

Affiliate Marketing im Jahr 2018

Unser Affiliate Ausblick:

Laut aktuellen Studien schaut die Branche sehr zuversichtlich in die Zukunft und prognostiziert auch weiterhin ein Umsatzwachstum. Bedingt wird dies vor allem dadurch, dass sich die Unternehmen unabhängiger von Google, Facebook und Amazon positionieren möchten.

Da der mobile Traffic immer mehr zu nimmt, sollte man als Merchant entsprechend vorbereitet sein. Sowohl das Bereitstellen mobil optimierter Werbemittel als auch eines übergreifenden Cross Device Tracking gehören dieses Jahr zum guten Ton.

Affiliate Trend 2018: Influencer als die neuen Player

Das Hype-Thema 2017 Influencer Marketing erreicht nun das Affiliate Marketing. In seinen Ursprüngen ist das Affiliate Marketing aus dem „Empfehlungsmarketing“ gewachsen. Gerade die Meinung der Influencer nutzen viele der Millenials als Grundlage für ihre Kaufentscheidung.



Richtig eingesetzte Influencer können mehr bringen als nur ein paar Likes.

Für Marken sind hier die bereits aufgebaute Reputation und das Netzwerk des Influencers besonders interessant. Die Meinungsmacher selbst profitieren von einer entsprechenden Entlohnung für ihren hochwertigen Content. Bei bereits bestehenden Kooperationen werden die Weichen für mehr Abverkaufsorientierung bzw. Performance gestellt.

Es könnten sich hier eigene Publisher- und Provisionsmodelle etablieren. Aber es muss ein Umdenken stattfinden, wenn man mit Influencern als Affiliates arbeiten möchte. Eine qualitative Entwicklung ist wahrscheinlich.

AWIN + affili.net = ein neuer Platzhirsch entsteht?

Ebenso kritisch wird von einigen Marktteilnehmern die Fusion von AWIN und affili.net gesehen. Oft wird hier die Gefahr einer Monopolstellung genannt. Es bietet sich aber auch die Chance, dass sich kleinere Netzwerke neu positionieren können. Einige Marktteilnehmer haben bereits eigene Private-Networks erfolgreich aufgesetzt. Sie werden so von den großen Netzwerken unabhängiger, senken Kosten und können so eine deutlich engere Bindung zu ihren Affiliates aufbauen.

Herausforderung DSGVO?!

Auch im Affiliate Marketing kommt man dieses Jahr nicht an der Datenschutzgrundverordnung (DSVGO) vorbei. Sie ist das beherrschende Thema, das aber noch mit vielen Fragezeichen versehen ist.



Datenschutz wird 2018 noch wichtiger.

Aktuell herrscht allgemein noch große Verunsicherung hinsichtlich der Folgen der kommenden ePrivacy-Verordnung der EU in Kombination mit der DSGVO. Viele Branchen-Teilnehmer sehen in ihr eine große Gefahr für das Affiliate Marketing als Teil des Marketing-Mixes.

Die DSGVO und der vermehrte Einsatz von Ad-Blockern gibt dem althergebrachten Cookie-Tracking dieses Jahr wohl den Todesstoß. Es wird also dringend eine Überarbeitung bestehender Tracking-Lösungen und in diesem Zusammenhang auch der Provisionsmodelle nötig sein. Da inzwischen immer mehr Traffic über den mobilen Kanal kommt, sollte ein Schwerpunkt auf Mobile-Tracking, Cross-Device-Tracking und Customer Journey Tracking liegen.

Fazit

Es schwebt, bedingt durch die ePrivacy-Verordnung, über allen aktuellen Trends das Damokles-Schwert. Ohne bindende politische Entscheidungen und alternative Trackingsysteme wird die Unsicherheit im Markt bestehen bleiben. Dabei sollte man nicht vergessen, dass Affiliate-Marketing vom Miteinander lebt.

Titelbild © peshkova / Fotolia

Beitragsbild 1 © peshkova / Fotolia

Beitragsbild 2 © sdecoret / Fotolia