



10 Gründe, warum Affiliate Marketing in den Online Marketing-Mix gehört





10 Gründe, warum Affiliate Marketing in den Online Marketing-Mix gehört

Affiliate Marketing ist ein wichtiger Bestandteil des Online Marketings. Es war damals eine der ersten Marketing-Disziplinen im Netz und gilt auch heute noch als Inkubator neuer Vermarktungsansätze und -kanäle. Zehn Gründe, warum Affiliate Marketing in den Online Marketing-Mix gehört:



1. Innovationstreiber

Affiliate Marketing blickt auf die wahrscheinlich längste Geschichte unter allen Online Marketing-Disziplinen zurück. Das erste Partnerprogramm begann bereits 1989. Fünf Jahre später, als die ersten Werbemittel populär wurden, starteten auch CDNOW und 1996 dann Amazon eigene Partnerprogramme. Mit Commission Junction (heute: CJ Affiliate by Conversant) und Clickbank wurden 1998 die ersten

Affiliate-Netzwerke gegründet. Ebenfalls zu dieser Zeit kamen die ersten Vermarktungsmodelle im Suchmaschinenbereich auf.

Findige Website-Betreiber suchten fortan nach neuen Geschäftsideen, um den Traffic auf ihren Seiten zu monetarisieren. So entstanden Disziplinen, die heute mit zusätzlichem Marketing-Budget gesteuert werden: Display Advertising, E-Mail Marketing oder Pay-per-Click Marketing zum Beispiel. Auch Maßnahmen wie Retargeting, Leadgenerierung und Empfehlungsmarketing sowie klassische Preisvergleiche werden heute zum Teil von anderen Abteilungen gelenkt, lassen sich aber genauso gut über den Performance-Kanal abbilden. Denn hier haben diese oft ihren Ursprung.

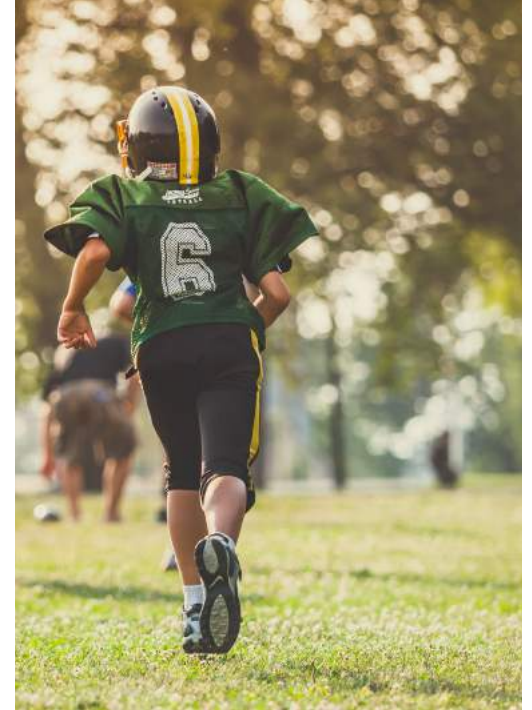
Nachdem das Affiliate Marketing viele Höhen und Tiefen überwunden hat, der Betrügerei beschuldigt und mehrfach für tot erklärt wurde, sprechen Wachstumsraten, steigende Umsatzzahlen und der kontinuierliche Launch neuer Partnerprogramme sowie die stetige Entwicklung neuer Geschäftsmodelle in diesem Bereich heute eine ganz andere, eine erfolgreiche Sprache. Die Wachstumsrate neu gestarteter Partnerprogramme liegt bei großen Affiliate-Netzwerken bei rund 20 % - verglichen mit dem Vorjahr. Neue innovative Publisher wie Fashionfreax.net, swipy.de oder Remindtrex erweitern den Markt und gelten als vielversprechende Projekte. Dies zeigt, dass Online-Shops nach wie vor auf die Affiliate-Disziplin in ihrem Marketing-Mix vertrauen und entsprechende Maßnahmen erfolgreich implementieren.



2. Starke Vertriebspartner

Im Laufe der vergangenen 20 Jahre hat sich Affiliate Marketing stark gewandelt und sich dabei immer weiter professionalisiert. Hinter vielen erfolgreichen Affiliate-Accounts stecken heute große Firmen oder Konzerne, wie z.B. arvato Bertelsmann bei der DeutschlandCard oder Lufthansa bei Miles & More. Aber selbst einzelne Website-Betreiber haben ihr Geschäft über die Jahre erfolgreich optimiert

und sich innerhalb der Branche einen Namen gemacht. In den letzten Jahren sind zudem viele Medienunternehmen wie RTL (u.a. gutscheine.de, sparwelt.de) und ProSiebenSat.1 (u.a. preis24.de, stylight.de) durch (Anteils-) Übernahme oder Investition auf den Affiliate-Zug aufgesprungen.





