

MODUL 5

CREATIVES & KI-ANZEIGENTEXTE



Mit KI bessere Anzeigen schreiben

1. Hook: Erinnerung an den Treibstoff
2. RSA verstehen
3. Was eine starke Headline ausmacht
4. ChatGPT-Workflow für Anzeigentexte
5. Eigene Anzeigen mit KI
6. Negative Keywords ausschließen
7. Zusammenfassung

HOOK

Erinnert ihr euch an den Treibstoff?

Vor drei Stunden in Modul 2 habt ihr gelernt: Die KI ist der Motor, eure Creatives sind der Treibstoff. Jetzt produziert ihr besseren Treibstoff — mit Hilfe einer anderen KI.



TEXT

Headlines, Beschreibungen, CTAs

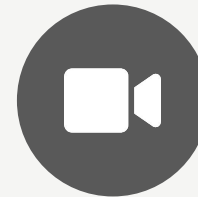
HEUTE



BILD

Logos, Produktfotos, Banner

NÄCHSTER KURS



VIDEO

YouTube, Shorts, Produktvideos

NÄCHSTER KURS

Heute fokussieren wir auf Text-Creatives — denn das ist die Disziplin, die ihr selbst im Griff habt.

BLOCK A

RSA verstehen

Wie Responsive Search Ads aufgebaut sind — und warum sie Standard sind

DEFINITION

Eine Anzeige aus vielen Bausteinen

Responsive Search Ad (RSA): Ihr liefert bis zu 15 Headlines und 4 Beschreibungen — Google testet alle Kombinationen und zeigt jedem Nutzer die beste.

Anzeige

hotel-adler.com/wellness

Wellness in Meran | Hotel Adler · 4★ | Jetzt 20% sparen

Erholung in den Dolomiten — 50m zur Therme, eigener Spa-Bereich, Halbpension inklusive. Buchen Sie Ihren Wellness-Aufenthalt direkt beim Hotel und sparen Sie 20%.

[· Wellness-Pakete](#) · [Spa & Sauna](#) · [Anfahrt](#) · [Kontakt](#)

HEADLINES

BESCHR.

