



Schnelleinstieg ins Affiliate-Marketing

Erwin Lammenett



Was ist Affiliate-Marketing?

Affiliate-Marketing ist im Grunde nichts Neues, sondern eine Rückbesinnung auf bewährte Vertriebsstrukturen, die im traditionellen Offline-Business seit Jahrhunderten üblich sind: das Prinzip der Vertriebs- oder Netzwerkpartner. Der Partner (**Affiliate oder Publisher** genannt) bewirbt Produkte oder Dienstleistungen anderer Unternehmen (**Merchant oder Advertiser** genannt) auf seiner oder einer ganz bestimmten Website. Er erhält für jede Transaktion oder jeden Verkauf, der durch seine Werbemaßnahmen generiert wird, eine Provision. Eine provisionsfähige Transaktion kann beispielsweise ein Verkauf, das Abonnement eines Newsletters oder der Abschluss eines Vertrages sein. Beim Affiliate-Marketing verdient der Affiliate also dann, wenn es ihm gelingt, die Aufmerksamkeit der Besucher seiner Website auf die Angebote des Merchants zu lenken. Um dieses Ziel zu erreichen, erhält der Affiliate vom Merchant diverse Hilfen in Form von Werbemitteln. Es gibt sehr viele unterschiedliche Arten und Formen von Werbemitteln, die alle eines gemeinsam haben: Alle werden mit einem ganz bestimmten individuellen Link verknüpft. Dieser enthält einen eindeutigen Partnercode. Gelangt ein Besucher der Website des Affiliates über diesen Link zur Website des Merchants und tätigt dort die gewünschte Handlung (Kauf oder Hinterlassen seiner Adresse, etc.), so erhält der Affiliate die vereinbarte Provision.

Praxisbeispiel: Gelangt ein Besucher der Seite <http://www.typo3-macher.de/strom-gut.html> über das dort verankerte Banner oder den dort verankerten Textlink auf die Zielseite des Unternehmens Energiegut GmbH (https://www.energiegut.de/index.php?id=guter_vergleich) und schließt dort einen Vertrag ab, so erhält der Affiliate TYPO3-Macher.de € 16 Provision.

Diese Provision wird als Pay-per-Lead Provision bezeichnet. Die Verlinkung zur Zielseite erfolgt nicht

direkt, sondern über einen speziellen Link, der den Partnercode des Affiliates enthält: <http://partners.webmasterplan.com/click.asp?ref=179946&site=4940&type=text&tnb=5> Auf diese Weise wird das Tracking der Transaktionen möglich.

Die häufigsten Vergütungsformen im Affiliate-Marketing sind die Pay-per-Sale und die Pay-per-Lead Provision. Man spricht von „**Pay per Sale**“, wenn der Affiliate einen Anteil am Umsatz der durch ihn



herbeigeführten Transaktion erhält.

Der Abschluss eines Abonnements oder eines Vertrages wird hingegen oft mit einer fixen Summe vergütet (z.B. 5 Cent für einen Newsletterabonnenten oder 20 Euro für den Abschluss eines Handy-Vertrages). Man spricht in diesem Fall von „**Pay per Lead**“.

Weitere Vergütungsformen werden unter <http://www.lammenett.de/affiliate-marketing-whitepaper.html> beschrieben.

Aus Sicht des Anbieters (Merchant oder Advertiser) ist Affiliate-Marketing eine echte Alternative zu kostenintensiven Werbemaßnahmen wie Bannerwerbung oder Keyword-Advertising, denn der Merchant zahlt nur im Erfolgsfall. Deshalb wird Affiliate-Marketing auch manchmal Performance-Marketing genannt. Aus Sicht des Partners ist die Teilnahme an einem Affiliate-Programm nur mit Chancen verbunden, denn anders als bei traditionellen Reseller- oder Franchise-Programmen muss der Partner keine Anfangsinvestitionen tragen. Die Teilnahme an Affiliate-Programmen ist i. d. R. kostenfrei und wird auf Erfolgsbasis vergütet.

Welche unterschiedlichen Ansätze gibt es?

