PPC

Veröffentlicht am 11. Februar 2026 von Marie

PPC steht für *Pay-per-Click* und bezeichnet ein Online-Werbemodell, bei dem Werbetreibende nur dann zahlen, wenn Nutzer auf eine Anzeige klicken.

Was bedeutet PPC?

Beim PPC-Modell entstehen Kosten nicht für die reine Ausspielung einer Anzeige, sondern erst bei einem tatsächlichen Klick. Die Abrechnung erfolgt meist auf Basis eines **Cost-per-Click (CPC)**.

PPC wird vor allem eingesetzt bei:

- Suchmaschinenwerbung (z. B. Google Ads)
- Social-Media-Anzeigen
- Display-Werbung
- Shopping-Kampagnen

Das Modell ermöglicht eine direkte Steuerung von Budget und Performance.

Wie funktioniert PPC?

PPC basiert in der Regel auf einem Auktionssystem. Werbetreibende definieren:

1. Budget
2. Gebote (maximaler CPC)
3. Zielgruppen oder Keywords
4. Anzeigeninhalte

Bei jeder relevanten Suchanfrage oder Zielgruppenansprache entscheidet das System, welche Anzeige ausgespielt wird. Die tatsächlichen Kosten pro Klick hängen von Wettbewerb und Anzeigenqualität ab.

Praxisbeispiel

Ein Unternehmen schaltet eine Google-Suchanzeige mit einem maximalen CPC von 1,50 €. Klickt ein Nutzer auf die Anzeige, entstehen Kosten – ohne Klick bleibt die Ausspielung kostenfrei.