

Affiliate Conference: Neue Provisionsmodelle und E-Privacy-Verordnung waren die Hauptthemen der Affiliate-Leitveranstaltung

Affiliate-Branche trifft sich zur Leitveranstaltung am Münchner Flughafen

München, 10. November 2017. Am gestrigen Donnerstag fand am Münchner Flughafen die siebte Affiliate Conference sowie im Anschluss die Affiliate NetworkxX statt. Am Nachmittag konnten sich dabei über 180 Teilnehmer im Munico Tagungszentrum in spannenden Vorträgen und Workshops zu den wichtigsten Themen im Affiliate-Marketing weiterbilden.

Namhafte Referenten wie Martin Riess (Awin), Markus Kellermann (xpose360), Nicolaus von Schorlemer (BVDW e.V.), Luis Arteaga (LOTTO24), Johannes Schaback (Visual Meta), Maximilian Schirmer (tarife.at), Dimitrios Haratsis (AdClear), Gunnar Militz (TradeTracker), Tobias Allgeyer (CJ Affiliate by Conversant), Hakan Özal (financeAds) und viele weitere Experten gaben dabei Tipps und Insights zur Entwicklung des digitalen Marketings sowie zu den Herausforderungen im sich verändernden Affiliate-Umfeld: Trendthemen wie Customer-Journey-Tracking, die richtige Gutscheinstategie für inkrementelle Sales, neue Provisionsmodelle, Chatbots als neue Umsatztreiber, Programmatic Advertising oder auch Affiliate-Akquise von leistungsstarken Partnern.

Auswirkungen der E-Privacy-Verordnung auf das Affiliate Marketing

Eines der Hauptthemen war allerdings der Vortrag des BVDW-Justizars Michael Neuber zum Thema „Rechtliche Auswirkungen der geplanten E-Privacy-Verordnung auf das Affiliate-Marketing“. Als mögliche Folgen der E-Privacy-Verordnung könnten der Branche große Nachteile entstehen, beispielsweise, dass Drittparteien wie Tracking-Technologien nicht mehr auf die Webseiten zugreifen dürfen, um Zugriffsabfragen gegenüber Nutzern zu postieren. Der Browser müsste für jeden Drittanbieter Anfragen durchleiten und darstellen. Bei Änderungswünschen der Nutzer, müssen die Settings der Browser granular verstellbar sein, ausgerichtet auf gewünschte (Dritt-)Dienste und zudem müssten die Browser eine Whitelist erstellen und wären verantwortlich für die Übermittlung der Einwilligung an Drittanbieter (DSGVO-Vorgaben). Aktuell muss die neue Verordnung erst noch vom Europäischen Rat verabschiedet werden. Deshalb arbeiten Verbände wie der BVDW und der IAB aktuell mit Aufklärungskampagnen daran, die Politiker über die möglichen Folgen für die Digital-Industrie zu informieren.

Neue Provisionsmodelle im Affiliate Marketing

Im Vortrag „Neue Provisionsmodelle im Affiliate Marketing“ ging Gunnar Militz von TradeTracker darauf ein, dass der reine CPO als Vergütung der Publisher-Leistung ein Auslaufmodell sei. In verschiedenen Beispielen zeigte er Provisionsalternativen wie CPC, Attributions- und Hybrid-Lösungen, Fixed Price/WKZ, Mobile CPI oder Rev Share, um damit Affiliates fairer für ihre Werbeleistung zu provisionieren.

Zudem präsentierte er „Dynamic Pricing“. Dabei handelt es sich um variable Preise, die von Algorithmen im Hintergrund gesteuert und angepasst werden. Es werden zudem Faktoren wie die Preisgestaltung der Konkurrenten, Angebot und Nachfrage und andere externe Faktoren einbezogen.

Affiliate Marketing ist weiterhin ein Wachstumsmarkt

Nicolaus von Schorlemer vom BVDW präsentierte in seinem Vortrag aktuelle Marktzahlen aus der Affiliate-Branche. Der Affiliate-Markt in Deutschland teilt sich in erster Linie in folgende Bereiche auf:

- nationale öffentliche Netzwerke (sogenannte Public Networks)
- nationale private Netzwerke (sogenannte Private Networks oder Privates)

Die Verteilung des umgesetzten Außenumsatzes für Advertiser pro Jahr liegt nach Expertenmeinung zu ca. 85 % bei den Public Networks und zu 15 % bei Private Networks. Einen ebenso relevanten Anteil am Deutschen Affiliate-Markt haben aber auch globale Marktteilnehmer wie amazon und eBay. Besonders kleinere oder private Händler machen gerne Gebrauch von den hier angebotenen Partnerprogrammen.

Versucht man die Marktanteile dieser globalen Anbieter in Deutschland einzuschätzen, liegen diese laut Experten bei ca. 40 % des Gesamtvolumens. Demnach setzen nationale Netzwerke ca. 60 % des gesamten deutschen Affiliate-Geschäfts pro Jahr um.

Laut einer Hochrechnung des über Romberg & Partner gemeldeten Order Value für öffentliche und private Affiliate-Netzwerke (stationär und mobile) auf den Gesamtmarkt (Netto-Zahlen abzüglich Rabatte) lagen die Umsätze in 2016 bei 7,6 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 9 % im Vergleich zu 2015. Das Wachstum der mobilen Umsätze lag sogar bei 38 % mit einem Umsatz von 1,21 Mrd. Euro im Jahr 2016.

Panel-Diskussion über aktuelle Trends im Affiliate Marketing

Zum Abschluss der Affiliate Conference folgte noch eine Panel-Diskussion zu den Trends im Affiliate Marketing mit Branchen-Vertretern der Affiliates, Merchants, Agenturen, Public- und Private-Networks. Dabei wurden aktuelle Probleme der Publisher diskutiert sowie Fragen zu den Folgen der Fusion von affilinet und Awin beantwortet. Auch Themen wie Künstliche Intelligenz (AI) und Entwicklungschancen über Chatbots wurden diskutiert. Ebenfalls relevant war die Frage, warum eine Provisionierung auf Customer-Journey-Basis aktuell noch immer von sehr wenigen Advertisern eingesetzt wird, wurde umfassend erörtert.

Positives Feedback zur Veranstaltung

"Die Affiliate Conference ist mittlerweile die Leitveranstaltung für neue Innovations-Treiber und Trend-Entwicklungen im Affiliate Marketing. Um seine Umsätze als Advertiser auch weiterhin nachhaltig steigern zu können, bedarf es kontinuierlich neuer und innovativer Geschäftsmodelle zur Traffic-Steigerung. Hierfür bietet die Veranstaltung die perfekte Plattform zur Weiterbildung sowie zur Vernetzung mit neuen Kontakten. Zudem hatten die Besucher durch den neuen Ausstellerbereich und das Speed-Networking die Möglichkeit, direkt mit wichtigen Vertretern der Branche in Kontakt zu treten", so Markus Kellermann, Veranstalter der Affiliate Conference und Geschäftsführer der Performance der Digital Marketing Agentur xpose360.

Unterstützt wurde die Affiliate Conference durch den Hauptsponsor Awin und die Premium-Sponsoren affilinet, financeAds, TradeTracker, easy.affiliate, CJ Affiliate by Conversant, xpose360, smartmobil.de, Webgains, digidip, Deutschlandcard, Mr. DSL, targeting360, aufsteiger-training.de und Affiliate Toolboxx.

Save the Date

Die nächste Affiliate Conference und Affiliate Networkxx findet am Donnerstag, den **08. November 2018** wieder am Flughafen München statt.

Pressefotos der Affiliate Conference:

<http://www.affiliate-conference.de/PR-Fotos-Conference-2017.zip>

Über die Affiliate Conference

Die Affiliate Conference ist eine Konferenzreihe für Affiliates, Netzwerk-Mitarbeiter, Advertiser, Affiliate-Manager, Online-Marketing-Leiter, E-Commerce-Leiter und Geschäftsführer aus mittelständischen bis Großunternehmen aller Branchen. In verschiedenen Themenblöcken erhalten die Teilnehmer einen Einblick in aktuelle Themen und Trends der Affiliate-Branche. Es hat sich gezeigt, dass der Wissenstransfer in kompakten 20-Minuten-Sessions am effektivsten ist. Dadurch erfahren die Teilnehmer in 13 Vorträgen die neuesten Informationen von führenden Speakern der Affiliate-Szene.

Über den Organisator xpose360

Die xpose360 GmbH ist eine Digital Marketing Agentur aus Augsburg. Das Ziel ist die nachhaltige Umsatz- und Trafficsteigerung für Kunden wie IMPULS Finanzmanagement AG, l'tur, Yello, Norma oder Peter Hahn. Die xpose360 gliedert sich in die Geschäftsbereiche SEO, PPC Marketing und Affiliate Marketing. Zudem organisiert die xpose360 mit der Affiliate Conference, dem Affiliate-Innovation-Day und der digital tomorrow zahlreiche Events im Search- und Affiliate-Bereich. Mit einem leistungsstarken Team von 40 Mitarbeitern stehen vor allem der serviceorientierte Gedanke sowie die proaktive Betreuung im Zentrum der Maßnahmen. <http://www.xpose360.de>

Pressekontakt xpose360

Lydia Hagen
xpose360 GmbH
Am Silbermannpark 2
86161 Augsburg
Fon. +49 (0) 821-45528921
E-Mail: l.hagen@xpose360.de