

AFFILIATE MARKETING 2012

Aufschwung in der Krise

Neben der generellen Marktentwicklung im E-Commerce werden 2012 auch neue Publisher-Modelle im Mobile und Social Media Marketing zu einem Wachstum des Affiliate Marketings beitragen

Bis zu vier Milliarden Dollar werden US-Werbekunden im Jahr 2014 laut einer Studie von Forrester Research im Affiliate Marketing ausgeben. Und auch in Europa stehen die Zeichen auf Wachstum: 2011 wurden 203 Milliarden Euro über den Internet-Vertrieb von Waren erzielt, was sicherlich auch zu einem positiven Effekt im Affiliate-Kanal führen wird.

Im Trendbarometer Customer Survey 2011 des Affiliate-Netzwerkbetreibers Affilinet gaben 98 Prozent der Advertiser an, in den nächsten drei Jahren genauso viel oder mehr als bisher in das Affiliate Marketing zu investieren. Damit steigt die Investitionsbereitschaft im Vergleich zum Vorjahr noch einmal um deutliche fünf Prozent.

Die meisten Affiliate-Netzwerke verzeichneten 2010 und 2011 einen Umsatzanstieg. So generierte beispielsweise die Belboon-Adbutler GmbH im ersten Quartal 2011 den höchsten Quartalsumsatz sowie das höchste Quartalsergebnis seit ihrer Gründung. Das Unternehmen verzeichnete dabei gegenüber dem Vorjahresquartal ein Wachstum von 36 Prozent. Die Zanox-Gruppe erzielte im Jahr 2010 rund 367



Foto: Faola / Pixelwolf

Vom Trend begünstigt: Eine sich abkühlende Wirtschaft dürfte die Nachfrage nach Performance Marketing pushen

Millionen Euro Umsatz, bei einem generierten Sales-Volumen von fünf Milliarden Euro. Im ersten Halbjahr 2011 sei das Geschäft im Vergleich zum ersten Halbjahr 2010 sogar um 24 Prozent gewachsen, so Zanox-Chef Philipp Justus. Und auch Dorothea von Wichert-Nick, neue CEO bei Affilinet, verkündete im November ein Wachstum von 20 Prozent im laufenden Jahr. Kleinere Netzwerke wie Adcell melden Umsatzsteigerungen in ähnlicher Höhe.

Der Autor: Markus Kellermann

Der Head of Affiliate Marketing bei Explido und auch Organisator der Affiliate TacticsX betreibt neben der Partnerprogramm-Suchmaschine Affilixx.com das Affiliate-Portal Affiliateboy.de. www.affiliateboy.de

Die momentane gesamtwirtschaftliche Entwicklung lässt die Marktteilnehmer hoffen: Das Online-Performance-Geschäft könnte von einem wirtschaftlichen Abschwung profitieren, da Unternehmen Maßnahmen zur Absatzförderung verstärken dürften.

Wachstumstreiber Mobile

Einer der Wachstumstreiber 2012 dürfte erneut das Mobile Marketing sein. Aus dem Trendthema der vergangenen Jahre ist ein Umsatzbringer geworden. Bei Zanox kommen mittlerweile fünf Prozent des generierten Volumens über mobile Endgeräte. Einige Advertiser beziehen bereits zwölf Prozent ihrer gesamten Affi-

liate-Umsätze aus Mobile Traffic. Die bereits erwähnte Affilinet-Umfrage zeigt ein eindeutiges Bild: 98 Prozent der Advertiser sowie 86 Prozent der Affiliates setzen auf Mobile als einen der führenden Trends im Affiliate Marketing. Durch die rasante Verbreitung von Smartphones und Tablets steigt auch das Potenzial für Werbung in diesem Bereich weiter an. Comscore hat ermittelt, dass mittlerweile fast ein Drittel aller Deutschen ein Smartphone (23 Prozent) nutzen. Und die Möglichkeiten der neuen Technik werden angenommen: Mittlerweile nutzen 65 Prozent der deutschen Smartphone-Nutzer mindestens einmal monatlich das mobile Internet. Eine zunehmende Verbreitung der Geräte und nicht zuletzt immer günstigere Datentarife im Mobilfunk schaffen die Voraussetzung für eine verstärkte Nutzung von Mobile Affiliate Marketing.

