

A nighttime photograph of a city skyline, featuring the Chrysler Building and the Empire State Building. The Chrysler Building is illuminated with green lights, and the Empire State Building has a red and white illuminated top. The sky is a deep blue and purple.

**Kurzebook - Gratisexemplar**

# **Virales Marketing**

**Definition, Beispiele,  
Tipps, Tricks und Ideen**

**zu schnellem Erfolg**

von Alexander Josef Hohmann

**Inklusive Special Feature**

**Wie man sich mit viralem Marketing und den besten  
Partnerprogrammen auch ohne Eigenkapitaleinsatz  
eine lebenslange Rente aufbauen kann**

Kurzebook:

Alexander Josef Hohmann

## **Virales Marketing**

### **Definition, Beispiele, Tipps und Ideen zu schnellem Erfolg**

Liebe Leserin, lieber Leser,

Sie erhalten mit diesem Ebook ein breites Spektrum nicht nur an Informationen, sondern auch und gerade eine Vielzahl an sehr nützlichen Tipps, Tricks, Ratschlägen sowie wichtigen Verweisen zum hochspannenden und dem wohl zugleich topaktuellsten Thema der Werbewirtschaft überhaupt: Dem sogenannten viralen Marketing.

Das virale Marketing darf hierbei, da neu, noch unverbraucht und nicht zuletzt aufgrund seines Charakters wohl als die bei weitem wirksamste unter allen Formen des Marketing, nicht ohne Grund als *das Erfolgstool schlechthin* für clever lancierte Marketingkampagnen angesehen werden. Das Schöne am viralen Marketing ist, dass dieses sehr intelligent nicht nur von Marketingagenturen und Professionals, sondern faktisch von jedem auch ohne großes Budget zur Vermarktung interessanter Angebote eingesetzt werden kann. Begründet liegt dies nicht zuletzt in der Kombinierbarkeit verhältnismäßiger Kostengünstigkeit mit gleichzeitig hoher Effektivität und sehr hohen Reichweiten. Erfolgreiches virales Marketing selbst basiert *primär* auf Cleverness und Kreativität und erst sekundär auf High budgets, die jedoch *gerade und vor allem bei dieser Marketingform* Fehler bei vorab genannten Kriterien niemals zu kompensieren vermögen können.

Daher gilt meine Motivation und mein Appell an alle Leser dieses Buches gleichermaßen:

Ergreifen Sie Ihre Chance und bauen Sie sich auch ganz ohne eigenes Kapital, zum Beispiel im Rahmen von Partnerprogrammen - auf welche im übrigen zum Ende dieses Werkes in einem Special Feature noch vertiefend eingegangen werden soll - ein komplett eigenes Geschäft in Form eines lukrativen Zusatzeinkommens oder auch Haupteinkommens auf: Alle Wege stehen Ihnen hierfür weit offen und Chancen bieten sich, nicht zuletzt Dank des viralen Marketing und Ihrer Ideenvielfalt, günstig wie nie!

Und Sie möchten doch zukünftige Erfolge nicht einfach leichtfertig und unversucht verschenken, oder ...?

Rechnen Sie doch einfach einmal clever nach und nutzen Sie das Potenzial des VM gezielt für sich!

**Mein ganz persönlicher Tipp:** Setzen Sie einfach die in diesem Buch enthaltenen Informationen gezielt um, nutzen Sie die Angebote, die Sie im Folgenden in Form von Linkverweisen vorfinden (zur Motivation, Literaturtipps, Partnerprogramme etc., alle diese Dinge sind wohlüberlegt von mir als Gesamtkonzept aufeinander abgestimmt und ergeben, sich komplementär ergänzend, ein großes Ganzes) und der Erfolg wird nicht lange auf sich warten lassen. Beachten Sie auch die Erfolgsgeheimnisse der Supererfolgreichen. Denn der Erfolg dieser Menschen hat seine klaren Gründe und Ursachen!

Ansonsten darf ich Ihnen noch „Viel Spass“ bei der interessanten Lektüre dieses Ebooks, daraus hervorgehend zahlreiche innovative Ideen und Kreativität beim Umsetzen der Vorschläge sowie gute zukünftige Erfolge wünschen!

Mit motivierendem Gruß und besten Wünschen

Ihr *Alexander Josef Hohmann*

## **Inhalt:**

1. Der optimale Einsatz des viralen Marketing
2. Warum gerade virales Marketing?
3. Sehr erfolgreiche und populäre Beispiele aus der Welt des viralen Marketing
4. Spezielle Tipps zur erfolgreichen Anwendung des viralen Marketing
5. Die richtige Formulierung Ihrer Werbebotschaft
  - 5.1 Zum Einbau von Hyperlinks
6. Beispiele für erfolgreiche virale Werbetexte
7. Achtung: Fehlerquellen und Fettnäpfchen in der Anwendung des viralen Marketing
8. Exkurs: Die Erfolgsgeheimnisse der wirklich Supererfolgreichen
9. Zusammenfassung

## **Inklusive Special Feature:**

Wie man sich mit viralem Marketing und den besten Partnerprogrammen auch ohne Eigenkapitaleinsatz eine lebenslange Rente aufbauen kann

---

### **Der ultimative Ratgeber! Oder Anti-Ratgeber!**

**Was müssen Sie tun, um unglücklich zu werden? In dem kostenlosen eBook „33 todsichere Tips für ein mißlingendes Leben“ finden Sie die besten Wege, um im Leben gnadenlos zu scheitern. Oder eben das genaue Gegenteil!**

**Weitere eBooks gratis – denn wer liest, gewinnt den Überblick!**

---

Einen exzellenten Weg, seine Werbe-, Informations- oder Verkaufsbotschaft sehr schnell, effektiv und zugleich effizient weit verbreiten zu können, bietet im Kreis der Marketinginstrumente das rasant populärer werdende innovative Konzept des viralen Marketing.

## **1. Der optimale Einsatz des viralen Marketing**

**Virales Marketing**, welches manchmal auch als **Viral-Marketing** oder analog als **Virus-Marketing**, kurz **VM** bezeichnet wird, stellt eine neue Form und als zunehmend wichtiger werdender Themenkomplex ein sich immer weiter verselbständigendes Instrument des Marketing im Rahmen eines gelungenen gesamtheitlichen Marketingmixes dar.

Virales Marketing operiert dahingehend, unter gezielter Ausnutzung bestehender sozialer Netzwerke in geschickter Weise Aufmerksamkeit auf Marken, Produkte oder Kampagnen zu lenken, indem Nachrichten (zum Beispiel Werbebotschaften für [Ebooks](#) oder für [hochprofessionelle Verkaufsplattformen](#)) sich wie ein Virus epidemiegleich ausbreiten - oder auch ganz gezielt und mit professionellem Anspruch unter der Zwecksetzung allgemeiner Bekanntheitserhöhung zur Ausbreitung gebracht werden.

Heutzutage sehr charakteristisch für das virale Marketing ist es, sehr gezielt eigene Produkte zu entwickeln, die zwar aus vordergründiger Sicht („at first sight“) seitens des Recipienten mit Werbung (Marketingmaßnahmen) nicht in Verbindung stehen, jedoch geschickt „zwischen den Zeilen“ Werbebotschaften lancieren, deren Verbreitung aber letztendlich den alleinigen Zweck für die Entwicklung solcher „Hüllen“-Produkte (wie zum Beispiel Videoclips, Online games, Internetplattformen etc.) darstellt.

- Anzeige -

**Entdecken Sie eine gigantisch neue Dimension des Internets für sich:**

## **Elmercs**

### **Für Verkäufer:**

- ▶ Verkaufen Sie Ihre Produkte über ein rasant wachsendes Affiliate-Netzwerk mit hochmotivierten Verkäufern und Superaffiliates - und das ohne jede Grundprovision!
- ▶ Legen Sie Ihre Provisionsebenen für Affiliates frei nach Ihren Wünschen zwischen 5% - 94% fest
- ▶ Gestalten Sie die Anzahl der Verkaufsebenen inklusive der jeweils zugehörigen Provisionen frei nach Ihren Vorstellungen und schaffen Sie damit sehr gezielt Anreize für hochmotivierte Affiliates
- ▶ Keine aufwändige und lästige Abrechnung: Das übernimmt Elmercs.com komplett für Sie
- ▶ Elmercs.com: Die ideale Verkaufsplattform für Ihre Produkte und Leistungen!

