

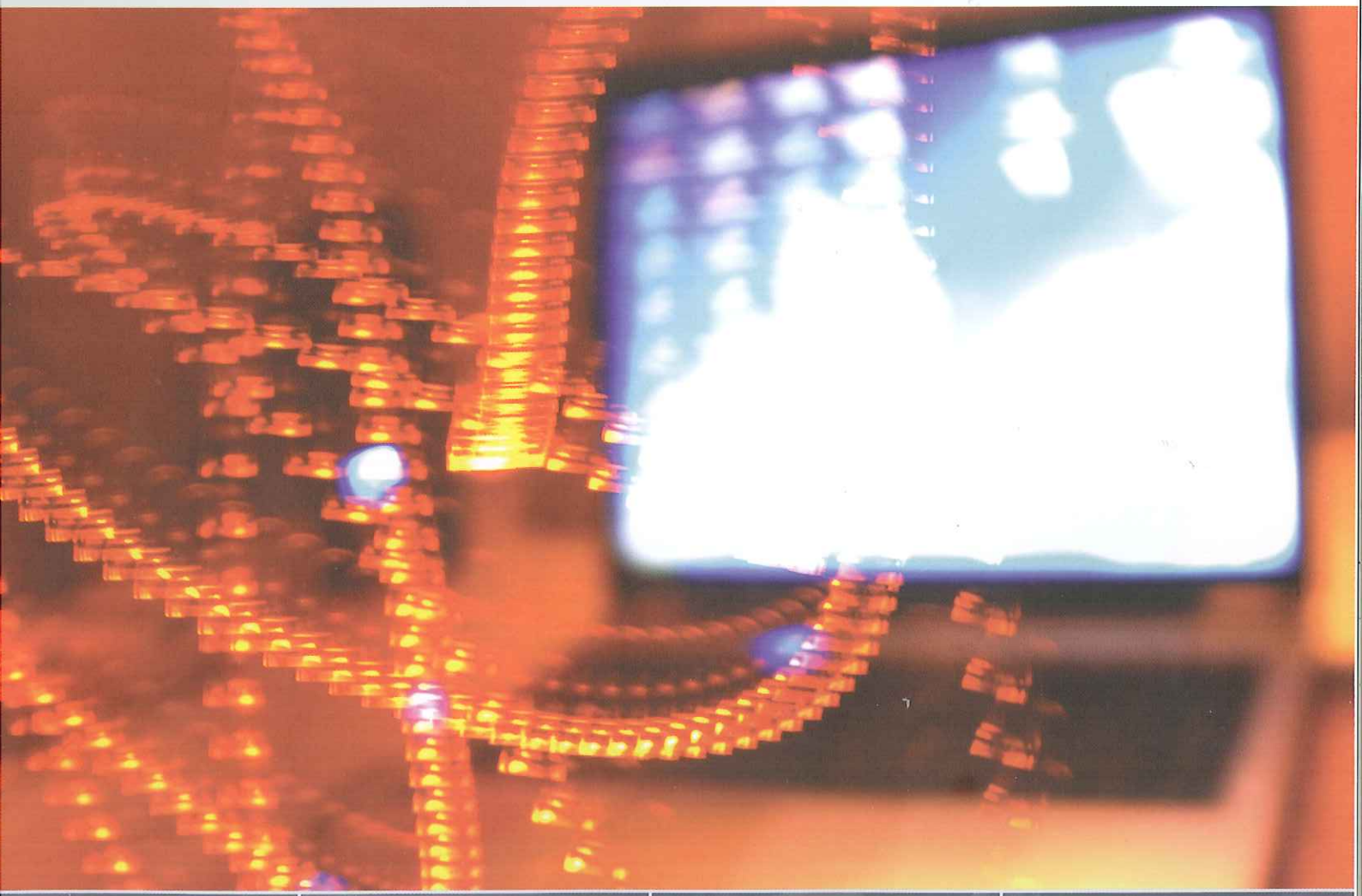


JAHRGANG 3 | Dezember 2009 | AUSGABE 4 | THEMEN-BACKGROUND DER IBUSINESS-REDAKTION



*iBusiness*Dossier

Business-Strategien in einer mobilen Zukunft

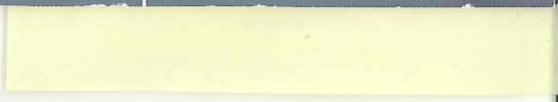


Umfang mit
smartphone Apps

M-Commerce bringt
E-Commerce und
Handy zusammen

Mobile
Affiliate Marketing

Das Handy als
Publishing-Kanal





Christiane Fröhlich

iBusiness-Autorin
Christiane Fröhlich
ist freiberufliche
Journalistin und
online zu finden
unter Runde-ge-
schichten.de.

Neuer Trend: Mobile Affiliate-Marketing

Im stationären Web ist Affiliate-Marketing längst eine feste Größe im Onlinemarketing. Mobil läuft dagegen noch kaum etwas. Der Markt ist gerade erst im Begriff zu entstehen, bietet damit aber die Chance, sich einen Platz zu erobern. Wer von dem sicher bevorstehenden Wachstum profitiert.

„Wir stehen im Mobile Affiliate-Marketing ganz am Anfang, wie noch vor einigen Jahren im gesamten Mobile-Bereich“, lautet die Einschätzung von Manuel Kester zum Marktstadium von Affiliate-Marketing über mobile Endgeräte. Und mit dieser Einschätzung steht der Geschäftsführer des Affiliate-Netzwerks Belboon-Adbutler nicht allein.

Auch für Nils Hachen, Fachgruppenleiter Performance Marketing im BVDW, steckt mobiles Affiliate-Marketing noch in den Kinderschuhen.

Tatsächlich hat der Markt momentan noch nicht viel zu bieten: Belboon-Adbutler ist eines der wenigen Affiliate-Netzwerke, das überhaupt Partnerprogramme für mobile Nutzung anbietet. Der Klingelton-Spezialist Jamba kam im April 2008 mit dem Wunsch nach einem Mobile-Programm auf das Netzwerk zu - und ist bis heute der größte Kunde im Mobile Affiliate des Netzwerks. Daneben haben nur Quelle und Shop-Apotheke.com das unbekannte Neuland betreten.

Zwei Bereiche hat Nils Hachen ausgemacht, in denen mobile Partnerprogramme heute schon laufen: Das sind zum einen eben Klingelton-, Wallpaper- und Gamesanbieter und zum anderen ist es der Bereich

Adult Content, sprich Sex & Pornos. Doch kaum einer will mit solchen Erfolgen hausieren gehen, daher taugt das Sexgeschäft nur bedingt als Marktbereiter.

So sparsam der Markt derzeit auch besetzt ist, so groß sind im Gegenzug die Wachstumschancen, die ihm eingeräumt werden. Mehrere Faktoren wirken derzeit zusammen: Zum einen hat mit der Einführung des iPhones und dem Nachziehen anderer Hersteller die Penetration mit mobilen Endgeräten deutlich zugenommen. Zeitgleich bauen die Netzbetreiber mit der Einführung von weiteren Daten-Flatrates ein Hemmnis für mobiles Surfen ab. Beide Trends entwickeln sich noch weiter und beschleunigen zusammen die mobile Internetnutzung stark. Zum anderen haben viele Unternehmen mittlerweile realisiert, dass sich das mobile Internet zu einem ernst zu nehmenden Kanal entwickelt. Deswegen springen immer mehr Unternehmen mit eigenen mobilen Sites auf den Zug auf - eine Entwicklung, die sich ab dem kommenden Jahr deutlich verstärken wird.

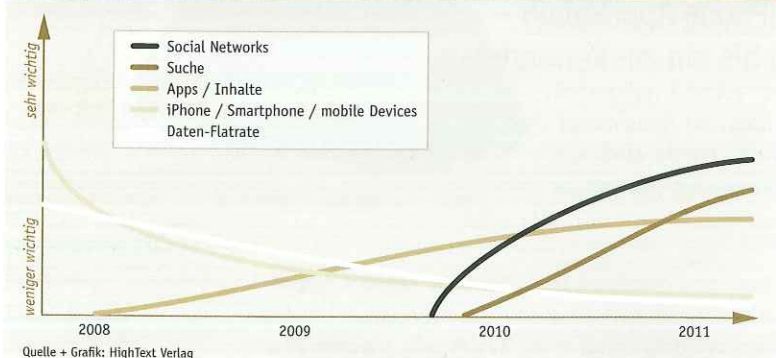
Gleichzeitig können neue Endgeräte Sites aus dem stationären Web immer besser darstellen, sodass eigene Mobile-Sites gar nicht immer notwendig sind. Zudem bringen Apps maßgeschneiderte Inhalte auf die Handys. Parallel zur steigenden Nutzung wächst damit auch die Menge der verfügbaren Inhalte, die zum einen refinanziert werden sollen und zum anderen erst den Raum für mobile Werbekonzepte bieten.

Mobile Affiliate als neuer Kanal

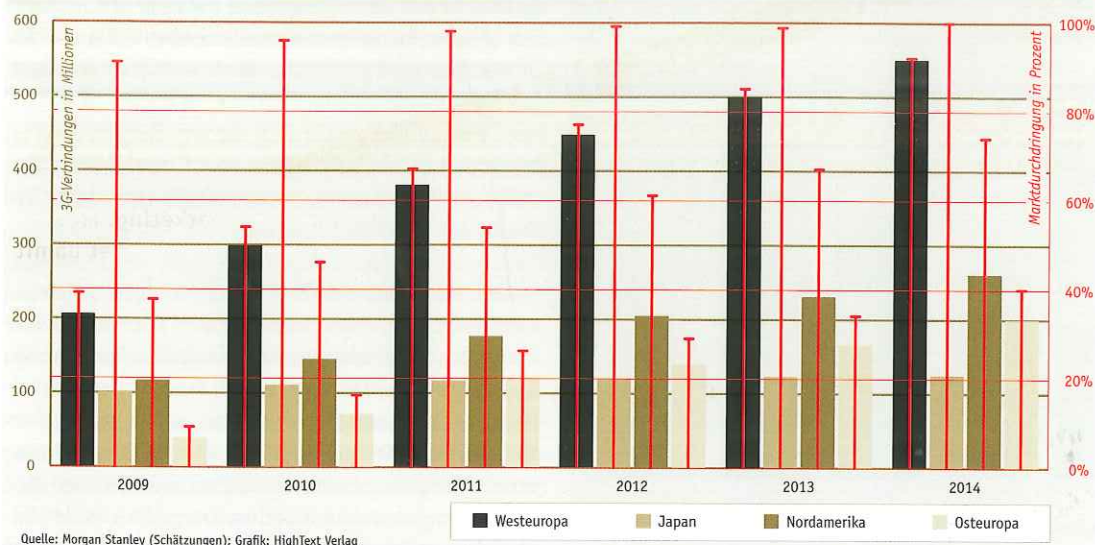
Und die Konzepte sind vielfältig. Belboon-Adbutler, als Teil der YOC-Gruppe mit langjährigem Knowhow in Sachen Mobile Marketing im Rücken, will das Mobile Affiliate-Marketing zunächst als einen weiteren Kanal im Rahmen des Affiliate-Marketings etablieren. „Für die Advertiser läuft es ganz einfach: Sie stellen zusätzliche Werbemittel für Mobile bereit, etwa 6:1-Ads in den vier gängigen Größen sowie Textlinks, dazu kommt das

Social Networks
treiben den Markt

Innovationstreiber des Mobile Affiliate-Marketings



Penetration mit 3G-Geräten in ausgewählten Regionen



Westeuropa treibt den mobilen Breitband-Markt

mobile Tracking, und der Rest läuft dann nach den gelernten Prozessen ab“, erklärt Manuel Kester.

Dahinter steckt allerdings viel Technologie, die derzeit außer Belboon-Adbutler kaum einer zu bieten hat, wie Kester stolz anmerkt. Denn der Ad-Server muss in der Lage sein, die Affiliate-Banner displaygerecht auszuliefern, also an das Gerät, die verwendete Software und die Besonderheiten des Netzbetreibers anpassen. Bei mehr als 3.000 Geräten „schon ein Kunststück“, so Kester. Zudem funktionieren die herkömmliche Tracking nicht, da die mobilen Endgeräte Cookies entweder gar nicht oder auf sehr eigene Weise verarbeiten. Belboon-Adbutler hat deswegen eine neue Tracking-Technologie aufgesetzt.

