

ADENION

Affiliate Networks

Mit virtuellen Partnern zum Erfolg im Online-Business

1.



- **Steigern Sie Ihren Online-Umsatz**
- **Reduzieren Sie Ihre Marketing-Ausgaben**
- **Erhöhen Sie Ihre Reichweite**
- **Kooperieren Sie mit anderen Websites**

Erfolg im E-Commerce hat einen neuen Namen: Affiliate Marketing

1.1. Was sind Affiliate Programme und wie funktionieren sie?

Affiliate Programme (Partnerprogramme) sind eine neue Form der Werbung und des Vertriebs im Internet. Sie funktionieren nach einem bestechend einfachen Prinzip:

„Bringe andere Websites dazu, Werbung für Deine Produkte und Dienstleistungen zu machen und zahle nur für jedes tatsächliche Resultat“.

Mit Hilfe eines Affiliate Programms können Online-Unternehmen „virtuelle Reseller-Netzwerke“ mit einer Vielzahl von „Vertriebs“-Partnern aufbauen, die ihre Produkte und Dienstleistungen auf ihren Websites mit anbieten und verkaufen. Für jede erfolgreiche Transaktion erhält der Partner eine Provision.

Amazon als Pionier im Affiliate Business

Das auch in Deutschland bekannteste Affiliate Programm wurde vom elektronischen Buchhändler Amazon.com aufgesetzt und ist inzwischen weit verbreitet. Das Programm existiert in den USA bereits seit 1996 und in Deutschland seit Mitte 1999.

Das Programm wurde ins Leben gerufen, als eine junge Frau, die eine Website zum Thema „Scheidung“ erstellte, bei Amazon anfragte, ob sie nicht ein paar Buchtitel zu diesem Thema auf ihrer Website anbieten und dafür eine Vertriebsprovision erhalten könne. Die Idee des Affiliate Programms war geboren.

Inzwischen hat Amazon mehr als 400.000 private und kommerzielle Partner-Websites, die Bücher aus dem Amazon-Repertoire verkaufen.

Mit virtuellen Partnern zum Erfolg

Affiliate Programme schaffen die Basis für eine völlig neuartige Form der Zusammenarbeit von Unternehmen im Internet. Anstatt einzelne Banner auf Werbepattformen zu platzieren, können Unternehmen mit Hilfe von Affiliate Programmen „**virtuelle Vertriebsnetzwerke**“ mit anderen Websites aufbauen. Im Gegensatz zu herkömmlicher Online-Werbung werden die Partner direkt in den tatsächlichen Vermarktungs- und Verkaufsprozess einbezogen. Die **Win-Win-Situation** für beide Parteien macht Affiliate Programme zur ultimativen Form eines **elektronischen Joint Ventures**. Die Nutzung bestehender Vertriebskanäle anderer Websites schafft völlig neue Möglichkeiten des Co-Branding und Cross-Selling: Affiliate Marketing als neue Form der strategischen Allianz im Internet.

Laut einer Studie von Forrester Research werden Affiliate Programme alle bisherigen Methoden der Generierung von Traffic und der Umsatzsteigerung im Internet überbieten. Die Forrester Analysten rechnen damit, dass bereits im Jahre 2003 mehr als 21% der Online-Umsätze über Affiliate Websites generiert werden.

1.2. Das Potential des Internets effizient ausschöpfen

„Das Internet ist eine Meile breit und hunderttausend Meilen tief“

(Declan Dunn, Active Market Place)

Eine erfolgreiche E-Commerce Website baut auf drei wesentlichen Faktoren auf:

Content – Community – Commerce

Bereits heute bewegen sich 85% der Internet-Nutzer außerhalb der großen Portale und Suchmaschinen. Sie bewegen sich auf Websites, die ihren unmittelbaren Interessen entsprechen, z.B. auf Handels- oder Community-Plattformen, oder speziellen Themenwebsites, auf denen sie Informationen suchen, diskutieren oder handeln.

Online-Anbieter versuchen auf der anderen Seite, mit teilweise sehr hohen Investitionen ihre Zielgruppen im Internet zu erreichen und gezielt auf ihre Websites zu lenken.

Affiliate Programme kehren das Prinzip um. Sie ermöglichen es Unternehmen, ihre Angebote genau dort zu platzieren, wo ihre Zielgruppen bereits sind. Zielgruppen- oder themenorientierte Websites bieten als Affiliate Partner Inhalte, die ein einzelner Online-Anbieter in der Fülle und mit dem Spektrum alleine nicht abbilden könnte.

Eine Sportwebsite mit Nachrichten und Informationen zu Top Sportlern, die Kaufangebote zu einer Biografie von Boris Becker, dem Tennisschläger von Andrew Agassi oder der Golfkappe von Tiger Woods im Rahmen der entsprechenden Sportlerportraits abbildet, erreicht den Besucher nur einen Mausklick vom „Point-of-Interest“ entfernt .

