

Markus Kellermann

68 % DER WERBETREIBENDEN UNTERNEHMEN ERWARTEN EIN UMSATZWACHSTUM IM AFFILIATE-MARKETING

In Zusammenarbeit mit dem Branchenportal AffiliateBLOG.de hat die Performance-Marketing-Agentur MAI xpose360 eine Umfrage unter 1.300 Branchenvertretern durchgeführt, um dabei die wichtigsten Trends und Entwicklungen im Affiliate-Marketing für 2025 zu ermitteln. Doch welche Chancen, Risiken und Herausforderungen beschäftigen die Branche, insbesondere im Hinblick auf die aktuellen wirtschaftlichen Probleme? Das beleuchtet der Affiliate-Experte Markus Kellermann im vorliegenden Beitrag.

Auch 2024 blieb die wirtschaftliche Lage in Deutschland angespannt. Geopolitische Konflikte, die anhaltende Stagnation der Wirtschaft und steigende Insolvenzzahlen belasteten die Konjunktur schwer. Der IHK-Konjunkturindex fiel im Herbst 2024 auf 99 Punkte. Unternehmen rechnen frühestens 2025 mit einer spürbaren Erholung, wobei das Wachstum voraussichtlich unter dem Vor-Corona-Niveau bleibt. Trotz dieser Herausforderungen zeigte sich der Online-Handel stabil: Der Umsatz stieg um 3,4 % auf 87,1 Milliarden Euro. Für 2025 wird ein weiteres Wachstum prognostiziert, das den Umsatz auf 114 Milliarden Euro steigern könnte.

Und auch das Affiliate-Marketing bleibt aufgrund seiner Transparenz und der direkten Nachvollziehbarkeit von Erfolgen weiterhin ein bevorzugter Kanal in Krisenzeiten. Trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen verzeichneten 45 % der Advertiser, 40 % der Affiliates und 60 % der Agenturen und Netzwerke/Technologien (ANT) laut dem Affiliate-Trend-Report Umsatzsteigerungen im Jahr 2024.

Für 2025 erwarten zudem 68 % der Advertiser, 50 % der Affiliates und 65 % der ANT ein Umsatzwachstum. Optimistisch sind die Advertiser auch in der Frage, wie relevant Affi-

liate-Marketing im Online-Marketing-Mix ist. Waren es im vergangenen Jahr noch 75 %, sagen mittlerweile 81 %, dass Affiliate-Marketing für die Unternehmen weiterhin wichtig und sehr wichtig ist. Zudem sagen 48 %, dass der Affiliate-Kanal in den nächsten fünf Jahren im Unternehmen an Priorisierung zunehmen wird.

Affiliate-Marketing wird in Europa voraussichtlich ein Marktvolumen von rund 5,55 Milliarden US-Dollar im Jahr 2024 erreichen, bei einer erwarteten jährlichen Wachstumsrate von 6,5 %. Laut Cognitive Market Research wird das Marktvolumen in Großbritannien etwa 933 Millionen US-Dollar betragen, mit einer jährlichen Wachstumsrate von 7,3 %, während der deutsche Markt voraussichtlich eine Wachstumsrate von 6,7 % erreichen wird. Mit einem jährlichen Wachstum (CAGR) von 15,4 % soll der globale Affiliate-Markt bis 2027 auf 27,78 Milliarden US-Dollar und bis 2030 auf 38,3 Milliarden US-Dollar anwachsen. In den USA werden bereits 12 bis 20 % des US-E-Commerce-Umsatzes dem Affiliate-Marketing zugeschrieben und der durchschnittliche Return on Ad Spend (ROAS) ist im Affiliate-Marketing um 40 % höher als bei anderen Paid-Media-Kanälen.

DER AUTOR



Markus Kellermann ist Geschäftsführer der MAI xpose360. Zudem betreibt er das Branchenportal AffiliateBLOG.de und moderiert den Podcast Affiliate MusixX.