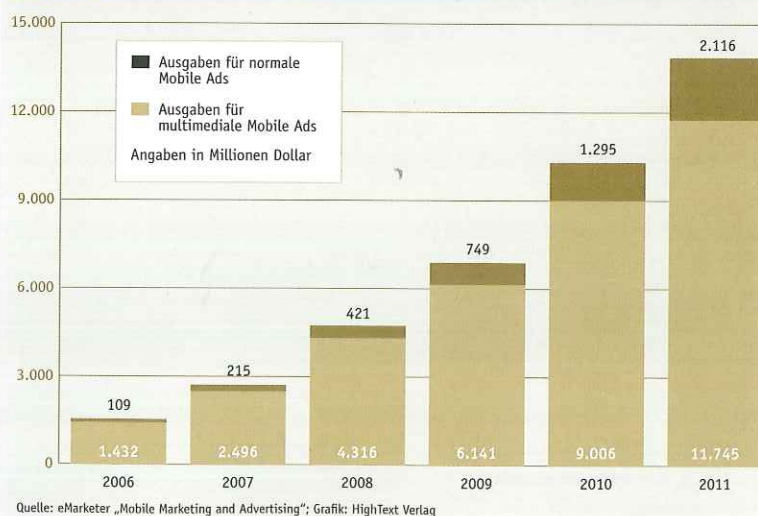
Den hohen Investitionsaufwand, der dafür notwendig ist, scheuen andere Netzbetreiber. Außerdem, so glaubt etwa Gerhard Köstler, Senior Director Product Management beim Affiliate-Netzwerk Zanox, lässt sich Affiliate-Marketing nicht 1:1 auf Mobile übertragen. Ein Grund ist, dass in absehbarer Zeit Güter wie Schuhe, Bücher oder DSL-Verträge - also Dinge, die typischerweise über Affiliate-Marketing beworben werden, nicht über ein Mobilgerät gekauft werden. Ein anderer Grund ist, dass seiner Meinung nach die Stärken des mobilen Internets viel stärker ausgenutzt werden müssen. „Wir brauchen innovative Formen und müssen in ganz neue Richtungen denken“, betont Köstler. Er hält Apps für einen der wesentlichen Bausteine der Zukunft. „Sowohl Apple mit iPhone OS als auch Google mit Android setzen auf Apps, außerdem Social Networks wie Facebook“, so Köstler, „deswegen wird ihre Bedeutung weiter zunehmen und sie werden eine Schlüsselrolle spielen.“

Köstler verdeutlicht die Einschätzung mit Zahlen aus Japan, einem Markt, der Deutschland in Sachen Mobile um mehrere Jahre voraus ist: Bei Mixi, dem größten japanischen Social Network mit rund 17 Millionen registrierten Nutzern, macht laut Köstler die mobile Nutzung bereits 65 Prozent aus. Nur noch die Minderheit der japanischen Nutzer greift über das stationäre Web auf Mixi zu. Eine solche Entwicklung hält er auch hierzulande für denkbar.

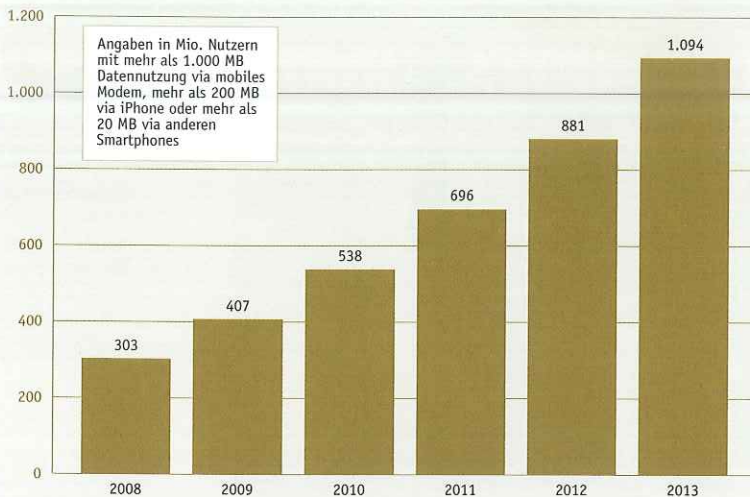
Dementsprechend setzt auch Zanox auf Apps. Das Affiliate-Netzwerk will gezielt Entwickler ansprechen und hat einen eigenen App-Store eingerichtet. Ziel ist, spezielle Angebote für mobile Endgeräte auf den Markt zu bringen.