### **Für Affiliates:**

- ▶ Elmercs bietet hochattraktive Produkte mit großem Verkaufspotenzial
- ▶ mit die höchsten Provisionserlöse im deutschsprachigen World Wide Web - wenn nicht sogar weltweit - erzielbar!  
Darüber hinaus bietet Elmercs 1 € schon je qualifiziertem Lead (= Neuanmeldung)
- ▶ Schnelle und einfache Abrechnung mit Online-Sofortüberweisung

### **Für alle gleichermaßen gilt:**

Für **jedes** Produkt, welches jemand über Elmercs verkauft, der über Sie geworben wurde, erhalten Sie Provisionen - **und das ein Leben lang!**

Die Anmeldung und Mitgliedschaft bei Elmercs.com ist selbstverständlich **für jeden 100% kostenfrei!**

**Elmercs.com. We will make you discovering a new dimension of the Internet.**

Die Verbreitungsform der (Werbe-)Nachrichten in und mit diesen Produkten basiert im VM dem Grunde nach auf dem altbekannten und sehr erfolgswährten Instrument der Mundpropaganda, also einer forcierten Ausnutzung der Kommunikation zwischen Kunden oder Konsumenten (Playern, Viewern) untereinander. Die klassische Form der Mundpropaganda kann unter anderem, als Teilaspekt des viralen Marketing in „moderner“ Abwandlung, auch online über sogenannte „Tell-a-friend“ oder andere webseiten- oder nichtwebseitenintegrierte Weiterempfehlungsfunktionen erfolgen.

Es ist wiederum exakt die Form der Mundpropaganda mit dem Vertrauensvorschussfaktor des Empfängers gegenüber dem Empfehlungsgeber, die richtig koordinierten, getimeten und zielgruppengerecht designten VM-Kampagnen zu deren oft als außergewöhnlich zu bezeichnenden Erfolgen bei zugleich hohem und höchstmöglichem Selbstläufertum verhelfen.

Die vier wesentlichen Eckpunkte und Erfolgsträger des viralen Marketing sind:

1. Das „Virus“ selbst („Stickness-Faktor“), welches den Adressaten an der Werbebotschaft bzw. dem Objekt, für welches Aufmerksamkeit erregt werden soll, hängen lässt (engl.: to stick = kleben lassen. Frei übersetzt steht dahinter: Faszination erregen und dadurch die Verweildauer des Users erhöhen“) und diesen veranlasst, Weiterempfehlungen (in Form von „online oral propaganda“) auszusprechen (z.B. über eine „Tell-a-friend“-Funktion).

Im Idealfall sollte der virus trigger (Auslösefaktor) einzigartig, neu sowie von hoher Originalität bei gleichzeitig allgemein hohem Nutzen sein und bevorzugt in Verbindung mit Kostenneutralität für sowohl den Empfehlungsgeber als auch den Empfänger der Botschaft stehen.

2. Setzung der richtigen Rahmenbedingungen sowohl seitens der Technik (Serverbeschaffenheit, Datenleitung, Bildaufbau, Störungsfreiheit, Softwarekompatibilität zu von den Usern verwendeten Browsern etc.) als auch eine bereits in der Entwicklung zu beachtende Einpassung in das allgemeine Umfeld (die Botschaft muss zur Kultur und dem Zeitgeist passen, in welchen sie verbreitet werden soll und somit „den Nerv der Zeit und das Userbefinden in möglichst großem Umfang treffen“).
2. Die Überträger („Few“), die zur Weiterverbreitung des Virus beitragen. Darunter sind die User zu verstehen, welche eine (Werbe-, Info-,) Botschaft aktiv weiterempfehlen sollen.
3. Der Nährboden („Power of context“) = Weiterempfehlungsanreiz. Der Nährboden ist ein Synonym für das „Warum?“ etwas weiterempfohlen wird (Beispiele: Originalität, Frechheit, Einmaligkeit, Smartness und idealer weise von allem etwas, gewichtet nach situativem Kontext ...).

Die letztendlich tatsächlich entscheidenden, tieferliegenden Anreizfaktoren und Gründe für eine Empfehlungsgebung sind im allgemeinen, dass sich der Empfehlungsgeber vom Empfänger aufgrund des Inhaltes der weiterempfohlenen Sache einen

a.) materiellen (Erwartung von Verdiensten)

b.) psychologischen („seelischen“ - zum Beispiel Anerkennung, Image, „Dazugehören“, „Up-to-date“ erscheinen wollen, „Der Empfehlungsgeber ist hip oder in“ o.ä.)

c.) sowohl materiellen als auch psychologischen („seelischen“)

Vorteil oder Nutzen verspricht. Der Nährboden wird verstärkt, wenn mehrere Weiterempfehlungsanreize einerseits gleichzeitig als auch andererseits in idealer Weise perfekt aufeinander abgestimmt (Verstärkereffekt) gegeben sind und in ihrer Wirkung auf die Zielerreichung hin gebündelt eingesetzt werden können.

---

Im Lotto zu gewinnen ist Glück oder Zufall -

**Mit unserer Roulettesoftware in Onlinecasinos beständig erfolgreich zu sein nennt sich Professionalität.**

**Jetzt Sharewareversion gratis und ohne jegliches Risiko unbegrenzt testen!**

---

Gerade im Internet ist die virale Verbreitung von Marketingbotschaften ein sehr vielversprechendes Marketingsegment mit sehr nachhaltigen Erfolgsaussichten bei gleichzeitig äußerst günstigem Kosten-/Nutzenverhältnis.

## **2. Warum gerade virales Marketing?**

Das Internet als weltumspannendes, digitales Netzwerk mit einer schnell immer größer werdenden Anzahl an Teilnehmern und einer Verbreitungsmöglichkeit von Messages in Sekundenbruchteilen eröffnet die gänzlich neue Situation, dass sich interessante, lustige, verrückte, unterhaltsame oder auch provokante Botschaften in Windeseile um die Welt verbreiten können oder gezielt lancieren lassen. Dies besitzt in Analogie dazu für Werbebotschaften, die dem Potenzial nach - mit den Schlüsselerfolgskriterien „geimpft“ – eine entsprechende innere und äußere Ausgestaltung besitzen, Validität.

Die wesentlichsten Vorzüge des viralen Marketing im Detail:

- Am signifikantesten ist der Vorzug der „guten alten Mundpropaganda“ zu werten:  
  
Durch die Reizüberflutung von Verbrauchern (diese werden mit „klassischer“ Werbung regelrecht „bombardiert“) erlebt die Mundpropaganda eine regelrechte Renaissance. Denn unter dem „Bombing“ seitens klassischer Werbeformen leidet nicht nur die mentale Aufnahmefähigkeit, sondern verstärkt auch das Vertrauen in die Werbeaussagen vieler Unternehmen. Umgekehrt und aus einer allgemeinen Rückzugssituation heraus gewinnen persönliche Empfehlungen von Freunden, Bekannten, Kollegen, etc. wieder mehr und verstärkt an Bedeutung.
- Durch das in vielen Fällen nicht erforderliche Buchen kostspieliger Anzeigenformate, sondern demgegenüber das Lancieren der Werbebotschaft über den Verbraucher selbst („Few“), indem man diesen als Werbeträger und Verbreiter der Werbebotschaft aktiv in den Prozeß des Spreading/Distribuiertens einbindet und als Transmitter nutzt, ist es möglich, in nicht unerheblichem Umfang Kosteneinsparpotenziale zu realisieren.
- Die Qualität der Art der Kontakte im Rahmen einer viralen Marketingkampagne dürfte durch nahezu kein anderes Werbemedium auch nur annähernd erreicht werden. Da virale Werbebotschaften meist durch Mundpropaganda „von Freunden an Freunde“ weitergegeben werden, haben diese einen gänzlich anderen Status als unaufgeforderte Werbeformen diesen je erlangen können werden. Aufgrund dessen darf die Bereitschaft des Empfängers, sich mit dem Produkt ernsthaft auseinanderzusetzen zu wollen, als weit überdurchschnittlich gegenüber konventionellen Werbeformen eingestuft werden.
- Entsprechend kreativ gestaltete Viral-Marketing-Botschaften adaptieren sich in cleverer Weise an die Erwartungshaltung der User. Die Nutzer haben Spaß am Genuß der Botschaft und nehmen die Art der Darstellung nicht als unerwünschte oder belästigende Werbung wahr, sondern als bereicherndes Informationsangebot mit positiver Assoziation zum Produkt und Anbieter (Marken-Image-Gewinn!) unter der sehr gezielt intendierten Konsequenz der Erzeugung eines „Memory-Effektes“ einschließlich Branding (Markenbildung) and Awareness Shaping.
- Erfolgreiches VM nutzt enorme Multiplikatorpotenziale. So hat beispielsweise eine Untersuchung an den Tag gebracht, dass 30 Mio. der Zuschauer eines erfolgreichen Films von gerade einmal 3 Mio. Menschen (Multiplikator 10) beeinflusst werden, welche selbst wiederum auf die Empfehlung von lediglich 3.000 Menschen (Multiplikator 1000!) hören. Viral Marketing wird als ein hocheffizientes Mittel angesehen, um exakt diese 3.000 Menschen zu adressieren

oder zumindest einen wesentlichen Teil dieser besonderen Nutzer für die Verbreitung der eigenen Werbebotschaft einspannen zu können.

