



### Themen-Dossier: Paymentlösungen für den Onlinehandel

Das iBusiness-Dossier stellt kostenlos die wichtigsten Analysen für Payment und Checkout im E-Commerce der Zukunft vor.

**Hier Themendossier kostenlos abrufen**



### Wie Unified Communications Lücken zwischen Contact-Center und Experten im Unternehmen in der Kundenkommunikation schließt

Erfahren Sie, wie Sie Experten im Back-Office in die Kundenkommunikation mit dem Contact-Center sinnvoll, effektiv und effizient einbeziehen können.

**Zur Virtuellen Konferenz 'Innovationen in Kundenkommunikation und -Dialog'**

## Ranking: Die größten Performance-Agenturen und Affiliate-Netze 2018



von Joachim Graf

**31.07.18** Über 1,8 Milliarden Euro Performance-Billings haben die größten deutschen Performance-Marketing-Agenturen im vergangenen Jahr verwaltet. Das ist ein Plus von knapp neun Prozent, wie unser aktuelles Ranking belegt.



Bild: Pixabay / CC0

[Weiterleiten](#)

[Artikel merken](#)

Die 60 größten Agenturen im diesjährigen Ranking der deutschen Performance-Marketing-Agenturen  haben im vergangenen Jahr

**HANDLUNGSRELEVANZ**

1,88 Milliarden Euro Performance-Billings umgesetzt.

Damit wächst der Markt wiederum langsamer als noch im Vorjahr (plus 8,8 Prozent gegenüber plus 13 Prozent im 2017). Im Jahr 2016 legte der Performance-Markt sogar noch um 18 Prozent zu. Die Performance-Agenturen können also nicht mit dem Wachstum der größten deutschen Full-Service-Internetagenturen 2018 mithalten, die um rund 12 Prozent (Vorjahr: 17 Prozent) beim Honorarumsatz zulegen konnten.

Aber die aktuell 180 gelisteten deutschen Full-Service-Internetagenturen haben im vergangenen Jahr 2017 zusammen 1,59 Milliarden Euro Honorarumsatz erwirtschaftet - also deutlich weniger als die 60 gelisteten Performance-Agenturen. Erst wenn man die am IAR im Jahr 2018 nicht mehr teilnehmenden Agenturen mit ihren hochgerechnet 400 Millionen Euro Jahresumsatz hinzu rechnet, dann beträgt der interaktive Top-200-Dienstleistungsumsatz in Deutschland knapp zwei Milliarden Euro und liegt damit etwa in der Größenordnung des Performance-Gesamtumsatzes.

Jedoch ist der Honorarumsatz, den die Internetagenturen für das Internetagentur-Ranking melden, etwas prinzipiell anderes als die Billings, die für das Performance-Agentur-Ranking angegeben werden mussten: Beim einen werden ausschließlich die Dienstleistungsumsätze gezählt, beim anderen werden die Werbebudgets gerechnet, die eine Agentur für Affiliate-Marketing, Suchwortanzeigen, Social-Media-Anzeigen und Leadkampagnen im Kundenauftrag ausgibt.

Aber die Größenordnung zeigt auf der einen Seite, wie groß die Summen sind, die in diesem Marktsegment investiert werden. Und die Entwicklung beweist unter dem Strich auf der anderen Seite, dass sowohl die Internet-Honorare als auch die Performance-Budgets in eine Richtung zeigen - und zwar nach oben. In beiden Märkten - das ist die weitere Erkenntnis - schwächt sich das Wachstum allerdings von Jahr zu Jahr ab.

iBusiness hat im Frühsommer 2018 zum fünften Mal die in Deutschland aktiven Agenturen nach den von ihnen verwalteten Performance-Marketing-Budgets befragt. Dabei wurden sowohl Billings gezählt, die direkt über die Bücher der Agentur laufen, als auch Performance-Etats, die die Agentur zwar verwaltet, die allerdings das Kundenunternehmen direkt bezahlt.

Die größte deutschsprachige Performance-Marketing-Agentur ist wie auch schon in den Vorjahren Explido iProspect, eine Netzwerkagentur des Dentsu Aegis Network, eines der größten Agentur- und Medianetzwerke der Welt. Explido bewegt ein Billing-Volumen von 220 Millionen Euro (Vorjahr: 208 Mio.). Auch das Verfolgerteam bleibt das gleiche wie im Vorjahr: Mediascale GmbH & Co. KG bringt es mit 177 Millionen Euro (Vorjahr: 160 Mio.) erneut auf Platz zwei, gefolgt von Metapeople GmbH, die mit 172 Millionen Euro Billings (156 Mio.) Platz drei verteidigen und sich relativ dicht an den Zweitplatzierten heranschieben. EProfessional machte mit rund 28 Prozent Wachstum einen Sprung um gleich zwei Plätze und schob sich mit 143 Millionen Billings (Vorjahr 103 Mio.) an Blue Summit Media (140 Millionen, Vorjahr 136) vorbei.

## Top Ten der größten deutschen Agenturen für Performance-Marketing 2018

Rang (Vorjahr)	Agentur	Billing 2017 Millionen Euro
1 (1)	Explido iProspect	220
2 (2)	Mediascale GmbH & Co. KG	177
3 (3)	Metapeople GmbH	172

Operativ    Strategisch    Visionär

Technik

Medien








Wirtschaft

heute    morgen    übermorgen

Die iBusiness-Handlungsmatrix zeigt, wie langfristig die vorgestellten Aufgaben angegangen werden müssen.

TL;DR

Die deutschen Performance-Marketing-Agenturen verfügen über eine ähnliche Marktpower wie die klassischen Digitalagenturen - fallen aber als Hidden Champions deutlich weniger auf.

4 (6)	Eprofessional GmbH 	143
5 (4)	Blue Summit Media GmbH 	140
6 (7)	Webrepublic AG 	108,5
7 (12)	Syzygy AG 	96
8 (9)	JOM com GmbH 	86
9 (8)	Performics 	82
10 (10)	Ad Agents GmbH 	69,3

### Das vollständige Performance-Ranking: Alle Plätze, alle Details

Bemessungsgrundlage für das Ranking sind die von den Agenturen erzielten Billings, also das Gesamtvolumen der von der Agentur betreuten Kundenbudgets inklusive der Mediabudgets. Hinzu kommen Mediabudgets, die aus technischen Gründen vom Medium oder Plattformanbieter (z.B. Suchmaschine, Affiliate-Plattform) direkt mit dem jeweiligen Kundenunternehmen fakturiert wurden, für die die jeweilige Agentur allerdings in vollem Umfang verantwortlich zeichnet. Die Angaben beruhen auf Selbstauskünften der Agenturen.

Weitere Erkenntnisse aus dem Performance-Marketing-Ranking:

- Der überwiegende Teil der Billings wird von den Agenturen selbst verwaltet. 71 Prozent des Gesamtvolumens werden als direkte Billings mit den Kunden abgerechnet.
- Lediglich 29 Prozent sind Performance-Budgets, die die Agenturen im Kundenauftrag verwalten.
- Performance-Marketing ist ein skalierbares Geschäft: 71 Prozent der gesamten Ranking-Billings (1,3 Mrd. Euro) werden von den zehn größten Performance-Agenturen umgewälzt. Bei den Full-Service-Agenturen des Internetagentur-Rankings sind es nur 43 Prozent des Gesamtumsatzes, die auf die Top Ten entfallen
- Es sind vor allem die mittelgroßen und kleineren Performance-Agenturen, die überwiegend externe Performance-Billings verwalten. Bei lediglich fünf der Top-20-Agenturen übersteigt das externe das selbstverwaltete Budget. Bei den Agenturen auf den Plätzen 21 bis 40 sowie auf den letzten 20 Plätzen sind es jeweils doppelt so viele

### Detailauswertung: SEA machen fast alle; Spezialisten gibt es kaum

Suchmaschinen-Advertising - vor allem das Schalten von Google-Adwords - bleibt für den Performance-Markt besonders wichtig. Mehr als die Hälfte (37) aller gelisteten Performance-Agenturen schafften es dieses Jahr mit einem SEA-Umsatzanteil größer 30 Prozent in das Subranking Suchmaschinen-Advertising einzuziehen. Nimmt man die 30-Prozent-Grenze in einem Segment als Ausweis für das Spezialistentum, dann sind unter den Top-50-Agenturen des Performance-Marketings in Deutschland nur wenige Spezialisten: Neun Agenturen kennen sich im Affiliate-Marketing besonders gut aus und zwei bei EMail-Marketing. Spezialisiert auf Lead-Generierung (CPL) und Performance-Marketing auf CPC-Basis sind jeweils neun Agenturen, elf betreiben schwerpunktmäßig 'Cost per Sale'-Advertising (CPS).

### Affiliate-Markt: Die deutschen Netzwerke in Zahlen

iBusiness besitzt darüber hinaus exklusive Zahlen zu den von den größten deutschen Affiliate-Netzen getätigten Abschlüssen - also der Zahl der auf Affiliates zurückführbaren Transaktionen.

- Die Zahl der Abschlüsse der von uns erfassten 12 Netzwerke beträgt im Jahr 2017 knapp 99 Millionen - das ist fast doppelt so viel wie im Jahr zuvor.