3. Professionelles Management

Obwohl im Affiliate Marketing vieles automatisiert passiert, steckt hinter jedem erfolgreichen Affiliate-Programm ein erfahrener Affiliate-Manager. Er bildet die Schnittstelle zwischen Netzwerken, Partnern und Onlineshops. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Affiliate-Manager direkt beim Advertiser angestellt ist und das Programm inhouse betreut, oder ob die

Betreuung extern von einer spezialisierten Agentur aus gesteuert wird. Wichtig ist nur, dass das Partnerprogramm-Management durch eine Fachkraft erfolgt und nicht von jemandem nebenbei erledigt wird. Affiliate Marketing ist ein Fulltime-Job.



4. Wertvolle Kontakte

Auch im Affiliate Marketing gilt: Beziehungen sind das A und O. Mit Business

Buddies können häufig bessere Deals ausgehandelt werden als mit Fremden. Daher helfen entsprechende Branchenkontakte, regelmäßiges Networking und ein großer Bekanntenkreis den Affiliate-Managern dabei, das Beste aus ihrem Partnerprogramm rauszuholen. Mit vertrauten Affiliates lassen sich zum Beispiel neue Provisionsmodelle testen, die sich im Nachgang für alle Seiten als profitabler erweisen können, als bisherige Standard-Modelle. Netzwerke können neue Publisher empfehlen, Anreize für neue Promotions geben oder auf Verbesserungsmöglichkeiten im Programm hinweisen.



5. Persönlicher Austausch

In Deutschland und weltweit ermöglichen zahlreiche Veranstaltungen, Kongresse und Stammtische den Affiliate-Managern mit Publishern und Netzwerk-Mitarbeitern ins Gespräch zu kommen. Durch das persönliche Treffen bekommen Geschäftspartner ein Gesicht und sind nicht länger nur anonyme Kontakte bei Xing oder LinkedIn. Wünsche und Bedürfnisse der Partner lassen sich durch den direkten

Austausch besser erkennen und verstehen. Nicht selten entstehen dabei sogar neue Ansätze für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.



6. Qualifikation & Schulung

Regelmäßige Schulungen, spezielle Zertifikate und zusätzliche Qualifikationsangebote von Netzwerken und Verbänden stellen ein professionelles Niveau im Affiliate Marketing sicher. Zudem bilden viele Agenturen eigene Affiliate-Manager aus.



7. Gut organisiert

Ob BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft), DDV (Deutscher Dialogmarketing Verband), IAB (Interactive Advertising Bureau) oder edaa (European Interactive Digital Advertising Alliance): Affiliates, Agenturen, Netzwerke und Merchants haben viele Möglichkeiten, sich zu engagieren – national wie international. Die Verbände ermöglichen zum einen den Austausch auf rechtlicher Ebene (Was ist erlaubt? Was muss ich beachten?), zum

anderen die freiwillige Selbstverpflichtung (Code of Conduct) von Affiliates und Agenturen, um Transparenz, Qualität und Vertrauen zu signalisieren.



8. Risikoarme Abrechnungsmodelle

Affiliate Marketing ist wahrscheinlich der flexibelste Kanal im Online Marketing - vor allem wenn es um die Kosten geht.

Von CPM (cost-per-mille) über CPC (cost-per-click) und CPS (cost-per-sale) bis hin zu Hybridmodellen und Werbekostenzuschüssen ist alles möglich und über die meisten Affiliate-Netzwerke auch problemlos umsetzbar. Hinzu kommt, dass im Affiliate Marketing fast immer auf Basis der erfolgten Performance vergütet wird. Das heißt: Dem Werbungtreibenden entstehen nur dann Kosten, wenn der User auch die gewünschte Aktion ausführt. Das finanzielle Risiko beim Affiliate Marketing ist deshalb überschaubar und der CPO (cost-per-order) leicht kalkulierbar.



9. Volle Transparenz

Affiliate Marketing sieht sich immer mal wieder mit Betrugsvorwürfen konfrontiert. Die Frage, wie Affiliate-Manager den sogenannten Fraud erkennen, korrekt damit umgehen und ihm vorbeugen können, steht daher dauerhaft auf der Agenda.