SITELINKS

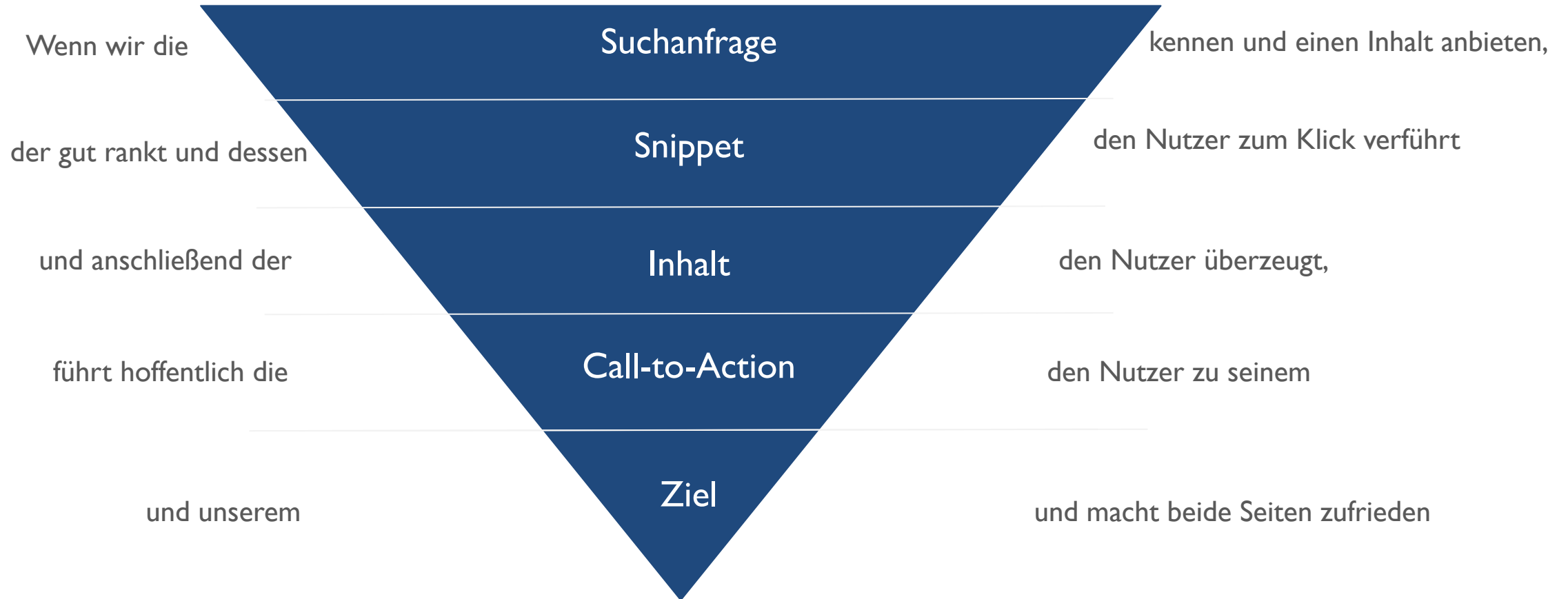
WAS IHR LIEFERT

Bis zu 15 Headlines (à 30 Zeichen) + 4 Beschreibungen (à 90 Zeichen)

WAS DER NUTZER SIEHT

3 Headlines + 1-2 Beschreibungen pro Auslieferung — für jeden anders

ZIEL DER OPTIMIERUNG



Gesponsert



SPORTLER®
https://www.sportler.com/

Sportler Online Shop

Aus über 400 Outdoor-Marken beim Bergsport-Spezialisten bestellen! Shopping von zuhause aus. 100 Tage Rückgaberecht. Kostenloser Rückversand. Über 400 Top Marken. Typen: Wandern, Klettern, Klettersteig, Fußball, Ski Alpin.

Winter Sale: bis zu -60%

Bis zu 60% Rabatt auf unsere Top Marken. Online bestellen & sparen!

Sportler Outlet %

Top Marken bis zu 70% reduziert bei Sportler. Jetzt zugreifen!

Laufbekleidung

Laufbekleidung von Top Marken jetzt bei Sportler kaufen!

Outdoor-Schuhe

Outdoor- und Sport-Schuhe der Top Marken. Jetzt zugreifen!

Ski-Hosen

Skihosen für Damen und Herren, wasserdicht und atmungsaktiv.



Sportler
https://www.sportler.com/

Sportler | Sportartikel und Sportbekleidung kaufen

NIKE THE ICON: SPORT-BHS FÜR GRENZENLOSE PERFORMANCE. Mit "The Icon" präsentiert Nike eine neue Sport-BH-Kollektion, die Komfort und Leistung vereint. Mit drei ...

SPORTLER Innsbruck

SPORTLER Innsbruck von Top Marken ➤ Jetzt kaufen! Gratis ...

Sport Online Shop

Sport Ausrüstung und Bekleidung bei Sportler kaufen ➤ Große ...

Sale

KEYWORDS UND ASSETS ERSTELLEN

Keywords und Assets erstellen

Keywords und Assets erstellen

Hilfe bei der Anzeigenerstellung erhalten BETA

Google AI generiert anhand Ihrer URL und der von Ihnen bereitgestellten Informationen Assets, wie etwa Keywords, Anzeigentitel und Textzeilen, die Sie dann überprüfen können. Generierte Inhalte können fehlerhaft oder anstößig sein. Prüfen Sie das Ergebnis daher auf Richtigkeit. Zur Verbesserung von Google AI lesen, kommentieren und verarbeiten Prüfer unter Umständen die von Ihnen bereitgestellten Informationen. Geben Sie daher nichts ein, was nicht geprüft oder verwendet werden soll.

Die Nutzung unterliegt den [Nutzungsbedingungen](#) und der [Richtlinie zur unzulässigen Nutzung von generativer KI](#) von Google. Ihre Daten werden gemäß der [Datenschutzerklärung](#) von Google vertraulich behandelt.

Wohin werden Nutzer weitergeleitet, wenn sie auf Ihre Anzeige klicken?

Finale URL (erforderlich)*

 <https://www.sportler.com/de/l/laufschuhe>

Keywords und Assets können nicht in allen Sprachen generiert werden

Was macht Ihre Produkte oder Dienstleistungen besonders?

