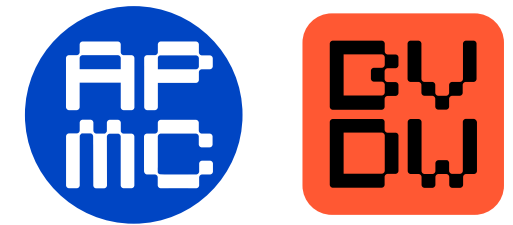




# Affiliate und Partner Marketing in Deutschland 2025

Marktzahlen, Strukturen und Einordnung eines steuerbaren Performance-Ökosystems

# Affiliate und Partner Marketing



**Affiliate und Partner Marketing zählt seit mehr als zwei Jahrzehnten zu den zentralen Vertriebs- und Performance-Disziplinen der Digitalen Wirtschaft. Die tatsächliche wirtschaftliche Bedeutung, strukturelle Vielfalt und Wirkung entlang der Customer Journey bleiben jedoch oft unsichtbar.**

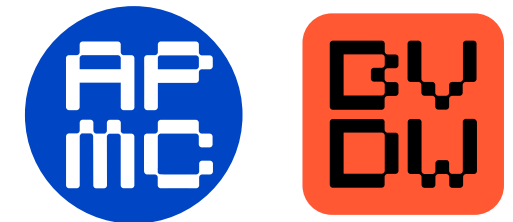
Hinzu kommen tiefgreifende Veränderungen im digitalen Marketing: steigender Effizienzdruck, veränderte Datenschutz- und Tracking-Rahmenbedingungen, die wachsende Bedeutung von Creator-, Content- und Loyalty-Modellen sowie die zunehmende Fragmentierung digitaler Reichweite.

Vor diesem Hintergrund hat der **Affiliate und Partner Marketing Circle (APMC)** im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) erstmals eine konsolidierte Marktzahlerhebung für Deutschland durchgeführt. Ziel der Erhebung ist es, die wirtschaftliche Größenordnung, Struktur und Wirkung des Affiliate- und Partner-Marketing-Marktes einzuordnen und eine belastbare Datengrundlage für Marktteilnehmer, Medien, Politik und Werbungtreibende zu schaffen.

Die Erhebung basiert auf Datenmeldungen von 13 führenden Netzwerken und Plattformen sowie ergänzenden Analysen entlang realer Customer Journeys.

# Executive Summary

## Zentrale Erkenntnisse 2025



- Deutlich höheres Wachstum als der Gesamtwerbemarkt
- Skaleneffekte im deutschen E-Commerce – auch jenseits der Last-Click-Sicht
- Hohe Effizienz, performanceorientierte Vergütung
- Diversität der Vertriebspartner
- Hohe Warenkorbwerte
- Aktionsgetriebene Schlagkraft

**932 Mio. €**

Investitionen

**+8,3 % ggü. 2024**

**18,7 Mrd. €**

Generierter Umsatz

**+12,0 % ggü. 2024**

**228 Mio.**

Transaktionen

**+9,2 % ggü. 2024**

**24,9 %**

Online-Transaktionen  
mit  
**Affiliate-Touchpoint**

**5,5 Mrd.**

Klicks

**+16,0 % ggü. 2024**

**16 : 1**

**ROAS Retail + Travel**  
Umsatz je €  
Investition

**13 %**

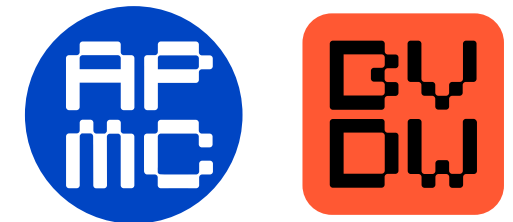
**Black-Friday-Anteil**  
am Online-Umsatz

**16,3 %**

**Anteil am**  
Retail-E-Commerce

## Executive Summary

# Zentrale Erkenntnisse 2025



Die Daten verdeutlichen, dass Affiliate und Partner Marketing eine infrastrukturelle Vertriebsschicht des digitalen Handels ist. Rund 16 Prozent des deutschen Retail-E-Commerce-Umsatzes werden über Affiliate-Partnerschaften vermittelt.

**Am Black Friday wird bereits jeder achte Euro des deutschen Online-Handels über Affiliate-Links generiert.**

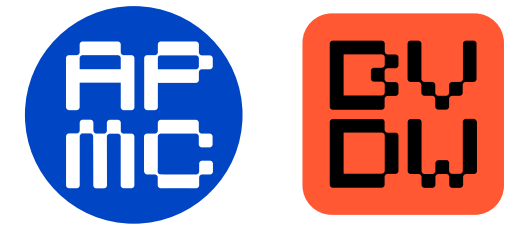
Besonders relevant ist die tatsächliche Rolle des Ökosystems entlang der Customer Journey. Während Affiliate-Touchpoints in der branchenüblichen Last-Click-Attribution lediglich bei 12,41 Prozent der Transaktionen sichtbar werden, **wirkt Affiliate und Partner Marketing an nahezu jeder vierten Online-Transaktion mit** – sichtbar wird in klassischen Attributionsmodellen jedoch nur ein Teil dieser Wirkung.

Die Erhebung zeigt zugleich den strukturellen Wandel des Marktes. Neben etablierten Cashback-, Loyalty- und Content-Modellen gewinnen insbesondere **Influencer-, Social-Content- und Comparison-Shopping-Modelle deutlich an Bedeutung.**

Ein wesentliches Strukturmerkmal des Ökosystems bleibt die erfolgsabhängige Vergütungslogik. Knapp 80 Prozent aller Investitionen werden ausschließlich bei konkretem Geschäftserfolg vergütet. **Affiliate und Partner Marketing verbindet damit Reichweite und Risikotransfer** in einer Form, die sich strukturell von klassischen klick- oder impressionsbasierten Werbemodellen unterscheidet.

## Executive Summary

# Zentrale Erkenntnisse 2025



Die Marktzahlerhebung macht deutlich: Affiliate und Partner Marketing ist ein **eigenständiges Ökosystem** spezialisierter Vertriebspartner mit zentraler Funktion innerhalb der digitalen Wertschöpfungskette. Es verbindet Reichweite, Empfehlung, Vergleichbarkeit, Vertrauen und messbare Transaktionen in einer gemeinsamen, steuerbaren Infrastruktur.

