

# Redaktionelle & professionelle Anforderungen

Erstellungsdatum: Januar 2017. Den neuesten Stand unserer AdWords Richtlinien finden Sie jederzeit in unserem AdWords Hilfecenter.

Google™



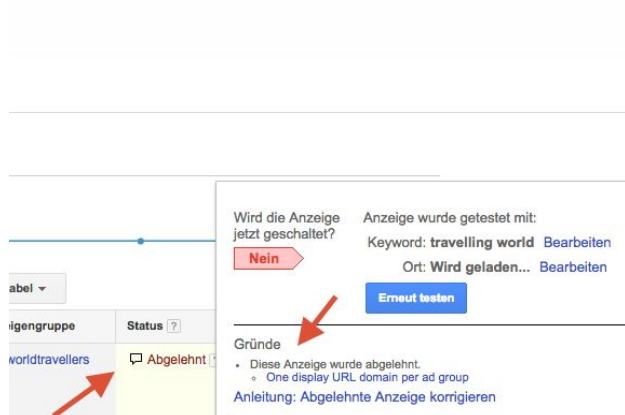
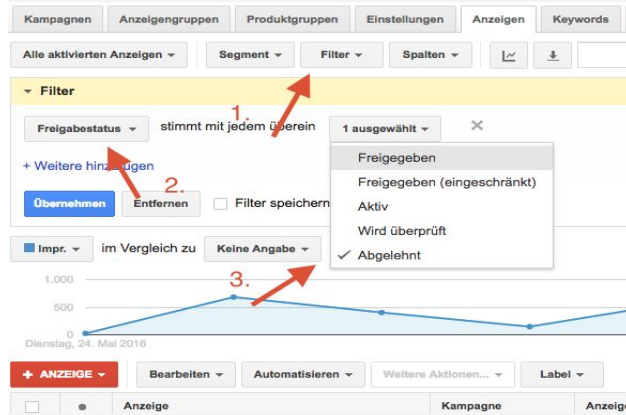
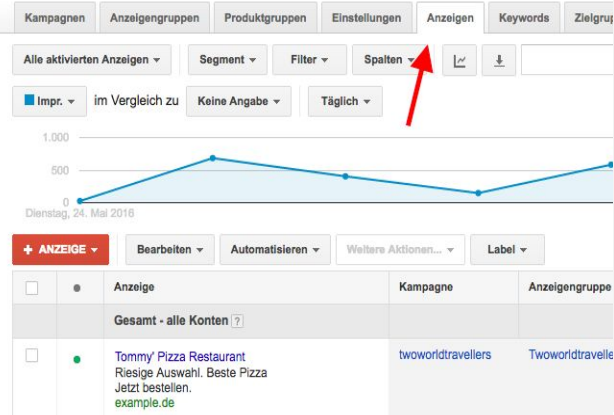
## Anzeigen abgelehnt? Warum?

Erfahren Sie wieso die Anzeige abgelehnt wurde und verbessern Sie die Anzeige

### Anzeige

### Filter

### Sprechblase



Klicken Sie auf den Reiter "Anzeigen"

1. Klicken Sie oberhalb der Statistiktabelle auf "Filter"
2. Wählen Sie "Filter erstellen" aus
3. Wählen Sie im Drop-down-Menü "Freigabestatus" aus
4. Deaktivieren Sie alle Kontrollkästchen außer "Abgelehnt"

In der Status Spalte, fahren Sie mit der Maus über die Sprechblase, um den Grund der Ablehnung zu erfahren

## Gründe

### Anforderungen an Ziele

#### Ungültige URL

✗	http:// oder https://
✗	IP Adresse in der URL Box
✗	Sonderzeichen (sowie !, *, #, _)

#### Subdomains

✗	Angezeigte URL: <i>blogspot.com</i> Zielseite: <i>mycompany.blogspot.com</i>
---	---

#### Domain & Domainendung

✗	Angezeigte URL: <i>google.com</i> Zielseite: <i>example.com</i>
z.B.	Angezeigte URL: <i>example.com</i> Zielseite: <i>example.com/toys.html</i>
✗	Angezeigte URL: <i>example.com</i> Zielseite: <i>example.org</i>

#### Eine Display URL

✗	Nicht mehr als eine angezeigte URL Domain pro Anzeigengruppe
---	--

### Symbole

✗	Ausrufezeichen im Anzeigentitel
✗	Mehrere Ausrufezeichen in einer Anzeige
✗	Wiederholte Satzzeichen oder Symbole
✗	Symbole, Zahlen und Buchstaben, die nicht in ihrer eigentlichen Bedeutung verwendet werden, beispielsweise "Spar€n"
✗	Nicht normgerechte Verwendung von Hochstellungen
✗	Nicht normgerechte Symbole oder Zeichen z.B.: *, /, §,
✗	Aufzählungspunkte
✗	Auslassungspunkte (Ellipsen) z.B. . . . .

