

## Affiliate Conference: Intent-Data und Influencer-Marketing als neue Wachstumstreiber der Affiliate-Branche

**Affiliate-Branche trifft sich mit über 500 Teilnehmern in München**

**München, 10. November 2016.** Am gestrigen Mittwoch fand am Münchner Flughafen die sechste Affiliate Conference sowie im Anschluss die Affiliate NetworkxX statt. Am Nachmittag konnten sich dabei über 150 Teilnehmer im Munion Tagungszentrum in spannenden Vorträgen zu den drei Themenblöcken "Tipps und Insights zum Partnerprogramm-Management", "Trends und neue Publisher-Modelle" sowie "News und Entwicklungen der Affiliate-Netzwerke" weiterbilden.

Namhafte Referenten wie Sven Metzger (Verivox), Rebecca Morgenstern (affilinet), Stefanie Bröker (zanox), Tobias Allgeyer (CJ Affiliate by Conversant), Kathrin Siegel (TradeDoubler), Hakan Özal (financeAds), Ingo Kamps (EOG der Media Saturn), Ulf Heyden (Burda forward) oder auch Wolfgang Polzer (xpose360) gaben dabei Tipps und Insights zur Entwicklung des Digitalen Marketings sowie den Herausforderungen im sich verändernden Affiliate-Umfeld, zu verschiedenen Trendthemen wie Influencer-Marketing oder Content-Commerce als neue Bestandteile des Affiliate-Marketings, neuen Verdienstmöglichkeiten für Publisher, Audience Publishing oder auch zu aktuellen Themen im Online-Recht.

Die Hauptaussage mehrerer Vorträge war dieses Jahr, dass das Affiliate-Marketing immer datengetriebener wird und dass die individuellen Customer-Journeys viele Touchpoints haben, um damit die Käufer zu beeinflussen. Der dabei generierte Intent-Data ermöglicht es den Advertisern die Kunden besser zu verstehen. Auch Stefanie Bröker von zanox ist sich sicher, dass die Last-Klick-Bewertung ein Auslaufmodell im Affiliate-Marketing darstellt. Anhand einer Case-Study präsentierte zanox, dass durch eine genaue Customer-Journey-Bewertung der einzelnen Publisher-Kanäle und einem Assist-Vergütungsmodell bei einem Fashion-Shop die Umsätze um 61%, sowie die Reichweite um 19% gesteigert werden konnten. Die Publisher waren dabei an 333 Assists beteiligt. V.a. Blogs und Content-Seiten sind dabei klare Inspirationsquellen für die Käufer. Zudem konnten durch eine gezielte Steuerung 40% aller Sales von Gutschein-Publishern initiiert und abgeschlossen werden.

Auch neue Umsatzpotentiale aus dem Bereich Influencer-Marketing wurden präsentiert. Dabei wurde thematisiert, dass v.a. Content-Publisher traditionell am Beginn des Marketing-Funnels angesiedelt sind, was oftmals zu der Problematik führt, sie aufgrund der Last-Cookie-Win-Modells für das Affiliate-Marketing zu gewinnen und zu halten. Laut einer Umfrage auf der PMI Europe 2016 wurde dabei deutlich, dass 6% der Publisher ein zusätzliches Vergütungsmodell als Last-Cookie verwenden. 76% glauben, dass eine Zusammenarbeit mit Influencern auf Basis der aktuellen Provisionsmodelle schwierig ist. Allerdings wollen 65% der Advertiser mehr mit Influencern zusammenarbeiten.

Wolfgang Polzer von der xpose360 zeigte in seinem Vortrag Möglichkeiten auf, wie man auch mit neuartigen Hybrid-Provisionen und vorab definierten KPIs erfolgreiche Influencer für sein Affiliate-Programm gewinnen kann und präsentierte anhand von Case-Studys bereits erfolgreiche Influencer-Kampagnen aus dem Affiliate-Kanal, die teilweise sechsstellige Umsätze durch Affiliate-Einnahmen und Direktkooperationen verdienen.

Zum Abschluss der Affiliate Conference folgte noch eine Panel-Diskussion zu den Trends im Affiliate-Marketing mit Branchen-Vertretern der Affiliates, Merchants, Agenturen, Public- und Private-Networks. Dabei wurden aktuelle Probleme der Publisher diskutiert, sowie die Frage warum sich Advertiser für ein Private Network interessieren und was derzeit die Probleme der Public Networks sind. Auch die Frage, warum eine Provisionierung auf Customer-Journey-Basis aktuell immer noch von sehr wenigen Advertisern eingesetzt wird wurde umfassend diskutiert und erörtert.