Betreiber von Themenwebsites oder Online-Communities zu bestimmten Themen haben häufig eine sehr enge Besucher- und Kundenbindung aufgebaut. Mit einem Affiliate Programm können auch andere Online-Unternehmen gezielt von dieser Vertrauensbasis profitieren.

Die verkaufsfördernde Wirkung von Affiliate Programmen funktioniert nach dem Prinzip der bewährten „Mund-zu-Mund-Empfehlung“. Ein Affiliate Partner, der ein Produkt oder eine Dienstleistung eines anderen Anbieters auf seiner Website aktiv bewirbt, fungiert gleichzeitig als Empfehler für dieses Angebot. Das Vertrauen und der Gemeinschaftseffekt der Affiliate Website sind verkaufsverstärkende Faktoren.

Affiliate Programme bieten somit eine Möglichkeit, eine Verbindung von Content, Community und Commerce herzustellen, ohne die Inhalte selber bereitstellen zu müssen. Zielgruppen werden besser und effizienter erreicht. Sie sind ein ideales Instrument, um bestimmte Nischenmärkte zu durchdringen, ohne diese Märkte selbst erschließen und akquirieren zu müssen.

Über die Vernetzung von Partnerwebsites entstehen neue „Handelsplätze“ oder „Verkaufsstellen“ auf zielgruppen- oder themenorientierten Websites und verwandelt das Internet in eine virtuelle Commerce-Gemeinschaft.

1.3. Vorteile von Affiliate Programmen

• **Erfolgsorientierte Werbekosten**

Affiliate Programme läuten eine ganz neue Ära der Messbarkeit von Marketingmaßnahmen ein: das sogenannte „Performance Marketing“. Durch die Registrierungsmechanismen der Affiliate Technologie werden Resultate unmittelbar festgehalten.

Die Affiliate Technologie ermöglicht die Registrierung der über die Partnerwebsites generierten Besucheraktivitäten (Tracking), sowie die Erfassung und Abrechnung der generierten Umsätze und Transaktionen. Die Kosten sind rein erfolgsorientiert.

• **Effektive und gezielte Werbung „en context“**

Unternehmen können Ihre Produkte und Dienstleistungen dort anbieten, wo Ihre potentiellen Kunden bereits sind. Sie nutzen bestehende Vertriebskanäle anderer Websites mit ähnlichen Zielgruppen oder ergänzenden Angeboten gezielt für ihren eigenen Absatz. Die Kaufbereitschaft für Angebote in einer themenrelevanten Umgebung ist wesentlich höher, als in einem einzelnen Shop. Diese Kooperation bietet interessante Möglichkeiten Co-Branding und Cross-Selling Strategien effektiv und zu beiderseitigem Profit zu nutzen.

• **Messbarkeit von Werbeerfolgen**

Die Affiliate Technologie bietet nicht nur eine erfolgsabhängige Vergütung, sondern auch eine genaue Erfolgsmessung einzelner Partner-Websites und einzelner Werbemedien. Statistiken über die Click-through Rate (Verhältnis der Seitenaufrufe z.B. eines Banner auf einer Partnerwebsite zu den tatsächlichen Klicks auf diesen Banner) und der Conversion Rate (Verhältnis der Klick auf einen Banner oder Textlinks im Verhältnis zu den tatsächlich gewonnenen Kunden) geben Aufschluss über die Erfolge von einzelnen Partnern und einzelnen Werbemedien und machen die Marketing-Aktivitäten gezielter steuerbar.

• **Erhöhung der Reichweite im Internet (Branding)**

Über die Präsenz Ihrer Angebote und Ihrer Werbemedien auf einer Vielzahl von Websites, leistet ein Affiliate Programm einen großen Beitrag zur Verbreitung Ihrer Marke und Erzielung einer hohen Bekanntheit Ihrer Website im Internet. Sie erreichen Zielgruppen in der Tiefe des Internets, die Sie selber ohne enormen Investitionsaufwand gar nicht erschließen können.

• **Senkung der Kosten für die Neukundenakquisition**

Durch den Aufbau eines Netzwerks von Vertriebspartnern multiplizieren Sie Ihre virtuelle Ausstellungsfläche ohne zusätzliche Kosten, denn Sie zahlen nur bei Erfolg. Da die Partner-Websites für einen stetigen Zustrom neuer potentieller Kunden sorgen, werden die Kosten für die Neukundenakquisition erheblich gesenkt.

• **Steigerung der Online-Umsätze**

Ein Netzwerk mit erfolgreichen Partnern sorgt für einen stetig wachsenden Zugriff auf Ihre Website. Erfolgsbeispiele zeigen, dass Verkäufe über Affiliate Websites 60% und mehr des gesamten Online-Umsatzes ausmachen können.