Grundsätzlich kann man Affiliate-Marketing über ein Partnernetzwerk wie Zanox, Affilinet oder Belboon betreiben. Partnernetzwerke haben den Vorteil, dass dort bereits mehrere hundert oder gar tausende potentielle Partner akkreditiert sind. Außerdem kann die Trackingtechnologie des Netzwerks verwendet werden. Die Alternative wäre, das Partnerprogramm selbst zu vermarkten. Hierdurch spart der Merchant die Provision des Netzwerkbetreibers, die in der Regel bei 20 - 30% liegt, muss aber die Aufwände für die Eigenvermarktung und den Betrieb einer Tracking- und Abrechnungstechnik selber tragen.

Da die etablierten Netzwerke mittlerweile sehr selektiv geworden sind, was die Auswahl der akzeptierten Merchants angeht, werden immer häufiger Merchants abgelehnt. Wenn ein Merchant abgelehnt wird, oder die Margen so eng sind, dass sich das Geschäft angesichts der zusätzlichen Provision des Netzwerkbetreibers nicht lohnt, bleibt nur der Betrieb eines Partnerprogramms in Eigenregie. In einem solchen Fall wird eine Tracking-Software benötigt. Ferner werden eigene Verträge benötigt, die die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien regeln. Die folgende Tabelle zeigt die wesentlichen Unterschiede im Überblick:

Affiliate-Marketing über Netzwerk (Zanox, affilinet, Tradedoubler etc.)	Affiliate-Marketing in Eigenregie
häufig Einrichtungsgebühr erforderlich, nicht selten ein mittlerer 4-stelliger Eurobetrag	keine Einrichtungsgebühr
Tracking-Technik vorhanden	Tracking-Technik muss in Eigenregie implementiert werden, entweder durch Entwicklung oder Zukauf einer Drittsoftware
Verträge bereits juristisch geprüft und fertig einsetzbar	vertragliche Basis muss in Eigenregie erstellt werden
zusätzliche Provision für das Netzwerk erforderlich (ca. 30% der Provision, die die Affiliates erhalten)	keine zusätzliche Provision
kein Backlink auf die eigene Seite, daher nicht relevant für die Suchmaschinenoptimierung	Jeder Affiliate liefert auch einen Backlink zur eigenen Seite, was sich positiv bei der Suchmaschinenoptimierung auswirkt.
Zugang zu großer Zahl von potentiellen Partnern über das Netzwerk; Mitarbeiter des Netzwerkes helfen bei der Akquisition von Partnern innerhalb des Netzwerkes (gilt nicht für alle Netzwerke)	Partner müssen in Eigenregie akquiriert werden - zumeist sehr arbeitsintensiver Prozess



Affiliate-Netzwerke

Die fünf wichtigsten Netzwerke im deutschen Markt sind:

[affili.net \(www.affili.net\)](http://www.affili.net)

Affilinet feierte 2007 sein 10-jähriges Bestehen. Im Jahr 2005 wurde das Unternehmen von der AdLINK Internet Media übernommen. Heute ist Affilinet mit einem Marktanteil von rund 30 Prozent das erfolgreichste Affiliate-Netzwerk im deutschsprachigen Raum. Bei Affilinet sind über 400.000 Affiliates registriert. 1.500 Merchants werben über Affilinet. Die Expansionspläne von Affilinet sind aber international ausgerichtet. Im Oktober 2006 übernahm Affilinet das französische Netzwerk CibleClick. In 2008 setzt Affilinet den europäischen Expansionskurs mit Blickrichtung Niederlande und Spanien fort.

[Zanox.de AG \(www.zanox.com\)](http://www.zanox.com)

Die Zanox.de AG ist ein internationaler Anbieter mit Sitz in Berlin und wurde 2000 gegründet. Am 22. Mai 2007 wurde die Zanox AG durch die Axel Springer AG und die PubliGroupe AG übernommen. Der Kaufpreis von 214,9 Mio. Euro zuzüglich einer erfolgsabhängigen Zahlung wurde zu 60% durch die Axel Springer AG und zu 40% durch die PubliGroupe getragen.