10 Mrd. Dollar schwer wird der Mobile-Weltmarkt 2010

Ausgaben für Mobile Marketing weltweit



Entwicklung von mobilen Vielnutzern weltweit: Verdreifachung auf mehr als eine Milliarde bis 2013



Quelle: Morgan Stanley (ab 2009 Schätzungen); Grafik: HighText Verlag

Breitband mobil ist ab 2010 Mainstream

Daneben glaubt Köstler an eine weitere Besonderheit mobiler Internetnutzung: Weil die Nutzer das Gerät immer und überall dabei haben, sind sie immer erreichbar und zwar an lokalisierbaren Orten - Stichwort Location-based Services. So könnten zum Beispiel Coupons von Läden in unmittelbarer Nähe des Nutzers auf sein Handy geschickt werden, die ihn in den entsprechenden Laden locken. Kauft er tatsächlich etwas ein, wird die Aktion provisioniert. Oder ein

anderes Beispiel: Ein Kunde sieht in einer Buchhandlung ein Buch, das er einem Freund empfehlen will. Er scannt mit dem Handy den Barcode ein, schickt ihn an eine Produktangebots-Datenbank, die checkt, in welchem Onlineshop das Buch verfügbar ist. Dann kann der Kunde seinem Freund eine Nachricht mit einem Link zu diesem Buch in diesem Shop zukommen lassen, etwa via Twitter, Facebook oder E-Mail. Bestellt der Freund das Buch über diesen Link, erhält der Empfehler eine Provision.

Als weitere Besonderheit spielt die Funktion Telefon eine Rolle. Zum einen können Käufe über das mobile Endgerät schnell und einfach über die Telefonrechnung abgerechnet werden, was je nach Produkt deutlich höhere Konversionsraten verspricht als im stationären Web. Hier werden sicher in den kommenden Monaten etliche Programme entstehen. Zum anderen kann eine Verbindung zwischen mobilem Endgerät und der Bestellung via Telefon geschaffen werden. Dafür liefert das Affiliate-Netzwerk beispielsweise einen Textlink an eine mobile Website aus, über den der Nutzer auf eine spezielle Landingpage gelangt. Dort findet er eine Telefonnummer, die auf Klick angewählt wird und unter der er seine Bestellung vornehmen kann.

Der Vorteil: Der Nutzer hat direkten Kontakt zum Shop, muss nichts eintippen und kann auch herkömmliche Bezahlwege wählen. Weitere Anwendungen, die die Online- und die Offline-Welt via mobiler Webnut-

Sind Sie so nah am Kunden, wie er es von Ihnen erwartet?



Diese sind es schon! Allianz / Barmenia / Bayer / BIG direkt gesund / Boehringer Ingelheim / BSH Bosch und Siemens Hausgeräte / Daimler / Dortmund.de / DZ Bank / E.ON / GAD / GoLocal / Haspa / HEXAL / SCHUFA / Škoda / sueddeutsche.de / Ticket Online / Union Investment / Versicherungskammer Bayern / VfB-Stuttgart / VR-Networld

Mit unserer Standardsoftware web in|MOTION sind Internetdienste, Online-Prozesse und Transaktionen auf mobilen Endgeräten komfortabel verfügbar. Der Kunde hat Ihre Services und Produkte stets in der Tasche und kann mit dem mobilen Portal/der mobilen Applikation in jeder Situation auf Ihre Angebote zugreifen. Gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln wir integrierte Konzepte und Strategien. Darauf basierend wird der mobile Kommunikationskanal optimal in Ihre Prozesse und Ihr Marketing eingebunden. **Sprechen Sie uns an!**

