



Grundlagen

Kapitel 1 - Grundlagen Affiliate Marketing

Bitte erkläre Affiliate Marketing in drei Sätzen! An dieser Aufforderung würden wohl die meisten scheitern, selbst erfahrene Online Marketer könnten sich schwertun. So bekannt der Begriff an sich ist, so wenig durchschauen viele Branchenteilnehmer:innen, was wirklich dahintersteckt. Wir schaffen mit diesem Kapitel Abhilfe und klären erst einmal die Grundlagen und Begrifflichkeiten. Danach klappt es auch mit den drei Sätzen!

1.1 Definition und Abgrenzung

Affiliate Marketing ist einer der „klassischen“ Performance-Kanäle im Online Marketing. Übersetzt steht das Verb „to affiliate“ für „zusammenschließen“, „angliedern“ oder „beitreten“. Mit dem Nomen „affiliate“ wird im englischsprachigen Raum ein/e „Partner:in“ bezeichnet; was dem Kern des Affiliate Marketings schon sehr nahe kommt.

Im Grunde dreht sich alles um die effiziente Gestaltung und Pflege von (Online-)Partnerschaften in großer Anzahl. Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteur:innen hat das Ziel, gemeinsam Kund:innen und Verkäufe zu generieren. Dabei stehen persönliche Kontakte und das gemeinsame Agieren deutlich mehr im Vordergrund als in anderen Online-Marketing-Kanälen. Oft wird Affiliate Marketing mit den Begriffen Kooperationsmanagement oder auch Partner Marketing gleichgesetzt. Durch die effiziente Zusammenarbeit mit vielen Partner:innen sehen die Autor:innen Affiliate Marketing eher als eine Art Unterform des Kooperationsmanagements bzw. Partner Marketings an, die speziell durch das Zusammenspiel von drei Akteur:innen, siehe nachfolgende Unterkapitel, gekennzeichnet

ist. Aus diesem Grund wird auf eine synonyme Verwendung der Begriffe verzichtet.

▶
Abb. 1.1
Abgrenzung von
Affiliate Marketing

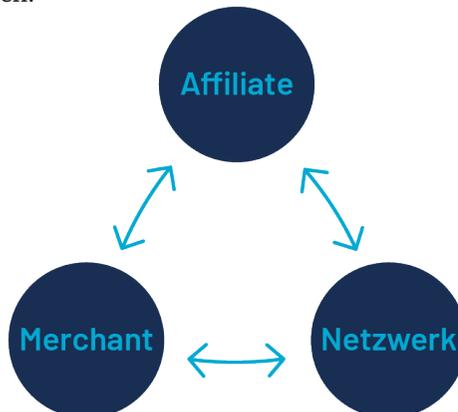


Als Grundlage für den Einstieg ins Affiliate Marketing müssen zunächst die Begrifflichkeiten geklärt und die verschiedenen Akteur:innen vorgestellt werden.

1.2 Akteur:innen im Affiliate Marketing

Im Affiliate Marketing geht es um die Beziehungen zwischen einem Unternehmen (z. B. einem Onlineshop) und dessen Werbepartner:innen. Ziel des Unternehmens ist es, Reichweite, Kontakte zu potenziellen Kund:innen (Leads) oder Verkäufe (Sales) zu generieren. Dazu sucht es sich die Unterstützung der Werbepartner:innen. Natürlich könnten diese auch mit individuellen Kooperationen eingebunden werden, was allerdings bei vielen, häufig kleineren Partner:innen einen sehr großen Aufwand darstellen würde. Deswegen wird der Weg über ein Partnerprogramm gewählt, weitere Akteur:innen wie die Affiliate-Netzwerke kommen ins Spiel und werden in die Prozesse eingebunden.

▶
Abb. 1.2
Die drei
Hauptakteur:innen
im Affiliate Marketing



Durch Affiliate Marketing soll bei Internet-Nutzer:innen Aufmerksamkeit für die Produkte des Onlineshops oder das Unternehmen selbst erzeugt werden. Durch die Kooperation mit Partner:innen (und deren Websites) baut sich das Unternehmen eine Art Vertriebsnetzwerk auf und erhöht seine Reichweite. Auch eine stärkere Bindung bestehender Kund:innen lässt sich durch Partnerschaften im Affiliate Marketing erreichen.

Auf den Online-Präsenzen der Werbepartner:innen werden den Nutzer:innen Produkte des Onlineshops vorgestellt, empfohlen oder miteinander verglichen. Die Werbepartner:innen werden dabei als Affiliates oder Publisher bezeichnet – die beiden Begriffe können synonym verwendet werden.

