

Affiliate-Programme

Stand: 29.11.2022

Um die eigenen Produkte noch bekannter zu machen und die Verkaufszahlen zu steigern, ist die Bewerbung des Shops unerlässlich. Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten und Online-Marketing-Kanäle, über die Unternehmer potenzielle Kunden aus ihrer Zielgruppe ansprechen können. Eine Methode ist das **Affiliate Marketing**. **Affiliate-Programme** helfen dabei, den richtigen Vertriebspartner zu finden.

Definition: Was sind Affiliate-Programme?

Affiliate Marketing bedeutet echtes Teamwork. Der **Affiliate** stellt dem Shopbesitzer **Werbefläche** auf seiner eigenen Website zur Verfügung, auf der mittels eines **Werbebanner**s oder eines Videos auf die Produkte aufmerksam gemacht wird. Dadurch werden sie noch mehr Usern – und damit potenziellen Kunden – angezeigt. Im Gegenzug erhält der Affiliate eine **Provision**, wenn Nutzer über die Werbung zu dem Shop gelangen. Die Konditionen vereinbaren beide Parteien individuell.

Damit die Partnerschaft ein voller Erfolg wird, ist es wichtig, dass die **Interessen beider Parteien** vertreten werden. Der Verkäufer (Merchant) benötigt einen Partner, der die **gleiche Zielgruppe** hat. Nur so fühlen sich die User auf der Website auch von der Werbung angesprochen. Gleichzeitig sollten die beworbenen Produkte zum Themengebiet des Affiliate passen. Dadurch wirkt die Werbung **authentisch** und die Nutzer sind eher motiviert, tatsächlich auf den Werbebanner zu klicken.

Affiliate-Programme bieten Interessierten eine **Plattform zur Vermittlung**. Die Partnerprogramme bilden eine Schnittstelle zwischen den beiden Akteuren. Dort stellen Merchants ihren Webshop und die angebotenen Produkte vor. Dadurch finden Merchants und Affiliates die passenden Gegenüber, um effizient im Internet zu werben oder Werbeplatz zur Verfügung zu stellen.

Beide Akteure müssen sich bei dem ausgewählten Programm **anmelden** oder teilweise sogar **bewerben**, um daran teilnehmen zu können. Nach der erfolgreichen Annahme im Netzwerk profitieren beide Seiten von den Vorteilen, die solche Affiliate-Programme bieten.

Vorteile der Affiliate-Programme

Die Anmeldung bei einem Affiliate-Programm ist ein wichtiger Zwischenschritt für ein erfolgreiches Affiliate Marketing. Als Bindeglied vermittelt es passende Kontakte, aus denen eine Geschäftsbeziehung entstehen kann. Folglich müssen Affiliates **nicht selbst nach Firmen suchen**, die eine Kooperation anbieten, und umgekehrt. Darüber hinaus gibt es weitere Vorteile:

- Durch den Beitritt ins Netzwerk steigt die Chance, an **seriöse Websitebetreiber** oder Shops zu kommen.
- Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808
- Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

geraten. Demnach sinkt das Risiko, betrogen zu werden.

- Die Partnerprogramme kümmern sich nicht nur um den ersten Kontakt, sondern auch um die restliche Abwicklung, wie der Ausschüttung der Provision. Dadurch haben beide Seiten die **Sicherheit**, dass richtig abgerechnet wird und das Geld beim Affiliate ankommt.
- Aus Verkäufersicht entsteht **weniger Arbeit**, da das Netzwerk den Link für die Affiliates generiert, den sie auf ihrer Website einbauen. So haben sie die Garantie, dass er funktioniert.

Mögliche Affiliate-Programme

Die Wahl des Affiliate-Programmes hängt von verschiedenen Faktoren ab. Auf dem Markt haben sich mehrere Netzwerke etabliert, die sowohl Merchants als auch Affiliates zum Erfolg verhelfen:

- [AWIN](#)
- [BeRush](#)
- [XOVI](#)
- [Digitstore24](#)
- [Hubspot](#)

Die Liste stellt nur eine kleine Auswahl an Anlaufstellen dar.