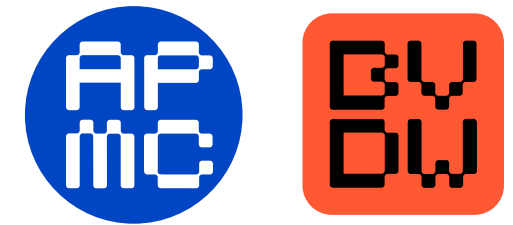
Mit der vorliegenden Erhebung schafft **der APMC im BVDW erstmals eine belastbare Datengrundlage für Marktteilnehmer, Werbungtreibende, Agenturen, Medien, Politik und Forschung.** Ziel ist es, die wirtschaftliche Bedeutung, strukturelle Vielfalt und tatsächliche Wirkung des Ökosystems transparent einzuordnen und eine Grundlage für die zukünftige Weiterentwicklung des Marktes zu schaffen.



# Wachstum gegen den Trend



# Wachstum gegen den Trend

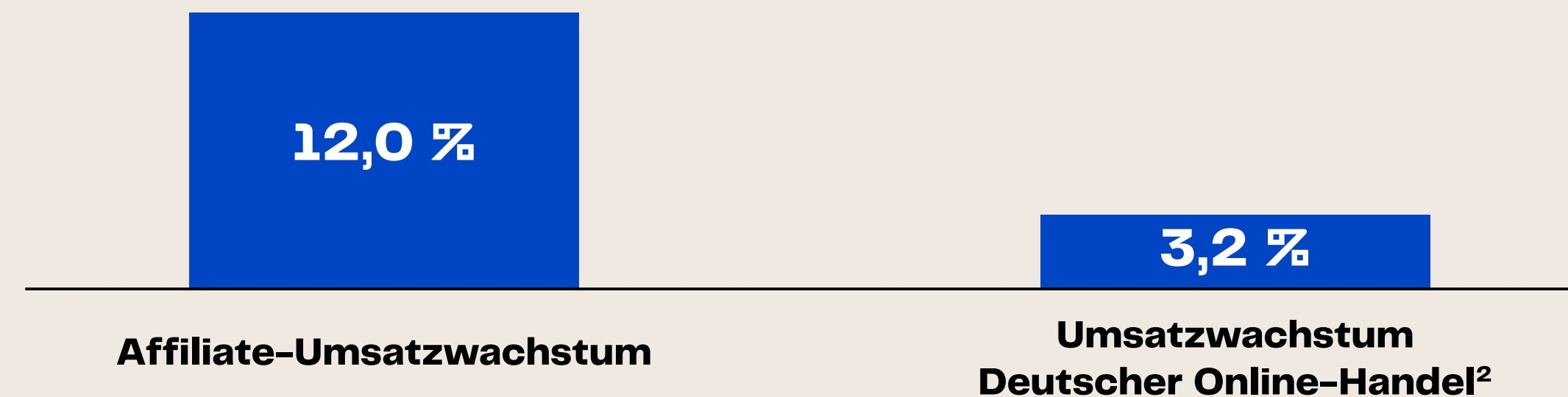


**Affiliate und Partner Marketing wächst 2025 deutlich stärker als sowohl der deutsche Gesamtwerbemarkt als auch der Online-Handel.** Mit 932 Mio. Euro Investitionsvolumen und 18,7 Mrd. Euro generiertem Umsatz zeigt der Markt eine überdurchschnittliche Wachstumsdynamik – trotz anhaltend hoher Effizienzanforderungen und steigender Budgetkontrolle auf Seiten der Werbungtreibenden.

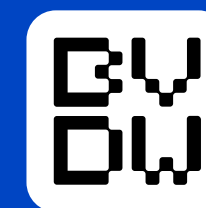
## Investitionswachstum 2025 gegenüber dem Vorjahr



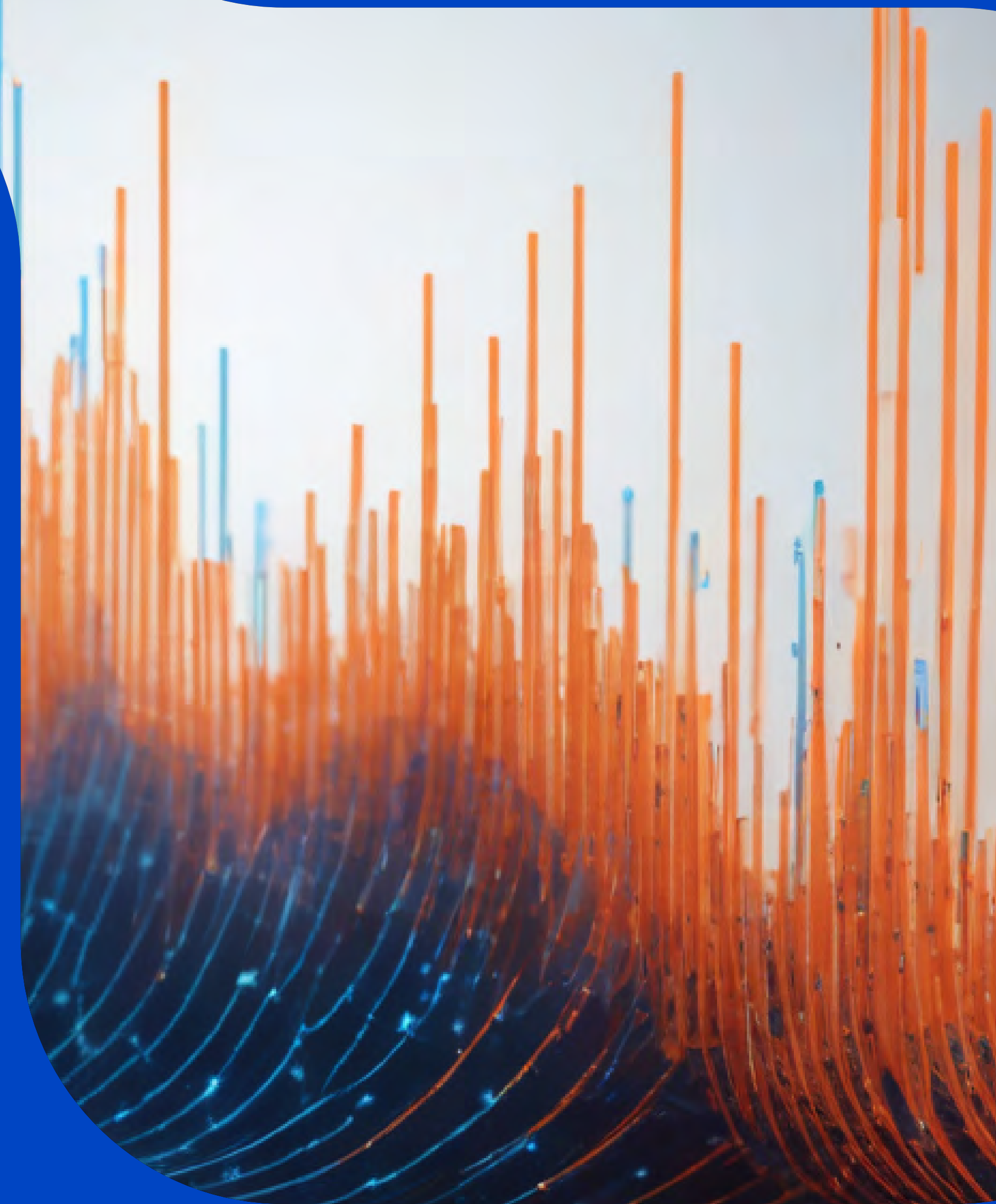
## Umsatzwachstum 2025 gegenüber dem Vorjahr