Neue Affiliate-Netzwerke wie Kissmyads.com oder Sponsormob.com haben den Trend erkannt und sich auf Mobile spezialisiert. Aber auch die klassischen Affiliate-Netzwerke wie Tradedoubler haben hierzu Lösungen für Mobile Targeting und Mobile Ad Serving gelauncht, um Zielgruppen auf mobilen Endgeräten anzusprechen. Werbekunden haben dabei die Möglichkeit, speziell für das Endgerät optimierte Versionen ihrer Kampagnen abzuliefern und die Ergebnisse von Online-Kampagnen und mobilen Kampagnen auf einen Blick zu vergleichen. Je nach Kampagnenziel ist dabei ein individuelles Targeting möglich, etwa nach Tageszeit, Betriebssystem, Handymarke, Modell oder Netzbetreiber.

Themen, die sich für Mobile Affiliate Marketing aufgrund der Zielgruppen

eignen, sind vor allem Dating, Klingeltöne, Gaming, Unterhaltung, App-Downloads, Bildung und Finanzservices.

Transparenz und Fraud Protection

Eines der wesentlichen Themen im kommenden Jahr wird sicherlich die Gewährleistung der Transparenz und der Fraud Protection im Affiliate Marketing sein.

Den ersten Schritt hierzu hat im Oktober Zanox mit dem neuen Marketplace bereits gemacht. Dieser soll das Geschäft noch transparenter gestalten und beschleunigen. Auf verschiedenen Profilen haben Affiliates und Werbungtreibende nun die Möglichkeit, sich zu beschreiben und auf Basis von transparenten und strukturierten Informationen miteinander zu arbeiten. Bisher ist dieser Prozess anders gelaufen, denn in der Vergangenheit hatten die Affiliates sehr limi-

tierte Informationen über den Advertiser. Zum Beispiel wussten sie bisher nicht, wie gut die Werbung des Unternehmens ist, also welcher Grad an Monetarisierung erreichbar ist. Und auf der anderen Seite haben Advertiser nun auch die Möglichkeit, sich umfassend über die eigenen Werbepartner zu informieren, sich Unternehmenspräsentationen anzuschauen und den Kontakt mit den Partnern weiter zu intensivieren.

Bei der Bekämpfung von schwarzen Schafen werden 2012 wichtige Entwicklungen stattfinden. Professionelle Agenturen wie Explido aus Augsburg setzen bereits eigenentwickelte Tools ein, die anhand von verschiedenen Schwellenwerten auffällige Klickraten oder überhöhte Conversion Rates automatisiert erkennen. Das ermöglicht eine frühzeitige Erkennung von Betrugsszenarien – und hilft, den dabei entstehenden Schaden abzuwenden.

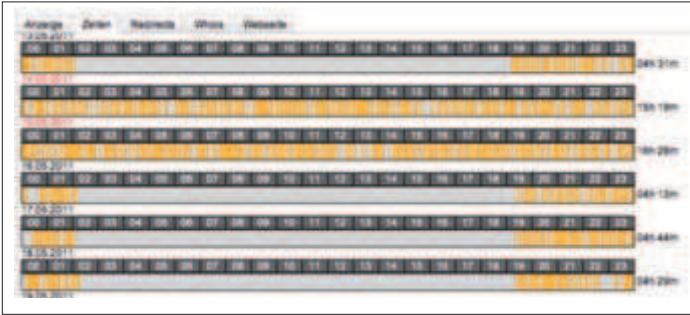
Zu den häufig anzutreffenden Betrugsversuchen gehört das Ad-Hijacking: Ein Affiliate kopiert Adwords eines Advertisers und leitet so Suchmaschinen-Traffic auf seine Seite um. Der Web-Analyse-Spezialist Xamine schätzt, dass allein 2011 mindestens 13 Millionen Euro Schaden durch Affiliate-Betrug über Ad-Hijacking entstanden ist. Durch spezialisierte Brand-bidding-Tools wie Xamine, Sistris oder Ad Police können solche Methoden unterbunden und der Schaden rechtzeitig vermieden werden.

