

## Plausch in der Küche – Romy Habelt über Affiliate Marketing



Heute gibt es wieder einen interessanten Plausch in der Küche zum Thema Affiliate Marketing mit Romy Habelt!

Romy Habelt ist Dialog- und Onlinemarketing-Fachwirtin (BAW) und seit 2009 im Online Marketing aktiv. Sie leitete bei der eteleon AG (heute Drillisch Online AG) drei Jahre als Head of Affiliate Marketing das Affiliate-Team. Seit Dezember 2014 ist Romy Habelt als Senior Affiliate-Manager bei der Digital-Marketing-Agentur [xpose360 GmbH](#) in Augsburg für den Ausbau der Branchen-Verticals zuständig.

Zudem ist Romy Habelt Redakteurin des Branchen Portals AffiliateBLOG.de, Moderatorin des Podcast Affiliate MusixX und trat bereits als Speakerin auf Konferenzen wie der Affiliate Conference oder dem Online Marketing Tag auf.

*Hallo Romy, wie bist du eigentlich zum Affiliate Marketing gekommen? Wie sah dein Einstieg ins Affiliate Marketing aus?*

Hallo zusammen ? Ich kam 2009 durch meinen damaligen Arbeitgeber, die eteleon AG (heute Drillisch Online AG), zum Affiliate Marketing. Nachdem ich im Unternehmen drei Jahre lang neben dem Produktmanagement für die Homepagegestaltung und den Aufbau des Social Media Kanals zuständig war, hatte ich Lust auf eine neue Herausforderung. Da passte es gut, dass im Affiliate Marketing gerade eine Stelle offen war. So bin ich in diesen Bereich gewechselt und habe die Leitung des Affiliate-Teams übernommen.

### *Was findest du am Affiliate Marketing besonders spannend?*

Besonders spannend finde ich die Vielschichtigkeit des Kanals, da sich mit Affiliate Marketing nahezu alle Disziplinen des Online-Marketings auf Performance-Basis abbilden lassen. Wenn die Grundvoraussetzungen wie wettbewerbsfähige Provisionen und attraktive Produkte gegeben sind, kann man den Erfolg eines Programmes mit einer aktiven Publisher-Zusammenarbeit selbst steuern. Durch die einfache Messbarkeit des Kanals sieht man schnell die Erfolge seiner Arbeit und ist motiviert, immer wieder neue Ideen auszuprobieren, um die Sales weiter zu steigern. So wird es nie eintönig. Zudem schätze ich den täglichen Kontakt mit den unterschiedlichen Ansprechpartnern und die Offenheit der Affiliate-Branche sehr.

### *Für wen ist Affiliate Marketing geeignet?*

Von [Affiliate Marketing](#) profitiert nahezu jedes Unternehmen, das über eine Webseite Produkte oder Dienstleistungen verkauft. Es wird natürlich eine gewisse Anzahl an Unique Usern pro Monat sowie ein gewisses Budget benötigt, um zum einen die Set-Up Kosten, aber auch die laufenden Kosten wie Provisionen für die Partner zu decken. Zudem müssen die technischen Voraussetzungen entweder inhouse oder über eine Technik-Agentur bewerkstelligt werden können. Natürlich ist die Vermarktung über Affiliate Marketing umso einfacher, desto bekannter ein Brand ist bzw. desto gefragter die Produkte und desto wettbewerbsfähiger die Preise sind. Aber auch Nischenprodukte lassen sich über spezielle Nischenwebseiten vermarkten, also Affiliate-Webseiten, die sich ganz gezielt auf ein gewisses Produkt spezialisiert haben. Die Kunst ist es also, durch das Ausprobieren unterschiedlicher Publishermodelle die passenden Partner für sein Produkt zu finden.

Deshalb ist es auch ganz wichtig, offen gegenüber neuen Publishermodellen zu sein sowie Handlungsspielraum für Publisher- und Endkunden-Aktionen zu haben – sei es im Preis, aber auch in der Provision – um auszutesten was am besten funktioniert.