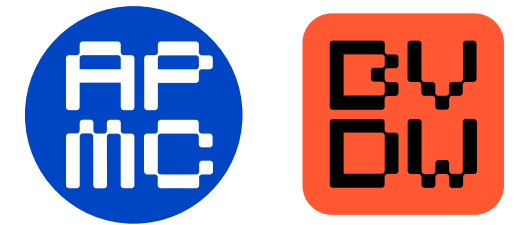
<sup>1</sup> Quelle: ZAW | <sup>2</sup> Quelle: bevh



# Skalenwirkung des Ökosystems



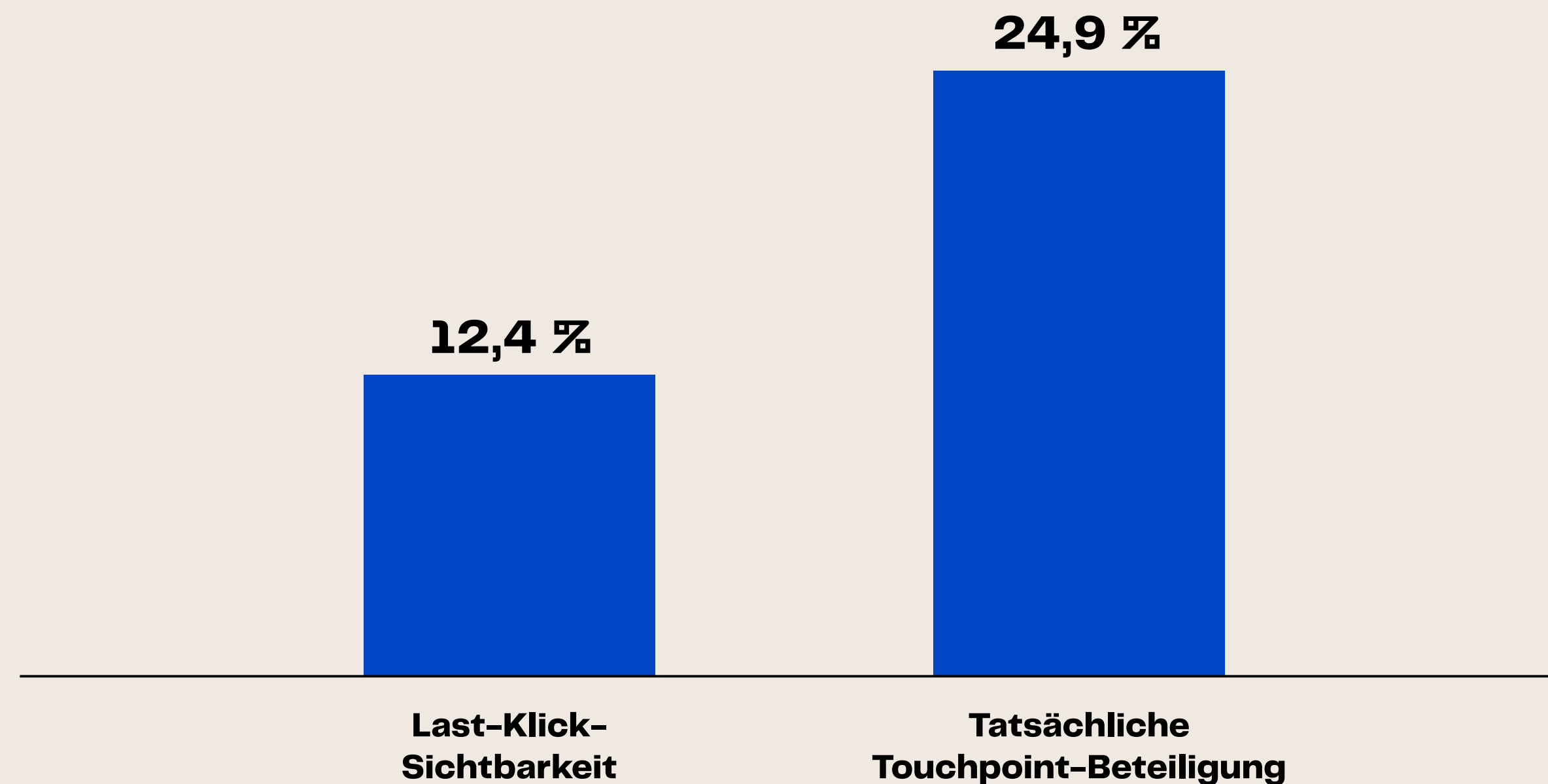
# Skalenwirkung des Ökosystems



**Die Wirkung des Ökosystems reicht deutlich über klassische Last-Click-Attribution hinaus.** Während Affiliate-Touchpoints in Standard-Attributionsmodellen nur bei rund jeder neunten Transaktion sichtbar werden, zeigt die APMC-Touchpoint-Analyse eine tatsächliche Beteiligung an nahezu jeder vierten untersuchten Online-Transaktion.