In der Praxis zählt vor allem die Erfahrung der Experten. Durch entsprechende Transparenz, zu der sich die Affiliate-Branche

verpflichtet, lassen sich schwarze Schafe meist schnell erkennen.

In anderen Bereichen wie beispielsweise Display Advertising gibt es Klick-Bot-Betrug oder Auslieferung von Werbemitteln im nicht-sichtbaren Bereich einer Webseite, was dem Merchant pro View oder Click Kosten verursacht. Die Vermarkter, Agenturen und Technologieanbieter schieben sich hier gegenseitig die Verantwortung zu. Im Affiliate Marketing ist man hier schon einen Schritt weiter und vergütet die Vermarkter und Partner nur bei einer validen, also nachweislich im Shop zustande gekommenen Transaktion.

Alle Netzwerke bieten hier genügend Auswertungsmöglichkeiten und Details zu den einzelnen Partnern, um diese im Vor-

feld richtig einschätzen und im Nachhinein entsprechend kontrollieren zu können. Auffällige Peaks, eine tägliche Kontrolle der Statistiken sowie zahlreiche Tools helfen dem Affiliate-Manager bei der täglichen Arbeit.





10. Affiliate Marketing weltweit

Ob in Deutschland oder international, im Affiliate Marketing hat sich in den letzten Jahren viel getan. Vor allem die Einführung der neuen Cookie-Richtlinie in Europa stellte die Branche vor neue Herausforderungen. Eine Weiterentwicklung der bestehenden Technologien war die Folge. Darüber hinaus expandierten zahlreiche Affiliate-Netzwerke ins Ausland.

Umgekehrt etablierten sich einige ausländische Netzwerke im deutschen Markt. Für Werbetreibende ist es deshalb heute einfacher denn je ein internationales Partnerprogramm mit nur einem Netzwerk als Partner zu betreiben. Aber auch die Agenturlandschaft selbst hat sich verändert: Einige große Agenturen haben sich weltweit agierenden Netzwerken angeschlossen, um den individuellen Bedürfnissen ihrer Kunden noch besser gerecht werden und alle Services aus einer Hand anbieten zu können.

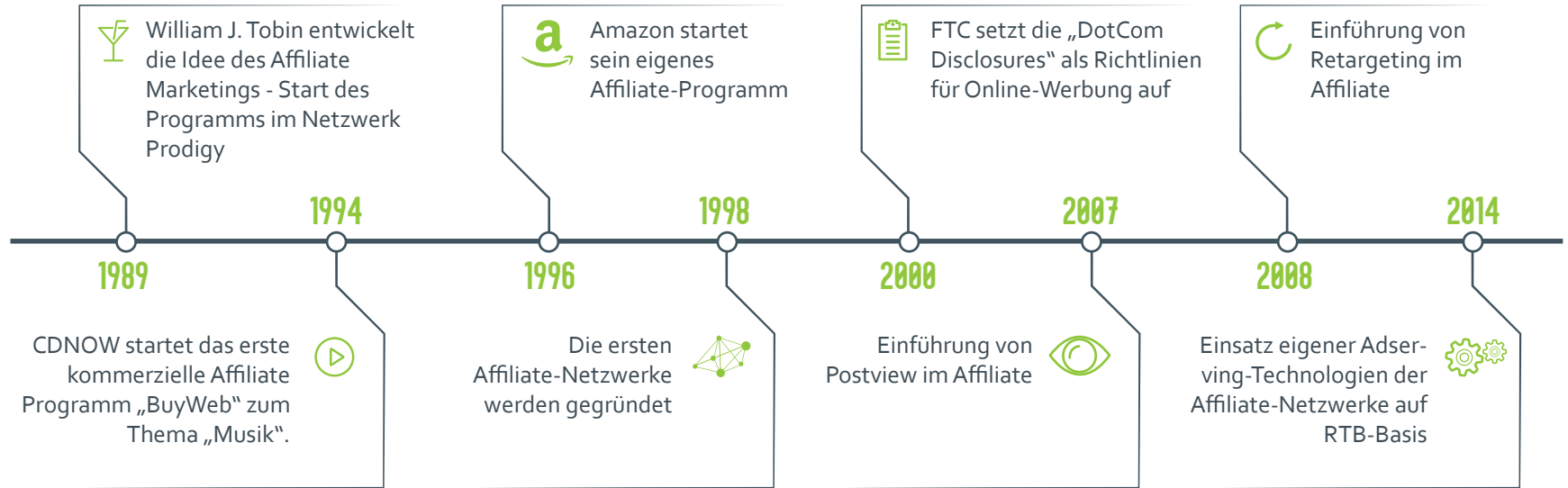


Neues Testen

Die nächsten innovativen Publisher, die auch von den Netzwerken tatkräftig unterstützt werden, stehen bereits in den Startlöchern. Ob und wie erfolgreich ihr Businessmodell schlussendlich wird, bleibt abzuwarten. Shopbetreiber können jedenfalls ohne Risiko eine Partnerschaft mit diesen Affiliates eingehen, da, wie bereits erwähnt, nur im Erfolgsfall (validierter Sale) Provisionen ausbezahlt werden.



