



# Mit Meta Ads Kundengewinnen – Schritt für Schritt Anleitung

Der komplette Einsteiger-Guide zur Kundengewinnung mit  
Meta Werbeanzeigen

---

*Herausgegeben von: Tino Riethausen*

---

HSH Business. Die Community für lokale Dienstleister 

[www.hshbusiness.de](http://www.hshbusiness.de)

Stand: 01.07.2025

## ■ Einleitung

Du bist lokaler Dienstleister und möchtest mehr Anfragen über das Internet bekommen?

Dann führt kaum ein Weg an Facebook vorbei.

Denn egal ob Gartenpflege, Kosmetik, Handwerk oder Reinigung: Auf Facebook erreichst du **genau die Menschen in deiner Region**, die deine Dienstleistung brauchen, und zwar dann, wenn sie aktiv darauf aufmerksam gemacht werden.

Das Beste: Du brauchst **keine Agentur, keine Vorkenntnisse und keine große Technik**, um deine erste Anzeige zu schalten. Mit nur 5–10 € pro Tag kannst du messbar neue Kunden gewinnen planbar, lokal und ohne Umwege.

In diesem Leitfaden zeige ich dir Schritt für Schritt, wie du deine erste Facebook-Werbeanzeige erstellst, **richtig einstellst, auswertest und optimierst** speziell für Selbstständige, die bislang **keine Erfahrung mit Facebook Ads** haben.

## Was dich erwartet

- 1. Voraussetzungen & Facebook-Seite einrichten**
  - Was du brauchst, um loszulegen und wie du eine professionelle Facebook-Seite erstellst.
- 2. Business Manager & Werbekonto erstellen**
  - Schritt-für-Schritt Anleitung mit Screenshots für ein sauberes Werbekonto.
- 3. Zielgruppen definieren**
  - So erreichst du Menschen in deiner Umgebung, die wirklich an deiner Dienstleistung interessiert sind.
- 4. Anzeige erstellen (inkl. Text & Bild)**
  - Struktur, Textvorlagen und Gestaltungstipps für deine erste funktionierende Anzeige.
- 5. Leads sammeln – auch ohne Website**
  - WhatsApp, Facebook Messenger oder Lead-Formular? Hier erfährst du, was am besten für dich funktioniert.
- 6. Auswertung: Klicks, Kosten & Ergebnisse verstehen**
  - Damit du weißt, ob deine Anzeige funktioniert und was du verbessern kannst.
- 7. Fehler vermeiden**
  - Die 7 häufigsten Anfängerfehler, die Geld kosten und wie du sie ganz einfach vermeidest.
- 8. Beispielanzeige für lokale Dienstleister**
  - Komplette zum Nachbauen, inkl. Zielgruppe, Text und Call-to-Action.
- 9. Checkliste für deinen 30-Minuten-Start**
  - Damit du sofort loslegen kannst ohne technische Hürden.

## 📖 Kapitel 1: Voraussetzungen & Facebook-Seite einrichten

### Ziel dieses Kapitels:

Du lernst, wie du dir die Grundlagen schaffst, um Werbung auf Facebook zu schalten inklusive der Erstellung einer professionellen Facebook-Seite.

---

### ☑ Was du brauchst:

- Ein privates Facebook-Konto (kostenlos)
  - Eine geschäftliche E-Mail-Adresse (z. B. info@deinunternehmen.de)
  - Ein Logo oder Bild von dir/deinem Unternehmen
  - Ein paar Sätze darüber, was du machst und wo du arbeitest
- 

### 🔗 Schritt-für-Schritt: Facebook-Seite erstellen

#### 1. Gehe auf:

👉 <https://www.facebook.com/pages/create>

#### 2. Wähle die Kategorie „Dienstleistung“

Gib z. B. an: Gartenservice, Gebäudereinigung, Friseur etc.

