

Christina Vökl-Wolf

# »Affiliate Marketing – Get started

**Affiliate Marketing ist primär ein Marketingkonzept für den Online-Handel. Es ermöglicht Seitenbetreibern, möglichst themenverwandte Werbemittel eines Anbieters in die eigene Webseite einzubinden. Erfolgt daraufhin ein erfolgreicher Verkauf, erhält der Werbetreibende in der Regel eine Provisionszahlung vom Anbieter. Christina Vökl-Wolf erklärt die Möglichkeiten zum Einstieg in diese Werbeform.**

Im Prinzip kann jeder als Affiliate zum „Publisher“ werden, der selber Webseiten erstellt oder verwaltet, die über genügend Besucher verfügen. Es kann sich dabei um einige wenige Webseiten, um mittlere oder größere Portale, aber auch um gut besuchte Foren oder einen Blog handeln. Viele bekannte Websites nutzen Affiliate Marketing, zum Beispiel *spiegel.de*, *bild.de* oder *sueddeutsche.de*.

## Wer hat's erfunden?

Man sagt, Affiliate Marketing entstand nach einem Gespräch des Gründers von Amazon (Jeff Bezos) mit einer Frau, die eine Website zum Thema Scheidung betrieb. Sie interessierte sich dafür, Bücher zu diesem Thema auf Ihrer Webseite einzubinden. Das Gespräch fand auf einer Cocktailparty statt, was bestätigt, wie wichtig Partys und Networking sind -;)

Geboren war das Affiliate Marketing. Ob sich dieses Treffen wirklich so zutrug und ob das tatsächlich die Geburtsstunde des Affiliate Marketing war, sei dahingestellt. Aber es ist auf jeden Fall eine nette Geschichte, anhand derer sich im Folgenden die verwendeten Begrifflichkeiten des Affiliate Marketing leicht erklären lassen.

## Affiliates und Merchants

Der Begriff Affiliate Marketing oder auch Performance Based Marketing beschreibt die Kooperation meist zweier Online-Partner im Web. Diese Online-Partner werden Affiliate und Merchant genannt und treffen sich in der Regel auf einer der Plattformen eines Affiliate Netzwerk Anbieters- genau genommen handelt es sich also meist um mindestens drei Partner. Affiliates sind die Websitebetreiber, welche Werbeflächen

auf ihren Webseiten zur Verfügung stellen. Sie werden auch als Vertriebspartner oder Associate Partner bezeichnet. Häufig verwendet man auch den Begriff Publisher.

Merchants sind die Händler der Produkte und Dienstleistungen – meist auch Advertiser genannt. Ein Affiliate wirbt auf (s)einer Website für Produkte des Merchant. Diese Werbung sollte möglichst themenrelevant zum Inhalt passen. Der Affiliate kann sowohl ein Unternehmen als auch eine Privatperson sein. Streng genommen handelt eine Privatperson aber durch die erzielten Einnahmen ab diesem Zeitpunkt in der Regel nicht als Privatperson, sondern gewerblich. Im obigen Beispiel der Entstehungsgeschichte ist die Dame Affiliate und Amazon der Merchant. Die Spannweite bei Affiliates geht vom Hobby-Webseiten-Betreiber bis hin zu Preis- und Shoppingportalen. Merchants profitieren demnach von vielen unterschiedlichen Vertriebspartnern, die Nischen-Webseiten betreiben. Oftmals werden diese Websites auch genau auf spezielle Produkte der Merchants angepasst.

## Affiliate-Systeme

Nun ist natürlich nicht jeder Merchant so bekannt wie Amazon. Und einem „kleineren“ Merchant ist es sicherlich zu aufwendig, auch noch eigene Partnerprogramme zu betreuen. Dafür gibt es Affiliate-Systeme, auch Affiliate-Netzwerke, Affiliate Networks, Netzwerkbetreiber oder Affiliate Service Provider (kurz ASP) genannt, die sich um die Abwicklung von Affiliate-Partnerprogrammen kümmern. Diese ASP stellen eine neutrale Stelle zwischen Affiliates und Merchants da und werden üblicherweise über Online-Portale gesteuert. Bekannte Beispiele sind

### DIE AUTORIN



**Dr. Christina Vökl-Wolf**

berät Kunden im Bereich Online- und Performance-Marketing, Suchmaschinen-Marketing (SEO & SEA) und Web-Usability bei der Kommunikationsagentur Publicis in Erlangen. Sie ist außerdem Lehrbeauftragte an der Hochschule Würzburg im Schwerpunkt Online-Marketing.

