

Affiliate-Trend-Report 2018: 80 % der werbetreibenden Unternehmen rechnen mit steigenden Umsätzen in 2018

In Zusammenarbeit mit dem Branchen-Portal AffiliateBLOG.de hat die Online-Marketing-Agentur xpose360 eine Umfrage unter knapp 2.100 Affiliates, Merchants, Agenturen und Netzwerken durchgeführt, um dabei die wichtigsten Trends im Affiliate-Marketing für 2018 zu ermitteln.

Augsburg, 22.01.2018 – Als die größten Trends in 2018 sehen die Affiliates mit 70 % den weiteren Anstieg des mobilen Traffics. 63 % sehen die Datenschutz-Problematik bzw. ePrivacy-Problematik als Trend-Thema, gefolgt von Cross-Device-Tracking (37 %), während jeweils 30 % den steigenden Traffic über Social-Media sowie die zunehmenden Probleme beim Ranking der Webseiten bei Google durch weitere Filter und Updates als relevant empfinden.

Generell kritisch sehen allerdings alle Branchen-Teilnehmer die weitere Entwicklung der ePrivacy-Verordnung und deren mögliche Folgen für das Affiliate-Marketing. So sehen 52 % der Affiliates, 56 % der Merchants und sogar 70 % der Agenturen/Netzwerke in der EU-Verordnung eine Gefahr für das Geschäftsmodell und erwarten daher sowohl von den politischen Akteuren als auch von den Branchenverbänden ein schnelles Handeln. Die größte Herausforderung 2018 dürfte es daher sein, alternative Trackingmöglichkeiten auf Basis von Log-in- und Opt-in-Systemen zu schaffen, um damit auch cookieelos das Werbeeinverständnis der Nutzer einholen zu können. Dennoch dürfte die Branche vor einem großen Umbruch stehen, falls die ePrivacy-Verordnung in der aktuellen Fassung tatsächlich vom EU-Parlament und dem Rat der Mitgliedsstaaten abgesegnet wird.

Weitere Herausforderungen und Probleme im Jahr 2018 sehen die Affiliates mit 48 % insbesondere bei einem fehlenden Cross-Device-Tracking der Merchants, gefolgt von der generellen Intransparenz und Funktionstüchtigkeit des Trackings mit 44 %. Zudem sehen Affiliates Probleme durch ein fehlendes Mobile-Tracking, der steigenden Blockade von Cookies durch AdBlocker und schlechten Conversionrates bei den Merchants.

Aus Sicht der Merchants ist mit 67 % ebenfalls das Cross-Device-Tracking das größte Trend-Thema für 2018. Gefolgt von Influencer-Marketing als neuer Teil des Affiliate-Marketings mit 54 % sowie Attribution und Customer-Journey-Tracking mit 46 %.

Umsatzprognosen für 2018

Als weiterhin sehr positiv betrachten sowohl Affiliates als auch die Merchants und Agenturen/Netzwerke die weitere Umsatz-Entwicklung im Affiliate-Marketing. Bei den Affiliates rechnen 70 % mit mehr Umsatz als 2017. Bei den Merchants sind es sogar 80 % der werbetreibenden Unternehmen, die 2018 höhere Einnahmen erwarten. Bei den Agenturen/Netzwerken rechnen 71 % mit steigenden Umsätzen. Lediglich 4 % der Affiliates rechnen mit weniger Umsatz im kommenden Jahr.

Die bedeutendsten Publisher-Modelle 2018

Für die Merchants sind mit 60 % nach wie vor die Content-Seiten und Couponing/Deal-Seiten mit ebenfalls 60 % die bedeutendsten Publisher-Modelle 2018. Gefolgt von den Cashback/Bonus-Seiten mit 40 % und Preisvergleichen mit 36 %.

Auf die Frage, ob Merchants ihren Affiliates zusätzlich zum klassischen CPO-Provisionsmodell auch einen WKZ oder eine Hybrid-Provision bezahlen, sehen 56 % der Merchants darin eine Alternative zu bisherigen Provisionsmodellen. Im letzten Jahr waren dies nur 40 %. Dementsprechend steigt bei den Merchants die Akzeptanz, den Affiliates für die Werbeleistung auch Zusatzprovisionen zu bezahlen, um auch aufgrund des zunehmenden Qualitätsanspruchs und der damit verbundenen Qualität eine fairere Vergütung zu gewährleisten.

Customer-Journey-Tracking und Cross-Device-Tracking

Die Frage, ob die Merchants bereits ein Customer-Journey-Tracking zu Bewertung der verschiedenen Online-Marketing-Kanäle nutzen, haben lediglich 28 % bejaht und 16 % haben es für 2018 geplant. Allerdings haben auch 56 % der Merchants angegeben, dass sie derzeit noch kein übergreifendes Customer-Journey-Tracking verwenden.

Als Gründe dafür, warum sie noch kein CJ-Tracking einsetzen, nannten 53 % der Merchants, dass die technische Integration hierfür zu aufwändig sei. Für 41 % steht der Kosten/Nutzen-Effekt dafür in keinem Verhältnis.

Aufgrund des steigenden Mobile-Traffics wird auch das Cross-Device-Tracking immer wichtiger. Derzeit nutzen allerdings 56 % der Merchants noch kein Cross-Device-Tracking. Lediglich 28 % haben bereits ein Tracking im Einsatz und 16 % haben es für 2018 geplant.

Auch ein lückenloses Tracking ist hinsichtlich der Mobile-Entwicklung elementar. 48 % der Merchants haben hierzu bereits ein Mobile-Tracking der Affiliate-Netzwerke integriert und 24 % haben es für 2018 geplant. Zudem stellen bereits 72 % Mobile-Werbemittel zur Verfügung.

Konsolidierung der Affiliate-Netzwerke und Netzwerk-Strategie

Aufgrund der Fusion von affilinet und Awin sehen 36 % der Merchants eine Gefahr durch eine Monopolstellung. Als Gründe dafür wurden Befürchtungen genannt, die Preise könnten ansteigen. Allerdings sehen Umfrageteilnehmer darin auch eine Chance für andere Netzwerke sich zu positionieren. 41 % der Agenturen sehen zudem eine Gefahr für ihr Geschäftsmodell, wenn Affiliate-Netzwerke ebenfalls Agentur-Dienstleistungen anbieten.

28 % der Merchants nutzen zudem derzeit bereits eine Private-Network-Technologie und 8 % haben es für 2018 geplant. Als Gründe sehen 89 % dadurch eine engere Bindung zu den Affiliates, gefolgt von einer Kostenreduzierung der Netzwerk-Kosten mit 78 %. 50 % der Netzwerke sehen in einer Private-Network-Strategie eine Gefahr für ihr Geschäftsmodell, falls Agenturen vermehrt auf unabhängige Technologien setzen.

44 % der Merchants sind zudem derzeit mit ihrem Partnerprogramm bei mehreren Netzwerken vertreten, während 56 % nur exklusiv bei einem Netzwerk aktiv sind.

Fazit der Trend-Umfrage

Markus Kellermann, Geschäftsführer der xpose360 GmbH, bewertet die derzeitige Entwicklung der Affiliate-Branche wie folgt: „Man merkt die große Verunsicherung der Branche hinsichtlich möglicher Folgen durch die ePrivacy-Verordnung. Solange hier noch keine finale Rechtsprechung feststeht, wird das Thema auch weiterhin wie ein Damoklesschwert über dem Affiliate-Marketing schweben. Dennoch sind alle Branchen-Vertreter nach wie vor sehr zuversichtlich was die Umsatzentwicklung betrifft. Wenn 80 % der Merchants mit steigenden Umsätzen für 2018 planen, ist das ein eindeutiges Zeichen für eine positive Entwicklung der Branche. Dennoch besteht akuter Bedarf, die derzeitigen Trackingtechnologien zu überarbeiten, um auch zukunftsorientiert ein datenschutzkonformes Tracking anbieten zu können. Und auch die Merchants sollten sich endlich mit den Themen Customer-Journey-Messung, Cross-Device-Tracking und neuen Provisionsmodellen auseinandersetzen, um auch langfristig eine solide Geschäftsbeziehung mit den Affiliates gewährleisten zu können.“

Die kompletten Umfrageergebnisse sowie zahlreiche Experten-Meinungen aus der Affiliate-Branche können kostenlos als 90-seitiges Whitepaper heruntergeladen werden unter: <https://www.xpose360.de/case-studies/trends-affiliate-marketing-2018/>

Die Diagramme der Umfrage stehen hier zum Download bereit:

<https://www.affiliateblog.de/Diagramme-Trends-2018.zip>

Über die xpose360 GmbH:

Die xpose360 GmbH ist eine inhabergeführte und unabhängige Digital-Marketing-Agentur aus Augsburg. Unser Ziel ist die nachhaltige Umsatz- und Trafficsteigerung für Kunden wie Singapore Airlines, NORMA, yello, Peter Hahn, Tarifhaus, NetCologne, herrenausstatter.de oder exali.de. Die xpose360 gliedert sich in die Geschäftsbereiche SEO, PPC Marketing und Affiliate Marketing.

Mit der xpose360 erhalten unsere Kunden einen zentralen Projektmanager, der das Projekt Customer-Journey-basiert professionell betreut. Dabei arbeitet unser Team von 35 professionellen Online-Marketing-Experten 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. www.xpose360.de

Pressekontakt xpose360 GmbH:

Lydia Hagen

xpose360 GmbH

Am Silbermannpark 2

86161 Augsburg

Fon: +49 (0) 821 455 289 21

E-Mail: l.hagen@xpose360.de