

# Ihr Leitfaden für empfohlene Anzeigentarife

In der hart umkämpften Welt des E-Commerce ist die Optimierung der Werbestrategie von entscheidender Bedeutung. Der empfohlene Anzeigentarif von eBay Advertising ist ein leistungsstarkes Tool, wenn Sie Angebote mit einer Basis-Strategie bewerben. Das Tool empfiehlt Ihnen, wie viel Prozent Ihres Verkaufspreises Sie am besten in Werbung investieren sollten, um die Performance zu steigern. Händler\*innen, die ihren Anzeigentarif für Angebote mit hohem Potenzial erhöhten, verzeichneten tatsächlich einen durchschnittlichen Umsatzanstieg von 15%<sup>1</sup>.

In diesem Leitfaden erfahren Sie, wie der von eBay Advertising empfohlene Anzeigentarif einen maßgeschneiderten Tarif für jedes Angebot bereitstellt, um Ihnen zu helfen, die Performance Ihrer Anzeigen zu verbessern, mehr Käufer\*innen zu erreichen und Ihre Verkäufe zu beschleunigen. Fangen wir mit den Grundlagen an.





## Was ist ein Anzeigentarif?

Ein Anzeigentarif ist der prozentuale Anteil am Gesamtverkaufsbetrag (einschließlich Artikelpreis, Versand, Steuern und Gebühren), den Sie zu zahlen bereit sind, um Ihr Angebot im Rahmen einer Basis-Kampagnenstrategie zu bewerben.

Je höher der Anzeigentarif, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Anzeige in den besten Platzierungen bei eBay und auf Websites von Partnern wie Google und Bing erscheint.

Mehr zum Thema erfahren Sie [hier](#). eBay-Hilfe.

## Was ist der empfohlene Anzeigentarif?

Der von eBay Advertising empfohlene Anzeigentarif soll Ihnen dabei helfen, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Performance und Kosten zu erzielen.

Dazu wird ein prozentualer Anteil des Verkaufspreises Ihres Artikels für Werbung empfohlen. Dies zielt darauf ab, die Sichtbarkeit Ihres Artikels zu erhöhen und dabei gleichzeitig die Ausgaben im Griff zu behalten. Für jedes Ihrer Angebote wird ein eigener Anzeigentarif empfohlen. Dieser hängt von verschiedenen Faktoren ab, um sicherzustellen, dass Ihr Artikel wettbewerbsfähig bleibt.

## Wie wird der empfohlene Anzeigentarif berechnet?

Der empfohlene Anzeigentarif wird mit Hilfe von maschinellem Lernen errechnet. Dadurch soll ein optimales Gleichgewicht zwischen Performance (z.B. Klicks und Verkäufe) und Kosten (Anzeigengebühren) erzielt werden.

Bei dieser Berechnung werden verschiedene Faktoren berücksichtigt, darunter der Wettbewerb, Qualität und Attribute des Angebots und seine bisherige Performance. Nähere Informationen dazu entnehmen Sie der nachstehenden Aufschlüsselung.

# Welche Schlüsselfaktoren beeinflussen Anzeigentarife?

## Wettbewerb

Anzeigentarife von Mitbewerbern, Anzahl der Angebote in der Artikelkategorie, Zunahme oder Rückgang des Traffics für den Artikel oder die Kategorie (d.h. Kaufnachfrage) und Beginn oder Ende der Laufzeit anderer Anzeigen.

 Der wichtigste Faktor

## Angebotsattribute

Preis, verfügbare Stückzahl und Artikeldetails (z.B. Kategorie, Marke)

## Angebotsqualität

Fotos (z.B. mehrere, aussagekräftige) und Beschreibung (z.B. Zustand, Versand)

## Bisherige Performance

Saisonalität, seit dem Einstellen verstrichene Tage, verkaufte Stückzahl, organische Impressions, Anzeigen- Impressions, organische Klicks und Anzeigenklicks.

