
Performance hält Einzug ins klassische Display-Marketing und drängt TKP-basierte Abrechnungsmodelle zurück

19.10.2009, 14:14 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *affilinet*

Presseagentur: *FAKTOR 3 AG*



affilinet Umfrage zu Zukunftstrends im Online-Marketing mit richtungsweisenden Ergebnissen:

- Bereits 95 Prozent der befragten Advertiser bewerten ihre Display-Marketing Aktivitäten nach ihrem Vertriebs Erfolg – nur noch 19 Prozent der Advertiser schätzen die Kosten im klassischen TKP-basierten Display-Marketing als niedrig ein, 81 Prozent als zu hoch.
- Affiliate-Marketing wird als deutlich effizienterer Kanal bewertet, lediglich 36 Prozent bewerten hier die Kosten als hoch.
- Über die Hälfte (56 Prozent) der Advertiser will in den nächsten drei Jahren mehr Budget ins Affiliate-Marketing investieren.

München, 19. Oktober 2009 – Performance-Marketing ist die Zukunft des Online-Marketings, klassische TKP-Buchungen verlieren stark an Bedeutung – das zeigt die aktuelle Advertiser-Umfrage von affilinet, dem Marktführer für Performance-Marketing in Deutschland und mit über 1.600 Advertisern einer der führenden Anbieter in Europa. Besonders bemerkenswert: 95% der rund 120 befragten deutschen Advertiser bewerten ihre Display-Marketing Aktivitäten mittlerweile nach ihrem Vertriebs Erfolg. Verstärkt wird dieser Trend durch unterschiedliche Kosten-Nutzen-Einschätzungen: Knapp zwei Drittel (64 Prozent) der Befragten stufen die Kosten für Affiliate-Marketing als gering ein, bei Display-Marketing sind es hingegen nur 19 Prozent. Die Umsatzleistung des Kanals Affiliate-Marketing wird mit 54 Prozent als hoch bewertet, die Umsatzleistung von Display-Marketing mit nur 37 Prozent als deutlich geringer. Kein Wunder also, dass über die Hälfte (56 Prozent) der Advertiser in den kommenden drei Jahren noch mehr Budget ins Affiliate-Marketing investieren will und 40 Prozent die Ausgaben mindestens auf gleichem Niveau belassen möchten. Knapp 40 Prozent der Befragten nutzen bereits PostView-Tracking als effiziente Möglichkeit, messbare Reichweite in Kombination mit Vertriebs Erfolgen zu generieren.

„Performance-basierte Abrechnungsmodelle drängen den klassischen TKP selbst im Bereich der Displaywerbung zurück – unsere aktuelle Advertiser-Umfrage bestätigt die starke Nachfrage im Online-Marketing nach performanceorientierten Lösungen“, so Christoph Röck, Geschäftsführer von affilinet. „Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass wir mit unserer Neuausrichtung als Anbieter von Performance-Lösungen in allen Bereichen den zukunftsweisenden Weg gehen. Vor allem mit unserem Media-Angebot ‚eReach‘ für performancebasierte Displaywerbung treffen wir die Bedürfnisse des Markts auch im Bereich des Display-Marketings.“

Im Mittelpunkt der neu ausgerichteten Strategie von affilinet stehen innovative Produkte und Services innerhalb drei neu eingeführter Geschäftsbereiche. So bietet der Bereich „Performance Media“ umfangreiche Serviceleistungen für Kunden, die durch Kampagnen auf Performance-Basis Brandingeffekte bei maximalem Abverkaufserfolg erzielen möchten. Das Angebot eReach ermöglicht beispielsweise ein gezieltes Tracking von Leads und Sales bei Displaykampagnen und schafft eine zielgruppenspezifische Optimierung der Kampagne bei maximalem Brandingeffekt

und Transaktionserfolg. Mit dem Bereich „Performance Network“ stellt affilinet ab sofort innovative Produkte rund um das Thema Partnerprogramm-Management zur Verfügung. Der dritte Bereich „Performance Technology“ unterstreicht die Innovationskraft von affilinet durch neue und kreative Software-Lösungen für Advertiser, Agenturen und Publisher.

Hinweis für Journalisten: Gerne stellen wir Ihnen geeignetes Bildmaterial der Umfrage zur Verfügung.

Portrait

Über affilinet

affilinet ist der Marktführer für Performance-Marketing in Deutschland und einer der führenden Anbieter in Europa. Online-Werbetreibenden (Advertiser) profitieren von innovativen Lösungen für performancebasierten Online-Vertrieb und die registrierten Vertriebspartner (Publisher) von attraktiven Verdienstmöglichkeiten. In den drei Geschäftsbereichen „Performance Network“, „Performance Media“ und „Performance Technology“ bietet affilinet Netzwerk- und Serviceleistungen für Partnerprogramme, performancebasierte Medialeistungen sowie technische Lösungen für effizientes Online-Marketing. Europaweit sind bei affilinet rund 1.600 Affiliate-Programme und mehr als 450.000 Publisher registriert.

News-ID: 361442 • Views: 1017 (Stand: 16.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/361442/Performance-haelt-Einzug-ins-klassische-Display-Marketing-und-draengt-TKP-basierte-Abrechnungsmodelle-zurueck.html>