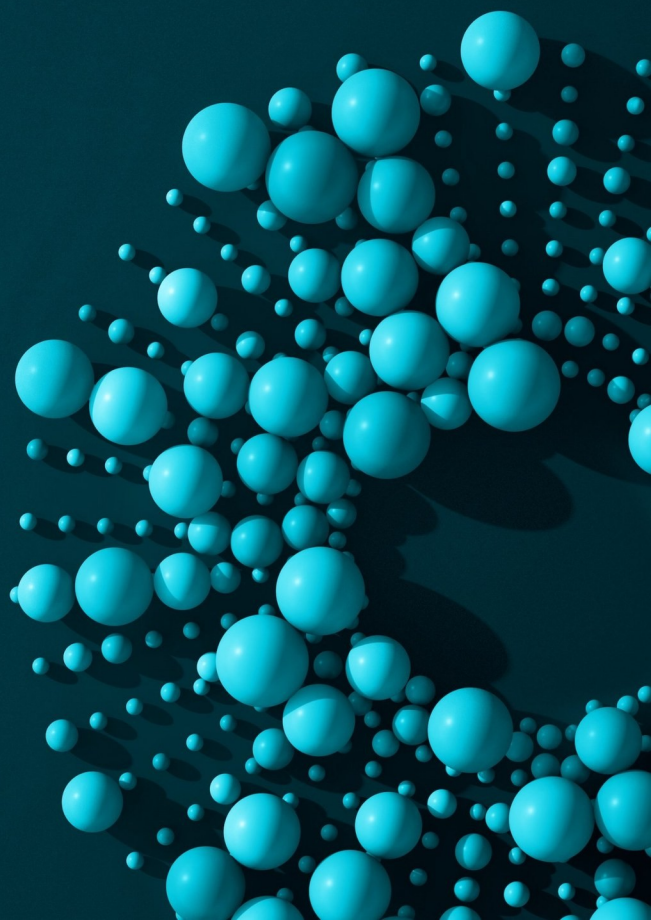
DRWN AI

SMARTER BUDGET DECISIONS

PERFORMANCE MARKETING PLAYBOOK

HOL DIR DIE KONTROLLE ÜBER DEINE KAMPAGNEN ZURÜCK



WAS DICH ERWARTET

3

Plattformen im Check: Performance Max, Advantage+ & Smart+

9

Prüfpunkte mit konkreten Maßnahmen

4

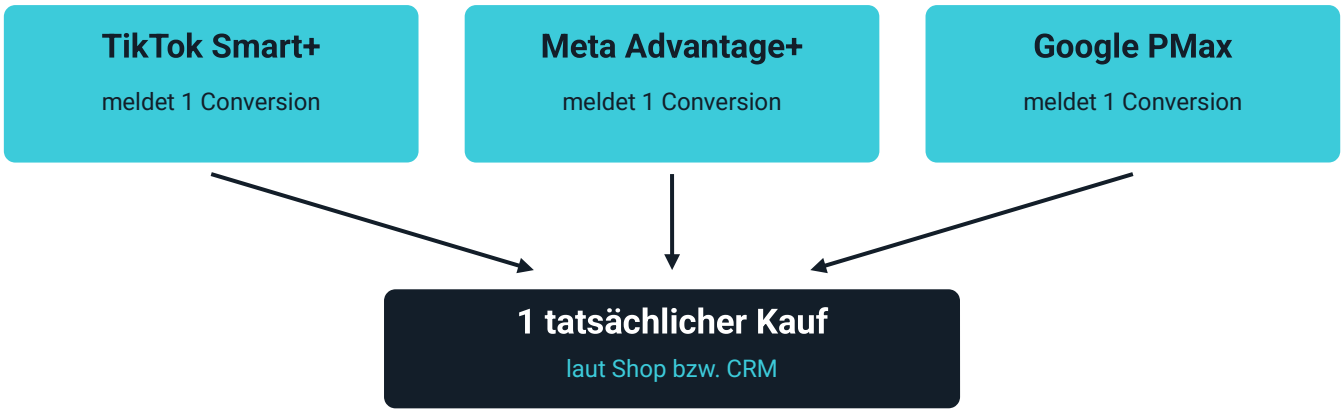
Wege, Kampagnen sinnvoll aufzuteilen

WARUM KONTROLLE WICHTIG IST

Drei Plattformen. Drei Reports. Ein Mediabudget.

