



Konto-Durchsicht – Musterbericht

klickbetrug-check.de · Beispielkonto „Möbelhaus Muster GmbH“ · Zeitraum 12 Monate

Das ist ein Musterbericht mit erfundenen Beispieldaten. Er zeigt Aufbau, Tiefe und Sprache eines echten Berichts. Ihr Bericht enthält dieselben Kapitel – mit den Zahlen aus Ihrem Konto. Jeder Fund trägt eine Nummer im Schild, an der Fundstelle und bei seiner Maßnahme.

1. Das Wichtigste in Kürze

Geprüftes Werbebudget: **128.400 €** in 12 Monaten (Google Ads).

Davon auf Platzierungen, die kritisch bewertet oder ungeprüft sind: **rund 32.600 €** – etwa 25 %.

Sofort umsetzbar ohne Reichweitenverlust im relevanten Umfeld: **ca. 14.200 € pro Jahr**. Weitere 9.700 € hängen an den Suchnetzwerk-Partnern – dafür ist erst ein vierwöchiger Abschalttest vorgesehen.

Die drei größten Einzelposten: automatische Display-Platzierungen in mobilen Apps und vorinstallierten Nachrichten-Feeds (14.200 €), Auslieferung über Suchnetzwerk-Partner ohne messbaren Beitrag (9.700 €), sowie Optimierung auf ein weiches Conversion-Ziel („Produkt gemerkt“), das maschinell auslösbar ist und die Gebotssteuerung fehlerleitet.

2. Wohin das Geld tatsächlich floss

Kategorie	Kosten / Jahr	Anteil	Bewertung
Suchanzeigen auf Google.de	71.300 €	55,5 %	plausibel
Bekannte Portale (Display)	14.800 €	11,5 %	plausibel
Suchnetzwerk-Partner 	9.700 €	7,6 %	ungeklärt
Mobile Apps & Spiele 	8.100 €	6,3 %	kritisch
Vorinstallierte Feeds (Sperrbildschirm) 	6.100 €	4,8 %	kritisch
Zeilen 41 bis 40.000: Einzelseiten à 0,15–0,70 € 	18.400 €	14,3 %	ungeprüft

 **Lesehilfe:** Die letzte Zeile ist der eigentliche Befund. 39.960 Platzierungen, jede zu klein für eine Einzelprüfung, zusammen der zweitgrößte Posten des Kontos. Eine Stichprobe von 40 Domains aus diesem Bereich ergab: 27 ohne Impressum, 31 ohne Eintrag im Google-Index, 9 mit erkennbar maschinell erzeugten Inhalten.

3. Einstellungs-Diagnose

Einstellung	Status	Wirkung
Automatische Placements (Display)	aktiv	Hauptursache der Streuung
Suchnetzwerk-Partner	aktiv	ohne Nachweis eines Beitrags
Placement-Ausschlüsse auf Kontoebene	0 Einträge	kein Schutz vorhanden
Conversion-Ziel „Produkt gemerkt“ 	primär	maschinell auslösbar, leitet Gebote fehl
Standortausrichtung	Anwesenheit oder Interesse	Auslieferung außerhalb des Einzugsgebiets
Empfehlungen automatisch anwenden	teilweise aktiv	Änderungen ohne Freigabe

4. Maßnahmen, priorisiert

Sofort (Wirkung ab Tag 1)

- Mobile Apps, Spiele-Kategorien und vorinstallierte Feeds auf Kontoebene ausschließen. **Erwartete Ersparnis: ca. 14.200 €/Jahr.** 
- „Empfehlungen automatisch anwenden“ vollständig deaktivieren.
- Conversion-Ziel „Produkt gemerkt“ auf sekundär stellen, Optimierung auf „Anfrage mit Kontaktdaten“ umstellen. 

Innerhalb von vier Wochen

- Display von automatischen Platzierungen auf eine Positivliste ausgewählter Umfeldler umstellen. 
- Standortausrichtung auf „Anwesenheit“ umstellen und Einzugsgebiet schärfen.
- Suchnetzwerk-Partner vier Wochen abschalten und Anfragen vergleichen — danach fundiert entscheiden. 

Mittelfristig

- Abschalt-Vergleich für die Markenkampagne in zwei von vier Regionen (misst den tatsächlichen Beitrag statt der Zurechnung).
- Quartalsweise Durchsicht des Placement-Berichts als feste Routine etablieren.

5. Was ich nicht beurteilen kann

Aus dem Werbekonto ist nicht erkennbar, welche Anfragen zu Aufträgen wurden. Die Verlust-Schätzung beruht deshalb auf der Qualität der Platzierungen, nicht auf Ihrem Umsatz. Wenn Sie mir Abschlussdaten aus Ihrem System zur Verfügung stellen, lässt sich die Rechnung deutlich schärfen — das ist aber nicht Teil dieser Durchsicht.