Entwicklung des Affiliate Marketings

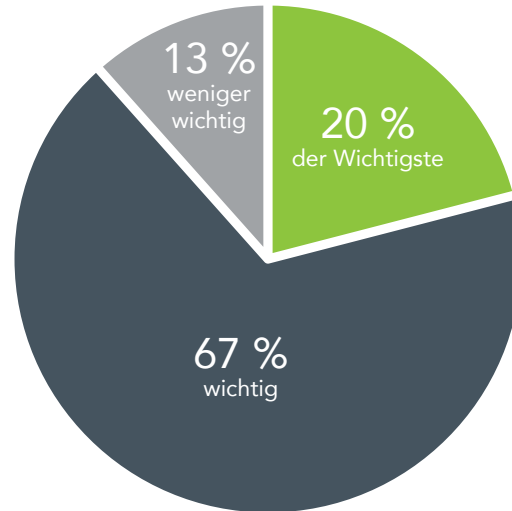


Kundenumfrage

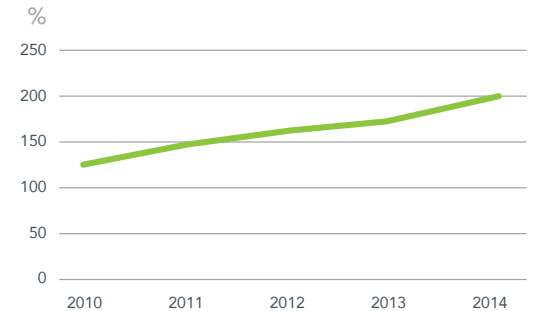
Affiliate Marketing spielt nach wie vor eine wichtige Rolle im Marketing-Mix der Werbungtreibenden. 90 % der Advertiser, die die Hälfte ihres Umsatzes über Affiliate Marketing machen, nutzen zusätzliche Kanäle wie SEA oder Display, um ihren eCommerce-Shop zu bewerben. Es gibt jedoch auch Online-Shops (ca. 5 %), die ihre anderen Kanäle wie Email-Advertising oder Retargeting komplett im Affiliate Marketing abbilden.

Resultat

Der Affiliate-Kanal ist für die befragten Onlinemarketer:



Steigerung neuer Partnerprogramme in deutschen Affiliate-Netzwerken





Markus Bley

Senior Affiliate Manager
explido»iProspect
markus.bley@explido.de



Patricia Führ

Teamleader Affiliate Marketing
explido»iProspect
patricia.fuehr@explido.de



Dino Leupold von Löwenthal

Head of Affiliate Marketing
explido»iProspect
dino.von.loewenthal@explido.de



explido»iProspect[®]

explido»iProspect ist eine Agentur für internationales Performance Marketing. Die Experten entwickeln seit mehr als zehn Jahren erfolgreich internationale Vertriebs- und Kommunikationsstrategien für Kunden wie o2, CosmosDirekt und Henkel. Die Agentur beschäftigt 200 Mitarbeiter an den drei Standorten in Augsburg, Hamburg und Wiesbaden.

Mit dem Zusammenschluss von explido und iProspect im Februar 2014 entsteht die größte Agentur für Performance Marketing in Deutschland. Ihr Geschäftserfolg basiert auf der Verknüpfung kreativer Kommunikation und effizienter Technologie mit innovativen Strategien, um die Performance, Wettbewerbsfähigkeit und Bekanntheit von Marken zu steigern.

explido»iProspect ist Teil des Dentsu Aegis Network, eine der führenden Agenturholdings und das erste globale Kommunikationsnetzwerk für das digitale Zeitalter.



Unternehmenskontakt:

explido GmbH & Co. KG
Vanessa Berger
Pröllstraße 28
86157 Augsburg

Tel.: +49 (0) 821 217795-0
vanessa.berger@explido.de

Pressekontakt:

cocodibu GmbH
Stefanie Promm
Ainmillerstraße 35
80801 München

Tel: +49 (0) 89 46 133 46 12
s.promm@cocodibu.de



explido » iProspectTM