

## Emotionalisierung im Digitalen Marketing

10.01.2017, 13:05 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Ulrich Eggert Consulting*

---

Umfangreicher kostenloser Download

Anfassen, Fühlen, Riechen, Schmecken – all das geht nicht im Online Shopping und Digitalen Marketing, zumindest bisher. Aber der Mensch ist nun mal ein emotionales Wesen und es hat sich im Laufe der Historie gezeigt, dass Emotionalisierung ein wesentlicher Faktor ist, ihn „beim Schopfe zu packen“ und seine Kaufbereitschaft zu lenken und zu steigern – wer möchte das nicht in Zeiten des Hybriden Wettbewerbs?

Damit stellt sich doch zugleich die Frage: gibt es Möglichkeiten, dieses „Digitale Handicap“ durch passende Maßnahmen und Strategien auszugleichen?

In der aktuellen Studie DIGITALES MARKETING (BAND II) – EMOTIONALISIERUNG und PERSONALISIERUNG stellt die UEC – Ulrich Eggert Consult & Research in Köln über ein Dutzend Strategische Grundkonzepte vor, wie diese Handy Caps ausgeglichen, ja sogar z.T. überkompensiert werden können. Die UEC führt darüber hinaus mit einigen hundert Beispielen, Maßnahmen und Hinweisen auf, wie diese Strategien umgesetzt werden können im Digitalen Marketing des Online- und auch Offline-Business, denn auch offline, also im stationären Geschäft, läuft das Marketing immer mehr digital!

Das bedeutet, dass der Anbieter/Händler, der auch künftig aktiv sein will, sich des Themas „Erlebnis und Emotionalisierung“ annehmen muss, um weitere Umsätze mit seiner Zielgruppe machen zu können.

Standen früher Agrarprodukte und Konsumgüter im Vordergrund, kamen später Services dazu und heute geht es mehr um Erlebnis und in Zukunft um Selbstverwirklichung und Wünsche bzw. Träume. Standen im Industriezeitalter Ware, Kraft und Effizienz im Vordergrund, im Informationszeitalter Information, Tempo und Effektivität, so geht es im neuen Zeitalter, dem Conceptual Age, um Ideen, Emotionen und Kreativität.

Es geht summa summarum um „gute Gefühle“ durch Problemlösung – und gute Gefühle; das sind Emotionen!

Die Basis der Emotionen des Menschen bildet die Faszination. Die Methoden, mit denen man Faszination erreichen kann, sind recht verschiedener Art: Das können Filme sein, Sport, Gastronomie, Musik, Technik, Aktionen und Konzepte, ein bestimmtes Thema usw. Es kann sich auch um Geschichten und Historie handeln, aber immer ist Abwechslung gefragt und keine Dauerberieselung. Faszination wird auch sehr stark durch Überraschungen, ja Provokation hervorgerufen, wobei diese mit positiven oder negativen Assoziationen besetzt sein kann. Positive Assoziationen wären Technik, Sport, Religion, Science-Fiction usw., eher negativ assoziiert sind Horror und Katastrophen, für so manchen zum Teil auch Sex, Erotik und ähnliche Dinge.

Dabei geht es vor allem auch darum, sich vom reinen Preis(denken) abzusetzen – und dafür sind dann MARKEN von besonderer Wichtigkeit.

Emotionalisierung ist ein individuelles Einzelerlebnis, das jeder anders sieht. Aber es muss sich um erzählbare Geschichten handeln, denn nur wenn darüber geredet wird, wenn Erfahrungen weitergegeben werden, kann aus einem Erlebnis ein Erlebnishandel für alle werden. Deswegen kommt zur emotionalen Idee grundsätzlich die Thematisierung hinzu sowie ein Zeit- und Themenmanagement. Geschicktes Marketing, aufgewertet durch gastronomische Angebote, kann dann zu einem Erlebnishandel führen. Elemente des Erlebnishandels sind die Produkte, das Unternehmen selbst, Wiedererkennungswert durch Informationscluster in Form von Themen, Geschichten im Sinne von Storytelling zur Verlängerung des Themas auf der Zeitachse (es geht um ein Zeitraum-, nicht Zeitpunkt-Denken) sowie zusätzlich die Inszenierung als die Aufbereitung und Verarbeitung des erdachten Themas und seine Verbreitung in Zeit und Raum. Die UEC – Ulrich Eggert Consult & Research, Köln, hat folgende Strategischen Instrumente, Wege und Methoden der Emotionalisierung im Online-Marketing bzw. -Handel erkannt und in der Studie detailliert erläutert:

1. Individualisierung, Personalisierung und Customizing
2. Dienstleistungen und Services
3. AR-Augmented Reality und VR-Virtual Reality zur Emotionalisierung des Marketings
4. Empfehlungs-Marketing i. w. S.
5. Virales Marketing
6. Geofencing, Beacons - Location Based Services

7. Haptic E-Commerce: Mit allen 5 Sinnen virtuell einkaufen?

8. E-Mail-Marketing

9. Content-Marketing (CM)

10. Social-Media-Marketing

11. Zeit für Gamification

12. Künstliche Intelligenz (KI) – Artificial Intelligence (AI)

13. Collaborative Marketing – mehr Erfolg mit Kunden-Involvement?

Anschließend werden über 350 Beispiele und Ideen zur Umsetzung der Emotional-Strategien dargestellt und besprochen.

