Pay Per Click

Stand: 28.02.2025

Im Online-Marketing gibt es verschiedene Abrechnungsmodelle für die durchgeführten Marketing-Maßnahmen. Sie richten sich entweder nach der Art, wie geworben wird, beispielsweise mithilfe von Werbeanzeigen im Gegensatz zu Social Ads, oder nach individuellen Absprachen zwischen den beiden Parteien. Eine Methode ist Pay per Click (PPC).

Definition

Wie der Name schon verrät, erfolgt die Vergütung nach dem Klick eines Users auf einen Affiliate-Link, eine Werbeanzeige in den SERPs oder einen bereitgestellten Werbebanner. Die Summe **addiert sich** am Ende des festgelegten Zeitraumes.

Dabei schließen sich zwei Parteien zusammen. Der **Shopbesitzer** (Merchant), der die Bekanntheit seiner Produkte steigern möchte, und eine **unabhängige Person**, die ihre **eigene** zur Verfügung stellt (Affiliate). Sie wird häufig als Publisher bezeichnet.

Wie funktioniert Pay-per-Click-Affiliate?

Von dem Modell profitieren sowohl Unternehmen, die einen Shop besitzen, als auch Webseitenbetreiber. Die zweite Personengruppe bietet auf ihrer Internetpräsenz **Werbefläche** an, auf der Shopbetreiber ihre Werbebanner oder Bilder platzieren können. Dadurch werden die User der Website auf die Produkte des Shops aufmerksam. Der Domaininhaber bekommt dafür eine **Provision**, die sich nach der Anzahl der Klicks auf die Werbung richtet.

Um die Abrechnung so genau wie möglich darstellen zu können, werden die Klicks auf die Anzeigen mittels **Tracking** ermittelt. Das geschieht in der Regel über **Cookies**. Nur so können Transaktionen erfasst werden und die Verkäufer sie korrekt vergüten. Um das Tracking zu aktivieren, erhält der Publisher einen **Code**, den er in den **Quelltext** seiner Website einbauen muss. Darüber macht er das Werbebanner sichtbar und kann nach dem Klick des Users Daten an den Merchant weitergeben.

Zusätzlich existieren **webbasierte oder installierbare Tools**, die diese Aufgaben übernehmen. Wichtig ist dabei, dass der Webmaster eine **Datenschutzregelung** hinterlegt, die die Nutzer über den Gebrauch der Methode aufklärt.

Preise und Vergütung bei Pay per Click

Im Gegensatz zum Modell des Pay per Sale zahlt der Shopbesitzer die Vergütung an den Publisher aus, wenn der Affiliate-Link **lediglich angeklickt** wird, ohne dass es zwangsläufig im Anschluss zu einem Kauf kommt. Dementsprechend **niedrig** sind zum Teil auch die **Klickpreise** angesiedelt.

Manchmal erheben die Merchants **Auszahlungsgrenzen**. Das bedeutet, dass zum Beispiel erst 100 Klicks stattfinden müssen, bevor der Publisher seine Provision bekommt. Generell kann er aber über die Pay-per-Click-Methode im Affiliate-Marketing dennoch ohne übermäßigen Aufwand Geld verdienen.

Allerdings **schwanken die Preise** pro Klick teilweise sehr deutlich. Von wenigen Cents bis zum einstelligen Euro-Bereich erstrecken sie sich über eine breite Spanne. Das **Thema** der Werbung hat ebenfalls Auswirkungen auf den Preis: Stark umworbene Themen können höhere Klickpreise erzielen als unbekannte Nischenthemen.

Partnerprogramme im Pay-per-Click-Affiliate

Neben dem wohl bekanntesten Anbieter Google mit seinem Google-AdSense-Programm gibt es eine Vielzahl an **Plattformen oder Netzwerken**, die Affiliate-Partner anbieten. Nach einer Registrierung bei solch einem Netzwerk können Webseitenbetreiber diverse Anbieter von Affiliate-Links auswählen und per Link oder Werbebanner auf die eigene Seite implementieren. Ein weiterer bekannter Partner ist Amazon. Hier können Produkte ebenfalls passend zur eigenen Internetpräsenz per Anzeige eingebunden werden.

Auch als Shopbetreiber lohnt sich die Anmeldung bei Affiliate-Programmen. Die unabhängigen Seitenbetreiber blenden die Werbeanzeigen **thematisch passend ein.** Dabei kann es sich zum Beispiel um einen Blog oder ein Forum zu Digitalkameras handeln. Sollte ein Unternehmer einen Onlineshop haben, der Digitalkameras verkauft, schalten Affiliates eine Anzeige zu dessen Produkten und präsentieren sie dem User.

