

## Google Ads Anzeigenrang

### Was ist der Google Ads Anzeigenrang?

Der Google Ads Anzeigenrang bzw. Google Ads Rank bezeichnet einen Wert, der sich auf die Anzeigenposition einer Google Anzeige auswirkt. Er wird durch verschiedene Faktoren wie z.B. den Qualitätsfaktor und das Gebot beeinflusst. Die Berechnung ist mit einer Faustformel möglich.

Je höher der Anzeigenrang ist, desto besser ist die Anzeigenposition. Eine hohe Anzeigenposition ist wiederum wichtig für den Erfolg der Anzeige, denn je höher die Anzeigenposition, desto wahrscheinlicher ist der Klick.

### Beeinflussung des Anzeigenrangs

Der Google Ads Anzeigenrang ist kein feststehender Wert, er wird jedes Mal, wenn eine Anzeige ausgespielt werden kann, neu berechnet. Dabei wirken sich folgende Faktoren aus:

- Gebotsbetrag
- Wert, der maximal für einen Klick ausgegeben werden soll
- Qualitätsfaktor: Der Qualitätsfaktor bzw. die Anzeigenqualität bemisst sich nach der Anzeigenrelevanz und der damit verbundenen Website für den Nutzer.
- Schwellenwerte für die Anzeigenqualität: Nur wenn die Anzeige bestimmten Mindestanforderungen entspricht, kann sie auch bestimmte Positionen auf der [Google Suchergebnisseite](#) erreichen. Anzeigen mit einer zu geringen Qualität fallen so automatisch aus der Auktion raus.
- voraussichtliche Auswirkung von Erweiterungen und Anzeigenformaten: Der Google Ads Anzeigenrang kann auch durch Anzeigenerweiterungen beeinflusst werden. Dabei handelt es sich um kleine Zusatzinformationen in der Anzeige, z.B. eine Telefonnummer.
- Kontext der Suchanfragen: Kontext bezieht sich auf die verwendeten [Suchbegriffe](#), den Gerätetyp, mit der die Suche durchgeführt wird, den Suchzeitpunkt, weitere Anzeigen, die zu dem Suchbegriff ausgeliefert werden sowie verschiedene Nutzersignale.

### Anzeigenrang berechnen

Trotz dieser 5 Einflussfaktoren gibt es eine relativ einfache Formel, um den Anzeigenrang berechnen zu können:

$$\text{Google Ads Anzeigenrang} = \text{max. CPC} \times \text{Qualitätsfaktor}$$

Hier werden also die zwei wichtigsten Faktoren genutzt, um den Google Ads Anzeigenrang zu ermitteln.

## Ermittlung der Google Ads Anzeigenposition mit dem Anzeigenrang – so funktioniert's

Auf welcher Position eine Anzeige landet, wird immer in Form einer Auktion entschieden. Dabei werden mehrerer Schritte durchlaufen, um letztendlich zu ermitteln, welche Anzeige wo positioniert wird. Zuerst wird geprüft, inwieweit die Keywords der Anzeige mit der Nutzersuchanfrage übereinstimmen. Danach sortiert das System Anzeigen mit sehr niedrigem Anzeigenrang aus, z.B. weil sie bestimmte Qualitätskriterien nicht erfüllen. Die verbleibenden Anzeigen werden dem Nutzer präsentiert, wobei sich deren Anzeigenposition wiederum nach der Höhe des Anzeigenrangs richtet.

Da [Google](#) diesen "Weg" jedes Mal neu beschreitet, können die Einflussfaktoren jedes Mal variieren. So können der Google Ads Anzeigenrang und damit die Anzeigenposition z.B. schwanken, weil die neue Suchanfrage besser auf das Keyword passt.

## Wie verbessert man den Anzeigenrang?

Die wichtigsten Stellschrauben zur Verbesserung des Anzeigenrangs sind die Anzeigenqualität / Anzeigenrelevanz (hängt wiederum stark mit der Nutzererfahrung zusammen – die Inhalte der Anzeige müssen zur [Ziellandingpage](#) passen, die Ziellandingpage muss die Nutzerbedürfnisse erfüllen) und der maximale CPC. Daher basiert die vereinfachte Formel zum Google Ads Anzeigenrang berechnen auch auf diesen beiden Faktoren.

## Optimierung des maximalen CPC

Bei einem hohen Qualitätsfaktor sinken im Allgemeinen die max. CPC. Dadurch kann einiges an Budget

gespart werden. Auch ist es nicht immer sinnvoll, auf die erste Anzeigenposition zu bieten. Oftmals sind die CPC Kosten auf Position 2 sehr viel geringer und erreichen mehr [Conversions](#) als die Position 1. So lassen sich auf einfache Weise Budget sparen oder mehr Nutzer auf die Seite bringen.

## Google Ads Qualitätsfaktor verbessern

Da der Qualitätsfaktor durch die [Klickrate](#), die Nutzererfahrung mit der Zielseite sowie die Anzeigenrelevanz beeinflusst wird, gilt es, bei der Verbesserung des Google Ads Qualitätsfaktors diese Faktoren zu überprüfen und ggf. Anpassungen vorzunehmen.

Im Detail bedeutet das:

1. Klickrate – Prozentwert, der angibt, wie oft die Anzeige im Verhältnis zu ihrem Erscheinen in den Suchergebnissen angeklickt wird

Verbesserungen sind hier möglich durch Anpassungen der Anzeigentexte und saubere Keywordlisten. Nutzen Sie auch die verschiedenen Anzeigenerweiterungen.

2. Nutzererfahrung mit der Zielseite

Als Werbetreibender sollten Sie darauf achten, nur Keywords zu hinterlegen, die auch wirklich zum Angebot Ihrer Landingpage passen. Je besser sie zu den Inhalten der Seite passen, desto besser die Nutzererfahrung. Allerdings spielen hier auch noch viele weitere Faktoren der Ziellandingpage mit hinein, z.B. eine einfache Navigation, eine gute Nutzerführung, eine richtig positionierte Call-to-Action usw. Hier können auch eigene Google Ads Landingpages erstellt werden, um diese exakter an die hinterlegten Keywords anzupassen.

3. Relevanz der Anzeige

Die hinterlegten Keywords müssen in den Anzeigen auftauchen. Die der Suchanfrage entsprechenden Keywords werden in der Anzeige gefettet und fallen so dem Suchenden besser ins Auge. Der Klick ist demnach wahrscheinlicher.

## Sichtbare Ergebnisse der Optimierung



Bis 2019 war die Durchschnittliche Position die Hauptmetrik für Optimierungsentscheidungen hinsichtlich der Positionsmessung bei Google Ads Anzeigen. Seit September 2019 steht die Durchschnittliche Position nicht mehr für die Auswertung im Ads Konto zur Verfügung, stattdessen wird auf die oberste und obere Position optimiert.

Die beiden Werte werden in Prozent angegeben und beschreiben die Häufigkeit der Schaltung auf der obersten Position bzw. auf den obersten drei Positionen.

Ein Beispiel:

Bei 50 Prozent Schaltung auf den oberen Positionen erscheint Ihre Anzeige durchschnittlich bei jeder zweiten Schaltung im oberen Bereich der Google Ergebnisseite.

Liegt dann der Wert für die oberste Position ebenfalls bei 50 Prozent, werden somit 25 Prozent aller Ihrer ausgespielten Anzeigen ganz oben ausgespielt.