#### 3. Trage die folgenden Informationen ein:

- **Name der Seite:** z. B. „Gartenpflege Maier“
- **Kategorie:** z. B. „Haus- und Gartenpflege“
- **Beschreibung:** 1–2 Sätze, z. B.:  
„Wir sind Ihr Ansprechpartner für gepflegte Gärten im Raum Wolfsburg zuverlässig, schnell und bezahlbar.“

#### 4. Füge dein Logo oder ein professionelles Foto hinzu

#### 5. Ergänze wichtige Infos:

- Adresse
  - Öffnungszeiten
  - Telefonnummer
  - Website (wenn vorhanden)
  - WhatsApp (falls geschäftlich genutzt)
- 

 **Tipp:**

Je vollständiger deine Seite, desto mehr Vertrauen erzeugst du und desto besser performt später deine Werbung.

## Kapitel 2: Business Manager & Werbekonto erstellen

### **Ziel dieses Kapitels:**

Du richtest den zentralen Ort ein, an dem du später deine Werbeanzeigen erstellst, verwaltest und auswertest: den Facebook Business Manager.

---

### Was ist der Business Manager?

Der Business Manager ist eine kostenlose Plattform von Meta (Facebook), mit der du professionell Werbekonten, Seiten, Zahlungsmethoden und Zugriffsrechte verwalten kannst – getrennt von deinem privaten Profil.

---

### Schritt-für-Schritt: Business Manager einrichten

1. **Gehe auf:**

 <https://business.facebook.com>

2. **Melde dich mit deinem privaten Facebook-Konto an**

3. **Klicke auf „Business erstellen“**

4. **Trage folgende Angaben ein:**

- Unternehmensname (z. B. „Gartenpflege Maier“)
- Dein Name
- Geschäftliche E-Mail-Adresse (z. B. info@...)
- Standort des Unternehmens

5. **Business Manager wird erstellt du wirst weitergeleitet ins Dashboard**

---

### Werbekonto erstellen

1. Im linken Menü auf **„Einstellungen für Unternehmenseinstellungen“** klicken
  2. Gehe zu **„Werbekonten“** → **„Hinzufügen“** → **„Neues Werbekonto erstellen“**
  3. Gib deinem Werbekonto einen Namen (z. B. „Gartenpflege-Kampagnen“)
  4. Wähle die richtige Zeitzone (Deutschland / Berlin) und Währung (Euro)
  5. Klicke auf **„Mein Unternehmen“** nutzt dieses Konto
  6. Weise dir selbst Zugriff auf das Konto zu (alle Häkchen aktivieren)
- 

### **Zahlungsmethode hinzufügen**

1. Gehe zu **„Zahlungseinstellungen“**  
(<https://business.facebook.com/settings/payment-methods>)
  2. Klicke auf **„Zahlungsmethode hinzufügen“**
  3. Wähle Kreditkarte oder PayPal
  4. Trage die Daten ein keine Sorge, es wird erst abgebucht, wenn du eine Anzeige startest
- 

### **Instagram-Konto verknüpfen (optional)**

Wenn du ein Instagram-Konto hast, kannst du es im Business Manager verknüpfen. Das ist vor allem nützlich, wenn du möchtest, dass deine Anzeigen auch dort ausgespielt werden.

1. Gehe zu **„Unternehmenseinstellungen“** → **„Instagram-Konten“**
  2. Klicke auf **„Hinzufügen“** und logge dich ein
-

**Zusammenfassung:**

**Was du getan hast**

**Erledigt**

Facebook Business Manager erstellt

Werbekonto angelegt

Zahlungsmethode hinterlegt

Seite mit Business Manager verknüpft

(Optional) Instagram verknüpft

---

Im nächsten Kapitel zeige ich dir, wie du deine **Zielgruppe definierst** – damit deine Werbung nur den Menschen angezeigt wird, die wirklich zu deinem Angebot passen.