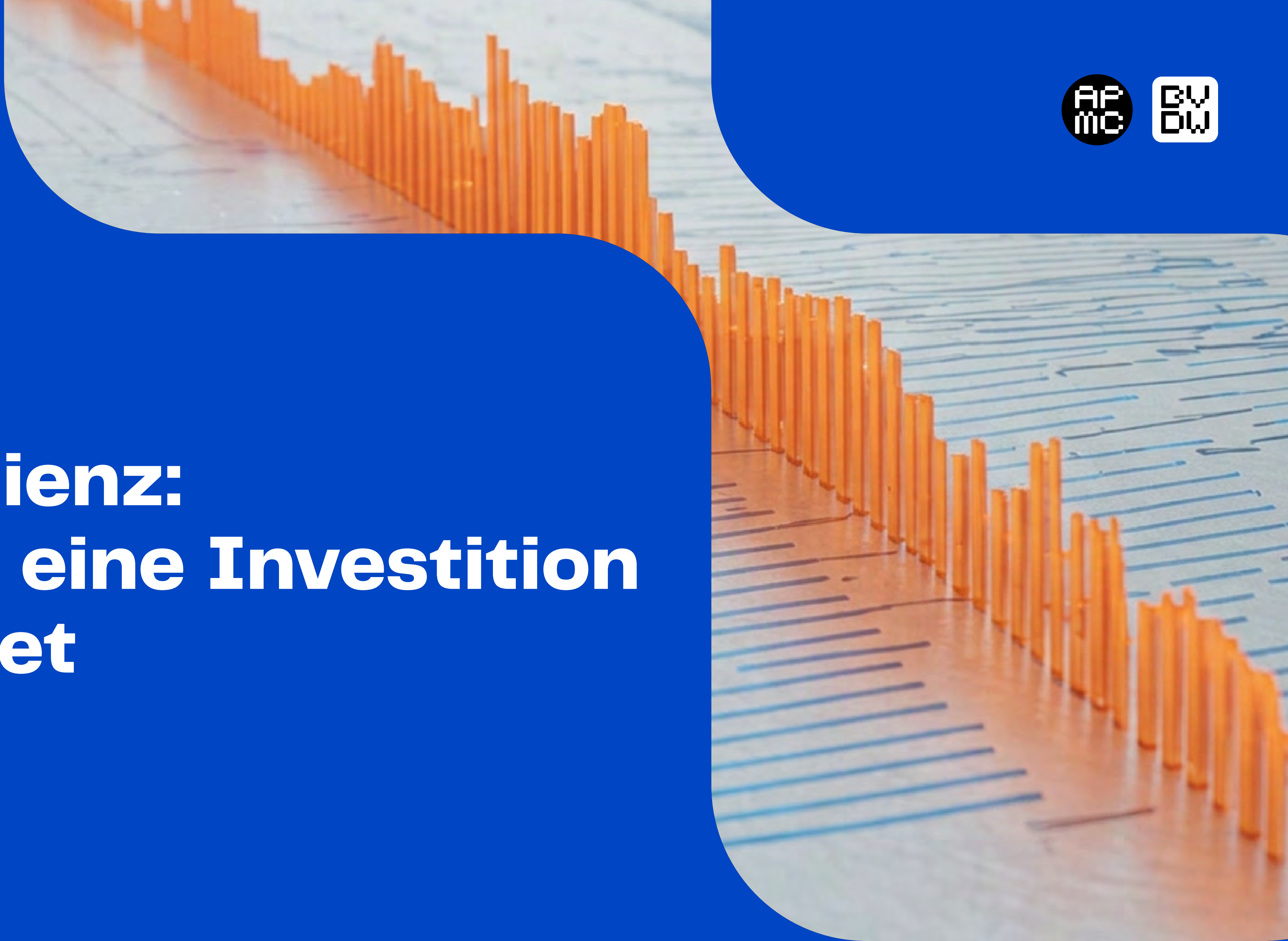
## Beteiligung an Online-Transaktionen

(Messzeitraum 2025)



