

PRESSEMAPPE zur Buchpräsentation

Neuerscheinung des Businessromans
Ich bin. Du bist. Wir wirken
Beziehung als Kern emotionalen Marketings
Autorin Eva Laspas



Bildrechte: Emily Laspas



Diese Pressemappe steht Ihnen zur freien Verfügung. Bei Fragen, Interviewanfragen oder Bildwünschen wenden Sie sich bitte direkt an Eva Laspas.

Stand: 26. Jänner 2026

Inhalt

Pressemitteilung „Neuerscheinung Businessroman“

Waschzettel zum Buch

Interview mit Autorin Eva Laspas

Kurzprofil Autorin Eva Laspas

Eva Laspas – eine Verlegerin, Menschenfreundin, Initiatorin und Autorin.
Es ist mir eine große Freude mit Eva zu arbeiten. Immer ein Lächeln auf den Lippen, ein herzhaftes Lachen, ein wohlwollendes Nicken, viel Freundlichkeit und Resonanz bei hoher Professionalität und Expertise.
Unaufgeregtes Fachwissen trifft hier auf reine Menschenliebe; so empfinde ich das.
DANKE, für Alles! Deine Arbeit, Deine Art, Dein SEIN!
Christine Carus



ASÖ-Medienservice

P R E S S E M I T T E I L U N G

Neuerscheinung des Businessromans *Ich bin. Du bist. Wir wirken*

Beziehung als Kern emotionalen Marketings von Autorin Eva Laspas

- **Emotionen als Erfolgsfaktor im Business – ein neues Marketingverständnis**
- **Zielgruppen: EPU, KMUs, Vereine**

Gutenstein (Bezirk Wiener Neustadt), am 26. Jänner 2026

Mit dem neu erschienenen Businessroman **Ich bin. Du bist. Wir wirken** kommt im Bereich des Marketings ein außergewöhnliches Buch auf den Markt. Es verbindet unternehmerisches Denken mit der Kraft von Emotionen. Das Werk zeigt in 16 praktischen Schritten, was mit emotionalem Marketing alles möglich ist. Es bewegt Menschen, stärkt Marken, bindet Kunden, baut Beziehungen auf und trägt zu nachhaltigem Unternehmenserfolg bei.

Beziehung als Kern emotionalen Marketings

Menschen suchen nach Verbindung mit anderen Menschen im Business. Das ist der Ausgangspunkt dieses Buches, das mit klaren Impulsen in ein neues Marketingverständnis leitet.

„Mit dem Businessroman verbinde ich gelebte Unternehmerinnen-Erfahrung und erfolgreiches emotionales Marketing. Ich will damit jene Menschen ansprechen, die in ihrer beruflichen Tätigkeit weniger vermarkten, jedoch mehr verbinden möchten.“

Eva Laspas (Autorin).

Moderne Marktführung braucht Emotionen

Der Businessroman richtet sich an Unternehmer:innen, Marketingverantwortliche, EPU, KMUs, Vereine sowie alle, die sich für emotionales Marketing interessieren und das Werkzeug dafür sich aneignen wollen.

„Es braucht mehr als nur ein „0815“ Business. Hier setzt mein Businessroman an, der vermittelt, wie die eigene Individualität verstärkt im Business heutzutage zum Ausdruck gebracht wird“, so Eva Laspas.



- Kommunikation ▪
- Beratung ▪
- Weiterbildung ▪

Buchdetails:

Titel: Ich bin. Du bist. Wir wirken

Beziehung als Kern emotionalen Marketings

Autorin: Eva Laspas

Genre: Businessroman/Marketing

Umfang: 160 Seiten

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

ISBN eBook: 978-3-9519979-6

Erscheinungsdatum: 11.02.2026

Veröffentlicht Amazon publishing

Verlag Eva Laspas

Ab 11. Februar 2026 ist der **Businessroman Ich bin. Du bist. Wir wirken** in Buchform und e-Book Version bei Eva Laspas und Amazon erhältlich.

