

Ads Creative Checkliste

Eine kompakte Checkliste, um schwache, vage oder überdesignte Anzeigen zu vermeiden. Gedacht für Creatives, die klarer, glaubwürdiger und performance-stärker sein sollen.

DE-CH - Swiss Signal Edition

Wofür das gedacht ist

Um zu prüfen, ob ein Ad Creative etwas Nützliches sagt, Aufmerksamkeit sauber stoppt, Vertrauen aufbaut und auf den richtigen nächsten Schritt führt.

Für wen das gedacht ist

Kleine Unternehmen, lokale Agenturen, Freelancer und Teams, die stärkere Creatives wollen, ohne die Produktion unnötig zu verkomplizieren.

Kernprinzip

Ein gutes Ad sollte nicht nur "gut aussehen". Es sollte sehr schnell etwas Relevantes vermitteln: Angebot, Problem, Nutzen, Proof oder nächsten Schritt.

5 Fragen vor dem Launch

Schnellprüfung		
Klarheit	Ist das Angebot oder der Hauptpunkt in 2 Sekunden verständlich?	Ja / nein
Relevanz	Spricht das Creative wirklich die richtige Zielgruppe an?	Ja / nein
Vertrauen	Wirkt es seriös und glaubwürdig?	Ja / nein
Aktion	Ist der nächste Schritt klar?	Ja / nein
Konsistenz	Setzt die Landing Page dasselbe Versprechen fort?	Ja / nein

Häufiger Fehler

Zu generische, zu designlastige, zu volle oder zu vage Creatives. In lokaler Akquise gewinnt oft die klare Einfachheit.

Block 1 — Botschaft und Struktur

1. Grundlagen der Botschaft

■	Das Creative transportiert eine Hauptidee.	Eine starke Idee ist besser als drei schwache auf einmal.
■	Nutzen oder Problem sind schnell sichtbar.	Menschen sollten sofort verstehen, warum sie stoppen sollen.
■	Der Text bleibt kurz und gut lesbar.	Das Visual sollte nicht zu hart arbeiten müssen.
■	Der CTA ist klar oder sauber angedeutet.	Buchen, anfragen, entdecken, schreiben, Audit.
■	Das Versprechen bleibt glaubwürdig.	Keine überdrehten Claims oder übergrossen Resultate.

2. Form und Aufmerksamkeit

■	Die visuelle Hierarchie ist klar.	Hook, Visual, Proof, Aktion.
■	Das Format bleibt mobil lesbar.	Besonders wichtig für Meta und lokales Verhalten.
■	Das Visual ist nicht überladen.	Zu viele Elemente zerstören Verständnis.
■	Die Marke bleibt erkennbar.	Name, Ton, Layout oder visuelle Signatur sollten helfen.
■	Der Kontrast ist stark genug.	Das beeinflusst Lesbarkeit und Stoppwirkung.

Block 2 — Vertrauen und Konsistenz

3. Glaubwürdigkeit

■	Die Anzeige wirkt seriös, nicht amateurhaft.	Saubere Gestaltung, sauberer Text, klare Botschaft.
■	Es gibt Proof, wenn sinnvoll.	Bewertung, Zahl, Screenshot, Resultat, Vorher/Nachher.
■	Der Ton passt zur Zielgruppe.	Ein Schweizer KMU erwartet nicht denselben Stil wie eine Hype-DTC-Marke.
■	Die Anzeige wirkt nicht zu sehr nach Standard-Template.	Den "schon 50 Mal gesehen"-Effekt vermeiden.
■	Die Landing Page setzt das Versprechen fort.	Kein Bruch zwischen Klick und Ziel.

Creative-Formate, die oft gut funktionieren

Vorher / Nachher	Stark, wenn die Verbesserung sichtbar ist.	Hoch
Checkliste / Framework	Gut für expertise-getriebene Lead Magnets.	Hoch
Einfaches Visual + klares Versprechen	Schnell verständlich und gut testbar.	Hoch
Proof + CTA	Sinnvoll, wenn Vertrauen der Haupthebel ist.	Mittel/hoch
Kommentierter Screenshot	Gut, um etwas Konkretes zu zeigen.	Mittel/hoch

Checkliste vor dem Launch

Diese Punkte prüfen

■	Der Hook ist sofort lesbar.	Fehlt das, geht schon zu viel Aufmerksamkeit verloren.
■	Die Botschaft passt zu Zielgruppe und Angebot.	Keine Creatives "für alle".
■	Die Zielseite passt zur Anzeige.	Versprechen, Ton, CTA, Proof und Design sollten zusammenpassen.
■	Die Mobile-Version ist sauber.	Immer klein mitprüfen.
■	Mindestens eine Variation ist bereit.	Hook, Proof, Angle oder CTA ändern.
■	Click- und Conversion-Tracking ist vorhanden.	Ohne Tracking bleibt das Lernen schwach.

Typische Quick Wins

Schwachen Text kürzen, Hook grösser machen, Proof ergänzen, visuelles Rauschen entfernen, CTA schärfen und Landing Page besser abstimmen.

Mini-Creative-Framework

1. Hook

Was sieht man zuerst? Welches Problem, welcher Nutzen oder welcher Angle zieht Aufmerksamkeit?

2. Proof

Was macht die Botschaft glaubwürdiger?

3. Aktion

Was soll als Nächstes passieren — klicken, buchen, anfragen, entdecken?

4. Konsistenz

Setzen Landing Page und Follow-up dasselbe Versprechen ohne Reibung fort?

Sie möchten ein saubereres System?

Swiss Signal Agency hilft Schweizer Unternehmen dabei, Botschaft, Creative, Landing Page und Conversion Tracking so aufeinander abzustimmen, dass Kampagnen bessere Anfragen statt nur mehr Traffic erzeugen.

Kontakt

swissignalagency.ch

contact@swissignalagency.ch · +41 76 521 93 74

Deutschschweiz · Suisse romande · landesweit