## ■ Kapitel 3: Zielgruppen definieren. So erreichst du die richtigen Menschen

### Ziel dieses Kapitels:

Du lernst, wie du deine Zielgruppe so genau wie möglich eingrenzt, damit deine Facebook-Werbung nur Menschen in deiner Region erreicht, die wirklich Interesse an deiner Dienstleistung haben.

---

### 🎯 Warum ist die Zielgruppe so wichtig?

Facebook lebt davon, dass du deine Anzeige **nicht jedem** zeigst, sondern genau den Menschen, die am wahrscheinlichsten an deiner Dienstleistung interessiert sind. So sparst du Geld und bekommst mehr Anfragen.

---

### 🧠 So denkt Facebook bei der Zielgruppe:

Du kannst Menschen auswählen nach:

- **Standort**
  - **Alter & Geschlecht**
  - **Sprachen**
  - **Interessen & Verhalten**
- 

### 🔗 Schritt-für-Schritt: Zielgruppe im Werbeanzeigenmanager erstellen

1. **Gehe in den Werbeanzeigenmanager**  
👉 <https://www.facebook.com/adsmanager>
  2. Klicke auf **„Neue Kampagne“ erstellen**  
→ Wähle dein Ziel (z. B. „Nachrichten“ oder „Leadgenerierung“)
  3. Bei **„Anzeigengruppe“** findest du die Zielgruppeneinstellungen:
-

### 📍 Standort:

- Wähle „**Menschen, die in diesem Gebiet leben**“
- Gib den Ort deiner Dienstleistung ein, z. B.:  
Braunschweig +15 km

### 👤 Alter & Geschlecht:

- Je nach Dienstleistung sinnvoll eingrenzen  
Beispiel:  
Alter: 35–65  
Geschlecht: Alle

### 🗣️ Sprache:

- Meistens „Deutsch“, es sei denn du bietest etwas Internationales an

### 💡 Interessen:

Das ist Facebooks Stärke: Wähle Interessen, die zu deiner Zielgruppe passen.

### Beispiele für Gartenpflege:

- Haus & Garten
- Eigenheim
- Landschaftsbau
- DIY
- Gartenarbeit
- Baumarkt

### Beispiele für Gebäudereinigung:

- Immobilienbesitzer
- Hausverwaltung
- Reinigung

- Selbstständigkeit
  - Facility Management
- 

### **Beispiel-Zielgruppe für Gartenservice Maier:**

- **Standort:** Hannover +20 km
- **Alter:** 35–65
- **Interessen:** Gartenarbeit, Eigenheim, Rasenpflege, Baumarkt
- **Sprache:** Deutsch

Diese Zielgruppe umfasst etwa 30.000–50.000 Menschen genau passend, um mit einem kleinen Budget zu starten.

---

### **Bonus-Tipp: Zielgruppe abspeichern**

Du kannst Zielgruppen speichern, um sie später wieder zu verwenden oder zu duplizieren.

→ Im Werbeanzeigenmanager gibt es dafür die Funktion „**Zielgruppe speichern**“.

---

Im nächsten Kapitel zeige ich dir, **wie du eine Anzeige erstellst**, inklusive Textvorlage, Bildtipps und konkretem Aufbau.

## ■ Kapitel 4: Facebook-Werbeanzeige erstellen (inkl. Text & Bild)

### Ziel dieses Kapitels:

Du erfährst, wie du eine Werbeanzeige erstellst, die **Auffällt, Interesse weckt** und **zu Anfragen führt** selbst ohne Vorkenntnisse oder Designerfahrung.

