

Markus Kellermann

# »Affiliate-Marketing in der Nische

**Affiliate-Marketing ist immer noch einer der wichtigsten Kanäle, um mit der eigenen Website im Internet Geld zu verdienen. Doch der Konkurrenzkampf unter den Affiliates wird immer härter. Deswegen bietet es sich an, sich in einer Nische zu spezialisieren. Das gilt sowohl für Affiliates als auch für Advertiser. Der Affiliate-Spezialist Markus Kellermann gibt Ihnen Tipps, wie Sie einen Markt finden, in dem Geld ausgegeben wird und welcher von möglichst wenig Konkurrenten besetzt ist.**

Um im Affiliate-Marketing sowohl als Affiliate als auch als Advertiser erfolgreich zu sein, bedarf es neben viel Fleiß und Glück auch der richtigen Strategie. Sich eine bestimmte Nische zu suchen und sich darauf zu spezialisieren, ist eine Möglichkeit, um sich von den Wettbewerbern abzuheben und damit erfolgreich zu sein.

Doch wie findet man die richtige Nische und vor allem, wie kann man damit Geld verdienen?

## 1. Suchen Sie „Ihre persönliche“ Nische

Einer der wichtigsten Faktoren, um in einer Nische letztendlich erfolgreich zu sein, ist, dass Sie sich selbst darin perfekt auskennen und auch daran glauben. Nehmen Sie z. B. ein bestimmtes Hobby, eine Fähigkeit oder ein Produkt, das nur Sie in Ihrem Onlineshop verkaufen, dann sind Sie mit Ihrem Wissen darüber wahrscheinlich allen anderen Menschen zu 90 Prozent überlegen. Wenn Sie mit Ihrem Wissen von Ihren Webseitenutzern oder Affiliates als glaubwürdiger Experte wahrgenommen werden, dann haben Sie bereits die besten Voraussetzungen, um in Ihrer Nische erfolgreich zu sein. Sollten Sie allerdings noch kein entsprechendes Wissen aufgebaut haben, dann suchen Sie sich eine Nische und verbringen Sie viel Zeit damit, sich ausführlich darüber zu informieren und sich den Expertenstatus anzueignen. Bauen Sie sich anschließend einen guten Ruf und eine einwandfreie Reputation auf. Je mehr Kunden Sie als Experten wahrnehmen, desto schneller werden Sie Besucher für Ihre Seite generieren, die Ihnen vertrauen und Ihre Produkte kaufen oder Ihr Partnerprogramm bewerben.

## 2. Aus einer Marktnische wird ein Nischenmarkt

Doch egal, ob Sie als Affiliate Geld verdienen möchten oder ob Sie als Advertiser ein neues Partnerprogramm starten wollen, bevor Sie mit Ihrem Wissen aktiv werden, ist es zuerst einmal wichtig, dass Sie auch einen Markt finden, in dem möglichst wenig Konkurrenz herrscht und wo vor allem auch Geld ausgegeben wird. Je weniger Konkurrenten Sie haben, desto einfacher und schneller können Sie sich dort platzieren. Zudem sollten Sie Stellen ausfindig machen, in denen auch viele Menschen nach Ihren Produkten oder Informationen suchen, denn was nützt es Ihnen, wenn Sie zwar Ihre Nische gefunden haben, doch keiner danach fragt?

## 3. Marktanalyse

Bevor Sie also in Ihrer Nische starten, sollten Sie deswegen zuerst einmal eine umfangreiche Marktforschung durchführen, um herauszufinden, ob es überhaupt einen Nischenmarkt für Ihr Produkt gibt. Hierzu stehen Ihnen verschiedene Tools zur Verfügung.

### a) Analyse der Besucherzahlen

Um herauszufinden, ob es denn auch Kunden oder Nutzer für Ihre Nische gibt, können Sie sich an den kostenlosen Google-Tools orientieren.

