

Sperrfrist bis 11. Februar 2026

Interview zur Buchpräsentation des Businessromans

**Ich bin. Du bist. Wir wirken**

**Beziehung als Kern emotionalen Marketings**

von Autorin Eva Laspas

erstellt von Monika Ratzenböck | Public Relations Beraterin | Medienfrau

## 1) Einstieg und Hintergrund

### a) Was hat Sie inspiriert, ein Buch über emotionales Marketing zu schreiben?

Ich beobachte seit vielen Jahren, wie sich Selbstständige im Dschungel des Marketings verlieren. Dabei wollten sie doch eigentlich nur eines: Menschen helfen. Diese Entfremdung vom eigenen Tun hat mich tief berührt – und inspiriert. Mein Buch ist eine Einladung, zurückzukehren: zu sich selbst, zur Wirksamkeit und zu echter Verbindung mit anderen Menschen.

### b) Haben Sie zu diesem Thema persönliche Erfahrungen gemacht?

Ja, mein gesamter beruflicher Weg ist geprägt davon. Ich habe selbst viele Jahre gebraucht, um zu erkennen, dass das wirkungsvollste Marketing auf Klarheit über sich selbst beruht. Ich durfte lernen, dass mein "Ich bin" essenziell ist – und dass Beziehung die Brücke ist, auf der Menschen zu mir finden.

### c) Warum ist der Businessroman – emotionales Marketing gerade in der heutigen Zeit bedeutender denn je?

Weil wir uns nach Vertrauen und Menschlichkeit sehnen. In einer Welt voller Reizüberflutung und Oberflächlichkeit wird „Beziehung“ zum entscheidenden Unterscheidungsmerkmal. Emotionales Marketing zeigt: Du musst nicht alles machen. Du brauchst nur du selbst sein – und das dann konsequent umsetzen.

### d) An welche Zielgruppen richtet sich der Businessroman?

An selbstständige Frauen, EPUs, Coaches, Kreative, Menschen aus der Gesundheits- und Bildungsbranche, sowie kleine Unternehmen und Vereine, die spüren, dass ihr Marketing nicht mehr zu ihrem inneren Auftrag passt – und die stattdessen wieder sinnstiftend wirken wollen.

## 2) Über das Buch

### a) Welche Kernbotschaft möchten Sie mit dem Buch vermitteln?

Marketing ist kein reines Kalkül. Es ist Beziehung. Und jede echte Beziehung beginnt mit uns selbst. Wer sein "Ich bin" kennt und lebt, wirkt mühelos. Nicht durch Strategien, sondern durch Wahrhaftigkeit. Denn die kann jeder von uns fühlen.

### b) Was kann man sich unter emotionalem Marketing vorstellen?

Emotionales Marketing ist das, was entsteht, wenn Menschen sich gesehen und verstanden fühlen. Dazu braucht es nicht viel, man muss nur hinhören, zuhören, um Bedürfnisse zu erkennen. Und dann aus seiner Expertise heraus einen guten Weg aufzeigen, mit dem Kunden diese erfüllen können.

### c) Gibt es ein Beispiel aus dem Buch, das die Wirkung emotionaler Kommunikation besonders gut veranschaulicht?

Ja, dort, wo ich die Kommunikation schildere, wie man früher seinen Kunden gedient hat. Man ließ sich aus deren Leben erzählen, merkte sich die wichtigsten Teile und sprach den Kunden beim nächsten Einkauf darauf an. Ganz nebenbei verkaufte man dann Produkte, die der Kunde sowieso brauchte.

**d) Wie unterscheidet sich klassisches Marketing von emotionalem Marketing?**

Klassisches Marketing fragt: "Wie bekomme ich mehr Neukunden?"

Emotionales Marketing fragt: "Wie kann ich Kunden so zufriedenstellen, dass sie immer wieder kommen?"

Es geht nicht um Druck, sondern um Vertrauen. Nicht um Reichweite, sondern um Beziehung.

Nicht um das einmalige Erlebnis, sondern um eine dauerhafte Verbindung.