### **3. Sehr erfolgreiche und populäre Beispiele aus der Welt des viralen Marketing**

Als das wohl bekannteste Beispiel eines Projektes des viralen Marketing und im übrigen als eines der ersten professionell erstellten VM-Projekte überhaupt darf das zu Beginn dessen Launching noch zum kostenlosen Download bereitgestellte Online-Spiel Moorhuhn angesehen werden, welches ein Marketinglaunch der Firma Johnnie Walker war - und dieser neben einer Steigerung der Bekanntheit des eigenen Markennamens an sich auch noch Erlöse aus dem späteren Rechteverkauf des Moorhuhngame selbst generierte.

Das Spiel konnte, wie bereits erwähnt, anfangs auf der Homepage der die Spielentwicklung in Auftrag gegeben habenden Firma Johnnie Walker noch kostenfrei heruntergeladen werden und avancierte sehr schnell zu einem absoluten Hit mit „must have“-Charakter im Internet.

---

**Virales Marketing + eines der besten Partnerprogramme im Internet = Ihr Erfolg!**

---

Ebenfalls sehr erfolgreich ist das Internetportal [Spreadshirt](#), welches einen Großteil seines Erfolges auf Instrumente der virtuell-viralen Mundpropaganda, gekoppelt mit einem für sehr viele User überdurchschnittlich attraktiven Produktprogramm, zurückzuführen weiss. [Spreadshirt](#) bietet seinen Usern eine sehr interaktive Kommunikation und bindet diese somit aktiv in seine Unternehmensprozesse ein („making clients a part of the company“), was wiederum sehr positiv durch eine userseitig weit überdurchschnittlich hohe Weiterempfehlungsrate honoriert wird.

Über obige Beispiele hinaus vielzitierte Projekte, die primär durch die Dynamik des viralen Marketing sehr populär wurden und „in aller Munde“ gelangten, sind die einstige Internettauschbörse Napster wie auch der Film „The Blair Witch Projekt“, welcher als absolute Low Budget Produktion und mit minimalem Werbeaufwand fast alleinig durch die Kraft der Mundpropaganda als Selbstläufer sehr erfolgreich wurde. Der Grund hierfür dürfte, neben einem an sich spannenden Plot, der seinerzeitige Neuigkeitscharakter des Genres - die „Tarnung“ eines Spielfilmes im Gewand einer vermeintlich authentischen Dokumentation - was in „The Blair Witch Projekt“ wohl in seiner speziellen Weise initial realisiert wurde - gewesen sein.

### **4. Spezielle Tipps zur erfolgreichen Anwendung des viralen Marketing**

Wie anhand obiger Beispiele eindrucksvoll belegt werden kann, bietet das virale Marketing bei richtigem Vorgehen und unter Berücksichtigung seiner interaktiven Dimension exzellente Möglichkeiten, hinsichtlich eines preisgünstigen und zugleich breiten Vermarktungsspektrums große Käufer- und Adressatenschichten erschließen zu können.

Nutzen daher auch Sie, wie viele andere dies für Ihre Zwecke bereits sehr erfolgreich zu tun vermögen, gezielt zum Beispiel auch im Rahmen von Partnerprogrammen die Kraft des viralen Marketing zur Bewerbung beispielsweise von [Ebooks](#) oder anderen Produkten oder Leistungen wie [Elmercs](#) zur schnellen Bildung einer tiefen Downline mit exzellentem Verdienstpotezial!

Als sehr empfehlenswert hat sich im Rahmen clever eingesetzten VM`s erwiesen, sich zur schnellen Steigerung der Reichweite gerade und sehr gezielt auch den immer populärer werdenden multimedialen Möglichkeiten des Web 2.0 zuzuwenden; so bietet sich zum

Beispiel an, gerade auch auf Tools, wie diese unter anderem von Video-Communitites wie [www.clipfish.de](http://www.clipfish.de), [www.youtube.com](http://www.youtube.com), [www.myspace.com](http://www.myspace.com) oder [www.myvideo.de](http://www.myvideo.de) jedem User gratis eröffnet werden, zurückzugreifen.

---

- Anzeige -

**Das virale Marketing bietet Ihnen exzellente Erfolgsperspektiven.**

**DIE Schlüsselvoraussetzung schlechthin für Erfolg ist jedoch, täglich auf`s Neue motiviert und inspiriert zu sein.**

**Holen Sie sich jetzt von einem Self-Made Millionär als Ihrem täglichen Erfolgscoach das Motivationsrezept, auf welches bereits Tausende täglich vertrauen!**

**Jetzt 14 Tage 100% gratis + unverbindlich testen!**

---

In (selbst- oder auch von professioneller Hand gedrehten) Videos, die Sie dort im allgemeinen kostenlos einstellen können, können Sie möglichst auffällig vor dem Hochladen dieser in erwähnte Communities Ihren Partnerlink oder Ihre Domainadresse einfügen und diese(n) somit geschickt breit distribuieren. Gerade die zumeist extrem hohen Besucherzahlen inklusive der von den Communities bereitgehaltenen Video-Weiterempfehlungsfunktion - gepaart mit dem besonderen Aufmerksamkeitsfaktor, den, wie marketingpsychologische Forschungen beweisen, bewegte Bilder grundsätzlich erregen - werden Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit mit Ihrer Werbung sehr preiswert schon nach oft nur kurzer Zeit äußerst bemerkenswerte Erfolge erzielen lassen.

Zwar nicht ganz so wirksam, aber auch höchst probat ist es, fokussiert sehr populäre Files/Videoclips in genannten Communities aufzusuchen und dort, insofern möglich, Gästebucheinträge bzw. Kommentare zu hinterlassen und diese geschickt mit einem Verweis auf Ihren Affiliate-Link respektive Ihrer Domain zu versehen. Auf diese Weise können Sie sehr einfach von den Views und der Weiterempfehlung eines sehr beliebten Videos in nicht unerheblichem Maß mitprofitieren, ohne dass dies Ihr eigenes Video sein müsste.

Wenn letzeres Vorgehen aufgrund communityinterner Restriktionen nicht möglich sein sollte können Sie auch mit Personen, welche schon Videos in die einschlägigen Communities eingestellt haben, gezielt über die bereitgestellte Kontaktfunktion in Kontakt treten und diese einladen, Ihren Link in deren Videos aufzunehmen. Gegen eine angemessene Gewinnbeteiligung werden jene Personen sicher sehr gerne hierzu bereit sein!

**Zum Abschluss dieses Themas ein spezieller Tipp:**

Konzentrieren Sie sich hinsichtlich Ihrer Kontaktaufnahme primär auf Personen, deren Videos in Top-Positionen der bestbesuchten Video-Communities zu finden sind, da diese in beiderlei Hinsicht die größten Multiplikatoreffekte für Ihre Werbebotschaft erwarten lassen!