Mit dem „Google-Adwords-Keyword-Tool“ können Sie analysieren, wie viele Suchanfragen es bei Google zu Ihren Nischen-Keywords gibt. Zudem können Sie sich weitere Keywords sowie Kategorien und Unterkategorien anzeigen lassen und somit sogar noch andere relevante Suchwörter

### DER AUTOR



**Markus Kellermann** ist Head of Affiliate-Marketing bei explido WebMarketing. Zudem organisiert er die Affiliate NetworkX und die Affiliate TactixX.

# LINKSPOWER

## SEO MIT DURCHSCHLAGSKRAFT



Webkataloge und Social Bookmarks sind von vorgestern. Ihre Webseite braucht hochwertige Content-Links von starken Domains.

### Klasse statt Masse!

Barketing beschafft Ihnen Backlinks von den starken Webseiten, die auf unterschiedlichen Servern (in unterschiedlichen C-Klassen) gehostet sind. Die verlinkenden Webseiten verfügen über natürliche Linkstrukturen mit hohen Domain- und C-Class-Popularitäten.

Schluss mit Linkmiete: Ihnen entstehen einmalige Kosten für dauerhafte Sichtbarkeitssteigerung.

Möchten auch Sie von unserer Linkbuilding-Expertise profitieren?

Testen Sie unsere Backlink-Pakete:

**BIS ZUM 25.06.2011:  
25% RABATT AUF IHRE BUCHUNG  
BEI BARKETING**

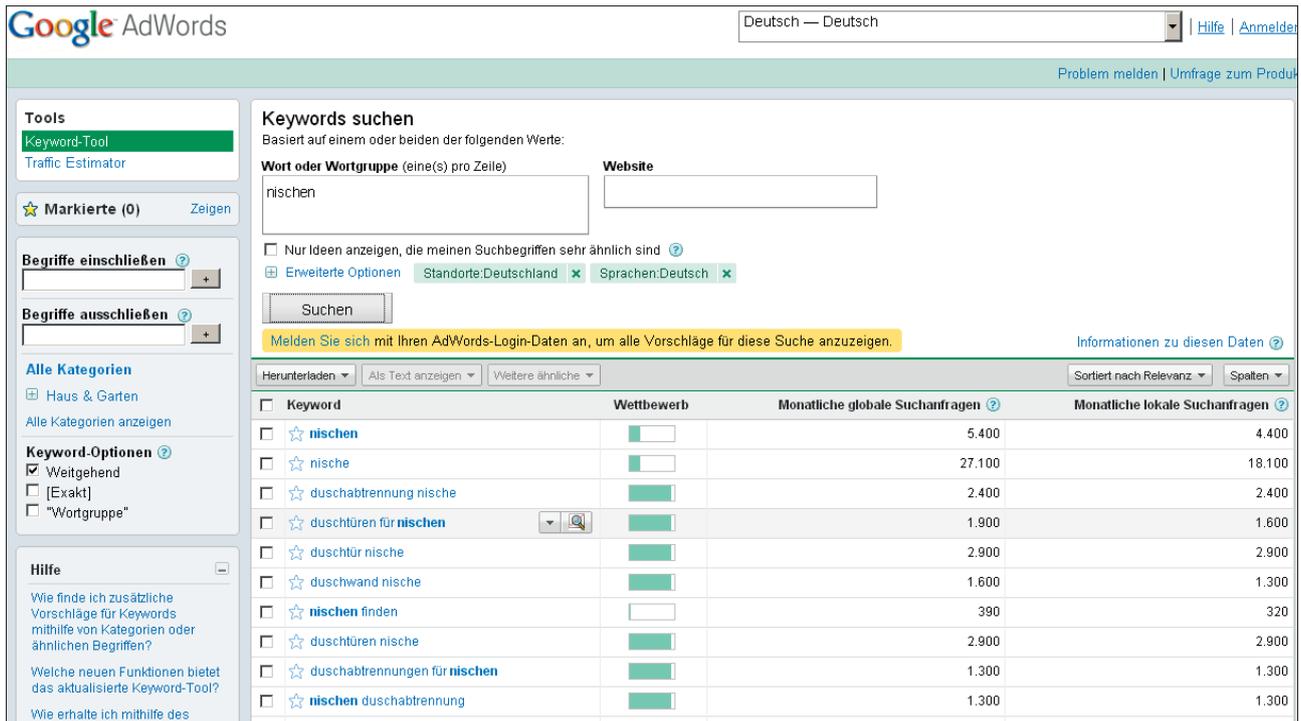


Abb. 1. Besucheranalyse mit dem Google-Keyword-Tool (Quelle: google.com)