Ausschlaggebend für den Erfolg derartiger Frühwarnsysteme ist, dass Betrüger konsequent aus dem Vertriebskanal ver-

Trendthema: Betrachtung der Customer Journey

	1. Besuch	2. Besuch	3. Besuch	4. Besuch	5. Besuch
E-Mail					Kauf
Direkteinstieg					
Preisvergleich		Recherche			
Social Media					
Organische Suche	1. Kontakt			Kaufabbruch	
Display Advertising					
Keyword Marketing			anmelden		

Vier Stationen zum Kauf: Die Betrachtung der Customer Journey ist ein Gegenentwurf zur „Last Cookie Wins“-Vergütung, die im Affiliate Marketing immer noch die Regel ist



Ad-Hijacking: Die Täter arbeiten vor allem nachts und am Wochenende

bannt und anschließend auch rechtlich belangt werden, um das Affiliate Marketing auch langfristig als nachhaltiges Geschäftsmodell im Performance-Marketing-Mix zu platzieren.

Konsolidierung der Branche

2011 fanden zahlreiche Firmenübernahmen statt. So hat Zanox das holländische Affiliate Netzwerk M4N mit Sitz in Amsterdam zu hunderten Prozent übernommen und damit die Marktstellung in den Benelux-Ländern weiter ausgebaut. Erst ein Jahr zuvor wurde in UK das Netzwerk Affiliate Window mit Buy.at übernommen.

Viele Netzwerke expandieren zudem gerade in den internationalen Bereich. Zanox hat ein Büro in der Türkei eröffnet und plant zudem den Start in Brasilien. Auch Commission Junction erweitert seinen Geschäftsbereich nach Osteuropa. Und Affilinet plant weitere Dependancen im europäischen Ausland.

Bei den Affiliates und Advertisern setzt sich der Internationalisierungstrend eben-

falls weiter fort. Viele Advertiser planen, ihren Online Shop in andere Länder auszuweiten und bieten damit weiteres Potenzial für ein weltumspannendes Affiliate Marketing. Der Markt wird somit immer internationaler – und es wird daher immer wichtiger, die Märkte auch im Detail zu kennen.

Quo vadis Customer Journey?

Das „Last Cookie Wins“-Prinzip ist im Affiliate Marketing immer noch State of the Art. Laut einer Umfrage von Affilinet gehört die Berücksichtigung der verschiedenen Kontaktpunkte bis zum Kauf für 73 Prozent der Advertiser und 59 Prozent der Affiliates zu den wichtigsten Branchentrends der Zukunft. Eine gerechte Provisionierung nach Kontakten ist allerdings noch Zukunftsmusik.

Die Problematik ist im Moment noch, dass zwar einige der Marketingkanäle in Echtzeit provisioniert werden könnten, andere jedoch nicht. Auch eine transparente Statistik für Affiliates ist von den Affiliate-Netzwerken technisch noch nicht gegeben. Zudem muss man bedenken, dass es über die Jahre hinweg auch zu festen Kooperationen und Partnerschaften gekommen ist, die auf dem „Last Cookie Wins“-Modell basieren.

Dennoch nehmen immer mehr Advertiser bereits die Messung der Customer Journey im Hintergrund vor – und berücksichtigen die Ergebnisse bei ihrer Budgetverteilung.

Erste Provisionsmodelle, die etwa bei der Customer Journey für die Provisionierung den Lifetime Value eines generierten Kunden durch die Partner berücksichtigen, werden schon heute umgesetzt. Sie werden helfen, das Verständnis für die Rolle der verschiedenen Werbemittelkontakte im Verlauf der Customer Journey auch bei den Affiliates weiter aufzubauen.

Allerdings müssen die Werbungtreibenden ebenfalls noch umdenken, denn die Empfehlungen durch Affiliates oder die Branding-Werbeleistung durch unterstützende Display-Partner kann eine Initialzündung für höhere Konversionsraten darstellen. Um sich also vom „Last Cookie Wins“-Prinzip zu verabschieden und der Werbeleistung gerecht zu werden, müssen diese Provisionsarten neu überdacht werden.

Haftungsfrage bleibt offen

Immer noch ungeklärt ist die Haftungsfrage von Merchants im Affiliate Marketing. So hat etwa das Landgericht Hamburg 2011 entschieden, dass ein Händler, der am Marketplace des Online-Versandhandels Amazon teilnimmt, unter anderem auch für die Wettbewerbsverstöße der Amazon-Werbepartner haftet.

