

VORSCHAU: AFFILIATE MARKETING 2009

Zukunft der Partnernetzwerke

Qualitätssicherung und neue technische Möglichkeiten im Fokus / Auch die Rechtslage ist 2009 weiter ungewiss

Während der Online-Vermarkterkreis (OVK) im September seine Prognose für das Wachstum des Onlinewerbemarkts 2008 um fünf Prozent reduzieren musste, halten die Affiliate-Netzwerke an ihrer Prognose fest und erwarten für das laufende Jahr weiter eine Steigerung von 25 Prozent auf 268 Millionen Euro Umsatz in Deutschland. Auch das US-Marktforschungsinstitut Jupiter Research geht von solide wachsenden Zahlen beim Affiliate Marketing aus: Für 2012 veranschlagten die Marktforscher sogar weltweit Ausgaben von bis zu 3,3 Milliarden US-Dollar. Den Grund für den anhaltenden Erfolg sieht Jupiter Research in den niedrigeren Risiken und den niedrigen Einstiegskosten für Advertiser.

Wird Affiliate Marketing der Finanzkrise trotzen? Branchenkenner glauben, dass die allgemeine Konjunkturlaute dazu führen wird, dass in den nächsten Monaten und Jahren weniger in Markenaufbau und -pflege, und dafür wesentlich mehr in abverkaufsorientierte Werbung investiert werden wird. Das Affiliate Marketing wird hier immer flexibler und individueller werden, um den spezifischen Anforderungen der Advertiser Rechnung zu tragen.

Tomorrow-Focus-Vorstand Christoph Schuh berichtet, dass gerade Kunden, die noch vor wenigen Monaten verstärkt Branding- und Imagewirkung im Netz gebucht haben, mittlerweile nach Performance-orientierten Lösungen suchen. Auch die Affiliate-Netzwerke rechnen in den nächsten Monaten mit mehr Aufträgen. ZanoX-Chef Thomas Hessler ist überzeugt:



Eine Frage des Vertrauens: Qualitätssicherung im Affiliate Marketing

„In der Krise zählen Performance und Effizienz mehr. In harten Zeiten konnten wir am besten wachsen. Wir können genau nachweisen, wie effektiv jeder Werbe-Euro wirkt. Diese Tatsache übt in Krisenzeiten magnetische Anziehungskraft auf Marketingbudgets aus.“

Qualitätssicherung

2009 dürfte die Qualitätsfrage ein wichtiger Aspekt sein, den die Netzwerke, Advertiser und Agenturen zu lösen haben. Die Berichte über Gefahren durch Adware,

Cookie Dropping und andere Betrugsreihen haben zu einer Verunsicherung der Werbetreibenden geführt. Künftig werden Aktivitäten für größtmögliche Sicherheit, Vertrauenswürdigkeit und Ehrlichkeit im Fokus stehen. Viele Advertiser werden sich abwenden von kurzfristig denkenden Marktteilnehmern. Denn nicht mehr das schnelle Geld, sondern vor allem enge Partnerschaften werden zukünftig im Vordergrund stehen.

Die Grundlage für ein vertrauensvolles Zusammenarbeiten wurde bereits mit dem Code of Conduct geschaffen, den der Arbeitskreis Affiliate Marketing im BVDW Ende 2008 veröffentlicht hat. Bis heute haben sich 24 Agenturen und Affiliate-Netzwerke dazu bekannt, Maßnahmen zu ergreifen, um dauerhaft eine hohe Trafficqualität zu gewährleisten und Transparenz für die Advertiser bezüglich der Arbeitsweise und den Methoden der Publisher zu erreichen. Agenturen wie Explido Webmarketing gehen sogar noch weiter und haben eigene Qualitätsleitfäden erarbeitet, die bei der Betreuung von Partnerprogrammen helfen, die Qualität zu sichern. Auch Netzwerkbetreiber wie ZanoX ▶

Glossar:

- **Publisher/Affiliate** = Werbepartner, der auf einer Webseite die Werbemittel des Merchants einblendet
- **Advertiser/Merchant** = Partnerprogrammbetreiber. Er stellt die Werbemittel zu Verfügung und zahlt die Vergütung für Klicks, Leads und Sales.

Wie man einen Betrieb mit 1 bis 40 Mitarbeitern zum Erfolg führt



Dieser Longseller von Hans-Peter Zimmermann gibt Ihnen Handlungsstrategien und praxisnahe Lösungen für jede Situation an die Hand: Steigern Sie nicht nur Ihre Motivation, sondern auch Qualität und Gewinn und meistern Reklamationen gekonnt. In der 5., aktualisierten Auflage finden Sie nun u. a. auch die Themen E-Mail-Newsletter und Businessplan.

