

# **IMMOBILIEN** **PROFI**

Google Adwords  
Remarketing

---

## Bearbeitungshistorie

Datum	Art der Bearbeitung	Bearbeiter
28.11.2013	Ursprungsfassung Remarketing	Stephanie Mand
3.12.2013	Endfassung für Immobilienmakler	W. Berghaus

Das Dokument ist schreibgeschützt (ohne Kennwort) der Schreibschutz kann bei Bedarf aufgehoben werden

## Inhaltsverzeichnis

Bearbeitungshistorie .....	2
Inhaltsverzeichnis .....	2
Warum Remarketing? .....	3
Beispiel: Eine Kampagne für Eigentümer .....	3
Google Konto / Adwords-Konto .....	3
Erste Schritte .....	3
Kampagne Erstellen .....	4
Zwischenschritt für das Remarketing .....	5
Anzeigengruppe erstellen .....	6
Anzeige erstellen .....	7
Die Alternative .....	8
Informationen .....	11

## Warum Remarketing?

Mit Remarketing schalten Sie Anzeigen im Google Display Netzwerk (GDN). Das GDN bezeichnet unterschiedliche Webseiten, die Google-Anzeigen schalten. Dies ist beispielsweise IMMOBILIEN-PROFI, Focus Online oder auch Ihre lokale Tageszeitung.

Mit Remarketing erreichen Sie Internet-Nutzer, die Ihre Website bereits einmal besucht haben.

### Beispiel: Eine Kampagne für Eigentümer

Auf Ihrer Makler-Website ist ein Bereich den potentiellen Auftraggebern gewidmet. Sobald jemand diese Seiten besucht hat (also mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Eigentümer ist), wollen Sie über Internet-Anzeigen immer wieder an Ihr Unternehmen erinnern. Der Besucher Ihrer Website findet nun auf unterschiedlichen Web-Angeboten, die Google-Anzeigen einbinden immer wieder Ihre Anzeige.

Sie erkennen das aus eigener Erfahrung: Suchen Sie AMAZON auf. Interessieren Sie sich für irgendein Produkt. Kurze Zeit später wird dieses Produkt (oder ähnliche Angebote) auf unterschiedlichen Seiten wieder eingeblendet.

Den gleichen Effekt machen Sie sich nun als Makler zu Nutze. Wie unten weiter beschrieben ist, können Sie diese Kampagne natürlich regional eingrenzen. Es sehen also nur Internet-Nutzer aus Ihrem Einzugsgebiet diese Anzeige.

## Google Konto / Adwords-Konto

Eine Remarketing Kampagne kann nur angelegt werden, wenn Sie über ein Google Adwords Konto verfügen. Melden Sie sich über [www.google.de/Adwords](http://www.google.de/Adwords) an.

## Erste Schritte

Google Adwords kennt folgende Hierarchie:



Die Kampagne stellt Ihre Unternehmen dar. Dies könnte sein:

Kampagne 1: „Immobilien Mustermann“

Darunter sind die Anzeigengruppen angesiedelt. Dies könnte bei Kampagne 1 sein: Anzeigengruppe 1: „Verkäufer“ und Anzeigengruppe 2: „Käufer“ usw.. Entsprechend werden bei den jeweiligen Anzeigengruppen unterschiedliche Anzeigen geschaltet. Die Struktur sieht dann folgendermaßen aus:

- **Kampagne 1: Immobilien Mustermann**
  - Anzeigengruppe 1: „Verkäufer“
    - Verkäufer-Anzeige
  - Anzeigengruppe 2: „Käufer“
    - Käufer-Anzeige
  - Anzeigengruppe 3: „Vermieter“
    - Mieter-Anzeige
  - Anzeigengruppe 4: „Gewerbekäufer“
    - Gewerbekäufer-Anzeige
  - Anzeigengruppe 5: „Gewerbeverkäufer“
    - Gewerbeverkäufer-Anzeige

## Kampagne Erstellen

Erstellen Sie eine neue / erste Kampagne. Vergeben Sie einen Kampagnennamen, z.B. **Kampagne 1: „Immobilien Mustermann“**.

**Anzeigentyp:** Der „Typ“ der Anzeige muss immer ein „Nur Display-Netzwerk“ Typ sein. Bitte unbedingt anpassen.

**Standort und Sprache:** Die Spracheinstellungen können wie gewünscht angepasst werden. Bei den Standorteinstellungen sollte man bedenken, dass eine zu massive lokale Beschränkung möglicherweise die Schaltung der Anzeige (Auslieferung) verhindern kann. So ist die Anzahl der Internetuser aus Grevenbroich beispielsweise zu gering.

**Gebote und Budget:** In der Standardvorlage von Google ist der Schwerpunkt auf Klicks festgelegt. Wollen Sie aber dass Ihre Anzeige möglichst oft gezeigt wird, legen Sie Ihren Schwerpunkt besser auf Impressionen. Dazu klicken Sie neben der Gebotsstrategie auf „Erweiterte Optionen“ und aktivieren dann „Schwerpunkt auf Impressionen“.

**Ein Tagesbudget** muss festgelegt werden, also das, was Sie maximal am Tag für die Anzeige ausgeben wollen. Da das Tagesbudget jederzeit von Ihnen geändert werden kann, ist es unproblematisch eine höhere Summe einzugeben. In der Regel meldet Google sich mit einem Hinweis, falls das Budget zu niedrig für eine Anzeigenschaltung ist.

Gebote und Budget

Gebotsstrategie [?](#) [Einfache Optionen](#) | [Erweiterte Optionen](#)

- ☐ Schwerpunkt auf **Klicks** - Maximale CPC-Gebote verwenden
  - ☐ Ich lege meine Gebote für Klicks manuell fest.
  - ☐ AdWords legt meine Gebote so fest, dass die Anzahl an Klicks innerhalb meines 30-Tage-Budgets maximiert wird.
- ☐ Schwerpunkt auf **Conversions** (Conversion-Optimierungstool) - CPA-Gebote verwenden
  - Nicht verfügbar, da Conversion-Tracking nicht eingerichtet ist. Richten Sie [Conversion-Tracking](#) ein.
- ☒ Schwerpunkt auf **Impressionen** - Maximale CPM-Gebote verwenden
- ☐ Flexible Gebotsstrategie auswählen [?](#)

Budget [?](#) €  pro Tag

Die tatsächlichen Tagesausgaben können variieren. [?](#)

## Zwischenschritt für das Remarketing

Bevor Sie im nächsten Schritt eine Anzeigengruppe erstellen, müssen Sie für das Remarketing zuerst einen sogenannten „**Tag**“ erzeugen, mit dessen Hilfe Google Ihre Webseitenbesucher registrieren kann. Ohne diesen „Tag“ ist kein Remarketing möglich.

Klicken Sie dazu oben auf den Tab **Kampagnen**. Nun können Sie in der linken Spalte auf **Gemeinsam genutzte Bibliothek** klicken. Als Unterpunkt im Menü öffnet sich der Punkt **Zielgruppen**.

Suchen

Alle Online-Kampagnen

Gemeinsam genutzte Bibliothek

- Anzeigen
- Zielgruppen
- Gebotsstrategien
- Budgets
- Ausschließende Keywords für Kampagne
- Kampagnen-Placement-Ausschlüsse

**Remarketing**

Nutzer besuchen Ihre Website.

Ihren Remarketing-Listen werden Besucher hinzugefügt.

Zeigen Sie ihnen Ihre Anzeigen, während sie im Web surfen.

**Dynamisches Remarketing**

Verbinden Sie Ihr Google Merchant Center-Konto.

Zeigen Sie ihnen genau auf sie abgestimmte Anzeigen auf Basis der Produkte, die sie sich auf Ihrer Website angesehen haben.