Pressebild:

Bild 1: Porträt Eva Laspas, Autorin und Expertin emotionaler Marketingkommunikation

Bildrecht: Emily Laspas, Abdruck honorarfrei

Presse-Kontakt:

Eva Friederike Laspas

Markt 5/4/1, 2770 Gutenstein

Mobil: +43 676 3388956

E-Mail: eva@laspas.at

Web: www.laspas.at

PR-Begleitung:

Monika Ratzenböck

Agentur Strategische Öffentlichkeitsarbeit

Ebengasse 70, 4040 Lichtenberg

Mobil: +43 676 60 44 123

E-Mail: office@monika-ratzenboeck.at

Web: www.monika-ratzenboeck.at

Buchpräsentation

Ich bin. Du bist. Wir wirken.

Beziehung als Kern

emotionalen Marketings

Businessroman in 16 praktischen Schritten

Auf einen Blick:

Taschenbuch: € 21,90

e-Book: € 15,90

160 Seiten

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

ISBN eBook: 978-3-9519979-6

Erscheinungsdatum: 11.02.2026

Veröffentlicht Amazon publishing

Verlag Eva Laspas



Mehr Infos:
<https://www.laspas.at/buch-emotionales-marketing>



Kurzbeschreibung:

„**Ich bin. Du bist. Wir wirken**“, ist ein Businessroman, der aufzeigt, was für unternehmerischen Erfolg heutzutage wirklich wirksam und ausschlaggebend ist: Beziehung, Vertrauen und Menschlichkeit. Eva Laspas erzählt ihr unternehmerisches Wirken in Form einer Heldenreise. Die Autorin zeigt in 16 praxisnahen Schritten auf, wie emotionales Marketing im eigenen Unternehmen effizient zum Einsatz kommt. „Mit dem Businessroman verbinde ich gelebte Unternehmerinnen-Erfahrung und erfolgreiches emotionales Marketing. Ich will damit jene Menschen ansprechen, die in ihrer beruflichen Tätigkeit weniger vermarkten, jedoch mehr verbinden wollen.“ Eva Laspas.

Zielgruppen:

EPUs, KMUs, Vereine und Gesellschaften, die heutzutage im „Marketing-Dschungel“ sich teilweise verloren fühlen und merken, dass es mehr braucht als nur ein „0815 Business“. Hier setzt der Businessroman an, der vermittelt, wie die eigene Individualität verstärkt im Business heutzutage zum Ausdruck gebracht wird.

Klappentext:

Was macht Marketing heute wirksam? In einer Zeit, in der Informationen durch die Künstliche Intelligenz (KI) im Überfluss vorhanden sind, reicht es längst nicht mehr aus, ständig präsent zu sein und nur sein Produkt verkaufen zu wollen.

Pressekontakt und Rezensionsexemplar:

Monika Ratzenböck, Agentur Strategische Öffentlichkeitsarbeit, Mobil: +43 676 60 44 123

E-Mail: office@monika-ratzenboeck.at, Web: www.monika-ratzenboeck.at

Das erwartet die Leser:innen

Menschen suchen nach Verbindung mit anderen Menschen im Business. Das ist der Ausgangspunkt dieses Buches. Denn Marken entstehen nicht am Schreibtisch, sondern aus erlebter Wirklichkeit.

Eva Laspas gibt in ihrem Businessroman Anleitung, wie Beziehungspflege im Marketing erfolgreich geht. Als Businesscoach mit langjähriger Erfahrung, kennt sie die Wege wie zwischenmenschliche Beziehungen sich aufbauen und deren positive Wirkung bzw. Strahlkraft.

Das Buch "Ich bin. Du bist. Wir wirken" ist Reflexion und Werkzeug zugleich. Es begleitet mit klaren Impulsen in ein neues Marketingverständnis und leitet dabei Schritt für Schritt durch die zentralen Elemente des emotionalen Marketings:

- Deine persönliche Geschichte das Herzstück deiner Positionierung – nutze sie, um aus der Masse hervorstechen.
- Deine Stärken und Werte sind einzigartig und sollten das Fundament für dein Business sein – lerne sie kennen und mache sie sichtbar.
- Entwickle deine individuelle Kommunikation, mit der du Kunden anziehst, die viele Jahre mit dir gemeinsam den Weg gehen.
- Setze auf die Kraft von Intuition, Vertrauen und Resonanz für dein Business!
- Nutze passende Netzwerke als Räume von Beziehungen.
- Sobald du innere Klarheit findest, entsteht Außen Leichtigkeit.

