

## Affiliate Marketing Branchenanalyse Baby & Kind

**Der Online-Markt für Baby- und Kinderartikel wächst. Onlineshops in dieser Branche sollten daher ihre Marketing-Strategie breit aufstellen, um erfolgreich zu sein. Die Digital Marketing Agentur xpose360 nahm dies zum Anlass, um fünf Onlineshops für Baby- und Kinderartikel hinsichtlich ihrer Strategie im Affiliate Marketing zu untersuchen: babymarkt.de, baby-walz.de, mytoys.de, tausendkind.de und windeln.de. Kriterien waren unter anderem das Vergütungsmodell, bereitgestellte Werbemittel und KPIs wie Stornorate und Conversion Rate.**

**Augsburg, 27.11.2017** – Steigende Ausgaben pro Kind und die wieder wachsende Kinderzahl in Deutschland führen zu einem steigenden Umsatz im Segment „Spielzeug & Baby“. Dadurch dass die Zielgruppe der jungen Eltern verstärkt online einkauft, sollten die entsprechenden Onlineshops in allen Online Marketing Disziplinen aktiv sein, unter anderem im Bereich Affiliate Marketing.

Die xpose360 nimmt in ihrer Affiliate Marketing Analyse die Onlineshops **babymarkt.de, baby-walz.de, mytoys.de, tausendkind.de** und **windeln.de** unter die Lupe und vergleicht diese hinsichtlich einer Reihe von öffentlich einsehbaren KPIs (Key Performance Indicators). Anhand dieser bewertet die Digital Marketing Agentur die Konzepte und spricht dabei Empfehlungen und Optimierungsvorschläge aus, wie eine ideale Aufstellung im Affiliate Marketing gestaltet werden sollte. Welche Vorteile bietet das jeweilige Partnerprogramm für die Publisher? Wie unterscheidet sich die Performance der Onlineshops? Ist das Programm mobile optimiert? Ist ein Hinweis zum Partnerprogramm auf der Webseite vertreten? All diese Fragen beantwortet die xpose360 in der Branchenanalyse.

### **Publisher Konditionen – Das A und O für eine erfolgreiche Zusammenarbeit**

Innerhalb der für Publisher relevanten Gesichtspunkte wurden mehrere Aspekte berücksichtigt. Hier spielen die Partnerrichtlinien sowie die Zahl und Aktualität der zur Verfügung gestellten Werbemittel eine Rolle. Außerdem wurden das Provisionsmodell und die Cookie Laufzeit berücksichtigt.

Mit welchen Publisher Modellen und Bewerbungsarten die Programmbetreiber zusammenarbeiten, können sie zum einen in den Programmbeschreibungen der Netzwerke als auch in zusätzlichen AGB festhalten. Aktuell nutzen nicht alle Onlineshops diese Möglichkeit.

Die Provisionsmodelle der untersuchten Partnerprogramme sind zum Teil abhängig von den Produkten oder dem Publisher Modell, das heißt: Bestellungen werden mit unterschiedlich hohen Provisionen vergütet – je nach Inhalt des vermittelten Warenkorbs oder abhängig vom Publisher Typ.

Bezüglich der Werbemittel gibt es in jedem einsehbaren Partnerprogramm Nachholbedarf.

## **Die Transparenz der Performance ist noch ausbaufähig**

Für die Bewertung der Performance der Onlineshops untersuchte die xpose360 den Validierungszeitraum der einzelnen Sales und weitere Eckdaten wie den durchschnittlichen Warenkorbwert, die Stornorate und die Conversion Rate. Überzeugen konnten alle fünf Partnerprogramme mit der schnellen Bestätigung der Sales und somit der Auszahlung der Provision. Bei der Stornorate und Conversion Rate gibt es große Unterschiede: babymarkt.de hat eine äußerst geringe Stornorate von nur 5 % und eine durchschnittliche Conversion Rate von 4,4 % – bei diesem Wert liegt baby-walz.de mit 12,8 % an erster Stelle. Den durchschnittlichen Warenkorbwert veröffentlicht kein Shop. Mittels der drei genannten Werte könnten Publisher jedoch die Rentabilität der Partnerprogramme am besten vergleichen. Hier können die Shops also mit geringem Aufwand für mehr Transparenz sorgen.

## **Sichtbarkeit und Optimierung der Partnerprogramme**

Die Programmbeschreibung ist das Aushängeschild eines Partnerprogramms. Alle Programme nutzen diese Fläche gut, sollten jedoch noch einen persönlichen Ansprechpartner ergänzen, wie es bei tausendkind.de der Fall ist. Sehr positiv wird in der Analyse festgehalten, dass auf allen Shopseiten eine Infoseite zum Partnerprogramm existiert.

Die Shops wurden alle mobile optimiert, was vor allem für Publisher mit einem hohen Anteil an mobilem Traffic ein wichtiges Kriterium darstellt.

## **Zusammenfassung**

Die von der xpose360 analysierten Onlineshops konnten größtenteils gut abschneiden, jedoch zeigen sich noch einige Potentiale:

- Werbemittel in den Netzwerken stets aufgeräumt und aktuell halten
- Vertrauen schaffen durch direkte Ansprechpartner und Kommunikation von wichtigen KPIs
- Richtlinien über Netzwerke und zusätzliche AGB festlegen
- Offene Kommunikation und regen Austausch mit den Affiliates führen

Die vollständige Studie können Sie über den folgenden Download-Link kostenlos herunterladen:

**<https://www.xpose360.de/case-studies/>**

## **Über xpose360**

Die xpose360 GmbH ist eine Digital Marketing Agentur aus Augsburg, deren Ziel die nachhaltige Umsatz- und Trafficsteigerung für Kunden wie NORMA, L'TUR, yello, Peter Hahn, Tarifhaus, impuls, herrenausstatter.de, exali.de, grünbeck oder Singapore Airlines ist. Die xpose360 gliedert sich in die Geschäftsbereiche Search und Performance Marketing sowie Conversion.

Mit der xpose360 erhalten Sie einen zentralen Projektmanager, der Ihr Projekt professionell betreut. Dabei arbeitet das Team von 35 professionellen Mitarbeitern am Puls der Zeit und ist stets über die neuesten Entwicklungen in der Branche informiert. Ihr Ansprechpartner koordiniert Ihre Performance Kanäle, Redaktion, Technik sowie eventuell angeschlossene Agenturen.

Die Qualität der xpose360 ist durch internationale Auszeichnungen mehrfach zertifiziert. So gehören Qualitätszertifizierungen wie das BVDW Zertifikat in den Bereichen SEA und Affiliate Marketing sowie die Zertifizierung als Google Analytics Professional, Google AdWords Professional und Google Display Professional zu den Qualitäten der Agentur.

Zudem zählt die xpose360 zur iBusiness SEO Top 100 Agentur, als SEO United Agentur-Tipp, als LRT Associate und ist von Sistris als zertifizierte Agentur gewählt worden.

## **Pressekontakt xpose360 GmbH:**

Verena Weiß  
xpose360 GmbH  
Am Silbermannpark 2  
86161 Augsburg  
Fon.: +49 (0) 821-455289202  
E-Mail: v.weiss@xpose360.de