- Nach vorsichtiger Schätzung repräsentieren diese Netzwerke etwa 70 Prozent des Marktes.
- Die Zahl der Netzwerkabschlüsse liegt hochgerechnet also bei 141 Millionen Transaktionen.
- Geht man dann noch wie im Beispiel oben davon aus, dass Netze nur einen Teil des Marktes vertreten - wir rechnen hier jetzt mal mit 70 Prozent - so erhält man, ein zweites Mal hochgerechnet, 202 Millionen affiliatebedingte Transaktionen - in Netzwerken und in anderen Affiliate-Konstrukten.
- Branchenkenner veranschlagen die Affiliate-Provisionen im E-Commerce auf fünf bis 20 Prozent vom Warenkorbwert. Bei einem durchschnittlichen Warenkorbwert von rund 100 Euro haben wir in Deutschland einen Affiliate-Markt aus Provisionen und Vergütungen, der mindestens eine bis maximal vier Milliarden Euro groß ist. Richtig dürfte etwas in der groben Mitte, um die zwei Milliarden Euro sein.

All diese Zahlen erscheinen äußerst groß. Das rührt daher, dass wir es gewohnt sind, beim Affiliate-Markt in Netzwerken zu denken - de facto hat sich der Markt jedoch längst davon entkoppelt. Das nicht in Netzwerken stattfindende Affiliate-Geschäft ist vielleicht inzwischen genauso groß wie der Netzwerkmarkt.


Bis zu jeder dritte ECommerce-Euro geht auf Affiliate-Modelle zurück - und Firmen geben rund zwei Milliarden Euro für ihre Affiliates aus. Ein Beleg dafür, wie sich das Affiliate-Geschäft von den Netzwerken entkoppelt hat und vor allem: Wie viel Konversion und - bei Marktplätzen - wie viel E-Commerce inzwischen jenseits des Shops stattfindet.

## Das vollständige Affiliate-Netzwerk-Ranking



Bild: HighText Verlag

### Poster 'Performance-Marketing 2018' im Format DIN A1


Das Poster 'Performance-Marketing 2018' können Sie online auf [iBusiness.de/shop/poster](http://iBusiness.de/shop/poster) \_ordern. Es wird im Format DIN A1 ausgeliefert und enthält die Rankings der größten deutschen Performance-Agenturen, der größten deutschen Affiliate-Netzwerke sowie die Rankings der größten Agenturen für Affiliate-Marketing und Leadgenerierung.

1  weiter

- **1. Teil:** Ranking: Die größten Performance-Agenturen und Affiliate-Netze 2018
- **2. Teil:** Joachim Graf: Performance-Marketing: Wenn Aschenputtel Erbsen zählt

Gefällt mir 5

### Weitere Artikel zu diesem Themenbereich:

-  **Agentur wird überflüssig: Sieben Trends im Performance-Marketing 2018** (15.03.18)
- **Affiliate-Betrug: Versteckte Add-ons sollen Publisher um hunderttausende Euros geprellt haben** (16.02.18)
- **Performance-Studie: Deutsche Online-Shops sind die schnellsten** (25.01.18)
- **Exklusive Affiliate-Studie: 2018 bringt die große Angst und das große Geschäft** (18.01.18)

### Ausgewählte Agenturen und Dienstleister zu diesem Themenbereich

Anzeige

#### Blue Summit Media GmbH

blueSummit ist eine der führenden Agenturen für internationales Performance Marketing. An den Standorten München, Hamburg und Frankfurt a. Main betreut blueSummit mit rund 200 Mitarbeitern kanalübergreifend multilinguale SEA-Kampagnen und setzt komplexe SEO-Strategien sowie nachhaltige Affiliate Programme um. Seit der Gründung 2008 revolutioniert blueSummit den Markt mit seinen Ideen und Str...

Tags: Performance Agenturen Billing Budget Ranking Deutschland Affiliate CPL CPO CPS

Tag vorschlagen

#### Trackbacks / Kommentare

Trackback-URL Permalink



##### Ihr Kommentar:

Schreiben Sie Ihre Meinung, Erfahrungen, Anregungen mit oder zu diesem Thema. Ihr Beitrag erscheint an dieser Stelle.

##### Artikel Weiterempfehlen

Empfehlen Sie diesen Artikel an Kollegen oder Freunde weiter.

#### Alle Meldungen vom 31.07.18:

- |   |            |
|---|------------|
|  <b>Ranking: Die größten Performance-Agenturen und Affiliate-Netze 2018</b> | (31.07.18) |
|  <b>Performance-Marketing: Wenn Aschenputtel Erbsen zählt</b>               | (31.07.18) |
| <b>Neues Verpackungsgesetz: Das ändert sich für Online-Händler</b>  | (31.07.18) |
| <b>Recruiting: Zwei von drei Personalern informieren sich in sozialen Medien</b>  | (31.07.18) |
| <b>Internet der Dinge: Unternehmen vernachlässigen Sicherheit</b>   | (31.07.18) |
| <b>Mehrheit der Großunternehmen verfolgt Multi-Cloud-Strategie</b>  | (31.07.18) |
| <b>Wie Industrie 4.0 Geschäftsmodelle verändert</b>   | (31.07.18) |