## So profitieren Sie von empfohlenen Anzeigentarifen

Mit dem empfohlenen Anzeigentarif können Sie Ihre Verkaufsstrategie verbessern. Durch dessen Einsatz wird Ihre Werbung nicht nur wirksamer, sondern Sie können auch ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Performance und Kosten herstellen, um Ihre Gewinne zu steigern. Das bedeutet für Sie:

### Mehr Sichtbarkeit

Erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Anzeigen von potenziellen Käufer\*innen gesehen werden und verringert die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Anzeigen aufgrund von zu niedrigen Anzeigentarifen übersehen werden.

### Beschleunigter Absatz

Mit dem empfohlenen Anzeigentarif können Sie mehr Traffic zu Ihren Angeboten leiten. Dies führt zu schnelleren Verkäufen und Warenumsatz und dazu, dass Sie Ihre Verkaufsziele effizienter erreichen.

### Mehr Zeit für Ihr Geschäft

Mit diesem optimierten Prozess können Sie mehr Zeit für die Warenbeschaffung und Erstellung einzigartiger Angebote oder andere Aspekte Ihrer Verkaufstätigkeit verwenden und dabei sicher sein, dass Ihre Anzeigentarife optimiert sind.

### Einfache Anwendung

Der beste Anzeigentarif für jedes Angebot wird automatisch berechnet. Sie können ihn direkt übernehmen.

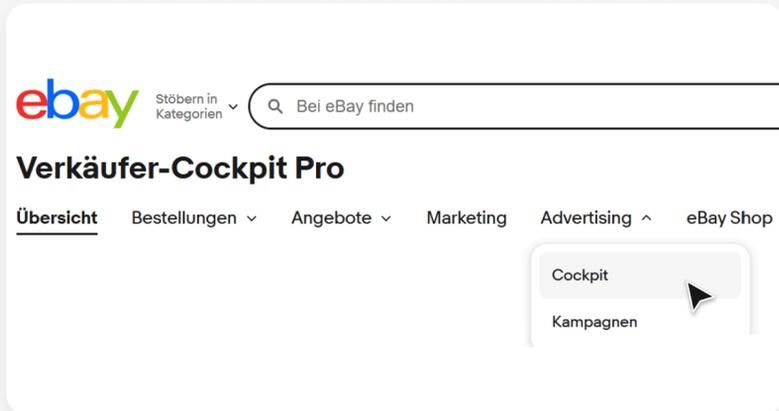
### Kosteneffizienz

Hilft Ihnen, zu hohe Werbeausgaben zu vermeiden und die Kontrolle über Ihre Anzeigentarife zu behalten, was wiederum Ihren Profit sichert.

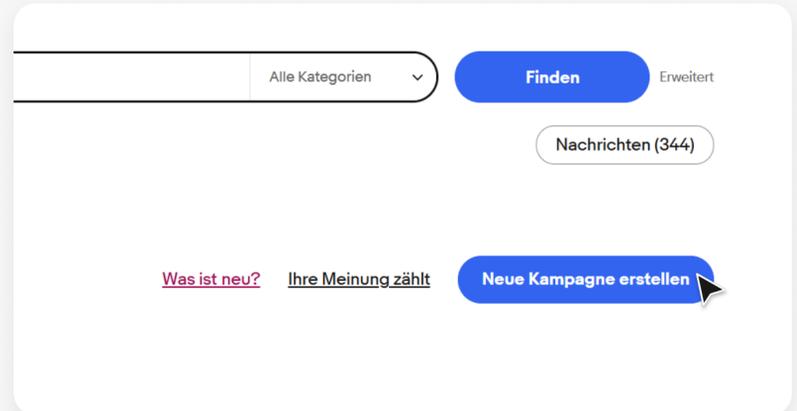
# So funktioniert's

So übernehmen Sie den empfohlenen Anzeigentarif aus Ihrem Advertising-Cockpit.