Kurzvita Eva Laspas - Autorin und Herausgeberin:

Eva Laspas ist Buchmentorin, Autorin und Expertin für Business-Storytelling u.a. auch in der Gesundheitsbranche.

Sie begleitet Frauen dabei, ihre einzigartige Geschichte und ihr Fachwissen in authentische Bücher und ganzheitliche Positionierungen zu verwandeln. Ihr Ansatz: fundiertes Businesswissen, klare Strukturen und ein Blick für die Seele hinter dem Business.

E-Mail: eva@laspas.at

Website: <https://www.laspas.at>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/eva-laspas-text-konzepte/>

YouTube: <https://www.youtube.com/@EvaLaspas.businessroman>

Veröffentlichungen: 35 Bücher verfasst, darunter Romane, Businessromane, Businessratgeber, Lifestyle-Ratgeber, 5 Elemente Ernährung, Gemeinschaftsbücher sowie Bücher und Romane für Kundinnen
siehe <https://www.laspas.at/verlag-laspas-ganzheitliche-ratgeber-und-romane/>



Bildrechte: Emily Laspas

Ich freue mich, wenn Sie mir Rückmeldung geben oder mit mir in Kontakt treten.

Eva Laspas

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 | Web: www.laspas.at

Kurzprofil Eva Laspas

Marketingexpertin, Autorin, Buchmentorin

- Sales Managerin, Schwerpunkt wertorientiertem Verkauf
- Über 24 Jahre Erfahrung in der Marketingberatung für UnternehmerInnen
- Buchmentorin und Geschichtenentwicklerin mit Begleitung von bisher 143 Autorinnen
- Herausgeberin und Autorin von über 30 Büchern – darunter Ratgeber, Romane und Businessromane
- Schöpferin des Formats Businessroman – emotionales Marketing für Unternehmen
- Autorin von praxisnahen Marketingbüchern:
 - „Dein Wunschkunde und sein Traum“ (2017),
 - „Anleitung Selbstständigkeit“ (2018),
 - „Werbetexte schreiben lernen“ (2. Auflage 2019)
 - „Ich bin. Du bist. Wir wirken. Emotionales Marketing (Neu: 11.02.2026)
- Anwenderin von strategischem Marketing mit ganzheitlichem Zugang
- Positionierungsberaterin und Entwicklerin der Positionierungsmatrix
- SEO-Expertin seit 2001 mit Aufbau eines der ersten deutschsprachigen Online-Magazine
- Herausgeberin des Festival der Sinne-OnlineMagazins seit über 20 Jahren
- Jahrelange Berufsausübung als TCM-Lebens- und Ernährungsberaterin; konzessionierte Drogistin
- Entwicklerin und Veranstalterin der aktiven Gesundheitsmesse Festival der Sinne mit begleitendem Printjournal (13 Jahre)
- Pionierin im Content-Marketing & Storytelling für die Gesundheitsbranche
- Mitglied in Fachnetzwerken für AutorInnen und Frauen im Business

... mit Klarheit, Effizienz und Liebe



©Bildrechte Emily Laspas

Eva Friederike Laspas – Text- und Buchwerke
Markt 5/4/1 – 2770 Gutenstein – eva@laspas.at
www.laspas.at



Eva Laspas Statement zur Neuerscheinung ihres Businessromans „Ich bin. Du bist. Wir wirken. Beziehung als Kern emotionalen Marketings“:

„Mit dem Businessroman ‚Ich bin. Du bist. Wir wirken.‘ verbinde ich gelebte Unternehmerinnen-Erfahrung und erfolgreiches emotionales Marketing.

Ich will damit jene Menschen ansprechen, die in ihrer beruflichen Tätigkeit weniger vermarkten, jedoch mehr verbinden möchten.“

Eva Laspas (Autorin)