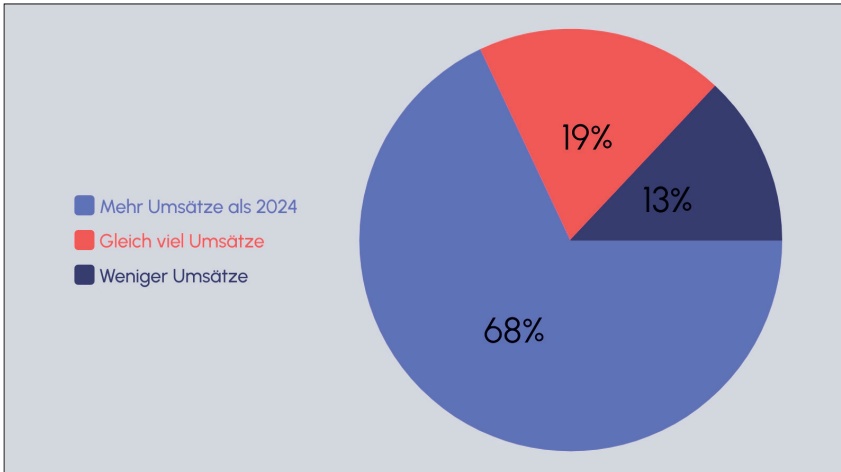


Abb. 1: Geplante Affiliate-Umsätze im Jahr 2025 (Quelle: xpose360)

„Bis 2023 soll der globale Affiliate-Marktauf 38,3 Milliarden US-Dollar anwachsen.“

Künstliche Intelligenz: vom Trend zum Standard

Ein zentrales Thema im Jahr 2025 bleibt die künstliche Intelligenz (KI). Für 69 % der Affiliates, 68 % der ANT und 58 % der Advertiser ist KI das wichtigste Trendthema. Bereits 68 % der Advertiser und 93 % der Affiliates setzen aktiv KI-Tools ein, wobei der Schwerpunkt auf der Content-Erstellung, der Personalisierung und der Optimierung der Customer Journey liegt. Viele Branchenteilnehmer erhoffen sich durch den Einsatz von KI erhebliche Wettbewerbsvorteile. So konnten 43 % der Affiliates mithilfe von KI bereits konkrete Wachstumschancen realisieren.

„93 % der Affiliates nutzen bereits Tools mit künstlicher Intelligenz.“

Neben der Automatisierung von Inhalten wird KI zunehmend für prädiktive Analysen genutzt, um Zielgruppen noch präziser anzusprechen. Affiliate-

Netzwerke und -Technologien integrieren verstärkt KI-basierte Tools, die eine datengetriebene Steuerung von Kampagnen ermöglichen. Die Bedeutung dieser Technologien spiegelt sich auch in den Investitionsplänen wider: 71 % der Advertiser und 68 % der ANT planen, ihre Ausgaben für KI-Technologien im kommenden Jahr zu erhöhen.

Die Integration von KI in das Affiliate-Marketing beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Optimierung von Werbemitteln. Sie bietet auch neue Möglichkeiten zur Entwicklung innovativer Publisher-Modelle. KI-basierte Systeme wie Chatbots und Recommendation Engines werden zunehmend genutzt,

um die Interaktion mit Kunden zu verbessern und den Umsatz zu steigern. Laut der Umfrage sind 61 % der Advertiser, 60 % der Affiliates und 60 % der ANT der Meinung, dass Unternehmen, die in den nächsten fünf Jahren in KI investieren, einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil erzielen können.

Tracking und Attribution in einer cookielosen Welt

Ein weiteres zentrales Thema der Branche ist die präzise Messung der Performance. Der Übergang zu einer cookielosen Zukunft stellt Advertiser und Affiliates vor neue Herausforderungen. Bereits 49 % der Advertiser haben auf First-Party-Tracking und Server-to-Server-Tracking umgestellt, während weitere 26 % dies für 2025 planen. Server-to-Server-Tracking und probabilistische Modelle, wie sie von Netzwerken wie Awin und Admitad entwickelt werden, gewinnen zunehmend an Bedeutung, um Tracking-Verluste durch fehlende Einwilligungen oder Browser-Sanktionen zu kompensieren.

