

AFFILIATE MARKETING 2013

Branche auf Konsolidierungskurs

Rechtliche Rahmenbedingungen und Änderungen in den Google Guidelines machen Affiliate Marketing anspruchsvoller

Musste die Branche 2009 das Ende von Quelle verschmerzen, so hat es 2012 mit Schlecker und Neckermann zwei weitere Big Player in die Insolvenz getrieben. Für das Partnerprogramm-Marketing bedeutet dies, dass zwei große Affiliate-Programme weggefallen sind, die neben dem Mobilfunk- und Finanzbereich zu den größten Umsatztreibern gehörten. Dennoch ist das Affiliate Marketing weiterhin auf Wachstumskurs – auch wenn der im Jahr 2011 prognostizierte Anstieg von elf Prozent nicht ganz erreicht wurde. Im September 2012 korrigierte der Online-Vermarkterkreis seine Schätzung auf zehn Prozent, das entspricht für das abgelaufene Jahr einem Volumen von 411 Millionen Euro an Werbeausgaben.

Dennoch melden die großen Affiliate-Netzwerke eine positive Entwicklung. So stieg beispielsweise der Umsatz in den ersten drei Quartalen bei Webgains um 10,6 Prozent. Und auch Axel Springer rechnet mit einem beschleunigten Wachstum des Medienkonzerns vor allem im Digitalgeschäft, zu dem ja auch das Affiliate-Netzwerk Zanox gehört.

Aus der Affilinet-Kundenumfrage 2012 geht hervor, dass Affiliate Marketing als Internet-Vertriebskanal weiter an Bedeutung gewinnen wird. Demnach wird jeder



Publisher und Advertiser arbeiten beim Affiliate Marketing Hand in Hand

ger als der marktübliche Standard sein soll, sicherlich für einen Umbruch sorgen. Mit Angeboten wie Affiliate Ads for Blogger wird Google mit Sicherheit schnell eine große Reichweite in Deutschland gewinnen – was bei den anderen Netztreibern Spuren hinterlassen dürfte.

Auch im Segment der Gutscheineiten gibt es derzeit extrem viel Bewegung. So kommen die größten Couponing-Publisher aus dem US-Markt wie Savoo.com oder Deals.com auf den deutschen Affiliate-Markt, was zu einer Bereinigung im Gutscheine-segment führen könnte. So wurde Gutscheine.de 2012 von RTL gekauft, Meingutscheincode.de wanderte zu Axel Springer, Mydealz.de investierte in Gutscheinsammler.de und Gutscheiny.de übernahm seinen Mitbewerber Schnaepchenfuchs.de.

Wachstumstreiber Mobile

Zu einem Wachstum der Branche dürfte auch weiterhin die Entwicklung im Mobile Marketing führen. Der Umsatz über mobile Endgeräte ist im europäischen Jahresvergleich um über 152 Prozent explodiert. Das Umsatzwachstum von 2011 bis 2012 liegt bereits bei über 204 Prozent. So hat der Zanox Mobile Perfor-

mance Barometer 2012 ergeben, dass bereits 53,9 Prozent aller mobilen Umsätze im Zanox-Netzwerk über das iPad generiert werden und mit einem weiteren Wachstum zu rechnen ist. Wettbewerber Tradedoubler ermittelte, dass über den Mobile Traffic aus dem Netzwerk bereits heute über zwei Millionen Verkäufe pro Monat generiert werden.

Problematisch sehen die Netzwerke allerdings die Tatsache, dass viele Werbungtreibenden noch keine mobile Seite haben. So hat Zanox festgestellt, dass im europäischen Vergleich Deutschland mit nur 34 Prozent der Markt mit dem geringsten Anteil an Unternehmen mit mobiler Site oder App ist. Bei prophezeiten Wachstumsraten mobiler Abverkäufe von jährlich 40 Prozent in den nächsten fünf Jahren können es sich Unternehmen eigentlich nicht mehr leisten, die Möglichkeiten des mobilen Marketings zu ignorieren.

Google vs. Affiliate

Ein Problem der Branche bleibt weiterhin das Vorgehen von Google gegen Content Affiliates. Durch die Updates Panda und Pinguin wurden bereits zahlreiche Affiliate Websites aus dem Google-Index verdrängt. Google versucht seit einiger Zeit, mit Algorithmusänderungen die Qualität der Suchergebnisse zu verbessern.

