Advertiser

Stand: 07.03.2025

Advertiser: für eine starke Performance und mehr Besucher

Online-Marketing verfügt über viele Kanäle, in denen Umsätze generiert werden. Ob Affiliate-Marketing, App-Marketing oder Social-Media-Marketing – auf den verschiedensten Plattformen können sich Unternehmen präsentieren und neue Zielgruppen erschließen. **Dabei stehen die Advertiser im Mittelpunkt**. Wir werfen im Folgenden einen Blick auf die Advertiser, welche Vertriebskanäle das größte Potenzial besitzen und wie erfolgreiches Online-Marketing funktioniert.

Advertiser: eine Definition

Ein Advertiser ist ein **Werbetreibender, der hauptsächlich über Affiliate-Programme seine Produkte und Dienstleistungen anbietet**. Dabei werden Kooperationen eingegangen und möglichst attraktive Pakete für Neu- und Bestandskunden geschnürt. Rabatte, Gratisprodukte oder andere Vergünstigungen werden mithilfe unterschiedlicher Werbemittel offeriert.

Diese Art des Online-Marketings ist hauptsächlich für das Affiliate-Marketing interessant und gewinnbringend für alle Beteiligten. Den Gegenpart dazu übernimmt der Publisher, der den entsprechenden Banner oder eingebauten Link veröffentlicht und bei einem erfolgreichen Kaufabschluss eine Provision erhält. Für den Advertiser ist dieses Marketing-Feld besonders attraktiv, da für die Werbung keine Fixkosten anfallen, sondern **erfolgsorientiert vergütet** wird.

Weitere Terminologie für Advertiser:

- Merchant
- Affiliate Programm-Betreiber
- Affiliate Programm-Anbieter
- Retailer
- Affiliate Sponsor
- Partnerprogramm-Betreiber

Online-Marketing in den großen Suchmaschinen

Es gibt **zwei große Einsatzbereiche**, um als Advertiser aktiv zu werden. Werfen wir zuerst einen Blick auf die **Platzierung von Werbebannern in den Suchmaschinen** wie Google oder Bing. Dabei erscheinen Advertiser an einer prominenten Platzierung, denn der größte Traffic kommt schließlich über die Suche auf die Webseiten. **Einbindungen als Sponsored Product, Suchanzeige oder Inhaltsanzeige** erreichen eine große Aufmerksamkeit. Die Werbemittel werden meist an oberer Stelle angezeigt und lenken die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich.

Nach dem gleichen Prinzip funktioniert die Werbung bei Amazon. Streng genommen ist das Shoppingportal

eine Suchmaschine.

In allen Fällen ist eine Registrierung in den Netzwerken erforderlich, die Vergütung wird dabei vom Publisher festgelegt.

Advertiser & Publisher – Hand in Hand im Affiliate-Marketing

Auf der einen Seite stehen die Werbetreibenden – also die **Advertiser** –, auf der anderen die Betreiber von Webseiten – die **Publisher** –, die Werbeflächen zur Verfügung stellen. Es müssen immer beide Parteien vorhanden sein, damit das Prinzip funktioniert.

Beispiel

Ein erfolgreicher Onlineshop vertreibt alles rund um den Wintersport und hat neue Produkte ins Sortiment aufgenommen. Der Shopbetreiber ist jedoch nicht Marktführer und muss Jahr für Jahr mit den großen Playern konkurrieren. Nun hat er entdeckt, dass es einen neuen Blog gibt, der mit Tipps und Tricks eine große Fangemeinde angesammelt hat. Der Betreiber des Onlineshops nimmt Kontakt zu dem Betreiber des Blogs auf und gemeinsam überlegen sie Kooperationsmöglichkeiten. Mit Links und Bannern erscheint der Shop nun in den einzelnen Beiträgen als Advertiser. Der Herausgeber des Blogs wird damit zum Publisher.

Solche exklusiven Kooperationen bringen beiden Seiten einen Nutzen. Der Publisher wird mit einer Provision am Umsatz beteiligt und kann seinen Lesern die neuesten Produkte vorstellen. Der Advertiser profitiert von der fachlichen Nähe und Expertise und hat ein zielgruppengenaues Umfeld für seine Produkte gefunden.

Advertiser in Affiliate-Programmen

Um weitere Umsätze zu erzielen und die eigenen Produkte breiter zu streuen, ist eine Teilnahme an einem Affiliate-Programm empfehlenswert. **Advertiser stellen als Werbetreibende das Werbemittel bereit und Publisher greifen darauf zurück**. Sie suchen sich das für sie adäquate Werbemittel aus. Persönlicher Kontakt zwischen Advertiser und Publisher besteht in der Regel selten, alles funktioniert über die Registrierung in einem Programm.

Die bekanntesten Affiliate-Systeme:



- AWIN
- Zanox
- ADCELL
- retailAds
- TradeTracker
- Webgains Deutschland

Advertiser registrieren sich und werden über den Betreiber des Netzwerkes verwaltet. Im Gegenzug suchen sich Publisher erfolgreiche Partnerprogramme heraus und bauen die Werbemittel auf ihren Webseiten ein.