Die Einführung der „Conversion Protection Initiative“ (CPI) von Awin zeigt, wie die Branche auf die Herausforde-

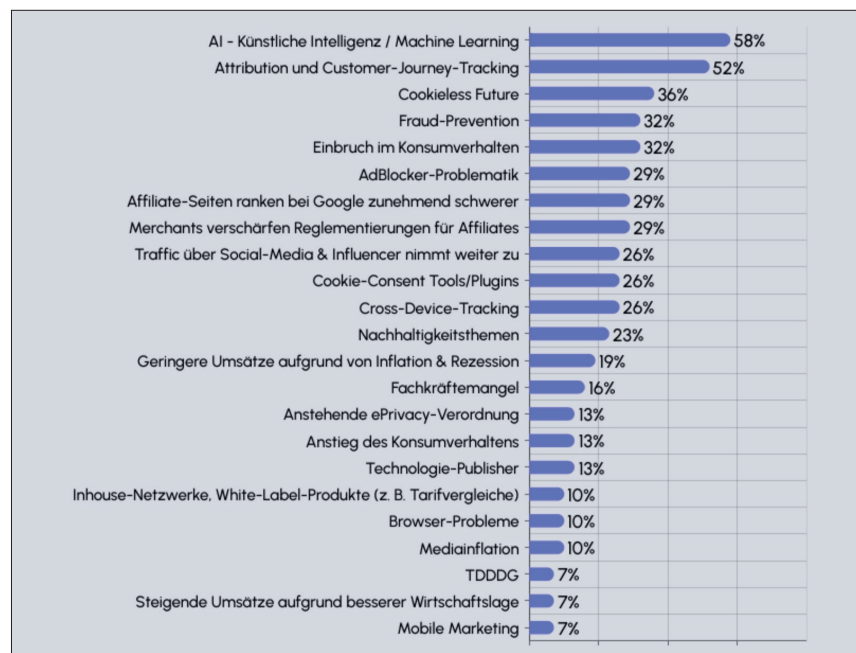


Abb. 2: Welche Trends sind 2025 zu erwarten? (Quelle: xpose360)

rungen reagiert. Dieses Modell gleicht Tracking-Verluste durch probabilistische Schätzungen aus und stellt sicher, dass Affiliates fair vergütet werden. Trotz dieser Fortschritte sehen 52 % der Affiliates Tracking-Verluste und Datenschutzprobleme als größte Hindernisse an. Besonders kleinere Publisher äußern Bedenken, da unpräzise Tracking-Methoden ihre Einnahmen direkt beeinflussen können.

Parallel dazu entwickeln führende Netzwerke neue Ansätze, um die Herausforderungen der Attribution zu bewältigen. First-Party-Daten und serverseitiges Tracking werden immer häufiger genutzt, um eine präzisere Zuordnung von Conversions zu gewährleisten. Advertiser, die bereits auf diese Technologien umgestellt haben, berichten von einer durchschnittlichen Steigerung der Tracking-Genauigkeit um 30 %. Dennoch bleibt der Übergang für viele Unternehmen eine Herausforderung, da bestehende Systeme oft auf veralteten Technologien basieren.

Unsicherheiten für Affiliates – zwischen KI-Revolution und neuen Google-Standards

Die Welt des Affiliate-Marketings steht 2025 vor erheblichen Herausforderungen, ausgelöst durch Googles neue Algorithmen und die wachsende Bedeutung von künstlicher Intelligenz (KI). Mit dem „Site Reputation Abuse“-Algorithmus hat Google strenge Standards für die Qualität von Affiliate-Inhalten eingeführt, was zu signifikanten Sichtbarkeitsverlusten für viele Plattformen führt. Gleichzeitig könnten KI-generierte „AI Overviews“ bei Google in den Suchergebnissen weiter an Bedeutung gewinnen, da sie direkte Antworten auf Nutzerfragen liefern, ohne externe Websites zu besuchen. Diese Entwicklungen bedrohen den organischen Traffic vieler Affiliates, die