Anfang Oktober 2012 hat Google hierzu auch seine Webmaster Guidelines aktualisiert und dabei nochmals bekräftigt, dass reine Thin Affiliate Websites höchstwahrscheinlich keine guten Leistungen in den Google-Suchergebnissen erzielen und sogar negativ bewertet werden können.

Allerdings sagt Google auch, dass nicht jede Website, die an einem Affiliate-Programm teilnimmt, automatisch auch eine Thin Affiliate Website ist und dass gute Affiliate Websites auch einen Mehrwert schaffen können, indem sie beispielsweise Erfahrungsberichte sowie Bewertungen und Vergleiche zu Produkten anbieten. Für Affiliates bedeutet dies allerdings, dass die

Erstellung und Pflege von Content Websites künftig einen größeren Aufwand mit sich bringen und mehr Zeit in Anspruch nehmen wird und sich dadurch gegebenenfalls der eine oder andere Affiliate aus dem Business verabschieden wird.

Interessant ist auch die Frage, wie es mit der sogenannten EU-Privacy-Richtlinie weiter gehen wird. Sie wurde von Deutschland und anderen EU-Staaten noch nicht in nationales Recht umgesetzt. Es gilt jedoch zu beachten, dass bei fehlender Umsetzung der Richtlinie das Mitgliedsland so zu behandeln ist, als hätte es die Richtlinie umgesetzt. Nach Ansicht von Rechtsanwalt Christian Röhl bedeutet dies jedoch nicht, dass diese jetzt im Verhältnis zwischen Unternehmen und Verbrauchern uneingeschränkt gilt, denn bei fehlender Umsetzung kann sich der Nutzer nur gegenüber dem Staat auf die Richtlinie berufen. Im horizontalen Verhältnis zwischen den Marktteilnehmern habe diese Tatsache höchstens indirekte Wirkung. „Zu beachten ist, dass nationale Gerichte die Richtlinie im Rahmen der Auslegung beachten müssten“, erklärt der Medienanwalt aus Augsburg. „Dies kann dazu führen, dass Regelungen in AGB oder Datenschutzbestimmungen gegen die Richtlinie verstoßen und daher unwirksam sind.“

MARKUS KELLERMANN



Könnte den Markt aufmischen: Google-Partnerprogramm

befragte Advertiser in den nächsten drei Jahren mehr oder genauso viel in diesen Kanal investieren. Damit steigt die Investitionsbereitschaft im Vergleich zum Vorjahr noch einmal an.

Konsolidierung im Markt

Dennoch wird es laut Expertenschätzungen 2013 weiter zu Konsolidierungen kommen. So plant Google im neuen Jahr mit seinem Affiliate Network auch nach Deutschland zu kommen. Dabei dürfte das Kostenmodell des Suchmaschinenkonzerns, welches für Advertiser günsti-

19. und 20. März 2013: Affiliate Tactix 2013

Im Internationalen Congress Center München (ICM) findet im Rahmen der Internet World 2013 die siebte Affiliate Tactix Konferenz statt. Auch 2013 verspricht die größte deutsche Affiliate-Marketing-Konferenz einen vielseitigen Mix aus spannenden Vorträgen, Intensiv-Workshops und vielen Networking-Möglichkeiten. 2012 konnten die Veranstalter 550 Teilnehmer begrüßen.

www.affiliate-tactix.de



Im Rahmen der Internet World findet die Affiliate Tactix im ICM München statt

Affiliate Marketing in Zahlen

Anzahl deutscher Advertiser-Netzwerke:

- Adcell: 898
- Affilinet: 1.488
- Belboon-Adbutler: 1.281
- Commission Junction: 274
- Daisycon: 33
- Superclix: 679
- Tradedoubler: 364
- Tradetracker: 451
- Webgains: 478
- Zanox: 1.748

Anzahl angemeldeter Affiliate Websites:

- Adcell: 150.000
- Affilinet: 520.000
- Belboon-Adbutler: 160.000
- Commission Junction: 755.000
- Daisycon: 70.000
- Superclix: 910.509
- Tradedoubler: 500.000
- Tradetracker: 24.000
- Webgains: 150.000
- Zanox: k. A.

Quelle: 100partnerprogramme.de (Stand: Oktober 2012)

Markus Kellermann



Der Autor ist Gründer und Geschäftsführer der MK-Net Design und organisiert die Konferenz Affiliate Tactix in München (siehe Kasten).
www.mknetdesign.com