

# mobile affiliate marketing

12 | 04 | 2011

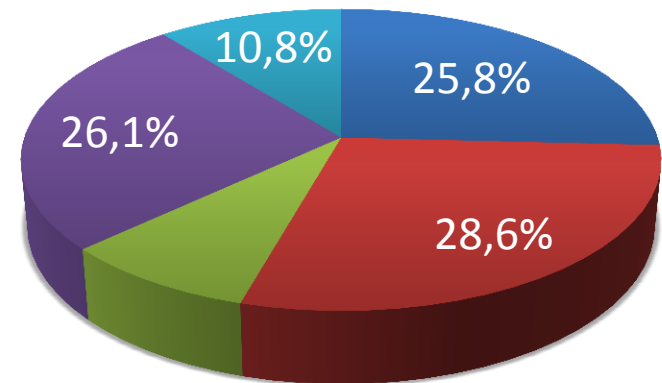


# marktsituation 2011

- 10,1 Millionen verkaufte Smartphones in Deutschland
- Im nächsten Jahr (2012) werden erstmals mehr Smartphones als PCs verkauft
- Android wird das Betriebssystem mit der höchsten Verbreitung

## Marktanteile 2011

- Android
- iOS
- Windows
- Blackberry OS

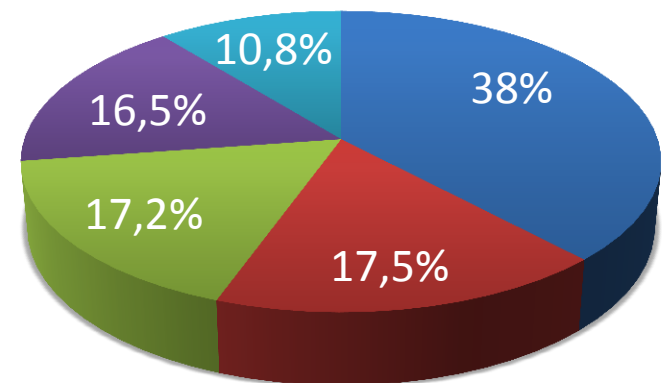


# marktsituation 2016

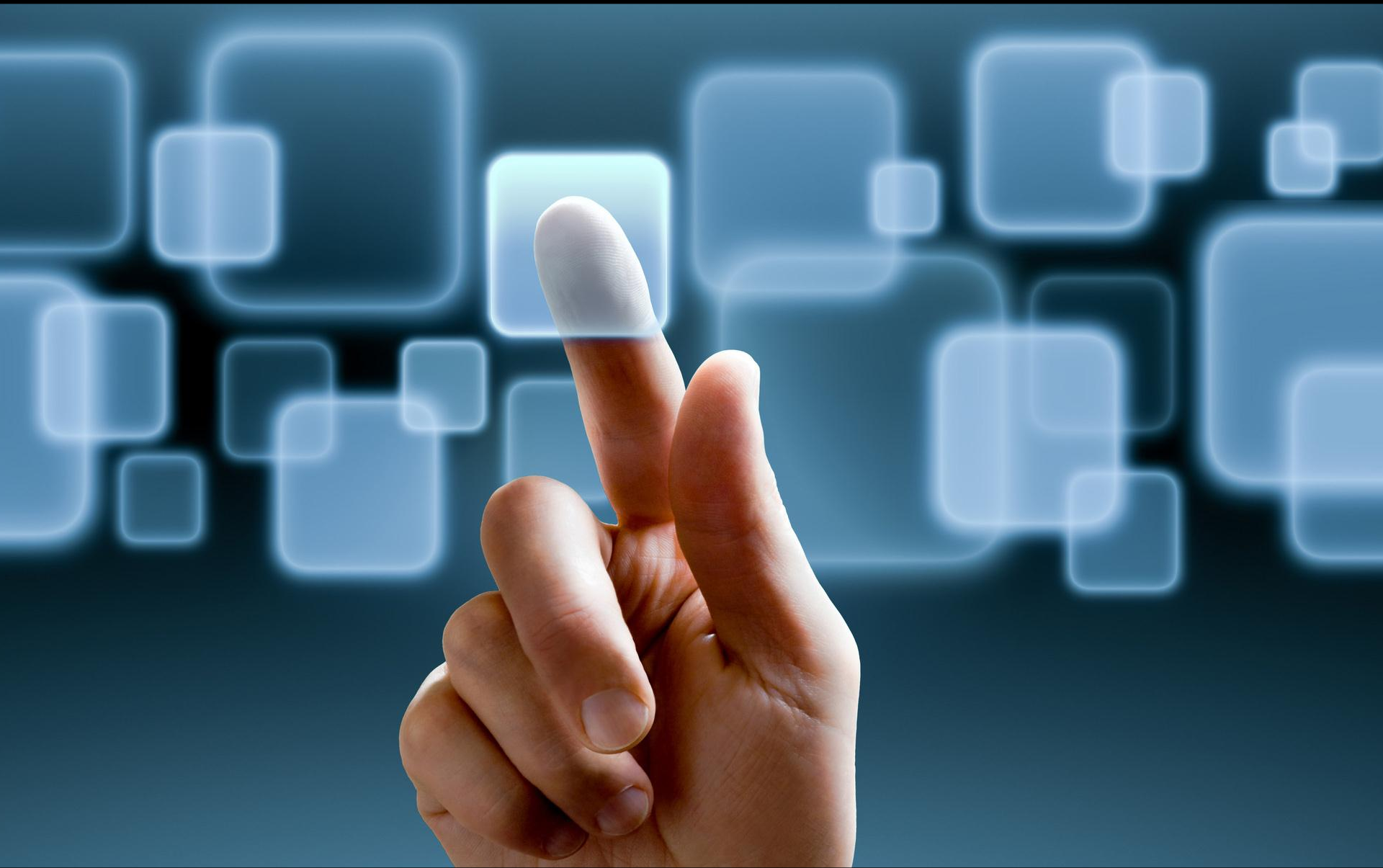
- 653 Mio. verkaufte Smartphones in 2016
- 175 Mio. verkaufte Smartphones in West-Europa
- Android hat mit 38% Marktanteil 20% Vorsprung

## Marktanteile 2016

- Android
- iOS
- Windows
- Blackberry OS



# apps vs. mobile web

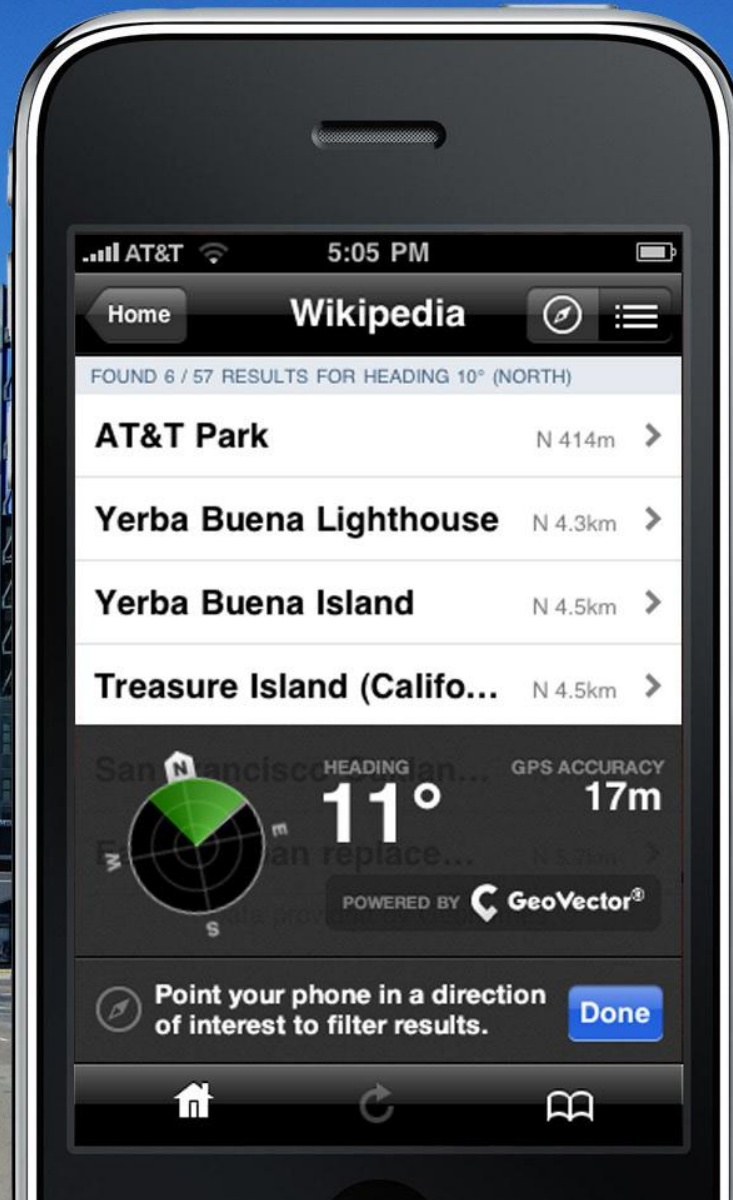


# apps vs. mobile web

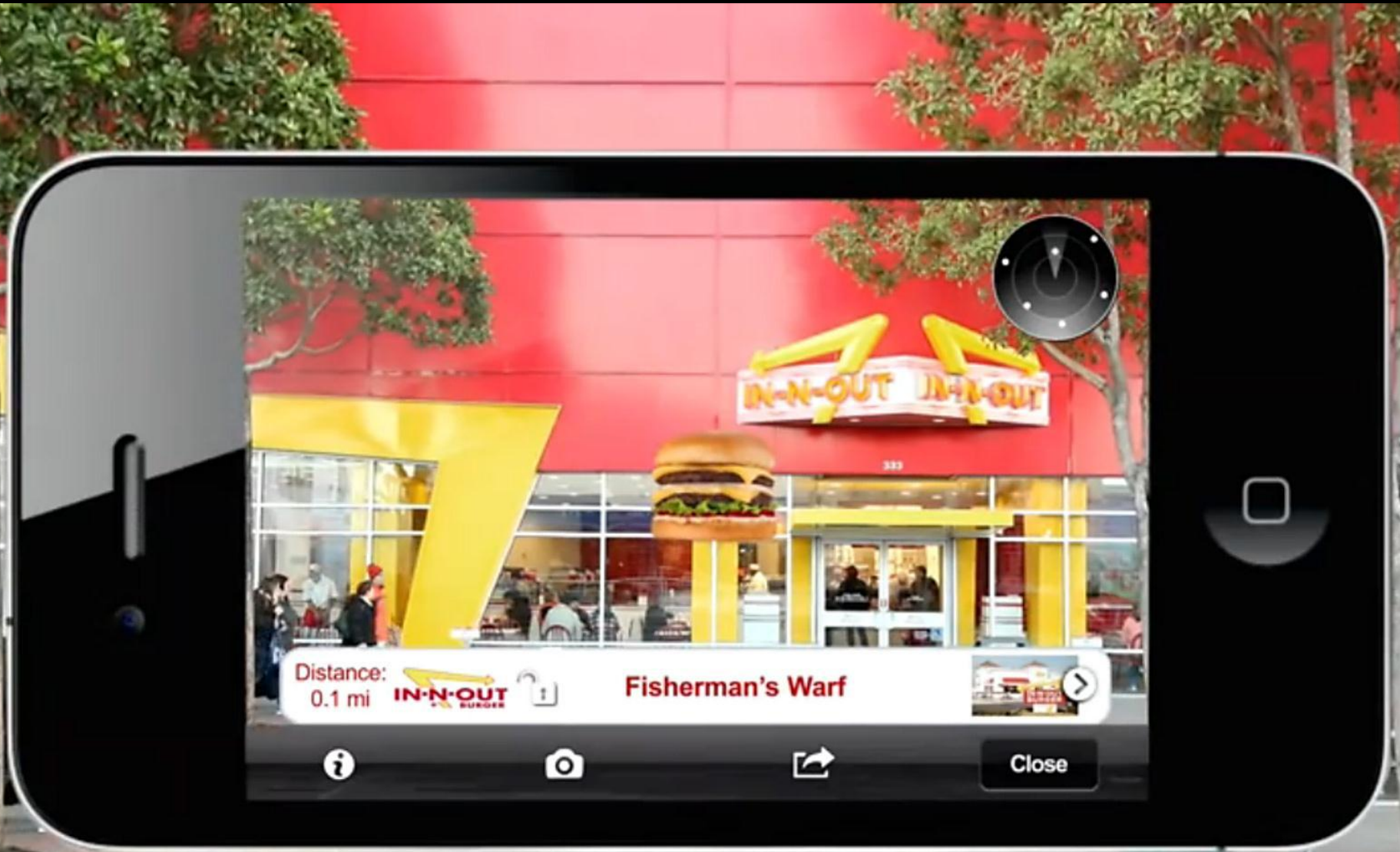
- Apps sind momentan in aller Munde
- Oft nur eine spezielle Version der Website
- Viele Apps werden nur einmal geöffnet
- Es wird zukünftig beides geben
- Das mobile Web wird wieder dominant werden (HTML5)



