

## Affiliate Tracking

### Was ist Affiliate Tracking?

Das **Affiliate Tracking** gehört zu den **wichtigsten Bestandteilen des [Affiliate Marketing](#)**, denn ohne [Tracking](#) wäre keine **Zuordnung des Publishers** und infolgedessen auch keine Auszahlung der Provision möglich. Es gibt **verschiedene Tracking-Methoden** im Affiliate, die vom Partnerprogramm abhängen bzw. auch vom Publisher bestimmt werden können.

### Bedeutung des Tracking für Affiliate

Die wichtigste Funktion des [Tracking](#) im [Affiliate Marketing](#) besteht darin, zu ermitteln, über welchen Publisher der Kauf/der Lead vermittelt wurde, damit diesem Publisher die **Provision zugeordnet werden kann**.

Das [Tracking](#) ist zudem wichtig, um den **Überblick über den ROAS** (Return on Advertising Spend) zu behalten und genau zu wissen, über welche Plattformen die Verkäufe oder Leads generiert werden bzw. **wie produktiv die jeweiligen Partner sind**. Nur so sind **Optimierungen der Affiliate Marketing Kampagnen** möglich.

### Tracking zur Publisher Zuordnung

Mit der Anmeldung in einem Affiliate Netzwerk erhalten Publisher eine **eindeutige ID**. Diese ID taucht dann in allen Werbemitteln auf, die über das Affiliate Partnerprogramm angeboten werden. Auch die ID des Händlers ist im Affiliate Link enthalten, sodass immer eine **exakte Zuordnung von Publishern und Advertisern** und die **korrekte Zuordnung der Provision** möglich ist.

### Wie funktioniert Affiliate Tracking?

Im Affiliate Marketing werden **verschiedene Tracking-Methoden** genutzt. Die wichtigsten im Überblick:

#### Affiliate Tracking mit Cookies

Das Cookie-Tracking ist die **meistgenutzte Tracking-Methode** im Affiliate Marketing. Stimmt der

Besucher dem Cookie-Tracking zu, wird im Browser des Nutzers eine Textdatei – das [Cookie](#) – gespeichert. Dadurch lässt sich das **weitere Verhalten des Nutzers im Internet verfolgen**. Mit dem [Tracking](#) ist es z.B. möglich, zu ermitteln, welche Unterseiten der [Nutzer](#) angeklickt hat, wie groß seine [Verweildauer](#) ist oder was er auf der [Website](#) über die Suchfunktion eingegeben hat.

Das [Cookie](#) wird **standardmäßig 30 Tage gespeichert**, kann aber beim Programm-Setup vom Händler individuell festgelegt werden.

Im [Affiliate Marketing](#) gilt oft die Regel “Last Cookie Wins”, d.h., **der Publisher bekommt die Provision, mit dem der Kunde den letzten Kontakt vor dem Kaufabschluss hatte**.

Vorteile des Cookie-Tracking	Nachteile des Cookie-Tracking
<p>Transaktionen können auch zu späterem Zeitpunkt dem Affiliate zugeordnet werden (je nach Cookie-Laufzeit).</p>	<p><a href="#">Cookies</a> können jederzeit im <a href="#">Browser</a> gelöscht werden, was das <a href="#">Tracking</a> verhindert. Außer im Inkognito-Modus verhindert Cookie-Tracking.</p> <p>Außerdem ist das Cookie-Tracking browserübergreifend.</p>

Weiterführende Informationen: [BGH-Urteil zur Cookie-Einwilligung](#)

## Affiliate Tracking mit Fingerprint

Bei dieser Tracking-Methode wird ein **“Fingerabdruck” des vom Besucher genutzten Geräts erstellt**. Diese digitale Signatur enthält alle Informationen, die für die Zuordnung von Publisher und Advertiser erforderlich sind. Auch für eine Auswertung der Performance der Affiliate Marketing Kampagnen liefert Fingerprint-Tracking die notwendigen Daten. Mittlerweile ist auch **browserübergreifendes Tracking** mit dieser Methode möglich.

### Vorteile des Fingerprint-Tracking

Es werden keine sensiblen Daten vom Nutzer gesammelt.

### Nachteile des Fingerprint-Tracking

Datenschutz: Misstrauen des Nutzers, da Fingerabdruck nicht gelöscht wird.

## Affiliate Tracking mit Postview

Bei dieser Methode wird das [Tracking](#) auch über [Cookies](#) im [Browser](#) generiert, allerdings wird beim Postview-Tracking **nur gespeichert, dass die Werbung angezeigt wurde**. Der Publisher erhält also die Provision, obwohl der Nutzer nicht auf die Werbung geklickt hat.

### Vorteile des Postview-Tracking

Höhere Wahrscheinlichkeit für Provision, da kein Klick auf die Werbung erforderlich ist.

### Nachteile des Postview-Tracking

Provision wird fällig unabhängig davon, ob Werbung bewusst oder unbewusst wahrgenommen wurde.

Gefahr von Missbrauch durch den Publisher hoch.

## Affiliate Tracking mit Session-ID

Das Session-Tracking funktioniert folgendermaßen: **Jeder Besucher**, der eine Händler-Website über einen Affiliate Link besucht, erhält **automatisch eine Session-ID**. Die Vermittlung der Session-ID kann über verschiedene Methoden erfolgen, z.B. durch eine Autorisierung des Nutzers oder URL Rewriting (dem Besucher werden über die URL Parameter zugewiesen).

Dank des Session-Tracking ist es möglich, alle Aktivitäten auf der Händler-Website nachzuvollziehen. Der Affiliate erhält seine Provision, sobald der Nutzer (auf dem Weg über den Affiliate Link) auf der Händler-Seite einen Kauf getätigt hat.

Vorteile des Session-Tracking	Nachteile des Session-Tracking
Funktioniert auch ohne <a href="#">Cookies</a> , Daten des Browserverlaufs können nicht gelöscht werden.	Session wird bei Schließen des <a href="#">Browsers</a>

## Affiliate Tracking mit Pixel

Bei Tracking Pixeln handelt es sich um **kleine Grafiken, die automatisch beim Aufrufen einer [Website](#) geladen werden**. Das Pixel wird auf der Zielseite des Händlers (alternativ im Google Tag Manager) im Quellcode eingebaut. Wird das Pixel geladen, weil eine [Conversion](#) erfolgte, erhält der Betreiber des Affiliate Netzwerks eine Benachrichtigung dazu, inklusive aller Informationen wie Gesamtumsatz und prozentuale Provision.

Vorteile des Pixel-Tracking	Nachteile des Pixel-Tracking

Merchant profitiert von einfacher Umsetzung.

Affiliate Netzwerk erhält automatische Bestätigung bei erfolgreicher [Conversion](#) – größere Sicherheit für den Affiliate bei der Abrechnung.

Pixel-Tracking funktioniert nicht, wenn die Anzeige- oder Anzeigefunktion der Bilder deaktiviert hat

## Tracking der Customer Journey im Affiliate Marketing

Die [Customer Journey](#) bezeichnet den **gesamten Weg eines Nutzers vom ersten Kontakt bis zum Kaufabschluss**. Es ist technisch möglich, alle Berührungspunkte des Nutzers auf seiner [Customer Journey](#) und somit die Performance der verschiedenen Marketing-Kanäle nachzuvollziehen.

Das Customer Journey Tracking ist aber auch deshalb für [Affiliate Marketing](#) interessant, weil damit die **Vergütung angepasst** werden kann. Bei den meisten Affiliate Netzwerken wird das Modell Last-Cookie-Wins genutzt, bei dem der Affiliate die Provision bekommt, der die "letzte Station" vor dem Kauf bildet. Damit gehen alle Publisher leer aus, die vorher Klicks oder Views generiert haben. Trackt man hingegen alle Schritte der [Customer Journey](#) können auch diese Affiliates an der Provision beteiligt werden, was insgesamt eine **gerechtere Vergütung** bedeutet. Immerhin kann auch eine Inspiration über einen Blog oder ein Magazin ein wichtiger Faktor für einen Kauf sein, bzw. wäre der Kauf ohne den Input des Blogbeitrags womöglich gar nicht zustande gekommen.

## Affiliate Tracking mit Google Analytics

Neben dem Tracking über Affiliate Netzwerke können die [Conversions](#) auch über [Google Analytics](#) gemessen werden, sofern hierfür der entsprechende **Trackingcode implementiert** ist. Der Vorteil: Sie können besser nachvollziehen, woher der Nutzer ursprünglich kommt und mit diesen Daten genauer auswerten, welcher Akquise-Kanal am besten funktioniert.

**Beispiele für Tracking-Möglichkeiten mit [Google Analytics](#):**

### Zielgruppe



Im **Zielgruppenbericht** können Sie z.B. die aktiven Nutzerzahlen in einem bestimmten Zeitraum auswerten oder Nutzer nach demografischen Merkmalen auswerten.

## Aquisition

Hier können die **Besucherquellen der Website** ermittelt werden, z.B. ob Besucher die Seite über direkte Eingabe im **Browser** besuchen oder über die Google-Suche.