Weitere effektive und effiziente (meist preisneutrale) Formen des viralen Marketing sind:

- Der Einbau von aktiven Affiliate- und Domainlinks in digitale Medienformen, so zum Beispiel unter anderen in Ebooks, Online-Kettenbriefe (Zu empfehlen: Animierte Powerpointpräsentationen, am besten versehen mit einer motivierenden Glücksbotschaft - „Wenn Sie diese Mail mindestens 10 x weiterleiten, wird Ihnen innerhalb der nächsten drei Wochen großes finanzielles Glück zuteil. Ansonsten



wird sich Ihr gegenwärtiges Glück wenden.“ - *Spielen Sie hier auch gezielt mit dem Instrument des immer noch sehr tief sitzenden Aberglaubens*)

- Der Einbau von viralen Links in Mailsignaturen
- Das Bereitstellen von E-Card-Angeboten mit Sponsorenhinweisen (unter Umständen jedoch rechtlich in manchen Ländern wie Deutschland als problematisch anzusehen)
- Der Anschluss an einen sogenannten Webring, in welchem sich themenverwandte Seiten ergänzend empfehlen und wechselseitig referieren
- Der Gebrauch von Messenger-Programmen wie ICQ, welche es erlauben, die Webadresse von Internetseiten per einfachem Mausklick weiterzusenden
- Das Setzen von Links im sehr populären Nachschlagewerk [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de), bevorzugt und, wenn möglich, unter die meistgelesenen oder häufig gelesene Artikel
- Das Hinterlassen von Domainhinweisen im Rahmen von Bewertungskommentaren in [www.ebay.de](http://www.ebay.de) bzw. [www.ebay.com](http://www.ebay.com), [www.dubli.com](http://www.dubli.com) etc. (Denken Sie gerade auch bei der Wahl Ihrer Domain an folgende, teils schon in anderem Kontext erwähnte Aspekte: Kürze, Originalität „Verrücktheit“ --- > „Stickness factor“, matching zum Thema (=Content) Ihrer Webseite, Letzteres ist nicht zuletzt im Hinblick auf eine Suchmaschinenoptimierung (SEO) Ihres Angebotes sehr anzuraten)
- Das Einfügen von aktiven Links in reichweitenstarke Newsletter (Melden Sie sich dazu gezielt auch bei kostenlosen Newsletterservices - findbar zum Beispiel in Google™ und Yahoo!™ - an!)
- Die (regelmäßige) Emission eines eigenen Newsletters mit eingebauter Weiterempfehlungsfunktion für diesen
- Eine ergänzende Nutzung von Link- und Mailtauschangeboten (zum Beispiel **Ebesucher**, **Besucherschwarm**, ...)

Ich möchte dem an der Materie des viralen Marketing vertiefend interessierten Leser zur Realisation und optimalen Nutzung der Instrumente des VM wärmstens auch folgende Literaturempfehlungen aussprechen

### **Viral Marketing (Gebundene Ausgabe)**

von Sascha Langner (Autor)

welches sich als eines der Standardwerke zum Thema schlechthin sehr umfangreich mit dem viralen Marketing sowie dessen Anwendungsspektren, -möglichkeiten und -potenzialen auseinandersetzt.

Zudem eignen sich zum Bekanntmachen von Webseiten und Referrallinks auch die Erkenntnisse in folgendem Werk

### **Bekannt wie ein bunter Hund im Internet:**

**Mit einfachen Mittel Geld verdienen**

**(Gebundene Ausgabe)**

von Wolfgang Rademacher

sehr gut.

Beide Werke sind als äußerst lohnenswerte Startinvestition und „Grundausstattung“ für Onlinepublikmachungen zu empfehlen, die sich, gerade auch in Verbindung mit der

Vermarktung beispielsweise von [Elmercs](#), [Gewinn24](#) oder anderen sehr guten Partnerprogrammen, für Sie definitiv schon nach nur kurzer Zeit mehr als amortisieren wird und vielmehr darüber hinaus reich auszahlen dürfte!

**„Ohne Werbung wäre ich Millionär“** J. Paul Getty, **Milliardär**

## **5. Die richtige Formulierung Ihrer Werbebotschaft**

Ein mit hauptentscheidender Faktor für einen guten Return/ein gutes Feedback auf eine Werbebotschaft ist generell - nicht nur im viralen Marketing, **dort aber mit exponierter Wichtigkeit** - eine gute Formulierungsweise und eine optimierte Layouteinbindung der Formulierung in das Trägermedium.

Als ideal haben sich in diesem Kontext Werbetexte erwiesen, die folgenden Kriterien in gleicher Weise gerecht werden:

- ✓ Kürze besitzen und „schon auf den ersten Blick“ und damit **sofort** in ihrer Gesamtheit wahrnehmbar sind
- ✓ Zielgruppengerecht gestaltet sind und einen prägnanten sowie attraktiven Werbetext aufweisen (schlagkräftig, witzig, originell, „crazy“ - Beachten Sie dabei aber stets, dass das Produkt, welches beworben werden soll, mit der Art der Verbalisierung oder schriftlichen Ausformulierung Ihrer Werbebotschaft in Kongruenz stehen sollte und trotz „gesunder Verrücktheit“ in jedem Fall und stets ein widerspruchsfreies, harmonisches Verhältnis zwischen Produkt, Text und Werbeträger herrschen muss)
- ✓ Auffällig in ihrer Aussage sind und dennoch seriös wirken/Seriosität ausstrahlen und, wenn erforderlich, gezielt erzeugen
- ✓ Sich auf das Wesentliche klar und dabei zugleich ausdrucksstark beschränken
- ✓ Bei .doc, .pdf und anderen Textdokumenten wie auch Videoclips stets zentriert und somit unübersehbar in der Bildmitte angeordnet sind
- ✓ Und vor allem auch
  1. Einen hohen Memory-/Assoziativeneffekt und
  2. Einen ebenso hohen Wiedererkennungsfaktoraufweisen.

**(Am wichtigsten in diesem Kontext:** Eine schnell erfass- und merkbare, kurze Domain- beziehungsweise URL-Adresse mit dem „gewissen Etwas“, zum Beispiel Originalität, Kürze, Witzigkeit o.ä.!)
- ✓ Bei mehreren viralen Links in längeren Dokumenten/Moviefiles Variationen von Schriftgröße, -art, -farbe etc.

Ein besonders gutes Instrument zur Erzielung hoher Reichweiten mit guten Marketingresultaten ist auch das Erreichen eines hohen Rankings einer Werbebotschaft oder im Falle einer eigenen Webseite das geschickte Platzieren dieser unter den vordersten Suchergebnissen in führenden Suchmaschinen wie allen voran den Market Leadern mit Google™, Yahoo™ oder MSN™ an der Spitze. Dabei sollte eine Optimierung erfolgen, die sich insbesondere auf die für das beworbene Business wesentlichsten Schlüsselbegriffe konzentriert, welche wiederum im Idealfall

zugleich selbst möglichst stark in Suchmaschinen frequentiert beziehungsweise angefragt sein sollten. Eine Überprüfung von Suchanfragezahlen ist unter anderem unter [www.ranking-check.de](http://www.ranking-check.de) möglich.

Mit die [preiswerteste und zugleich wohl effektivste Weise](#), sehr gute Suchmaschinenrankings zu erlangen, ist der [IBP von Axandra Search](#), welcher es durch die einfache Verständlichkeit der Software nicht nur in der Programmierung von Webseiten versierten Nutzern, sondern auch „Laien“ ermöglichen kann, höchste Rankings in Google™ und Co. für ihr Projekt realisieren zu können.

Was zumeist strategisch bewusst verheimlicht wird: Der [IBP von Axandra Search](#) wird von führenden Rankingservices und SEO-Companies genutzt, welche ihren Kunden oft mehrere tausend Euro/Abrechnungsperiode für Ihre Dienste in Rechnung stellen.

Nicht nur im Rahmen des viralen Marketing ist unbedingt auch darauf zu achten, dass die Dienstleistung/das Produkt, welches vermarktet werden soll, zum einen nicht in Konkurrenz mit dem Dokument/File, in welches die Werbebotschaft eingebunden werden soll, steht und darüber hinaus dahingehend ebenfalls kein contentbezogener Widerspruch (z.B. auf einer Seite einer Tierschutzorganisation Werbung für Wurstwaren platzieren zu wollen) existiert.

---

**Jetzt täglich bis zu 1.000.000 € gratis gewinnen!**

---

Nach vielfacher Erfahrung sollten virale Marketinglinks zur Erreichung optimaler Konversionsraten gezielt entweder ganz zu Beginn einer Seite oder alternativ im oberen Drittel des unteren Teils einer Seite eines Ebooks oder eines sonstigen Dokumentes/File platziert werden.

Die Frequenz der Linkplatzierung sollte zur Vermeidung von Aufmerksamkeitsverlusten einen Link/"Anzeige" je Seite bzw. auf jeder zweiten Seite nicht überschreiten. Dies geht aus mehrfach durchgeführten Untersuchungen und aus meinen eigenen Erfahrungen in gleicher Weise hervor.

Eine größere und damit oft zu große Anzahl an Links je Seite wird vom User als ebenso störend empfunden wie analog eine „virale Anzeige“ in Videoclips, die hinsichtlich der beanspruchten Bildfläche überskaliert und damit zu opulent und zu aufdringlich erscheint. Dies gilt wie erwähnt und von Ausnahmen abgesehen auch für textuell zu ausführliche und umfangreiche Formulierungsweisen. Derartige Fehler bewirken oft das Gegenteil der eigentlichen und ursprünglich gesetzten Marketingintention.

