

## Affiliate Links



### Was sind Affiliate Links?

**Affiliate Links** bilden die **Grundlage für die Abrechnung im [Affiliate Marketing](#)**, denn über den [Link](#) bzw. den darin integrierten Code ist für das werbende Unternehmen (den Merchant) eine **eindeutige Zuordnung des Werbepartners** (des Affiliates/des Publishers) möglich.

### Funktionsweise von Affiliate Links

Händler nutzen [Affiliate Marketing](#), um ihre Produkte auf **Partnerwebseiten** zu bewerben, im besten Fall in einem thematisch passenden Umfeld, um die richtige [Zielgruppe](#) zu erreichen. Mit der Werbung auf den Blogs, [Webseiten](#) oder Social Media Auftritten der Partner wird zugleich ein [Link](#) gesetzt – der **Affiliate Link mit der genauen Partnerkennzeichnung**. Klickt ein Besucher auf den Affiliate Link, gelangt er zur [Website](#) des Händlers. Dafür erhält der Affiliate eine **Provision**.

### Verschiedene Arten von Affiliate Links

Die **einfachste Form des Affiliate Links ist der Textlink**, da er sehr einfach eingebaut werden kann. Außerdem werden Textlinks von Nutzern als **weniger störend als z.B. Banner empfunden** und daher auch weniger als klassische Werbung wahrgenommen.

Weiterhin **häufig genutzte Linkarten im [Affiliate Marketing](#)** sind:

- Banner
- Snippets
- kontextsensitive Widgets
- dynamische Widgets
- Flash-Banner
- Popups
- Videos
- Layers
- Formulare

## Abrechnung der Provision bei Affiliate Links

Affiliates erhalten erst eine Provision, wenn die Bedingungen des jeweiligen Abrechnungsmodells erfüllt sind. In der Regel ist das der Fall, wenn der Nutzer auf den Affiliate Link klickt. Neben diesem als [Pay per Click](#) bezeichneten Modell gibt es im [Affiliate Marketing](#) aber weitere **Abrechnungsmethoden**, insbesondere Folgende:

**Pay per Lead:** Der Affiliate erhält die Provision, wenn Nutzer nach dem Klick auf der Website des Händlers ihre Kontaktinformationen hinterlassen. Das kann z.B. eine Newsletteranmeldung sein oder eine Anmeldung für ein eBook.

**Pay per Sale:** Der Affiliate erhält pro Verkauf eine Provision. Das kann als anteiliger Prozentsatz oder als Festbetrag abgerechnet werden.

**Lifetime Vergütung:** Dabei erhält der Affiliate wiederholt Provisionen für einen einmal "vermittelten" Kunden, d.h. die Provision fließt nicht nur bei der ersten erfolgreichen Vermittlung, sondern auch bei weiteren Käufen durch diesen Kunden.

**Pay per View:** Auch dieses Modell ist im [Affiliate Marketing](#) möglich, heutzutage aber eher unüblich. Der

Affiliate erhält die Vergütung bei jeder Einblendung der Werbung, wobei die Anzahl der Webseitenaufrufe gezählt wird.

## Was ist bei Affiliate Links zu beachten?

Beide Parteien – Affiliates und Merchants – sind natürlich daran interessiert, dass die Werbeschaltung viele Klicks erzeugt. Der Affiliate, weil er von der Provision profitiert und der Händler, weil er Interessenten auf seine Seite bekommt. Es gibt einige **Optimierungsmöglichkeiten**, mit denen Publisher die Performance der Affiliate Links verbessern können:

### Affiliate Links auffällig platzieren

Die Links sollten **prominent für die Besucher platziert werden** und nicht irgendwo am Rand der Website versteckt werden. Am besten ist eine Platzierung [Above the Fold](#), also im sichtbaren Bereich.

### Call-to-Action – CTA

Die [CTA](#) soll den Nutzer dazu **motivieren, auf den Affiliate Link zu klicken**. Gut geeignet ist hierbei z.B. eine emotionale Ansprache.

### Produktvergleiche

Sie verbinden gleich mehrere Vorteile: Die Vergleiche ermöglichen den **Einbau mehrerer Affiliate Links**, sie liefern dem Kunden eine **Kaufempfehlung** bzw. erleichtern ihm die Entscheidung für ein Produkt und steigern damit die [CTR](#).

### Affiliate Link maskieren oder kürzen

Neben der Gestaltung des Affiliate Banners gilt es, **Barrieren beim Klick auf den Affiliate Link zu vermeiden**: Viele Nutzer zögern, auf einen Affiliate Link zu klicken, weil sie dem [Link](#) aufgrund seiner Struktur misstrauen oder davon irritiert sind. Immerhin ist die [URL-Struktur](#) eines Affiliate Links sehr komplex und lang.

Daher ist generell eine **Maskierung oder Kürzung des Links** sinnvoll. Dabei findet einfach eine Umleitung vom maskierten/gekürzten Link zum "richtigen" Affiliate Link statt. Beim **Maskieren** wird aus

der langen kryptischen [URL](#) eine **kürzere, gut lesbare URL** gemacht. Für die Kürzung der Affiliate Links gibt es sogenannte URL Shortener, z.B. bitly.com, und zahlreiche Plugins.

Eine Maskierung des Affiliate Links ist auch hinsichtlich **AdBlocker** sinnvoll, denn diese können solche [Links](#) sehr gut erkennen und für den Nutzer entfernen. Außerdem sind Affiliate Links mit einer langen Zeichenlänge problematisch für Social Media Kanäle und E-Mail-Marketing.

**Aber Achtung! Nicht jeder Affiliate Link darf maskiert werden!** Das ist immer vom jeweiligen Partnerprogramm abhängig. **Amazon Partnerlinks** können z.B. direkt durch einen Amazon-eigenen Dienst gekürzt werden (und dürfen auch nur mit diesem Dienst gekürzt werden), aber eine Maskierung ist keinesfalls erlaubt.

## Affiliate Links kennzeichnen – wie sieht die Rechtslage aus?

Gemäß **§ 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG** (Telemediengesetz) und **§ 5a UWG** (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb **muss eine kommerzielle Kommunikation immer gekennzeichnet werden**. Im rechtlichen Sinne ist zwar die reine Werbeschaltung noch keine kommerzielle Kommunikation, die Provision, die Affiliates bei erfolgreichen Transaktionen erhalten, fallen aber darunter. **Demnach sind Affiliates rechtlich dazu verpflichtet, die Links als Werbung zu kennzeichnen**.

Allerdings gibt es hinsichtlich der verpflichtenden Kennzeichnung auch eine **Einschränkung**: Nach § 5a Abs. 6 UWG ist die Kennzeichnung nur erforderlich, wenn die kommerzielle Werbung nicht eindeutig als solche erkennbar ist. Das soll die Verschleierung von Werbung verhindern.

Eine Kennzeichnung der Affiliate Links ist demnach vor allem wichtig, wenn die [Links](#) in **redaktionellen Beiträgen** platziert werden. Auch Produktvergleiche, die aufgrund der Vergleichskriterien scheinbar keine offensichtliche Werbung darstellen, sind davon betroffen.

Affiliates sollten ihre [Links](#) jedoch **besser immer kennzeichnen**, denn im Zweifelsfall fällt die Entscheidung in der Regel gegen den Affiliate.

**Weiterführende Informationen:** [Kennzeichnung von Affiliate Links mit Sternchen](#)

## Kennzeichnung auch für Google Algorithmus wichtig



Hier geht es nicht um rechtliche Vorschriften, sondern darum, **Google gegenüber transparent aufzutreten** und zu zeigen, welche [Links](#) natürlich sind und welche einen kommerziellen Hintergrund haben. Das sich daraus ergebende **Linkprofil** wird wiederum beim [Ranking](#) berücksichtigt.

Bis September 2019 erfolgte die Kennzeichnung kommerzieller [Links](#) mit dem [nofollow-Attribut](#). Seitdem erfolgt die Kennzeichnung durch das sponsored-Attribut (rel='sponsored').

**Weiterführende Informationen:** [Warum? Wieso? Weshalb? – Affiliate Marketing](#)

#### **Bildnachweis:**

© [hafakot](#) – stock.adobe.com