### *Wie findet man ein passendes Partnerprogramm und wann funktionieren diese am besten?*

Die Wahl des passenden Partnerprogrammes ist entscheidend für den Erfolg von Affiliate Webseiten. So bringt es einem Publisher z.B. nichts, ein Programm mit hohen Provisionen einzubinden, wenn er über das Programm aufgrund von schlechter Conversionrate, nicht wettbewerbsfähigen Produkten etc. nichts verkauft.

Es ist also extrem wichtig, dass man Partnerprogramme findet, die genau die Bedürfnisse der Webseitenbesucher abdecken und für den Affiliate aufgrund guter Verdienste, sei es über Masse oder Höhe, attraktiv sind.

Hat man eine Webseite zu einem bestimmten Themengebiet, so bietet es sich zunächst einmal an, sich auf [100partnerprogramme.de](http://100partnerprogramme.de) einen Überblick zu verschaffen, welche Programmanbieter es in diesem Bereich gibt. Zudem erhält man dort netzwerkübergreifende Informationen zu Provisionen, Rahmenbedingungen, Erfahrungen uvm.

Bei bevorzugter Zusammenarbeit mit einem bestimmten Netzwerk kann man auch direkt über das Verzeichnis nach bestimmten Keywords suchen und die dazu passenden Programme werden aufgelistet. Anhand der gezeigten KPIs wie durchschnittlicher Warenkorb, Stornoquote, Conversionrate, Bestätigungszeitraum usw. ist eine direkte Abschätzung der Relevanz eines Programmes möglich. Über die Programmbeschreibung und hinterlegte AGBs des Advertisers sieht man im besten Fall auch auf einen Blick, welche Werbemethoden (z.B. Gutscheine oder SEA Möglichkeiten) erlaubt sind und welche nicht. Dadurch kann man sofort einschätzen, ob das Programm für einen spannend sein könnte.

Und zu guter Letzt heißt es dann ausprobieren und testen! ?

### *Welche Werbemittelformen sind deiner bisherigen Erfahrung nach am erfolgreichsten?*

Das hängt immer sehr von den Anforderungen der jeweiligen Publishermodelle ab, mit denen man zusammenarbeitet. So sind beispielsweise E-Mail Publisher von verkaufsoptimierten E-Mail-Templates abhängig, wohingegen Preisvergleichsportale oder Retargeting-Publisher einen funktionierenden und stetig aktuell gehaltenen Produktdatenfeed benötigen.

Generell sollten Werbemittel IMMER aktuell gehalten werden und für die Bestseller Produkte / Kategorien eines Shops Banner sowie allgemeine Logos zur Verfügung gestellt werden. Für Publisher, die im mobilen Bereich werben, sollten diese dann natürlich auch in den mobilen Formaten hinterlegt werden.

Das von der breiten Masse an Publishern meist genutzte Werbemittel sind Textlinks.

Hierbei bietet sich vor allem der sogenannte Deeplinkgenerator an, der es den Affiliates ermöglicht, schnell und unkompliziert einen Textlink für die gewünschte Unterseite mit eigener Beschreibung zu erstellen.

Für Gutscheinpublisher sind Gutscheincodes nötig, die nach Möglichkeit am besten exklusiv zur Verfügung gestellt werden sollten.

Im Endeffekt sollte man als Programmbetreiber seine Affiliates genau kennen und für alle zugelassenen Publishermodelle die passenden Werbemittel zur Verfügung stellen.

### *Was sind die größten Affiliate Netzwerke?*

Die größten und bekanntesten Affiliate Netzwerke in Deutschland sind zanox und affilinet. Dann gibt es mit Tradedoubler, webgains, Belboon usw. noch zahlreiche größere öffentliche Netzwerke.