Als am effektivsten hat sich erwiesen, virale Links so zu generieren, dass Werbetexte beim Einbau in ein Ebook oder Textdokument nicht mit offen sichtbaren Partnerlinkadressen/Domainadressen zu versehen sind, einen Werbetext nach obigen Kriterien auszuformulieren und diese(n) danach auf Ihren Partnerlink/Ihre Domainadresse hyperzuverlinken.

Wie das umzusetzen ist, finden Sie im nächsten Unterkapitel dieses Buches detailliert beschrieben.

Wenn man in Kleinanzeigenmärkten wie beispielsweise den sehr stark frequentierten [www.markt.de](http://www.markt.de), [www.vivastreet.de](http://www.vivastreet.de), [www.klakoo.de](http://www.klakoo.de), [www.kijiji.de](http://www.kijiji.de) oder auch anderen Marktplätzen und Foren gratis Kleinanzeigen schalten möchte ist es auch empfehlenswert, Partnerlinks/ Domainadressen zum Beispiel mit Adobe Photoshop in ein Aufmerksamkeit erweckendes Bild (welches Sie sich zum Beispiel nach erfolgreicher Suche in Google Bildsuchmodus aus dem Web heruntergeladen haben) gut sichtbar einzufügen und das Bild parallel zu einer Kleinanzeige im jeweiligen Markt hochzuladen. Am besten ist dies sehr spät oder früh am Morgen zu tun, da bei einem solchen Vorgehen eine Anzeige gleich zu Beginn des nächsten Tages an vorderster Stelle stehen wird!

***Kleinanzeigen mit Bildern werden bis zu 20x häufiger gelesen also solche ohne Bilder!***

Ein sehr gut geeignetes Tool zur äußerst breiten Streuung von Kleinanzeigen wird durch das Webangebot von [www.anzeigenschleuder.com](http://www.anzeigenschleuder.com) bereitgestellt.

### **5.1 Zum Einbau von Hyperlinks in Ebooks:**

Mit MS-Word arbeitend ist es möglich, eine aktive Verlinkung auf einen Partnerlink vornehmen zu können, indem man nach Einbau des Werbetextes in ein Ebook diesen danach mit der Funktion „Hyperlink einfügen“ auf einen Partnerlink/eine Domain-/URL-Adresse aktiv verlinken kann.

Geben Sie dazu bitte die gesamte Adresse Ihres jeweiligen Partnerlinkes inklusive **http://** (!!!) unter „Hyperlink einfügen“ in die Zeile „Dateityp oder Webseite“ Ihres Arbeitsbrowsers ein.

Danach können und sollten Sie das fertig ausgestattete Ebook mit dem AdobeWriter in eine schreibgeschützte .pdf-Datei umwandeln.

#### **Sehr wichtig dabei:**

**Achten Sie bitte unbedingt darauf, dass der Link auch im .pdf als Link blau hinterlegt und vor allem aktiv (vom User auch im .pdf direkt anklickbar) bleibt!**

Wie das genau funktioniert, können Sie entweder bei Adobe ( [www.adobe.com](http://www.adobe.com) ) nachlesen oder unter

<http://www.supportnet.de/discussion/listmessages.asp?autoid=149349>

beziehungsweise auch unter diesem Link

<http://www.traum-projekt.com/forum/86-druckstudio/9089-acrobat-reader-mit-aktiven-links.html>

Grafisch:

<http://www.traum-projekt.com/forum/attachments/2461d1018858960-acrobat-reader-mit-aktiven-links-internet-pdf.jpg>

gut beschrieben vorfinden.

### **6. Beispiele für erfolgreiche virale Werbetexte:**

Im Nachfolgenden können Sie einige gut gelungene und sofort einbaubare Viral-Marketing-Links aus der erfolgreichen Praxis vorfinden:

---

**Verdienen ab jetzt Sie, was heute noch  
Ihre Bank an Ihnen verdient!**

---

---

**Werden Sie noch heute unser Partner und erzielen Sie wie viele unserer Affiliates monatliche Spitzeneinkommen von 10.000,- € und mehr!**

---

**Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht mit Krediten Geld zu verdienen?**

---

**71% Provision in 6 Verdienst-Ebenen!**

---

**Wir bieten Ihnen das wohl beste Partnerprogramm zum Thema „Lotto-Spielgemeinschaft“ mit bis zu 15,5% Lifetime-Provision(!) auf über 6 Ebenen**

**LSSG - Die Lotto Spiel Gemeinschaft**

---

**Ein Profi packt aus: So gewinnen Sie im Roulette!**

**So hab` ich`s entwickelt. So hab` ich`s gespielt. So hab` ich gewonnen.  
Das war über Jahre mein Leben.**

---

Ich möchte Ihnen an dieser Stelle auch die obigen Anbieter, deren Partnerprogramme sowie Angebote ich auch unmittelbar aus persönlicher und oft langjähriger Erfahrung kenne, wärmstens zur eigenen Vermarktung empfehlen.

Melden Sie sich dazu am einfachsten direkt über die obigen Links an, verfahren Sie ansonsten wie vorab in diesem Buch beschrieben und fügen Sie mit Ihrem neu gewonnenen Wissen Ihren Link werbeoptimiert in Ihre Webseite, Ihre Ebooks, Textdokumente, Kleinanzeigen, Videoclips oder Emailsignaturen etc. ein.

## **7. Achtung: Fehlerquellen und Fettnäpfchen in der Anwendung des viralen Marketing**

Beileibe nicht jede Werbekampagne ist alleine durch Einsatz des viralen Marketing als ein - wenn auch mit zu den besten Marketingwegen zählend - Vertriebsweg zu „automatischem“ Erfolg verurteilt. So offenbaren sich durchaus einige signifikante Fehlerquellen, welche zu einem ungewünscht frühen „im Sande verlaufen“ von nach deren Konzept und dem Grunde nach eigentlich sehr guten Werbeprogrammen führen.

Gründe für ein Fehlschlagen beziehungsweise von unterdurchschnittlichen und damit als schlecht zu bezeichnenden Resultaten können unter anderem sein:

- Dass ein Mangel an Kreativität im Hinblick auf die Gestaltung von hinreichend frechen und/oder risikobereit genug formulierten Botschaften indiziert ist, weswegen die Schwelle beim Nutzer (Anreizschwelle), aus eigenem Interesse die Botschaft weiter verbreiten zu wollen, auch in der Realität nicht überschritten wird.
- Dass für den Nutzer (= potenzieller Empfehlungsgeber) kein Mehrwert in Form von Unterhaltungswert, Anerkennungswert durch den Rezipienten, an welchen potenziell empfohlen werden könnte, oder auch in Form eines monetären Vorteiles aus einer Verbreitung respektive einer Empfehlungsgebung zu erkennen ist.
- Dass die Verteilung (Seeding) der Werbebotschaft einen professionellen Rahmen vermissen lässt (Siehe hierzu das Kapitel „Der optimale Einsatz des viralen Marketing“).
- Dass Werbetreibende schlichtweg an der Zielgruppe vorbei agieren. Ein Beispiel hierfür könnte sein, für Gebissreiniger in einer Video Community mit fast ausschließlich jungen Nutzern unter 30 werben zu wollen.
- Nochmals erwähnt: Zu achten ist unbedingt auch darauf, dass die Dienstleistung/ das Produkt, welches vermarktet werden soll, zum einen nicht in Konkurrenz mit dem Dokument/File, in welches die Werbebotschaft eingebunden werden soll, steht und
- Darüber hinaus dahingehend ebenfalls kein contentbezogener Widerspruch (so das bereits oben erwähnte Beispiel, auf einer Seite einer Tierschutzorganisation Werbung für Wurstwaren platzieren zu wollen) zu erkennen ist.

Vermeiden Sie bitte unbedingt die genannten Fettnäpfchen und Hauptfehlerquellen soweit als möglich, da völlig deplatzierte virale Marketingkampagnen unter Annahme eines worst-case-Szenarios auch der Imagebildung abträglich sein und gegebenenfalls sogar – an Stelle einer Steigerung der Attraktivität Ihrer VM-Kampagnen – unter Umständen einen gegenteiligen Negativeffekt auslösen können!

## **8. Exkurs: Die Erfolgsgeheimnisse der wirklich Supererfolgreichen**

Inwieweit ein Kapitel über Erfolgsgeheimnisse von Supererfolgreichen - und damit eng korreliert: Superreichen - Bestandteil eines Buches über virales Marketing sein sollte, mag durchaus eine berechtigte Frage darstellen. Andererseits ist es jedoch äußerst spannend zu wissen, welche exakten Gründe und individuellen Anlagen charakteristisch für echte Erfolgswege sind und welche persönlichen Einstellung(en) und Eigenschaften man selbst besitzen sollte, um damit auch im viralen Marketing große Erfolge verbuchen zu können.