● **Neue Vertriebskooperationen mit einfachen Regeln**

Affiliate Programme sind „Reseller Programme“ mit wesentlich einfacheren Regeln für beide Parteien.

Der Betreiber kann eine Vielzahl von virtuellen Vertriebspartnern gewinnen und somit eine hohe Verbreitung seiner Produkte und Dienstleistungen im Internet erreichen.

Der Partner (Affiliate) wiederum kann neue Angebote in seine Website integrieren. Er hat damit eine kosten- und risikolose Möglichkeit, seine Website attraktiver zu gestalten bzw. sein eigenes Online-Business auszubauen und etabliert gleichzeitig eine zusätzliche Einnahmenquelle.

● **Maus-zu-Maus-Empfehlungen als verkaufsverstärkender Faktor**

Ein Partner, der ein Produkt oder eine Dienstleistung eines anderen Unternehmens auf seiner Website bewirbt, wird als subjektiver „Empfeher“ für dieses Angebot wahrgenommen. Vertrauen und der Gemeinschaftseffekt der Partner-Website sind verkaufsverstärkende Faktoren, die im Internet eine ähnliche Wirkung haben, wie die Mund-zu-Mund-Empfehlung im Offline-Geschäft.

● **Langzeitwerbung ohne laufende Kosten**

Da die Partner für jeden generierten Verkauf oder Kunden vergütet werden, bleibt die Präsenz Ihrer Angebote auf der Partner-Website so lange bestehen, wie sie Ihren Partnern Provisionen bringt.

1.4. Zahlen und Fakten zum Affiliate Marketing

Laut Forrester Research wurde 1999 bereits 18% des gesamten Online-Einzelhandels in den USA über Affiliate Websites generiert. In einer 1999 veröffentlichten Studie („New Affiliate Marketing Models“) wird vorausgesagt, dass der Anteil der Online-Umsätze, der über Affiliate Websites generiert wird, bis 2003 auf 21% steigen wird.

Andere Studien sind noch optimistischer. Laut einer Untersuchung von Jupiter Communications wurden in den USA 1999 11% der Online-Retail-Umsätze über Affiliate Websites generiert. Die Jupiter Communications Analystin Nicole Vanderbilt sagt für 2002 einen Anstieg auf 25% der Retail-Umsätze im Internet voraus.

Nach Untersuchungen von Forrester können Affiliate Programme das Besucheraufkommen auf der Websites enorm steigern:

"The traffic banners generate is laughable compared with what we're seeing with affiliates; they outperform banner campaigns by a factor of 10." (Forrester Research, "New Affiliate Marketing Models", October 1999)

Aber nicht nur das Besucheraufkommen, sondern vor allem die vielzitierte Conversion-Rate, d.h. das Verhältnis von Besuchern zu tatsächlichen Kunden, kann durch ein Affiliate Programm auf 10% erhöht werden, so Forrester. Die meisten Online-Händler haben heute eine Conversion-Rate von 1 - 2%.

Die Effektivität von Online-Werbeformen im Vergleich: (1=niedrig, 5=hoch).

Rang	Methode	Anwendungsgrad in %	Effektivität
1	Affiliate Marketing	17	4.3
2	E-Mail-Kommunikation	77	4.3
3	Public Relations	45	4.1
4	TV-Werbung	30	4.0
5	Außenwerbung	17	3.7
6	E-Mail (opt-in)-Marketing	23	3.5
7	Zeitschriftenanzeigen	34	3.4
8	Radio-Werbung	32	3.4
9	Direct Mail	30	3.4
10	Sponsorships	34	3.3
11	Buttons	55	2.8
12	Werbebanner	89	2.8

(QUELLE: FORRESTER RESEARCH, APRIL 1999 (INNOCAST 2000))

Eine Statistik des Online-Kunsthändlers Art.com aus dem Jahre 1999 vergleicht sehr eindrucksvoll die Kosten-/Nutzenrelation der verschiedenen von Art.com eingesetzten Werbeformen. Art.com erwirtschaftete 1999 60% seines 20 Mio. US\$ Online-Umsatzes über Affiliate Partner.

