

+++ 22.9.: AFFILIATE-STAMMTISCH: WWW.MEDIAAPES.DE +++ ZANOX OPEN NETWORK PARTY (F020) +++ E2MA-STANDPARTY (E078) +++

Die bunten Partner

Auf dem Messegelände mag sie nicht im Mittelpunkt des Interesses stehen, dennoch nutzt die Affiliate-Marketing-Szene den Event in Köln zum fröhlichen Networking

Affiliate Marketing

Wer einmal einen feucht-fröhlichen Affiliate-Stammtisch besucht hat, der weiß, dass man den Mitgliedern der Affiliate-Marketing-Szene wohl nicht zu nahe tritt, wenn man sie als die bunte Truppe des Online Marketing bezeichnet. Was ein richtiger Affiliate ist, der denkt schnell, arbeitet hart und feiert gern. Von dieser Regel wird auch anlässlich der Dmexco nicht abgewichen – fürs Networking müssen in diesem Jahr allerdings fast ausschließlich Locations außerhalb der Halle 8 herhalten. Einen „offiziellen“ Affiliate-Treffpunkt, wie es ihn in den vergangenen Jahren auf der OMD gegeben hatte, sucht man auf der Dmexco vergebens.

Schon zu Düsseldorf Zeiten hielt sich der Vorwurf, dass die Messe mit dem Thema Affiliate Marketing eigentlich nicht recht etwas anfangen könne, man sei zu sehr auf Display fixiert. Ein Blick in das Kongressprogramm der Dmexco nährt den Verdacht, dass es auch in Köln so sein könnte: Das Wort „Affiliate“ taucht hier kein einziges Mal auf – wie vergangenes Jahr in Düsseldorf.

Performance Marketing gewinnt

Ist Köln für die Affiliate-Branche also eine Nullnummer? Ganz und gar nicht, findet Nils Hachen. Der Unit-Leiter Media und Kommunikation bei der Kölner Agentur Denkwerk leitet beim BVDW den Arbeitskreis Performance Marketing. Er erinnert an die Wurzeln der Messe als Vermarkter-Treff und sagt: „Inzwischen haben die Performance-Marketing-Themen deutlich an Schwerpunkten gewonnen.“ Im Seminarprogramm zur Dmexco belegt der BVDW



„Das Thema Transparenz wird immer noch ganz hoch gehandelt.“

NILS HACHEN
Leiter Arbeitskreis Performance Marketing im BVDW

gleich zwei einstündige Slots mit einem Basisvortrag zum Thema „Performance Marketing“. So haben Marketer, die einen Überblick brauchen, gleich zwei Mal Gelegenheit, diesen zu bekommen.

Zu den Trendthemen im Affiliate Marketing gehört für Hachen nach wie vor die Transparenz: „Das Thema wird immer noch ganz hoch gehandelt.“ Der BVDW (Boulevard A001) informiert in Köln über seinen jüngst erweiterten Code of Conduct, der die Spielregeln für die Branche festschreibt. Außerdem organisiert der Verband eine Reihe von Guided Tours über die Messe, darunter eine zum Thema Performance Marketing und eine zum Thema Affiliate Marketing.

Affilinet (D051 – E058) stellt über 30 innovative Applikationen aus dem Affilinet-Developer-Portal vor. Beispiel: iAffiliate – eine Applikation, um mehrere Publisher-Accounts ganz praktisch von überall via iPhone oder iPod Touch zu kontrollieren. Außerdem präsentiert Affilinet die wichtigsten Ergebnisse der Affilinet-Advertiser-Umfrage 2009.

Commission Junction (E021) stellt das neue Produkt CJ ViewPerformance (kurz CJ ViP) vor. Die Tracking-Lösung ermöglicht eine Differenzierung zwischen View-Cookies und Klick-Cookies. So können Advertiser im CJ Account die View- und Klick-Leistung der einzel-

nen Werbemittel unterschiedlich vergüten, wenn daraus ein Sale oder ein Lead generiert wird.