Vergegenwärtigen Sie sich bitte unbedingt nachfolgende zehn Punkte, erklären Sie sich diese zu Ihrem starken Vorbild sowie zum alltäglichen Maßstab hinsichtlich Ihrer persönlichen Haltung und Weltanschauung - und damit verbunden Ihrem darauf aufbauenden, praktisch-kontextualen Handeln.

*Bedenken Sie bitte auch, dass Eigenschaften und Einstellungen, über die man gegebenenfalls (noch) nicht verfügt, mit Konsequenz und Willenskraft durchaus erlernbar (aneigenbar) sind!*

Eine Untersuchung, was sehr und vor allem nachhaltig erfolgreiche Menschen anders als andere machen und was diese im Detail von weniger Erfolgreichen unterscheidet, wurde im Auftrag des amerikanischen Execu Time Newsletters, einem Insiderdienst für Manager, durchgeführt und brachte nicht überraschend folgende Eigenschaften, Qualitäten und Geheimnisse an den Tag:

1. Sehr erfolgreiche Menschen sind **begeistert von dem, was Sie tun**. Wenn Sie am Anfang einer Karriere stünden, würden Sie sich genau wieder für das entscheiden, was Sie gerade machen. („Glaube an sich selbst und seine Arbeit“ mit sehr hohem Identifikationscharakter im Hinblick auf das eigene Handeln)
2. Da sie ihren Beruf als Berufung wahrnehmen, stellen Sie Freizeitaktivitäten eher zurück und beschäftigen sich zudem in Letztgenannter eher geistig (Kennen Sie das Sprichwort „Das Glück (+ Erfolg) gehört dem Tüchtigen“?)
3. Sie sind aktiver Teil der Gesellschaft und gehen von sich aus auf andere zu. Sind sie einmal in einer gesellschaftlichen Runde unbekannt, ergreifen Sie die Initiative, sich selbst vorzustellen und gehen den ersten Schritt.
4. Sie sind stets optimistisch mit unbändiger Willenskraft, einem unverrückbaren Glauben an sich selbst und einer „Alles- ist-machbar“ Einstellung (Anm.: Nutzen Sie zur Gewinnung einer solchen Einstellung gerade auch die **Kraft der Autosuggestion!**)
5. Sehr erfolgreiche Menschen führen ein gesundes Leben, lassen sich nicht gehen, resignieren niemals, sind stets und aus Überzeugung optimistisch und melden sich selten krank, was wiederum nicht zuletzt an der hohen Identifikation mit der von Ihnen ausgeübten Tätigkeit liegt
6. Sie waren als Kinder eher Leader than followers, entsprachen also eher dem Anführertypus als dem des ewig jasadenden Engels
7. Sie können sich im allgemeinen gut konzentrieren und dabei **insbesondere auf genau eine Sache** (Denken Sie bitte genau an diesen Punkt im Rahmen Ihrer viralen Marketingkampagne! Sowohl die kurzfristig-mentale Konzentration als auch die Konzentration auf sogenannte A- gegenüber B- und C-Aufgaben und hier insbesondere die strikte Vermeidung des Verzettelns ist besonders gefragt.)
8. Entscheidungen werden zwar letztlich intuitiv getroffen, basieren jedoch auf einer im Vorfeld gründlich angelegten, soliden Informationssammlung („information retrieval and research“)
9. Supererfolgreiche stehen zugleich mit Menschen aus jeder Gesellschaftsschicht und allen Lebensbereichen im Kontakt und kennen somit deren Bedürfnisse und neue Trends frühzeitig. Nützliche Kontakte werden intensiv und stets gut gepflegt.
10. Supererfolgreiche **verlieren sich niemals in Details, sondern behalten ständig das große Ganze** (die Makroebene und nur nicht den Mikrokosmos innerhalb der eigenen Haustür) mit vorausschauendem Weitblick im Auge.

---

**Erfolg ist erlernbar - ich helfe Ihnen dabei!**

---

## **9. Zusammenfassung**

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Instrument des viralen Marketing bei dessen gezieltem Einsatz und unter Beachtung der einschlägigen Erfolgsparameter und –faktoren für den Werbetreibenden sehr interessante Perspektiven mit außergewöhnlich hohem Verbreitungspotenzial im Hinblick auf die Bekanntmachung einer Marke (auch im Rahmen eines gezielten product placement) oder einer Message bietet und zudem die

Situation eines zumeist äußerst günstigen Kosten-/Nutzenverhältnisses - wenn nicht ein diesbezügliches Optimum unter allen fakultativen Werbeformen überhaupt - zu eröffnen vermag.

Ergänzend und flankierend zum viralen Marketing möchte ich Ihnen abschließend noch allerwärmstens empfehlen, das wirklich exzellente [Angebot von Herrn Helmut Ament](#) zu nutzen. Ich pflege dies gegenüber den Lesern aller von mir verfasster Ebooks zu Themen, welche ein hohes Maß an Eigeninitiative voraussetzen, aus tiefster Überzeugung zu tun. Sie gehen hierbei keinerlei Risiko ein und werden definitiv für sich (Ihre Persönlichkeit) und damit nicht zuletzt für Ihr Business und damit verbunden hinsichtlich Ihres ganz persönlichen Erfolgsweges ganz erheblich profitieren - wahrlich nicht unbegründet wird Herrn Aments Angebot gerade auch von schon sehr erfolgreichen Menschen überdurchschnittlich häufig in Anspruch genommen!

Ich lege Ihnen Herrn Aments Coaching gerade auch daher sehr nahe, da mir aus meiner Vielzahl an praktischen Erfahrungen, Studien und Gesprächen die hohe Bedeutung und große Wichtigkeit eines [unmittelbaren und vor allem auch regelmäßigen Motivationscoachings gerade und insbesondere zu Anfang einer neuen Herausforderung immer klarer und bewusster geworden ist.](#)

Wie sich mir immer wieder zeigte, ist nämlich einer der Hauptgründe des Scheiterns von Start-ups und Jungunternehmern ein bedauerlicher Weise zu schneller Verlust der (Eigen-)Motivation, des Erfolgsglaubens und des Durchhaltewillens!

Glauben Sie mir: Gerade zu Anfang einer Tätigkeit (aber selbstverständlich auch dann, wenn Sie schon erfolgreicher Geschäftsmann sind) ist Herr Aments Dienstleistung zur täglichen Eigenmotivation in der Tat äußerst hilfreich und für die meisten eigentlich als unerlässliches Basisinvestment zu bezeichnen, da die [richtige Motivation der eigentliche Ursprung allen Erfolges](#) ist - probieren Sie`s einfach `mal aus, zumal Sie einen Service zu diesem Preis-/Leistungsverhältnis (mit risikofreier Gratistestphase!) nirgends sonst finden werden.

---

### **Noch eine Sache, die mir persönlich sehr am Herzen liegt:**

Kinder sind die schwächsten Mitglieder unserer Gesellschaft und benötigen unsere Hilfe. Bitte helfen Sie mit und geben Sie Kindern weltweit eine neue Perspektive - durch eine Patenschaft bei World Vision!

---

Ansonsten darf ich Ihnen noch viel Spaß sowie gute und vor allem nachhaltige Erfolge beim Aufbau Ihres neuen oder der Erweiterung Ihres gegenwärtigen Geschäftes mit den Instrumenten des viralen Marketings wünschen und darüber hinaus, dass alle Ihre persönlichen Wünsche und Ziele in Erfüllungen gehen mögen!

Machen Sie sich auf, entdecken und erwecken Sie Ihr großes eigenes Potenzial - ein Potenzial, dass **definitiv jeder** in sich trägt. **Handeln Sie am besten noch heute.**

Denn: Wie erkannte bereits Udo Jürgens in einem seiner Schlager sehr zutreffend:

*„**Heute** beginnt der Rest Deines Lebens!“*

Ihr

*Alexander Josef Hohmann*



## **Special Feature:**

### **Wie man sich mit viralem Marketing und den besten Partnerprogrammen auch ohne Eigenkapitaleinsatz eine lebenslange Rente aufbauen kann**

Um die Kraft des viralen Marketing als dauerhafte und zugleich sprudelnde Einnahmequelle für sich nutzbar machen zu können ist es durchaus keine hinreichende Bedingung, eine eigene Webseite betreiben zu müssen. Gerade Internetneulingen und/oder Personen, die entweder keine profunden gesamtheitlichen Kenntnisse der komplexen Materie der Betriebswirtschaft besitzen wie auch Menschen, welche sehr bewusst gar kein oder höchstens sehr wenig Kapital zum Aufbau eines lukrativen Geschäftes einsetzen möchten, ist anzuraten, sich gezielt sehr guten Partnerprogrammen anzuschließen und diese unter Einsatz des viralen Marketing geschickt zielgruppenorientiert zu bewerben und sich damit gegebenenfalls sogar ein lebenslang steigendes Einkommen bei gleichzeitig zurückgehendem Arbeitseinsatz aufzubauen.