In dem verhandelten Fall hatte ein Amazon-Werbepartner auf seiner Seite ein Angebot des Händlers präsentiert und dabei zu niedrigen Versandkosten angegeben. Die Richter des LG Hamburg entschieden, dass, obwohl zwischen dem Händler und dem Werbepartner kein direktes vertragliches Verhältnis besteht, den Händler eine Haftung für die Rechtsverletzung des Werbepartners trifft. Das Gericht ging davon aus, dass der Händler Kenntnis davon hat, dass Amazon selbst Werbepartner einsetzt, die die Angebote der Marketplace-Händler auf ihren eigenen Seiten bewerben. Nimmt ein Amazon-Marketplace-Händler diese Dienste in Anspruch, trifft ihn im Falle der Rechtsverletzung des Dritten gleichsam eine Haftung. Rechtsanwalt Christian Röhl von der Kanzlei Röhl, Dehm & Partner sieht diese Entscheidung eher skeptisch, da so die Haftung für Händler bei Amazon auf Handlungen von Personen ausgedehnt wird, auf die sie keinen Einfluss haben und die sie noch nicht einmal kennen. Ob dieses Urteil Bestand haben wird, ist daher zweifelhaft.

Ebenfalls interessant ist eine Entscheidung des Amtsgerichts Straubing. Das Gericht geht nämlich davon aus, dass Affiliates, die Kreditangebote bewerben, eine



Mobile Affiliate Marketing: Neue Netzwerkbetreiber wie Kissmyads.com oder Sponsormob.com setzen voll auf den Mobilkanal

Genehmigung gemäß Paragraph 34c der Gewerbeordnung benötigen, da diese ebensolche Angebote vermitteln. Das Gericht befand, dass auch indirekte Vorbereitungsaktionen bereits zur Vermittlung zählen und nicht nur solche, die den Vertragsschluss selbst herbeiführen. Rechtsanwalt Röhl rät dabei zur Vorsicht und empfiehlt ohne Genehmigung keine Produkte dieser Art zu vermitteln, da nicht ausgeschlossen werden kann, dass weitere Gerichte diesem Beispiel folgen.

So werden 2012 nicht nur auf Advertiser im Affiliate Marketing neue Herausforderungen zukommen, auch die Publisher müssen darauf achten, nicht in die Mühlen der Justiz zu geraten.

MARKUS KELLERMANN

Affiliate Marketing: Wichtige Szene-Adressen

- www.affiliate-tactixx.de
- www.100partnerprogramme.de
- www.affiliate-people.de
- www.affiliateundrecht.de
- www.affiliateboy.de
- www.affilixx.com
- www.explido-affiliate.de
- www.eisy.eu
- www.affiliate-marketing.de

Netzwerke im Überblick

Zahl der Advertiser

- Adcell: 500
- Affilinet: 2.300
- Affilivelt.net: 648
- Belboon-Adbutler: 1.400
- Commission Junction: 3.000
- Superclix: 700
- Tradedoubler: 1.900
- Tradetracker: 2.500
- Zanox: 3.800

Zahl der angemeldeten Affiliates

- Adcell: 75.000
- Affilinet: 500.000
- Affilivelt.net: 20.000
- Belboon-Adbutler: 250.000
- Commission Junction: 330.000
- Superclix: 910.509
- Tradedoubler: 1.000.000
- Tradetracker: 400.000
- Zanox: 1.100.000

Quelle: 100partnerprogramme.de (Stand: September 2011)

27. März 2012
ICM München

STREAMING VIDEO SUMMIT

Top Themen:

- Videowerbung
- Web-TV Production
- Connected-TV
- Content Delivery
- IPTV/VoD
- Video Management
- Streaming Media

Teilnahme für
INTERNET WORLD
Business-Leser
nur € 290,-*
(statt € 390,-)
Code: **svs12iwb**

*alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

www.streaming-summit.com

Veranstalter:
internet WORLD BUSINESS

Neue
Mediengesellschaft
Um Inet

Kongresse & Messen

T&U
streaming media