

Erfolgreiches Affiliate Marketing

Ein Merkblatt der Industrie- und Handelskammer Hannover

Wie Unternehmen Affiliate-Programme (Partnernetzwerke) im Internet erfolgreich nutzen können und was beim Einstieg zu beachten ist, erläutert ein Merkblatt der IHK Hannover.

1. Begriffsdefinition

Affiliate Marketing ist eine mittelfristig auf Erfolg angelegte Werbemaßnahme, bei der die Vertriebspartner (Affiliates) vom Programmbetreiber (Merchant) erfolgsabhängig bezahlt werden.

Unternehmen stehen verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung, um am Affiliate Marketing zu partizipieren:

- Nutzung von Affiliate-Programmen zur Kundenakquisition und Umsatzsteigerung
- Partner im Netzwerk: Bereitstellung der eigenen Website zur Einbindung eines Partnerprogramms, um an Provisionen zu verdienen
- Aufbau eines eigenen Affiliate-Netzwerkes (als eigener Affiliate werden Merchants gesucht)

2. Funktionsweise

Ein Affiliate-Programm besteht aus verschiedenen Beteiligten:

- Affiliate (Publisher) als potenzieller Anbieter von Werbeplätzen
- Werbekunden (Merchants), die ihre Werbemittel dem Affiliate zur Verfügung stellen, um mit der eigenen Website oder Online-Shop bekannter zu werden und den Umsatz zu steigern.
- Affiliate-Netzwerk – ein Dienstleister, der die Plattform zur Verfügung stellt, auf der Affiliate und Werbekunde zueinanderfinden.

Für die Teilnahme und Durchführung von Werbekampagnen im Partnerprogramm bezahlt der Merchant den Affiliate. Der Affiliate wiederum sorgt dafür, dass die entsprechende Werbung auf vielen Partnerwebsites eingeblendet wird. Für das Netzwerk ist es also wichtig, stark frequentierte Websites und Portale als Partner im Netzwerk zu gewinnen. Die Partnerstruktur im Netzwerk sollte für den Merchant ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Wahl des Programms sein. Der Merchant kann den Erfolg einer Werbekampagne durch entsprechende Statistiken direkt nachvollziehen und aktuell seine Kampagnen anpassen.

Unternehmen mit Affiliate Marketing-Ambitionen, sollten den damit verbundenen Arbeitsaufwand nicht unterschätzen. Affiliate Marketing ist nur dann erfolgreich, wenn es kontinuierlich betrieben wird. Die bereitgestellten Werbemittel, wie z.B. Banner, Flash, HTML, Deep Links und Text-Links müssen regelmäßig überwacht und angepasst werden. Reichen die Kapazitäten im eigenen Unternehmen dafür nicht aus, sollte die Beauftragung eines auf Affiliate Marketing spezialisierten Dienstleisters in Betracht gezogen werden.

3. Abrechnungsmodelle

Der Affiliate bezahlt seine Partner nach verschiedenen Modellen:

- **pay per view:** Vergütung nach Anzahl der Werbemittelinblendungen (z. B. Banner)
- **pay per click:** Vergütung für jeden generierten Besucher, der das Banner oder die Produktinformation anklickt
- **pay per lead:** Vergütung für jeden Besucher, der eine bestimmte Aktion ausführt, wie z. B. Ausfüllen eines Kontaktformulars, Download eines Dokuments oder Bestellung eines Newsletters
- **pay per sale:** Vergütung für jeden generierten Kauf, meist in Form von Umsatzprovisionen
- **pay per periode:** Fixbetrag je Abrechnungsperiode
- **pay per lifetime:** Wiederkehrende Umsatzbeteiligung

4. Anbieter von Partner-Netzwerken (eine Auswahl)

Bevor man sich für die Teilnahme an einem Partnerprogramm entscheidet, sollte genau recherchiert werden, welche Partnerprogramme entsprechend der eigenen Anforderungen geeignet sind. Es gibt eine Vielzahl von Anbieter von Affiliate-Programmen, die unterschiedliche Partnerstrukturen, Reichweiten, Vertragsbedingungen und Abrechnungsmodelle haben.

Hier ein kurzer Überblick (Auszug):

- Ad Butler: <http://www.adbutler.de>
- Ad Cell: <http://www.adcell.de/>
- Ad Klick: <http://www.adklick.de/>
- Ad Tiger: <http://www.adtiger.de/>
- Affili.net : <http://www.affili.net>
- Affiliwelt: <http://www.affiliwelt.net/>
- Belboon: <http://www.belboon.de>
- Superclix : <http://www.superclix.de>
- Trade Doubler: <http://www.tradedoubler.de>
- Zanox: <http://www.zanox.de/>
- Vitrado: <http://www.vitrado.de>

5. Einstieg ins Affiliate Marketing

Unternehmen müssen zunächst eine Grundsatzentscheidung treffen: Affiliate- Marketing aus eigener Kraft oder mit Beauftragung einer spezialisierten Agentur durchzuführen. Die Agentur sollte insbesondere geeignete Werbemittel entwickeln und pflegen.

Bei der Suche nach geeigneten Partnerprogrammen sollten folgende Kriterien berücksichtigt werden:

- Passt das Partnerprogramm zum eigenen Internetangebot?
- Wird die eigene Zielgruppe durch das Partnerprogramm angesprochen?
- Wie zuverlässig und seriös ist der Betreiber des Partnerprogramms?

Folgende Schritte sollten beim Einstieg beachtet werden:

1. Geeignetes Partnerprogramm suchen und auswählen
2. Passende Werbemittel suchen und in die Website einbinden bzw. entsprechende Werbemittel (Banner etc.) für andere Websites zur Verfügung stellen
3. Regelmäßige Auswertung der Statistiken des Partnerprogramms
4. Auszahlungen erhalten (eher selten: ggf. anfordern) bzw. selbst tätigen

6. Weiterführende Informationen

- Grundlagen des Affiliate Marketings für Einsteiger
www.affiliate-einsteiger.de
- Expertenwissen und Datenbanken rund um Affiliate Marketing
www.100partnerprogramme.de
- Leitfaden und Empfehlungen für Post-View-Vergütung im Affiliate Marketing
<http://bvdw.org/medien/leitfaden-und-empfehlungen-fuer-post-view-verguetung-im-affiliate-marketing?media=856>
- Leitfaden „Website Profit: Erfolg mit Partnerprogrammen - Mehrwert und Geldquelle für die eigene Website“ (kostenloser Download)
http://www.affiliate-marketing-center.de/frames/info_center.htm?/infos/a-guide.htm
- Whitepaper „Klickbetrug - die miesen Tricks der Internet-Betrüger“ mit Beitrag zum Betrug beim Affiliate Marketing
<http://www.etracker.com/de/kostenloser-support-per-telefon-und-email/etracker-whitepaper-web-controlling-klickbetrug-datenschutz/etracker-whitepaper-klickbetrug-und-affiliate-hopping.html>

Hinweis

Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer Industrie- und Handelskammer Hannover – nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung auf die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Stand: Oktober 2010

Autor

Nadine Rapp
Abteilung Kommunikation
Tel. (0511) 3107-506
Fax (0511) 3107-450
rapp@hannover.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Hannover
Schiffgraben 49
30175 Hannover
www.hannover.ihk.de