Oft zahlt es sich auch aus, gerade vor der Entwicklung einer eigenen Webpräsenz zuerst sehr gezielt Erfahrungen als Affiliate zu gewinnen, die man dann in einem zweiten Schritt in die eigene Homepage einfließen lassen kann. Durch eine solch inkrementale Vorgehensweise lassen sich Erkenntnisse gewinnen, welche so manch hohe Fehlinvestition („sunk costs“) im Rahmen der Etablierung eines eigenen Onlinebusiness schon dem Grunde nach vermeidbar machen.

### ***Welche Vorteile bieten sich durch eine Fokussierung auf die Bewerbung eines sehr guten Partnerprogrammes versus der Einrichtung einer eigenen Webseite/eines eigenen Onlineshopangebotes und deren/dessen Vermarktung (unter Einsatz der Instrumente des viralen Marketing)?***

Bei ausschließlicher Fokussierung auf die Vermarktung eines sehr guten Partnerprogrammes - dessen Kriterien nachfolgend noch zu qualifizieren sein werden - zeigen sich tendenziell und im Wesentlichen nur sehr wenige - lediglich situativ potenzielle - Nachteile gegenüber dem Betrieb eines komplett eigenen Webangebotes: Zum einen der eines möglicherweise prozentual etwas geringer ausfallenden Gewinnes wie zum anderen auch die mangelnde Möglichkeit, auf die Ausgestaltung der Geschäftspolitik des Programmanbieters (Innovationskraft, Produktauswahl, Preisgestaltung, Shoplayout etc.) Einfluss nehmen zu können. Peripher wäre vielleicht noch der Gewinn von Kundendaten durch den Programmanbieter anzuführen, welche unter Umständen gewinnbringend veräußert und/oder zu anderen (eigenen) Zwecken zweckorientiert genutzt werden können.

Demgegenüber findet sich jedoch eine Vielzahl an Vorteilen, welche zugunsten einer Fokussierung hinsichtlich einer alleinigen Vermarktung (zum Beispiel durch virales Marketing) von Partnerprogrammen sprechen.

Stellvertretend sollen hier nur die Wesentlichsten angeführt werden:

- ✓ Keine Einrichtungs- und Inangsetzungs- sowie laufenden und fixen Kosten für den technischen Betrieb einer eigenen Webseite (Serveranmietung/-kauf/-wartung, Kosten für Datentransfer/Traffic, Reparatur und Wartung, Kontrollkosten, im Verhältnis Affiliate versus Webseitenbetreiber geringe Opportunitätskosten für Ausfallzeiten etc.)
- ✓ Keine Kosten der Gestaltung einer Webseite
- ✓ Im allgemeinen eine reduzierte oder keine rechtliche Haftung für den Inhalt eines Webangebotes, für Webseitenausfälle, Vertragsstörungen, Leistungsstörungen etc.; keine oder kaum Kosten für die Inanspruchnahme von Rechtsberatung
- ✓ Keine bzw. kaum Kosten für Buchführung und Abrechnungsangelegenheiten
- ✓ Kein Aufwand und Ärger im Fall von Umtausch oder Stornierungen, aus Gründen der Sachmängelhaftung, Portokosten für Rückversand, etc.

- ✓ Wahrung der Anonymität des Affiliatepartners versus der geltenden Impressumspflicht für Webseitenbetreiber nach dem Telemediengesetz
- ✓ In den seltensten Fällen Kosten für Mitarbeiter/Personalaufwand erforderlich
- ✓ Faktisch keine Produktrisiken (Haftung für Schäden des Kunden durch das verkaufte Produkt)
- ✓ Keine Lagerkosten und -risiken (Verderbnis, Brand, Diebstahl, „Out of fashion“-Geräten des Produktes, etc. ...)
- ✓ Keine Haftung für Folgekosten gegenüber Kunden durch zu späte Lieferung (Just-in-time-Problematik)
- ✓ Ein hohes Maß an Flexibilität und Variierbarkeit in der Auswahl der publishing und merchandise Partner
- ✓ Keine Ausstiegskosten im Falle der Beendigung der Partnerschaft
- ✓ Bei sehr guten Partnerprogrammen ist die Erzielung lebenslang steigender (relativ risikofreier) Einkommen möglich ---> „Schaffen Sie sich Ihre private Rente!“

### **Durch welche Kriterien zeichnen sich gute und sehr gute Partnerprogramme aus?**

- Eine hohe Anzahl potenzieller Kunden (im Idealfall alle Internetuser weltweit als Marktpotenzial und nicht nur eine im Verhältnis zur weltweiten Gesamtuserzahl kleine Gruppe an Interessenten. Aber auch hier gilt: Ausnahmen bestätigen die Regel)
- Ein attraktives Angebot an verkaufsstarken Produkten oder Dienstleistungen, ein gutes bis sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis (Erhöht die Konversionsrate und damit die Payquote für den Affiliate deutlich)
- Eine vertrauenserweckende Webseite (nicht unwesentlich für die Conversion rate. Die besten Besucherzahlen sind nutzlos, wenn aufgrund mangelndem Vertrauen in eine Webseite niemand einkauft bzw. abschließt)
- Idealerweise eine lange Etablierung am Markt mit hoher Bekanntheit und damit ein Hinweis auf eine gute Solidität des Betreibers/Anbieters
- Hohe Provisionen (Achtung: Dies sollte nicht den alleinigen ausschlaggebenden Faktor für die Auswahl eines Partnerprogrammes darstellen. (Als Beispiel sei hier der Online-Handymarkt mit dem Online-Automarkt verglichen. Zwar lassen sich pro „Einheit vermitteltem Auto“ wesentlich höhere Stückprovisionen als etwa bei Handyverkäufen erzielen, jedoch werden erfahrungsgemäß so viel mehr Handys online verkauft, dass man durchaus für den Normalfall konstatieren kann, dass der Multiplikator Anzahl vermittelte Einheiten x Provisionshöhe = Bruttomarge Affiliate für den Affiliate eines Handyprogrammes im allgemeinen deutlich bessere Gesamtergebnisse liefern wird als für den Affiliate beispielsweise eines Autohauses)
- Mehrstufigkeit mit der Möglichkeit des Aufbaus nicht nur einer breiten Verkaufsebene, sondern zugleich einer möglichst tiefen, mehrstufigen Downline („Multiplikatoreffekt“)
- Optimal ist die Möglichkeit, auch im Fall von Wiederholungskäufen automatisch und dauerhaft an einmal erworbenen Kunden profitieren zu können (Steigerung dazu: Produkte mit sehr häufiger Wiederholungskauffrequenz, zum Beispiel Lebensmittel, allgemeine Verbrauchsgüter des täglichen Bedarfs, ...)
- Einen guten Verkaufssupport seitens des Programmanbieters (attraktive Werbeformen bei hohem Novitätsfaktor zur Vermeidung kundenseitiger Gewohnheitseffekte und damit einer commercial/advertisement burn rate. Darunter zählen wirkungsvolle Banner, Page peels, Textlinks, Flashanimationen, Underlying banners etc.)
- Regelmäßige, schnelle und unkomplizierte Provisionsauszahlungen durch den Anbieter

- Regelmäßige Updates und Newsletter für den Affiliate
- Einen guten, qualifizierten und schnellen Support im Falle von Fragen und Hilfeanliegen durch den Affiliate
- **Denken Sie bitte stets daran, dass auch das nach objektiven Kriterien beste Affiliateprogramm ein Schlechtes für Sie sein kann, wenn der Content hinter dem Affiliateprogramm völlig konträr zu dem Kontext steht, in welchen er eingebunden wurde oder werden soll.** (Unser mittlerweile klassisches Beispiel: Bannerwerbung für Wurstprodukte auf einer Informationswebseite für Veganer.)

Es ist nahezu nicht möglich, ein Partnerprogramm zu finden, welches alle genannten Kriterien in vollem Umfang in sich vereinen können wird. Jedoch können sehr starke Ausprägungen wichtiger Kriterien Defizite bei anderen Kriterien in gewissem oder gegebenenfalls sogar in vollem Umfang in den Hintergrund treten lassen. In diesem Kontext sind durchaus auch saisonale Erwägungen (Blumen, Gemüse, Schokonikoläuse, Winterreifen ...) zur Bewerbung von Partnerprogrammen zu berücksichtigen.