### Telefonnummer im Anzeigentext

✗	Telefonnummer im Anzeigentext
<b>Tipp</b>	Verwenden Sie die <a href="#">Anruferweiterung</a>

### Tracking-Vorlagen

✗	Tracking Vorlage, die nicht zur finalen URL führt
<b>Tipp</b>	<a href="#">Information zum Tracking in AdWords</a>

### Großschreibung

✗	Übermäßige Großschreibung, z.B.: KOSTENLOS
✗	Gemischte Groß-/Kleinschreibung innerhalb eines Wortes wie "KeInE VeRsAnDkOsTeN"

### Finale URLs

✗	Die finale URL Ihrer Anzeige entspricht nicht der Domain der Zielseite
z.B.	Finale URL: <a href="http://example.com">http://example.com</a> Zielseite: <a href="http://example2.com">http://example2.com</a>

## Gründe

### Nützlichkeit

✘	Passwörter und zusätzliche Programme sind erforderlich, um Ihre Website oder App abzurufen und zu nutzen.
✘	Anzeigen auf Ihrer Website oder in Ihrer App sind nicht eindeutig als solche erkennbar
✘	Websites, die nicht schnell laden

### Professionelle Standards

#### Stilistische Anforderungen

✘	Anzeigen, die allgemeine Call-to-Action-Formulierungen enthalten wie "Klicken Sie hier"
✘	Anzeigentext mit fehlenden Zeilen oder übermäßig vielen Leerzeichen
✘	URL-Feld als zusätzliche Textzeile verwenden
✘	Anzeigen, die nicht wie Anzeigen aussehen, z.B., herunterladen von Software
✘	Bildanzeigen, die nicht die gesamte Fläche der ausgewählten Bildgröße einnehmen oder verkehrt herum dargestellt werden
✘	Bildanzeigen, die über den für sie vorgesehenen Frame hinausgehen und übermäßig blinken oder flackern

#### Rechtschreibung und Grammatik

✘	Der Anzeigentext enthält Schreib- und Grammatikfehler
✘	Anzeigentexte verwenden überflüssige und unnötige Satzzeichen, Zahlen, Buchstaben, Symbole oder Großbuchstaben; oder Wiederholungen von Wörtern oder Wortgruppen
✘	Zwischen Wörtern sind mehrere Leerzeichen, oder vor Satzzeichen sind Leerzeichen

### Unklare Inhalte & Relevanz

#### Unklare Inhalte

✘	Der Text in der Anzeige und auf der Zielseite ist unverständlich oder zu allgemein
✘	Der Text in der Anzeige ist abgeschnitten
✘	Falsche Angaben zum Unternehmen z.B. falscher Unternehmensname oder Standort
✘	Bilder, Videos oder Audio der Anzeige, die nicht qualitativ hochwertig sind z.B. unscharf, undeutlich oder unkenntlich
✘	Verwendung von Value Track-Tags im Anzeigentext
✘	Anzeigen, die nicht den Namen des Produkts und des Unternehmens, sowie das Logo oder eine angezeigte URL enthalten
✘	Bei animierten Anzeigen enthält der statische Frame, der nach der Animation angezeigt wird, keine klar sichtbaren Angaben

#### Unklare Relevanz

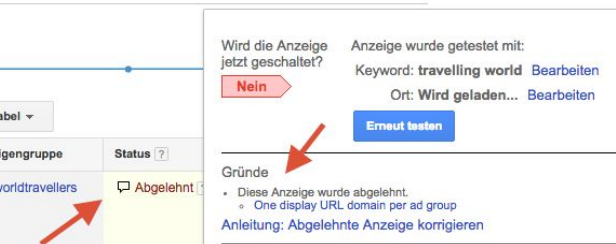
✘	Anzeigen, Keywords, Zielseiten und Anzeigenerweiterungen, die nicht in engem Bezug zueinander stehen
✘	Zu allgemeine Keywords
✘	Anzeigentext ist unklar, wenn Sie Keyword-Platzhalter einsetzen

#### Nicht belegter Superlativ oder vergleichende Werbeaussage

✘	Anzeigen dürfen keine superlative oder vergleichende Werbeaussagen verwenden, außer Sie können diese durch eine entsprechende Bestätigung Dritter belegen. Kundenmeinungen stellen keine Bestätigung Dritter dar.
✘	Superlative oder vergleichende Werbeaussagen in der Anzeige ohne Bestätigung einer unabhängigen Instanz

## Wie Sie die Anzeige korrigieren können

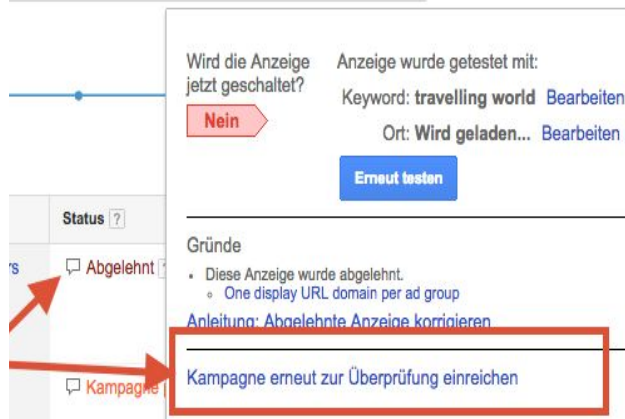
### 1. Grund ermitteln



### 2. Änderungen vornehmen



### 3. Erneut zur Überprüfung einreichen



1. Schritt: Grund für die Ablehnung der Anzeige ermitteln

2. Schritt: Änderungen an der Anzeige oder Website vornehmen

3. Schritt: Kampagne erneut zur Überprüfung einreichen

## Abgelehnte Anzeigen korrigieren