Für **kleine Seiten und Blogs** können genauso **leicht Einnahmen** generiert werden, da Affiliate-Links als Produktempfehlungen verstanden werden. Pay-per-Click-Affiliate ist eine Methode des PPC-Marketings, zu dem unter anderem **SEA-Modelle** wie Google Ads gehören.

Für wen lohnt sich das Pay-per-Click-Modell?

Generell ist diese Art des Affiliate-Marketings besonders für **trafficstarke Seiten** interessant. Wenn viele Besucher auf eine Website kommen, steigt die Chance, dass eine große Menge davon auf Links oder Banner klickt. Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass der Shopbetreiber von Einkäufen profitiert und der Affiliate von der hohen Provision.

Vorteile von Pay per Click

Die Zahlungsmethode bietet einige Vorteile für die Shopbesitzer.

- Unternehmen können ihre Reichweite im Netz wesentlich vergrößern.
- Dank der **Kontrolle über die Kosten** legen sie das Budget vorher fest und erleben keine Überraschungen.
- Die Zielgruppe wird eingegrenzt und **Streuverluste** werden so **minimiert**.
- Die Zahlung ist erst fällig, wenn User die Anzeigen bewusst wahrgenommen und angeklickt haben.

Auch die Affiliates profitieren von dem Programm:

- Die aufgebaute **Reichweite** ihrer Website können sie nun als **Einnahmequelle**
- Das **Einkommen** über die Anzeigen oder Banner ist **passiv**, daher müssen die Seitenbesitzer nicht aktiv für das Produkt werben.
-

Fehler im Umgang mit Pay per Click

Wie in den meisten Bereichen gibt es bei Pay per Click einige Faktoren, die beim Einsatz beachtet werden sollten. So schützen sich beide Parteien vor einer schädlichen Nutzung.

Da jeder Klick auf ein eingebundenes Werbebanner abgerechnet wird, verfolgen geschickte Tracking-Verfahren, woher die Klicks stammen, um einem **Betrug** durch den Webseitenbesitzer **entgegenzuwirken**. Sie verhindern, dass die Affiliates auf die Anzeigen klicken, die sie selbst eingebunden haben, um eine höhere Provision zu erzielen. Die Betreiber der Partnermodelle behalten sich nach solch einer Manipulation einen Ausschluss vor.

Die Werbebanner und -anzeigen sind letztendlich für die Nutzer ausschlaggebend, da sie so auf die Produkte aufmerksam gemacht werden. Für die Affiliates ist es wichtig, **nicht zu viele Banner** in die Website einzubinden. Ansonsten wirkt sie **sehr überladen** und schreckt im schlimmsten Fall einige User ab, die die Seite sofort wieder schließen. Dadurch fällt nicht nur die Provision geringer aus, die Seite büßt auch an Verweildauer und Vertrauen ein – wovon sie bisher immer profitiert hat.

Damit möglichst viele Seitenbesucher auf die Anzeigen klicken, ist es wichtig, dass die **richtige Zielgruppe** ermittelt und gezielt angesprochen wird. Dabei unterstützen die **passenden Keywords**. Je genauer Webmaster sie auswählen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die User mit der Suchintention auf der Website des Affiliates landen und die Werbeanzeigen anklicken. Wählen die Werbetreibenden zu allgemeine Keywords aus, kann zwar der Traffic auf ihrer Website steigen, jedoch sinkt die Chance, dass die Leser auf die Banner klicken, weil sie sich nicht dafür interessieren.

Fazit

Pay-per-Click-Affiliate eignet sich besonders für kleinere Firmen sowie für Unternehmer, die noch am Anfang ihrer Online-Marketing-Strategie stehen. So können auf **zielgruppenrelevanten Seiten** Produkte präsentiert werden. Mit zielgerichteter Werbung der Produkte erhöhen sie ihre Reichweite und generieren mehr Traffic, der letztendlich zu mehr Umsatz führen kann.

Für Affiliates kann der Einsatz eines Affiliate-Programms mit Pay-per-Click-Anzeigen ebenfalls erfolgsversprechend sein. Durch das schon **vorhandene Vertrauen** auf etablierten Seiten steigt die Chance, dass User einen Werbebanner öfter ansteuern, da angezeigte Produkte oder Dienstleistungen **als Empfehlung interpretiert** werden. Als Folge ergibt sich daraus eine **höhere Provision**.