Remarketing einrichten Dynamisches Remarketing einrichten

Die Berichterstellung erfolgt nicht in Echtzeit. In den letzten drei Stunden erhaltene Klicks und Impressionen sind hier möglicherweise noch nicht enthalten. Es gibt eine Verzögerung von 18 Stunden oder mehr für einige Messwerte. Zeitzone für alle Datums- und Uhrzeitangaben: (GMT+01:00) Berlin. [Weitere Informationen](#)

© 2013 Google | [AdWords-Startseite](#) | [Redaktionelle Richtlinien](#) | [Datenschutzbestimmungen](#)

Gehen Sie nun im mittleren Bereich auf den Button **Remarketing einrichten**.

Es öffnet sich ein Fenster indem Sie die „**Tags**“ für Ihre Webseite einrichten. Geben Sie in dem entsprechenden Feld eine E-Mail an, an die dieses Tag gesendet werden soll (Ihre eigene oder die des Programmierers). Sie haben nun einen Tag erstellt, der in Ihre Website von Ihnen oder Ihrem Programmierer eingefügt werden kann.

Sie finden den Quellcode in der letzten Spalte der Tabelle unter dem Begriff **Tag**, falls die E-Mail nicht ankommen sollte.

Google erstellt nun automatisch eine **Remarketing-Liste** in der alle Besucher aufgezeichnet werden, die ihre Seite besuchen. Die Mitgliedschaftsdauer können Sie bei 30 Tagen belassen. Die Mitgliedschaftsdauer gibt an, für wie viele Tage das Cookie eines Nutzers auf Ihrer **Remarketing-Liste** verbleibt. Bei Produkten mit längerfristigen Entscheidungszyklen sollten Sie diesen Wert hochsetzen, z.B. auf 90 Tage.

Sobald der Tag auf Ihrer Website veröffentlicht wurde, schaltet Google die von Ihnen eingerichtete Remarketing Anzeige.

Um differenzierter auf die verschiedenen Anzeigengruppen einzugehen, können Sie den Nutzern verschiedene Produktkategorien präsentieren und Anzeigen für diese Kategorien schalten. (Verkäufer, Einkäufer, Vermieter, Gewerbe...) indem Sie für **jede** Produktkategorie/ Anzeigengruppe eine Remarketing-Liste erstellen.

Beispiel:

Remarketing Liste für alle, die die Seite [ww.immobiliien-Mustermann.de/eigentumswohnungen](http://ww.immobiliien-Mustermann.de/eigentumswohnungen) besucht haben.

Suchen

Alle Online-Kampagnen

Gemeinsam genutzte Bibliothek

- Anzeigen
- Zielgruppen
- Gebotsstrategien
- Budgets
- Ausschließende Keywords für Kampagne
- Kampagnen-Placement-Ausschlüsse

Gemeinsam genutzte Bibliothek > Zielgruppen > Neue Remarketing-Liste

Erstellen Sie eine Liste der Nutzer, die Ihre Website oder mobile App kürzlich besucht haben. Bevor Sie eine Liste erstellen, müssen Sie auf Ihrer Website oder in der mobilen App ein Remarketing-Tag platzieren. [Weitere Informationen](#)

Remarketing-Listenname: Eigentumswohnungen

Der Liste hinzuzufügende Nutzer: Besucher einer Seite

Personen, die eine Seite mit **irgendeinem** der folgenden Elemente aufgerufen haben:

Regel

Eine Seite muss **jeden** der folgenden Parameter enthalten:

URL ist gleich [us.de/eigentumswohnungen](#)

Fertig Abbrechen

Dauer

Beschreibung Optional

Ermitteln Sie vor der Verwendung von Remarketing, [welche Informationen](#) Sie in die Datenschutzbestimmungen Ihrer Website aufnehmen müssen und [für welche Kategorien von Websites](#) diese Funktion nicht verwendet werden kann.

Speichern Abbrechen

Diese Regeln müssen dann später mit der jeweiligen Anzeige verbunden werden.

## Anzeigengruppe erstellen

Nach dem Speichern der Basis-Angaben für die Kampagne müssen Sie eine neue Anzeigengruppe erstellen und einen Namen für diese festlegen. ZBsp. „Verkäufer“.