Hans-Peter Zimmermann
Redline Wirtschaft, 271 Seiten
Best.-Nr.: 63601294

Früher 16,90

4,95

Preisbindung des Buches aufgehoben. Alle Preise in Euro.
Versandkosten innerhalb Deutschland 3,95 EUR. Ab 20,- EUR Bestellwert versandkostenfrei.

Weitere Infos bei terrashop.de



haben inzwischen ihre eigene Verpflichtungserklärung zu Qualitätsstandards veröffentlicht. So müssen bei Tradedoubler mittlerweile alle Affiliates ihre Werbeflächen verifizieren und damit bestätigen, dass es sich wirklich um den tatsächlichen Inhaber der angemeldeten Website handelt. Trotzdem wird es auch 2009 – vor allem für die Affiliate-Netzwerke – eine wichtige Aufgabe sein, schwarze Schafe bei den Affiliates zu identifizieren und auszuschließen. Für die im BVDW organisierten Affiliate-Agenturen gilt es, den vorhandenen Code of Conduct zu verfeinern und sich Gedanken über eine wirkungsvolle Kontrolle zu machen, um die Qualität weiter zu verbessern.

dieser Gebühren das Risiko und den Aufwand der Affiliates zu honorieren.

Netzwerke öffnen Schnittstellen

Die Netzwerke Zanox und Affilinet haben es bereits vorgemacht: Über API-Schnittstellen (Application Programming Interface) haben Entwickler nun die Möglichkeit eigene Plugins, Werbemittel, Mashups oder Widgets zu erstellen. Dabei haben die Publisher vollen Zugang zu den Netzwerkstatistiken und Produktdaten. So wurden in den letzten Wochen des Jahres 2008 bereits die ersten Tools und Werbemittel veröffentlicht, zum Beispiel dynamische Geschenkfinder, Flash-Pages oder Ajax-basierte Suchmaschinen für die Publisher-Accounts. Weitere Tools werden folgen.

Videowerbung

Erst vor Kurzem hat das kanadische Start-up Overlay.tv eine Plattform eröffnet, die es Nutzern ermöglicht, bereits existierende Videos mit Bildern, Grafiken, Texten, aber auch Affiliate-Links zu ergänzen. Dazu kann



Markus Kellermann

leitet das Affiliate Marketing bei der Explido Webmarketing GmbH. Zudem organisiert er die Affiliate Networkxx und Affiliate Tactixx und betreibt die Partnerprogramm-Suchmaschine Affilixx.com sowie den Affiliate-Blog Affiliateboy.de.
 ■ www.affiliateboy.de

Zukunft der Affiliate-Netzwerke

Die Konsolidierung der Affiliate-Netzwerke in Deutschland hat bereits begonnen. Adbutler und Belboon werden im kommenden Jahr nur noch als ein Netzwerk auftreten und damit versuchen, zu den großen Netzwerken Affilinet und Zanox aufzuschließen. Auch Vitrado will mit einem Relaunch versuchen, in Deutschland eine größere Rolle zu spielen, und das britische Netzwerk Buy.at soll 2009 auf den deutschen Markt kommen.

Ein Trend bei den Netzwerken geht dahin, die Kontakte mit den Publishern zu intensivieren und diese langfristig zu binden. So bietet mittlerweile das Netzwerk Affiliwelt.net Top-Affiliates im Premiumsegment bis zu 15 Prozent Kickback aus eigener Tasche, um so Affiliates von anderen Netzwerken abzuwerben. Vielleicht ist dies bereits der erste Weg, die marktüblichen 30 Prozent Netzwerkgebühren aufzulösen beziehungsweise mit einem Teil

sich der Publisher ein Video aussuchen und eine Overlay-Affiliate-Schicht darüberlegen. Somit können User zukünftig auch auf Produkte in Videos klicken und diese dann im Shop des Advertisers kaufen. Der Affiliate partizipiert daraufhin am Umsatz.

Alternativen zum Cookie gesucht

Der neue Internet Explorer 8.0 stellt die Affiliate-Branche vor Herausforderungen. Bei diesem neuen Browser können User ebenso wie bei Google Chrome einen Privacy-Status aktivieren, bei dem Cookies und Sessions deaktiviert werden. Auch im aktuellen Firefox gibt es in den Einstellungen eine ganz einfache Möglichkeit, alle Cookies beim Beenden zu löschen.

Damit haben die Netzwerke natürlich das Problem, die Sales-Leads der Affiliates den Partnerprogrammen zuzuweisen und die Provisionen zu vergüten. Mit hoher Priorität wird im Moment nach Alternativen gesucht, wie zum Beispiel das Fingerprint-

Tracking, welches Cookie-unabhängig anhand verschiedener Informationen wie der IP-Adresse, Browser- und Konfigurationsdaten des Computers einen Lead dem Publisher zuweisen kann. Eine weitere Möglichkeit wäre Flash-Tracking. Der Unterschied zum normalen Cookie-Tracking liegt hier im Speicherort. Die sogenannten Flash-Cookies werden im Anwendungsordner von Flash gespeichert. Laut dem englischen Affiliate-Anbieter Affiliate Future konnten mit dieser Lösung sieben Prozent höhere Conversions ermittelt werden.