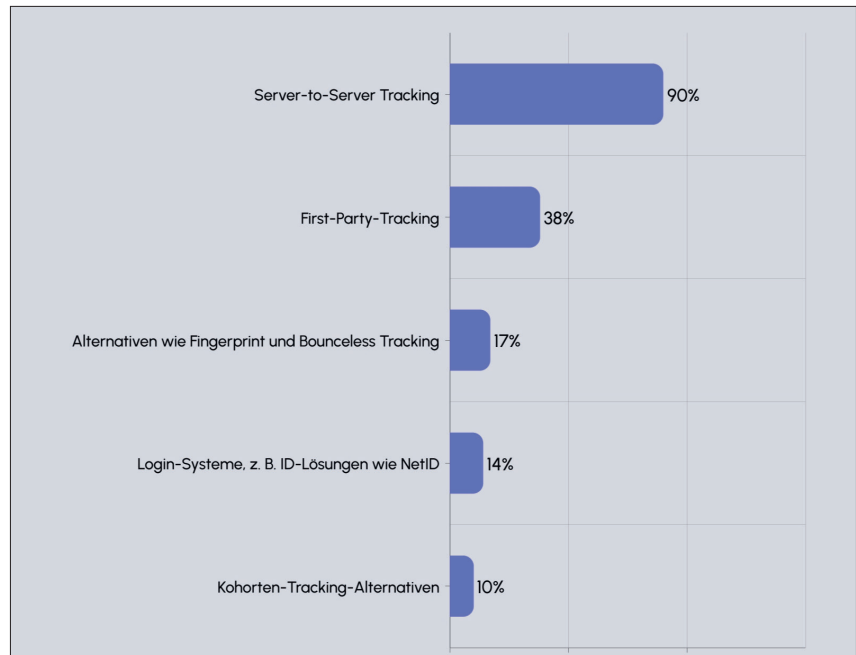


Abb. 3: Tracking-Modelle der Zukunft (Quelle: xpose360)

auf Google angewiesen sind.

Zusätzlich experimentiert Google mit der direkten Anzeige von Gutscheincodes in den Suchergebnissen, was den Traffic auf Gutscheinportalen erheblich reduzieren könnte. In den USA werden sogar KI-basierte Produktempfehlungen direkt in den Suchergebnissen angezeigt, was die Rolle von Vergleichsseiten und Affiliate-Links weiter schwächt. Laut Gartner könnte der Suchverkehr bis 2026 um bis zu 25 % zurückgehen, was Affiliates zwingt, alternative Strategien zu entwickeln.

Affiliates müssen sich daher verstärkt auf die Erstellung hochwertiger Inhalte konzentrieren und ihre Traffic-Quellen diversifizieren, etwa durch den Einsatz von Social Media oder Content-Marketing. Der Affiliate-Trend-Report 2025 zeigt, dass 43 % der Affiliates die Herausforderung sehen, gute Rankings bei Google zu erzielen, während 78 % die direkte Anzeige von Gutscheincodes als Bedrohung betrachten und 36 % eine Gefahr darin sehen, wenn Google AI Overviews in Deutschland einführen sollte. Um erfolgreich zu bleiben, sind Innovationen und Anpassungen unerlässlich.

Social Commerce und Influencer-Marketing treiben Affiliate-Branche voran

Die Affiliate-Branche steht aber nicht nur vor Herausforderungen, sondern auch vor einer Vielzahl neuer Chancen. Während Cashback-Portale (59 %), Content-Seiten (41 %) sowie Gutschein- und Deal-Seiten (jeweils 38 %) laut dem Affiliate-Trend-Report weiterhin zu den wichtigsten Publisher-Modellen zählen, entstehen zunehmend neue Umsatztreiber, die das Potenzial der Branche erweitern.

So bietet die Verbindung von Social Media und Affiliate-Marketing weiterhin enormes Wachstumspotenzial. Plattformen wie TikTok, YouTube und Instagram integrieren vermehrt Affiliate-Tools, die es Creatoren und Marken ermöglichen, neue Einnahmequellen zu erschließen. Shoppable-Content-Formate, wie personalisierte Shops und direkte Produktverlinkungen, machen Social Commerce zu einem der spannendsten Trends im Affiliate-Marketing.