Technisch ist das System sehr ausgereift. Es wurde mehrfach prämiert. Im Jahr 2007 erhielt Zanox beispielsweise für die Vermarktungslösung zanoxXS sowie für sein dynamisches Wachstum das "European Seal of E-Excellence". Diese Auszeichnung erhalten Unternehmen, die sich durch besonders dynamisches Wachstum und zukunftsweisende Technologien auszeichnen. Nachteile bei Zanox sind die relativ hohe Einrichtungsgebühr und die monatlichen Betreuungskosten.

[Belboon/AdButler.de \(www.belboon.de, www.adbutler.de\)](http://www.belboon.de)

Die AdButler GmbH ist seit Mai 2001 am Markt. Bis März 2008 war das Unternehmen inhabergeführt. Es galt als kundennah und flexibel. Im März 2008 wurde AdButler vom Berliner Affiliate-Netzwerk balboon, welches zur YOC AG gehört, zu 100% übernommen. Damit wurde das neue Konstrukt mit einem Schlag die Nr. 3 am deutschen Markt hinter Affilinet und Zanox.

[Commission Junction \(de.cj.com\)](http://de.cj.com)

Der amerikanische Anbieter Commission Junction (CJ) wurde 1998 gegründet und gehört mittlerweile

zum „Click Value“ Konzern. Aufgrund seiner Erfahrung ist dieser Anbieter, der ursprünglich kleinere und mittlere Programmbetreiber angesprochen hat und mittlerweile auch große Händler zu seinen Kunden zählt, als echte Alternative zu den drei vorgenannten Anbietern zu sehen. Commission Junction wirbt damit, das größte internationale Netzwerk zu sein.

Der Anbieter verfügt über eine erstklassige Technik. Die Betreuung ist ausgesprochen gut, die Auswertungstools lassen keine Wünsche offen. Allerdings hat dieser gute Service auch seinen Preis in Form einer entsprechend hohen Einrichtungsgebühr.

[Tradedoubler \(www.tradedoubler.com/de-de/\)](http://www.tradedoubler.com/de-de/)

Tradedoubler wurde 1999 in Schweden gegründet und verfügt mittlerweile über 18 Büros in ganz Europa. Heute ist Tradedoubler nach eigenen Angaben das größte europäische Netzwerk. Im Juli 2007 kaufte Tradedoubler mit "The Search Works" und deren Tochterfirma "The Technology Works" den größten britischen Suchmaschinen-Marketing Dienstleister. Der Kaufpreis betrug 84 Millionen Euro. Neben dem Affiliate-Netzwerk betreibt Tradedoubler weitere Netzwerke und Dienstleistungen, wie ein Ad-Netzwerk, Ad-Server oder Kampagnen-Controlling-Werkzeuge.

Weitere Netzwerkbetreiber

Neben den "großen" oben aufgezählten Partnernetzwerken gibt es natürlich auch noch eine Reihe mittlerer und kleiner Netzwerke und Betreiber, die sich teilweise auf spezielle Branchen oder auf Nischenmärkte spezialisiert haben. Beispiele sind www.travelan.de, die sich auf die Reisebranche spezialisiert haben oder www.shareit.com mit Fokus auf Software. Beispiele für kleinere Netzwerke sind:

- » [Adcell \(www.adcell.de\)](http://www.adcell.de)
- » [Affili24 \(www.affili24.net\)](http://www.affili24.net)
- » [Affili4U \(www.affili4u.de\)](http://www.affili4u.de)
- » [affiliwelt.net \(www.affiliwelt.net\)](http://www.affiliwelt.net)
- » [Superclix \(www.superclix.de\)](http://www.superclix.de)
- » [TopAffili \(www.topaffili.de\)](http://www.topaffili.de)
- » [Vitrado \(www.vitrado.de\)](http://www.vitrado.de)
- » [Webgains \(www.webgains.de\)](http://www.webgains.de)

Tracking-Software

Wenn Sie Ihr Affiliate-Programm in Eigenregie betreiben möchten, benötigen Sie eine Tracking-Software. Diese Software sollten Sie jedoch nicht selbst programmieren. Es ist ein enormes Know-how erfor-



derlich, um z.B. Klickbetrug zu erkennen und ein perfektes Tracking sicherzustellen. Zweckmäßiger ist es, auf eine fertige Partnerprogramm-Software zuzugreifen, die genau darauf spezialisiert ist. Hier einige Beispiele:

Post Affiliate Pro (www.qualityunit.com/de/)

Sehr umfangreiche Software des slowakischen Herstellers QualityUnit. Die Software basiert auf MySQL/PHP und wird international vertrieben.