# location based services



# augmented reality



# near field communication





# m-commerce



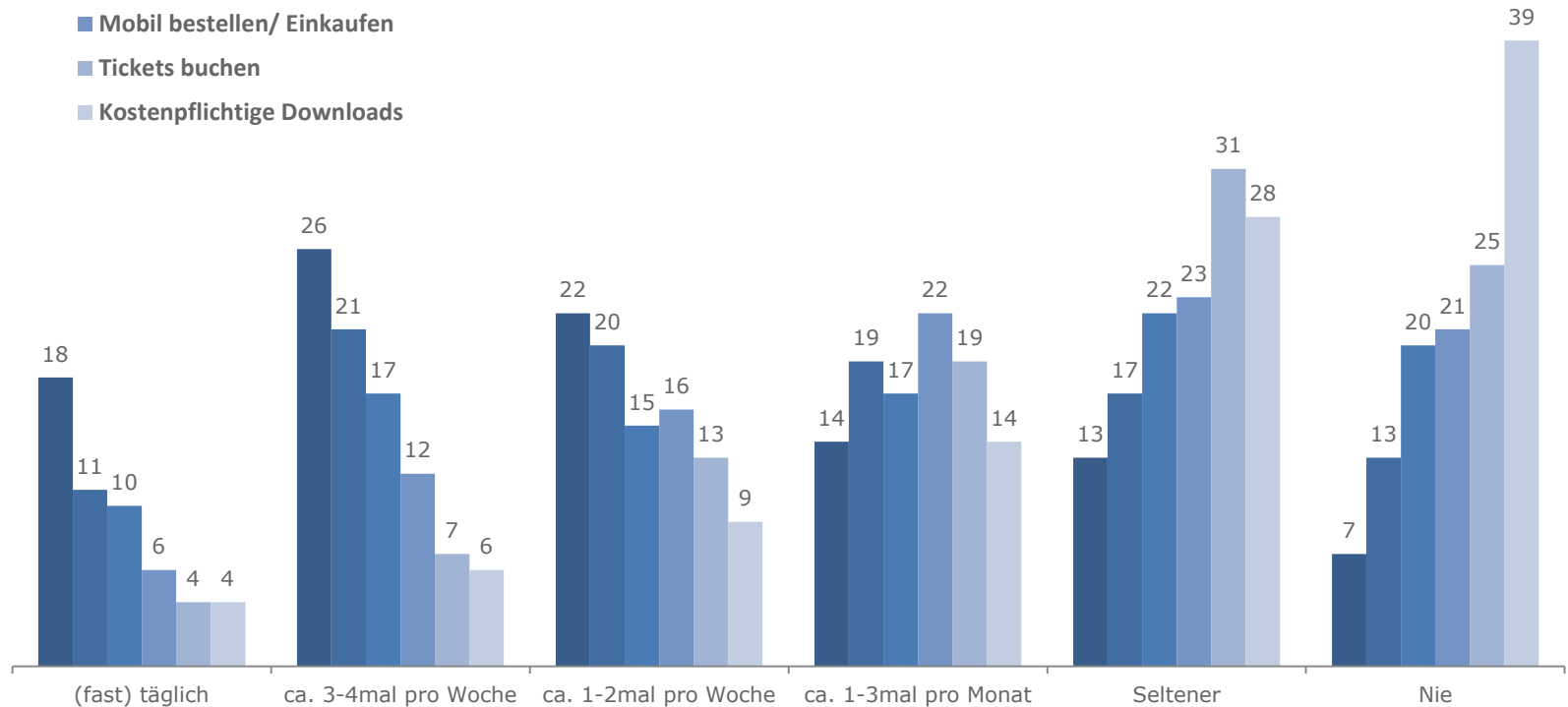
# m-commerce - facts



# mobile commerce wird von der suche nach produktinformationen bestimmt, mehr als 50% kaufen auch regelmäßig ein (in %)

- Informieren über Produkte & Dienstleistungen
- Preise vergleichen
- Auktionen
- Mobil bestellen/ Einkaufen
- Tickets buchen
- Kostenpflichtige Downloads

„Wofür und wie oft nutzen Sie folgende Programme, Dienste, Services im Internet und über den Browser?“



Quelle: denkwerk GmbH, phaydon research+consulting GmbH & Co. KG, Interrogare GmbH (2010): Mobile Commerce Insights 2010 (Preview), Online-Befragung unter N=927 deutschen Smartphone-Nutzern, Mobile-Befragung unter N=550 deutschen Mobile Commerce-Nutzern, Basis: N=902 alle, die das Internet mind. selten nutzen. // Angaben in Prozent

nutzungsszenarien: vorherrschend ist die mobile produktsuche „on-the-go“, das mobile couchsurfen von zu hause nimmt zu

„Wo haben Sie sich mobil über Produkte informiert?“

### „On-the-go“

Sorgt für Ablenkung und Unterhaltung und befriedigt den dringenden bedarf unterwegs.