Anzeigengruppe erstellen Anzeigen erstellen

Typ: Nur Display-Netzwerk - Alle Funktionen

Eine Anzeigengruppe umfasst eine oder mehrere Anzeigen und Ausrichtungsmethoden. Die besten Ergebnisse erzielen Sie, wenn Sie den Schwerpunkt für alle Anzeigen und Ausrichtungen in dieser Anzeigengruppe auf ein Produkt oder eine Dienstleistung legen. Weitere Informationen zur [Strukturierung Ihres Kontos](#)

Anzeigengruppenname: Verkäufer

Standardgebot: € 20

Art der Anzeigenausrichtung auswählen

- Keywords für Display-Netzwerk: Schalten Sie Anzeigen auf Websites, die Bezug zu Ihren Keywords haben.
- ☒ Interessen und Remarketing: Schalten Sie Anzeigen für Nutzer auf Grundlage ihrer Interessen.
- Andere Ausrichtungsmethode verwenden

Interessen und Remarketing

Interessenkategorien Remarketing-Listen Benutzerdefinierte Kombinationen

Suche nach Listenname

Nach Label filtern

Ausgewählte Zielgruppen: 1

Alle Besucher

Remarketing-Listen: 1

Listenumfang: Google-Suche Display-Netzwerk

Alle Besucher Aktualisierung...

1 - 1 von 1

Ausrichtung weiter eingrenzen (optional)

Speichern und fortfahren Abbrechen

Außer dem Anzeigengruppennamen muss ein Standardgebot festgelegt werden. Das Standardgebot stellt gleichzeitig Ihren maximalen Cost-per-Click dar, den Höchstbetrag, den Sie pro Klick auf Ihre Anzeigen zahlen müssen. Diesen müssen Sie auch bei einer Gebotswahl die den Schwerpunkt auf

Impressionen legt angeben! Nun sollen Sie die Art der Anzeigenausrichtung auswählen. Hier wählen Sie „**Interessen und Remarketing**“.

Sofort erscheint eine neue Menüauswahl. Klicken Sie die mittlere Registerkarte „Remarketing-Listen“ an. Nun wählen Sie die von Ihnen zu Beginn angelegte Remarketing Liste durch einen Doppelklick aus. Diese erscheint dann auf der rechten Seite unter „**Ausgewählte Zielgruppen**“. Jetzt Speichern und fortfahren. Mit diesem Schritt haben Sie die Anzeigengruppe mit einer „Remarketing-Liste“ verknüpft.

## Anzeige erstellen

Wenn die Anzeigengruppe erstellt ist, sollten Sie jetzt eine Anzeige erstellen. Hier haben Sie die Wahl zwischen Image Anzeige (eine Anzeige selbst hochladen), einer Textanzeige (ist möglich, allerdings deutlich weniger attraktiv) oder dem Tool zur Erstellung von Display-Anzeigen.

Wenn Sie eine eigene Anzeige hochladen ist es Designtechnisch die beste Variante, allerdings auch am zeitaufwändigsten. Außerdem müssen Sie die diversen Formatvorlagen beachten und zumindest die Gängigen auch in ausreichender Vielfalt hochladen.

Die andere, für uns sinnvolle Alternative ist die Erstellung von Display Anzeigen mit dem Tool. Sie

✓ Anzeigengruppe erstellen

Anzeigen erstellen

Typ: **Nur Display-Netzwerk - Alle Funktionen**

Erstellen Sie mehrere Anzeigen, die für Ihre Kunden relevant sind, und beschreiben Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen. Probieren Sie verschiedene Typen von Anzeigen und Anzeigentexten aus, um zu sehen, womit Sie bessere Ergebnisse erzielen.

In Bearbeitung...

