

# Online-Handel: Emotion wichtig

**MÜNCHEN** (kh). Der Weg zum Kunden führt auch im Internet über Emotionen. Zu diesem Ergebnis kamen Experten beim Neuromarketing Kongress in München. Um erfolgreich zu sein, müssten Händler die Auftritte ihrer Online-Shops optimieren und auf Werbeeinblendungen (Pop-ups) verzichten. Nach Ansicht von Frank Schomburg (Beratungsunternehmen Nextpractice) haben Firmen nur dann Erfolg, wenn sie mit den Netznutzern kommunizierten. Zudem wirke sich ethisch inkorrektes Verhalten durch die schnelle Kommunikation sofort auf die Umsätze aus. Laut einer aktuellen Studie können gerade kleine Unternehmen von Sozialen Medien wie Facebook profitieren. 55 Prozent der deutschen Unternehmen betrieben bereits Marketing in sozialen Medien, weitere 38 Prozent planten für dieses Jahr entsprechende Investitionen.