

Affiliate Conference: Datenschutz, Künstliche Intelligenz und Qualitätssicherung waren die Hauptthemen der Affiliate-Leitveranstaltung

Affiliate-Branche trifft sich zur Leitveranstaltung am Münchner Flughafen

München, 09. November 2018. Am gestrigen Donnerstag fand am Münchner Flughafen die achte Affiliate Conference sowie im Anschluss die Affiliate NetworkxX statt. Am Nachmittag konnten sich dabei über 180 Teilnehmer im Munion Tagungszentrum in spannenden Vorträgen und Workshops zu den wichtigsten Themen im Affiliate-Marketing weiterbilden.

Namhafte Referenten wie Marc Hundacker (Awin), Markus Kellermann (xpose360), Michael Neuber (BVDW e.V.), Hakan Özal (financeAds), Valentina Piol (Metapeople), Petra Semle (CJ Affiliate by Conversant), Wolfgang Scherer (TradeDoubler), Andreas Sasnovskis (Webgains) und viele weitere namhafte Experten gaben dabei Tipps und Insights zur Entwicklung des digitalen Marketings sowie zu den Herausforderungen im sich verändernden Affiliate-Umfeld. Dynamische Gutscheine als Umsatztreiber, wie KI und Machine-Learning das Affiliate-Marketing revolutionieren, innovative Content-Werbemittel und Distributed-Blogger-Marketing und auch neue Entwicklungen im Influencer-Marketing, waren nur einige Themen des Konferenztages.

Auswirkungen der DSGVO und der E-Privacy-Verordnung auf das Affiliate-Marketing

Eines der Hauptthemen war wie bereits im letzten Jahr der Vortrag des BVDW-Justiziar Michael Neuber zum Thema „Affiliate-Marketing zwischen Datenschutz und ePrivacy“. 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. Hinsichtlich des aktuellen Stands des Verfahrens ist allerdings derzeit viel Bewegung auf EU-Ebene. So hat die derzeitige österreichische Ratspräsidentschaft die EU-Delegation ersucht zu prüfen, ob einzelne Formulierungen der ePV im Einklang mit gegebenen Leitlinien stehen und bestimmte Artikel komplett zu streichen. Problematisch sieht man vor allem die konkreten Vereinbarungen für das Kopplungsverbot, die konkrete Cookieeinwilligung und die Browserbedigungen als Gatekeeper. Der BVDW hat deshalb bereits Schreiben von mehreren Verbänden an deutsche Minister initiiert und diese aufgefordert, sich für eine Aussetzung und Folgebetrachtung vor einer Festlegung auf endgültige Regeln einzusetzen.

Entwicklung der Affiliate-Branche

Marc Hundacker, Managing Director DACH bei Awin, präsentierte in seinem Vortrag aktuelle Zahlen zur Entwicklung der Werbe- und Affiliate-Branche. So entwickelten sich die gesamten Bruttowerbeausgaben in Deutschland von 31,8 Mrd. Euro in 2017 mit einem Wachstum von 1,8 % weiterhin positiv. Die Werbespendings im Internet lagen dabei bei 2,9 Mrd. Euro und einem Plus von 2,5 %, während TV-Werbung mit 15,3 Mrd. Euro nach wie vor den größten Anteil ausmacht.

Die Umsätze über Affiliate-Marketing lagen 2016 bei 7,6 Mrd. Euro, allerdings ist das Wachstum mit nur 4,2 % geringer als bei anderen Werbegattungen. Wichtig sei es daher laut Hundacker, Affiliate-Marketing noch besser als Alternative zu den US-Unternehmen wie Google oder Facebook zu platzieren, die zwar günstige Reichweite bieten, allerdings aufgrund der Walled Gardens, den fehlenden Marktstandards (DSGVO, ePrivacy) und der starken Abhängigkeit bei vielen Unternehmen nicht mehr zu den beliebtesten Marketingkanälen zählen. Laut einer Umfrage von T3N haben 79,8 % der User gar kein oder weniger starkes Vertrauen in die großen Digital-Unternehmen wie Google, Facebook oder Amazon. Zudem ist eine sinkende Markenloyalität zu verzeichnen, da sich das Konsumverhalten derzeit stark verändert.

Die Branche sollte daher ein Umdenken auf Unternehmensebene initiieren, um aufgrund der fehlenden Messbarkeit und des Mehrwerts von Brandingkampagnen mehr Performance in die Entscheider-Köpfe zu bringen und dadurch mehr Branding-Spendings in Affiliate-Spendings zu konvertieren. Gerade auch weil der Affiliate-Kanal für Transparenz, Performance, Messbarkeit, ROI-Fokus, geringe Komplexität und Datenschutzkonformität steht.

Influencer-Marketing als neuer Wachstumstreiber

Veronika Zipling von Studie71 präsentierte die Herausforderungen und Chancen für Advertiser mit Performance-Fokus im Influencer-Marketing. Influencer sind mittlerweile zu einem entscheidenden Faktor in der Werbeindustrie geworden und die Internet-Stars haben nicht nur eine hohe Reichweite, sondern auch eine hohe Glaubwürdigkeit bei ihren Fans. Die meisten Unternehmen wollen in den nächsten zwölf Monaten das Budget für Influencer erhöhen. Um mit einer Influencer-Kampagne auch Performance zu liefern, sollte der Advertiser darauf achten, dass die Zielgruppe des Influencers auch zum Produkt passt. Zudem sollten klickbare Content-Pieces verwendet werden, z. B. in der YouTube-Infobox oder auf Instagram-Stories mit Swipe-Up-Funktion. Ein Call-to-Action durch eine Incentivierung der Community führt zudem zu einem wesentlich höheren Engagement. Wichtig dabei ist die Balance zwischen Authentizität/Glaubwürdigkeit und Community-Aktivierung.

Künstliche Intelligenz und Machine-Learning

Andreas Sasnovskis von Webgains präsentierte in seinem Vortrag Möglichkeiten, KI auch im Affiliate-Marketing einzusetzen. Künstliche Intelligenz ist der Überbegriff für Anwendungen, bei denen Maschinen menschenähnliche Intelligenzleistungen erbringen. Darunter fallen das maschinelle Lernen oder Machine-Learning, das Verarbeiten natürlicher Sprache (NLP = Natural-Language-Processing) und Deep-Learning. Die Grundidee besteht darin, durch Maschinen eine Annäherung an wichtige Funktionen des menschlichen Gehirns zu schaffen – Lernen, Urteilen und Problemlösen. So können via KI bestimmte Aufgaben schneller und effektiver durchgeführt werden. Auch das Matching von Advertisern und Publishern ist über KI möglich, ebenso wie das automatisierte Erkennen von Trends und Wachstumspotenzialen. Webgains nutzt AI derzeit bereits zur schnelleren Kunden- und Publisherkommunikation über Chatbots.

Qualitätssicherung im Affiliate-Marketing

Im Vortrag „Fraud Prevention“ von Valentina Piol (Metapeople) ging es um die Qualitätssicherung im Affiliate-Marketing. Laut einer Umfrage schätzen 80 % der Befragten, dass weniger als 25 % der Sales von Betrug und Manipulation gefährdet sind. Dennoch gilt es, genau diese 25 % aufzuklären. So versuchen mehr 90 % der Advertiser durch regelmäßiges Monitoring Betrugsversuche zu verhindern. Piol stellte hierzu verschiedene Arten von Fraud vor sowie Maßnahmen zur Risikominimierung.

Auch in der Panel-Diskussion mit Branchen-Vertretern der Affiliates, Merchants, Agenturen, Public- und Private-Networks ging es um die Qualitätssicherung von Mitarbeitern. Nach Meinung der Panel-Teilnehmer besteht derzeit Handlungsbedarf bei der Qualität der Mitarbeiter, die aktiv mit Affiliate-Kampagnen zu tun haben. Durch die kontinuierliche Weiterbildung, sowie den Wissenstransfer und die Zertifizierung von Affiliate-Managern sollte das Niveau verbessert werden, damit durch gut ausgebildete Affiliate-Manager die Umsätze im Affiliate-Marketing nachhaltig gesteigert werden können.

Positives Feedback zur Veranstaltung

"Die Affiliate Conference hat als Leitveranstaltung für neue Innovations-Treiber und Trend-Entwicklungen im Affiliate-Marketing wieder wichtige Impulse gesetzt. Man merkt, dass derzeit viel Bewegung in der Affiliate-Branche herrscht und dass durch neue Kanäle wie Influencer-Marketing und neue Werbemittelarten die Umsätze weiter ausgebaut werden können. Hierfür bietet die Veranstaltung die perfekte Plattform zur Weiterbildung und zur Vernetzung mit neuen Kontakten. Zudem hatten die Besucher durch den 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-Marketing-Agentur xpose360.

Unterstützt wurde die Affiliate Conference durch den Hauptsponsor retailerweb und die Premium-Sponsoren xpose360, Tradedoubler, Partnerize, metapeople, Awin, Easy.Affiliate, financeAds, CJ Affiliate by Conversant, smartmobil.de, Nutriprofits, EnBW, verticaladsgroup und targeting360.

Save the Date

Die nächste Affiliate Conference und Affiliate Networkxx findet am Donnerstag, den **07. November 2019** 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 GmbH

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

Mit der xpose360 erhalten Sie einen zentralen Projektmanager, der Ihr Projekt professionell betreut. Dabei arbeitet unser Team von 45 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 SEO, SEA und Affiliate-Marketing sowie die Zertifizierung als Google Analytics Professional, Google AdWords Professional und Google Display Professional zu unseren Qualitäten.

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

Pressekontakt xpose360 GmbH:

Lydia Hagen
xpose360 GmbH
Blücherstraße 4
86165 Augsburg
Fon: +49 (0) 821-455 289 21
E-Mail: l.hagen@xpose360.de