---

### 🔗 Die drei Bestandteile deiner Anzeige:

1. **Kampagne.** Das übergeordnete Ziel deiner Werbung
  2. **Anzeigengruppe.** Hier legst du Zielgruppe, Budget und Laufzeit fest
  3. **Anzeige.** Hier gestaltest du Text, Bild/Video und Call-to-Action
- 

### ✂ Schritt-für-Schritt: Erste Anzeige erstellen

1. **Gehe zu:**

🔗 <https://www.facebook.com/adsmanager>

2. Klicke oben links auf „+ **Kampagne erstellen**“

3. **Ziel auswählen:**

Für lokale Dienstleister empfehle ich:

- Nachrichten** (für WhatsApp / Facebook Messenger)
  - Leadgenerierung** (Formular ausfüllen)
  - Traffic** (wenn du eine eigene Website hast)
- 

### ⚙ Anzeigengruppe einrichten

- **Zielgruppe:** → Wähle hier deine lokal definierte Zielgruppe (aus Kapitel 3)
- **Platzierungen:** → Automatisch oder „Manuell“, um z. B. Instagram auszuschließen

- **Budget:** → z. B. 5 €/Tag oder 150 € insgesamt
  - **Zeitplan:** → Anzeige sofort oder später starten
- 

## **Anzeige gestalten**

Jetzt kommt der wichtigste Teil: **Was sieht der Kunde?**

### **Bild/Video:**

- Nutze ein **echtes Bild von dir**, deinem Team oder der Arbeit (z. B. vorher/nachher vom Garten)
- Achte auf gute Qualität, helles Licht, kein Text im Bild
- Alternativ: Erstelle ein kostenloses Canva-Bild (<https://www.canva.com>)

### **Werbetext schreiben:**

Hier brauchst du keine Romane. Die Struktur ist einfach:

1. **Problem ansprechen**
  2. **Lösung anbieten**
  3. **Vertrauen schaffen**
  4. **Call-to-Action (CTA)**
- 

### **Textvorlage für Gartenservice:**

 Dein Garten verwildert?

Wir übernehmen Rasen, Hecke & Beete. Schnell, sauber, zuverlässig.

 Raum Wolfsburg

 Jetzt über WhatsApp Kontakt aufnehmen!

---

### **Weitere Textbausteine:**

- „Jetzt kostenlos beraten lassen“
  - „Unverbindliches Angebot in 24 h“
  - „Lokaler Fachbetrieb – direkt erreichbar“
  - Emojis nutzen: ✓ 📍 📞 🌿 🗝️
- 

#### **Call-to-Action wählen:**

- **Nachricht senden**
  - **Mehr erfahren**
  - **Jetzt buchen**
  - **Angebot einholen**
- 

#### **Vor der Veröffentlichung:**

- Stimmt der Text?
- Ist das Bild hochwertig?
- Ist das Ziel korrekt (z. B. WhatsApp)?
- Funktioniert die Verlinkung?
- Ist das Budget sinnvoll gesetzt?

→ Wenn alles passt, **klicke auf „Veröffentlichen“**.

---

#### **Nach der Freigabe:**

Facebook prüft deine Anzeige in der Regel **innerhalb von 1–12 Stunden**. Sobald sie freigegeben ist, wird sie sichtbar und du kannst **erste Reaktionen & Nachrichten** erwarten.

---

Im nächsten Kapitel zeige ich dir, **wie du Leads ohne Website sammelst** ganz einfach über Formulare oder Messenger.

## 📖 Kapitel 5: Leads sammeln auch ohne Website

### Ziel dieses Kapitels:

Du lernst, wie du mit deiner Facebook-Anzeige **Kontaktdaten (Leads)** sammelst auch wenn du **keine eigene Website** hast. Ideal für lokale Dienstleister!

---

### 🔍 Was ist ein Lead?

Ein **Lead** ist ein potenzieller Kunde, der seine Kontaktdaten hinterlässt.  
Beispiel: Name, Telefonnummer, Anfrage über WhatsApp oder ein Formular.