Werbemedium	Akquisitionskosten	Erzielter Umsatz pro US\$ Investition:
Radiowerbung	1457 US\$	0.07 US\$
Printwerbung (Anzeigen)	958 US\$	0.10 US\$
Public Relations	82 US\$	1.16 US\$
E-Mail-Marketing	24 US\$	2.54 US\$
Werbebanner	21 US\$	4.61 US\$
Affiliate Marketing	9 US\$	7.15 US\$

(QUELLE: LINDA WOODS, "QUALITY NOT QUANTITY - THE NEW GOLD STANDARD IN AFFILIATE MARKETING", 2000)

1.5. Die verschiedenen Formen eines Affiliate Programms

• Pay-per-click: Vergütung für jeden Besucher

Die Pay-per-click-Variante kommt sicherlich dem herkömmlichen Bannerprogramm am nächsten. Hierbei werden alle gültigen Klicks auf einen Werbebanner oder einen Textlink vergütet. Dies hat gegenüber der traditionellen Bannerwerbung den Vorteil, dass die Vergütung nicht nach Seitenaufrufen gezahlt wird, unabhängig davon, ob der Banner überhaupt wahrgenommen wird, sondern nur für jeden tatsächlichen Klick. Für die Pay-per-click Programme werden meistens Beträge von 0,02-0,50 Euro vergütet.

• Pay-per-lead: Vergütung für jede Aktion

Mit Hilfe der Pay-per-lead-Variante kann nach Interessenten vergütet werden. Der Partner erhält für jeden Besucher, der z.B. ein Formular ausfüllt oder ein Probeabonnement bestellt, eine Vergütung. Für die Gewinnung von Interessenten werden meistens feste Provisionen vereinbart.

• Pay-per-sale: Vergütung für jeden Verkauf

Ein Pay-per-sale-Programm ist sicherlich die interessanteste Variante eines Affiliate Programms. Hierbei erhält der Partner für jeden tatsächlichen Verkauf eine Provision. Diese Provisionen können entweder als feste Beträge oder prozentual zum erzielten Umsatz festgelegt werden.

1.5.1. Das Prinzip und die beteiligten Parteien eines Affiliate Programms

Wer schon einmal ein Buch über einen Affiliate Partner von Amazon.de gekauft hat, weiß, wie einfach das Prinzip funktioniert. Der Kunde klickt auf den Buchtitel, wird auf die entsprechende Website von Amazon geführt und kauft das Buch. Dem Partner wird eine entsprechende Provision gutgeschrieben.

Der Betreiber (Merchant):

Der Betreiber eines Affiliate Programms ist ein Online-Händler oder –Dienstleister, der seine Produkte im Internet kosteneffizienter vertreiben möchte. Alles was der Betreiber dafür benötigt, ist eine Technologie, die in der Lage ist, seinen Partnern spezielle Links oder Banner zur Verfügung zu stellen, sämtliche Transaktionen über diese Links zu registrieren und die entsprechenden Provisionen den einzelnen Partner IDs zuzuweisen. Der Betreiber bestimmt die Art des Affiliate Programms, die Höhe der Provisionen, die Art der Beziehung zu seinen Vertriebspartnern, die Werbemedien, die er seinen Partnern zur Verfügung stellen möchte sowie weitere Optionen, wie z.B. den Vergütungszeitraum für die Partner, unterschiedliche Provisionsstaffeln für bestimmte Partner, Produkte oder eingesetzte Werbemedien, etc..

Der Partner (Affiliate):

Der Affiliate Partner benötigt für diesen Prozess keine Technologie, sondern lediglich eine Website, in die er einen Werbebanner, einen Textlink oder auch jedes andere Online-Werbemedium mit einem einfachen HTML Code einbinden kann.



Der Kunde:

Der Kunde merkt von der zugrundeliegenden Technologie und dem Prozess nichts, sondern shoppt wie gewohnt auf einer Website, wird auf das von ihm gewünschte Angebot geleitet und kauft wie gewohnt ein.

Die Technologie:

ADENION bietet eine schlüsselfertige, vollständig webbasierte Software-Lösung, mit der Sie Ihr eigenes Partnerprogramm ganz einfach via Internet aufbauen und verwalten können. ADENION NeTTec lässt sich innerhalb kürzester Zeit in fast jede Website oder E-Commerce-Anwendung integrieren – ein Stück HTML Code ist ausreichend, um Sie mit Ihren „Vertriebspartnern“ zu verbinden. ADENION NeTTec registriert zuverlässig jede Transaktion, die über einen Link von einer Website Ihrer Partner generiert wird und weist dem Partner automatisch eine entsprechende Provision zu, pro Verkauf (pay-per-sale), pro Besucher (pay-per-click) oder pro Interessent/Aktion (pay-per-lead/action). Alle Funktionalitäten lassen sich komfortabel über einen einzigen Administrationscreen per Internet steuern.

Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.adenion.de/portal/produkte/nettec/nettec.htm>

oder nehmen Sie bei Interesse direkt mit uns Kontakt auf. Wir beraten Sie gerne:

ADENION GmbH

Technologiezentrum Glehn (TZG)
Hauptstrasse 76,
41352 Korschenbroich

Fon: +49 (0)2182 - 8244-0,
Fax: +49 (0)2182 - 8244-20
E-Mail : info@adenion.de
<http://www.adenion.de>