich zum
Vorjahr**

Ausgangssituation

COC Onlineservice ist ein Vermittler für eine EU-weit anerkannte EG-Übereinstimmungserklärungen für Fahrzeughersteller.

Zu Beginn der Zusammenarbeit wurde in einer Kampagne mehrere Länder beworben. Das etwas wilde Chaos führte hauptsächlich zu Bestellungen in DE und teilweise Bestellungen aus anderen Ländern.

Allerdings konnten weder die Anzeigensprache noch die Zielseiten sauber auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt werden.

Zudem war es nur schwer möglich, genau nachzuvollziehen, welche Länder tatsächlich die besten Ergebnisse lieferten.

Resultat

- Durch einen einfachen und klar strukturierten Prozess konnten für alle Länder Kampagnen mit passenden Texten, Landingpages und Sprachen ausgebaut werden.
- Ein detaillierter Report zeigt alle wichtigen Kennzahlen je Land auf einen Blick.
- Das **Potenzial** der einzelnen Länder konnte geprüft und **ausgebaut** werden.
- Die **Conversions** konnten im Vergleich zum Vorjahr um starke 113 % **gesteigert** werden.

Google verändert die Spielregeln Bist du bereit?

Was die KI-Revolution für deine Google Ads bedeutet

Auf seiner I/O Konferenz 2026 hat Google deutlich gemacht: Die Suche wird KI-zentriert. AI Overviews und AI Mode rücken in den Mittelpunkt – und beantworten viele Fragen direkt, ohne dass Nutzer noch auf eine Website klicken.

**Das bedeutet nicht, dass Google Ads verschwindet.
Es bedeutet, dass die Regeln sich ändern.**

⚠ Was sich verändert:

- Keywords verlieren an Bedeutung
- KI nennt künftig nur noch 3–5 Anbieter pro Anfrage
- Ohne sauberes Tracking verlierst du im Blindflug
- Anzeigen werden in KI-Antworten eingebettet

✅ Was das für dich bedeutet:

- Google Ads bleibt der schnellste Hebel für planbare Nachfrage
- Conversion-Tracking wird zum wichtigsten Wettbewerbsvorteil
- Bekannte Marken haben bessere Chancen in KI-Empfehlungen
- Jetzt ist der richtige Zeitpunkt für ein stabiles Fundament

Google

Wie funktioniert künstliche Intelligenz?

Alle Bilder Videos News Bücher Mehr

https://de.wikipedia.org/wiki/Künstliche_Intelligenz

Künstliche Intelligenz – Wikipedia

Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet die Fähigkeit von Maschinen, Aufgaben zu erfüllen, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern. Dazu gehören Lernen, ...

<https://www.helmholtz.ai/blog/was-ist-ki>



Übersicht mit KI

Künstliche Intelligenz (KI) ermöglicht es Maschinen, zu lernen, zu verstehen und Entscheidungen zu treffen. Sie basiert auf Algorithmen und Daten, die Muster erkennen und daraus Vorhersagen oder Handlungen ableiten können.



Lernen

KI-Systeme lernen aus Daten und verbessern sich mit der Zeit.

Erkennen



Unternehmen, die heute handeln, werden morgen von der KI empfohlen.

Jetzt liegt es an dir!

Du hast nun den Cheat Code und damit die Möglichkeit, erste Optimierungen direkt in deinem Account umzusetzen.

Du kennst die **drei häufigsten Fehler** und kannst sie ab sofort vermeiden. Außerdem stehen dir **zwei Filter** zur Verfügung, mit denen du deine Ausgaben sofort reduzieren kannst.

Hier findest du noch weitere Schritte, die du jetzt gehen solltest:

1. Account Analyse

Prüfe deinen Account im Detail und identifiziere weitere Stellschrauben.

2. Optimierung

Investiere mind. 30 Tage, um deinen Account auf ein solides Fundament zustellen. Erst auf dieser Basis ist eine erfolgreiche Skalierung möglich.

4. Laufende Optimierung

Die Kampagnen sollten laufend optimiert werden. Beachte dabei die Veränderung der Trends, Saisonalitäten und neue Google Funktionen.

3. Ausbau

Sobald das Grundgerüst steht, kannst du die Kampagnen Schritt für Schritt weiter ausbauen sowie neue Techniken und Tests integrieren.

Klingt nach viel Arbeit?
Ich zeige dir, wie es **schneller** und **einfacher** geht.

Wo möchtest du in 3 Monaten stehen?

Noch immer schwankende Ergebnisse, kaum planbare Umsätze und das Gefühl, dass dein Google-Ads-Budget einfach verpufft?

Oder lieber ein klar strukturierter Account, der zuverlässig Leads und Umsatz liefert, während du dich entspannt auf dein Kerngeschäft konzentrierst?

→ Der Unterschied: **ein einziges Gespräch.**

In diesem **kostenlosen** Strategiegelgespräch (ca. 45–60 Minuten) zeige ich dir genau, welche Hebel in deinem Account aktuell ungenutzt bleiben – und wie du sie aktivieren kannst, um endlich planbar profitabel zu werden.

Kein Fachjargon, keine leeren Versprechen, sondern konkrete Maßnahmen, die direkt Wirkung zeigen.

Hier buchst du dir dein Strategiegelgespräch

1. Klicke auf den Button oder scanne den QR-Code.
2. Bring deine Ziele mit und berichte uns über dein Produkt bzw. deine Dienstleistung.
3. Lass uns gemeinsam deine Wachstumsstrategie erarbeiten.



Strategiegelgespräch buchen!