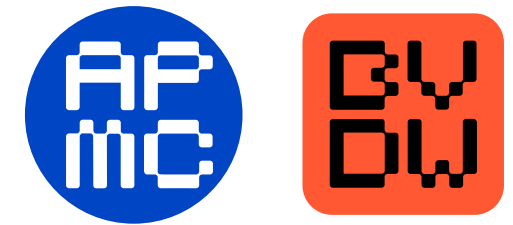


# Effizienz: Was eine **Investition** leistet

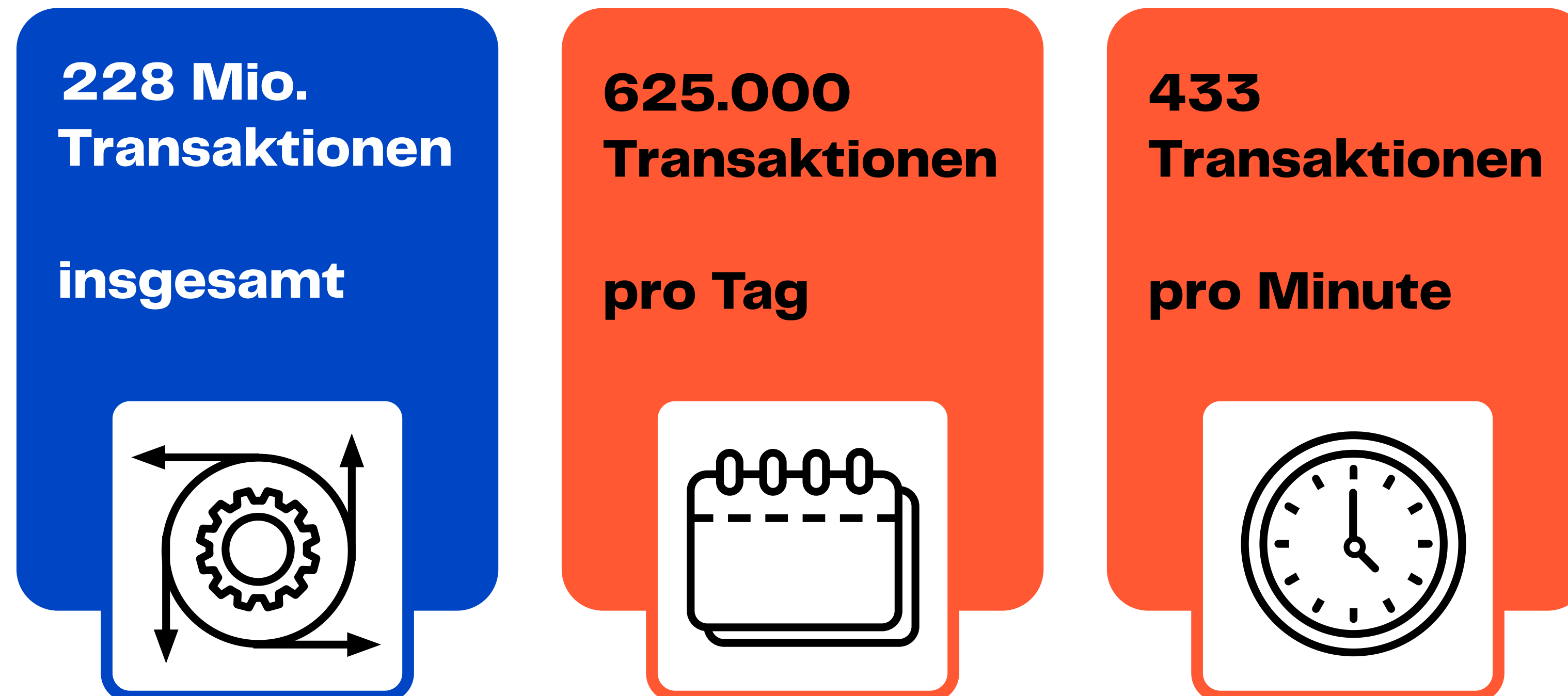


## Effizienz:

# Was eine Investition leistet

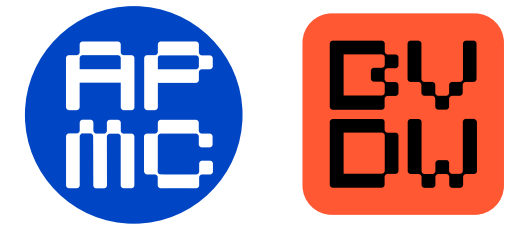


**Affiliate und Partner Marketing gehört zu den volumenstärksten digitalen Vertriebssystemen Deutschlands. 2025** wurden über das Ökosystem rund 228 Mio. Transaktionen vermittelt – durchschnittlich mehr als sieben Transaktionen pro Sekunde.