---

### 📦 3 Möglichkeiten, wie Kunden dich erreichen können:

1. **WhatsApp-Nachricht** (sehr beliebt & einfach)
  2. **Facebook Messenger-Nachricht**
  3. **Facebook-Lead-Formular** (inkl. Telefonnummer & Anliegen)
- 

### 🎯 1. WhatsApp als Ziel (empfohlen)

**Voraussetzung:** Du brauchst ein geschäftliches WhatsApp-Konto mit Verknüpfung zur Facebook-Seite.

#### Schritt-für-Schritt:

- Öffne den Werbeanzeigenmanager
- Ziel: **Nachrichten**
- Plattform: **WhatsApp**
- Anzeige gestalten (Text + Bild)
- Call-to-Action: „**Jetzt WhatsApp schreiben**“



- Sobald jemand klickt, landet die Nachricht in deiner WhatsApp App
- 

## 🎯 2. Messenger als Ziel

**Vorteil:** Jeder mit Facebook kann dir direkt schreiben.

**Nachteil:** Du brauchst schnelle Reaktionszeit!

- Ziel: **Nachrichten**
  - Plattform: **Messenger**
  - Anzeige gestalten
  - Optional: automatische Begrüßungsnachricht einrichten
- 

## 📄 3. Leadformular direkt in Facebook

Wenn du lieber **Kontaktdaten schriftlich** willst (z. B. für Rückrufe oder E-Mail-Kontakt):

**Schritt-für-Schritt:**

1. Ziel: **Leadgenerierung**
2. Formular erstellen mit Feldern wie:
  - Vorname, Nachname
  - Telefonnummer
  - Wunschtermin
  - Nachricht / Anliegen

3. DSGVO-Hinweis einfügen („Wir verwenden deine Daten nur zur Kontaktaufnahme...“)
4. Optional: Dankeseite mit CTA („Wir melden uns in Kürze“)

☞ Diese Leads kannst du später manuell oder automatisch weiterverarbeiten.

---

### 🔗 Wann brauchst du keine Website?

- Wenn du nur **über WhatsApp, Telefon oder Messenger arbeitest**, reicht eine Facebook-Seite völlig aus.
  - Viele lokale Dienstleister generieren **täglich neue Anfragen**, ohne je eine Website zu besitzen – mit der richtigen Anzeige!
- 

### 🛡️ Datenschutz-Tipp (DSGVO):

Wenn du persönliche Daten sammelst (z. B. Telefonnummer, E-Mail), brauchst du immer:

- Einen Hinweis zur Datenverwendung
  - Einen seriösen Auftritt (vollständiges Impressum auf deiner Facebook-Seite)
- 

Im nächsten Kapitel zeige ich dir, **wie du die Ergebnisse deiner Anzeige auswertest** und was du tun kannst, wenn keine Anfragen kommen.

## 📖 Kapitel 6: Ergebnisse auswerten & optimieren

### Ziel dieses Kapitels:

Du lernst, wie du die Leistung deiner Facebook-Werbeanzeigen auswertest und wie du sie **verbessern** kannst, wenn du zu wenig oder keine Anfragen bekommst.

---

### 🔗 Wo finde ich meine Ergebnisse?

1. Gehe zum 🔗 [Facebook Werbeanzeigenmanager](#)
  2. Klicke auf deine Kampagne → Anzeigengruppe → Anzeige
  3. Jetzt siehst du die wichtigsten Kennzahlen
- 

### 📊 Die 6 wichtigsten Werte einfach erklärt

Kennzahl	Bedeutung
Reichweite	Wie viele Personen haben deine Anzeige gesehen?
Impressionen	Wie oft wurde deine Anzeige insgesamt angezeigt?
Klicks (Link)	Wie viele Personen haben auf den Link / Button geklickt?
Klickrate (CTR)	Prozentsatz der Leute, die geklickt haben (ab 1% ist gut)
Kosten pro Ergebnis (z. B. Klick oder Lead)	Je nach Ziel: Was kostet dich eine Anfrage?

## Kennzahl

## Bedeutung

### Conversion (nur mit Website)

Wie viele Leute sind z. B. auf WhatsApp gelandet, wenn verlinkt?