ter finden. Das hilft Ihnen z. B., ein bestimmtes Nischen-Thema noch einmal aufzusplitten, wenn Sie sehen, dass die Zahl der Besucher vielleicht auch zu groß ist.

Auch mit „Google Trends“ können Sie die Zahl Ihrer relevanten Besucher ermitteln. Gerade bei saisonalen Keywords kann Ihnen das Tool helfen, bestimmte Peaks zu erkennen. So werden z. B. Geschenkideen hauptsächlich zu bestimmten Anlässen wie Weihnachten oder Ostern gesucht. Damit können Sie dann auch Ihre Werbeaktivitäten zu diesen Zeiten ausweiten.

**b) Konkurrenten ermitteln**

Je weniger Konkurrenz Sie in Ihrer Nische haben, desto einfacher können Sie sich dort hervorheben. Die einfachste Lösung ist natürlich, sich die aktuell gelisteten Top-10-Websites bei Google oder Bing für Ihre Keywords anzuschauen. Dabei kann man eigentlich relativ leicht erkennen, ob es sich bei den Wettbewerbern um Websites handelt, die sich ebenfalls auf diese Nische spezialisiert haben, oder ob lediglich große Shopping-Portale oder News-Seiten aufgrund ihrer Autorität bei diesen

Suchwörtern platziert sind. Wenn man relativ wenige Nischen-Websites dort findet, haben Sie es natürlich wesentlich leichter, mit den richtigen On- und Off-site-Methoden Ihre Website dort zu platzieren.

Auch das kostenlose Firefox-Plugin „SEO für Firefox“ kann Ihnen helfen, Ihre Konkurrenten zu analysieren. Das aktivierte Plugin zeigt Ihnen Informationen wie [Pagerank\\*](#), Backlinks, Domainalter oder auch den Alexa-Wert an. Auch mit diesen Zahlen können Sie relativ einfach erkennen, ob sich eine bestimmte Seite bereits auf Ihr Nischen-Keyword spezialisiert hat oder ob es nur deswegen dort steht, weil es noch keine relevanten Seiten dazu gibt.

Wenn Sie allerdings feststellen, dass es schon relativ viele Wettbewerber gibt, dann sollten Sie sich überlegen, ob Sie das Thema Ihrer Nische vielleicht ändern oder auch noch weiter aufsplitten.

**c) Einnahmepotenzial**

Eine bestimmte Nische bringt Ihnen natürlich nur etwas, wenn Sie damit auch Geld verdienen können. Als Affiliate können Sie z. B. die Partnerprogramm-Verzeichnisse wie [www.100part-](#)

[nerprogramme.de](#) oder [www.affilixx.com](#) nutzen, um darüber relevante Nischen-Partnerprogramme zu finden. Für Advertiser ist es natürlich interessant, ob in den Nischen generell auch Geld ausgegeben wird. Hier besteht die Möglichkeit, mit Xamine oder dem Sistrix-Tool die Google-Adwords-Preise zu analysieren. Damit können Sie sehen, wie viel Budget von anderen Anbietern für die entsprechenden Keywords bereits ausgegeben wird. Wenn entsprechende Klickpreise und Investments getätigt werden, ist das bereits ein erstes Anzeichen, dass darüber auch Umsatz generiert wird. Zudem bietet es sich an, über Google [AdSense\\*](#) selbst einen Test durchzuführen, um zu erkennen, ob man mit den Keywords auch Geld verdienen kann.

” Was nützt es Ihnen, wenn Sie zwar Ihre Nische gefunden haben, doch keiner danach fragt?

\* siehe Glossar Seite 96-97

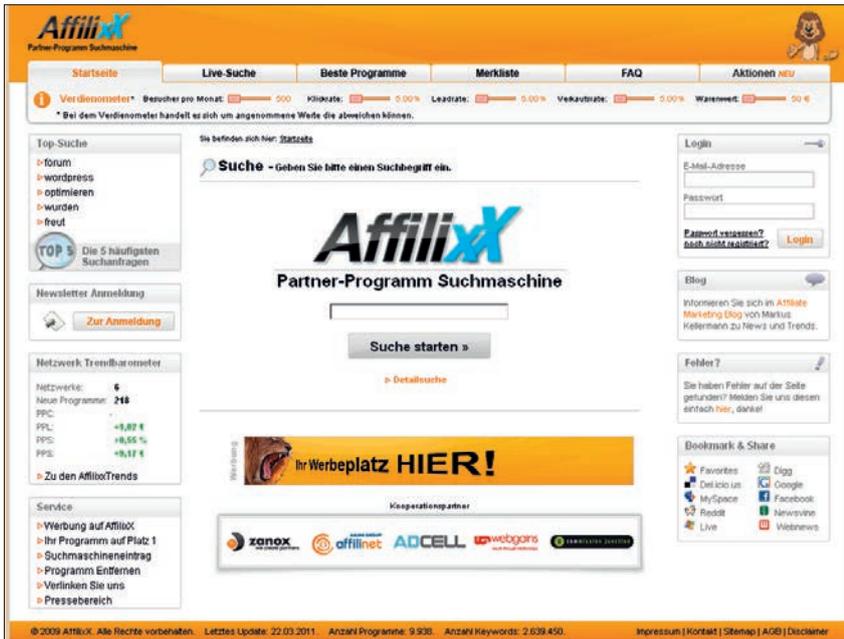


Abb. 2: Recherche nach Partnerprogrammen über die Partnerprogramm-Suchmaschine Affilix.com (Quelle: Affilix.com)

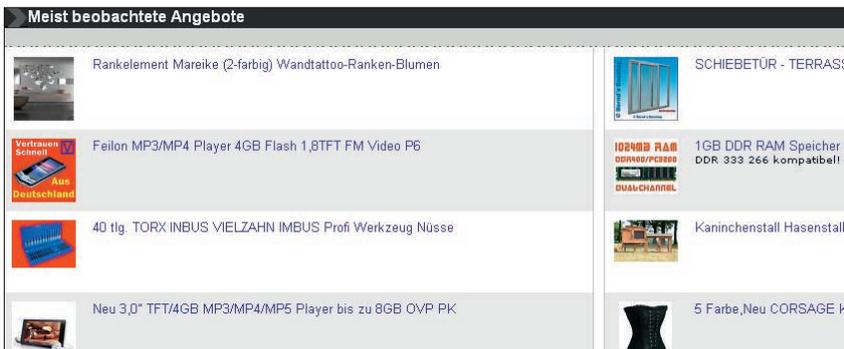


Abb. 3: Finden Sie Nischen über die am meisten beobachteten Artikel bei eBay Pulse (Quelle: ebay.de)

**4. Wie finde ich eine Nische?**

Nachdem Sie nun sowohl die möglichen Besucherzahlen als auch die Konkurrenz-Situation und das nötige Einnahmepotenzial ermittelt haben, stellt sich natürlich noch die spannende Frage: Wie finde ich überhaupt eine Nische? Die richtige Nische zu finden ist natürlich das A und O für Ihre Nischen-Strategie.

Auch hierzu können Sie bestimmte Tools und Websites nutzen:

**a) Amazon-Bestseller**

Darüber können Sie Produkte finden, die häufig bei Amazon gekauft werden. Hätten Sie z. B. gedacht, dass eines

der am häufigsten gekauften Produkte in der Kategorie Küche & Haushalt im März der Brita-Filterkartuschen-Pack war? Dieses Keyword ist eine absolute Nische und kann Ihnen helfen, Ideen für Ihre Nischen-Strategie zu finden.