## Effizienz:

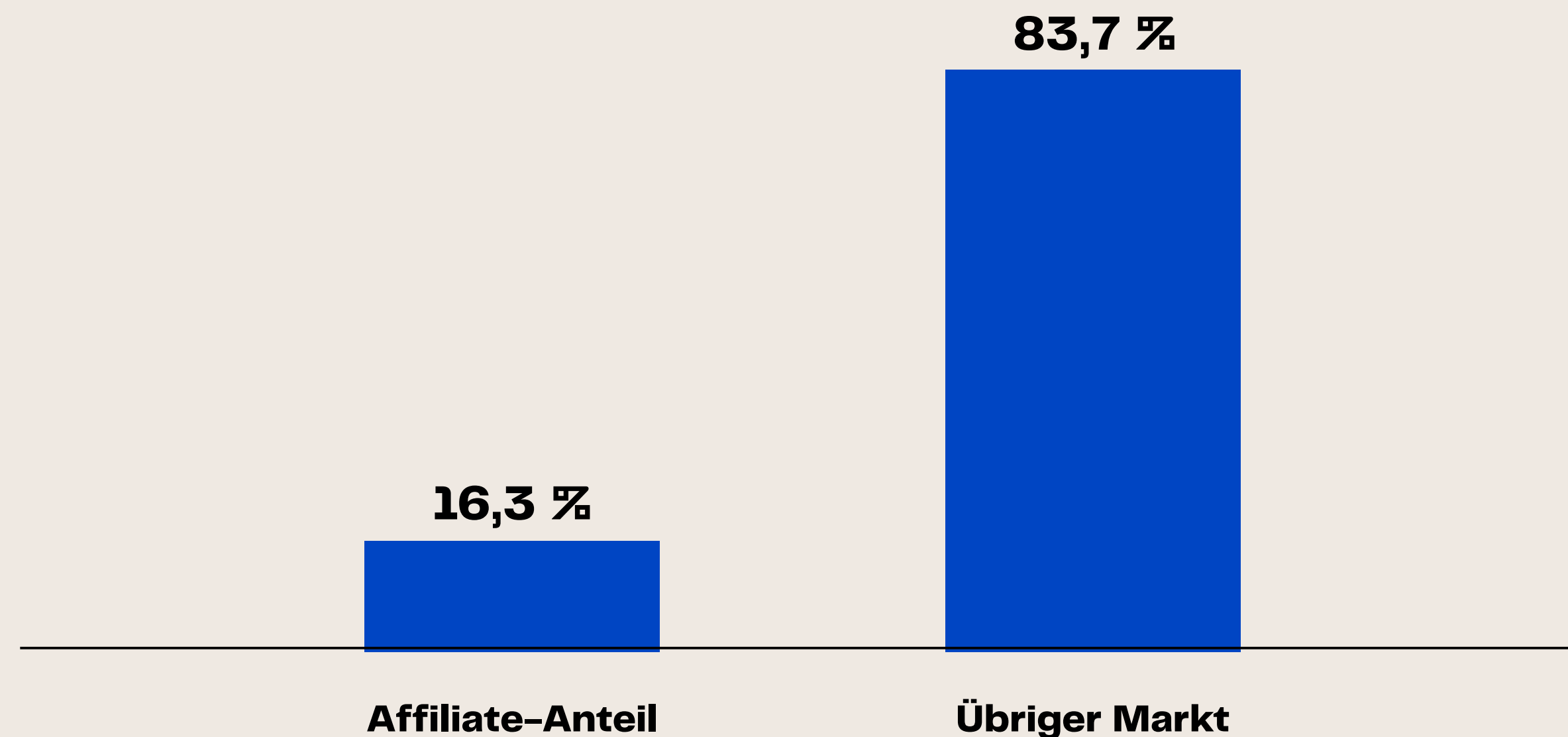
# Was eine Investition leistet



**Affiliate und Partner Marketing ist ein zentraler Bestandteil des deutschen E-Commerce.** Rund 16 Prozent des deutschen Retail-E-Commerce-Umsatzes werden inzwischen über Affiliate-Partnerschaften vermittelt.

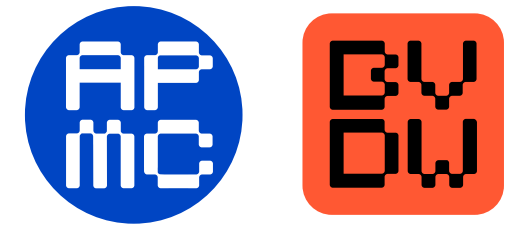
### Marktanteil

(Messzeitraum 2025)



## Effizienz:

# Was eine Investition leistet



**Affiliate und Partner Marketing entfaltet seine besondere Stärke in aktionsgetriebenen Marktphasen.** Am Black Friday wurden 2025 13 Prozent der Online-Handelstransaktionen über Affiliate Marketing abgewickelt.

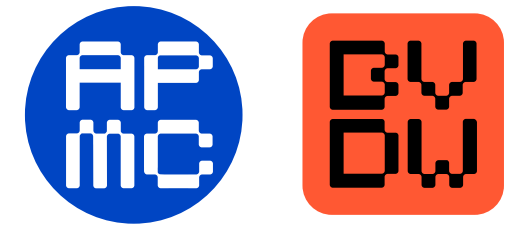




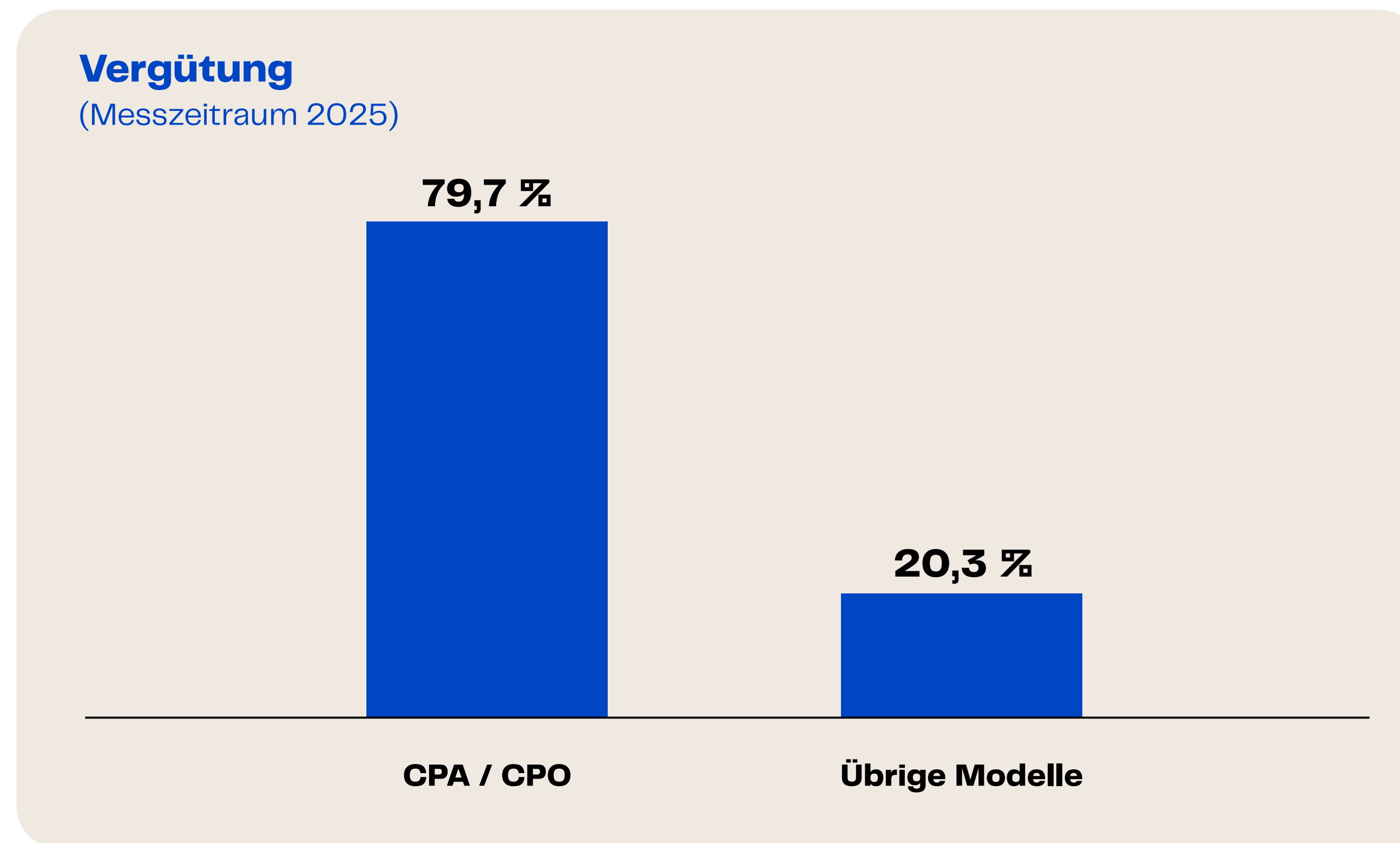
# **Vergütungsstruktur: CPA und darüber hinaus**



# Vergütungsstruktur: CPA und darüber hinaus



**Die erfolgsabhängige Vergütung bleibt das strukturelle Kernmerkmal des Ökosystems.** Knapp 80 Prozent aller Investitionen erfolgen ausschließlich bei konkretem Geschäftserfolg – ein Strukturmerkmal, das Affiliate und Partner Marketing deutlich von klick- oder impressionsbasierten Werbemodellen unterscheidet.