Programme von Google ([AdSense\\*](#)), Amazon, Zanox, Affilinet und viele mehr. Die wichtigsten Affiliate-Netzwerke werden weiter unten noch kurz erläutert.

**Wie funktioniert's?**

Als Affiliate erhält man vom Merchant einen eindeutigen Code (in HTML), der auf den Webseiten des Affiliate als Link eingebunden wird. Klickt jemand auf der Webseite des Affiliate auf den Link des Werbemittels, wird der User auf die entsprechende Seite weitergeleitet. Durch den Code, der dabei über den Link mit „transportiert“ wird, erkennt der Merchant, woher bzw. von welchem Affiliate der Besucher kommt. Er kann auf dieser Basis dann später die Provisionszahlung berechnen.

Es ist auch möglich, mehrere Affiliate-Systeme auf einer Webseite zu integrieren (sofern das vom Affiliate-Netzwerk nicht untersagt wird), wie das Beispiel von [sueddeutsche.de](#) in der Abbildung 1 zeigt.

**Welche Vergütungsmodelle gibt es?**

Je nachdem, welchen Zweck eine Werbung erfüllen soll, kann ein bestimmtes Vergütungsmodell gewählt werden. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit sollen hier wichtige und gängige Vergütungsmodelle genannt werden.

Wenn es um den reinen Verkauf eines Produktes geht, wird meist das Modell **Pay per Sale** (PPS) angeboten. Es kann hier um den einmaligen Verkauf eines Produktes gehen, der prozentual oder absolut provisioniert wird. Oft wird auch eine Vergütung nach einem bestimmten Zeitraum (z. B. 30 oder 90 Tage) für alle in dieser Zeitspanne erzielten Verkäufe angeboten.

Einige Merchants bieten auch das sogenannte Lifetime-Vergütungsmodell (**Pay per Lifetime**) an. Nach dem Klick auf ein Werbemittel bei einem Affiliate

meldet sich ein Kunde bei einem Merchant namentlich an. Für alle **auch in Zukunft getätigten Umsätze** erhält der Affiliate ab jetzt jedes Mal eine Provision. Es ist klar ersichtlich, dass dieses Vergütungsmodell für den Affiliate sehr lukrativ und damit ein hoher Anreiz sein kann. Es wird üblicherweise vor allem im Erwachsenen-Segment angewendet. Insider bezeichnen diese Branche auch als PPC (**Porn, Pills, Casinos**). Das bedeutet konkret: Wenn man eine Webseite betreiben würde, die zum Beispiel zum Thema „Black Jack“ passt (z. B. Tipps für erfolgreiche Spielstrategien) und auch entsprechenden Traffic hat, könnte man dort über ein Affiliate-System entsprechende Werbemittel einbinden (in Deutschland ist dies allerdings rechtlich nicht erlaubt!). Diese Vermittlungsleistung würde dann mit Pay per Lifetime vergütet werden. Meldet sich jemand über dieses Werbemittel kommt bei einem Online-Casino an UND spielt regelmäßig darüber, dann verdient man auch an allen zukünftigen Spielen mit. An dieser Stelle wird wohl auch klar, warum die einschlägigen Spitzenplätze in Suchmaschinen zu den am härtesten umkämpften gehören: Es ist für einen Affiliate schlicht eine ganze Menge Geld zu verdienen.

Eine Abwandlung des Lifetime-Modells ist die Vergütung per **Airtime** speziell für die Telekommunikationsbranche. Wie beim Lifetime-Modell erhält der Affiliate für alle in Zukunft getätigten Gesprächsminuten eine Provision. Ein ähnliches Modell nutzt als Beispiel einer der bekanntesten Handyhersteller, in dem er von einem der Mobilfunkbetreiber einen satten Prozentsatz aller mit dem Gerät anfallenden Gesprächs- und Datengebühren als Provision gutgeschrieben bekommt.