"Die Affiliate Conference ist mittlerweile die Leitveranstaltung für neue Innovations-Treiber und Trend-Entwicklungen im Affiliate-Marketing. Um seine Umsätze als Advertiser auch weiterhin nachhaltig steigern zu können, bedarf es kontinuierlich neuer und innovativer Geschäftsmodelle zur Traffic-Steigerung. Auch der Einsatz von technischen Lösungen wird immer wichtiger. Hierfür bietet die Veranstaltung die perfekte Plattform zur Weiterbildung sowie zur Vernetzung mit neuen Kontakten", so Markus Kellermann, Veranstalter der Affiliate Conference und Geschäftsführer Performance der Digital-Marketing-Agentur xpose360.

## **Networking im Airbräu**

Im Anschluss an die Konferenz fand dann die 22. Affiliate NetworkxX statt. Über 450 Affiliates, Advertiser, Agentur-Mitarbeiter und Vertreter der Affiliate-Netzwerke trafen sich dabei zum gemeinsamen Netzwerken und Erfahrungsaustausch

Auch diesmal stand das Networking im Vordergrund. So gab es wieder vier Themen-Tische für die Branchen Retail/Shopping, Telko, Travel und Finanzen/Versicherungen, an denen sich die Teilnehmer über die jeweiligen Themen austauschen konnten. Auch das Speed-Networking ermöglichte den Teilnehmern, neue Kontakte zu knüpfen und ihr Unternehmen zu präsentieren.

Als Hauptsponsor der Affiliate NetworkxX konnte wieder das Affiliate-Netzwerk communicationsAds gewonnen werden. Themen-Sponsoren der Veranstaltung waren die xpose360, exali.de, smartmobil.de, ReachAD und Telefonica. Dazu kamen noch 16 weitere Premium-, Gold- und Silber- -Sponsoren. Beide Veranstaltungen wurden dabei wieder organisiert von der Augsburger Digital-Marketing-Agentur xpose360.

## **Save the Date**

Die nächste Affiliate Conference findet am Donnerstag, den 09. November 2017 wieder am Flughafen München statt.

## **Pressefotos der Affiliate Conference:**

<http://www.affiliate-conference.de/contact-information/presse/>

## **Pressefotos der Affiliate Networkxx:**

<http://www.affiliate-networkxx.de/medien/pr-meldungen/>

## **über die Affiliate Conference**

Die Affiliate Conference ist eine Konferenzreihe für Affiliates, Netzwerk-Mitarbeiter, Advertiser, Affiliate-Manager, Online-Marketing-Leiter, E-Commerce-Leiter und Geschäftsführer aus mittelständischen bis Großunternehmen aus allen Branchen. In verschiedenen Themenblöcken erhalten die Teilnehmer einen Einblick in aktuelle Themen und Trends der Affiliate-Branche. Es hat sich zudem gezeigt, dass der Wissenstransfer in kompakten 20-Minuten-Sessions am effektivsten ist. Dadurch erfahren die Teilnehmer in 13 Vorträgen die neuesten Informationen von führenden Speakern der Affiliate-Szene.

## **über den Organisator xpose360**

Die xpose360 GmbH ist eine Digital-Marketing-Agentur aus Augsburg. Das Ziel ist die nachhaltige Umsatz- und Trafficsteigerung für Kunden wie IMPULS Finanzmanagement AG, L'TUR, Yello Strom, Norma oder Peter Hahn. Die xpose360 gliedert sich in die Geschäftsbereiche SEO, PPC-Marketing und Affiliate-Marketing. Zudem organisiert xpose360 mit der Affiliate Conference, dem Affiliate-Innovation-Day und der digital tomorrow zahlreiche Events im Search- und Affiliate-Bereich. Mit einem leistungsstarken Team von 40 Mitarbeitern stehen vor allem der serviceorientierte Gedanke sowie die proaktive Betreuung im Zentrum der Maßnahmen. <http://www.xpose360.de>

## **Pressekontakt xpose360**

Anne Pfeiffer  
xpose360 GmbH  
Am Silbermannpark 2  
86161 Augsburg  
Fon. +49 (0) 821-45528915  
E-Mail: [a.peiffer@xpose360.de](mailto:a.peiffer@xpose360.de)