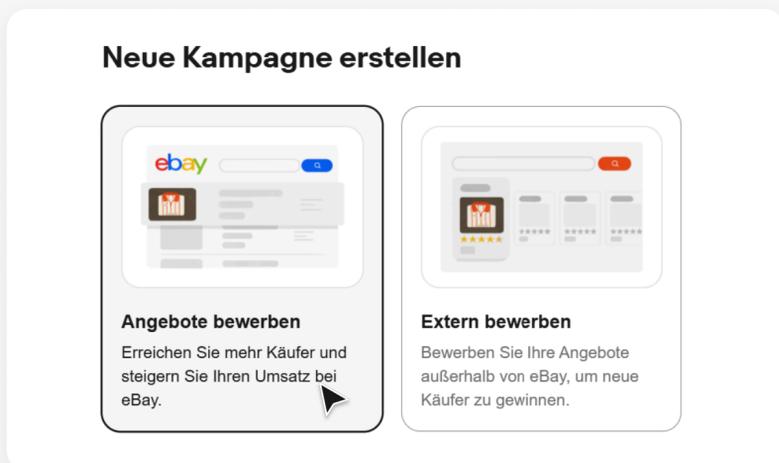
- 01** Navigieren Sie zum Verkäufer-Cockpit Pro und klicken Sie auf den Tab „Advertising“.



- 02** Wählen Sie „Neue Kampagne erstellen“ aus.



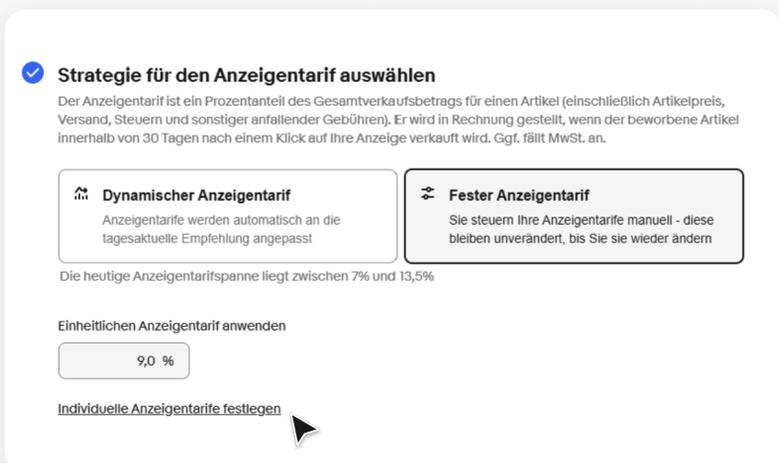
- 03** Wählen Sie „Angebote bewerben“ aus den vorhandenen Optionen aus.



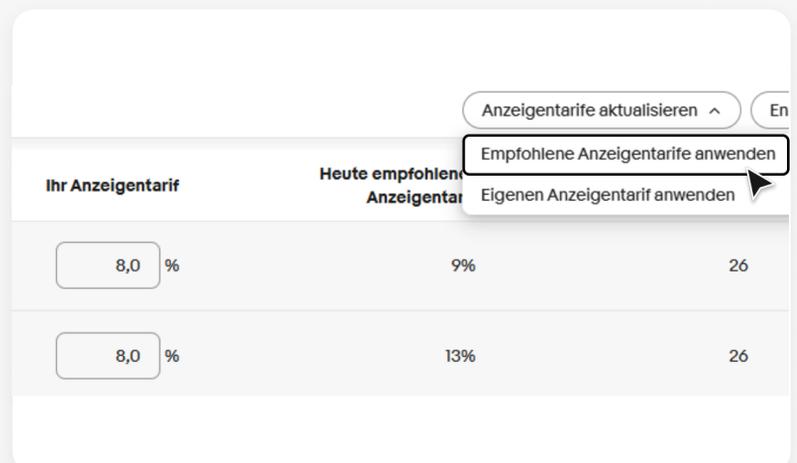
- 04** Ihre Meinung Neue Kampagne erstellen Wählen Sie eine Basis-Kampagnenstrategie aus und fügen Sie Ihrer Kampagne Angebote hinzu.



- 05** Wählen Sie eine Strategie mit festem Anzeigentarif aus und passen Sie einzelne Anzeigentarife an.



- 06** Starten Wählen Sie „Empfohlenen Anzeigentarif anwenden“ aus den Drop-down-Optionen aus und klicken Sie dann auf „Anwenden“.



# Bewährte Vorgehensweisen (und Tipps von Händler\*innen wie Ihnen)

Zwar kann die Anwendung des empfohlenen Anzeigentarifs Ihre Sichtbarkeit bei eBay erheblich verbessern, doch gibt es noch einige weitere Faktoren, mit denen Sie Ihre Performance insgesamt steigern können. Um den empfohlenen Anzeigentarif optimal zu nutzen, sollten Sie die folgenden Strategien in Betracht ziehen:

## Optimieren Sie Ihre Angebote

Je mehr Daten unseren KI-gestützten Tools zur Verfügung stehen, desto besser werden sie. Das bedeutet: Je mehr Informationen Sie in Ihrem Angebot bereitstellen, desto besser kann eBay es potenziellen Käufer\*innen zuordnen.

### **Angebotsqualität verbessern**

Werten Sie Ihre Angebote auf, indem Sie Titel, Artikelmerkmale, Fotos und Preis optimieren. Dadurch werden nicht nur interessierte Käufer\*innen angesprochen, sondern ggf. auch Ihre empfohlenen Anzeigentarife reduziert.

### **Detaillierte Produktinformationen**

Geben Sie möglichst viele Produktdetails an und wählen Sie die passende Kategorie aus.

### **Wettbewerbsfähiger Preis**

Vergewissern Sie sich, dass Ihre Preise im Vergleich zu Preisen ähnlicher Artikel attraktiv sind.

### **Qualitativ hochwertige Fotos**

Fügen Sie mehrere aussagekräftige Bilder mit hoher Auflösung hinzu. Flexible Optionen Ziehen Sie Preisvorschläge, kostenlosen Versand und kürzere Bearbeitungszeiten in Betracht.

### **Aussagekräftige Titel**

Verfassen Sie eindeutige, übersichtliche Titel mit relevanten Keywords.

### **Genauere Beschreibungen**

Erstellen Sie klare und präzise Produktbeschreibungen.

Mehr dazu erfahren, wie Sie Ihre [Angebote optimieren](#) können.

## Wussten Sie schon?

Im Durchschnitt erzielen Händler\*innen mit Anzeigen, die mit einer Basis-Strategie beworben wurden, 30% mehr Umsatz als mit nicht beworbenen Artikeln<sup>2</sup>. Das liegt daran, dass diese Artikel bei eBay in prominenten Platzierungen erscheinen. Sie zahlen nur, wenn der Artikel verkauft wird.

## Mit Anzeigentarifen experimentieren

Wenden Sie den empfohlenen Anzeigentarif bei Artikeln mit höheren Gewinnspannen, bei Mehrfachangeboten oder in wettbewerbsintensiven Kategorien an. Solche Angebote profitieren oft am meisten von wettbewerbsfähigen Anzeigentarifen.

### Tipp

„Anfangs hatte ich noch Bedenken und war besorgt über die Auswirkungen auf meine Einnahmen. 2021 habe ich dann auf empfohlene Anzeigentarife gesetzt, um noch konkurrenzfähiger zu werden. Im Februar 2022 habe ich alle meine Kampagnen automatisiert und konnte eine Steigerung der Umsätze um 92%, der Impressions um 53% und der Seitenaufrufe um 76% verzeichnen. **Bis heute ist das Bewerben meiner Angebote mit einer Basis-Kampagnenstrategie der Haupttreiber beim Verkauf aller meiner Festpreisangebote. Ich beginne bei 2% über dem empfohlenen Anzeigentarif und habe eine Obergrenze von 15%.** Die schiere Menge an Verkäufen macht alle Bedenken wegen entgangener Gewinnspannen mehr als wett.“

**Preston Gause,**  
**Händler bei eBay seit 2016**

Verwenden Sie dynamische Anzeigentarife zur automatischen Anpassung an den für den jeweiligen Tag empfohlenen Tarif. So stellen Sie sicher, dass Sie in einem sich ständig verändernden Markt wettbewerbsfähig bleiben. Sie können auch eine Obergrenze für den Anzeigentarif setzen, um Ihr Budget besser zu verwalten.

