

Performance-Spezialist Ad-Cons ist zweitgrößte Affiliate-Agentur Deutschlands

- *Ad-Cons realisierte 2013 einen Billingumsatz von 7,2 Millionen Euro*
- *Stärkste Publisher-Segmente waren Contentseiten, Deal- und Couponingportale, Loyaltyprogramme und Performance Display*
- *Mobiler Traffic war Newcomer 2013 und wird 2014 noch stärker werden*
- *Neuer Trend 2015: E-Mail-Retargeting und Conversion Overlays als Publisher-Segmente*

Düsseldorf, 16.9.2014. Ad-Cons, die Full-Service-Agentur für Performance- und Affiliate-Marketing, erzielte im Ranking der größten deutschen Performance-Marketing-Agenturen 2014 den zweiten Platz. Insgesamt konnte der Performance-Spezialist 2013 rund 7,2 Millionen Euro für Kunden in Affiliate- und Performance-Maßnahmen umsetzen. Die 2004 gegründete Agentur beschäftigt 25 Mitarbeiter und hat ihren Sitz in Düsseldorf.

Markt im Wandel: Publisher als Gesprächspartner auf Augenhöhe

Das Ranking wurde 2014 erstmals in dieser Form durchgeführt. Die Umsatzzahlen gehen bei Ad-Cons sowohl auf zahlreiche Neukunden wie Butlers, UnityMediaKabelBW oder Die Welt als auch auf stetig wachsende Umsätze mit Bestandskunden wie dem Deutsche Post Leserservice oder der Postbank zurück. Nach Einschätzung von Ad-Cons-Geschäftsführer Holger Brandt liegt die positive Umsatzentwicklung zum einen an der zunehmenden Professionalisierung der Publisher, zum anderen an den Advertisern, die Beratung zu Affiliate-Maßnahmen stärker honorieren und deshalb mit ihren Kampagnen immer mehr Umsatz machen. „Die Publisher werden immer professioneller, der Markt hat sich konsolidiert und große Publisher fordern zunehmend gewisse Standards bei Technik, Produktführung und Kommunikationsplanung ein“, berichtet Brandt. „Sie verstehen sich inzwischen zu Recht als Geschäftspartner auf Augenhöhe – Anbieter wie Schnäppchenfuchs oder MyDealz sind nun Unternehmen mit Millionenumsatz.“

Aufsteiger 2013 ist mobiler Traffic und zwei Newcomer für 2014 bereits in Sicht

Aus Sicht des Performance-Spezialisten positionieren sich seit mehreren Jahren die Publisher-Segmente Contentseiten, Deal- und Couponingportale, Loyaltyprogramme und Performance Display als stete Umsatzlieferanten. „Klarer Aufsteiger war 2013 der mobile Traffic“, sagt Brandt. „2014 sehen wir bereits eine Verstärkung dieses Trends. Gleichzeitig etablieren sich aber auch völlig neue Segmente: Beispielsweise ist E-Mail-Retargeting als

neues Publisher-Modell stark im Kommen. Conversion Overlays, also Maßnahmen, um nicht abgeschlossene Warenkörbe doch noch zu realisieren, werden sich voraussichtlich 2015 etablieren.“

Performance-Marketing-Ranking 2014

Die Fakten des Rankings wurden vom Fachmagazin iBusiness zusammengestellt. Für das Ranking qualifizierten sich Agenturen ab einem Affiliate-Marketing-Umsatzanteil von 30 Prozent. Bemessungsgrundlage sind die erzielten Billings, also das Gesamtvolumen der von den Agenturen betreuten Kundenbudgets inklusive der Media-Budgets, für die die Agentur vollständig verantwortlich war.

Weitere Informationen zum Ranking: <https://www.ibusiness.de/performance-ranking/?sub=1>

Über Ad-Cons GmbH

Ad-Cons ist der Spezialist für Performance- und Affiliate-Marketing. Seit 2004 betreut die Düsseldorfer Full-Service-Agentur Kunden wie die Postbank, den Deutsche Post Leserservice, UnityMediaKabelBW, Butlers oder Barmenia bei der Planung und Umsetzung ihrer Affiliate-Kampagnen. In der Vergangenheit wurden unter anderem Projekte für die Deutsche Post AG, Telekom und Staples umgesetzt. Mit Partner-Netzwerken wie wie ZanoX, Affilinet, Belboon und Webgains hat Ad-Cons Zugang zu hochwertigem Werbeinventar. Für die Verlagsbranche bietet Ad-Cons die Akquise-Software medialead, die Presseanbieter mit Online-Vertriebspartnern zusammenbringt (<http://medialead.de/>).

Das Ranking Performance-Marketing 2014 der iBusiness listete Ad-Cons mit 7,2 Millionen Euro Umsatz als zweitgrößte deutsche Affiliate-Agentur. Im Ranking von 100Partnerprogramme.de ist die Agentur auf Platz fünf unter den Top Ten Affiliate-Anbieter 2014 gelistet. Ad-Cons ist Mitglied im Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW) und im Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVMW).

Weitere Informationen unter www.ad-cons.com.

Pressekontakt:

Andrea Petzenhammer

Agentur Frische Fische

Telefon: +49(0)30.629011-74

E-Mail: ap@frische-fische.com



Unternehmenskontakt:

Holger Brandt

Geschäftsführender Gesellschafter

Ad-Cons GmbH

Fon: +49 (0)211 - 563 843 13

Mail: hbr@ad-cons.com