Image-Anzeige

Textanzeige

Tool zur Erstellung von Display-Anzeigen

Anzeige hochladen

[Unterstützte Spezifikationen anzeigen](#)

Anzeigenname

Hauskauf

Angezeigte URL

www.hauskauf-immobilien.de

Ziel-URL

http://www.hauskauf-immobilien.de

Bevorzugtes Gerät [?](#)

☐ Mobil

Bevor Sie Inhalte hochladen, sollten Sie sich vergewissern, dass Sie über alle erforderlichen Rechte zu deren Verbreitung verfügen. Dies schließt gegebenenfalls auch die Rechte an verwendeten Tönen oder Musikstücken ein. Sie sind verantwortlich für die Einhaltung aller geltenden Gesetze und Vorschriften der Region, auf die Sie Ihre Werbung ausrichten. Mehr dazu finden Sie in der [Richtlinie zu Image-Anzeigen](#).

**Was geschieht als Nächstes?**  
Ihre Image-Anzeige wird erst geschaltet, wenn sie von Google überprüft wurde. Die Überprüfung von Anzeigen erfolgt in der Regel innerhalb eines Werktags.  
[Weitere Informationen](#)

Nächste Anzeige erstellen

Fertig

Abbrechen

Speichern und mit Abrechnungseinrichtung fortfahren

Anzeigen speichern

Anzeigenerstellung überspringen

bekommen hier diverse Designvorgaben und Formate vorgeschlagen und können diese nach Belieben bearbeiten. Auch Ihr Logo können Sie einfügen.

Wenn Sie mit dem Design fertig sind: speichern und fortfahren.

✓ Anzeigengruppe erstellen Anzeigen erstellen






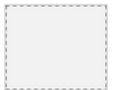
## Typ: Nur Display-Netzwerk - Alle Funktionen

Erstellen Sie mehrere Anzeigen, die für Ihre Kunden relevant sind, und beschreiben Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen. Probieren Sie verschiedene Typen von Anzeigen und Anzeigentexten aus, um zu sehen, womit Sie bessere Ergebnisse erzielen.

In Bearbeitung...

Image-Anzeige Textanzeige Tool zur Erstellung von Display-Anzeigen

Vorlage auswählen



Neue Inhalte ▾

Animation

Überschrift

Häuser für die Familie


T A

Textzeile 1

in Köln

T A

Logo (optional)

 Kein Image ausgewählt  
In allen Anzeigengrößen [?](#) [Image auswählen ▾](#)

Auf Schaltfläche klicken

www.hauskauf-immobilien.de

T A

Hintergrundfarbe

☐ ☒ ☐

Angezeigte URL

www.hauskauf-immobilien.de

Ziel-URL

[http://](#)


Anzeigenname [?](#)

Anzeigenvorschau

⚠ Der Text ist für die hervorgehobenen Formate zu lang. [?](#) [Schließen](#)

300 × 250

Anzeigengröße auswählen



Durch die Erstellung dieser Anzeige versichern Sie, dass Sie über die erforderlichen Rechte zur Verbreitung des gesamten angegebenen Inhalts (einschließlich aller Bilder/Videos) verfügen. Sie sind verantwortlich für die Einhaltung aller geltenden Gesetze und Vorschriften der Region, auf die Sie Ihre Werbung ausrichten. Mehr dazu finden Sie in den [Anzeigenrichtlinien](#).

### Die Alternative

Im Grundmenü der Kampagne können Sie auch direkt Anzeigen erstellen lassen, die aus dem Design Ihrer Webseite generiert werden. Dazu in der Anzeigengruppe den Reiter „Anzeigen“ anklicken, auf den Button „+Anzeige“ klicken und „Image-Anzeige“ auswählen.



## Alle Online-Kampagnen

Kampagne 1  
Re-marketing

Alle Online-Kampagnen > Kampagne 1 >

### Anzeigengruppe: Re-marketing

Keine aktiven Anzeigen gefunden

● Aktiviert

Anzeigengruppen-Gebote (Max. CPC) [Bearbeiten](#) ?

Standardgebot 1,00 € Gebot für das Display-Netzwerk [Automatisch](#) ?