### Tipp

„Wir haben eine Obergrenze festgelegt, die den empfohlenen Anzeigentarif von eBay für 90% unserer Angebote abdeckt. **Außerdem haben wir die Funktion zur Anpassung des empfohlenen Anzeigentarifs verwendet, um den Preis geringfügig über dem empfohlenen Anzeigentarif zu halten und bei höherer Nachfrage wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies trägt in hohem Maße dazu bei, die Sichtbarkeit unserer Angebote zu steigern.** Wir haben festgestellt, dass unsere Impressions um mehr als 50% und die Klickrate um mehr als 30% zugenommen haben und der Umsatz infolge unserer Basis-Kampagnen gewachsen ist.“

**Little Smokey,**  
**Händler bei eBay seit 2011**

## Beobachten und bei Bedarf handeln

Behalten Sie die Performance Ihrer Kampagne über das Kampagnen- und das Advertising-Cockpit im Auge. Diese Tools liefern wertvolle Erkenntnisse, die Ihnen bei der Optimierung Ihrer Strategie helfen.

Durch Umsetzung dieser Strategien können Sie Ihre Verkaufsstrategie bei eBay verbessern und den empfohlenen Anzeigentarif optimal nutzen.

Besuchen Sie [eBayAdvertising.de](https://www.ebayadvertising.de) und treten Sie der eBay-Community bei, um mehr über bewährte Vorgehensweisen und Tools wie den empfohlenen Anzeigentarif zu erfahren. Melden Sie sich an und abonnieren Sie Mitteilungen, um über die neuesten Produkt- und Grundsatzaktualisierungen bei eBay Advertising auf dem Laufenden zu bleiben.

# Ergebnisse auswerten

Wenn Sie den empfohlenen Anzeigentarif nutzen, sollten Sie sich realistische Erwartungen setzen, denn die resultierende Performance kann von verschiedenen Faktoren beeinflusst werden, die nichts mit dem Anzeigentarif zu tun haben. Hier sind drei häufige Szenarien, die nach einer Erhöhung Ihres Anzeigentarifs auftreten können:

1

**Ihre Anzeige erhält mehr Impressions und Klicks, was zu einem Verkauf führt.**

Dies ist der Idealfall und entspricht dem, was wir erreichen wollen.

Im Schnitt verzeichnen Händler\*innen eine Umsatzsteigerung von 15%, wenn sie die Anzeigentarife für Angebote mit hohem Potenzial erhöhen.

2

**Ihre Anzeige erhält mehr Impressions und Klicks, aber der Artikel wird nicht verkauft.**

**Das bedeutet:** Wenn Ihre Anzeige zwar Impressions und Klicks erhält, dies aber nicht zu Verkäufen führt, könnte dies darauf hindeuten, dass die Angebotsqualität optimiert werden muss.

**Das können Sie tun:** Überprüfen und implementieren Sie bewährte Vorgehensweisen, um die Qualität Ihres Angebots zu verbessern. Sie könnten beispielsweise Produktbeschreibungen optimieren, qualitativ hochwertige Bilder verwenden und sicherstellen, dass Sie Ihre Preise wettbewerbsfähig gestalten, um die Performance zu steigern.

3

**Ihre Anzeige erhält nicht wesentlich mehr Impressions oder Klicks.**

**Das bedeutet:** Dies kann an einem starken Wettbewerb liegen, der von kleinen Anpassungen der Anzeigentarife nicht beeinflusst wird, oder daran, dass die Anzeige nicht erscheint, weil die Angebotsqualität nicht den Voraussetzungen entspricht.

**Das können Sie tun:** Prüfen und verbessern Sie die Qualität Ihres Angebots, um die Sichtbarkeit zu erhöhen. Sie könnten beispielsweise die Produktbeschreibungen überarbeiten, bessere Bilder verwenden oder sicherstellen, dass Ihr Angebot alle Voraussetzungen erfüllt, um sich in einem wettbewerbsintensiven Markt hervorzuheben.

Wenn Sie diese Szenarien verstehen, ist es leichter, die Komplexität von Anzeigentarifanpassungen zu durchschauen und Ihre Strategie für bessere Ergebnisse zu optimieren.

