

Warum Ads nicht konvertieren – und wie Vertrauen, Google und KI darüber entscheiden

Matthius Hanna, Geschäftsführer der PR-Agentur PR Profis, beschäftigt sich in der täglichen Praxis mit einer wiederkehrenden Beobachtung: Kampagnen liefern Reichweite, Klicks und stabile Kennzahlen – aber die Conversion bleibt aus. Gerade im B2B zeigt sich ein strukturelles Muster, das sich nicht durch klassische Optimierungsschleifen im Performance-Marketing erklären lässt.



Quelle: PR Profis®

Dieses Problem sehen aktuell viele Unternehmen – vor allem im B2B. Auf dem Papier wirken Kampagnen stabil, doch die Ergebnisse bleiben hinter den Erwartungen zurück.

Die meisten reagieren darauf mit klassischen Maßnahmen: Neue Creatives, bessere Zielgruppen, optimierte Landingpages. Doch in vielen Fällen liegt das eigentliche Problem nicht dort.

Genau diesen Zusammenhang beobachtet auch Matthius Hanna in der täglichen Arbeit mit Unternehmen, die ihre Conversion über Ads steigern wollen.

Der Denkfehler im Performance-Marketing

Viele gehen davon aus, dass die Entscheidung auf der Website fällt und sich die Conversion dort optimieren lässt.

In der Praxis passiert etwas anderes.

Ein Nutzer klickt auf eine Anzeige, schaut sich die Seite kurz an – und verlässt sie wieder. Nicht, weil das Angebot schlecht ist. Sondern weil er sich noch nicht sicher ist.

Und genau an diesem Punkt beginnt der Teil, den viele nicht sehen: Der Nutzer sucht weiter.

Was wirklich nach dem Klick passiert

- Klick auf die Anzeige
- kurzer Blick auf die Website
- zweite Recherche

Diese zweite Recherche läuft meist über Google oder KI-Systeme wie ChatGPT oder Claude.

Genau hier entscheidet sich oft, ob Ads überhaupt konvertieren.

Die Fragen dahinter sind immer ähnlich: Wer steckt dahinter? Ist das seriös? Gibt es unabhängige Inhalte? Taucht das Unternehmen irgendwo relevant auf?

Nach Einschätzung von Matthius Hanna liegt genau hier der entscheidende Hebel: nicht in der Anzeige selbst, sondern in dem, was Nutzer nach dem Klick sehen.

Warum viele Ads nicht konvertieren

Wenn Nutzer bei dieser Recherche nichts finden, entsteht Unsicherheit. Keine Artikel. Keine Erwähnungen. Keine sichtbare Präsenz außerhalb der eigenen Website.

Die Folge: Der Nutzer springt ab.

Das Problem ist also nicht fehlender Traffic. Sondern fehlendes Vertrauen.

Warum externe Sichtbarkeit die Conversion verändert

- Fachartikel
- Interviews
- Medienberichte
- Erwähnungen auf relevanten Plattformen

Plötzlich verändert sich die Wahrnehmung. Das Angebot ist identisch – aber es wirkt anders. Vertrauen entsteht.

Matthius Hanna arbeitet gezielt mit Unternehmen daran, diese externe Sichtbarkeit aufzubauen, damit Vertrauen bereits entsteht, bevor überhaupt ein Gespräch stattfindet.

Die neue Realität: Google und KI entscheiden mit

Früher reichte es, in der Werbung sichtbar zu sein. Heute reicht das nicht mehr.

Menschen verlassen sich zunehmend auf Google-Suchergebnisse und KI-Systeme wie ChatGPT oder Claude.

Wenn ein Unternehmen dort nicht sichtbar ist, verliert es an Relevanz.

Warum Website und Funnel alleine nicht ausreichen

Viele investieren stark in Design, Copywriting und Funnel-Optimierung. Das ist sinnvoll – aber nicht ausreichend.

Die Entscheidung fällt oft nicht auf der Website, sondern in dem Moment, in dem jemand das Unternehmen überprüft.

Warum steigende Werbekosten nur ein Symptom sind

Wenn Vertrauen fehlt, klicken Nutzer zwar – aber sie konvertieren nicht. Mehr Budget führt dann nur zu höheren Kosten.

Sobald Vertrauen vorhanden ist, verändert sich das Verhalten deutlich: längere Verweildauer, bessere Gespräche, höhere Abschlussraten.

Vertrauen als entscheidender Engpass im Performance-Marketing

Ads bringen Menschen auf deine Seite – aber sie sorgen nicht automatisch für Conversion. Der entscheidende Hebel liegt darin, wie präsent ein Unternehmen außerhalb der eigenen Kanäle ist.

Über den Autor

Matthius Hanna ist Geschäftsführer der [PR-Agentur PR Profis](#) und beschäftigt sich intensiv mit der Frage, wie Unternehmen durch Medienpräsenz, Google-Sichtbarkeit und KI-Systeme Vertrauen aufbauen und ihre Conversion nachhaltig steigern.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4949514/Warum-Ads-nicht-konvertieren---und-wie-Vertrauen-Google-und-KI-darueber-entscheiden/>