Auf dem Stand von **Explido Web Marketing** (F-070 – F074) freut sich Markus Kellermann, Head of Affiliate Marketing bei Explido und Organisator der Affiliate Tactixx in München, auf Gespräche mit Publishern und Merchants. Im Gepäck hat er seine Affiliate Toolbox, eine Sammlung von Werbemittel-Tools, die im Umfang deutlich erweitert wurde. Jetzt enthält sie auch Module, die zum Beispiel den netzübergreifenden Einsatz von Werbemitteln erleichtern. Auf die Trends des Jahres angesprochen, antwortet Kellermann: „Ein führendes Thema wird sicherlich das Qualitäts-

management sein.“ Außerdem, so fügt er hinzu, dürften sich die Gespräche um die Öffnung der API-Schnittstellen bei den Netzwerken drehen: „Affilinet bietet ja seit Kurzem auch eine Advertiser-API für Statistiken an.“ Last but not least – das Thema Post View: Immer häufiger werden Medialeistungen Performance-basiert über Affiliate-Netzwerke gebucht, die Disziplinen wachsen zusammen.

DMK-Internet (C089), besser bekannt unter dem Markennamen **SuperClix**, stellt in diesem Jahr „Missbrauch und Betrug bei Affiliate Marketing: Aufklärung, Beratung und Optimierung“ in den Mittelpunkt. Dazu setzt man auf eigenentwickelte Softwaretools und auf manuelle Kontrolle. Spannend dürften auch Diskussionen zum Thema „Post View Tracking sein“ – und weshalb SuperClix das bewusst nicht unterstützt.

Metaapes (A060) ist der Affiliate-Marketing-Spezialist in der Metapeople Gruppe. Im Bereich Affiliate will man dieses Jahr insbesondere die Themen Cross-Channel-Effekte und Consumer Journey im Affiliate Marketing vorstellen.

Zum Thema Markenschutz im Affiliate Marketing präsentiert **Ad Agents** (A010), eine Tochter von **Ad Pepper**, das eigens programmierte Tool Ad Patrol, das Markenbetrug aufdeckt.

Beim Netzwerkbetreiber **Vitrado** (F049) widmet man sich ebenfalls dem Dauerthema „Transparenz und Sicherheit“. Mit einem neuen Portal will Vitrado seinen Kunden einen noch genaueren Überblick über den Verlauf der Affiliate-Kampagnen ermöglichen. Vitrado-Chef Stefan Meiners sieht hier Defizite: „Die personelle Besetzung innerhalb der Unternehmen ist häufig nicht ausreichend, um einen sehr komplexen Kanal wie das Affiliate Marketing auszuwerten und zu steuern.“

TradeDoubler (F011 – F027) bietet ab sofort User Journeys an, also die Verfolgung von Nutzern innerhalb verschiedener Websites. Als besonderes Messe-Special bietet TradeDoubler den ersten zehn Advertisern, die sich in Köln am Messestand melden, seine Technologie kostenfrei an. Ein Kampagnen-Special soll es auch geben, Details hierzu standen bei Drucklegung noch nicht fest.

Spezialisierung als Trend?

Der Nürnberger Netzbetreiber **FinanceAds** (B090) will seinen Auftritt in Köln dazu nutzen, sein Geschäftsmodell erneut vorzustellen: die Spezialisierung auf die Bereiche Geld & Finanzen. FinanceAds-Chef Ralf Fischer glaubt: „Der Druck auf die Margen von Netzwerken und Agenturen wird steigen.“

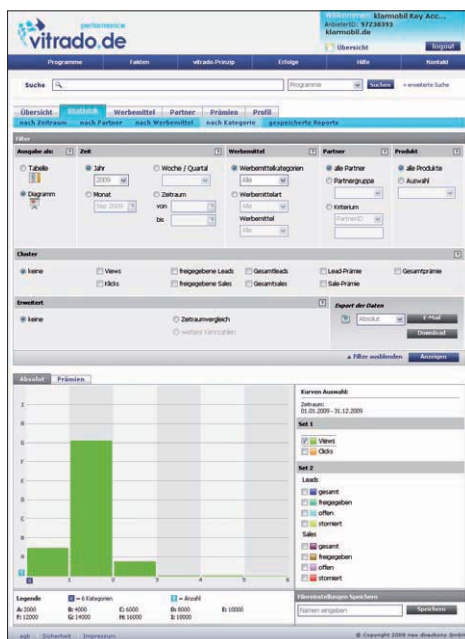
Auch die **Transparent GmbH & Co. KG** in Berlin hat den Finanzsektor als lohnendes Ziel für Affiliate-Kampagnen entdeckt. Auf der Dmexco präsentiert sich der Netzbetreiber erstmals mit dem Partnerprogramm von **Finanzen.de** (A021).