Ziel des Affiliates ist es, durch diese Werbeleistung, die im Internet (in der Regel auf einer eigenen Website) für den Onlineshop erbracht wird, Einnahmen zu erzielen. Der Affiliate agiert wie ein externer Vertriebler für den Onlineshop und kann dabei sowohl ein großes Unternehmen als auch eine Privatperson sein, die ihre Website als Hobby betreibt.

Die Basis für die Abwicklung dieser Geschäftsbeziehung ist ein funktionierendes Tracking, damit der Onlineshop nachvollziehen kann, welche Partner:innen welche Kund:innen akquiriert haben. Anhand dieser Daten werden Vergütungen und Provisionen berechnet. Um die generierten Transaktionen sauber zu erfassen, kommt ein weiterer Akteur ins Spiel: Das Affiliate-Netzwerk.

Affiliate-Netzwerke haben sowohl eine Geschäftsbeziehung zum Onlineshop als auch zum Affiliate, dienen damit als eine Art Partnerbörse zwischen beiden Parteien und liefern die technischen Grundlagen für die Zusammenarbeit.

Der Onlineshop betreibt im Affiliate-Netzwerk das schon erwähnte Partnerprogramm. Partnerprogrammbetreiber:innen werden auch als Merchants (= Händler:innen) oder Advertiser (= Personen, die Anzeigen schalten) bezeichnet. Im Programm sind alle Konditionen für die Zusammenarbeit mit den Affiliates bzw. Partner:innen hinterlegt und beschrieben, es handelt sich quasi um das Regelwerk der Geschäftsbeziehung. Zudem stellt der Merchant darin Werbemittel für den Affiliate zur Verfügung (z. B. Banner oder Produktdaten, worauf an späterer Stelle ein



BEISPIELE

Werbepartner:innen
= Affiliates
= Publisher
= Partner:innen



BEISPIELE

Programmbetreiber:innen
= Merchants
= Advertiser

gegangen wird) und gibt die Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit bekannt. Der Affiliate wiederum ist im Affiliate-Netzwerk registriert und kann sich dort zu den Partnerprogrammen verschiedener Merchants anmelden. Damit besteht zwischen Merchants und Affiliates eine „1 zu n“-Beziehung: Ein Merchant kann mit vielen Affiliates arbeiten, ein Affiliate kann mit vielen verschiedenen Merchants kooperieren.

Der Affiliate kann nach seiner Anmeldung im Partnerprogramm des Merchants auf die hinterlegten Werbemittel zugreifen. Jedes Werbemittel ist eindeutig gekennzeichnet und besitzt einen Vermerk, von welchem Affiliate es eingesetzt wird. Wenn der Affiliate dieses also auf seiner Website einbaut und Nutzer:innen damit interagieren, können die dadurch entstandenen Verkäufe den Partner:innen zugeordnet werden. Somit erhalten diese für erbrachte Werbeleistungen eine Vergütung.

1.3 Überblick über die Abläufe im Affiliate Marketing

Die folgende Abbildung veranschaulicht, wie die Partner:innen im Affiliate Marketing miteinander interagieren.

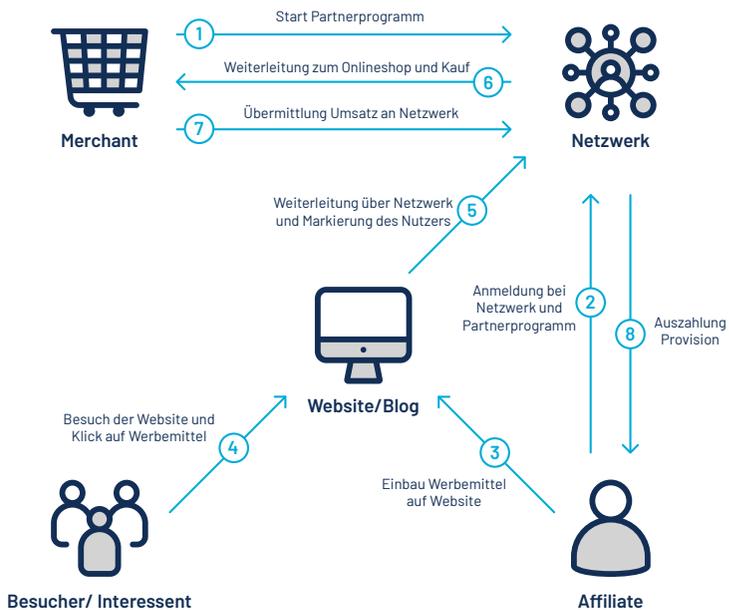


Abb. 1.3
Die drei Hauptakteur:innen im Affiliate Marketing