QualityClick (www.netslave.de)

Die Software „QualityClick“ des deutschen Anbieters NetSlave bietet alle wichtigen Funktionen zum Betrieb eines Partnerprogramms. Das Layout der Software lässt sich an das Design der eigenen Seite anpassen.

Ultimate Affiliate (www.groundbreak.com)

Die amerikanische Software "Ultimate Affiliate" von Groundbreak.com bietet alle Möglichkeiten einer flexiblen Anpassung. Alle Daten werden sicher in einer Datenbank gespeichert. Sogar grafische Statistiken für die Partner werden geboten.

TIPP: *Immer mehr Betreiber von Partnerprogrammen entscheiden sich für einen Parallelbetrieb; also für ein oder mehrere Netzwerke und eigene Partnerprogramm-Software. Die große Masse der Webmaster wird über Affiliate-Netzwerke erreicht. Die Top-Partner werden in Eigenregie betreut.*

Tracking-Software für Online-Shops

Betreiber eines Internet-Shops haben noch weitere Möglichkeiten in Bezug auf eine Tracking-Software. Manche Shops verfügen über integrierbare Module. So gibt es beispielsweise für das bekannte Open-Source Shop System **xt:Commerce** ein Affiliate-Modul ([siehe http://www.xtcommerce-shop.com/product_info.php/info/p65_Affiliate-Plugin.html](http://www.xtcommerce-shop.com/product_info.php/info/p65_Affiliate-Plugin.html)). Und auch für das derzeit am schnellsten wachsende Shopsystem **Magento** gibt es bereits verschiedene Affiliate-Module, z.B. vom Team Inmedias ([siehe http://www.inmedias.de/P/Magento/app-affiliate-marketing-magento.html](http://www.inmedias.de/P/Magento/app-affiliate-marketing-magento.html))

Die Vorteile dieser vollständig integrierten Lösung gegenüber einer Drittsoftware liegen auf der Hand:

- » Es muss keine Drittsoftware gewartet und gepflegt werden. Die Wartungs- und Pflegekosten

sind daher geringer.

- » Die Lernkurve für die Shop-Manager ist geringer, da keine neue Schnittstelle kennen gelernt werden muss.
- » Der Trackingcode installiert sich quasi automatisch. Fehlerquellen werden reduziert. Bei der Verwendung einer Drittsoftware geht die Integration unter Umständen mit großem Aufwand einher, da ein Großteil der Seiten dynamisch zur Laufzeit generiert wird und eine IT-Kompetenz für die Integration vom Anwender erforderlich ist.
- » Es fallen keine laufenden Lizenzkosten an - so wie bei mancher Drittsoftware.

Weitere Highlights des Moduls sind:

- » Es erlaubt sehr differenzierte Provisionen. Es können unterschiedliche Provisionen pro Produktkategorie vergeben werden. Sogar eine Vergabe von abweichenden Provisionen auf Produktebene ist denkbar.
- » Unterschiedliche Provisionen pro Affiliate sind möglich.
- » Alle Backlinks der Affiliates sind direkte Backlinks, die auch im Sinne der Suchmaschinenoptimierung von Bedeutung sind und die SEO-Bemühungen eines Unternehmens unterstützen.
- » Lifetime-Provisionierung ist ebenfalls möglich.

Weitere Affiliate-Module für Magento findet man unter:

- » <http://www.magestore.com/affiliate.html>
- » <http://www.magentocommerce.com/magento-connect/Bug+Slayer/extension/930/post-affiliate-pro-connector>

Autor

Dr. Erwin Lammenett

ist Geschäftsführer der team in medias GmbH und mehrfacher Buchautor. Sein Buch „Praxiswissen Online-Marketing“ wurde mehrfach ausgezeichnet. Die team in medias GmbH ist eine auf Magento und TYPO3 spezialisierte Internetagentur. Seit 1995 hilft die Agentur ihren Kunden bei der Erstellung und Vermarktung von eCommerce-Shops. Kontakt erhalten Sie über:

www.inmedias.de/P/Magento
e.lammenett@inmedias.de