Die Berliner Agentur **LBI Iven & Hillmann** (A075) präsentiert mit dem LBI Dashboard eine Lösung für Unternehmen, um komplexe Affiliate-Kampagnen



„Es kommt auf die optimale Verzahnung an.“

BURKHARD KÖPPER
Geschäftsführer Jaron GmbH



Alles im Blick: Mit grafischen Interfaces wollen Anbieter wie Vitrado, dass Werbekunden den Kampagnen-Überblick bewahren

auszuwerten: „Damit ermöglichen wir unseren Kunden einen schnellen und einfachen Überblick über die Ergebnisse aller Online-Werbemaßnahmen, kombiniert mit den relevanten Marktdaten“, kommentiert LBI-Chef Arend Lars Iven.

E2MA (E078) sieht sich selbst als Lead-Generator, der für Werbekunden qualifizierte Kundenprofile inklusive Opt-in-Anmeldung erhebt. Sein Deutschland-

+++ NUR MIT ANMELDUNG: GET-TOGETHER BEI IVEN & HILLMANN (A075) +++ DITO: SUPERCLIX-MESSEPARTY IN DER EA-SPORTSBAR +++

geschäft baut das niederländische Unternehmen seit Anfang 2009 stark aus, seit April sind inzwischen schon 40 Neukunden hinzugekommen.

Wer sich für dieses Thema interessiert, sollte auch beim Wettbewerber **Clash Media** (A085) vorbeischaun.

Bei **Belboon-Adbutler** (E075) dreht sich alles um neue Features, die Affiliates das Aufsetzen innovativer Verkaufs-Tools ermöglichen. Dazu gehört der SmartFeed-Creator, mit ihm lassen sich beliebige Produktdatenexporte auf Basis der Belboon-

Produktdatenbank individuell konfigurieren. Affiliates können dabei nach Anbietern auswählen und so ihre Kunden auf bestimmte Produkte lenken.

Die Frankfurter Marketing-Agentur **Jaron** (F069) lockt Kunden mit einer Verlosung auf ihren Stand: Zu gewinnen gibt es eine Online-Marketing-Kampagne im Wert von 20.000 Euro. Da der Gewinn nicht bar ausgezahlt wird, sollten sich vor allem Unternehmen zur Teilnahme aufgefordert fühlen, die tatsächlich Nachholbedarf im Bereich Online Marketing haben.

Das Thema, mit dem Jaron in diesem Jahr die Messegäste anspricht, ist die Optimierung der Conversion Rate. „In diesem Bereich sind bei den meisten Unternehmen noch hohe Steigerungsraten möglich“, sagt Jaron-Chef Burkhard Köpper.

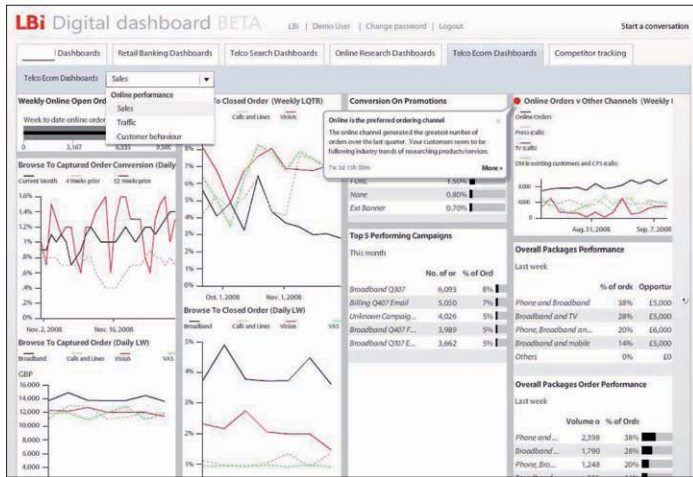
Zanox (F020–F028) präsentiert sich, sein Netzwerk und seine Partner auf einem „Open Campus“, der einem Amphitheater nachempfunden ist. Gemäß der Open-Company-Philosophie des Unternehmens können hier Advertiser, Publisher, Partner und Blogger allen Interessen-



„Post View wird ein wichtiges Thema.“

MARKUS KELLERMANN
Explido GmbH

ten ihre innovativen Strategien und neuesten Tools zur Monetarisierung des Webs vorstellen. *fk*



Iven & Hillman setzt mit seinem Digital Dashboard ebenfalls auf die totale Information

Dmexco-Termine rund um das Thema Affiliate

Dienstag, 22. September, ab 19.00 Uhr

Affiliate-Stammtisch:
Anmeldung über www.metaapes.de
Ort: King Kamehameha Suite, Im Zollhafen 4, 50768 Köln