Jede Plattform optimiert und misst aus ihrer eigenen Perspektive. Wer die Reports addiert, plant mit Conversions, die es so nie gab.

EIN KAUF, DREI PLATTFORMEN RECHNEN IHN SICH AN



Summe der Plattform-Reports: 3 Conversions. **Realität: 1 Kauf.**

VIER TYPISCHE FEHLSCHLÜSSE

1 Conversions werden mehrfach gezählt

Jede Plattform rechnet sich denselben Kauf an. In Summe meldet sie mehr, als Shop oder CRM verzeichnen.

2 Brand und Retargeting verzerren

Brand-Suchen und Retargeting glänzen im ROAS und lassen schwächere Teile einer Kampagne besser aussehen.

3 Nachfrageaufbau wird gekürzt

TikTok, YouTube oder Meta-Prospecting wirken in der Plattformlogik schwach. Mittelfristig fehlt neue Nachfrage.

4 Gleiche Kennzahl, andere Regeln

Attributionsfenster und View-Through unterscheiden sich: ROAS 4 bei Meta ist nicht ROAS 4 bei Google.

WO DRWN AI ANSETZT

Eine Entscheidungslogik über alle Plattformen

Eine Datenbasis

Plattformdaten, ergänzt um interne und externe Signale

Deine Business-KPIs

Bewertung nach deinen Zielen statt nach Plattformmeldung

Tägliche Budgetentscheidungen

Automatisiert und über alle Plattformen hinweg

KEY TAKEAWAY Plattformreports erklären einzelne Kampagnen. Über das Gesamtbudget solltest du jedoch nach einer gemeinsamen Business-Logik entscheiden.

DIE BLACK BOX

Jede Plattform gibt ihr Budget aus

Plattformen sind darauf ausgelegt, das zugewiesene Budget auszuschöpfen, auch in schwachen Kampagnen. Ob ein Euro woanders mehr bringt, prüft keine Plattform.

BEISPIEL: 6 KAMPAGNEN, 6.000 € BUDGET

FIKTIVES BEISPIEL

KAMPAGNE	LEISTUNG	PLATTFORM-LOGIK	BUSINESS-LOGIK
Google Kampagne 1	STARK	1.000 €	1.700 €
Google Kampagne 2	SCHWACH	1.000 €	300 €
Google Kampagne 3	SCHWACH	1.000 €	300 €
Meta Kampagne 4	STARK	1.000 €	1.700 €
Meta Kampagne 5	STARK	1.000 €	1.700 €
Meta Kampagne 6	SCHWACH	1.000 €	300 €

Plattform-Logik: 3.000 € in schwachen Kampagnen, jede Plattform verteilt nur ihr eigenes Budget.

Business-Logik: nur 900 € in schwachen Kampagnen, 700 € wandern von Google zu Meta.

Wohin mit den nächsten 1.000 €?

Starke Kampagnen sättigen: Jeder weitere Euro bringt weniger. Entscheidend ist nicht der Durchschnitt, sondern was der nächste Euro bringt.

GOOGLE · KAMPAGNE A **−400 €**

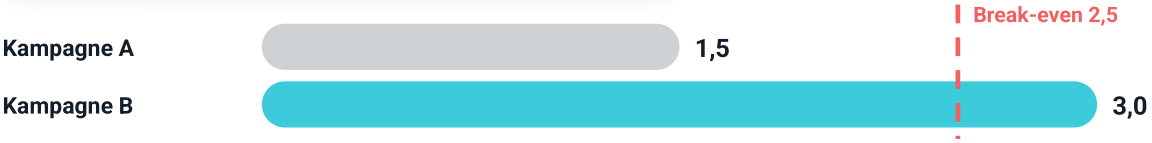
Ø-ROAS bisher	Grenz-ROAS nächste 1.000 €
6,0	1,5

+1.000 € Budget → +1.500 € Umsatz → 600 € Deckungsbeitrag

META · KAMPAGNE B **+200 €**

Ø-ROAS bisher	Grenz-ROAS nächste 1.000 €
3,5	3,0

+1.000 € Budget → +3.000 € Umsatz → 1.200 € Deckungsbeitrag



Break-even-ROAS = 1 ÷ 40 % Deckungsbeitragsmarge = 2,5. Fiktive Werte, vereinfacht.

