



Macher

Reinhard Springer über seine Kompass-Gespräche und die Defizite der Manager **19**



Moral

Corporate Social Responsibility etabliert sich als Geschäftsfeld für Agenturen **20**



Media

Plan.net und Mediaplus wollen Geschäft in digitalen Medien ausbauen **21**

HORIZONT 11/2008 | 13. März 2008

18

agenturen

www.horizont.net/agenturen

Affiliate-Marketer stellen AE in Frage

Axel-Springer-Tochter **Zanox** kürzt die Agenturprovisionen / Geteiltes Echo im Markt für Online-Partnerprogramme

In der Fernseh- und Suchmaschinen-Werbung steht die umsatzabhängige Vergütung von Agenturen kurz vor dem Aus. Jetzt wanken die Provisionen auch im Affiliate-Marketing.

Im deutschen Affiliate-Marketing ist eine Diskussion über den Sinn und Unsinn von Agenturprovisionen, sogenannten Annoncen-Expeditionen (AE), entbrannt. Auslöser ist der Marktführer Zanox, der die Vergütung seiner Dienstleister vor kurzem arg zusammenschürte. Ob die anderen Affiliate-Vermarkter dem Beispiel folgen, ist noch unklar. Von Affilinet über Commission Junction bis Trade Doubler bestreiten alle bedeutenden Player entsprechende Pläne. Doch für viele Branchenexperten ist es nur eine Frage der Zeit, bis das Zanox-Modell Schule macht.

Bei den Online-Mediaagenturen stößt die Kappung der Vergütungen auf wenig Gegenliebe. „Die AE ist eine sinnvolle Regelung, die der Rolle der Agenturen als Berater ihrer Kunden und Träger des Zahlungsausfallrisikos Rechnung trägt“, sagt etwa Manfred Klaus, Geschäftsführer von Plan.net Media in München. Aus diesem Grund sei eine Abschaffung „völlig unbegründet“.

Eine ähnliche Position vertritt Pilot-Geschäftsführer Jens Jokschat. Seiner Meinung nach sind die Leistungswerte von Online-Kampagnen nur dann gewohnt überdurchschnittlich, wenn „hohe Ansprüche an Beratung, Kreation, Planung und Optimierung“ bestehen. „Und das alles leisten wir als Agentur. Davon profitieren neben den Kunden auch die Medien“, so Jokschat.

Bei den Affiliate-Marketing-Agenturen stößt das Zanox-Modell dagegen viel-



„Die Vorgehensweise von Zanox war völlig inakzeptabel“

GOTTFRIED HÄUSERER, 3G NET



„Agenturprovisionen verzerren nur den Wettbewerb“

LARS RABE, INTERSHOP

fach auf Zustimmung. Und das, obwohl die Unternehmen – ebenso wie die Online-Mediaagenturen – mit Einnahmeverlusten rechnen müssen. So begrüßt beispielweise Lars Rabe, Geschäftsführer der Online-Marketing-Sparte von Intershop, ausdrücklich den Wegfall der Agenturprovisionen. Begründung: „Der Wettbewerb der Agenturen untereinander wird dadurch deutlich transparenter gestaltet, auch und vor allem dem Kunden gegenüber.“

Überhaupt hält Rabe die AE für nicht mehr zeitgemäß, da sie in den meisten Fällen sowieso an den Kunden durchgereicht werden und die Refinanzierung der Agentur entweder pauschal oder in Prozent vom Budget erfolgt. „Wir brauchen in Deutschland keine AE. Sie

macht die tägliche Arbeit nur komplizierter und verzerrt den Wettbewerb“, sagt der Intershop-Manager.

Auch Gottfried Häuserer, Geschäftsführer der Agentur 3G Net, bevorzugt eine leistungsorientierte und transparente Bezahlung, bei der im Gegensatz zu den AE nichts verschleiert werde. Allerdings sieht er durch das eigenmächtige Vorgehen von Zanox die bewährte Dreierkonstellation zwischen spezialisierten Agenturen, Netzwerken und den Kunden gefährdet.

Zanox hatte die Provisionen ohne Vorlaufzeit gekürzt, teilweise sogar rückwirkend. In der Folge hatten die Agenturen – anders als beim Suchmaschinen-Marketing, wo die Provisionen schrittweise auslaufen – keine Gelegenheit, ihre

Geschäftsmodelle rechtzeitig anzupassen. „Die Vorgehensweise war völlig inakzeptabel“, beschwert sich Häuserer. In der Folge sei das Vertrauen „deutlich getrübt“.

Herald R. Fortmann, Geschäftsführer des Online-Marketing-Dienstleisters Advertising.com Deutschland, kann die ganze Aufregung nicht nachvollziehen. Seiner Einschätzung nach haben die Provisionen keinerlei Einfluss auf den Markt. „Die Agenturen werden durch die Streichung nicht ärmer, sondern die Kunden müssen mehr bezahlen.“ Die Kunden wüssten das und berücksichtigten das bei ihrer Preisfindung.

Die Affiliate-Vermarkter halten sich in der Diskussion auffällig bedeckt. Vermut-

lich, um nicht durchblicken zu lassen, ob sie ähnliche Pläne wie Zanox in der Schublade haben. „Agenturen sind im Affiliate-Marketing eine feste Größe und wir glauben, dass eine gute, engagierte Agentur auch einen Mehrwert für Advertiser und Netzwerk bietet“, teilt beispielsweise Affilinet-Chef Christoph Röck verkleinert mit. Sein Unternehmen sei seit jeher sehr zurückhaltend bei Agenturprovisionen gewesen und werde an dieser Strategie auch weiterhin festhalten. „Eine AE ist sinnvoll, wenn sie das Ergebnis einer wertsteigernden Zusammenarbeit ist“, sagt Commission-Junction-Geschäftsführer Michael Kruse. Als „reines Ritual“ sei sie dagegen völlig überflüssig.

Provisionen: Wer zahlt was?

Im Gegensatz zu anderen Mediengattungen gibt es im Geschäft mit Online-Partnerprogrammen (Affiliate-Marketing) keine einheitliche Regelung für **Agenturprovisionen**. Nach HORIZONT-Informationen haben Commission Junction und Trade Doubler bislang meistens 15 Prozent der Umsatzsumme bezahlt. Zanox überwies teilweise sogar noch mehr, Affilinet dagegen meistens weniger. Die Höhe der Prozentsätze und die Aufteilung in AE und Erfolgsprämien wird in der Regel individuell vereinbart. Im Search-Marketing waren lange Zeit 15 Prozent üblich. 2006 ersetzte Google die AE durch das Förderprogramm Best-Practise, das Ende 2008 ausläuft.

Auch die Yoc-Tochter Belboon knüpft die AE-Zahlung an bestimmte Bedingungen: Agenturprovisionen aus Prinzip seien sicherlich nicht angebracht. Aber: Erbringen die Agenturen wesentliche Leistungen, seien individuell vereinbarte Provisionen durchaus angebracht. Zanox will seine „guten Partner“ weiterhin leistungsgemäß entlohnen. **BERT RÖSCH**

Fremdsprachen- und Lektoratsservice aus einer Hand

Das sind keine Osterfeuer, die da brennen. Das sind Ihre Vkf.-Folder.

Korrigieren und lektorieren – professionell, flexibel und schnell. Tel. 0 41 02/2 35-0, info@wienersundwieners.de, www.wienersundwieners.de

WIENERS+WIENERS
Übersetzen · Adaptieren · Korrigieren