Die Vergütung mittels **Pay per Click** (PPC) wird angewendet, wenn allgemein der Traffic für eine Website erhöht werden soll. Das Partnerprogramm von



Abbildung 1: Integration mehrerer Affiliate-Programme ([www.sueddeutsche.de/reise/mountainbiken-im-montafon-im-tal-der-moeglichkeiten-1.976051](#))

\* siehe Glossar Seite 96-98

Google AdSense arbeitet beispielsweise mit diesem Vergütungsmodell, allerdings kontextsensitiv – das bedeutet, dass Werbemittel ganz automatisch passend zum Inhalte einer Affiliateseite angezeigt werden.

Bei beratungsintensiven Produkten oder Dienstleistungen eignen sich die bisher vorgestellten Vergütungsmodelle weniger. Hier ist die Bezahlung nach **Pay per Lead** (PPL) sinnvoller. Ein Lead kann verschiedene Aktionen darstellen (deshalb wird es auch zuweilen **Pay per Action** genannt), zum Beispiel die Kontaktaufnahme über ein ausgefülltes Kontaktformular auf der Website oder den Download eines PDF.

Es gibt weitere Bezeichnungen für Vergütungsmodelle, die ebenfalls einen Lead beschreiben. Zum Beispiel **Pay per SignUp**. Hier wird nur dann vergütet, wenn sich ein Nutzer auf der Website des Merchants tatsächlich auch anmeldet bzw. registriert hat. Bei **Pay per Install** erhält der Affiliate eine Provision, wenn sich ein Nutzer ein Programm installiert, also auf den Link zur Installation klickt oder das installierte Programm anschließend die Installation online meldet.

Weitere Vergütungsmodelle sind:

- » Pay per Link: Der Websitebetreiber fügt einen Link in seine Website ein und erhält dafür eine Vergütung für einen bestimmten Zeitraum.
- » Pay per Print out: Hier wird ein Ausdruck vergütet. Dabei kann es sich zum Beispiel um Rabattcoupons oder ähnliches handeln.
- » Pay per Click out: Nach dem Klick auf ein Werbemittel muss ein weiterer Klick auf der Website des Merchants erfolgen.

**Pay per View** (PPV) ist für das Online-Marketing in der Regel weniger effektiv als die bereits genannten Vergütungsverfahren, da man nicht wirklich messen kann, ob jemand ein Banner