Beschreiben Sie das Produkt oder die Dienstleistung, für die Sie werben möchten (erforderlich)*

Bei Sportler.com findest du eine riesige Auswahl an Laufschuhen für jeden Läufertyp. Egal ob du ein Jogger, Hobbyläufer oder Profisportler bist, bei uns findest du den perfekten Schuh für deine Bedürfnisse. Wir bieten eine große Auswahl an Marken und Modellen, sortiert nach Kategorien wie Natural Running, Wettkampf, Neutral, Stabilität, Trailrunning und Jogging. So findest du garantiert den Schuh, der am besten zu deinem Fuß und deinem Laufstil passt.

[Überspringen](#)

 [Generieren](#)

KEYWORDS UND ANZEIGEN

Keywords und Anzeigen

Mit Anzeigengruppen können Sie Ihre Anzeigen nach einem gemeinsamen Thema strukturieren. Die besten Ergebnisse erzielen Sie, wenn Sie Ihre Anzeigen und Keywords auf ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung ausrichten.

Fügen Sie Details hinzu, damit Ihre Anzeigen den richtigen Suchanfragen zugeordnet werden

Keywords

Keyword-Vorschläge abrufen (optional)

Mit Google Ads können Sie Keywords finden. Dazu wird eine Webseite gescannt oder ermittelt, was für ähnliche Produkte oder Dienstleistungen gut funktioniert.

Finale URL
<https://www.sportler.com/de/l/laufschuhe>

Zu bewerbende Produkte oder Dienstleistungen hinzufügen



Laufschuhe online X

Trailrunning Schuhe X

Laufschuh Marken X

[Keyword-Vorschläge aktualisieren](#)

Keywords eingeben

Keywords sind Wörter oder Wortgruppen, die verwendet werden, um Ihre Anzeigen gezielt auszuliefern, wenn Nutzer nach damit übereinstimmenden Begriffen suchen

laufschuhe online
trailrunning schuhe
laufschuh marken
new balance laufschuhe
joggingschuhe herren
nike laufschuhe
on running schuhe
nike laufschuhe herren
joggingschuhe damen
adidas laufschuhe

DIE LOGIK DAHINTER

Warum 15 Headlines und nicht eine?

Jeder Nutzer sieht eine andere Kombination. Google testet, welche für wen am besten funktioniert.

JEMAND SUCHT „WELLNESSHOTEL MERAN“

Werktag, 14 Uhr, Desktop

Keyword-Match betont, klare Lokalisierung

Wellness in Meran | Hotel Adler ·4★ | Spa & Terme

JEMAND SUCHT „LAST MINUTE SÜDTIROL“

Wochenende, Smartphone

Dringlichkeit + Preis-Anker

Last Minute Südtirol | Bis 30% Rabatt | Jetzt buchen

JEMAND SUCHT „FAMILIENHOTEL DOLOMITEN“

Sonntag, Tablet

Familie + Komfort-Argumente

Familienhotel Dolomiten | Mit Kids-Programm | Halbpension inkl.

Eure Aufgabe: liefert die Bausteine. Google macht das Arrangement.

Responsive Suchanzeigen (RSA)

Fügen Sie Ihrer Anzeige 6 weitere Sitelinks hinzu

 **Anzeigeneffektivität** 
Gut

- ☒ Fügen Sie weitere Anzeigentitel hinzu [Ideen anzeigen](#)
- ☒ Nehmen Sie beliebige Keywords in Ihre Anzeigentitel auf [Ideen anzeigen](#)
- ☒ Gestalten Sie Ihre Anzeigentitel individuell [Ideen anzeigen](#)
- ☒ Gestalten Sie Ihre Textzeilen individuell [Ideen anzeigen](#)
- ☐ Mehr Sitelinks hinzufügen [Ideen anzeigen](#)

[weitere Ideen](#)

Sportler deine Top - Marke	26/30
Online Kaufen	13/30
Unsere Top Angebote	19/30
Für Zu Hause	12/30
Kaufe die besten Laufschuhe	27/30
Qualitätsschuhe für Läufer	26/30
Laufschuhe online kaufen	24/30
Herren Laufschuhe	17/30
Laufschuhe Damen	16/30
Asics Laufschuhe	16/30
{LOCATION(City):Sportler in}	

Die hier gezeigten Vorschauen sind lediglich Beispiele. Nicht alle möglichen Formate werden berücksichtigt. Für die Inhalte Ihrer Anzeigen sind Sie selbst verantwortlich. Ihre Assets dürfen nicht gegen Google-Richtlinien oder anwendbare Gesetze verstoßen, ganz gleich, ob einzeln oder in Kombination.