---

### 🔗 Was ist ein guter Wert?

- **CTR (Klickrate):**
    - **1 % und mehr = gut**, unter 0,5 % = optimieren!
  - **Kosten pro Klick (CPC):**
    - **unter 0,80 €** ist solide
    - **über 1,50 €** → Bild oder Zielgruppe überarbeiten
  - **Kosten pro Lead (CPL):**
    - Ideal: **unter 10 €**
    - Sehr gut: **3-7 €**
- 

### 🔗 Wenn keine Anfragen kommen:

Hier 5 Dinge, die du prüfen & ändern kannst:

1. **Bild/Video austauschen**
  - Zu dunkel, unklar oder langweilig?
  - Probiere vorher-nachher, echte Arbeitsszene oder lächeln!
2. **Text überarbeiten**
  - Spricht dein Text ein echtes Problem an?
  - Nutzt du einen klaren Aufruf zum Handeln?
3. **Zielgruppe anpassen**
  - Zu groß = Streuverlust
  - Zu eng = zu wenig Reichweite
4. **Tagesbudget erhöhen (leicht)**
  - Ab 5 €/Tag wirst du sichtbar bei 2 € dauert es oft lange

## 5. Laufzeit neu starten (bei alten Anzeigen)

→ Manchmal performen Anzeigen nach ein paar Tagen schlechter neu aufsetzen kann helfen

---

### **Beispiel-Auswertung:**

Du gibst 5 € am Tag aus und hast nach 5 Tagen:

- **Reichweite:** 3.500
- **Klicks:** 100
- **Leads (Nachrichten):** 6
- **Kosten pro Lead:** 4,16 €

Ergebnis: Super! → Anzeige weiterlaufen lassen

Wenn keine Leads kommen: Siehe oben → Bild, Text oder Zielgruppe überarbeiten

---

Im nächsten Kapitel schauen wir uns die **häufigsten Fehler** an, die Anfänger machen damit du sie **gar nicht erst machst**.

## 📖 Kapitel 7: Häufige Fehler vermeiden. So verbrennst du kein Geld

### **Ziel dieses Kapitels:**

Du erkennst typische Fehler von Einsteigern bei Facebook-Werbeanzeigen und erfährst, wie du sie von Anfang an **vermeidest**, damit dein Budget effizient genutzt wird.

---

### **✘ Fehler Nr. 1: Keine klare Zielgruppe**

Wenn du keine Zielgruppe definierst oder ganz Deutschland auswählst, wird deine Anzeige vielen Menschen gezeigt, die nichts mit deinem Angebot zu tun haben.

#### **Besser:**

- Eingrenzen auf deine Region + Alter + Interessen
  - Beispiel: „Hausbesitzer, 35–65 Jahre, im Umkreis von 15 km“
- 

### **✘ Fehler Nr. 2: Kein klares Ziel**

Viele starten mit dem falschen Kampagnenziel – z. B. „Reichweite“ und wundern sich, warum keine Anfragen kommen.

#### **Besser:**

- Verwende „Nachrichten“ oder „Leadgenerierung“
  - So hast du einen konkreten Kontaktweg (WhatsApp, Formular)
- 

### **✘ Fehler Nr. 3: Schlechter Werbetext**

Wenn du nur schreibst „Gartenpflege Maier jetzt buchen“, spricht das niemanden an.

#### **Besser:**

- Nutze die Struktur:

**Problem – Lösung – Vertrauen – Call-to-Action**

## Beispiel:

„🌿 Rasen verwildert? Wir bringen deinen Garten wieder in Form schnell & zuverlässig. 📍 Raum Braunschweig. Jetzt unverbindlich anfragen!“

---

### ✗ Fehler Nr. 4: Kein Handlungsaufruf (CTA)

Ohne einen klaren Aufruf („Jetzt anfragen“, „Jetzt über WhatsApp schreiben“) wissen viele Nutzer nicht, was sie tun sollen.