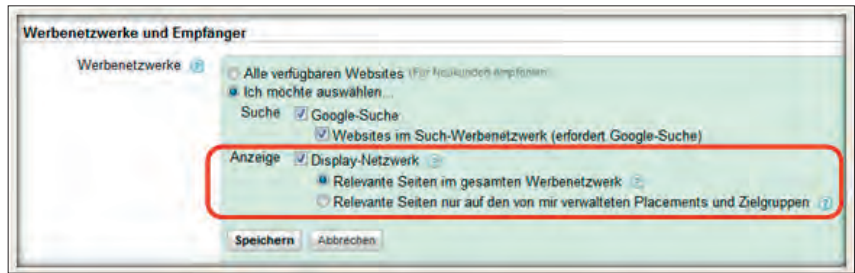


Abbildung 2: Einstellungen des Werbenetzwerk bei Google Adwords

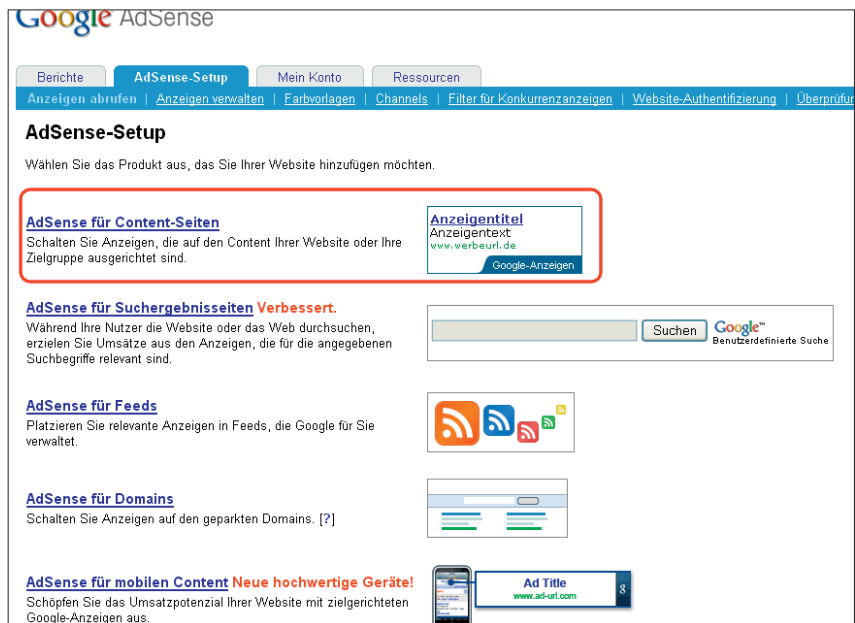


Abbildung 3: Auswahl des Werbemittels bei Google AdSense

auch tatsächlich ansieht bzw. überhaupt wahrgenommen hat. Lediglich die Position des Banners lässt grobe Rückschlüsse zu, wenn es sich um einen prominenten Platz auf der Website handelt. Diese prominenten Plätze können mittels **Eye-Tracking\***-Studien von Experten ermittelt werden. Häufig wird versucht, das Übersehen durch Pop-up Fenster zu umgehen. Die Nutzer sind von dieser Werbeform aber meist nur genervt und sie stellt daher wohl die lästigste Form dar. Ein Problem stellt sicherlich die Rate der Fehlklicks dar -man will das Pop up eigentlich schließen, löst aber versehentlich einen Klick aus- und dies wird als vermeintlicher Erfolg und als Trafficsteigerung beim Werbetreibenden registriert. Ein Problem bei der Methode PPV ist

auch das häufige Übersehen der des Werbemittels, die sogenannte Banner-Blindness. Ebenfalls durch Eye-Tracking-Studien wurde festgestellt, dass Banner von versierten Surfern unterbewusst einfach ausgeblendet und damit eben nicht wahrgenommen werden. Nach einiger Zeit im Web haben die Nutzer offenbar gelernt, dass sich an bestimmten Stellen Banner befinden, und sie ignorieren diese. Ein dennoch nicht zu unterschätzender Effekt bei diesem Vergütungsmodell sind mögliche positive Effekte für die Markenerinnerung, wenn das Werbemittel vom User tatsächlich wahrgenommen wird. Dieser Vorteil für Merchants ist gleichzeitig ein Nachteil für Affiliates: Während Merchants mit der Methode Pay per View möglicherweise einen Bran-

\* siehe Glossar Seite 96-98

ding-Effekt erzielen (vor allem bei einer guten Position der Werbeeinblendung auf der Webseite), erhalten Affiliates für den reinen Sichtkontakt normalerweise eben keine Vergütung.

In der Praxis werden Vergütungsmodelle des Affiliate Marketings auch oft variiert oder kombiniert. Sowohl Merchants als auch Affiliates sollten sich im Vorfeld darüber klar werden, was ihr vorrangiges Ziel ist. Erst danach sollte die Auswahl der Partner mit der entsprechenden Ausrichtung gegebenenfalls über ein Affiliate-Netzwerk erfolgen. Wer hier unsicher ist, sollte sich vorab von einer guten Agentur oder vom Affiliate-Netzwerk beraten lassen.

### Googles Affiliate-System

Google Adwords und AdSense gehören zu den bekanntesten Affiliate-Syste-

men und müssen daher wohl nur überblicksmäßig dargestellt werden. Merchants können über Google Adwords (<https://adwords.google.com>) Textanzeigen auf den Sucherergebnisseiten von Google buchen. Durch die entsprechende Einstellung im Adwords-Konto, unter „Kampagnen“, „Einstellungen“, gelangt der Merchant auf eine Auswahl der Werbenetzwerke (vgl. Abbildung 2).

Setzt man dort einen Haken bei „Display-Netzwerk“, erscheinen die Anzeigen des Merchant auch auf den Partnerseiten von Google und damit bei Affiliates von Google. Partnerseiten sind solche, die sich für das Programm Google AdSense angemeldet haben, wie im nächsten Schritt noch erklärt wird. Wie in Abbildung 1 zu sehen war, ist beispielsweise *sueddeutsche.de* in diesem Sinne ein Affiliate von Google.