Responsive Suchanzeigen (RSA)

Tt Textzeilen 3/4 ? [Ideen anzeigen](#) ^

Kaufe die besten Laufschuhe - Jetzt entdecken und sparen! Große Auswahl & Top-Qualität.
Erforderlich 87/90

Spüre jeden Schritt! Beste Laufschuhe für dein Training. Jetzt entdecken.
Erforderlich 73/90

Sie haben noch {COUNTDOWN(2024-09-24 23:59:59,5)} Zeit sich um uns zu sichern!

Textzeile

Jetzt entdecken und sparen
26/30

Sportler
8/30

Überschrift
0/30

Sie haben noch {COUNTDOWN(2024-09-24 23:59:59,5)} Zeit sich um uns zu sichern!
30/30

0/30

Sie haben noch {COUNTDOWN(2024-09-24 23:59:59,5)} Zeit sich um uns zu sichern! 📌 1

30/30

um das Angebot zu sichern 📌 2

25/30

Vorschau

< > ⏏ 📱 🖥

Gesponsert

 www.sportler.com/winter/jacke

Sie haben noch 14 Stunden Zeit - Qualitätsschuhe für Läufer

Spüre jeden Schritt! Beste Laufschuhe für dein Training. Jetzt entdecken. Sie haben noch 14 Stunden Zeit sich um unser Angebot zu sichern!

Assets

Gesponsert



Küchenheld

<https://www.kuechenheld.de>

Küchenheld statt Schwedenmarkt - Die Küchen-Revolution

Küchenplanung in einfach: Wenn Sie diese 5 Schritte befolgen, ist die Traumküche ganz nah. Bequeme Planung von Zuhause, online Angebot erhalten und **Küche** mit Virtual Reality erleben. Premiumküchen. Modelle: U-**Küchen**, L-**Küchen**...

inkl. Lieferung & Montage - Ab 8.000€ Budget



MIFCOM

<https://www.mifcom.de/showroom>

MIFCOM Showroom: Gaming PCs bei München kaufen

MIFCOM Showroom & Store in Forstinning besuchen ✓ Gaming **PC** Shop bei **München** ✓ **PC kaufen** ➤ Öffnungszeiten: Mo - Fr: 9:30 - 17:30.

📍 Forstinning - Geöffnet



Google Ads Verwaltung AdWords Treffpunkt Philo

Erstellen

Kampagnen

Zielvorhaben

Tools

Abrechnung

Verwaltung

Anzeigengruppen

Anzeigen

Tests

Kampagnengruppen

Assets

Assets

Zielgruppen, Keywords und Inhalte

Keywords für Suchanzeigen

Zielgruppen

Standorte

Werbezeitplaner

Dynamische Anzeigenziele

Erweiterte Gebotsanpassungen

Firmenlogo

Sitelink

Überschrift **NEU**

Textzeile **NEU**

Zusatzinformationen

Snippet-Erweiterung

Anruf

Lead-Formular

Standort

Preis

App

Angebot

BLOCK B

Was eine starke Headline ausmacht

Sechs Prinzipien, die im A/B-Test immer wieder gewinnen

DIE 6 PRINZIPIEN

Was Headlines klickstark macht

01 Konkret statt vage

✗ *Schöner Urlaub*

✓ **5 Tage Wellness ab 449 €**

02 Zahlen nutzen

✗ *Tolle Angebote*

✓ **Bis 30% Rabatt**

03 Keyword einbauen

✗ *Bei uns übernachten*

✓ **Wellnesshotel in Meran**

04 Vorteil nennen

✗ *Hotel Adler*

✓ **Direkt zur Therme**

05 Klare Aktion

✗ *Mehr erfahren*

✓ **Jetzt buchen — 24h flexibel**

06 Lokal punkten

✗ *Süden Italiens*

✓ **Mitten in Südtirol**

VORSICHT

Fehler, die Klicks kosten

X Keyword stuffing

Hotel Meran · Hotel Südtirol · Hotel Wellness · Hotel buchen

Sieht aus wie Spam, Google straft ab

→ BESSER

Kombiniert Keyword + Vorteil + Aktion in einem Text

X Übertreibungen

DAS BESTE Hotel in Südtirol! 100% zufrieden!!!