**b) eBay Pulse**

Auch eBay bietet die Möglichkeit, die am häufigsten gekauften oder auch beobachteten Produkte zu finden. So gehörten im März eine LKW-Abdeckplane oder auch eine Terrassentür zu den am meisten beobachteten Artikeln. Auch diese beiden Produkte sind absolute Nischenartikel.

**c) Google Trends und Google-Keyword-Tool**

Wie bereits im Artikel erwähnt, können Ihnen das Google-Keyword-Tool und auch Google Trends nicht nur helfen, Ihre möglichen Besucherzahlen zu ermitteln, sondern Sie können darüber auch Nischen-Keywords finden, vor allem, wenn Sie ein Keyword weiter aufsplitten und darüber dann über Unterkategorien neue relevante Themen finden.

**d) Keyworddatenbanken**

Es stehen Ihnen im Internet einige SEO-Keyworddatenbanken zur Verfügung. Nutzen Sie diese, um darüber neue Keywords zu finden. Vielleicht hilft Ihnen ja auch ein Schreibfehler-Keyword oder ein Synonym weiter, wenn häufig danach gesucht wird.

**e) Yahoo Clever, wer-weiss-was.de oder gutefrage.net**

In den letzten Monaten haben sich diverse Frage-Antwort-Portale eine hohe Reichweite erarbeitet. Schauen Sie einfach, wofür sich die Menschen gerade interessieren und wonach sie suchen. Häufig finden Sie darüber spezielle Themen, an die Sie vielleicht noch gar nicht gedacht hätten.

**f) TV und Fachzeitschriften**

Gehen Sie einfach mit offenen Augen durchs Leben. Schauen Sie, welche Fernsehsendungen oder TV-Spots gerade ein Hype sind. Sendungen wie „DSDS“ oder „Germanys next Topmodell!“ decken häufig eine Vielzahl von Nischen ab. Oder erkennen sie z. B. ein neues Handymodell und spezialisieren Sie sich dann in Ihrer Nischen-Strategie nicht auf das Handy, sondern auf sinnvolles Zubehör wie Handytasche oder Ladestation.

Aber auch Fachzeitschriften bieten ein Sammelsurium für die Nischen-Recherche. Schauen Sie sich einfach mal im Zeitschriftenladen eines Bahnhofes

oder Flughafens um. Dort finden Sie zu allen Themen zahlreiche Zeitschriften. Oder hätten Sie gedacht, dass die Zeitschriften „Landlust“ oder „Schöner Wohnen“ zu den Magazinen mit den höchsten Auflagenzuwächsen der letzten Jahre gehören? Diese beiden Themen sind absolute Nischen.

### g) Weiche Faktoren

Eine weitere Möglichkeit, um eine Nische zu finden, bietet häufig auch das Gespräch mit Freunden, Kollegen und Bekannten. Erzählen Sie ihnen von Ihren Bedürfnissen und Zielen und Sie werden sich wundern, wie viele Ideen Sie erhalten werden, auf die Sie selbst vielleicht gar nicht gekommen wären.

### Zwischenfazit

Mit den bisherigen Tipps können Sie als Affiliate nun Ihre Nische finden. Investieren Sie ein paar Stunden Recherchearbeit und suchen Sie sich 10 profitable Nischen aus. Analysieren Sie dann den Markt und beginnen Sie mit der Erstellung Ihrer Website oder einer Unterseite Ihrer bestehenden Seite. Es gibt eine Vielzahl von Partnerprogrammen, die Sie dann einbinden und damit Geld verdienen können.

Auch Advertiser haben mit diesen Tipps die Möglichkeit, nach relevanten Affiliates zu suchen, die bei ihren Nischen schon aktiv sind oder die Tipps für ihr eigenes Partnerprogramm zu nutzen.