Ganz so dramatisch wie teilweise befürchtet werden die Folgen für das Affiliate Marketing allerdings nicht sein, da immer noch circa 80 Prozent der Umsätze direkt in der Session generiert werden und die Affiliate-Netzwerke somit die Sales direkt über die Session-IDs tracken können. Wichtig ist natürlich, dass die Advertiser Session-Tracking technisch auch abbilden.

Rechtslage bleibt unsicher

Die Frage nach der Mitstörerhaftung des Merchants für seinen Affiliate liegt auch 2009 weiterhin ungeklärt beim Bundesgerichtshof (BGH). Es ist zu hoffen, dass hier die höchsten deutschen Zivilrichter als bald eine Klärung herbeiführen.

„Ein Dauerbrenner ist und bleibt der Bereich des SEO/SEM“, meint Rechtsanwalt Martin Bahr aus Hamburg, der auf Affiliate-Recht spezialisiert ist. Die eigentlich für 2008 angedachte Grundlagenentscheidung zu Adwords hat der BGH auf Ende Januar 2009 verschoben. Ob danach aber wirklich alle offenen rechtlichen Fragen abschließend beantwortet sind, darf bezweifelt werden. Denn gerade im Bezug auf die Adwords-Funktion „weitgehend passende Keywords“ gibt es viele unterschiedliche Facetten, die den Ausgang eines Gerichtsverfahrens in die eine oder andere Richtung beeinflussen können.

Die im letzten Jahr noch geduldete Internetwerbung im Glücksspielbereich (u.a. Sportwetten, Lotterien, Online-Casinos) wird 2009 vollständig und ausnahmslos verboten. Das Bundesverfassungsgericht hat dieses Verbot im Oktober bestätigt, sodass den Werbetreibenden nur noch der Europäische Gerichtshof helfen kann. Für einige Partnerprogramme in

Affiliate Marketing: Die wichtigsten Szene-Adressen

- www.affiliate-marketing.de
- www.100Partnerprogramme.de
- www.affiliate-people.de
- www.affiliateundrecht.de
- www.affiliateboy.de
- www.affilixx.com
- www.explido-affiliate.de

diesem Bereich wird die BGH-Entscheidung trotzdem das Ende sein. Aufgrund der Marktdominanz einiger Merchants in Deutschland sind auch zunehmend Bestimmungen und Regelungen einzelner Partnerprogramme Gegenstand rechtlicher Auseinandersetzungen. Und immer wieder sorgt das Thema Klickbetrug für Arbeit bei den Anwälten.

Topthema: Weiterbildung

Ausgebildete Affiliate-Manager sind nach wie vor rar, deshalb sind die Agenturen und Advertiser mittlerweile dazu übergegangen, Absolventen und Quereinsteiger in diesem Bereich selbst auszubilden.

Mit der Konferenz Affiliate Tactixx und 121Watt, dem Trainingsprogramm von Alexander Holl und Holger Meyer, wurden jetzt auch Weiterbildungsmöglichkeiten



Videos für Affiliates: Das Start-up Overlay.tv

ten für angehende Affiliate-Manager geschaffen. Ebenso bieten fast alle Affiliate-Netzwerke mittlerweile mehrmals jährlich Kurse und Schulungen für neue Mitarbeiter an – der Fachkräftemangel dürfte sich also bald spürbar entschärfen.

MARKUS KELLERMANN

Affiliate-Netzwerke im Überblick

	Adbutler	Adcell	Affilinet	Belboon	Comm. Junction	Superclix	Tradedoubler	Webgains	Zanox
Advertiser Gesamt	850	147	1.500	350	2.500	700	1.730	800	2.000
Advertiser Deutschland	750	136	k.A.	300	420	650	250	k.A.	k.A.
Publisher Gesamt	k.A.	38.000	450.000	k.A.	16,5 Mio.	k.A.	k.A.	52.000	1 Mio
Publisher Deutschland	k.A.	31.000	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	60.000	9.360	k.A.
Publisher Gesamt aktiv	45.000	15.000	k.A.	18.000	250.000	300.000	128.000	k.A.	k.A.
Publisher Deutschland aktiv	38.000	14.000	k.A.	16.000		249.000	10.000	k.A.	k.A.
Page Impressions / Monat	580 Mio.	2,4 Mrd.	6,3 Mrd.	180 Mio.	6,1 Mrd.	3,92 Mrd.	20 Mrd.	k.A.	k.A.
Sales / Leads / Monat	k.A.	50.000	7,8 Mio.	k.A.	28 Mio.	k.A.	12 Mio.	k.A.	k.A.