Google lehnt Anzeigen mit Superlativen ohne Beleg ab

→ BESSER

Konkrete Zahlen oder Auszeichnungen nennen

X Generisches Geschwafel

Willkommen in unserem schönen Hotel

Sagt nichts, das nicht jedes andere Hotel auch sagt

→ BESSER

Was unterscheidet euch konkret von der Konkurrenz?

BLOCK C

ChatGPT-Workflow

Wie ihr KI-Anzeigentexte effizient verwendet

DER WORKFLOW

In 4 Schritten zu fertigen Anzeigen

1

Briefing

Was ist euer Angebot? Wer ist die Zielgruppe? Welche Keywords?

5 Min

2

Prompt schreiben

Mit Master-Prompt arbeiten — Anfänger einfach, Profi strukturiert.

2 Min

3

Generieren & Bewerten

ChatGPT liefert 15+ Headlines. Ihr wählt die besten 10 aus.

5 Min

4

Polieren & Einfügen

Anpassen, Tippfehler raus, ins Google Ads Konto übertragen.

3 Min

Insgesamt 15 Minuten für eine komplette Anzeigengruppe — vor der KI-Ära dauerte das Stunden.

REALISTISCH

Was ChatGPT gut kann — und was nicht

DAS KANN ES SEHR GUT

- ✓ Viele Varianten in Sekunden generieren
- ✓ Sprache an Tonalität anpassen
- ✓ Lange Texte auf 30 Zeichen kürzen
- ✓ Brainstorming für Argumente liefern
- ✓ Tippfehler und Grammatik prüfen
- ✓ Übersetzungen Deutsch ↔ Italienisch

DAS KANN ES NICHT

- ✗ Eure spezifische Marke wirklich kennen
- ✗ Wissen, was eure Konkurrenz macht
- ✗ Aktuelle Aktionen / Preise wissen
- ✗ Bewertungen und Auszeichnungen erfinden
- ✗ Lokale Insider-Sprache treffen
- ✗ Strategische Entscheidungen treffen

Faustregel: ChatGPT liefert die Bausteine, ihr trefft die Entscheidungen.

BLOCK D

Eigene Anzeigen mit KI

Erst manuell schreiben, dann mit ChatGPT erweitern — und vergleichen

Übung 5 — Eigene Anzeigen, Mensch + KI

🕒 15 Min · Einzelarbeit

Schreibt zuerst manuell — dann lasst ChatGPT erweitern. Vergleicht beide.

PHASE 1 · MANUELL

5 Minuten

- 1 Wählt 1 eurer Keyword-Cluster aus
- 2 Schreibt 5 Headlines (max. 30 Zeichen)
- 3 Schreibt 1 Beschreibung (max. 90 Zeichen)
- 4 Achtet auf die 6 Prinzipien

Eure Headlines hier:

PHASE 2 · KI-ERWEITERN

10 Minuten

- 1 ChatGPT öffnen (oder QR-Code scannen)
- 2 Master-Prompt einfügen + anpassen
- 3 Eure 5 manuellen Headlines hinzufügen
- 4 ChatGPT um 10 ergänzende bitten



← Custom GPT öffnen
(falls vorhanden)

REFLEXION: Welche Headlines sind besser — eure oder die von ChatGPT? Welche Mischung wählt ihr für eure Anzeige?

ÜBUNG 5 · WAS IHR TYPISCHERWEISE LERNT

Mensch oder KI — wer gewinnt?

Diese drei Erkenntnisse haben fast alle Teilnehmer:innen — egal welche Branche.

01

ChatGPT liefert mehr Varianz

Es findet Argumente und Formulierungen, an die ihr selbst nicht gedacht hättet. Besonders bei dem Druck der 30-Zeichen-Grenze.