#### Besser:

→ Immer abschließen mit einem CTA-Button:

„Jetzt Nachricht senden“ / „Angebot einholen“ / „WhatsApp starten“

---

### ✗ Fehler Nr. 5: Bild ohne Aussage

- Bild zu dunkel
- Unscharf
- Kein Bezug zur Dienstleistung
- Zu viel Text im Bild (führt zu schlechter Ausspielung)

#### Besser:

→ Zeige dich bei der Arbeit

→ Vorher-Nachher-Vergleich

→ Nutze helle, klare Bilder mit wenig Text

---

### ✗ Fehler Nr. 6: Anzeige läuft zu lange ohne Anpassung

Viele lassen ihre Anzeige 30 Tage durchlaufen auch wenn sie keine Anfragen bringt.

**Besser:**

- Spätestens nach 3–5 Tagen auswerten (siehe Kapitel 6)
  - Wenn nötig: neue Version testen
- 

**✘ Fehler Nr. 7: Du antwortest nicht schnell genug**

Wenn Interessenten schreiben und du antwortest erst 2 Tage später, ist der Kontakt oft verloren.

**Besser:**

- Installiere die Meta Business Suite App
  - Aktiviere Benachrichtigungen
  - Reagiere innerhalb von 2 Stunden
- 

**🗣 Merke: Wer Fehler vermeidet, spart Geld!**

Schon mit 150 € Werbebudget kannst du **10–30 echte Anfragen** generieren wenn du es **richtig machst**.

---

Im nächsten Kapitel zeige ich dir eine **komplette Beispielanzeige** für lokale Dienstleister als Vorlage für dich.



## 📖 Kapitel 8: Beispielanzeige. So sieht eine funktionierende Kampagne aus

### Ziel dieses Kapitels:

Du bekommst eine vollständige Beispielanzeige inklusive Ziel, Bildidee, Text und Zielgruppe damit du sofort weißt, wie eine erfolgreiche Werbeanzeige aussieht.

---

### 📄 Beispiel: Gartenpflege Maier

#### 🎯 Ziel der Anzeige:

#### WhatsApp-Nachrichten generieren

(Schnelle Kontaktaufnahme für Rasenpflege oder Heckenschnitt)

#### ⚙️ Kampagneneinstellungen:

- **Kampagnenziel:** Nachrichten
- **Platzierung:** Facebook Newsfeed + Facebook Messenger
- **Tagesbudget:** 5 €
- **Laufzeit:** 10 Tage
- **Gesamtbudget:** 50 €

#### 👤 Zielgruppe:


- **Standort:** Wolfsburg + 15 km
  - **Alter:** 35–65 Jahre
  - **Interessen:** Haus & Garten, Eigenheim, Baumarkt, Gartenarbeit
  - **Sprache:** Deutsch
- 

#### 🖼️ Bildidee:

- **Echtes Foto vom Garten vor & nach der Pflege**

- Alternativ: Du bei der Arbeit mit sichtbaren Werkzeugen
  - Helles Tageslicht, klarer Fokus keine dunklen oder unscharfen Bilder
  - Kein Text im Bild! (Facebook bewertet Text im Bild negativ)
- 

### **Textbeispiel:**

 Dein Garten braucht Pflege?

Der Rasen ist zu hoch? Die Hecke wuchert?

Wir bringen deinen Garten wieder in Form. Professionell, schnell & zuverlässig.

📍 Raum Wolfsburg

Rasen mähen

Heckenschnitt

Unkraut entfernen

 Schreib uns jetzt über WhatsApp und sichere dir ein kostenloses Angebot!

