



Affiliate Marketing

Ihre internetbasierte Vertriebslösung



Bildungszentrum des Hessischen Handels gGmbH
Westendstraße 70
60325 Frankfurt am Main
Beauftragte für Innovation und Technologie im Handel
Frau Julia Moastafa
Tel.: 069 / 74742—206
Fax: 069 / 74742—300
Mail: Moastafa@bzffm.de
Web: www.bzffm.de

AFFILIATE MARKETING

1. Einleitung

Affiliate Marketing ist im Grunde keine innovative Idee, sondern vielmehr die Rückbesinnung auf die bewährten Vertriebskanäle des Offline-Business. Die Funktion, die der klassische Einzelhändler oder das Spezialgeschäft in der Fußgängerpassage in einer Kleinstadt ausführt, übernimmt die Affiliate Website in einer ähnlichen Form im Internet. Produkte und Dienstleistungen werden näher zum Kunden gebracht, sind für den Kunden besser und schneller erreichbar und können unmittelbar an die spezifischen Interessen und Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen angepasst werden. Affiliate Programme sind inzwischen ein weit verbreitetes Marketinginstrument für kooperatives Werben sowie für die virtuelle Netzbildung verschiedener Partner im Internet.

Der Vorteil für Unternehmen liegt auf der Hand: Sie können neue Vertriebskanäle erschließen, ihren Bekanntheitsgrad erhöhen und durch die Anzahl der Webseiten die Akquise von Kunden vereinfachen.

2. Das Konzept des Affiliate Marketings

Für Handelsunternehmen gibt es in erster Linie zwei Wege des Affiliate Marketings: der des Merchant und der des Affiliate. Es handelt sich bei dem Konzept der Affiliate Programme um eine Kooperation zwischen zwei Partner, welche verschiedene Interessen verfolgen. Der Affiliate (Partner) wirbt auf seiner Homepage für die Produkte bzw. die Dienstleistung des Merchant (Partnerprogramm-betreiber) und erhält bei einer erfolgreichen Werbung eine entsprechende Vergütung. Der Nutzen des Merchant resultiert aus einer kostenlosen Möglichkeit der Werbung und einer potentiell höheren Kundenfrequenz.

Welchen Weg das Unternehmen einschlägt, hängt sowohl von der Situation des Unternehmens, als auch von dessen Zielen ab. Das bestechende am Affiliate Marketing ist, dass die Vergütung der Affiliate Partner immer an ein bestimmtes Resultat gekoppelt wird. Die Kosten für diese neue Form des Marketings sind somit rein erfolgsorientiert. Die Affiliate Technologie ermöglicht die zuverlässige Registrierung sämtlicher Transaktionen über die Partner-Website, vom ersten Klick bis zum Verkauf. Kommt ein Kauf zustande, wird dem Partner eine entsprechende Provision gutgeschrieben. Art und Höhe der Provision sind zwischen Programm-betreiber und Partner individuell vereinbar. Pay-per-Click (pro Klick), Pay-per-Lead (pro Interessent/Download/Abonnent, etc.) und Pay-per-Sale (pro Verkauf) sind die gängigsten Varianten der Partnervergütung.

Die Online-Vertriebsaktivitäten über die Partner-Websites sind somit direkt messbar und steuerbar. Dies ermöglicht dem Online-Händler sehr schnell zu erkennen, welche Partner welchen Traffic und Umsatz für sein Geschäft erzielen. Er kann besonders erfolgreiche Partner mit gesonderten Maßnahmen fördern und stärker an sein Geschäft binden.

2.1 Teilnahme als Partner (Affiliate)

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none">• Steigerung der Reichweite des eigenen Internetangebotes• Steigerung des Bekanntheitsgrades• Höherer Platz im Suchmaschinen-ranking• Nutzung bestehender Vertriebskanäle anderer Partner• Erweiterung des Sortiments durch Cross Selling Potentiale• Kostengünstige Möglichkeit für Kundenakquise• Gezieltere Kundenansprache• Messbarkeit der Kundenaktivitäten• Zusätzliche Generierung von Umsatz• Bei der Teilnahme an einem Netzwerk reicht eine Anmeldung bei einem Partner aus• Die Werbemittel werden vom Betreiber bereitgestellt	<ul style="list-style-type: none">• Die Bedingungen für die Teilnahme können jederzeit geändert werden• Die Korrektheit der Abrechnung kann nur mit technischem und zeitlichen Aufwand überprüft werden• Die Programme werden bei geringem Umsatz vom Betreiber eingestellt• Die Zahlung erfolgt unter Umständen erst ab einem bestimmten Umsatzvolumen oder nach einem großen Zeitabstand

2.2 Teilnahme als Betreiber (Merchant)

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none">• Der Netzwerkbetreiber verfügt über das technische Know-How, Software und übernimmt die Implementierung des Affiliate Programms• Das Programm kann schnell am Markt eingeführt werden, da der Netzwerkbetreiber dieses allen Partner bekannt macht• Die monatlichen Auswertungen mit den Affiliates werden von dem Netzwerkbetreiber übernommen	<ul style="list-style-type: none">• Die laufenden Kosten für die Teilnahme am Netzwerk betragen in der Regel 30% der Provision, die ausgeschüttet wird• Eingeschränkte Flexibilität, der Betreiber ist auf die technischen Möglichkeiten des Netzwerkbetreibers angewiesen

2.3 Teilnahme als Ersteller und Betreiber eines eigenen Affiliate Programms

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none">• Flexibel in der Aufstellung der Bedingungen zur Betreuung des Affiliate Programms• Keine Provisionszahlung an einen Netzwerkbetreiber• Volle Kostenkontrolle	<ul style="list-style-type: none">• Nur für große Unternehmen oder technisch versierte Unternehmen zu empfehlen, da technische, personelle und zeitliche Ressourcen erforderlich sind• Die Auswertungen, Abrechnungen und der Kontakt mit den Affiliates müssen neben dem Kerngeschäft geleistet werden• Das Aufstellen, die Einführung und die Bekanntmachung des Programms am Markt benötigt Zeit

3. Affiliate Marketing in klein- und mittelständischen Unternehmen

Produkte und Märkte verändern sich immer schneller. Produktionsabläufe und Geschäftsmodelle werden komplexer und dynamischer. Für Unternehmen wird es zunehmend schwieriger Schritt zu halten, da Kunden immer besser informiert und anspruchsvoller sind. In Zeiten permanenten Wandels benötigen kleine, mittelständische Unternehmen (KMU) einen Aktionsspielraum, der es ihnen ermöglicht, flexibel und bedarfsgerecht, vor allem aber ergebnisorientiert zu agieren.

Auf Marketing zu verzichten, kann sich kein Unternehmen heute mehr leisten. Das Affiliate Marketing hat den großen Vorteil, dass nur verkaufte Produkte oder Leistungen bezahlt werden und es somit ein kostengünstiges Marketinginstrument darstellt. Aus diesem Grund eignet sich diese spezielle Form der Werbung ausgezeichnet für das straffe Werbebudget von KMU's.

**Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, wir beraten Sie gerne!**

Quellen:

<http://www.zbb.de/innovation-technologie.html> („Affiliate Programme)

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages sowie dem Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (HMWVL).