02

Ihr habt mehr Substanz

Eure Headlines kennen euer echtes Geschäft. ChatGPTs Versionen sind oft generischer — aber als Inspiration nützlich.

03

Die Mischung gewinnt

Beste Anzeigen: 5–7 Headlines aus eurer Liste + 8–10 aus der KI-Liste. Ihr selektiert, ChatGPT erweitert.

Eure Aufgabe ist nicht „besser als die KI sein“ — sondern die KI klug einsetzen.

BLOCK E

Negative Keywords ausschließen

Der wichtigste Steuerhebel, den euch Google heute noch gibt

Negative Keywords — Streuverluste vermeiden

Ich zeige euch im Konto, wie ihr negative Keywords einpflegt und wo ihr sie findet.

WORAUF IHR ACHTET

1 Kampagne → Keywords → Negative Keywords

Wo negative Keywords im Menü zu finden sind

2 Keyword eingeben

Begriff, der eure Anzeige NICHT auslösen soll

3 Match-Typ wählen

Exact, Phrase oder Broad — auch hier entscheidend

4 Ebene wählen: Kampagne oder Anzeigengruppe

Kampagnenebene = gilt für alle Anzeigengruppen

WICHTIG: Negative Keywords sparen Budget — aber falsch gesetzt, blockieren sie eure eigenen Anzeigen.

Suchbegriffe [?]

Kampagne

 [Suche] Philosophische Paargespräche

1 ausgewählt

Als Keyword hinzufügen

Als auszuschließendes Keyword hinzufügen

Auktionsdaten

Suchbegriffe

Wann und wo Anzeigen
ausgeliefert wurden

Kanalleistung

BETA

(Web) Soft Scrolltiefe /b %



online paartherapie

Genau passend
(ähnliche
Variante)

Keine Angabe

[Online-Paartherapie](#)

Beziehungsberater
Online

—

—

—

—

—

1,00

—

(Web) Soft Scrolltiefe 75 %



paarberatung wien kostenlos

Passende
Wortgruppe
(ähnliche
Variante)

Keine Angabe

[Philosophische Paargespräche](#)

paartherapie

—

—

—

—

—

1,00

—

(Web) Soft Scrolltiefe 75 %

—

—

—

—

—

1,00

—

Suchbegriffe [?]

Als auszuschließendes Keyword hinzufügen zu:

- ☐ Anzeigengruppe
- ☒ Kampagne
- ☐ Liste mit auszuschließenden Keywords

Auszuschließendes Keyword

Kampagne

Anzeigengruppe

[paarberatung wien kostenlos]

[Suche] Philosophische Paargespräche

Philosophische Paargespräche

Standardmäßig werden Suchbegriffe als auszuschließende Keywords mit der Option „Genau passend“ hinzugefügt. So werden nur Suchanfrage Ihrem auszuschließenden Keyword übereinstimmen müssen. [Weitere Informationen](#)

Ausschlusslisten

Gemeinsam genutzte Bibliothek

Zielgruppenverwaltung

Ausschlusslisten

Markenlisten

Asset-Bibliothek

Standortmanager

Klicken, um Kontext zu wechseln

Ausschlusslisten

Sie können unten Listen mit auszuschließenden Keywords hinzufügen
[Listen mit auszuschließenden Keywords](#)

+

☐ Liste mit auszuschließen

☐ Negative Keywords

Erweitern
Kampagnen
1
1 bis 1 von 1

 **Tipp:** Lege eine **globale Negativliste** an und verknüpfe sie mit **allen Kampagnen** → so schließt du Keywords **accountweit** aus.

Modul 5

Der Früchtekorb

Was ist für mein Unternehmen wichtig?

MODUL 5 — DREI SÄTZE ZUM MITNEHMEN

01

RSAs sind Bauklötze: Ihr liefert 15 Headlines + 4 Beschreibungen, Google testet die beste Kombi für jeden Nutzer.

02

Starke Headlines sind konkret, zahlenbasiert und keyword-relevant — niemals generisch.

03

ChatGPT ist euer Treibstoff-Generator. Ihr selektiert und entscheidet, die KI erweitert eure Ideen.

ALS NÄCHSTES → Modul 6: Roadmap & euer 90-Tage-Plan