Wenn Sie als Advertiser gerade noch am Beginn der Setup-Phase stehen, können Ihnen folgende 6 Tipps für ein erfolgreiches Nischen-Partnerprogramm vielleicht weiterhelfen.

#### 1. Sprechen Sie mit den Netzwerken

Gerade wenn Sie ein neues Partnerprogramm starten wollen, sollten Sie vorab ein Gespräch mit verschiedenen Affiliate-Netzwerken führen. Gerade die Netzwerke und Agenturen haben bereits Erfahrung in den jeweiligen Branchen

” Seien Sie kreativ, wenn es um Provisionen für Ihre Affiliates geht!

und können Ihnen Benchmarks nennen, mit denen Sie einschätzen können, ob es in Ihrer Branche sinnvoll ist oder nicht, ein Partnerprogramm zu starten.

#### 2. Suchen Sie nach Nischen-Affiliates

Mit denselben Methoden, mit denen Sie eine Nische aufspüren, können Sie auch Affiliates finden. Suchen Sie mit den genannten Tools nach relevanten Keywords und schauen Sie, ob dort bereits Affiliates in der jeweiligen Nische platziert sind. Diese Affiliates können Sie dann ansprechen und Deals vereinbaren, um Ihre Produkte zu bewerben. Ein weiteres hilfreiches Tool ist das Nischen-Keywordtool von orange-seo.de. Auch damit können Sie erfolgreiche Nischen-Affiliates für Ihr Partnerprogramm finden.

#### 3. Mut zu kreativen Vergütungsmodellen

Seien Sie kreativ, wenn es um Provisionen für Ihre Affiliates geht. Sie stehen im Wettbewerb mit großen Mainstream-Partnerprogrammen und müssen sich deswegen hervorheben, um auch die Affiliates auf sich aufmerksam zu machen. Experimentieren Sie deswegen mit verschiedenen Provisionsmöglichkeiten wie [PPS\\*](#), WKZ (Werbekostenschlag), Staffelp Provisionen, [CPC\\*](#) usw.

#### 4. Machen Sie auf sich aufmerksam

Um sich in der Vielzahl von Partnerprogrammen hervorzuheben, sollten Sie nichts unversucht lassen, um auf sich aufmerksam zu machen. Werden Sie Sponsor eines Affiliate-Stammtisches

und verteilen Sie Giveaways mit dem Hinweis auf Ihr Partnerprogramm. Oder veranstalten Sie eine attraktive Sales-Rallye, machen Sie einen interessanten Partner-Event, über den die Affiliates in Ihren Blogs berichten usw. Je mehr Aufmerksamkeit Sie erlangen, desto mehr Affiliates können Sie darüber gewinnen.

#### 5. Sprechen Sie über Ihren Erfolg

Um auf sich aufmerksam zu machen, können Sie auch auf Konferenzen und Kongressen über die Erfolge mit Ihrem Partnerprogramm sprechen. Wenn die Affiliates sehen, dass man mit Ihrem Partnerprogramm erfolgreich sein kann, werden sie es auch bewerben. Halten Sie deswegen Vorträge z. B. zum Thema „Erfolgreiche Publisher-Modelle im Partnerprogramm XX“ oder „Partner-Management im Partnerprogramm XX“. Ihrer Kreativität sind auch hier keine Grenzen gesetzt.

#### 6. Binden Sie Ihre Top-Affiliates langfristig

Binden Sie Ihre Partner langfristig an Ihr Partnerprogramm. Wenn es für den Affiliate erfolgreich läuft, dann gibt es für ihn keinen Grund, das Programm zu wechseln. Mit regelmäßigen Aktionen, Endkundenrabatten und Gutscheinen können Sie selbst dazu beitragen. Auch schnelle Salesbestätigungen und geringe Stornoquoten führen dazu, dass Sie und Ihre Partner auf eine lange Partnerschaft bauen können.¶

” Wenn es für den Affiliate erfolgreich läuft, dann gibt es für ihn keinen Grund, das Programm zu wechseln.

\* siehe Glossar Seite 96-97