66 %

Beim Warten  
z.B. Arzt oder Behörde

61 %

Unterwegs/draußen  
z.B. im Park

64 %

In der Bahn/im Bus/im Auto



### „Couchsurfing“

Ersetzt den PC und ermöglicht stöbern nach Produkten in entspannter, privater Atmosphäre, das Arbeitsgerät PC bleibt aus.

53 %

Auf der  
Couch



47 %

Am  
Arbeitsplatz

42 %

Im Bett

### „Socializing“

Verbindet die soziale und digitale Welt auf Knopfdruck zum Austausch über Produkte.

39 %

Bei Freunden



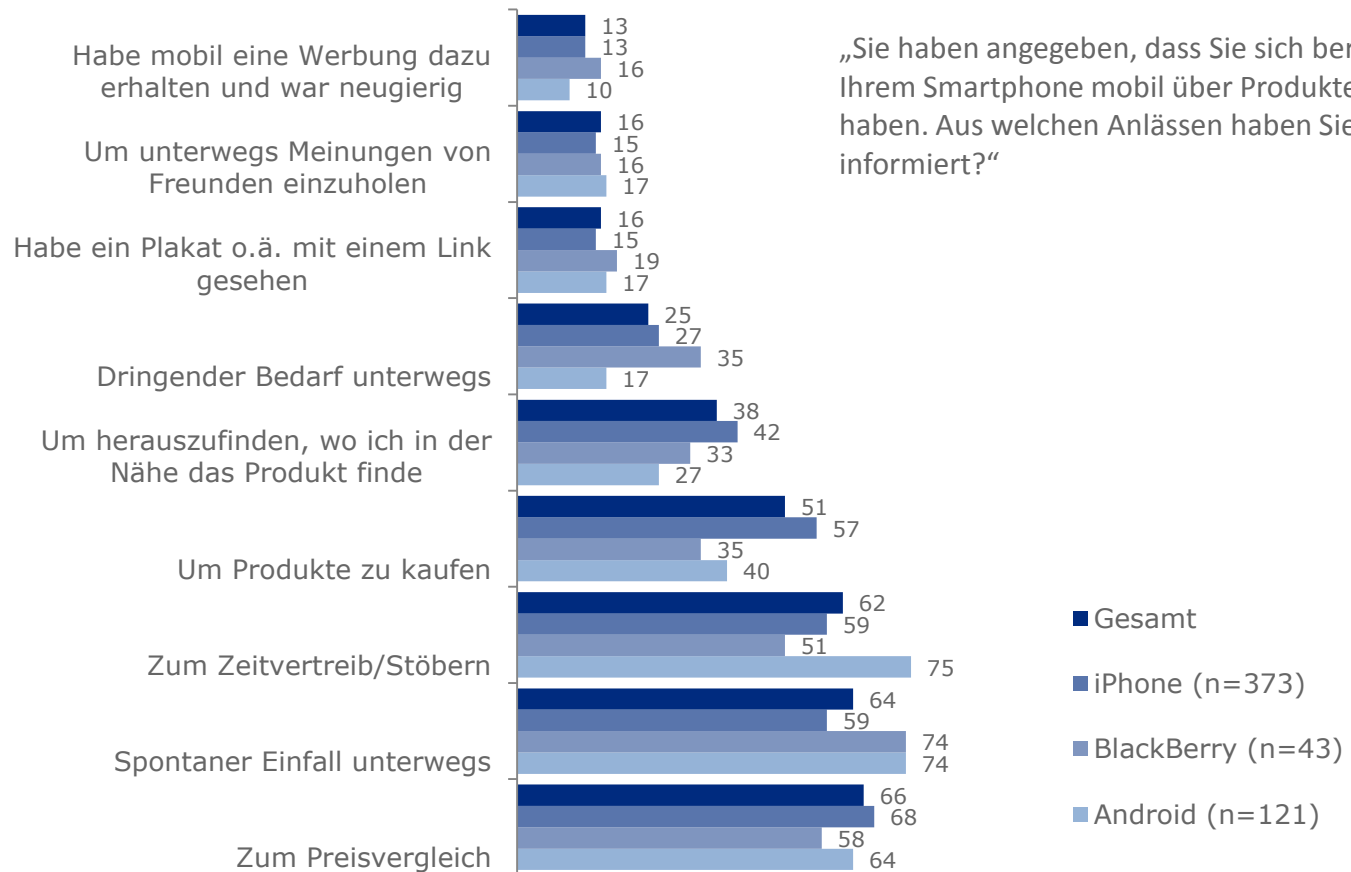
31 %

In der Kneipe/ im Restaurant

10 %

In der Uni

preisvergleich oft auslöser für mobile **produktsuche**, knapp 2/3 stöbern und lassen sich von mobilen angeboten inspirieren (in %)

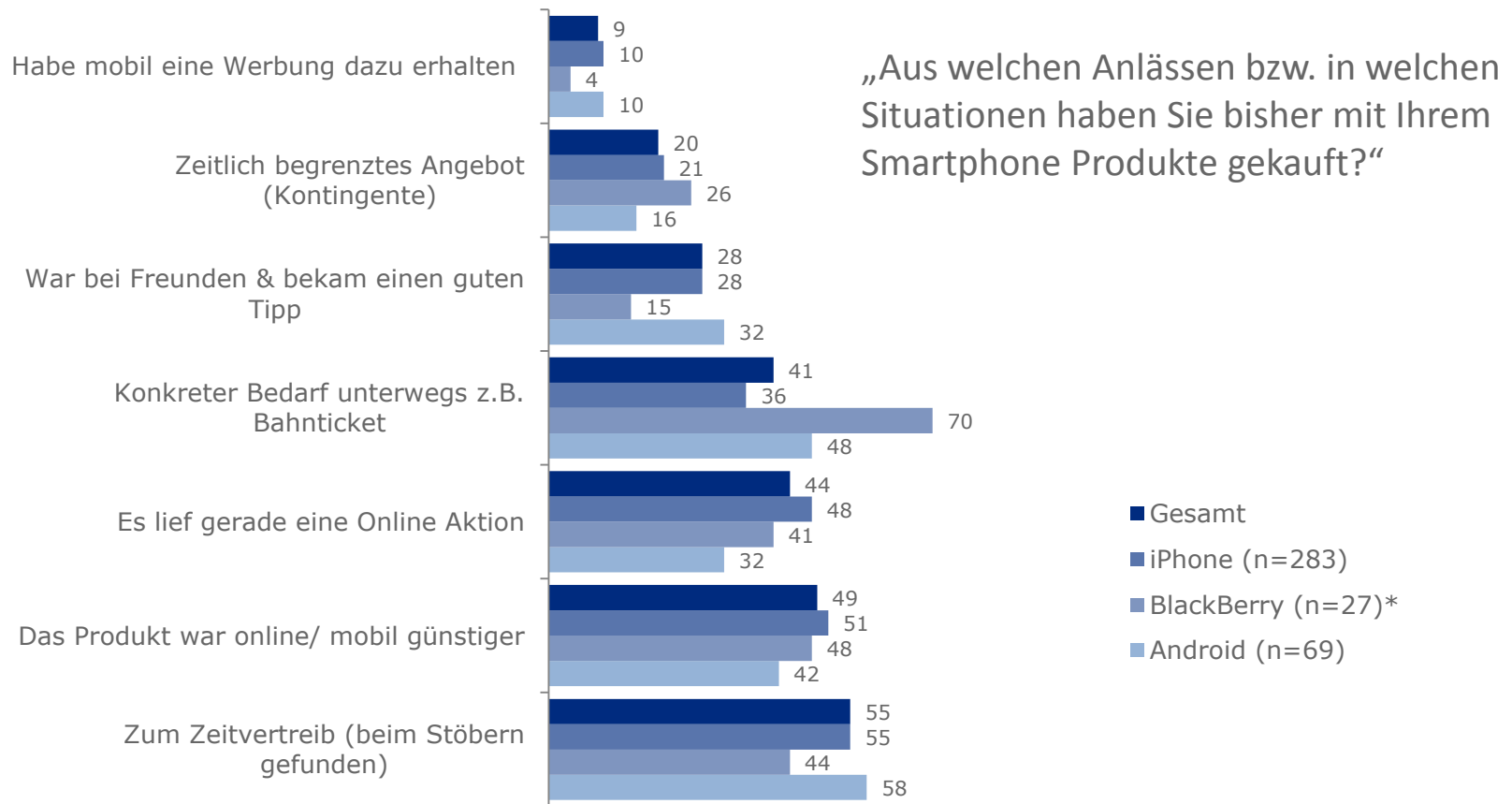


# knapp die hälfte der befragten kauft gelegentlich produkte über das smartphone

„Haben Sie auch schon einmal Produkte (z.B. Bücher, Fahrkarte, etc.) über Ihr Smartphone gekauft bzw. bestellt?“



## produktkauf: blackBerry nutzer bestellen unterwegs bei konkretem bedarf – iphone/android user sind dagegen auch „spontankäufer“



Quelle: denkwert GmbH, phaydon research+consulting GmbH & Co. KG, Interrogare GmbH (2010): Mobile Commerce Insights 2010 (Preview), Online-Befragung unter N=927 deutschen Smartphone-Nutzern, Mobile-Befragung unter N=550 deutschen Mobile Commerce-Nutzern, Basis: N=379 nur diejenigen, die schon Produkte über ihr Smartphone bestellt haben. Angaben in Prozent // Mehrfachnennungen möglich // \*Kleine Fallzahl

„welche produkte haben Sie schon mobil eingekauft bzw. bestellt?“

### 1. Klassische E-Commerce-Produkte

E-Commerce verlagert sich immer stärker auf das Smartphone.

Bücher **59%**

Musik **55%**

DVDs/CDs **42%**

### 2. Ticketing

Fahrkarten lösen oder Fahrscheine/Flüge buchen v.a. für BlackBerrys wichtig.

Fahrkarten **39%**

Veranstaltungskarten **39%**

Flüge **18%**

Auch 63% der affinen Nichtnutzer sind an Ticketing interessiert.

### 3. Klassische Laden-/Offline-Produkte

Besonders für Heavy User interessant.

Kleidung **25%**

Blumen **8%**

Nahrungsmittel **5%**



multi-channel performance marketing

**netzclub**   
sponsored mobile

# multi-channel performance marketing



netzclub sponsored mobile

Smartphone jetzt!

Worauf noch lang warten?

Mehr Informationen >

netzclub sponsored mobile

Egal, welches Smartphone

netzclub sponsored mobile

netzclub - Sponsored Mobile  
Günstig telefonieren und freies Internet

Mehr Infos >

netzclub sponsored mobile

Egal, welches Smartphone

netzclub sponsored mobile

Smartphone jetzt!  
Worauf noch lang warten?

O<sub>2</sub> Netz

handytarife.de die Tarifexperten

Tarifrechner Handy-Datenbank Newsletter Ihre E-Mail Handy-Testberichte... Suche Drucken

Home  
Tarifrechner  
Tarifvergleiche  
Datentafeln  
Daten Tarifrechner  
Tarife International  
Tarif-Anbieter Übersicht  
Handy-Datenbank  
Handy-Galerie  
Handy-Testberichte  
Spartipps  
Homezone  
Partnerkarte  
Handy mit Werbung  
Sonderkonditionen  
Anrufe zum Handy  
Handy-Forum  
Ratgeber  
Service  
Infos & News  
Über uns  
Handy-Guide  
Mobilfunk Award

Google-Anzeigen  
BASE Flatrate-Angebote  
2 Flats buchen + 1 Flat kostenlos!  
Festnetz, Alinet, Internet, SMS

Handy mit Werbung

Handytarif mit Freiminuten für Werbung

netzclub sponsored mobile

Wer sich nicht an regelmäßiger Werbung stört, der kann mit dem netzclub Handytarif sparen. Dabei erhalten Kunden bis zu 30 mal im Monat Reklame als SMS oder E-Mail auf ihr Handy und müssen mindestens einmal pro Monat darauf reagieren. Im Gegenzug erhalten sie Frei-Minuten, Frei-SMS oder können gratis per Handy surfen.

Dabei können Interessenten zwischen drei Optionen wählen: 100 Freiminuten pro Monat, einer Handy-Internet-Flatrate für einen Monat oder monatlich gratis 30 Minuten telefonieren und 30 SMS senden in alle Netze.

So funktioniert das Prinzip des netzclub Tarifs: Kunden bekommen innerhalb von 30 Tagen bis zu 30 Angebotsinformationen per SMS/MMS oder E-Mail. Einmal pro Monat müssen sie auf eine Werbe-SMS reagieren. Dafür antworten sie entweder per SMS oder klicken auf den Link in der SMS oder MMS und werden auf die mobile Internetseite des jeweiligen Marketingpartners geführt. Benutzern entstehen dabei keine Kosten. Im Gegenzug können sich die User eine netzclub Tarifoption aussuchen und bekommen monatlich ein Frei-Volumen zum Telefonieren, Simsen oder mobilen Surfen.

Außerhalb der Frei-Minuten und SMS telefonieren und simsen Kunden beim netzclub Prepaid Handytarif für 11 Cent in alle deutschen Netze, mobiles Internet kostet 24 Cent pro MB. Das Frei-Volumen der netzclub Tarifoptionen kann nach Guthrift 30 Tage lang genutzt werden. Innerhalb dieses Zeitraums nicht genutzte Kontingente werden nicht auf den Folgemonat übertragen werden, sondern verfallen.

Für alle, die sich nicht an der zugesandten Werbung stören und wenigstens ein mal im Monat darauf antworten, ist dieser Handytarif ein Spartipp. Alle andern sollten die Finger davon lassen, der wer schnell geneigt ist von Reklame, dürfe mit diesem Tarif nicht glücklich werden.

Direkt zur Webseite vom netzclub - sponsored mobile

Neu im Forum

- Samsung GT-I9100 Galaxy S2 - Fragen und ...
- Internet mit iPhone
- EPlus oder wie ich die Geister nicht los...
- Defekte von O2
- O2 Blue und Eteleon

zum Forum

10% ONLINE RABATT! NEU!

Handy-Tarifrechner

Berechnen Sie kostenlos den für Sie günstigsten Handytarif.

Die wichtigsten Tarife im Vergleich

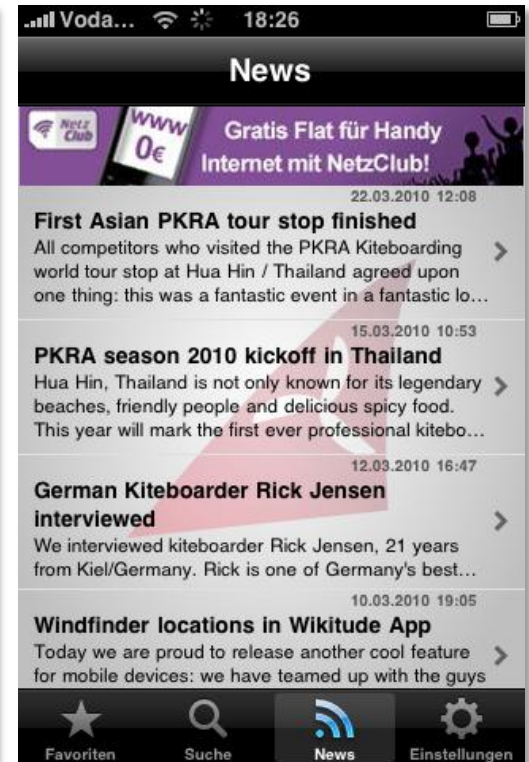
# multi-channel performance marketing

## Wetter.com, Wetter.net, RPonline



# multi-channel performance marketing

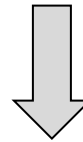
90elf, bigFM, Windfinder



# multi-channel performance marketing



# multi-channel performance marketing



netzclub<sup>!!!</sup>  
sponsored mobile

Was ist netzclub? Die Club-Tarife Mein Profil Info & Services [Login](#) | [Registrieren](#) [SIM-Karte freischalten](#)

O, Netz

## Der erste werbefinanzierte Mobilfunktarif Deutschlands

Surfe oder telefoniere kostenfrei ohne Vertragslaufzeit

- 1 Du bekommst Angebote von Marken per SMS
- 2 Antworte einmal im Monat kostenlos auf ein Angebot
- 3 Im Gegenzug erhältst du Monat für Monat dein Frei-Volumen



netzclub – Sponsored Mobile. Unsere smarten Tarifoptionen

### Gratis Handy-Internet-Flat Sponsored Surf

Ohne Angst vor hohen Kosten mobiles Internet nutzen und dank der Gratis-Flat auch unterwegs kostenfrei online sein.

[Zum Angebot >](#)

### 100 Frei-Minuten pro Monat Sponsored Phone

Monat für Monat bekommst du 100 Frei-Minuten in alle Netze. Jede weitere Minute/SMS kostet nur günstige 11 Cent.\*

[Zum Angebot >](#)

### 30 Frei-Minuten/SMS/MB Sponsored Combi

Nutze alle netzclub Vorteile mit monatlich 30 Minuten, 30 SMS und 30 MB! [Zum Angebot >](#)

Unsere Partner



Aktion Tarifwechsel

Bei Rufnummernmitnahme:  
0180 / 593 93 92\*

Wechseln lohnt sich! Nimm deine Nummer mit und du kannst auch zwischen den Tarifoptionen wechseln.

[Mehr Infos >](#)

\* 19 Cent/Min. aus deutschen Festnetzen, aus deutschen Mobilfunknetzen maximal 40 Cent/Min.

