KURS-ADS-CHECK · CHECKLISTE

Von null zur ersten Kampagne

Die gleiche Checkliste, mit der die Mitglieder im Meta Ads Netzwerk arbeiten.

🎥 Zu fast jedem Schritt gibt es im Meta Ads Netzwerk (meiner Community auf Skool) ein Video, in dem ich dir den Schritt am Bildschirm zeige. Als Mitglied kommst du per Klick auf den Videotitel direkt dorthin, sonst auf die Infoseite des Netzwerks. ☑ Die Kästchen kannst du direkt im PDF abhaken.

Teil 1: Werbekonto einrichten

Ziel: Profil, Business Manager und Werbekonto so einrichten, dass du deine erste Kampagne schalten kannst. Lasse dir dabei Zeit. Wer hier hetzt, riskiert, dass das Konto (vorübergehend) eingeschränkt oder gesperrt wird.

1. Facebook-Profil vorbereiten

- ☐ Persönliches Facebook-Konto erstellen oder dein bestehendes nutzen
- ☐ Profilbild hochladen und die wichtigsten Profilfelder ausfüllen
- ☐ Aktuelle E-Mail-Adresse und Telefonnummer hinterlegen
- ☐ Zwei-Faktor-Authentifizierung aktivieren

🎥 Video dazu im Meta Ads Netzwerk: So registrierst du dich bei Facebook · Account aufwärmen · 2-Faktor-Authentifizierung aktivieren

2. Business Manager erstellen und absichern

- ☐ Auf business.facebook.com „Business erstellen“ klicken (der Business Manager heißt bei Meta inzwischen auch „Business-Portfolio“)
- ☐ Unternehmensname, Geschäfts-E-Mail, Adresse und Telefonnummer eintragen
- ☐ Falls möglich: Unternehmen verifizieren
- ☐ Unter „Unternehmenseinstellungen“ › „Security Center“ die Zwei-Faktor-Authentifizierung für „Alle“ aktivieren
- ☐ Prüfen, dass du Admin-Rechte hast

🎥 Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Neues Business Portfolio erstellen · Risiko einer Sperrung reduzieren (2FA) · Dein Unternehmen verifizieren lassen

3. Facebook-Seite erstellen

- ☐ Unter „Seiten“ › „Neue Seite erstellen“ Name, Kategorie und Beschreibung ausfüllen
- ☐ Profil- und Titelbild hochladen
- ☐ Optional: Instagram-Account verbinden

🎥 Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Facebook Seite erstellen · Instagram Account verbinden

4. Werbekonto erstellen und Zahlungsmethode hinzufügen

- [ ] Im Business Manager unter „Kontoeinstellungen“ › „Werbekonten“ › „Neues Werbekonto erstellen“
- [ ] Klaren Namen vergeben, Währung und Zeitzone passend zu deinem Standort wählen
- [ ] Dir selbst Admin-Zugriff geben
- [ ] Kreditkarte oder PayPal hinterlegen und Budgetgrenzen prüfen

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Werbekonto erstellen · Zahlungsmethode hinterlegen

5. Meta-Pixel erstellen und einbauen

- [ ] Im „Events Manager“ einen neuen Pixel bzw. Datensatz erstellen (so heißt der Pixel inzwischen bei Meta)
- [ ] Pixel auf deiner Verkaufsseite einbauen (z. B. über Funnelcockpit)
- [ ] Mit dem Pixel Helper testen, ob er auslöst

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Neuen Pixel erstellen · Pixel auf Verkaufsseite einfügen

6. Abschluss-Check

- [ ] Werbekonto aktiv und ohne Einschränkungen?
- [ ] Pixel, Seite und Zahlungsmethode korrekt verbunden?
- [ ] Werbeanzeigenmanager lässt sich öffnen?

Teil 2: Deine erste Kampagne

Ziel: In 14 Tagen die erste Kampagne schalten und den ersten Kurs-Verkauf erzielen.

1. Kampagnenziel auswählen

- [ ] Im Werbeanzeigenmanager (dort erstellst und steuerst du deine Kampagnen) auf „+ Erstellen“ klicken
- [ ] Das Ziel „Umsatz“ auswählen (bewirbst du ein kostenloses Webinar, z. B. bei Kursen über 100€: „Leads“)
- [ ] Einen klaren Namen vergeben. Mein System: Jahr-Monat – Projekt – Was wird beworben? – Kampagnenart (z. B. „2026-12 – Mein Kurs – Verkäufe – CBO“; CBO heißt, dass das Budget auf Ebene der Kampagne festgelegt wird)

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Kampagnenziel festlegen · Ebene 1: Kampagne · Leads Kampagne erstellen

2. Budget festlegen

- [ ] Kampagnenbudget oder Anzeigengruppenbudget wählen
- [ ] Tagesbudget eintragen, am besten dein Wert aus dem Check (mindestens 10€)

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Welches Tagesbudget ist das Richtige? · Tages- oder Laufzeitbudget?