Für die Entscheidungsfindung, mit welchem Netzwerk man zusammen arbeiten möchte, spielen aber nicht nur die Größe, sondern viele weitere Faktoren eine Rolle. So sollte z.B. geprüft werden, in welchem Netzwerk die meisten Affiliates für mein Produkt und die Wettbewerber aktiv sind. Dazu kommen Faktoren wie die technischen Möglichkeiten und ein weiterer wichtiger Punkt ist natürlich die Kostenfrage. So hat man bei den "großen" Netzwerken mit Set-Up Fees und Transactions-Fees höhere Kosten als bei den sogenannten Special Interest Netzwerken für einzelne Branchen.

Zudem gibt es natürlich auch die Möglichkeit, sich für eine Inhouse-Lösung zu entscheiden. Dafür sollte das Programm aber groß und spannend genug sein, um die Affiliates zu überzeugen sich für ein solches auch anzumelden – darüber hinaus sind hier auch Faktoren wie beispielsweise die Bereitstellung eigener technischen Ressourcen zu bedenken.

## *Wie hat sich die Thematik in den letzten Jahren gewandelt?*

In den letzten Jahren kam es vor allem durch die Big-Data Entwicklung und die stetige Weiterentwicklung der Technologien zu einem Strukturwandel im Affiliate-Marketing. Das bedeutet, es haben sich neben den bestehenden klassischen Affiliate Modellen wie z.B. Themen- oder Gutscheinseiten viele neue innovative Affiliate-Geschäftsmodelle wie beispielsweise Re-Engagement- und Real-Time-Advertising-Systeme etabliert.

Zudem hat eine extreme Professionalisierung der Branche und der einzelnen Publishermodelle stattgefunden. So kam es zu Konsolidierungen und gerade die „großen“ Affiliates haben ihre Reichweiten weiter gesteigert und es den „kleineren“ nicht unbedingt einfacher gemacht, sich am Markt zu halten.

Durch diese Entwicklung ist auch zu erkennen, dass Aktionen und Provisionen nicht mehr nur noch von Advertisern vorgegeben werden, sondern gerade die große Seiten immer mehr Einfluss nehmen und teilweise hohe Ansprüche in Bezug auf die Aufnahme von Aktionen stellen.

Auch hat teilweise eine Veränderung im Abrechnungsmodell stattgefunden, sodass Affiliate Marketing nicht mehr nur noch ein reiner CPO-Kanal ist. Vor allem im Display Performance Bereich geht die Entwicklung immer mehr hin zum Einsatz von Hybriden Provisionsmodellen, die auf Fix-Basis abrechnen und auf einen Ziel-CPO hinarbeiten.

## *Besonders für „Neuankömmlinge“ ist es meist schwierig an das Thema richtig heranzugehen. Welche wichtigen Tipps kannst du Anfängern im Bereich Affiliate Marketing geben, die z.B. heute sofort beginnen wollen?*

Dadurch, dass der Affiliate Kanal mit vielen unterschiedlichen Publishermodellen so vielschichtig ist, sollte man sich zuallererst ein gewisses Grundwissen aneignen, um die teilweise sehr komplexen Prozesse in der Theorie zu verstehen. Einen guten Affiliate Manager zeichnet aus, dass er Know-how in den verschiedensten Disziplinen wie SEA, SEO, [Social Media](#), E-Mail Marketing uvw. hat, um die Werbeaktivitäten seiner Affiliates verstehen und analysieren zu können. Zum anderen sollte man aufgrund der ständigen technischen Weiterentwicklung immer am Ball bleiben und Neues ausprobieren, um langfristig erfolgreich zu sein.



Ganz wichtig ist zudem, sich ein großes Netzwerk aufzubauen, denn nicht umsonst heißt es immer wieder, Affiliate Marketing ist People's Business. Dafür eignen sich die zahlreichen Konferenzen und Networking Veranstaltungen.

Danke dir für das spannende Interview, Romy! ?

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDEMMXXX