

Affiliate-Trend-Report 2019: 72 % der werbetreibenden Unternehmen rechnen 2019 mit steigenden Umsätzen

In Zusammenarbeit mit dem Branchen-Portal AffiliateBLOG.de hat die Online-Marketing-Agentur xpose360 eine Umfrage unter 1.500 Affiliates, Merchants, Agenturen und Netzwerken/Technologien durchgeführt, um dabei die wichtigsten Trends im Affiliate-Marketing für 2019 zu ermitteln.

Augsburg, 14.01.2019 – Als die größten Trends im Jahr 2019 sehen die Affiliates mit 82 % den weiteren Anstieg des mobilen Traffics. 71 % sehen die mögliche ePrivacy-Problematik als Trend-Thema, gefolgt von Cross-Device-Tracking (41 %) und den zunehmenden Problemen beim Ranking der Webseiten bei Google durch weitere Filter und Updates (41 %). 35 % empfinden Künstliche Intelligenz/Machine-Learning und die AdBlocker-Problematik als relevante Trend-Themen.

Generell kritisch sehen alle Branchen-Teilnehmer die weitere Entwicklung der ePrivacy-Verordnung und deren mögliche Folgen für das Affiliate-Marketing. So empfinden 71 % der Affiliates, 65 % der Merchants und sogar 74 % der Agenturen/Netzwerke die EU-Verordnung als Gefahr für das Geschäftsmodell und erwarten sowohl von den politischen Akteuren als auch von den Branchenverbänden ein schnelles Handeln. Die größte Herausforderung 2019 dürfte es sein, alternative Trackingmöglichkeiten auf Basis von Log-in- und Opt-in-Systemen weiterhin zu forcieren, 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-Rat der Mitgliedsstaaten abgesegnet wird.

Weitere Herausforderungen und Probleme im Jahr 2019 sehen die Affiliates mit 71 % insbesondere bei einem fehlenden Cross-Device-Tracking der Merchants, gefolgt von der Datenschutz- und ePrivacy-Problematik mit 59 %. Zudem bemerken Affiliates Probleme durch zu geringe Provisionen der Merchants (47 %), ITP2.0 und Browserregulierungen (41 %), fehlendem Mobile-Tracking der Merchants (41 %) und der steigenden Blockierung von Cookies durch AdBlocker (35 %).

Aus Sicht der Merchants ist mit 76 % ebenfalls die ePrivacy-Problematik das größte Trend-Thema für 2019. Themen wie die Attribution und das Customer-Journey-Tracking mit 55 % sowie das Cross-Device-Tracking mit 48 % sollten dieses Jahr ebenfalls beobachtet werden.

Umsatzprognosen für 2019

Als weiterhin sehr positiv betrachten sowohl Affiliates als auch Merchants und Agenturen/Netzwerke die weitere Umsatz-Entwicklung im Affiliate-Marketing. Bei den Affiliates rechnen 76 % mit mehr Umsatz als im Jahr 2018. Bei den Merchants sind es 72 % der werbetreibenden Unternehmen, die 2019 höhere Einnahmen erwarten. Bei den Agenturen/Netzwerken rechnen sogar 84 % mit steigenden Umsätzen. Auch das vergangene Jahr war für alle Branchenteilnehmer sehr erfolgreich. So konnten 70 % der Affiliates steigende Umsätze generieren. Bei den Merchants sogar 72 %.

Die bedeutendsten Publisher-Modelle 2019

Für die Merchants sind nach wie vor Content-Seiten mit 62 %, Deal-Seiten mit 52 % und Cashback-/Bonus-Seiten mit 45 % die bedeutendsten Publisher-Modelle im Jahr 2019. Preisvergleichsseiten (45 %) und Gutscheineseiten (35 %) schließen den Trend ab.

Auf die Frage, ob Merchants ihren Affiliates zusätzlich zum klassischen CPO-Provisionsmodell auch einen WKZ oder eine Hybrid-Provision bezahlen, sehen 76 % der Merchants eine Alternative zu bisherigen Provisionsmodellen. Dies ist ein großes Wachstum im Vergleich zu 2018 und 2017, als 56 % bzw. 40 % der Merchants neue Provisionsarten anboten. 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. 54 % der Merchants konnten zudem 2018 durch Hybridprovisionen steigende Umsätze verzeichnen.

Wachstumspotenziale für 2019

Das größte Wachstumspotenzial für 2019 entdecken Merchants in neuen Affiliates mit 62 %, individuellen Zielvereinbarungen mit Affiliates mit 48 % und Aktionen für Affiliates mit ebenfalls 48 %. Wachstumschancen für 2019 sehen Affiliates mit 69 % vor allem in besseren SEO-Platzierungen, gefolgt mit 56 % in attraktiven Endkundenaktionen und besserem Tracking und Provisionserhöhungen (50 %).

Customer-Journey-Tracking und Cross-Device-Tracking

Aktuell bleiben die Themen Customer-Journey- und Cross-Device-Tracking. Die Frage, ob die Merchants bereits ein Customer-Journey-Tracking zur Bewertung der verschiedenen Online-Marketing-Kanäle nutzen, haben 41 % bejaht. Im letzten Jahr waren es nur 28 %. Dies zeigt die steigende Relevanz von Attributionsmodellen. Allerdings haben auch 58 % der Merchants angegeben, dass sie derzeit noch kein übergreifendes Customer-Journey-Tracking verwenden.

Gründe für fehlendes CJ-Tracking sind für 50 % der Merchants die aufwändige technische Integration. Bei 36 % sind interne politische Gründe ausschlaggebend. Umso wichtiger wird es zukünftig werden, dass die Unternehmen ihr Silodenken aufbrechen. Merchants, die keine Multi-Channel-Attribution nutzen, messen isoliert und erhalten keine Insights zur effektiven Planung ihrer Marketingaktivitäten und ihres Werbebudgets. Die einzelnen Silos müssen verschmelzen, um die wachsenden Anforderungen der Kunden zu erfüllen.

Aufgrund des steigenden Mobile-Traffics wird auch das Cross-Device-Tracking immer wichtiger. Bei 86 % der Merchants fehlt dies jedoch. Lediglich 14 % haben bereits ein Tracking im Einsatz, 31 % planen es für 2019. Wie wichtig allerdings das deviceübergreifende Tracking im Affiliate-Marketing ist, zeigt die Bewertung der Affiliates. Mit 82 % ist der steigende Traffic über Mobile das wichtigste Trend-Thema der Affiliates im Jahr 2019. Gleichzeitig sehen 71 % der Affiliates das fehlende Cross-Device-Tracking der Merchants als das größte Problem dieses Jahres.

Folgen der DSGVO für die Affiliate-Branche

Als am 25. Mai 2018 die DSGVO europaweit umgesetzt wurde verspürten viele Unternehmen eine große Verunsicherung hinsichtlich möglicher Folgen. Laut der Affiliate-Trend-Umfrage erkannten allerdings nur 10 % der Merchants und 24 % der Affiliates negative Auswirkungen der DSGVO.

Dennoch ist das Thema damit nicht beendet. Die Landesämter für Datenschutzaufsicht machen derzeit mehrere „Testläufe“ für schriftliche Prüfungen mit kleineren Stückzahlen, um die Umsetzung der DSGVO in Unternehmen kennenzulernen und gegebenenfalls Konsequenzen daraus zu ziehen. Ab 2019 sollen solche schriftlichen Prüfungen mit nachfolgenden stichprobenartigen Vorort-Kontrollen in größerem Umfang durchgeführt werden, um die Durchsetzung der DSGVO-Anforderungen zu verbessern und damit die große Anzahl von Beschwerden bei den Aufsichtsbehörden zu verringern. Sicherlich wird es 2019 noch zahlreiche Gerichtsentscheidungen geben, um bestimmte Auslegungen rechtssicher zu gestalten.

Steigender Trend zu Private-Network-Technologien

Die Trend-Umfrage belegt zudem einen steigenden Trend zu Private-Network Technologien. Waren es 2018 noch 28 % der Merchants, die ein Private-Network nutzten, so wollen 2019 bereits 41 % ein Private-Network einsetzen. Als Grund nannten 75 % die Kostenreduzierung der Netzwerkgebühren und 62 % die engere Bindung zu den Affiliates. Aber auch das First-Party-Tracking nannten 50 % der Merchants, während 2018 nur 11 % die Art des Trackings als Grund nannten. Dies belegt die steigende Relevanz von Trackingtechnologien.

Fazit der Trend-Umfrage

Markus Kellermann, Geschäftsführer der xpose360 GmbH, bewertet die derzeitige Entwicklung der Affiliate-Branche wie folgt: „Leider liegt auch 2019 die ePrivacy-Verordnung wie ein Damoklesschwert über der Affiliate-Branche sowie die weitere Verunsicherung hinsichtlich der Browserregulierungen und der AdBlocking-Problematik. Dennoch sind alle Branchen-Vertreter der Umsatzentwicklung entgegen sehr zuversichtlich. Wenn 72 % der Merchants und 76 % der Affiliates mit steigenden Umsätzen für 2019 planen, ist das ein eindeutiges Zeichen für eine positive Entwicklung der Branche.

Dennoch müssen die Netzwerke/Technologien und die Merchants weiterhin an einem zukunftsorientierten und datenschutzkonformen Tracking arbeiten, um damit den Affiliates eine Sicherheit zu bieten. Wenn 71 % der Affiliates ein fehlendes Cross-Device-Tracking als das größte Problem der Branche einschätzen, ist das ein Warnsignal und ein Aufruf an die Merchants, eine deviceübergreifende Zuordnung der Sales sicherzustellen. Nur so kann auch langfristig eine solide Geschäftsbeziehung mit den Affiliates gewährleistet werden.“

Die vollständigen Umfrageergebnisse sowie zahlreiche Experten-Meinungen aus der Affiliate-Branche können kostenlos als 118-seitiges Whitepaper heruntergeladen werden unter:

<https://www.xpose360.de/news-trends/case-studies/trends-affiliate-marketing-2019/>

Die Diagramme der Umfrage stehen hier zum Download bereit:

<https://www.xpose360.de/downloads/Diagramme-Trends-2019.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 jedes Projekt Customer-Journey-basiert professionell betreut. Dabei arbeitet unser Team von 45 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

Blücherstr. 4

86165 Augsburg

Fon: +49 (0) 821 455 289 21

E-Mail: l.hagen@xpose360.de