Einstellungen

Anzeigen

Anzeigenerweiterungen

Dimensionen

Display-Netzwerk

Alle Anzeigen mit Ausnahme der gelöschten

Segment

Filter

Spalten

[Anzeige](#) [Anzeige](#)

Klicks

im Vergleich zu

Keine Angabe

Täglich

1

Dienstag, 19. November 2013

[+ Anzeige](#)

[Bearbeiten](#)

[Automatisieren](#)

[Weitere Aktionen...](#)

[Labels](#)

☐

●

Anzeige

Kampagnentyp

Kampagnen-Subtyp

Diese Anzeigengruppe enthält derzeit k

Gesamt - Alle Anzeigen außer den gelöschten

Gesamt - Such-Netzwerk

Gesamt - Display-Netzwerk

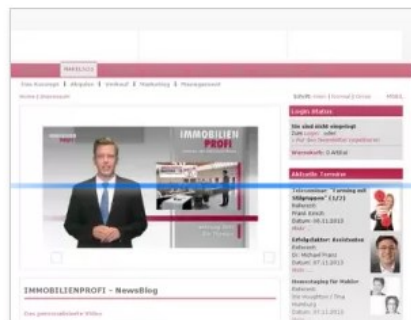
Gesamt - alle Anzeigengruppen

Es öffnet sich ein Pop-up Fenster. Dort geben Sie bitte die von Ihnen in das Design mit einbezogene Webseite (Zielseite der Kampagne) ein.

Anzeige wird generiert

Neu! Ideen für Anzeigen abrufen von

<http://www.immobiliens-profi.de>

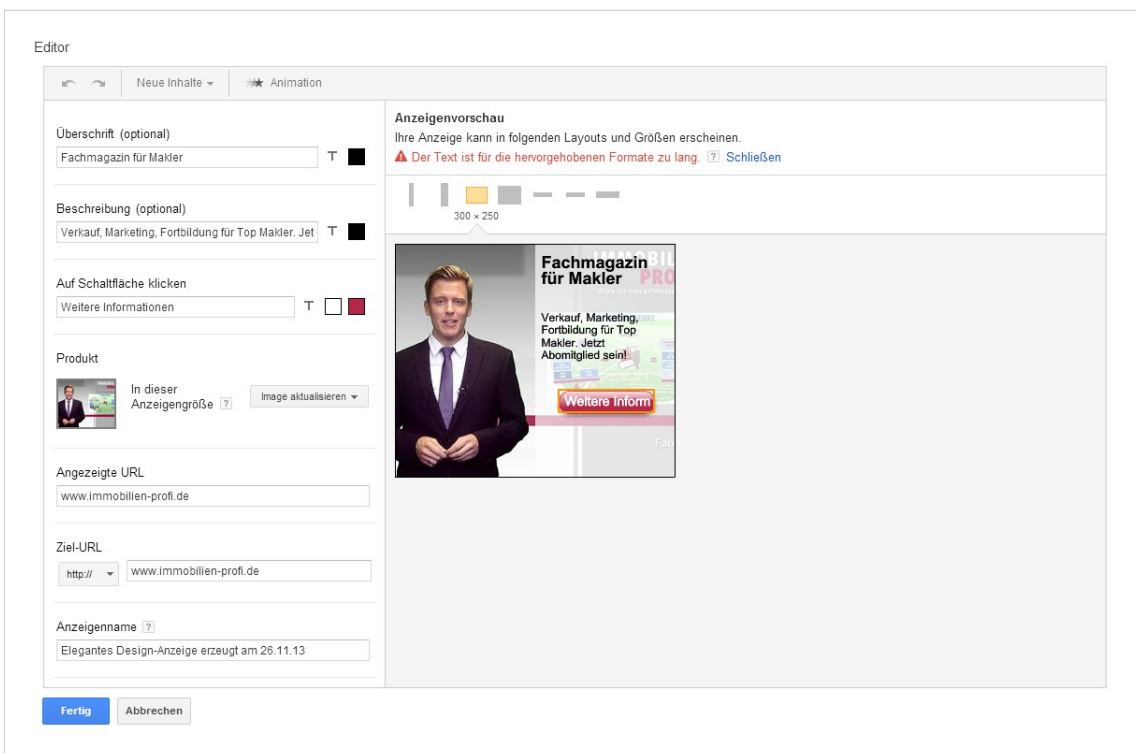
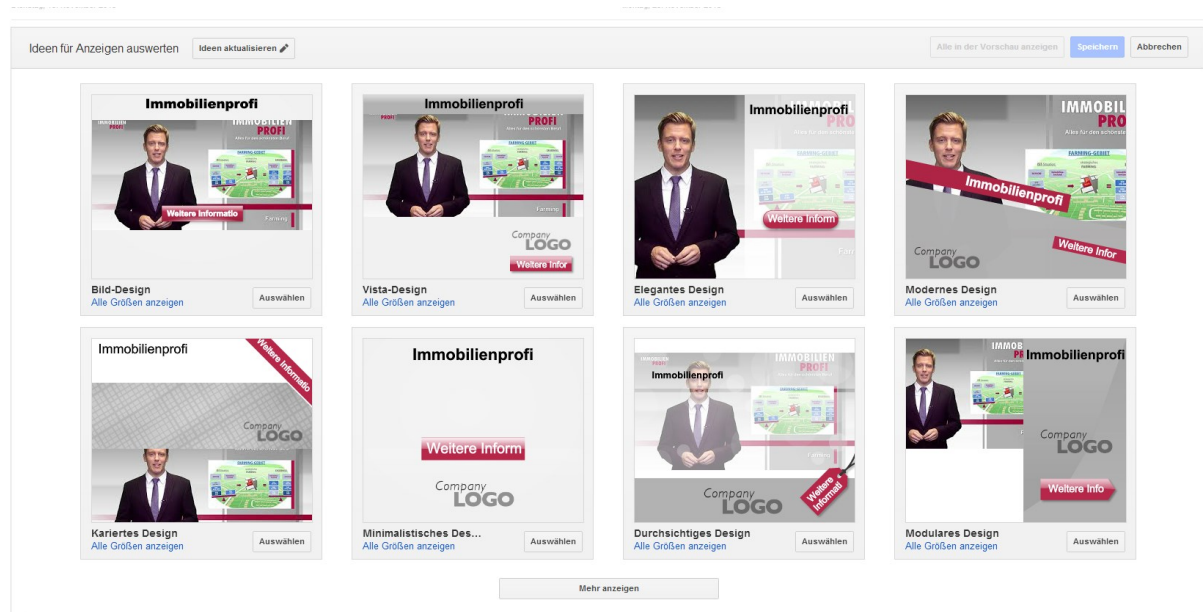