Nano- und Mikro-Influencer gewinnen dabei besonders an Bedeutung. Diese kleineren Influencer zeichnen sich durch hohe Engagement-Raten

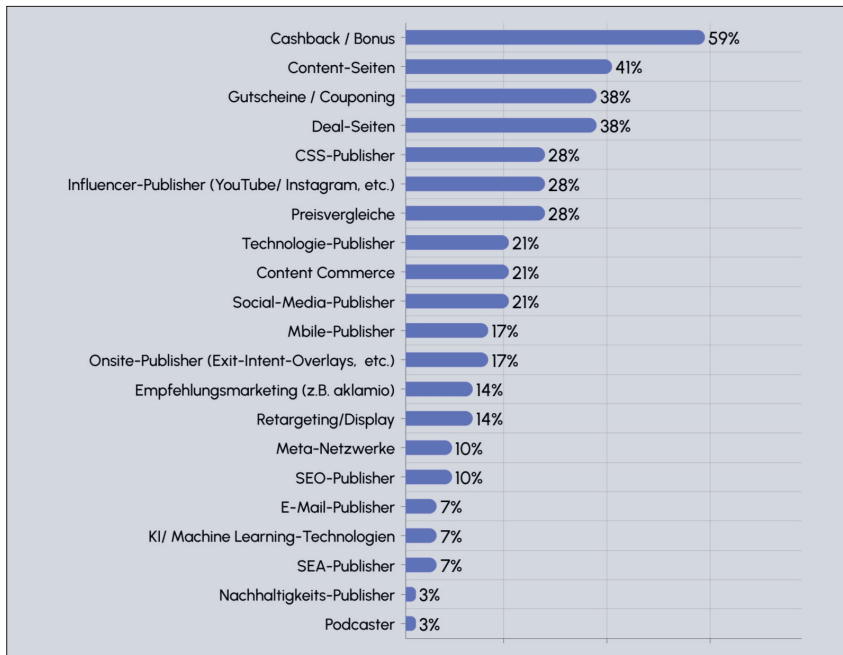


Abb. 4: Die bedeutendsten Publisher-Modelle für 2025 (Quelle: xpose360)

und eine enge Bindung zu ihren Zielgruppen aus. Laut der Trend-Umfrage sehen 33 % der Advertiser und 39 % der ANT großes Wachstumspotenzial in der Zusammenarbeit mit Influencern, da authentische Empfehlungen das Vertrauen der Konsumenten stärken und die Conversion-Rates erhöhen.

„Social-Media-Plattformen bieten Creatoren neue Monetarisierungsmöglichkeiten.“

Plattformen wie LTK und TikTok experimentieren mit innovativen Shopping-Funktionen. TikTok hat Affiliate-Shopping-Links eingeführt, die es Creatorn ermöglichen, Produkte direkt in ihren Videos zu verlinken, während LTK mit Shoppable-Videos eine neue Möglichkeit bietet, Videoinhalte mit Produktlisten zu kombinieren. Diese Entwicklungen zeigen, wie stark die Integration von Social Commerce und Affiliate-Marketing voranschreitet.

Technologie-Publisher und CSS-Modelle als Wachstumstreiber

Technologie-Publisher bleiben ein zentraler Wachstumsmotor der Branche, da sie datengesteuerte und skalierbare Lösungen für komplexe E-Commerce-Herausforderungen bieten. Ihre Stärke liegt in der gezielten Ansprache von Konsumenten über innovative Tools wie Exit Intent, Bounce-Management und Push-Benachrichtigungen. Laut der Trend-Umfrage sehen 21 % der Advertiser und 25 % der ANT Tech-Publisher mit zu den bedeutendsten Publisher-Modellen.

PRÄMIE 1

- **Rucksack**
- 100% RPET, hergestellt aus 18 recycelten PET-Flaschen.
- Seesack-Design, große Öffnung.
- mit separatem Laptopfach und Getränkefach
- extra viel Platz für Website Boosting



PRÄMIE 2

- **Edelstahl Isolier Trinkflasche**
- Edelstahl, Doppelwandig, vakuumisoliert
- Füllmenge: ca. 590 ml

ABO + WAHLPRÄMIE

6 Ausgaben zum Vorteilspreis (62,- EUR* / Jahr)

Prämie: Website Boosting Rucksack oder Trinkflasche direkt zu Ihnen nach Hause geliefert, ohne zusätzliche Zustellkosten

immer ein paar Tage früher informiert

www.websiteboosting.com/abo

* Sie sparen 8,80 EUR im Vergleich zum Einzelkauf. Im Ausland: EUR 70,80 inkl. Versandkosten