Merchants sollten einiges beachten,

wenn Kampagnen für das Werbenetzwerk – und nicht nur für die Google-Suche – erstellt werden. Kriterien wie Anzahl der Keywords, Ausrichtung auf Zielgruppen und [Placements\\*](#) sind hier von Bedeutung und können aufgrund der unterschiedlichen Funktionsweise der beiden Optionen nicht einfach übernommen werden. Je nachdem, welches Ziel verfolgt wird, sollte bei der Auswahl „Relevante Seiten im gesamten Werbenetzwerk“ oder „Relevante Seiten nur auf den von mir verwalteten Placements und Zielgruppen“ aktiviert werden.

Affiliates melden sich im Affiliate-Partnerprogramm AdSense von Google an ([www.google.com/adsense](http://www.google.com/adsense)). Unter „AdSense-Setup“ kann man die Anzeigen, die später auf den eigenen Webseiten erscheinen sollen, farblich individuell und zur eigenen Website passend variieren (vgl. Abbildung 3).

TEXTLOS  
OnlineRedaktion

TEXTLOS 1/2 4c  
GARANTIERTE EINZIGARTIG.  
Individuelle Anforderungen. Individuelle Lösungen. Individueller Content.

### Leistungsstarke Lösungen für SEO, SEM und E-Commerce

- Individuelle Rahmenvereinbarungen und exakte Umsetzung Ihrer Vorgaben
- Skalierbares Redaktionssystem zur Erstellung großer Textmengen
- Mehrstufiges Kontrollsystem für eine konstant hohe Textqualität
- Permanente Fortschrittskontrollen für termingerechte Lieferungen
- Variable Auslieferung: TXT-, CSV- und XML-Export, Wordpress-Schnittstelle



Abbildung 4: Einsicht der Einnahmen des Affiliate bei Google AdSense



Abbildung 5: Link zum Partnerprogramm von Amazon.de

Wie die Abbildung 3 zeigt, kann man außerdem auch AdSense für Suchergebnisseiten, Feeds, Domains und mobile Geräte anbieten. Als Affiliate kann man nach der Aktivierung die Einnahmen aus der Schaltung von Werbeanzeigen auf den eigenen Webseiten einsehen (vgl. Abbildung 4).

### Affiliate bei Amazon werden

Auch bei Amazon kann man mit wenigen Schritten selbst zum Affiliate werden. Über Amazon.de gelangt man ganz unten auf der Startseite auf den Link „Partnerprogramm“ (vgl. Abbildung 5). Dort findet man eine einfache Beschreibung, wie das Partnerprogramm funktioniert. Nach der Anmeldung im Amazon PartnerNet sucht man aus verschiedenen Möglichkeiten die geeignetste aus (Abbildung 6).

Nach der Auswahl bindet man einfach den

HTML-Code des Links an der gewünschten Stelle im Body-Bereich der eigenen HTML-Seite ein. Klickt jemand diesen Link an und gelangt zu Amazon, erhält der Affiliate einen Prozentsatz des Umsatzes, den Amazon bei diesem Besuch mit dem vermittelten Besucher macht. Der Prozentsatz ist dabei gestaffelt und erhöht sich in Stufen.

### Affilinet

Ein weiteres bekanntes Netzwerk ist Affilinet ([www.affili.net](http://www.affili.net)). Es ist relativ einfach, sich dort sowohl als Affiliate als auch als Merchant anzumelden. Bei der Anmeldung als Publisher muss man zunächst seine persönlichen Daten eintragen, Angaben zur Website einstellen und Zahlungsinformationen hinterlegen. Danach erhält man per E-Mail einen Link zur Registrierung des Accounts. Im Anschluss kann man sich dann sofort mit Publisher-ID und Passwort anmelden. Über die Programmsuche kann man nach passenden Partnerprogrammen suchen. Geht es beispielsweise um Webseiten mit Tipps und Informationen zu Medikamenten, so sucht man nach Begriffen wie „Medizin“ und erhält so die im Affiliate System angemeldeten relevanten Merchants (Abbildung 7).

Wenn man bei Affilinet Merchant bzw. Advertiser werden möchte, kann man sich recht umfassend unter <http://www.affili.net/de/advertiser/ueberblick.aspx> informieren. Es ist möglich, sich zunächst eine „Guided Tour“ anzusehen. Je nachdem, wie viel bzw. wenig Erfahrung man bereits im Affiliate Marketing hat oder inwieweit man das tatsächlich selbst steuern möchte, macht dies durchaus Sinn. Unter dem Menüpunkt Voranmeldung kann man sich aber auch gleich direkt als Advertiser anmelden <https://www.affili.net/de/Advertiser/Voranmeldung.aspx> (Abbildung 8).