3. Conversion einrichten

- [ ] Neue Anzeigengruppe erstellen und benennen
- [ ] Conversion-Ort „Website“ wählen (dort passiert der Kauf)
- [ ] Deinen Pixel bzw. Datensatz auswählen und auf „Kauf“ optimieren (bei einer Lead-Kampagne auf „Lead“)
- [ ] Prüfen, ob deine Verkaufsseite auf dem Handy und am Computer funktioniert

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Ebene 2: Anzeigengruppe

4. Zielgruppe festlegen

- [ ] Standort wählen (z. B. Deutschland und Österreich)
- [ ] Die Zielgruppe zunächst dem Meta-Algorithmus überlassen, also nicht zu eng eingrenzen
- [ ] Optional: eigene Zielgruppe aus deiner E-Mail-Liste oder deinen Pixel-Daten

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Ebene 2: Anzeigengruppe

5. Platzierungen

- [ ] „Advantage+“-Platzierungen wählen, dann verteilt Meta deine Anzeigen automatisch
- [ ] Prüfen, dass Mobilgeräte eingeschlossen sind

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Ebene 2: Anzeigengruppe

6. Werbeanzeige erstellen

- [ ] Format wählen: Am Anfang reichen Werbebilder und/oder kurze Videos
- [ ] Mehrere Werbebilder mit verschiedenen Werbebotschaften hochladen, nicht nur eins
- [ ] Primären Text schreiben
- [ ] Überschrift schreiben: Vorteil, Ergebnis oder Aufforderung (z. B. „Jetzt Zugang sichern“)
- [ ] Call-to-Action wählen (z. B. „Mehr dazu“)

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Ebene 3: Anzeige · Canva: Bilder erstellen und bearbeiten · Werbetext erstellen (inkl. Vorlage) · KI Ad Creator

7. Tracking prüfen

- [ ] Einen Testkauf machen und prüfen, ob der Pixel ihn erfasst
- [ ] Optional: Conversion API einrichten, die Käufe zusätzlich direkt an Meta meldet (z. B. bei Digistore24 sehr einfach)

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Optional: Conversion API einrichten

8. Vorschau und Veröffentlichen

- [ ] Anzeige in der Vorschau auf Handy und Computer prüfen
- [ ] Link zur Verkaufsseite testen
- [ ] Auf „Veröffentlichen“ klicken

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Ebene 3: Anzeige · Verifizierung durchführen

9. Auswerten, mit Geduld

- [ ] Nicht ständig etwas ändern: Nach 3 Tagen siehst du eine erste Tendenz, spätestens nach 7 Tagen weißt du, ob die Kampagne eine Chance hat
- [ ] Auf die Klickrate (CTR) achten, also wie viele von denen, die deine Anzeige sehen, draufklicken: Bei Werbebildern sind mindestens 2% das Ziel, 3 bis 4% über 7 Tage sind sehr gut. Liegt sie darunter, macht dein Bild nicht neugierig genug
- [ ] Gute Klickrate, aber keine Verkäufe? Dann liegt es eher an deiner Verkaufsseite
- [ ] Das Budget nie von heute auf morgen stark verändern, auch wenn es gerade gut läuft

Video dazu im Meta Ads Netzwerk: Was bedeuten die ganzen Zahlen? · Performance richtig ablesen · Performance Cockpit (Vorlage für Excel und Google Sheets) · Erste-Hilfe-Kurs, wenn es nicht läuft

Die 3 häufigsten Fehler, die ich bei Anfängern sehe

1. Die falsche Erwartung.

Viele erhoffen sich von Meta Ads das schnelle Geld. Sie haben von selbsternannten Gurus gehört, sie könnten mit einem 29€-Kurs 10.000€ passiv im Monat verdienen. So funktioniert es nicht. Du schaltest nicht eine Kampagne und wirst über Nacht reich. Du musst langfristig denken, verschiedene Werbebotschaften testen und deinen Kurs möglichst ansprechend gestalten.

2. Impulsive Entscheidungen.

Keine Ergebnisse nach 2 Tagen? Also wird die Kampagne sofort abgeschaltet. Oder das Budget wird von jetzt auf gleich verdoppelt, weil es gerade mal besonders gut läuft. Plötzlich wundert man sich, warum nichts mehr klappt. Meta Ads benötigen ruhige, rationale Entscheidungen.

3. Nicht ins Tun kommen.

Aus Angst, „Geld zu verbrennen“, wird nie gestartet. Oder es wird gestartet, aber mit den falschen Kampagneneinstellungen. Wenn du mit Meta Ads Erfolg haben möchtest, musst du wissen, was du tust. Das lernst du beispielsweise auch im Meta Ads Netzwerk.

Du willst wissen, was das konkret für deinen Kurs heißt? Buche dir einen kostenlosen Ads-Check (20 Minuten): **https://cal.com/maxnueckel/ads-check**

Lieber mit Anleitung, Vorlagen und persönlicher Unterstützung umsetzen? Teste das Meta Ads Netzwerk 7 Tage kostenlos: **https://www.skool.com/meta-ads/about**

© Maximilian Nückel · rechner.geldmitads.de
Kein Angebot von Meta Platforms, Inc. und nicht von Meta unterstützt oder gesponsert. Meta, Facebook und Instagram sind Marken von Meta Platforms, Inc.