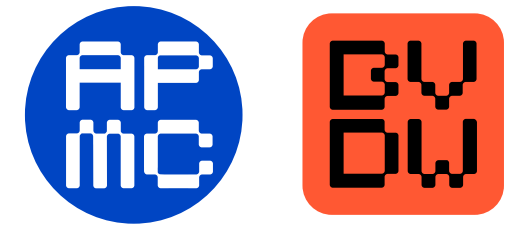




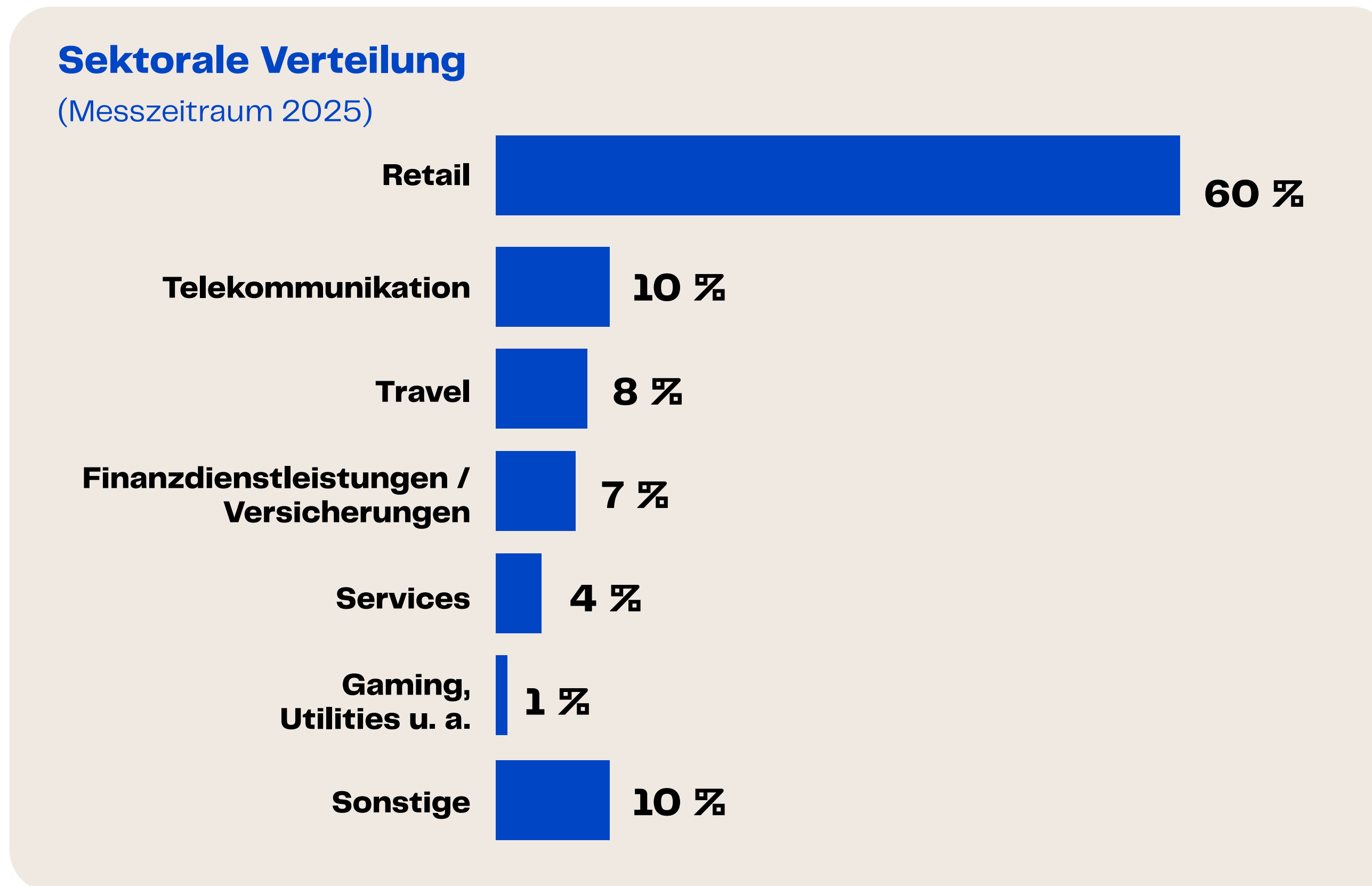
# Sektorale Verteilung der Investitionen



# Sektorale Verteilung der Investitionen



**Die Investitionen in Affiliate und Partner Marketing verteilen sich über praktisch alle bedeutenden Wirtschaftszweige des deutschen Online-Handel und der digitalen Dienstleistungen.** Der Schwerpunkt liegt im Retail-Segment, das 60 Prozent aller Investitionen auf sich vereint.

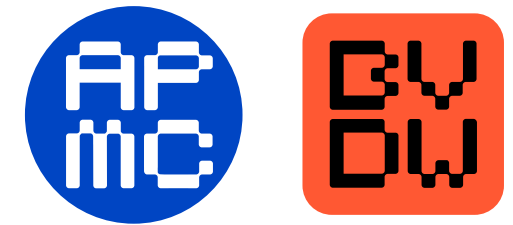




# Die Vielfalt der Vertriebspartner



# Die Vielfalt der Vertriebspartner



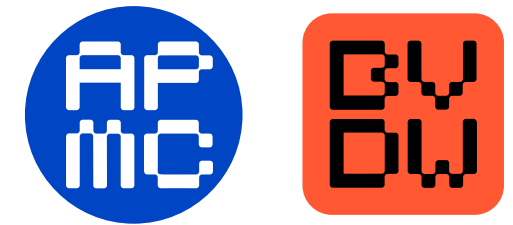
**Affiliate und Partner Marketing ist ein Ökosystem mit einer ungewöhnlich hohen Diversität an Publisher-Typen.**

Diese Vielfalt ist ein wesentlicher Grund dafür, dass Affiliate Marketing im Vergleich zu anderen Performance-Kanälen so robust durch konjunkturelle Schwankungen kommt.