# multi-channel performance marketing

## Short Facts

- Online - & Mobile Kampagne
- Unterstützt durch Presse, Social Media und virale Elemente
- Kampagnenzeitraum: ca. 11 Monate
- Generierung von ca. 140.000 Interessenten (Leads)
- Davon ca. 100.000 User aktive Neukunden
- Nutzer-Quote:
  - 75% männlich
  - 25% weiblich
- Kunden & Interessenten überwiegen in der Altersklasse unter 40 Jahren

The screenshot displays the netzclub website interface. At the top, the netzclub logo and 'sponsored mobile' tagline are visible. Navigation links include 'Was ist netzclub?', 'Die Club-Tarife', 'Mein Profil', 'Info & Services', and 'O, Netz'. A prominent banner features the headline 'Der erste werbefinanzierte Mobilfunktarif Deutschlands' and a sub-headline 'Surfe oder telefoniere kostenfrei ohne Vertragslaufzeit'. Below this, three numbered points describe the offer: 1. Du bekommst Angebote von Marken per SMS, 2. Antworte einmal im Monat kostenlos auf ein Angebot, 3. Im Gegenzug erhältst du Monat für Monat dein Preiervolumen. The main content area is divided into sections: 'netzclub - Sponsored Mobile. Unsere smarten Tarifoptionen' with three offers: 'Gratis Handy-Internet-Flat Sponsored Surf', '100 Frei-Minuten pro Monat Sponsored Phone', and '30 Frei-Minuten/SMS/MB Sponsored Combi'; 'Unsere Partner' with logos for Microsoft, Samsung, and others; and 'Aktion Tarifwechsel' with a phone number and instructions. The footer contains social media icons and a list of links: 'Forum | Newsletter | Presse | Impressum | FAQ | AGB | Kontakt | Datenschutz'.

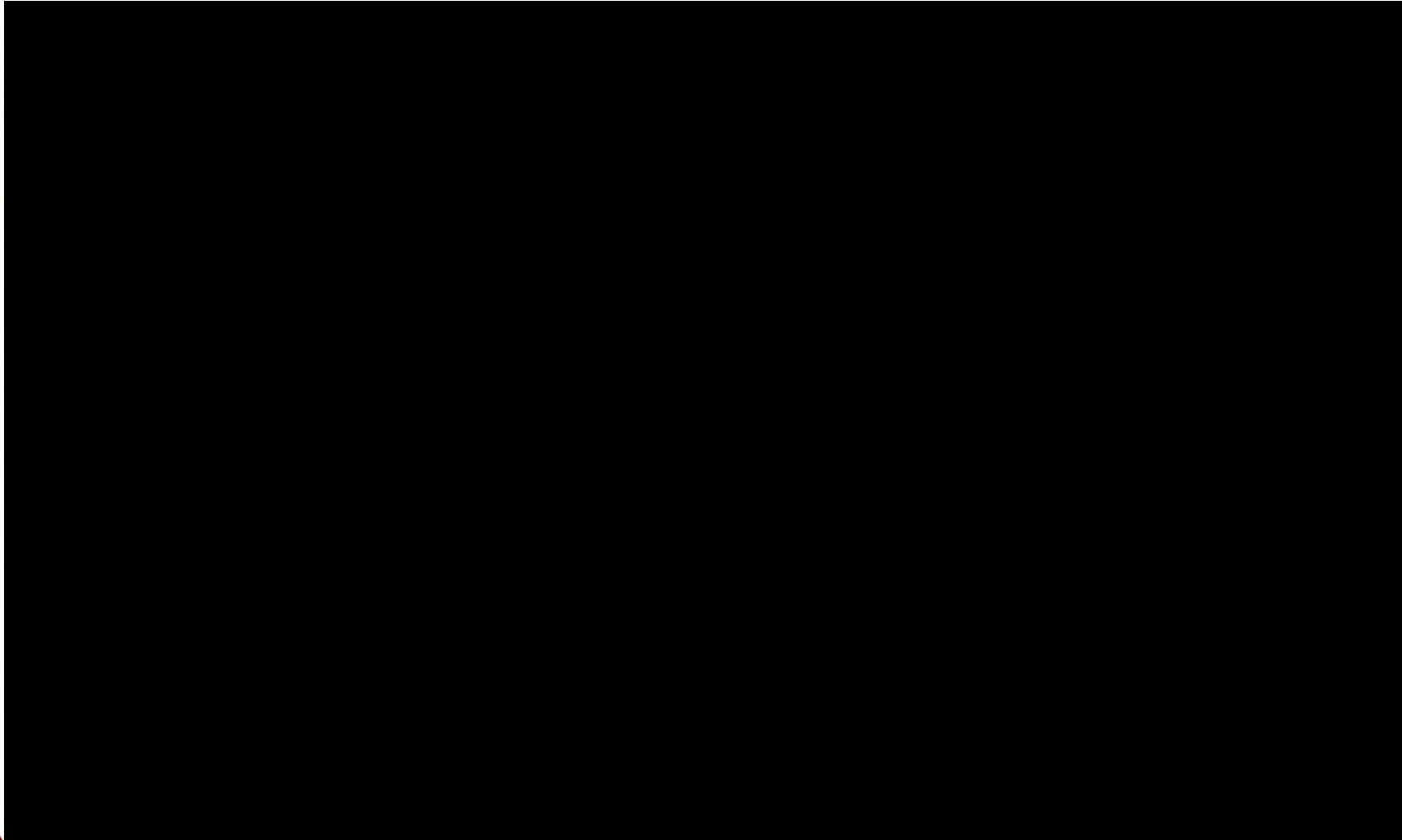
**Ganzheitlicher Marketing-Ansatz:  
Integration des Mobiltelefons in den Mediamix  
Zwei erfolgreiche Beispiele...**



**Crossmedia-Kampagne „NIVEA for Men DNAge“**  
Beispiel zur Integration des Handys in den Mediamix



**Crossmedia-Kampagne „JACOBS 3für1 / 2für1“**  
Beispiel zur Integration des Handys in den Mediamix



# klassisches affiliate marketing

- Über das Web
- Probleme liegen bei Apps
- Keine Möglichkeit des Trackings im Android Market, Amazon Appstore & Apple App Store
- Nutzungsbedingungen der App Stores
- Ausnahme - Apple-Partnerprogramm bei Tradedoubler: Downloads aus dem Apple App Store können provisioniert werden

