

Aktuelles

MARKETING

Wenn KI die Kampagne versaut: Tool deckt emotionale Schwächen auf



Emotionen sind für eine KI kaum kalkulierbar - Langweile und Mittelmaß sind die Folge.

Bild: RyanMcGuire / Pixabay

06.10.2025 - KI-generierte Inhalte klingen oft austauschbar - Marken verlieren ihr Profil. Das Schweizer Unternehmen Zutt & Partner will mit dem neuen Online-Tool erstmals die emotionale Wirkung von Marketingbotschaften messbar machen.

von Dominik Grollmann

Mit EmoCheck reagiert das Zürcher Neuromarketing-Unternehmen **Zutt & Partner** auf ein wachsendes Problem im Marketing: die emotionale Gleichförmigkeit von KI-generierten Inhalten. Das Tool soll Unternehmen helfen, ihrer Markenkommunikation wieder Charakter zu verleihen - und so in einem zunehmend uniformen Content-Markt aufzufallen.

Das Werkzeug soll dazu Bilder, Texte oder ganze Kampagnen innerhalb von Sekunden auf ihre emotionale Wirkung überprüfen. Grundlage sei eine wissenschaftlich fundierte neuropsychologische Codierung. Auf diese Weise soll ein Abgleich der ermittelten Emotionen mit zuvor definierten Soll-Profilen einer Marke möglich sein, um zu erkennen, welche Variante emotional am besten abschneidet und ob die Kommunikation das gewünschte Markenbild stützt. Unterschiede zwischen den getesteten Varianten werden dabei klar visualisiert.

Kombination aus KI und menschlicher Expertise

Neben der digitalen Sofortanalyse bietet Zutt & Partner auf Wunsch ein persönliches Neuromarketing-Sparring. Dabei werden die Ergebnisse gemeinsam interpretiert und konkrete Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Marketing-Touchpoints entwickelt.

Ihr Guide im New Marketing Management - ab 6,23 im Monat!

Hat Ihnen diese Beitrag weiter geholfen? Dann holen Sie sich die ONEtoONE-Premium-Mitgliedschaft. Sie unterstützen damit die Arbeit der ONEtoONE-Redaktion. Sie erhalten Zugang zu allen Premium-Leistungen von ONEtoONE, zum Archiv und sechs mal im Jahr schicken wir Ihnen die aktuelle Ausgabe.

[JETZT UND PREMIUM-MITGLIED WERDEN](#)

Diskussion:

06.10.2025



- Künstliche Intelligenz
- Neuromarketing
- Markenkommunikation
- Emotionen
- Marketingstrategie

MEISTGELESENE ARTIKEL

- Das sind Deutschlands größte Onlineshops 2025
- Jedes zweite B2B-Unternehmen beschäftigt Social-Media-Agenturen
- Künstliche Intelligenz im Marketing: großes Potenzial, geringe Nutzung
- MediaMarktSaturn startet Offsite-Retail-Media-Angebot
- Alfred Gerardi Gedächtnispreis geht an fünf wissenschaftliche Arbeiten
- Werbemarkt: Online stabil, Print schwächelt, Out-of-Home bricht ein
- Das sind die Top-100 deutschsprachigen SEO-Agenturen
- Publicis Sapient veröffentlicht Agentic Media-Netzwerk für den Einzelhandel
- KI, Gesundheit und Kreislaufwirtschaft dominieren Startup-Themen
- Performance im E-Commerce: Solute übernimmt Checkout Charlie

NEUESTE ARTIKEL

- Marketing braucht mehr als Algorithmen
- Marketing of Moments und KI im Retail Media
- Performance im E-Commerce: Solute übernimmt Checkout Charlie
- Retouren als Loyalitätsfaktor: Händler verlieren ein Drittel der Kunden bei Problemen
- Das sind Deutschlands größte Onlineshops 2025

Cookies auf dieser Website



- > E-Commerce 2025: Mittelbau droht abgehängt zu werden
- > Das sind die Top-100 deutschsprachigen SEO-Agenturen
- > Publicis Sapient veröffentlicht Agentic Media-Netzwerk für den Einzelhandel
- > Jahresendgeschäft: Immer mehr Anschaffungen werden ins 4. Quartal geschoben
- > Black Friday 2025: Deutsche Verbraucher zeigen höhere Kaufbereitschaft



 [Kommentar hinzufügen](#)

Schreiben Sie Ihre Meinung, Erfahrung, Anregung mit oder zu diesem Thema. Ihr Beitrag erscheint dann an dieser Stelle.

Vorträge zum Thema:

Vom Neukunden-Fokus zur Kundenbindungs-Strategie: Wie KMUs mit KI-gestütztem Relationship Management nachhaltiges Wachstum erzielen



Susanne Pöhlant
(Löwenstark Online-Marketing GmbH)

Die Transformation des Handels erfordert ein Umdenken: Statt nur auf Neukundengewinnung zu setzen, liegt das größte Potenzial in der systematischen Kundenbindung. Viele KMU-Unternehmen verschenken dabei enormes Umsatzpotenzial aus ihrem bestehenden Kundenstamm. In diesem Vortrag zeigen wir, wie Sie nachhaltiges Wachstum durch bestehende Kunden erreichen, indem Sie durch strategisches Relationship Management und den intelligenten Einsatz von KI-Technologie Ihre Kundenbindung revolutionieren. Anhand konkreter Praxisbeispiele erläutern wir, wie Marketing- und CRM-Manager mit begrenzten Ressourcen messbare Erfolge erzielen, warum Kundenbindung profitabler ist als Neukundengewinnung - und wie KI-unterstützte Hyperpersonalisierung in der Praxis funktioniert.

Vortrag im Rahmen der **Transformation des Handels 25.** am 14.10.25, 11:00 Uhr

JETZT KOSTENFREI ANMELDEN!

Anzeige



LOXXESS AG
 Die LOXXESS AG ist ein spezialisierter Logistikdienstleister mit Schwerpunkt auf komplexe Outsourcing-Projekte in Industrie und Handel. Das mittelständische, familiengeführte Unternehmen entwickelt für seine Kunden maßgeschneiderte Lösungen in den Be...

eMBIS Akademie für Online Marketing
 Die eMBIS Akademie wurde 2001 gegründet und bietet deutschlandweit praxisnahe Online Marketing und Inhouse-Seminare an. Mehr als 40 Themen und Teilnehmern aus allen Branchen machen die eMBIS Akademie zu einem der führenden Weiterbildungsinstitute in ...

MKM media - Selfmailer.com
 Selfmailer.com ist spezialisiert auf personalisierte, individuelle Printprodukte und zählt mit seiner modernen und aufwändigen Maschinen- und Personalisierungstechnik in Deutschland zu den führenden Dienstleistern im Bereich Adressierung, Versionalis...



HighText Verlag

Mischenrieder Weg 18
82234 Weßling

Tel.: +49 (0) 89-57 83 87-0
 Fax: +49 (0) 89-57 83 87-99
 E-Mail: info@onetoone.de
 Web: www.hightext.de

Kooperationspartner des



Folgen Sie uns:

Besuchen Sie auch:



Wichtige Links:

- Impressum
- AGB
- Datenschutz
- Mediadaten