Anbieter wie intent.ly, SaleCycle oder Bounce Commerce haben Lösungen entwickelt, die Conversion-Rates und Warenkörbe signifikant steigern. Solche Innovationen zeigen, wie Technologie-Publisher nicht nur als Partner, sondern auch als strategische Wegbereiter für den Erfolg von Affiliate-Kampagnen fungieren. Auch CSS-Modelle erlebten im vergangenen Jahr ein beeindruckendes Wachstum und gehören auch im Jahr 2025 für 28 % der Advertiser und 63 % der ANT mit zu den wichtigsten Publisher-Modellen. Die Hauptvorteile von CSS-Publishern liegen in ihrer Fähigkeit, die Sichtbarkeit von Produkten in Suchmaschinen wie Google Shopping zu maximieren und gleichzeitig Kosten zu reduzieren. Dank regulatorischer Maßnahmen in Europa, die eine Trennung von Google Shopping und unabhängigen Vergleichsdiensten fördern, konnten CSS-Publisher ihren Marktanteil deutlich ausbauen.

Im Jahr 2024 machten CSS-Modelle im Affiliate-Netzwerk Awin 8 % der gesamten Affiliate-Umsätze aus, wobei die höchsten Wachstumsraten in den Märkten Großbritannien, Deutschland und Frankreich verzeichnet wurden. Die Möglichkeit, Zielgruppen entlang der gesamten Customer Journey anzusprechen, macht diese Modelle besonders attraktiv.

Faire Provisionen und hybride Modelle

Eine der zentralen Herausforderungen im Affiliate-Marketing bleibt die faire und transparente Provisionierung der Publisher. Mit dem Wachstum der Branche steigen auch die Anforderungen, da sich Marktbedingungen und Wettbewerb kontinuierlich wandeln. Publisher stehen zunehmend unter Druck, ihre Reichweite zu erweitern und sich unabhängiger von einzelnen Traffic-Quellen zu machen. Laut dem Affiliate-Trend-Report 2025 wünschen sich 50 % der Affiliates höhere Provi-

sionen, während 43 % eine stärkere Wertschätzung für ihre Arbeit fordern. Als große Herausforderung gelten eine als zu gering empfundene Provision (36 %) sowie Provisionskürzungen (31 %), die oft durch Messfehler aufgrund von Browser-Regulierungen oder Ad-Blockern entstehen.

„50 % der Affiliates wünschen sich höhere Provisionen.“

Advertiser reagieren zunehmend auf diese Entwicklungen, indem sie hybride Vergütungsmodelle einführen, die Provisionen mit Werbekostenzuschüssen (WKZ) kombinieren. Laut der Umfrage haben 73 % der Advertiser im Jahr 2024 solche Modelle genutzt. Diese Ansätze bieten klare Vorteile: 46 % der Advertiser berichten von steigenden Umsätzen und einer stärkeren Bindung der Affiliates. Dennoch bleibt die Balance zwischen bezahlbaren Premium-Platzierungen für Publisher und der Einhaltung zentraler KPIs wie Kosten-Umsatz-Relation (KUR, 74 %), generierter Umsatz (48 %) und Conversion-Rate (32 %) eine Herausforderung.

Die Branche muss langfristig ein Gleichgewicht zwischen den Bedürfnissen der Publisher und den strategischen Zielen der Advertiser schaffen, um nachhaltiges Wachstum zu gewährleisten. Erhöhte WKZ-Budgets und flexible Provisionsmodelle könnten entscheidende Faktoren sein, um den Erfolg aller Beteiligten zu sichern und das Potenzial des Affiliate-Marketings voll auszuschöpfen.

Fazit: Stabilität und Wachstum trotz Herausforderungen

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten zeigt die Affiliate-Branche eine beeindruckende Widerstandsfähigkeit

und Innovationskraft. Der Affiliate-Trend-Report 2025 zeigt, dass die Branche auf einem soliden Fundament steht und bereit ist, die Herausforderungen der Zukunft zu meistern. Die zunehmende Integration von KI, die Weiterentwicklung von Tracking-Technologien und die Expansion von Social-Commerce-Strategien bieten enorme Wachstumschancen.