Die Qual der Wahl: das passende Affiliate-Programm

Im Internet finden sich unzählige Anbieter von Affiliate-Programmen. Nicht jedes davon ist allerdings auch für jeden Merchant oder Publisher geeignet. Oft wird auch mit teils fragwürdigen Versprechungen im Netz geworben, bei denen Einzelne sehr viel Geld mit angeblich profitablen Programmen verdienen können. Allerdings ist es nicht so einfach, wie einige behaupten. Da Affiliate Marketing nur ein Teil des Online-Marketings ist, muss sich jeder Teilnehmer im Netz seiner **eigenen Ziele** bewusst sein.

Bevor die Wahl nun also auf ein Partnerprogramm fällt, muss vor allem die **eigene Zielgruppe** ausführlich analysiert werden. Denn nur wer sich seiner Nische und seiner Besucher bewusst ist, kann auf Dauer mit einem Affiliate-Programm Geld verdienen. Dabei spielen der **Ist- und Soll-Zustand** eine Rolle. Auch die **Konkurrenz** sollte im Blick behalten werden.

Die Wahl des richtigen Affiliate-Programmes hängt auch davon ab, welches **Budget** dem Merchant oder Publisher zur Verfügung steht. Jemand, der noch keine Erfahrung im Affiliate Marketing hat, sollte deswegen eher auf **kostengünstige oder -freie** Angebote zurückgreifen, um in der Welt des Affiliate Marketings Fuß zu fassen. Natürlich spricht auch nichts dagegen, sich bei mehreren Netzwerken anzumelden.

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:
GENODEF1WOB

Die Provisionsmodelle im Affiliate Marketing

Wie die Vergütung im Bereich des Affiliate Marketings aussieht, können die Partner frei verhandeln. Generell haben sich drei Modelle als gängige Lösungen etabliert: **Pay per Click**, **Pay per Lead** und **Pay per Sale**. Beim Pay per Click bekommt der Affiliate **für jeden Klick** eine kleine Provision, wenn ein User über den Werbefbanner seiner Website auf den [Onlineshop](#) des Merchants gelangt.

Beim Pay-per-Lead-Modell wird einmalig eine Provision ausgeschüttet, wenn der Nutzer auf der vermittelten Seite eine Aktion abgeschlossen hat. Das kann zum Beispiel die **Anmeldung zu einem Newsletter** sein. Bei der Pay-per-Sale-Variante ist der **Kauf eines Produkts** ausschlaggebend. Sobald ein User, der über den Affiliate-Link auf den Shop geleitet wird, dort etwas kauft, erhält der Publisher des Werbefbanners einen prozentualen Anteil am Verkaufserlös.

Oft vermischen sich die Provisionsmodelle auch miteinander oder lassen sich **kombinieren**. Die Auswahl des richtigen Modells hängt unter anderem von der **Bekanntheit** der Website oder des Shops ab. Bei etablierten Seiten mit vielen Besuchern kann das Pay-per-Sale-Modell einen erheblichen Anteil des Umsatzes ausmachen. Shops mit eher wenigen Besuchern sollten eventuell lieber auf ein Pay-per-Click-Modell setzen, um hauptsächlich die [Reichweite](#) der Seite zu erhöhen.

Fazit

Vor der Auswahl des richtigen Affiliate-Programmes steht zuerst die Analyse der **eigenen Bedürfnisse**: Zielgruppe und Unternehmensziel müssen bekannt sein, um im Folgenden die richtige Wahl beim Affiliate-Partner zu treffen. Aber auch das einzusetzende Budget und Erfolgsstatistiken dürfen nicht beim Affiliate Marketing vernachlässigt werden.

Wenn dann das passende Partnerprogramm gefunden wurde, sollte unbedingt eine **gewisse Zeit** investiert werden, um sich mit allen Funktionen und Vorteilen auseinanderzusetzen. Technisches Know-how und auch Geduld sind hier die Voraussetzungen einer erfolgsversprechenden Kampagne. Wer jedoch schon erfahren im Umgang mit den gängigen Performance-Marketing-Maßnahmen ist, kann auch **bei mehreren Programmen** als Teilnehmer fungieren. Dann steht einer Steigerung des Umsatzes nichts mehr im Weg.

Profitieren Sie von Löwenstark als [Online-Marketing-Agentur](#) von Erfahrung und Expertise aus über 2.500 Projekten. Nehmen Sie jetzt Kontakt auf!

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB