



Cash-Club.online
Internet Elite Training

ALFA KURSREIHE - MODUL 1



WIE DU KOSTENFREI DEN ERSTEN EURO ONLINE VERDIENST

GRUNDBEGRIFFE

CHRISTIAN KARL
CASH-CLUB.ONLINE

Grundbegriffe:

Hier findest du die wichtigsten Grundbegriffe aus dem Affiliate-Marketing, die du kennen solltest. Druck dir diese Unterlagen aus, so kannst du jederzeit nachsehen wenn dir mal ein Begriff unterkommt den du noch nicht kennst.

Inhalt:

Ad	8
Adwords	8
Ad Click	8
Auszahlungsgrenze	8
Affiliate-Programm	8
Affiliate-Netzwerk	8
Affiliate Marketing	9
Affiliate	9
Affiliate Manager	9
Advertiser	9
Adsense	10
Ad View	10
Ad Server	10
Ad Klick	10
Ad Impressions	10
Ad Click Rate	11
Banner	11
Banner-Rotation	12
Cost-per-Click (CPC)	12
Cost-per-Sale (CPS)	12
Cost-per-Lead (CPL)	12
Cost-per-Impression (CPI)	13
Cost-per-Action (CPA)	13
Conversion	13

Cookies	13
Content	13
Click-Rate	13
Cashback	14
Deeplink	14
Direct Linking	14
Domain Name System (DNS)	14
Flash-Banner	15
Hits	15
Homepage	15
Incentivierter Traffic	16
IP-Adresse	16
Java Script	16
Landingpage	16
Lifetime-Provision	16
Merchant	17
Mindestauszahlungsbetrag	17
Netzwerk	17
Netzwerkgebühr	17
Pay-per-Click (PPC)	18
Publisher	18
Provision	18
PopUp / Pop-Up-Fenster	18
Pop Under	18
Pay-per-View (PPV)	18
Pay-per-Sale (PPS)	19
Pay-per-Lead (PPL)	19
Pay-per-Aktiv bzw. Pay-per-Clickout	19
Partnerprogrammnetzwerk	19
Partnerprogrammbetreiber	19
Partnerprogramm	19

Partnernetzwerk	20
Partner	20
Paid4 / Paid4 Dienstleister	21
Pageview	21
Page-Impression (PI)	21
Reloadsperre	21
RSS oder RSS-Feed	21
Referral-Vergütung	21
Referer / Referral (Ref)	22
Suchmaschinen-Marketing (SEM)	22
Suchmaschinenoptimierung (SEO)	22
Setup-Fee	22
Sponsor	22
Sponsored Listing	23
Tausender-Kontakt-Preis (TKP)	23
Tracking Code	23
Usability	23
Unique Content	23
Unique Visitor	24
Vergütung	24
Vermittlungsprovision	24
Virales Marketing	24
Visit / Visits	24
Webmaster	24
Website	24
Werbebanner	25
Werbemittel	25

Ad

Ad (von advertising; englisch für Werbung) hat sich im deutschsprachigen Raum als Kurzform für Werbung durchgesetzt. Ein Ad oder Ads (Mehrzahl) kann z.B. ein [Werbebanner](#), ein Textlink, ein Rich-Media [Werbemittel](#) (Flash [Banner](#), Video Ad) oder auch ein [Pop-Up](#) sein.

Adwords

Der Suchmaschinenanbieter Google gibt bei einer Suchanfrage neben den organischen Ergebnissen unterhalb des Suchfensters auf der rechten Seite bezahlte Suchergebnisse mit Verlinkungen auf das jeweils beworbene Produkt aus. Diese bezahlten Suchergebnisse heißen bei Google "Adwords" und werden direkt von den werbenden Unternehmen, von Agenturen oder auch direkt von [Affiliates](#) ([SEM](#)) geschaltet.

Ad Click

Ad Clicks sind die Klicks die auf ein Werbebanner erfolgen. Ein Ad Click ist also ein Mausklick auf ein [Werbemittel](#) ([Banner](#), Textlink, Rich Media Werbemittel etc.), der eine Reaktion erfolgen lässt, wie z.B. den Aufruf der Zielseite. Aus dem Ad Click errechnet sich die [Klickrate](#), bei der man die Anzahl der Ad Clicks durch die Werbemittelleinblendungen dividiert und anschließend mit der Zahl 100 multipliziert.

Auszahlungsgrenze

Damit der [Affiliate](#) eine Auszahlung seiner angesammelten [Provisionen](#) erhält, muss er in der Regel über die Auszahlungsgrenze von 25,00 Euro kommen. Da diese Grenze gerade für neue Affiliates mit wenig Traffic und Erfahrungen mit nur einem Partnerprogramm schwer zu erreichen ist, bieten Partnerprogramm-Netzwerk (Affiliate Netzwerke) den Vorteil, dass diese Grenze eher erreicht wird, da der Affiliate hier mehrere verschiedenen [Partnerprogramme](#) bewerben kann und die Provisionen aufaddiert werden.

Affiliate-Programm

Ein Affiliate Programm oder auch [Partnerprogramm](#) ist eine Möglichkeit den Vertriebskanal "Internet" für den Verkauf der eigenen Produkte und Dienstleistungen zu nutzen. Der eigentliche Grundgedanke eines Affiliate Programms ist die direkte Beteiligung des Werbepartners (Affiliates) am Erfolg. Ein Affiliate Programm wird von einem [Merchant](#) / Partnerprogrammbetreiber initiiert und im Regelfall über ein Affiliate Netzwerk wie zB. [Digistore24](#) für die Bewerbung durch Affiliates zur Verfügung gestellt.

Affiliate-Netzwerk

Affiliate-Netzwerke bündeln mehrere [Partnerprogramme](#) von verschiedenen [Merchants](#) und bieten diese ihren Affiliates an.

Der Affiliate hat wesentliche Vorteile, wenn er die Partnerprogramme über ein Affiliate-Netzwerk bewirbt:

- Die [Auszahlungsgrenze](#) wird schneller erreicht.
- Eine (oft große) Auswahl an verschiedenen attraktiven Partnerprogrammen - mit nur einer Anmeldung.
- Ein Ansprechpartner für mehrere Partnerprogramme.
- Oft professionelle E-Mail-Hotline.
- Teils weiterer Service, wie z. B. automatischer Austausch von [Bannern](#) bei Beendigung eines Partnerprogrammes.
- Finanzielle Sicherheit: Anbieter eines Affiliate-Netzwerkes haben das Geld vom [Merchant](#) bereits auf dem Konto und können deswegen pünktlich und ohne Ausfälle auszahlen

Affiliate Marketing

Affiliate Marketing ist ein wesentlicher Teil des Online-Marketings. Beim Affiliate Marketing, welches auch [Partnerprogramm-Marketing](#) genannt wird, werden Produkte und Dienstleistungen auf Erfolgsbasis im Internet (auf [Webseiten](#), in Newslettern etc.) platziert und in den meisten Fällen auch online verkauft. D.h. der Affiliate erhält bei Erfolg eine [Vergütung](#) für seine Werbeleistung und den vermittelten Kunden oder Interessenten. Ein Affiliate betreibt also Werbung für einen Händler und erhält beim Vermitteln eines Kontakts oder Geschäfts eine Provision.

Affiliate

Der Begriff "Affiliate" oder auch "[Partner](#)" oder "Publisher" bezeichnet den Part des [Partnerprogramms](#), der die [Webseite](#), den Newsletter, [Suchmaschinenmarketing](#) oder auch die [Suchmaschinenoptimierung](#) betreibt, also das Partnerprogramm bewirbt. Der Affiliate integriert die [Werbemittel](#) der [Merchants](#) z.B. auf seinen Webseiten, in seinen Newslettern, den [RSS-Feeds](#) etc. und vermittelt so den Kontakt zwischen User und dem Produkt oder der Dienstleistung des Merchants oder Partnerprogrammbetreibers.

Affiliate Manager

Ein Affiliate Manager ist meistens ein für den Bereich [Affiliate Marketing](#) eingestellter Mitarbeiter des [Merchants](#) / Partnerprogrammbetreibers oder ein Mitarbeiter einer Affiliate Agentur. Er kümmert sich u.a. um die Freischaltung der Provisionen, das Verfassen und Platzieren der News, das Reporting, die Weiterentwicklung des Partnerprogramms im Sinne aller teilnehmenden Parteien und um alle anfallenden Arbeiten im Zusammenhang mit dem [Partnerprogramm](#).

Advertiser

Advertiser ist ein anderer Begriff für einen Partnerprogrammbetreiber, Werbekunden oder Merchant - also jemand der ein Partnerprogramm betreibt und damit für sein Produkt oder seine Dienstleistung werben möchte. Advertiser kommt aus dem englischen und hat sich in Deutschland neben den Begriff Merchant oder Programmbetreiber in den letzten Jahren und im Zuge der Internationalisierung etablieren können.

AdSense

AdSense ist mehr oder weniger das Partnerprogramm für Seitenbetreiber (Publisher) von Google. Der Webseitenbesitzer stellt einen Anzeigenplatz zur Verfügung und Google stellt zum Content passende Textlinks in diesem Platz ein. Erfolgt ein Klick darauf, erhält der Seitenbetreiber eine Vergütung. Demnach ist "Googles adsense" ein [Pay per Klick](#) Programm und kein [Pay per Lead](#), [Pay per Sale](#) oder [Pay per Lifetime](#) Partnerprogramm.

Ad View

Der Begriff Ad View bezeichnet die Anzahl der Sichtkontakte eines [Werbebanner](#)s. Hat man auf einer Internetseite z.B. zwei Banner eingebunden und die Seite wird einmal aufgerufen, dann zählt man zwei Advies. Ad Views sind eine bedeutende Kennzahl im Bereich des [TKP](#) ([Tausender Kontakt Preis](#)) basierten Onlinemarketings. Der TKP ist der Preis für die Einblendung von 1000 Ad Views.

Ad Server

Ad Server nennt man die Rechner die verantwortlich für das ausliefern und anzeigen der Werbung sind. Adserver können Werbebanner von beliebig vielen Partnern gleichzeitig hosten. Die Aufgabe des Adservers ist es bei einem Besuch einer Seite mit Werbebanner - diesen Werbebanner beim Seitenaufruf anzuzeigen.

Ad Klick

Als Ad Klicks (Ad Clicks) bezeichnet man die Klicks, welche auf ein Werbebanner erfolgen. Ein Ad Klick ist also ein Klick auf ein Werbemittel (Banner, Textlink, Rich Media Werbemittel etc.), der eine Reaktion zur Folge hat, z.B. den Aufruf einer [Landingpage](#). Mit Hilfe des Ad Klicks und der Werbemittel-Einblendungen (Ad Impressions / Ad Views) lassen sich Werte wie die [Klickrate](#) berechnen, bei welcher man die Anzahl der Ad Klicks nimmt und diese durch die Anzahl der Werbemittelinblendungen dividiert und anschließend mit der Zahl 100 multipliziert.

Ad Impressions

Eine Ad Impression (auch Ad View) steht im Marketingjargon für einzelne Aufrufe von Werbemitteln auf einem AdServer.

Dabei wird die Zahl der Aufrufe der einzelnen Werbemittel (Ads) mit Hilfe eines AdServers protokolliert. Die Zahl der Ad Impressions dient als wichtige Kennzahl, über die sich später in Verbindung mit weiteren Leistungswerten (Klicks und Klickrate, Leads, Sales, Abos) [Conversion-Verhältnisse](#) ermitteln lassen. Mit diesen kann man dann die Effizienz der einzelnen Werbemittel und Medienkanäle beurteilen und ggf. optimieren.

Ad Click Rate

Die Ad Click Rate misst die Anzahl der [Sichtkontakte \(Ad Views\)](#), die durchschnittlich zu einem Klick auf das Banner geführt haben. Sie sagt damit also aus, wie viele Leute sich das Banner angesehen haben, bis einer darauf geklickt hat. Die Ad Click Rate errechnet sich über eine einfache Formel - die Anzahl der Werbemittleinblendungen wird durch die Anzahl der Ad Clicks dividiert und anschließend mit der Zahl 100 multipliziert.

Banner

Der Begriff „Banner“ bezeichnet in den meisten Fällen eine grafische Anzeige auf einer Internetseite. Diese meist animierte und im GIF Format erscheinende Anzeige ist auf der Webseite integriert.

Die gängigsten Formate für Banner sind folgende:

Banners und Buttons:

- 468 x 60 Pixel (Full Banner)
- 234 x 60 Pixel (Half Banner)
- 88 x 31 Pixel (Micro Bar)
- 120 x 90 Pixel (Button 1)
- 120 x 60 Pixel (Button 2)
- 120 x 240 Pixel (Vertical Banner)
- 125 x 125 Pixel (Square Button)
- 728 x 90 Pixel (Leaderboard)

Skyscraper:

- 160 x 600 Pixel (Wide Skyscraper)
- 120 x 600 Pixel (Skyscraper)
- 300 x 600 Pixel (Half Page Ad)

Rectangles und Pop-Ups:

- 300 x 250 Pixel (Medium Rectangle)
- 250 x 250 Pixel (Square Pop-Up)
- 240 x 400 Pixel (Vertical Rectangle)
- 336 x 280 Pixel (Large Rectangle)
- 180 x 150 Pixel (Rectangle)

Banner-Rotation

Ein Banner-Rotator soll dem [Affiliate](#) die Arbeit erleichtern. Dieser ermöglicht es mit einem einmaligen Aufwand verschiedene [Partnerprogramme](#) auf einer [Webseite](#) unterzubringen und die Werbemittel je nach Wunsch ausliefern zu lassen.

Man unterscheidet verschiedene Arten der Banner-Rotation:

Server-Side-Refresh Rotator

HTML –Refresh Rotator

Java-Applet Rotator

Cost-per-Click (CPC)

Ein Cost-per-Klick Partnerprogramm zahlt dem Affiliate / Partner einen fixen Betrag für den Klick seiner User auf das Werbemittel. Ob der Klick später zu einem Verkauf (Sale) oder einer Anforderung (Lead) führt kann dem Affiliate / Partner in diesem Fall egal sein, da er nur an seinen Klicks gemessen wird. Die Provisionen bei Cost-per-Click Partnerprogrammen liegen daher deutlich unter den Provisionen die bei [Cost-per-Lead](#) oder [Cost-per-Sale](#) Partnerprogrammen bezahlt werden.

Cost-per-Sale (CPS)

Cost-per-Sale bedeutet, dass der Affiliate / Partner prozentual oder mit einem fixen Betrag am Kauf (Sale) beteiligt wird, wenn einer seiner User nach dem Klick auf das Banner des Merchants / Programmbetreibers etwas kauft. Auch hierbei ist zu beachten, dass der Affiliate / Partner nur im Erfolgsfall eine Provision erhält und er nicht für Werbemiteleinblendungen oder Klicks bezahlt wird. Die Provisionen im Erfolgsfall sind gegenüber Klickprovisionen dafür überproportional hoch.

Cost-per-Lead (CPL)

Cost-per-Lead ist eine der gängigsten Partnerprogrammformen. Bei dieser Variante erfolgt die Vergütung des Affiliates, wenn einer seiner User auf z.B. ein Banner klickt und danach auf der Webseite des Merchants / Werbekunden eine Aktion tätigt: Im Regelfall sind diese Aktionen die Anforderung eines Vergleiches, eine Newsletteranmeldung oder etwas ähnliches. Bei einem Cost-per-Lead Partnerprogramm ist folgendes zu beachten: Der Affiliate erhält keine Provision für Werbemiteleinblendungen oder Klicks, sondern erst wenn der vom Programmbetreiber / Merchant vordefinierte Erfolgsfall eintritt - diese Provision fällt dafür deutlich höher aus.

Cost-per-Impression (CPI)

Cost-per-Impression ist ein anderer Ausdruck für den [Tausender Kontakt Preis \(TKP\)](#) also die fixe Vergütung, die der Affiliate für jeden Seiten- oder Werbemittelaufruf erhält. Auch hierbei spielt es keine Rolle, ob der potentielle Kunde einen Lead oder Sale generiert, da der Affiliate / Partner nach Seiten und Werbemittelaufrufen bezahlt wird. Bei solchen Kampagnen ist es für den Partnerprogrammbetreiber / Merchant wichtig, dass der generierte Traffic gut performt, also hohe aus den Einblendungen Klicks auf die Werbemittel generiert werden und diese wiederum zu Abschlüssen und Kunden umgewandelt werden.

Cost-per-Action (CPA)

Der Begriff Cost-per-Action (CPA) steht für die Vergütung von bestimmten Aktionen. D.h. es wird keine Vergütung für den Klick bezahlt, sondern nur wenn eine vorher festgelegte Aktion vom User durchgeführt wird. Im Regelfall muss sich der User bei Cost-per-Action Partnerprogrammen in einen Newsletter eintragen oder ein Programm / eine Software downloaden. Wenn dieser Vorgang erfolgreich abgeschlossen wurde erhält der Affiliate / Partner seine Provision.

Conversion

Die Conversion oder Conversion Rate ist eine der wichtigsten Kennzahlen im Bereich des Online-Marketings. Die Conversion beschreibt die Umwandlungsrate vom Klick zum Kunden oder vom Klick zur Bestellung. Nach dem Start eines Partnerprogramms sollte der Partnerprogrammbetreiber / Merchant oder die betreuende Agentur darauf bedacht sein die Conversion sukzessive zu erhöhen, also die Produktseite und das Produkt so interessant zu gestalten, dass aus vielen Klicks auch möglichst viele Kunden werden.

Cookies

Cookies sind kleine Textdateien die zu dem User beim Klick auf z.B. ein Werbebanner gespeichert werden. Mit der Verwendung von Cookies wird sichergestellt, dass der Affiliate auch dann seine Provision erhält, wenn der Kunde nicht sofort kauft, sondern erst 2 Tage später. D.h. ein Cookie hilft dem Affiliate / Partner dabei seinen Provisionen zu sichern. Die Laufzeit der Cookies bei Partnerprogrammen und Partnerprogrammnetzwerken beträgt in der Regel mindestens 45-90 Tage.

Content

Content ist das englische Wort für Inhalt und bezeichnet im Affiliate Marketing den Seiteninhalt, also den Content der Seite. Suchmaschinenanbieter wie Google nutzen zur Aussteuerung der Suchergebnisse spezielle Techniken und vermeiden so, dass doppelte Inhalte (duplicate Content) angezeigt werden. Deswegen sollten Affiliates immer beachten, dass Sie einzigartigen

Content anbieten der einen echten Mehrwert gegenüber anderen im Internet verbreiteten Inhalten darstellt.

Click-Rate

Die Click-Rate gibt das Verhältnis zwischen Werbeeinblendungen und Klicks auf die Werbung (z.B. den Werbebanner, Textlink etc.) wieder. Wenn die Webseite 10.000 Seitenaufrufe hat und 30 von diesen Seitenaufrüfern haben auf das Banner geklickt, dann entspricht das einer Klickrate von 0,30%. Normale Klickraten bei Werbemitteln wie Bannern liegen im Regelfall zwischen 0,15 und 5%. Je präsenter und professioneller ein Werbemittel ist, desto höher ist im Regelfall die Klickrate.

Cashback

Cashback-Systeme gewähren Ihren Usern beim Online-Shopping Vorteile, indem sie einen Teil ihrer Provision an den Endkunden gutschreiben, sobald die eingegangenen Sales/Leads valide sind.

Deeplink

Ein Deeplink verweist unmittelbar auf eine ganz bestimmte tieferliegende Unterseite einer Internetpräsenz. Normalerweise hat jedes Partnerprogramm sein eigenes Deeplinkwerbemittel, damit das jeweilige Tracking gewährleistet ist. Über dieses Deeplinkwerbemittel kann der Affiliate selber entscheiden, zu welcher Unterseite des Partnerprogrammangebotes sein Affiliatelink hinverlinkt. Die Ziel-URL des Affiliatelinks ist demnach individuell anpassbar. Der Deeplink kann in der Werbemittelübersicht über das System und der Angabe der gewünschten Ziel-URL erstellt werden.

Direct Linking

Der Affiliate wirbt ohne eigene Zwischenseite. Die Bewerbung erfolgt hierbei meistens durch eine direkte Weiterleitung über die dem Affiliate gehörende Domain zu dem entsprechenden Onlineangebot, oder über Einbuchung von Werbeplätzen, welche anschließend direkt zum Angebot hin verlinken.

Domain Name System (DNS)

Die Abkürzung DNS steht für Domain Name Service. Jeder Rechner in einem Netz (Firma, zu Hause etc.) hat eine mehrstellige numerische Adresse (IP-Adresse).

Eine IP Adresse kann z.B. so aussehen 10.2.14.218 - es sind immer vier Zahlenblöcke die durch einen Punkt getrennt sind. Man kann über die IP-Adressen einen Rechner kontaktieren, da diese Adressen sich aber schlecht merken lassen, hat man symbolische Adressen wie www.google.de eingeführt. Wenn du solch eine symbolische Adresse in deinem Browser eingibst und die Return Taste drückst, wird das Domain-Name-System (also das DNS) kontaktiert.

Das DNS gleicht dann die symbolische Anfrage mit Hilfe einer Datenbank ab und schaut, welche vier Zahlenblöcke sich hinter der symbolischen Anfrage verbergen. Wenn das DNS fündig wird, bekommst du dann die angefragte Seite zurückgesendet und angezeigt.

Flash-Banner

Flash Banner bieten gegenüber normalen Bannern wie Bigsize oder Skyscraper völlig neue Möglichkeiten. Mit Flash Bannern lassen sich mühelos Videos und Töne in Ihre Werbung integrieren und sogar Interaktionsmöglichkeiten (wie z.B. Flash Spiele) sind realisierbar. Ein weiterer Vorteil sind die geringen Ladezeiten die durch das Vectorformat entstehen. Abschließend bleibt zu sagen, dass Flash Banner die konsequente Weiterentwicklung von normen Bannern sind.

Hits

Gerade in den Anfängen des Internets oder www (World Wide Web) sprach man im Zusammenhang mit Webseiten von dem Begriff Hits. Als Hits bezeichnet man die Zugriffe auf einer Internetseite.- rein technisch gesehen ist ein Hit nichts weiter als ein Eintrag in eine Protokolldatei (Log-File) eines Web-Servers. Heutzutage haben sich Begrifflichkeiten wie Ad-Impression oder Advview durchgesetzt und von Hits wird nur noch selten im Zusammenhang mit dem Internet gesprochen.

Homepage

Als Homepage bezeichnet man im Allgemeinen die die Startseite einer Webseite, die angezeigt wird wenn eine Domain ohne weitere Zusätze aufgerufen wird. D.h. die Homepage ist dann z.B. www.google.de, nicht aber www.google.de/docs

Incentivierter Traffic

Beim incentivierten Traffic handelt es sich um Angebote, bei denen man Geld verdienen kann, indem man an bestimmten Aktionen teilnimmt wie z.B. Werbemails lesen, sich an Online-Befragungen beteiligen, Werbe-SMS empfangen etc.. Da die Teilnahme an diesen Angeboten finanziell honoriert wird, schließen einige Merchants/Werbekunden Ihres Programms den incentivierten Traffic aus.

IP-Adresse

Die IP-Adresse (engl. Internet Protocol Address) dient der eindeutigen Identifizierung eines Internet-Users bzw. des Knotens, über den er sich einwählt. D.h. ein Internet-Server hat eine fest zugeordnete IP-Adresse welche sowohl mit ihrer IP-Adresse, als auch mit dem vom DNS verwalteten Namen gefunden werden können.

Java Script

Ursprünglich entwickelte die Firma Netscape die Schriftsprache Java Script um interaktive Seiten entwerfen zu können. Diese teilt viele der Merkmale und Strukturen der ganzen Java Sprache. Die Basissprache HTML lässt sich mit Javascript verbinden und ermöglicht es so den Webmastern Ihre Seiten mit dynamischen Inhalten umzusetzen.

Landingpage

Die Landingpage ist die Seite, auf der ein potentieller Kunden nach dem Klick auf das Werbemittel landet. Landingpages kommt eine hohe Bedeutung zu, da diese die Conversions, also Abschlussraten, deutlich beeinflussen können. Gerade größerer Unternehmen verändern und optimieren Ihre Landingpages immer wieder oder stellen dem Partner / Affiliate von Anfang an eine Auswahl an verschiedenen Landingpages zur Verfügung.

Lifetime-Provision

Die normalen Vergütungsformen beim Partnerprogramm (Affiliate) Marketing sind pay-per-click, pay-per-lead und pay-per-sale. Bei diesen Formen gibt es eine Vergütung, und danach ist der Kunde weg bzw. von Folgekäufen etc. hat der Affiliate / Partner nichts. Damit der Affiliate lange und dauerhaft Freude an Affiliate / Partnerprogrammen hat, gibt es die Vergütungsform pay-per-lifetime. Bei dieser partizipiert der Affiliate / Partner auch an den Folgekäufen, Aboverlängerungen etc. seiner vermittelten Kunden.

Merchant

Personen oder Firmen, die ein Partnerprogramm betreiben, bezeichnet man als Merchants (auch "Anbieter", "Sponsoren" oder "Partnerprogrammbetreiber"). Sie bieten Werbematerialien (z.B. Werbebanner) mit Programmcode an, die die Affiliates nutzen können, um für den Merchant zu werben. Der Merchant ist auch derjenige der die Leads und Provisionen freigibt und der ein möglichst hohen Interesse an einem erfolgreichen Partnerprogramm hat.

Mindestauszahlungsbetrag

Der Mindestauszahlungsbetrag wird meistens vom Partnerprogrammbetreiber festgelegt um hohe Überweisungs- und Transferkosten zu vermeiden. Hier kommt der Vorteil eines Partnerprogrammnetzwerks wie ADCELL zum tragen, da man hier viele verschiedenen Programme bewerben und so die Provision sammeln kann. Damit kommt man sehr schnell über die nötigen Auszahlungsgrenzen.

Netzwerk

Der Begriff Netzwerk leitet sich in unserem Fall von Affiliate-Netzwerk ab. Ein Netzwerk ist das Neutrum zwischen Partnern/Affiliates und den Programmbetreibern/Merchants. Das Netzwerk ist immer an einer WIN-WIN-WIN Situation und dem reibungslosen Ablauf der Partnerschaft zwischen allen Beteiligten interessiert und hat deswegen die zentralen Punkte Reporting und Tracking zu gewährleisten.

Netzwerkgebühr

Die Netzwerkgebühr wird vom Partnerprogramm-Netzwerk erhoben und vom Partnerprogrammbetreiber/Merchant bezahlt. Der Partner/Affiliate hat dadurch keinen Nachteil und das Netzwerk erhält diese Gebühr für das Handling, die Abrechnung, die Personalkosten etc. In der Regel beträgt die Netzwerkgebühr 30% und ist bei allen Netzwerken gleich.

Pay-per-Click (PPC)

Das Pay-per-click-Partnerprogramm funktioniert sehr einfach. Der Affiliate / Partner erhält für jeden Klick auf das Werbemittel eines Merchants / Werbekunden eine feste Vergütung. Meist liegt diese im Bereich von 5 - 25 Cent pro Klick.

Unter den bekanntesten Pay-per-Click Programmen finden sich mit Sicherheit Google Adwords / Adsense wieder, bei denen alles Pay per Click bezahlt und abgerechnet wird. Nachteil bei PPC Programmen ist, daß jeder PPC-Anbieter Klicks (und teilweise auch die dazugehörigen Impressionen/AdViews) nach unterschiedlichen Modellen filtert, d.h. z.B. werden Klicks vom selben Rechner oder mit derselben IP-Adresse innerhalb einer Stunde von den meisten Systemen nur einmal gezählt, daher lässt sich die Performance von verschiedenen PPC-Anbietern untereinander schwer vergleichen.

Da bei PPC-Varianten sehr viel Missbrauch betrieben wurde, wird diese Variante bei den meisten Affiliate-Netzwerken eher nicht mehr angeboten.

Publisher

siehe Affiliate

Provision

Eine Vergütung für eine vermittlerische oder verkäuferische Tätigkeit, die im Falle von Partnerprogrammen vom Merchant an den Affiliate gezahlt wird, nennt man Provision.

PopUp / Pop-Up-Fenster

Pop Ups sind sehr prägnante Werbeformen, die auf den Bildschirm poppen, sich über die Webseite legen und einzeln weggeklickt werden müssen. Die gängigsten Popup-Formate sind rechteckige Fenster mit 300x300 oder 300x250 Pixel .

Pop Under

Im Gegensatz zu den Pop Ups sind die PopUnder im Hintergrund und werden meistens erst beim Zumachen des Browsers gesehen. Sie legen sich also hinter die Webseite.

Pay-per-View (PPV)

Das Pay per View Verfahren rechnet nach eingeblendeten Werbemitteln ab. Meistens wird hier als Grundlage ein TKP genommen, d.h. ein fixer Preis pro 1000 Werbeeinblendungen.

Pay-per-Sale (PPS)

Beim Pay-per-Sale-Verfahren ist entscheidend, dass der vermittelte User auch wirklich einen Kauf tätigt. Sobald dieser Kauf zustande gekommen ist, wird dem Affiliate / Partner die ausgelobte Provision (meist ein fixer Prozentsatz am Gesamtumsatz) gutgeschrieben und, wenn das Geld beim Anbieter eingegangen ist, auch freigegeben.

Pay-per-Lead (PPL)

Das Pay-per-Lead-Verfahren nutzt man für Produkte und Dienstleistungen, bei denen es wichtig ist, dass ein qualifizierter Kundenkontakt entsteht. Dieser Kundenkontakt kann die Bestellung eines Newsletters oder das Eintragen in einen Versicherungsvergleich oder auch die Registrierung als Neukunde sein. Die Provision ist meist ein fixer Betrag oder ein fixer Betrag + eine weitere Komponente.

Pay-per-Aktiv bzw. Pay-per-Clickout

Die Vorgabe bei einem Pay-per-Aktiv Partnerprogramm ist, dass sich der vom Affiliate vermittelte User auf dem Angebot des Merchants eine Aktion ausführt, also aktiv wird. Erst nach dem Aktivwerden des Users wird dem Affiliate / Partner eine Provision bestätigt.

Partnerprogrammnetzwerk

siehe Affiliate-Netzwerk

Partnerprogrammbetreiber

Ein Partnerprogrammbetreiber ist die Partei, welche ein Produkt oder eine Dienstleistung anbietet und zum Verkaufen dieses Produktes ein Partnerprogramm einsetzt.

Partnerprogramm

Mit Partnerprogramm oder Affiliate-Programm bezeichnet man eine Vertriebslösung, in der ein meist kommerzieller Anbieter (Merchant) seine Vertriebspartner (Affiliates) erfolgsorientiert durch eine Provision vergütet.

Möchten Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen auch im Internet anbieten oder neue Kunden online gewinnen, greifen sie auf Partnerprogramme zurück. Die Affiliates fungieren als Vertriebspartner und integrieren dabei vom Anbieter vorgegebene Werbemittel auf ihren Internetseiten.

Wird das Interesse eines Partnerwebseiten-Besuchers geweckt, so dass er mit dem Mauszeiger auf ein Werbemittel klickt, wird er zur Webseite des Anbieters weitergeleitet. Gleichzeitig zur Weiterleitung wird eine Zeichenkette, die den Partner eindeutig identifiziert, übergeben und somit

eine Session eingeleitet. Die Partnerinformationen werden dabei in vielen Fällen auch in einem Cookie gespeichert.

Mit dem Begriff Affiliates werden die Teilnehmer von Partnerprogrammen bezeichnet. Sie bewerben oder empfehlen Produkte oder Dienstleistungen durch "pre-selling". Dazu werden auf der Internetseite des Partners / Affiliates Werbemittel wie Banner oder Textlinks angebracht und diese führen zum Angebot einer kommerziellen Website, also zum Anbieter. Kommt auf diese Weise ein Kontakt oder Geschäftsabschluss zwischen Besucher und Anbieter zustande, erhält der Affiliate dafür eine vorher festgelegte Vermittlungsprovision vom Betreiber des Partnerprogramms (vom Anbieter).

Die Vergütungen werden zumeist unterschieden in

Pay-per-Click

Pay per-Lead

Pay-per-Sale

Pay-per-Lifetime

Die Anbieter entscheiden sich oft für Partnerprogrammnetzwerke, da sie dort zum einen auf eine bestehende Zahl von Partnern zurückgreifen können, zum anderen die Netzwerke über erprobte Verfahren zur Erfassung, Abrechnung und Provisionsauszahlung verfügen. Dies wird von den Partnerprogrammnetzwerken durch professionelle Trackingsysteme und Userinterfaces ermöglicht.

Partnerprogramme haben den Vorteil, dass sie eine gute Verdienstchance bieten, gerade im Vergleich zu Bannerprogrammen, die pro Klick vergüten. Mittlerweile besteht eine sehr große Auswahl an verschiedenen Partnerprogrammen, die eine zielgruppengerechte Auswahl der Kampagne möglich macht. Das Verfahren ist für beide Seiten von Vorteil: Der Partnerprogramm-Betreiber erhält vom Affiliate Werbeflächen im thematisch passenden Umfeld, und der Affiliate verdient für seine Vermittlungsleistung Geld mit seiner Homepage.

Partnernetzwerk

Partnernetzwerk ist ein anderer Begriff für Affiliate-Netzwerk oder Partnerprogrammnetzwerk. D.h. auch hier werden Partnerprogramme von Programmbetreibern/Merchants angeboten und den Affiliates zur Verfügung gestellt. Das Partnernetzwerk sitzt sozusagen zwischen den beiden Parteien und versucht für jede Seite das optimale Ergebnis zu erreichen.

Partner

Partner ist einer der meistgenutzten deutschen Begriffe für das Synonym Affiliate. Der Partner ist z.B. der Betreiber einer Webseite, ein Newsletterversender, ein Suchmaschinenmarketer (SEM) oder ein Suchmaschinenoptimierer (SEO). Dieser versucht seine User mit Hilfe von Partnerprogrammen zu monetarisieren und nimmt dazu Partnerprogramme zur Hilfe.

Paid4 / Paid4 Dienstleister

Bei sogenannten Paid4-Diensten handelt es sich um Angebote, bei denen man Geld verdienen kann, indem man an bestimmten Aktionen teilnimmt wie z.B. Werbemails lesen, sich an Online-Befragungen beteiligen, Werbe-SMS empfangen etc.. Da die Teilnahme an diesen Angeboten finanziell honoriert wird, schließen einige Merchants / Werbekunden die Bewerbung Ihres Programms durch Paid4 Dienstleister aus.

Pageview

Von einem Page-View spricht man bei dem Aufruf einer Seite. D.h. jeder einzelne Seitenaufruf entspricht auch einem Pageview.

Page-Impression (PI)

Eine Page Impression ist der Seitenaufruf einer Internetseite. D.h. wenn die Internetseite 200 mal aufgerufen wird, dann sind das 200 Page-Impressions.

Die Page-Impressions sind nicht mit Ad-Impressions zu verwechseln, da bei diesen die Anzahl der Einblendungen des Werbemittels gezählt wird.

Reloadsperre

Reloadsperren werden häufig bei Pay per Klick Programmen eingesetzt um zu verhindern, dass der User mehrmals hintereinander auf das Banner klickt, und jedes mal der Klick bezahlt wird, der ja dann keinen Mehrwert für den Merchant / Werbekunden hat.

RSS oder RSS-Feed

RSS ist ein neuer Service auf Webseiten, welcher ähnlich einem Nachrichtenticker nur die Überschriften mit einem Textanriss und zusätzlich eine Verlinkung zu der Originalseite beinhaltet. Wenn Date im RSS-Format bereitgestellt werden, bezeichnet man das auch als RSS-Feed (engl. to feed – im Sinne von versorgen, einspeisen, zuführen). Ist der RSS-Feed einmal abonniert liefert er dem Leser automatisch die neuesten Einträge.

Referral-Vergütung

Viele Partnerprogrammnetzwerke setzen auf Empfehlungen der Affiliates untereinander. Diese belohnen Sie damit, dass Sie dem Affiliate, der einen anderen geworben hat, eine Lifetime-Provision auf diesen gewähren. D.h. wenn der geworbene Affiliate Umsatz macht, so partizipiert der Affiliate, der diesen zu dem Netzwerk gebracht hat, an diesem Umsatz ohne Nachteil für den neuen Affiliate mit.

Referer / Referral (Ref)

Ein Referer (engl. refer = werben / empfehlen) ist derjenige der einen anderen für ein Partnerprogramm oder Netzwerk wirbt und der Regel eine Vergütung dafür bekommt.

Der Referral (Ref) ist der vom Referer Geworbene.

Suchmaschinen-Marketing (SEM)

Der Begriff „Suchmaschinenmarketing“ (SEM = engl. Search Engine Marketing) fasst alle Maßnahmen zusammen, welche den Zweck haben, dass Webseiten und deren Inhalte bei Suchanfragen in relevanten Suchmaschinen gut zu finden. Eine wichtige Rolle spielt vor allem die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und die bezahlte Suchmaschinenwerbung.

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Die Suchmaschinenoptimierung (SEO = engl. Search Engine Optimization) ist alles, was sich damit befasst die Positionierung einer Seite im Internet zu verbessern. Es gibt zahlreiche Firmen und Berater, die sich darauf spezialisiert haben, Internetangebote möglichst konform und gut "lesbar" für die Suchmaschinen aufzubauen.

Der Zweck dahinter ist eine optimale Positionierung des eigenen Angebotes bei den Suchergebnissen der Suchmaschinen, die zum Angebot passen. D.h. ein Autohandel in Köln sollte es zum Ziel haben, wenn ein potentieller Kunde "Autohandel Köln" bei z.B. Google oder MSN eingibt, weit oben bei den Suchergebnissen zu stehen und damit Kunden zu generieren.

Setup-Fee

Die Setup Fee bezeichnet die Aufnahmegebühr bzw. Einrichtungsgebühr für ein Partnerprogramm. Meistens ist das Einrichten des Programms kostenlos, nur bei sehr großen und meist internationalen Netzwerken wird eine Setup Fee berechnet.

Sponsor

siehe Merchant

Sponsored Listing

Bei Google (AdSense) ist es zum Beispiel möglich auf Klickbasis seine Werbetexte rechts neben den Suchergebnissen zu platzieren. Diese Platzierung nennt man Sponsored Listing.

Tausender-Kontakt-Preis (TKP)

Der Tausender-Kontakt-Preis (TKP) ist der Preis der für 1000 Werbeeinblendungen bezahlt wird - TKP 5,00 Euro heißt also, dass 5,00 Euro für 1000 Einblendungen des Banners bezahlt werden.

Tracking Code

Der Trackingcode ist ein alphanumerischer Code. Generell unterscheidet man zwischen dem Tracking Code für Affiliates und Tracking Code für Merchants. Der Tracking Code gewährleistet, dass Provisionen und Referenzangaben der Kunden auf beiden Seiten richtig übermittelt werden und so immer die korrekten Provisionen zwischen den Parteien abgerechnet werden. Es ist daher extrem wichtig, den richtigen Tracking-Code einzubauen!

Usability

Usability ist die Nutzerfreundlichkeit einer Internetseite. Portalbetreiber und Dienstleister sollten Ihre Internetseite nach dem Nutzer ausrichten und das Angebot so aufbauen, dass der Kunde zufrieden ist, die Seite gerne nutzt und wiederkommt. Eine gut aufgebaute Seite mit einem hohen Grad an Usability wird es in den meisten Fällen an Umsatz nicht mangeln, da die Userströme auf solchen Seiten sehr gut gelenkt werden können.

Unique Content

Unique Content ist einzigartiger Content (engl. = Inhalt) wie es der Name schon sagt. Jede Webseite sollte ihren eigenen Content haben, da Google und andere Suchmaschinen doppelten oder mehrfachen Content (also wenn dieser gleichzeitig auch auf vielen anderen Seiten ist = duplicate content) abstrafen, diese Seiten aus dem Index (und damit aus den Suchergebnissanzeigen) entfernen können.

Unique Visitor

Unique Visitor ist die Bezeichnung für einen Besucher auf der Seite. Diese Bezeichnung zählt lediglich verschiedene Besucher und nicht die Anzahl der Seitenaufrufe und Klicks, die diese verursachen.

Vergütung

siehe Provision

Vermittlungsprovision

siehe Provision

Virales Marketing

„Virales Marketing“ ist "Mund zu Mund" Werbung im Internet. Z.B. ein Trend wird von wenigen Personen erkannt und diese tragen diesen dann an viele andere Personen weiter (wie ein Virus infizieren Sie immer mehr mit dem Trend). Virales Marketing oder Mund zu Mund Werbung ist Empfehlungswerbung und somit die ehrlichste Form der Werbung.

Visit / Visits

Das Wort Visit ist die englische Bezeichnung für "Besuch" bzw. visitor für "Besucher". Ein Visit zählt den Besuch eines Users. Wenn ein User pro Tag 3 mal die Seite besucht, dann sind das 3 Visits. Die Visits haben nichts mit den Views oder Klicks zu tun. Die Institution für Messung von Reichweiten im Online- und Printbereich (IVW) hat bei der Messung von Visits festgelegt, dass zwischen dem Aufruf einer Webseite und dem Aufruf der nächsten Webseite wenigstens 60 Sekunden vergehen müssen, damit der Visit als erfolgreich gezählt werden kann.

Webmaster

Der Begriff "Webmaster" hat sich eingebürgert als die gebräuchliche Bezeichnung für den Besitzer oder Ersteller einer Internetseite bzw. dem für den Inhalt oder dem für die Technik Verantwortlichen.

Website

Der Oberbegriff "Website" oder Internetauftritt, Webseite oder Webpräsenz bezeichnet die Gesamtheit der sichtbaren Webseite mitsamt allen Unterseiten eines Unternehmens, einer Einrichtung öffentlichen Rechts oder auch einer Privatperson.

Werbebanner

siehe Banner

Werbemittel

Der Begriff Werbemittel bezeichnet die Gesamtheit der angebotenen Möglichkeiten zur Bewerbung eines Partnerprogramms. Darunter können Werbebanner, Flash-Werbemittel, RSS-Feeds, Newsletter, Textlinks und Sonderwerbeformen gezählt werden.