### Zanox

Die Registrierung für Affiliates bzw. Publisher bei Zanox ([www.zanox.com/de](http://www.zanox.com/de)) startet mit der Eingabe der persönlichen Daten. Bei Affilinet wie bei Zanox können Sie sich sowohl als Privatperson als auch als Unternehmen anmelden (vgl. Abbildung 9). Zu beachten ist allerdings, dass man Einnahmen natürlich auch als „Privatperson“ entsprechend den gesetzlichen Vorgaben versteuern muss.

Danach meldet man die eigene „Werbe- fläche“ bzw. Website an. Anschließend ordnet man der Website Kategorien zu (zum Beispiel „Auto & Motorrad“ oder „Gesundheit & Pflege“) und wählt passende Tätigkeitsfelder aus (zum Beispiel „Themenseiten/Blogs“ oder „Portal“). Die Angaben sollten möglichst detailliert sein, damit man auch für passende Partnerprogramme zugelassen wird. Des Weiteren werden Angaben zur Anzahl der Seitenaufrufe und Besucher je Monat verlangt. Nach dem Absenden der Daten folgt per E-Mail noch eine Verifizierung durch einen Klick auf den dort angegebenen Link. Nach dieser Aktivierung und einer erneuten Anmeldung kann man dann relevante Werbe-Programme auswählen und sich hierfür „bewerben“. Die Antwort auf eine Bewerbung für ein Programm kann durchaus einige Tage in Anspruch nehmen. Die Netzwerke wollen die Qualität hoch halten und prüfen die Anmeldungen daher ausführlich. Per E-Mail erfolgt dann eine Information, ob man zum Partnerprogramm eines bestimmten Merchants zugelassen wurde. Die E-Mail enthält in der Regel dann auch gleich den HTML-Code, den man in die eigene Website einbinden kann.

Merchants melden sich direkt bei Zanox über [www.zanox.com/de/advertiser](http://www.zanox.com/de/advertiser) an. Rechts unten findet man dort einen Kontaktbutton, bei dem allerdings lediglich ein Mail-Link hinterlegt ist. Zanox meldet sich dann auf die Bewerbungsmail hin.

**Weitere Affiliate-Systeme**

Neben den oben genannten gibt es noch weitere bekannte Affiliate-Systeme, die einen intensiveren Blick wert sind:

- » Comission Junction ([de.cj.com](http://de.cj.com)) ist ein internationales Affiliate-Netzwerk.
- » TradeDoubler ([www.tradedoubler.com](http://www.tradedoubler.com)) hat bekannte Unternehmen wie zum Beispiel Disney und Nike als Partner.

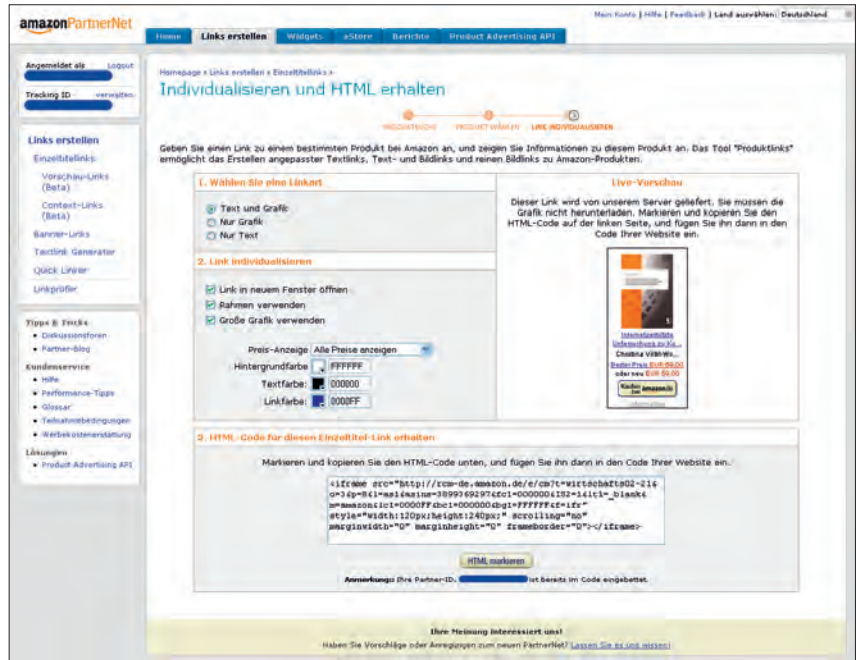


Abbildung 6: Einzeltitellink vom Amazon PartnerNet

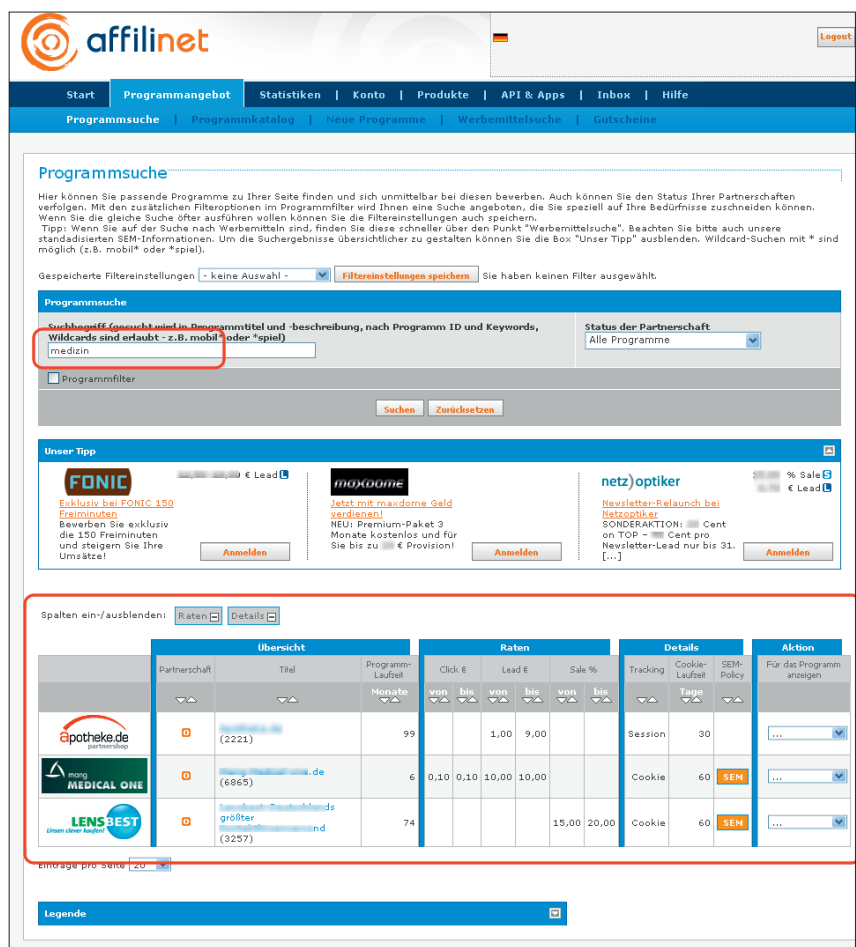


Abbildung 7: Suche nach Partnerprogrammen bei Affilinet

- » SuperClix ([www.superclix.de](http://www.superclix.de)) hat etwa 700 verschiedene Partnerprogramme im Angebot. Darunter zum Beispiel Jo-chen Schweizer oder Stay Friends.
- » Adbutler ([www.adbutler.de](http://www.adbutler.de)) wirbt damit, vor allem großen Wert auf Kunden- und Benutzerfreundlichkeit zu legen.

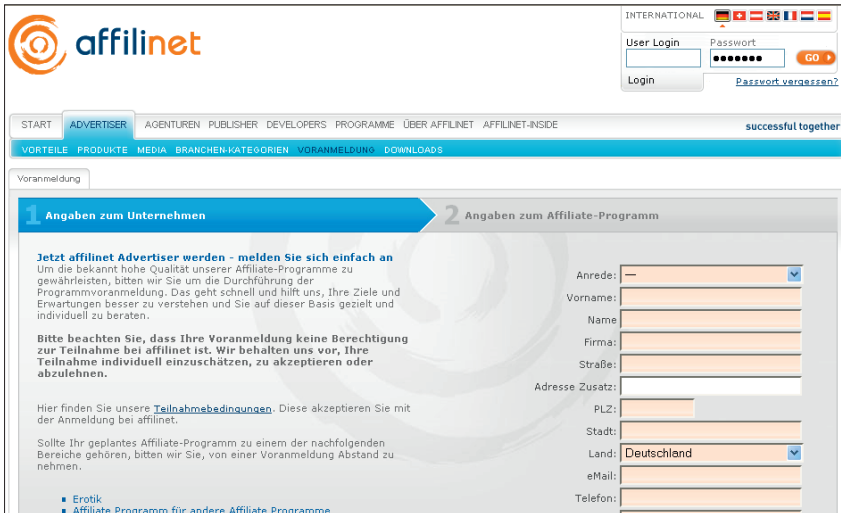


Abbildung 8: Anmeldung als Merchant bei Affilinet

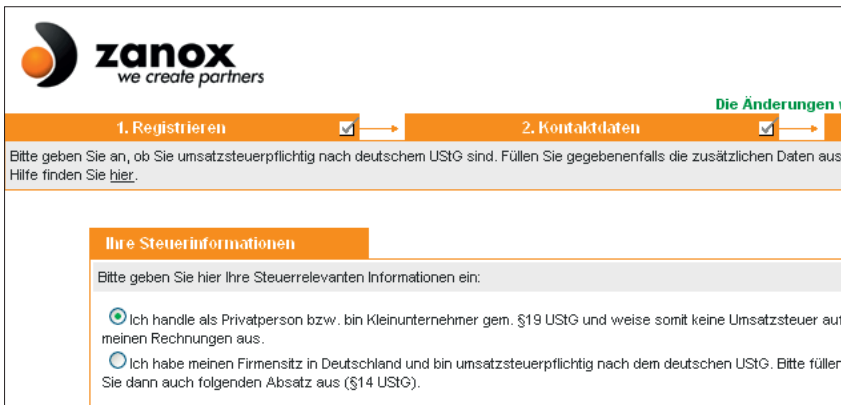


Abbildung 9: Steuerinformationen für Privatpersonen und Firmen bei ZanoX



Abbildung 10: Auswahl der Partnerprogramme bei ZanoX

» Belboon ([www.belboon.de](http://www.belboon.de)) ist nach eigenen Angaben eines der größten Affiliate-Netzwerke im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz). Herausgeber ist wie bei Adbutler die belboon-adbutler GmbH.

» Padsolution ([www.padsolution.de](http://www.padsolution.de)) bietet vier verschiedene Vermarktungsmöglichkeiten an: Popups, Banner, Textlinks und Layer.

» Adyard.de ([www.adyard.de](http://www.adyard.de)) hat sich auf die Auslieferung von Display-Werbeflächen spezialisiert und bedient u. a. [spiegel.de](http://spiegel.de), [stern.de](http://stern.de) und [brigitte.de](http://brigitte.de)

» Adcloud ([www.adcloud.net](http://www.adcloud.net)) betreibt sich als Performance Advertising Exchange. Werbung von Adcloud findet man häufig auf [spiegel.de](http://spiegel.de) und anderen Online-Magazinen.

Eine sehr gute Übersicht über verschiedene Partnerprogramme erhält man unter [www.100partnerprogramme.de](http://www.100partnerprogramme.de), [www.affiliate.de](http://www.affiliate.de) oder auch [www.affiliate-welt.de](http://www.affiliate-welt.de). Eine Partnerprogramm-Datenbank findet man unter [www.affiliate-marketing.de/partnerprogramme.html](http://www.affiliate-marketing.de/partnerprogramme.html), dort kann man mittels einer Suchfunktion nach bestimmten Begriffen die passenden Partnerprogramme finden.

Achten Sie bei Bedarf bei der Anmeldung bei verschiedenen Affiliate-Netzwerken darauf, dass Sie auch tatsächlich mehrere Programme auf einer Webseite oder Website laufen lassen dürfen. Bei manchen Betreibern wird das explizit ausgeschlossen.

Außerdem gilt es insbesondere, auf die Relevanz der Anzeigen zu achten. Je relevanter die Anzeigen für den Inhalt der Website sind, desto größer wird der Erfolg sein. Bedenken Sie aber auch, dass die Position der Werbefläche ebenso einen entscheidenden Anteil am Erfolg hat. Hier gilt als Daumenregel: Links oben top, rechts unten Flop.¶