Affiliate-Marketing ist nicht nur ein Performance-Kanal, sondern ein strategisches Instrument zur Steigerung der Effizienz und zur Erschließung neuer Zielgruppen. Unsere Studie zeigt, dass 81 % der Advertiser Affiliate-Marketing als unverzichtbaren Bestandteil ihres Marketing-Mixes betrachten und dass 68 % sogar mit steigenden Umsätzen über den Affiliate-Kanal rechnen. Die Fähigkeit, Zielgruppen entlang der gesamten Customer Journey anzusprechen, macht diesen Kanal einzigartig. Gleichzeitig müssen wir uns den Herausforderungen stellen: Tracking-Verluste, Datenschutzprobleme und die zunehmende Regulierung erfordern innovative Lösungen und eine enge Zusammenarbeit innerhalb der Branche.

Die Ergebnisse der Umfrage unterstreichen, dass Affiliate-Marketing auch in unsicheren Zeiten ein verlässlicher und effizienter Kanal bleibt. Die Kombination aus technologischen Fortschritten, datengetriebenen Ansätzen und kreativen Strategien wird die Branche prägen und ihre Relevanz weiter steigern. Wir sind überzeugt, dass Affiliate-Marketing auch 2025 eine zentrale Rolle im digitalen Marketing spielen wird.

SIE HABEN FRAGEN?

HIER GIBT ES ANTWORTEN!



Entdecken Sie die Geheimnisse der Suchmaschinenoptimierung – von den Grundlagen bis zu den neuesten Entwicklungen! Welche SEO-Strategien führen langfristig zum Erfolg? Und welche Mythen können Sie getrost ignorieren?

Dieses Buch beantwortet 99 der wichtigsten SEO-Fragen, die sich Einsteiger, Fortgeschrittene und Experten gleichermaßen stellen. Dr. Mario Fischer, ein führender SEO-Experte mit 30 Jahren Erfahrung, führt Sie durch alle Facetten des Online-Marketings.

Sie erhalten nicht nur Antworten auf grundlegende Fragen wie die Bedeutung des Title-Elements oder der Meta Description, sondern auch Einblicke in komplexe Themen wie den Page-Rank, die Rolle von Userdaten aus dem Chrome Browser, oder dem Content Effort Score. Erfahren Sie, wie Google wirklich funktioniert und wie Sie Ihre Website für bessere Rankings optimieren können.

Verstehen Sie die Bedeutung von holistischem Content, den User-Intent, und die Auswirkungen von KI auf SEO. Lernen Sie, wie Sie Google Ads für SEO-Zwecke nutzen und wie Sie Ihre interne Linkstruktur optimieren, um mehr Traffic zu generieren. Dieses Buch ist Ihr unverzichtbarer Ratgeber, um im Dschungel der Suchmaschinenoptimierung den Durchblick zu behalten und Ihre Website auf die nächste Stufe zu heben - kompakt, verständlich und ohne unnötigen Ballast – nur pures SEO-Wissen.

Deutsche Ausgabe:
ISBN-13: 979-8310688001
Taschenbuch (24,95 €): 176 Seiten
E-Book (8,95 €)

Englische Ausgabe:
ISBN-13: 979-8312966824
Taschenbuch (25,13 €): 159 Seiten
E-Book (9,40 €)

ERHÄLTlich AUF AMAZON!

ABO

+ WAHLPRÄMIE



6 Ausgaben zum Vorteilspreis (62,- EUR* / Jahr)

Website Boosting Rucksack (Prämie 1) **oder**
Website Boosting Trinkflasche (Prämie 2)

direkt zu Ihnen nach Hause geliefert, ohne zusätzliche
Zustellkosten.

immer ein paar Tage früher informiert

www.websiteboosting.com/abo

* Sie sparen 8,80 EUR im Vergleich zum Einzelkauf. Im Ausland: EUR 70,80 inkl. Versandkosten

PRÄMIE 1

- **Rucksack**
- 100% RPET, hergestellt aus 18 recycelten PET-Flaschen.
- Seesack-Design, große Öffnung.
- mit separatem Laptopfach und Getränkefach
- extra viel Platz für Website Boosting



PRÄMIE 2

- **Edelstahl Isolier Trinkflasche**
- Edelstahl. Doppelwandig, vakuumisoliert
- Füllmenge: ca. 590 ml