Vielseitiges Marketing-Angebot

Über Affiliate-Netzwerke lässt sich eine Vielzahl an Werbemitteln vom Advertiser an Publisher zur Verfügung stellen. Die verlinkte Fläche muss die gewünschte Zielgruppe mit einer Botschaft erreichen. Daher ist es empfehlenswert, zu wissen, wer die potenziellen Kunden sind und welche Werbemittel bei ihnen besonders punkten können. Zugleich sollten sie auf der Seite möglichst präsent – idealer im sichtbaren Bereich – eingebunden werden, um die größtmögliche Aufmerksamkeit zu erregen.

Diese Werbeformen von Advertisern sind relevant:

- **Banner oder DisplayAd**: visualisierte Produktvorschau mit entsprechender Verlinkung in unterschiedlichen Größen

- **ContentAd**: wird im Text eingebunden, um den Eindruck zu erwecken, das Bild gehört zum Inhalt
- **Skyscraper**: längliches Banner rechts oder links des Artikels
- **Leaderboard**: bewegliches Banner, was beim Scrollen mitläuft
- **Pop-up**: öffnet sich in einem gesonderten Fenster, ideal für die Anmeldung zum Newsletter
- **Retangle**: funktioniert ähnlich wie ein Pop-up-Banner
- **LayerAd**: legt sich über den eigentlichen Inhalt der Seite
- **Textlinks**: werden in mehrwertigen Content eingebunden
- **Videos**: können an jeder Stelle der Webseite integriert werden, wirken in einem Text wie redaktionelle Inhalte
- **MobileAds**: Als Bannerwerbung oder QR-Codes besonders beliebt, da sie wenig Ressourcen und geringe Ladezeiten benötigen
- **Tarifrechner und Suchboxen**: können auf allen Endgeräten problemlos ausgespielt werden, Weiterleitung erfolgt erst bei aktivem Ausfüllen

Vergütungen für Publisher

Für beide Seiten entsteht bei der Abwicklung kein Risiko. Die Werbemittel werden mit einem Trackinglink erstellt, der nachverfolgt wird und sich somit automatisch dem Advertiser zuordnen lässt. Baut der Publisher nun einen Banner ein, erhält er **je nach vereinbarten Konditionen – bei Klicks, Anmeldungen oder tatsächlichen Verkäufen – eine Vergütung**. Die wird einem Konto zugeschrieben und kann nach einem bestimmten Zeitraum ausgezahlt werden.

Mögliche Vergütungsmodelle:

- **PPC (Pay per Click)**: Vergütung im Centbereich, wenn User auf das Werbemittel klickt und auf die Webseite des Advertisers weitergeleitet wird.
- **PPL (Pay per Lead)**: Vergütung, wenn eine Anmeldung oder eine Kontaktaufnahme erfolgt, wird häufig für Newsletter oder im Finanzbereich eingesetzt.
- **PPS (Pay per Sale)**: Vergütung erfolgt nach erfolgreich getätigtem Kauf, der Advertiser legt die Auszahlung als Fixbetrag oder prozentualem Anteil am Verkaufspreis fest.
- **Lifetime**: Eine Vergütung entsteht nicht nur beim einmaligen Einkauf im Onlineshop, sondern auch bei weiteren Folgekäufen.
- **PPV (Pay per View)**: Erfolgt eine Einblendung des Werbemittels, erhält der Publisher eine Provision.
- **PPI (Pay per Install)**: Wird eine Software eines Advertisers vertrieben, kann eine Vergütung nach erfolgreicher Installation ausgezahlt werden.
- **CPM (Cost per Mille)**: Auch bekannt als Tausender-Kontakt-Preis, die Provision wird dann ausgezahlt, wenn 1000 Klicks auf das Werbemittel erfolgt sind.

Vorteile des Affiliate-Marketings für Advertiser

Ob kleine Onlineshops, Vergleichsportale oder große Unternehmen – **unabhängig von der Größe des Marketing-Budgets** kann jeder zum Advertiser werden. Die Fixkosten bewegen sich beim Einstieg in einem überschaubaren Rahmen. Wenn sich Advertiser über Netzwerke registrieren, sind **genaue Vorgaben zur Erstellung der Werbemittel und des Trackings** vorhanden. Die einmalige

Bereitstellung der Banner kann über einen langen Zeitraum genutzt werden und verstärkt zudem den Wiedererkennungswert.

Auch eine **regelmäßige Anpassung der Werbemittel** durch den Advertiser ist möglich. Dabei können immer die neuesten Angebote oder aktuelle Gutscheincodes präsentiert werden.

Wir von Löwenstark stehen Ihnen gern zur Verfügung, wenn Sie einen kompetenten Partner für Ihr Affiliate-Marketing oder Suchmaschinenmarketing suchen. Wir übernehmen die Registrierung in den entsprechenden Netzwerken und kümmern uns darum, dass Ihre Werbemittel erfolgreich zum Einsatz kommen.

Als Affiliate-Marketing-Agentur zeichnen wir uns durch Expertise und Transparenz aus. Profitieren Sie von effektiven Affiliate-Kampagnen mit Löwenstark!