17.00 – 18.00 Uhr

„BVDW: Qualität & Sicherheit – ein Überblick im Performance Marketing“; Referenten: Nils Hachen, Harald R. Fortmann, Alexander Holl
Ort: Seminar 2

Mittwoch, 23. September, 12.00 – 13.00 Uhr

Affiliinet-Chef Christoph Röck: „Affiliate Marketing 2010, wie sieht die Zukunft aus?“
Ort: Seminar 4

Donnerstag, 24. September, 10.00 – 11.00 Uhr

„BVDW: Qualität & Sicherheit – ein Überblick im Performance Marketing“
Referenten: Nils Hachen, Harald R. Fortmann, Alexander Holl
Ort: Seminar 3

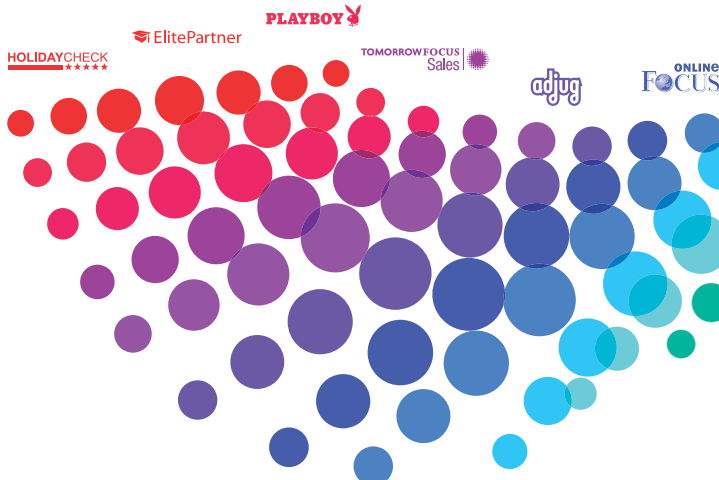
12.00 – 13.30 Uhr

Guided Tour 3 – Performance Marketing:
Überblick & Trends: Besucht werden die Firmen Affiliinet, Metapeople, Yellow Tomato und Zieltraffic.
Guide: Nils Hachen. Anmeldung unter www.bvdw.org/guidedtours

12.00 – 13.30 Uhr

Guided Tour 9 – Affiliate Marketing:
Erfolg mit Partnerprogrammen: Besucht werden die Firmen Affiliinet, Metapeople und Zieltraffic. Guide: N.N. Anmeldung: www.bvdw.org/guidedtours

TOMORROW FOCUS AG
the internet media company



e-commerce · sales · portal · technologies · mobile

Die TOMORROW FOCUS AG hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der größten Internet-Medienunternehmen Deutschlands entwickelt. Neben dem Portalgeschäft mit bekannten Internetmarken und einer der reichweitenstärksten Vermarktungsorganisationen entstanden stark expandierende Geschäftsfelder in den Segmenten E-Commerce, Mobile und Technologie. Um den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern, investieren wir weiter, in unsere bisherigen Produkte und in neue Portale, Performance-Marketing und Internationalisierung.

TOMORROW FOCUS setzt auf Erfolg durch Vielfalt: Wir können auch Ihr Unternehmen mit einem breiten Dienstleistungsspektrum in allen Stufen der digitalen Wertschöpfungskette unterstützen. Über 500 Mitarbeiter freuen sich darauf, mit Ihnen in Kontakt zu treten. **Überzeugen Sie sich selbst: www.tfag.de**

- HolidayCheck**: Einfach perfekte Reisen finden, buchen und Erfahrungen teilen
- ElitePartner**: Die Partnervermittlung für Akademiker & Singles mit Niveau
- PLAYBOY**: Alles was Männern Spaß macht
- TOMORROW FOCUS Sales**: Der Premium-Online-vermarkter mit 17,1 Mio Reichweite
- Adjug**: Der Internationale Online-Werbemarktplatz
- FOCUS Online**: Das große Newsportal mit 4 Millionen monatlichen Nutzern
- Finanzen100**: 100% Finanz- und Börsennachrichten
- jameda**: Ärzte suchen, finden und bewerten
- nachrichten.de**: Das automatisierte Nachrichtenportal für Deutschland
- TOMORROW FOCUS Technologies**: Maßgeschneiderte Internet-Dienstleistungen
- Cellular**: Full-Service-Anbieter für mobile Lösungen und Dienste