Website wird gescannt

Bilder werden abgerufen

Anzeigen werden  
fertiggestellt

Als Ergebnis liefert Google Adwords dann verschiedene Design-Vorschläge von denen man sich einen aussuchen kann. Auch diese Anzeigenvorschläge können nachträglich sowohl von Inhalt als auch vom Design angepasst und verändert werden.



Egal für welche Variante Sie sich entscheiden, Google muss die Anzeige erst prüfen bevor diese geschaltet werden.

## Informationen

Nachdem Google Ihre Anzeige freigegeben hat, können Sie über den Reiter Display-Netzwerk in der angelegten Anzeigengruppe nachvollziehen, wie alt, welches Geschlecht und auf welche andere

Alle Online-Kampagnen > Kampagne 1 >

Anzeigengruppe: Re-marketing

Bild-Design-Anzeige erzeugt am 27.11.13 (13 Größen)  
336 x 280 (Flash)  
Display-Anzeige  
[Display-Anzeige in voller Größe anzeigen](#)  
[Alle 13 Anzeigen ansehen](#)

Aktiviert

Anzeigengruppen-Gebote (Max. CPC) [Bearbeiten](#) [?](#)  
Standardgebot 1,00 € Gebot für das Display-Netzwerk **Automatisch** [?](#)

Einstellungen Anzeigen Anzeigenerweiterungen Dimensionen Display-Netzwerk

+ Ausrichtung

Keywords für Display-Netzwerk Placements Themen Interessen und Remarketing Geschlecht Alter

Alle aktiven Keywords Segment Filter Spalten Suchen

Seiten Ihre Webseitenbesucher besucht haben.