# herausforderungen für netzwerke

- Zuverlässige Trackinglösung anbieten (Mobile Web)
- Abschied vom Trackingpixel
- Zugang zu App Stores bekommen (Kooperation mit Google, Apple & Co.)
- Tracking in der App verletzt Nutzungsbedingungen
- Neue Mitbewerber, die auf Mobile spezialisiert sind

**zanox.**

**belboon**<sup>®</sup>  
a performance marketing network

 **affilinet**

 **TradeDoubler**  
Market like you mean it

# zanox.

- Realtime Push – zanox beta/interner Service zum Pushen der erweiterten Statistiken ins System, über verschiedene Kanäle hinweg und einsetzfertig für mobile Geräte
- QR Werbemittel – Schnittstelle zwischen e-Commerce und der mobilen Umgebung
- Komplette Mobile Strategie – zanox wird am Ende des Quartals seine integrierte Mobile Strategie vorstellen. Items will include advanced mobile adServer, mobile Fallback Werbemittel, m-Commerce Sites und mehr...

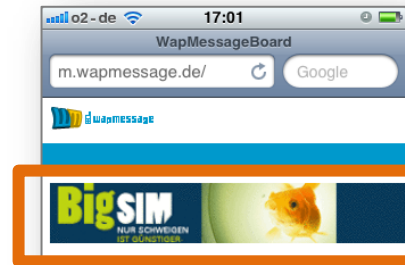


- Made-For-Mobile AdServing-Technologie
  - Umfangreiche, ständig aktualisierte Gerätedatenbank
  - Operatoren-Erkennung
  - Display-Größen-Erkennung
  - Werbemittel-Auslieferung auf immer 98% Displaybreite
- Tracking-Technologie für mobiles Internet
- Integrationsmöglichkeit von
  - 6:1 MobileAds (Mobile Banner)
  - MobileTextLinks
  - Externe Mobile-Bannergeneratoren
  - Mobile Produktdaten
  - Etc.
- Multi-Channel-Ansatz: Online- & Mobile-Kanal in einem Partnerprogramm



## nutzung mobiler media-reichweite für programme oder kampagnen

- **Affilinet Programme und Kampagnen**
  - Jeder Advertiser und jede Kampagne bei affilinet kann auf Wunsch mit mobile Reichweite bedient werden
- **Voraussetzungen für erfolgreiche mobile Kampagnen**
  - Verfügbarkeit einer mobile Landingpage oder App
  - Integration eines Tracking-Links auf der Ziel- bzw. Dankeseite
  - Bereitstellung entsprechender Standard-Werbemittel für Smartphones
  - Möglichst kurze Leadstrecken oder direkte Bestellmöglichkeiten





## nutzung mobiler media-reichweite für programme oder kampagnen

- **Reichweiten-Modell**
  - Buchung mobiler Reichweite auf TKP oder CPC-Basis
  - Verschiedene Targetingoptionen (z.B. Geo, Betriebssystem, Endgeräte) oder thematisch Channelbuchungen möglich
- **Performance-Modell**
  - CPL-Kampagnen mit einfachem Leadprozess, z.B. Gewinnspiele, Downloads, click-to-call-Kampagnen über Platzierung von Standardwerbemitteln
  - CPL-Kampagnen über mobile PopUps mit individueller Gestaltungsmöglichkeit (Text, Bild, Produktangebot, Gutscheine etc.)
  - CPO-Kampagnen mit Incentivierung z.B. Coupons

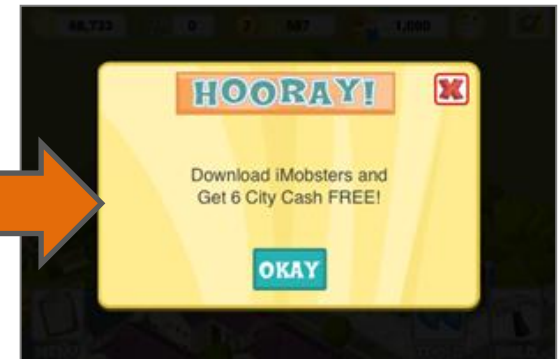






## nutzung mobiler media-reichweite für programme oder kampagnen

- **Beispiel für Download Generierung aus einer Spiele-App heraus**
  - User erhält virtuelle Vergütung für einen Download





## Targeting Solution for Campaigns on mobile devices

- Targeting by Country
- Targeting by Time of Day
- Targeting by Device Model
- Targeting by Platform / OS
- Targeting by Connection
- Targeting by Operator / Carrier



All standard mobile ad formats plus additional formats on merchants request

- Banner XXL                      320 x 53
- Banner XL                        300 x 50
- Rectangle XXL                  320 x 320
- Rectangle XL                    300 x 300
- Full Screen XXL                320 x 480
- Full Screen XL                 300 x 480

# herausforderungen für publisher

- Reaktion auf verändertes Nutzerverhalten
- Neue Technologien wie GPS, NFC oder LBS
- Standort des Nutzers
- Nicht alle Branchen für Mobile geeignet
- Ausprobieren und optimieren
- Abrechnungsmodelle finden (Direkt-Kooperationen oder CPC)

# chancen für publisher

- Es gibt bereits genügend mobile Nutzer
- Traffic oft günstiger als im stationären Web
- Vergleichsweise entspannte Konkurrenzsituation
- Mobile Seiten sind in der Erstellung weniger aufwändig
- Diversifikation vorhanden Wissens
- Advertiser Relations in vielen Fällen vorhanden

# vielen dank!

## manuel kester

- Diplom-Kaufmann
- Publisher seit 1997
- Gründung und Leitung des belboon-Netzwerks (innerhalb der YOC AG) seit 2005
- Geschäftsführer der belboon-adbutler GmbH (ehem. Adbutler GmbH) seit April 2008
- manuel.kester@belboon.de

## ingo kamps

- Studium der BWL
- Publisher seit 1999
- Mitglied des zanox VIP Clubs & affilinet Top Publisher
- Geschäftsführer der cayada GmbH seit Dezember 2004
- Betreiber von 24android.com
- ingo.kamps@cayada.com