

Google Ads Kosten: Budget in sieben Schritten

Trage deine Werte zweimal ein: einmal als Plan, einmal mit einer schlechteren Anfragequote. So siehst du vor dem Start, ob sich die Kampagne auch dann noch trägt.

DEINE RECHNUNG

Schritt	Rechnung	Plan	Gegenrechnung
1 · Ziel Anfragen oder Bestellungen im Monat	deine Vorgabe		
2 · Anfragequote Anteil der Besucher, die anfragen	Schätzung, später aus dem Konto		
3 · Klickpreis Keyword-Planer im Google-Ads-Konto	Schätzwert in Euro		
4 · Benötigte Klicks	$\text{Ziel} \div \text{Anfragequote}$		
5 · Monatsbudget	$\text{Klicks} \times \text{Klickpreis}$		
6 · Tagesbudget diesen Wert trägst du im Konto ein	$\text{Monatsbudget} \div 30,4$		
7 · Kosten pro Anfrage	$\text{Klickpreis} \div \text{Anfragequote}$		
Prüfung: tragbar pro Anfrage was eine Anfrage dir im Schnitt einbringt	Deckungsbeitrag je Auftrag $\times$ Abschlussquote		
Prüfung: trägt sich das? Kosten pro Anfrage unter dem tragbaren Wert	ja oder nein		

MUSTER: UMZUGSUNTERNEHMEN IN EINER REGION

Schritt	Plan	Gegenrechnung
Ziel und Anfragequote	15 Anfragen, 5 %	15 Anfragen, 3 %
Benötigte Klicks	$15 \div 5 \% = 300$	$15 \div 3 \% = 500$
Monatsbudget bei 8,70 €	2.610 €, am Tag 85,86 €	4.350 €, am Tag 143,09 €
Kosten pro Anfrage	174 €	290 €
Tragbar: 600 € $\times$ 30 %	180 €, trägt knapp	180 €, trägt nicht

Die Lehre aus dem Muster: Nicht der Klickpreis entscheidet, sondern die Anfragequote. Wer sie nicht misst, plant blind. Deshalb kommt das Conversion-Tracking vor den ersten bezahlten Klick.

VOR DEM START ABHAKEN

- ☐ Conversion-Tracking misst Anfragen oder Käufe
 ☐ Konto läuft auf deinen Namen, Budget zahlst du direkt an Google
 ☐ Klickpreise im Keyword-Planer für deine Region geprüft
- ☐ Zum Start eine oder zwei Kampagnen, nicht mehr
 ☐ Tagesbudget = Monatsbudget $\div$ 30,4 eingetragen
 ☐ Nach vier Wochen echte Anfragequote eintragen und neu rechnen

Soll ich dein Budget einmal durchrechnen?

Schick mir, was du bewerben willst und was ein Auftrag dir bringt. Ich rechne mit Klickpreisen aus deinem Umfeld nach, ob sich Google Ads für dich trägt.

www.inventivo.de/google-ads

Stand: September 2026. Klickpreis im Muster: Sistrix, abgerufen am 28.09.2026, Suchbegriff „umzugsunternehmen“, bundesweit. Anfragequoten, Deckungsbeitrag und Abschlussquote sind Annahmen, keine Kundenzahlen. Rechner zum Ausprobieren: www.inventivo.de/blog/google-ads/google-ads-kosten-budget