Eine Kurz-Fassung als kostenlosen Download finden Interessenten auf [www.ulricheggert.de/kostenlosestudien](http://www.ulricheggert.de/kostenlosestudien). Dieses

neue Groß-Projekt ergänzt die Einführungs-Studie DIGITALES MARKETING (BAND I) – TRENDS,

ENTWICKLUNGEN, STRATEGIEN aus dem Herbst 2016, die die Grundlagen des Digitalen Marketings beschreibt,

vgl. dazu auch 4 verschiedene kostenlose Downloads an gleicher Stelle wie oben.

## **Portrait**

Die Ulrich Eggert Consulting.Köln wurde zu Anfang 2007 von Ulrich Eggert in Köln nach über 32 jähriger Tätigkeit bei der ehem. BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln, davon mehr denn 13 Jahre als Geschäftsführer, gegründet. Ulrich Eggert setzt heute als freiberuflicher Unternehmensberater, Referent, Moderator und Organisator von Veranstaltungen sowie als Trend- und Zukunftsforscher und Autor von Studien und Fachbüchern seine erfolgreiche Tätigkeit für Handel/Handwerk, Industrie und Dienstleistung fort.

Seine Tätigkeitsfelder sind u. a.:

- Trend und Zukunftsforschung
- Markt- und Handelsforschung
- Strategie-Beratung, Portfolio-Entwicklungen
- Duedilligence
- moderierte Workshop-Beratungen
- Absatzplanungen, Machbarkeits-Studien.

Seine Arbeitsthemen umfassen die

- Entwicklungen in Konsum und Gesellschaft
- Zukunft von Handel und Distribution/Vertrieb
- Versand-/Distanzhandel, E-Commerce und Multi-Channel-Retailing
- Innovationen und Innovationsmanagement
- Neue Geschäftsmodelle und Formate
- Neu Vertriebsstrategien
- Kooperation, Systembildung und Franchising
- Vertikalisierung und Direktvertrieb
- Marke und Markenpolitik
- Virtualisierung von Unternehmen.

Vorträge und Workshops/Veranstaltungen zu diesen Themen runden sein Leistungsprogramm ab. Bisher über 30 Veröffentlichungen in Form von Multi-Client-Studien und Büchern dazu, verzeichnet auf seiner Homepage, zeigen seine umfassende Erfahrung auf diesen Gebieten. In den Jahren 2008-15 erschienen bisher im Eigenvertrieb folgende Studien:

- + LUXUSVERTRIEB,
- + FUTURE DISCOUNT,
- + MAIL ORDER 2015,
- + HANDELS- UND VERTRIEBSINNOVATIONEN,

- + KONSUM(ENT) UND HANDEL,
- + DIE ZUKUNFT DER BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE,
- + DIE ZUKUNFT DER GEWERBLICHEN VERBUNDGRUPPEN,
- + HANDEL 2020 – WEGE IN DIE ZUKUNFT,
- + HANDEL UND MARKE
- + KOOPERATION IM VERTRIEB
- + VERTIKALISIERUNG IM VERTRIEB
- + MEGATRENDS 2020: HANDELSTRENDS
- + KOSTEN SENKEN MIT SYSTEM
- + NEUE HANDELSFORMATE – NEUE VERTRIEBSKONZEPTE
- + FOKUS HANDEL
- + B2B-VERTRIEBSTRENDS
- + MÖBEL 2020: HANDEL & VERTRIEB
- + LUXUS: MÄRKTE & VERTRIEB
- + WACHSTUMSPAKET HANDEL: 3 Studien zu Wachstumsstrategien im Handel
- + MEGATRENDS HANDEL II – TRENDUPDATE 2025/30
- + 4.0 – DIE DIGITALE REVOLUTION
- + HANDEL & INTERNET
- + VERBUNDGRUPPEN & INTERNET
- + INDUSTRIE, LIEFERANTEN & INTERNET
- + GESCHÄFTSMODELLE & FORMATE IM B2C ONLINE-HANDEL
- + (QUALITATIVE) HANDELS- UND VERTRIEBSTRENDS – ALL ABOUT  
DIGITALISIERUNG, INTERNET, E-COMMERCE & CO.
- + ZUKUNFT E-COMMERCE B2C – QUANTITATIVE ENTWICKLUNGEN 2020/25/30
- + 3-D-DRUCK – CHANCEN & ENTWICKLUNGEN
- + LANGFRISTIGER WANDEL IM HANDEL
- + MÖBEL & WOHNEN 2025/30
- + DIGITALES MARKETING (BAND I)
- + DIGITALES MARKETING (BAND II)

sowie zum Bezug über den Buchhandel oder direkt beim Verlag das „KURSBUCH UNTERNEHMENSFÜHRUNG“, ISBN 978-3-8029-3422-3; „ZUKUNFT HANDEL“, ISBN 978-3-8029-3855-09 sowie „KOSTEN SENKEN!“, ISBN 978-3-8029-3847-4, alle im Walhalla-Fachverlag, Regensburg. Details zu allem unter [www.ulricheggert.de](http://www.ulricheggert.de). Hier finden sich über 50 aktuelle Projekte zum kostenlosen Download.

---

News-ID: 933732 • Views: 1075 (Stand: 01.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/933732/Emotionalisierung-im-Digitalen-Marketing.html>