## Anteil Spend je Publisher-Typ 2025



# Die Vielfalt der Vertriebspartner



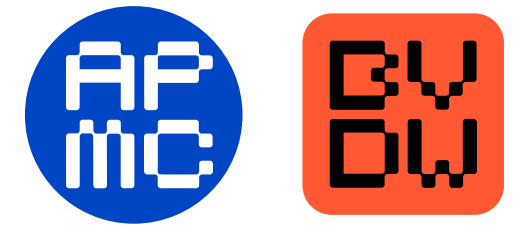
**Der Markt entwickelt sich zunehmend vom reinen Conversion-Kanal hin zu einem vielfältigen Full-Funnel-Ökosystem.**

Besonders dynamisch wachsen Influencer- und Social-Content-Modelle sowie Comparison Shopping Services. Gleichzeitig bleiben Cashback- und Loyalty-Modelle die volumenstärksten Publisher-Segmente des Marktes.



## Fazit

# Was die Zahlen über den Markt zeigen

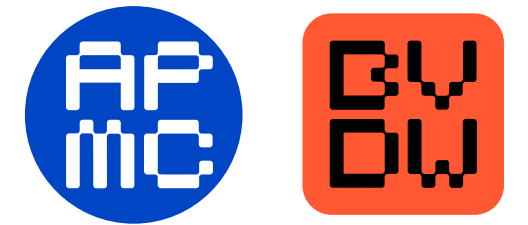


**Die Erhebung zeigt einen Markt, der sich strukturell weiterentwickelt und gleichzeitig wirtschaftlich an Bedeutung gewinnt. Affiliate und Partner Marketing ist ein zentraler Kanal im Performance-Marketing. Das Ökosystem verbindet Reichweite, Vertrauen, Discovery, Vergleichbarkeit und messbare Transaktionen entlang der gesamten Customer Journey.**

Besonders sichtbar wird dabei der Wandel hin zu Full-Funnel- und Creator-getriebenen Modellen. Content-, Influencer- und Loyalty-Partnerschaften gewinnen zunehmend an Bedeutung, während gleichzeitig die erfolgsabhängige Vergütungslogik als zentrales Strukturmerkmal erhalten bleibt.

# Der APMC im BVDW

## Die Rolle des APMC



**Der Affiliate und Partner Marketing Circle (APMC) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) versteht sich als Branchenplattform für Netzwerke, Technologieanbieter, Agenturen, Werbungtreibende und Publisher.**

**Ziel des APMC ist es,**

- **die wirtschaftliche Bedeutung des Ökosystems sichtbar zu machen,**
- **Qualitätsstandards und Markttransparenz zu fördern,**
- **die Interessen der Branche gegenüber Politik und Regulierung zu vertreten,**
- **sowie die strukturelle Weiterentwicklung des Affiliate- und Partner-Marketing-Marktes aktiv zu begleiten.**

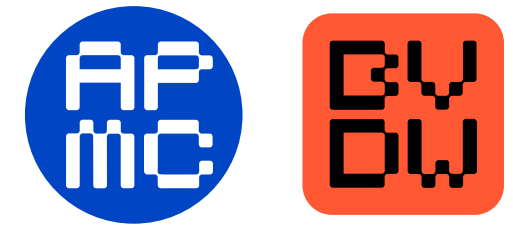
Die Marktzahlerhebung 2025 bildet hierfür eine zentrale Grundlage.



# Methodik



# Methodik



## **Datenbasis und Erhebung**

Die Studie basiert auf Daten von 13 deutschen Affiliate-Netzwerken und Plattformen aus den Jahren 2024 und 2025.



## **Zentrale Kennzahlen**

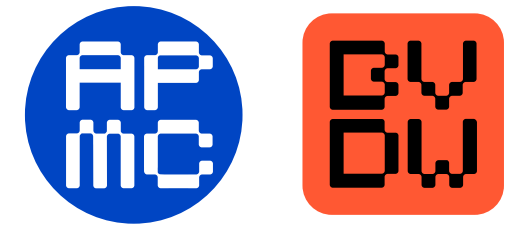
Wichtige Kennzahlen wie Investitionen, Transaktionen, Umsatz, Klicks und Impressions wurden systematisch erfasst und analysiert.



## **Abgrenzungen und Modellierung**

Bestimmte Bereiche wie Gambling und Lead-Generierung sind ausgeschlossen, fehlende Daten wurden konservativ geschätzt und modelliert.

# Affiliate und Partner Marketing Circle (APMC) Die Marktzahlerhebung



Hier zum Download

<https://www.apmc.online/marktzahlen/>



## **Affiliate und Partner Marketing in Deutschland 2025**

Marktzahlen, Strukturen und Einordnung eines steuerbaren Performance-Ökosystems

### **Herausgeber:**

Affiliate und Partner Marketing Circle (APMC) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.

### **Mitwirkende:**

André Koegler (impact.com) – Vorsitzender des APMC

Tim Lomborg (Awin) – Stv. Vorsitzender des APMC

Annalena Bauer (easy Marketing / DigitAl Consultancy) – Stv. Vorsitzende des APMC

Nicole Schichtl (retailAds) – Stv. Vorsitzende des APMC

Florian Jetzlsperger (Acceleration Partners) – Stv. Vorsitzender des APMC

Projektleitung: Georg Wolf (Consultant)

### **Ihr BVDW-Kontakt für Fragen & Informationen**

Ina Franke, Senior Programm Managerin, [ina.franke@bvdw.org](mailto:ina.franke@bvdw.org)

Weiterführende Informationen zum Thema unter:

**<https://www.apmc.online/marktzahlen/>**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Obentrautstraße 55 · 10963 Berlin

[info@bvdw.org](mailto:info@bvdw.org) · [www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

**#bvdw #zukunftsgestalter**

