welect

WENN AGENTEN VERHANDELN,
WER SITZT AM TISCH, WESSEN MARGE WÄCHST?

MEINE THESE: DIE MARGE WÄCHST BEI DEM, DER DIE REGELN SCHREIBT.

11. November 2026 · Christian Zimmer, Welect

VOM HANDSCHLAG ZUM GEBOT ZUM MANDAT.
DER TISCH WIRD LEISER. DIE REGELN WERDEN LAUTER.



1 HANDSCHLAG	2 GEBOT	3 MANDAT
Agentur und Vermarkter verhandeln	Programmatic: die Auktion entscheidet	Der Agent kauft im Auftrag ein
Preis: Verhandlungssache	Preis: Ergebnis der Auktion	Preis: Ergebnis von Regeln
Am Tisch: Mensch und Mensch	Am Tisch: Maschine und Maschine	Am Tisch: Agent und Agent, noch mit kleinen Budgets

WER DIE REGELN SCHREIBT, SETZT DEN PREIS.

welect

DER AGENT ENTSCHEIDET NICHT FREI.
ER FOLGT DEM, WAS WIR IHM GEBEN.

Ziel

WAS SIE IHM AUFTRAGEN

Der Agent optimiert, was Sie ihm vorgeben. Wer nur auf ROAS steuert, kauft oft Nachfrage, die ohnehin da ist.

Heisst: Falsches Ziel, falsches Inventar, nur schneller.

Daten

WAS ER SIEHT

Das Angebot des Verlags: Preisoption, Reichweitenprognose, Kreativvorgaben. Dazu Ihre eigenen Daten.

Heisst: Was nicht maschinenlesbar ist, kann er nicht vergleichen.

Preis

WAS ER BEZAHLT

Der Verlag nennt einen Festpreis oder einen Mindestpreis. Der Agent bietet dagegen. Verhandelt wird wenig.

Heisst: Der Agent arbeitet die Preisliste ab. Er feilscht nicht.

ZIEL, DATEN, PREISREGELN: WER SIE LIEFERT, STEUERT DEN AGENTEN.

welect

/ DIFFERENZIERUNG

WENN ALLE AGENTEN AUS DEMSELBEN TOPF LERNEN, GEWINNT, WAS NICHT IM TOPF LIEGT.

AUSTAUSCHBAR

Das sieht jeder Agent

✓ Standardinventar der offenen Börse: wird zuerst wegoptimiert (INMA)

✓ Listenpreise und Standardsignale: für jeden Agenten gleich lesbar

✓ Agentische Käufer zahlten rund 12 % weniger CPM, stiegen aber in 86 % weniger Auktionen ein (DataBeat)

UNKOPIERBAR

Das macht den Unterschied

→ Ihre Kundendaten als Werbungtreibender: Die hat sonst niemand

→ Das Ziel: Wirkung statt ROAS (Argument eines Messanbieters)

→ Publishersignale, die kein Agent kopiert: eingewilligte, nachweislich menschliche Aufmerksamkeit

→ Premium-Inventar mit Daten: laut INMA (International News Media Association) im Vorteil

Quellen: Digiday, 11. Mai 2026 (INMA, Einschätzung) · DataBeat via PPC Land (dünner Wettbewerb)

welect

PREISE ENTSTEHEN AUS REGELN.
FÜNF HEBEL, DIE SIE IN DER HAND HABEN.

FÜNF HEBEL FÜR VERMARKTER

1 Preisliste: Staffeln und Rabatte legen Sie fest, nicht der Agent.

2 Mindestpreis: Floor und Preisorientierung je Platz hinterlegen.

3 Zugang: Sie entscheiden, welche Agenten Ihr Inventar kaufen dürfen.

4 Freigabe: Sonderdeals und Premiumplätze bleiben bei Menschen.

5 Verkäufer-Agent: Ihrer oder der Ihrer SSP? Wem gehören Preise und Daten?

UND FÜR SIE ALS KÄUFER

Fragen Sie Ihren Vermarkter nach Regeln, Mindestpreisen und Signalen, nicht nur nach dem TKP.

DEN TISCH BESETZEN DIE AGENTEN.

DIE MARGE WÄCHST BEI DEM, DER DIE REGELN SCHREIBT.

Nicht automatisch bei Werbungtreibenden, Plattformen oder Agenturen, und auch nicht automatisch bei uns Vermarktern. Belegt ist das bisher nicht, es ist meine These. Schreiben wir die Regeln selbst.

VIELEN DANK!



Christian Zimmer
+49 172 2801697
christian.zimmer@welect.de

Welect GmbH / Duisburger Straße 19 / 40477 Düsseldorf