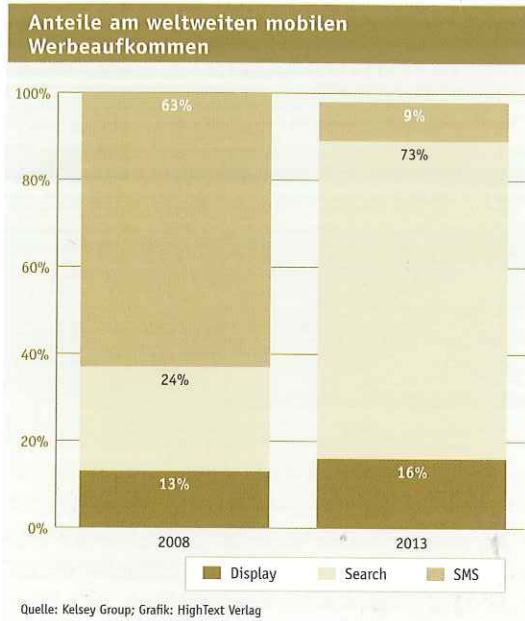
adesso | mobile solutions

zung verbinden, liegen in QR-Tags sowie in Near-Field-Communication. In Japan seien bereits nahezu 100 Prozent der mobilen Endgeräte in der Lage, QR-Tags zu lesen. Bis es hierzulande allerdings soweit ist, wird noch einige Zeit vergehen. Wie lange, ist unklar.

Nils Hachen glaubt, dass vor einem Durchbruch beim Mobile Affiliate-Marketing die mobile Suche etabliert sein muss. Nur dann nämlich finden die Nutzer die Inhalte, die Publisher über Affiliate-Banner refinanzieren wollen. Das allerdings spielt vor allem für klassisches Affiliate-Marketing eine Rolle, das auf mobile Nutzung übertragen wurde. Andere Anwendungen können sich parallel dazu etablieren.

Für Manuel Kester steht fest, dass Mobile Affiliate-Marketing in zwei Jahren zum Standard geworden ist. „Bis dahin wollen wir deutlich über 100 Kunden in diesem Bereich haben und der Umsatzanteil mobiler Partnerprogramme soll im einstelligen Prozentbereich liegen,“ gibt er das ehrgeizige Ziel vor. Denn noch, so räumt er ein, mache Mobile Affiliate noch nicht einmal ein Prozent am gesamten Affiliate-Umsatz bei Belboon-Adbutler aus.

Bis in ein paar Jahren werden sich auf dem Markt verschiedene Player tummeln, darunter nach Ansicht Kesters zwei bis drei große: Neben Spezialisten aus der Affiliate-Ecke haben auch Mobile-Spezialisten eine Chance, sich einen Platz zu erobern. So hält Kester beispielsweise Admob, unlängst von Google aufgekauft, für einen möglichen Player. Und auch Allian-



Mobile Suche wird das bestimmende Thema

zen mit Partnern von beiden Seiten sind gut denkbar, denn so Zanox-Mann Köstler „Wir müssen ja nicht alles selbst machen“.

So wird der Mobile-Bereich in den kommenden zwei bis drei Jahren die gleichen Entwicklungsschritte durchlaufen wie das stationäre Web: Etablieren von Suchhilfen, Ausbau der Inhalte, Weiterentwicklung von Display-Werbeformen und schrittweises Etablieren von Affiliate-Marketing - nur wird dieser Prozess im Zeitraffer stattfinden.

Kein Zugriff auf das komplette Premium-Paket?

Holen Sie sich Ihre eigene iBusiness-Premium-Mitgliedschaft.

Anforderung zurück per Fax:
089/ 578 387 -99
 oder online Mitglied werden:
www.ibusiness.de/premium/



Ja, ich will iBusiness-Premium-Mitglied werden und bestelle die iBusiness-Premium-Jahresmitgliedschaft für monatlich lediglich 24,17 Euro*

Als Premium-Mitglied erhalte ich umgehend Zugriff auf alle Premium-Leistungen auf HighText iBusiness (www.ibusiness.de) wie den exklusiven Trendletter ‚iBusiness Executive Summary‘, alle weiteren Print-Bestandteile der Premium-Mitgliedschaft sowie alle Rabatte für sonstige Leistungen, die der HighText Verlag für Premium-Mitglieder bietet oder bei Dritten für Premium-Mitglieder aushandelt (gegenwärtiger Rabattwert: mindestens 5.700 Euro)**. Die Mitgliedschaft verlängert sich automatisch jeweils um ein weiteres Jahr, wenn ich nicht vor Ablauf kündige.

Name: _____

Adresse: _____

E-Mail: _____

Datum, Unterschrift: _____

* Jahresbezugspreis 290 Euro, Preis plus Mehrwertsteuer

** Die vollständige Liste aller Leistungen kann ich online abrufen: <http://www.ibusiness.de/premium/>