

NEGATIVE KEYWORDS

Veröffentlicht am 3. Juli 2026 von Marie

Negative Keywords sind Suchbegriffe, für die eine Google-Ads-Anzeige bewusst nicht ausgespielt werden soll. Sie schließen unpassende Suchanfragen aus und verhindern so, dass Werbebudget an den falschen Nutzern verpufft.

Beispiel: Ein Anbieter für hochwertige Küchen schaltet Anzeigen auf „Küche kaufen“. Über das negative Keyword „gebraucht“ erscheint die Anzeige nicht mehr bei Suchen nach günstigen Gebrauchtküchen – die Klicks werden relevanter.

Worauf es ankommt: Wichtig ist, die tatsächlichen Suchanfragen regelmäßig zu prüfen und daraus eine gepflegte Liste unpassender Begriffe aufzubauen. So sinken Streuverluste, und die Klicks kommen von echten Interessenten.

Wichtig: Negative Keywords sind einer der einfachsten Hebel, um Google-Ads-Budget effizienter einzusetzen – sie senken Kosten und erhöhen die Qualität der Anfragen.