### **Welche Partnerprogramme im deutschsprachigen World Wide Web dürfen (unter Heranziehung voriger Kriterien) zu den Besten gezählt werden?**

Es gibt nicht nur im weltweiten, sondern auch im deutschsprachigen World Wide Web mittlerweile eine nahezu unüberschaubare Anzahl an Partnerprogrammen, aus welchen jedoch nur eine recht kleine Zahl als sehr gut oder exzellent bezeichnet werden darf.

Nachfolgend können Sie - unter abwägender Berücksichtigung und Gewichtung der qualifizierten Kriterien für gute und sehr gute Partnerprogramme - eine Auswahl der meiner Einschätzung nach aktuell wohl besten Partnerprogramme im deutschsprachigen Web zusammengestellt finden. Die Auswahl ist bewusst kurz gehalten, da ansonsten die Gefahr eines Sich-Verzetteln bestehen könnte, was wiederum aus meiner Erfahrung fast zwangsläufig zu Misserfolgen führen muss.

Ich möchte die vorgestellten Partnerprogramme hier nur kurz umreißen, da eine ausführliche Darstellung dieser den Rahmen dieses Kurzebooks sprengen dürfte. Vertiefende Informationen zu den einzelnen Partnerprogrammen selbst können Sie der jeweiligen Webseite des Anbieters entnehmen.

1. **Elmercs** eröffnet eine gänzlich neue Dimension des Internets. Affiiates profitieren von nun an an allen Verkäufen aller einmal durch sie geworbenen Elmercs-Mitglieder **lebenslang**. **Verkäufer können die Provisionen für Affiiates selbst festlegen, wodurch sich durch den Verkäufer die Verkaufsmotivation seiner Affiiates gut dosieren lässt** (Siehe zu Elmercs auch die Einblendung auf Seite 3 dieses Ebooks.).  
**Kundenpotenzial und Adressatenkreis für Elmercs: Alle Internetuser weltweit!**  
**Special Features:** Schon je vermittelter Anmeldung (qualifiziertem Lead) 1 Euro Vergütung, darüber hinaus erhalten Elmercs-Affiiates eine sensationelle Lifetime-Provision für alle Produkte, die über diese geworbene Elmercs-Mitglieder auch über Elmercs verkauft!  
**Darüber hinaus für Verkäufer individuell weitgehend freie Festlegung und Gestaltbarkeit des Provisionsniveaus und der Partnerprogrammstufen für Affiiates.**
2. **Bonkredit** Der Online-Kreditmarkt ist mit im Durchschnitt **über 1 Million Suchanfragen/Monat** alleine in Google einer der wichtigsten und dynamischsten Onlinemärkte überhaupt und zudem von hoher Stabilität bei relativ geringer Krisenanfälligkeit und Schwankungsbreite geprägt. Mit dem Marktführer bei schufafreien Onlinkrediten haben Sie einen Partner mit exzellenten Produkten, gutem und schnellem Support, schneller und unkomplizierter Vergütung sowie hoher Reputation und Flexibilität an Ihrer Seite. Das Partnerprogramm ist bei Privatkrediten zweistufig; Als Affiliate erhalten Sie schon **bis zu 11 Euro Provision** nur für einen Antrag - auch dann, wenn nach Bewertung der Situation des Interessenten kein Kredit an diesen vermittelt werden konnte.  
**Kundenpotenzial und Adressatenkreis: Alle Kreditsuchenden in Deutschland**
3. **Gewinn24** ist der führende Vermittler unter den Gewinnspieleintragungsservices mit hohem Bekanntheitsgrad, schnellem Support und sehr regelmäßigen Auszahlungen an seine

Affiliates.

**Kundenpotenzial: Alle User in Deutschland über 18**

**Special Feature:** Lifetime (lebenslange) Provision + Partnerprogramm über 6 Ebenen mit insgesamt sensationellen 71% Gesamtprovisionsniveau.

4. **LSSG** ist ein wachstumsstarker Anbieter von Systemlottobeteiligungen mit Hochquotensystem. Aktuell sind weit höhere Provisionen möglich, als diese der nächste Mitbewerber mit gleichem Geschäftsmodell auch nur entfernt zu bieten vermag.  
**Kundenpotenzial: Alle Lottointeressierten in Deutschland über 18 Jahren.**  
**Empfohlener Marketing-Timing-Schwerpunkt: Hohe Lotto-Jackpots ab 10 Mio. Euro**

**Special Feature:** Partnerprogramm über 6 Verdienstebenen mit insgesamt bis zu 15% Gesamtprovision und das als Lifetime Provision (!)

#### **Noch ein Tipp aus meiner persönlichen Erfahrung:**

Es ist höchst ratsam, sich nicht für zu viele Partnerprogramme gleichzeitig zu engagieren, da ansonsten ein doch sehr hohes Risiko des sich Verzettelns gegeben ist, was letztlich zu Mißerfolg, Frustration und nichterfüllten Erwartungen führen kann.

Auf der andere Seite scheint es aber ebenso geboten, sich mehreren Partnerprogrammen gleichzeitig anzuschließen und diese zu vermarkten, da man hierdurch eine Risikopufferung und -streuung erzielt.

Der Grund für letzere Empfehlung ist, dass durchaus auch ein sehr guter Anbieter einmal die Konditionen seines Partnerprogrammes sehr zu Ungunsten seiner Affiliates ändern oder im Extremfall sein Partnerprogramm komplett beenden oder zumindest temporär suspendieren kann. In einem solchen Fall könnte es verheerend wirken, wenn die gesamte Einkommenssituation und Finanzplanung eines Affiliates von alleine einem Partner und dessen Gutdünken abhängig wären.

***Sind alle (hier) als gut beziehungsweise als sehr gut charakterisierten Partnerprogramme automatisch für jede/meine Webseite, Mailsignatur oder eine Kampagne im Rahmen viraler Marketingaktivitäten in gleicher Weise geeignet?***

Auf diese abschließende Frage sei nur kurz eingegangen, da sich die Antworten hierzu im wesentlichen schon aus dem bisherigen Inhalt dieses Buches ableiten lassen.

Prinzipiell und primär ist bei der für seine Zweckerfüllung richtigen Auswahl eines Partnerprogrammes zu berücksichtigen, dass dieses selbstredend nicht in direktem Wettbewerb zum eigenen Seitenangebot stehen sollte. Darüber hinaus sollte auch eine gewisse inhaltliche Kompatibilität und idealer Weise sogar eine Arrondierung des/Komplementarität zum Angebot(es) der eigenen Webseite durch ein auf dieser platziertes Fremdpartnerprogramm gegeben sein. Ähnlich verhält es sich bei Partnerprogrammen in Dokumenten wie Ebooks o.ä. In Videoclips und Emailsignaturen - insofern die Emails nicht von Firmenmailkonten, sondern von Konten privater Natur ausgehen, fällt letztgenannter Punkt weniger schwer ins Gewicht.

Zu den oben aufgeführten und empfohlenen Partnerprogrammen ist anzumerken, dass diese inhaltlich als weitgehend neutral anzusehen sind und daher - tendenziell, ausgenommen eine inhaltliche Konkurrenz zum eigenen Seitenangebot sei indiziert - prinzipiell umfassend (auch und gerade im viralen Marketing) zu bewerben sind.

Darüber hinaus sollten unter Umständen auch bei der Bewerbung und schon zum Zeitpunkt der Auswahl bestimmter Partnerprogramme Zyklizitäten Beachtung finden (so unter anderem Blumennachfrage an Valentinstagen, Weihnachten, Winterreifen im Winter, Eiscreme im Sommer, ...), während bei anderen (zum Beispiel Gewinnspielen) dies zumindest nicht im selbigem Umfang zu berücksichtigen sein dürfte.

Die Entstehung dieses Ebooks wurde co-gesponsort von

[www.lotto-casino-poker.com](http://www.lotto-casino-poker.com) sowie [www.moneycascade.com](http://www.moneycascade.com)

© Autor und Rechteinhaber an diesem Kurzebook: Alexander Josef Hohmann, D-96047 Bamberg.  
Mail: [geschenk-fuer-deutschland@gmx.de](mailto:geschenk-fuer-deutschland@gmx.de) .Weiterverbreitung, Verkauf und Vervielfältigung - auch in Auszügen - nur nach Genehmigung durch den Autor gestattet; ausgenommen hiervon ist die nichtkommerzielle, unentgeltliche Weitergabe des Gratisexemplares dieses Ebooks.