---

### **Call-to-Action:**

#### **„Jetzt WhatsApp-Nachricht senden“**

Sobald jemand klickt, öffnet sich ein WhatsApp-Chat mit vorformuliertem Einstieg wie:

„Hallo, ich interessiere mich für Gartenpflege. Wann wäre ein Termin möglich?“

---

### **Erwartete Ergebnisse bei guter Umsetzung:**

<b>Kennzahl</b>	<b>Erwartung (Beispiel)</b>
-----------------	-----------------------------

Reichweite	4.000–6.000 Personen
------------	----------------------

<b>Kennzahl</b>	<b>Erwartung (Beispiel)</b>
Klicks auf WhatsApp	30–50
Gespräche	10–20
Buchungen	3–5 (bei guter Reaktion)
Kosten pro Lead	2–5 €

---

 **Merke:**

Du brauchst **keine Agentur** und kein Riesenbudget.

Eine ehrliche Anzeige mit lokalem Bezug, echtem Foto und klarem Text funktioniert am besten, **authentisch schlägt professionell!**

---

Im nächsten Kapitel folgt eine praktische **Checkliste**, mit der du deine erste Anzeige **in 30 Minuten** online bringen kannst.

## ■ Kapitel 9: Checkliste. Deine Anzeige in 30 Minuten online

### Ziel dieses Kapitels:

Du bekommst eine Schritt-für-Schritt-Checkliste, die du einfach **abhaken kannst**, um deine erste Anzeige **sicher, fehlerfrei und schnell** zu veröffentlichen. Ideal für Einsteiger ohne Vorkenntnisse.

---

### Vorbereitung (10 Minuten)

- Du hast ein **privates Facebook-Konto**
  - Du hast eine **Facebook-Seite für dein Unternehmen** (Kapitel 1)
  - Du hast den **Business Manager eingerichtet** (Kapitel 2)
  - Du hast ein **Werbekonto** mit Zahlungsmethode
  - Du weißt, **wer deine Zielgruppe ist** (Kapitel 3)
  - Du hast ein **Bild** vorbereitet (am besten ein echtes)
  - Du hast einen **Text** nach der Vorlage geschrieben
- 

### Anzeige erstellen (15 Minuten)

1.  Gehe auf [facebook.com/adsmanager](https://facebook.com/adsmanager)
2.  Klicke auf „+ Kampagne erstellen“
3.  Wähle Ziel: **„Nachrichten“** oder **„Leadgenerierung“**
4.  Lege deine Zielgruppe fest (Ort, Alter, Interessen)
5.  Stelle das Budget ein (z. B. 5 €/Tag für 10 Tage)
6.  Lade dein Bild hoch
7.  Füge den Werbetext ein
8.  Wähle Call-to-Action: **„Nachricht senden“** oder **„Jetzt anfragen“**
9.  Vorschau ansehen & auf Fehler prüfen

10.  Klicke auf „**Veröffentlichen**“

---

**Nachbereitung (5 Minuten)**

- Lade dir die **Meta Business Suite App** aufs Handy
  - Aktiviere **Push-Benachrichtigungen für neue Nachrichten**
  - Reagiere **schnell auf Anfragen (innerhalb von 2 Stunden)**
  - Beobachte die Ergebnisse täglich (siehe Kapitel 6)
  - Starte ggf. nach 5 Tagen eine optimierte Version
- 

 **Bonus-Tipp: Das brauchst du für die Zukunft**

- 1–2 Varianten deines Werbetextes
  - 2–3 verschiedene Bilder testen (echte Arbeitsszenen, Nahaufnahmen)
  - Ergebnisse vergleichen & lernen, was besser funktioniert
- 

 **Fazit:**

Du brauchst **keine Agentur**, kein großes Budget und keine Technikenkenntnisse. Nur 30 Minuten Zeit, ein Ziel, ein Bild und eine ehrliche Botschaft und schon **läuft deine Werbung für dich**.

Du erreichst gezielt Kunden in deiner Region und kannst ab sofort neue Anfragen gewinnen dauerhaft, planbar, einfach.

Alles für locale Dienstleister: <https://www.hshbusiness.de/>