**e) Welche Kapitel sind für EPU, KMUs und Vereine besonders relevant?**

Alle Kapitel, die sich mit Positionierung, Wunschkund:innen, Netzwerken, Storytelling und Reduktion beschäftigen. Besonders wertvoll sind auch die Impulse zur authentischen Kommunikation und zum Aufbau von Vertrauen und das Thema Mitarbeiter, gerade für kleinere Organisationen mit begrenzten Ressourcen.

### 3) Emotionales Marketing in der Praxis

**a) Welche Tipps haben Sie, emotionales Marketing in den Alltag zu integrieren?**

Weniger tun. Mehr hören und spüren. Stellen Sie sich vor jedem Posting, jeder E-Mail, jedem Angebot die Frage: "Wie kann ich dem Anderen dadurch Freude ins Leben bringen?" Wenn Sie ehrlich antworten, wird Ihre Kommunikation automatisch emotionaler, klarer und schafft dadurch Beziehung.

**b) Welche Rolle spielen Storytelling und persönliche Geschichten?**

Eine zentrale Rolle. Geschichten sind die natürlichste Form, in der Menschen Verbindung und Bedeutung erfahren. Sie machen Marken menschlich. Unsere Geschichte ist nicht nebensächlich – sie ist das, was ausmacht, dass Menschen sich an uns erinnern.

**c) Welche Fehler begehen EPU, KMUs und Vereine beim emotionalen Marketing?**

Viele versuchen, sich über herkömmliche Zielgruppenprofile oder Canva-Vorlagen sichtbar zu machen, ohne viel Einzigartigkeit von sich selbst zu zeigen. Oder sie sprechen in leeren Marketingfloskeln, anstatt aus dem Herzen zu kommunizieren. Das Ergebnis: viel Tun, wenig Wirkung. Emotionales Marketing braucht Mut zur Individualität.

### 4) Ausblick und persönliche Vision

**a) Welche Trends im emotionalen Marketing sind besonders wichtig?**

Rückbesinnung auf die Einzigartigkeit eines jeden von uns. Authentizität vor Algorithmen. Die eigene Sprache, anstatt Künstliche Intelligenz (KI) sprechen zu lassen. Menschen sehnen sich nach Wahrhaftigkeit, Menschlichkeit und Freundschaft – auch im digitalen Raum. Nur Marken, die nahbar und klar sind, werden aus der Masse der KI-gesteuerten Posts und Kommentare herausstechen und dauerhaft Aufmerksamkeit gewinnen.

**b) Was wünschen Sie Ihren Leser:innen, dass sie nach dem Buch anders machen?**

Ich wünsche mir, dass sie aufhören, „den“ Marketingtrends nachzueilen. Dass sie wieder spüren, dass sie genügen, wie sie sind. Und dass sie ihr Marketing auf ihre Persönlichkeit und



die ihres Wunschkunden abstimmen. Damit es nicht mehr Energie raubt, sondern Freude schenkt.

**c) Welche Botschaft möchten Sie den EPUs, KMUs und Vereinen mitgeben?**

Ihr größter Schatz ist nicht eure Leistung. Es sind eure Geschichten, eure Haltung, eure Verbindung zum Leben. Wenn ihr die Menschen hinter eurem Marketing zeigt, echte Menschen mit echten Gefühlen, dann werdet ihr wirken.

**Buchdetails:**

**Titel:** Ich bin. Du bist. Wir wirken

Beziehung als Kern emotionalen Marketings

**Autorin:** Eva Laspas

Verlag Eva Laspas

**Genre:** Businessroman/Marketing

**Umfang:** 160 Seiten

ISBN Softcover: 978-3-9519979-5-7

ISBN eBook – Amazon Kindle: 978-3-9519979-6

**Erscheinungsdatum:** 11.02.2026

**Druck:** Amazon publishing

**Mehr Infos:** <https://www.laspas.at/ich-bin-du-bist-wir-wirken-beziehung-als-kern-emotionalen-marketings-buch/>

**Presse-Kontakt:**

Eva Friederike Laspas | Markt 5/4/1, 2770 Gutenstein

Mobil: +43 676 3388956 | E-Mail: [eva@laspas.at](mailto:eva@laspas.at) | Web: [www.laspas.at](http://www.laspas.at)