WO DRWN AI ANSETZT

DRWN AI bewertet alle Kampagnen täglich anhand deiner Business-KPIs wie Deckungsbeitrag oder Lead-Qualität, auf granularer Ebene wie Kampagnen oder Anzeigengruppen, und trifft die Budgetentscheidung plattformübergreifend.

DER HEBEL: STRUKTUR

Mach dein Budget verschiebbar

Wer alles in eine Kampagne packt, sieht nur einen Durchschnitt. Teile dein Setup dort auf, wo sich die Leistung unterscheidet: granular, aber nicht hypergranular.

4 WEGE, KAMPAGNEN SINNVOLL AUFZUTEILEN

1 Produktgruppen oder Sortiment

Bestseller, Neuheiten und Long Tail getrennt steuern.

2 Marge oder Deckungsbeitrag

Margenstarke Produkte bekommen eigene Kampagnen und Ziele.

3 Brand und Nicht-Brand

Brand-Suchen separat, damit sie schwache Kampagnen nicht schönrechnen.

4 Neu- und Bestandskunden

Neukundengewinnung und Retargeting getrennt bewerten.

WIE GRANULAR? Jede Kampagne braucht genug Conversions, damit der Algorithmus stabil lernt. Lieber wenige aussagekräftige Kampagnen als viele mit zu wenig Daten.

SO SETZT DU ES AUF DEN PLATTFORMEN UM

Hake ab, sobald du geprüft und den Handlungsbedarf notiert hast. Die Beispiele gelten sinngemäß auch für Microsoft Ads, LinkedIn, Pinterest & Co.

GOOGLE PMAX

- [ ] **Kampagnenstruktur**
  Mehrere Kampagnen oder Asset-Gruppen nach Produktgruppe bzw. Marge.
- [ ] **Brand separat**
  Brand-Anteil im Suchbegriffsbericht prüfen; Ausschlüsse oder eigene Brand-Kampagne.
- [ ] **Suchbegriffe**
  Irrelevante Anfragen mit auszuschließenden Keywords ausschließen.

META ADVANTAGE+

- [ ] **Kampagnenstruktur**
  Getrennte Kampagnen nach Produktgruppen oder Neu- und Bestandskunden.
- [ ] **Audience Controls**
  Harte Grenzen wie Standort, Alter oder Ausschlüsse bewusst setzen.
- [ ] **Conversions API**
  Events mit Werten senden, Pixel und CAPI sauber deduplizieren.

TIKTOK SMART+

- [ ] **Ziel und Funnel-Rolle**
  Optimierungsziel passend zur Rolle: Nachfrage erzeugen oder abschöpfen.
- [ ] **Budgetstrategie**
  Kampagnen- oder Anzeigengruppenbudget bewusst wählen, Änderungen bündeln.
- [ ] **Events API**
  Events mit Werten senden und auf echte Geschäftsziele mappen.

WIE GRANULAR IST DEIN SETUP?

Lass uns im kostenlosen Intro gemeinsam draufschauen: In 15 Minuten siehst du, wo dein Setup Budget verschenken könnte.

INTRO BUCHEN

DRWN AI

SMARTER BUDGET DECISIONS

DIE PLATTFORM OPTIMIERT DEINE KAMPAGNE. WER OPTIMIERT DEIN GESAMTBUDGET?

DRWN AI ist die KI-gestützte Software zur plattformübergreifenden Optimierung deiner Paid-Media-Budgets: täglich, automatisiert und ausgerichtet auf deine Business-KPIs. **Ohne Plattform- oder Agenturinteressen.**

2.000+
optimierte Kampagnen

350+
Advertiser

60.000+
tägliche Budget-Entscheidungen

DEIN NÄCHSTER SCHRITT

Wo liegt in deinem Setup das größte Budget-Potenzial?

Lass es uns in einem kurzen Intro gemeinsam herausfinden.

KOSTENLOSES INTRO BUCHEN

15 Minuten · Kostenlos & unverbindlich · Online

Scannen und Termin wählen

drwn.tech/playbook-intro

DRWN AI ist ein Produkt der BlueOak Advertising GmbH · Unter Krahnenbäumen 9 · 50668 Köln · drwn.tech/impressum