



Sichtbarkeits-Boost Presse:

In **14 Tagen** zu deinem
ersten Experten-Artikel
- online oder print

Wie du ohne PR Agentur, ohne Werbebudget,
mit nur 2h Arbeitsaufwand pro Woche in die Zeitung
kommst, ohne Journalisten zu nerven.

Du willst in die Medien – aber weißt nicht, wo du anfangen sollst?

Vielleicht hast du dich das schon gefragt:

- Was schreibe ich überhaupt einem Journalisten?
- Warum bekomme ich keine Antwort?
- Ist meine Geschichte überhaupt interessant genug?

Damit bist du nicht allein.

Die meisten Selbstständigen und Unternehmer scheitern nicht daran, dass sie nichts zu sagen haben – sondern daran, dass sie nicht wissen, wie sie es richtig formulieren.

Journalisten bekommen täglich unzählige Anfragen.
Die meisten werden ignoriert.

- ✗ Nicht, weil die Menschen dahinter uninteressant sind.
- ✓ Sondern, weil die Anfrage nicht das trifft, was wirklich gebraucht wird.

Und genau das ändern wir jetzt.

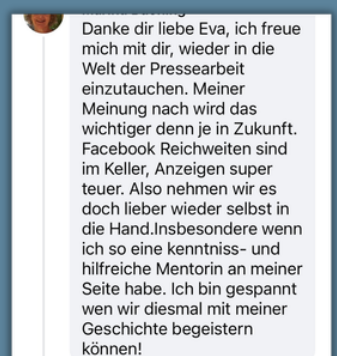
In diesem Guide zeige ich dir 5 klare Schritte, mit denen du verstehst, wie Journalisten denken und was du konkret tun musst, um in die Medien zu kommen.

Und noch ein Punkt, der heute immer wichtiger wird:

Wenn du in den Medien vorkommst, wirst du nicht nur für Menschen sichtbar – sondern auch für Suchmaschinen und KI-Systeme (wie ChatGPT, Claude und Co).

Das bedeutet:

Du wirst langfristig besser gefunden – auch dann, wenn aktiv nach Experten gesucht wird.



Hallo, ich bin Eva.

Seit über **20 Jahren** arbeite ich im Bereich Kommunikation und Pressearbeit – zuerst in einem börsennotierten Unternehmen und später in einer internationalen Non-Profit-Organisation.

Dort habe ich gelernt, wie Medien wirklich funktionieren (und warum eine Pressemitteilung nicht immer das Gelbe vom Ei ist) – und vor allem, wie man auch mit wenig Budget in die Presse kommt.

Heute gebe ich dieses Wissen weiter.

Ich habe bereits mit mehreren hundert Frauen gearbeitet – Selbstständige, Unternehmerinnen und Expertinnen.
Viele von ihnen sind heute in Magazinen, Podcasts und Online-Medien sichtbar.



**Und sie alle standen am Anfang
vor derselben Frage:**

**Wie komme ich in die Medien –
und was muss ich konkret dafür
tun?**

Was sie alle gemeinsam haben?

Sie haben verstanden, wie Journalisten
entscheiden – und wie sie ihre Themen so
kommunizieren, dass sie gehört werden.

Genau dieses Wissen bekommst du jetzt.

Eva Primavesi

Pressearbeit ist eine Win-Win Situation für alle!

PR ist keine Einbahnstraße – sie funktioniert in beide Richtungen.

Du bist kein Bittsteller bei Journalisten.

Du hast etwas zu geben.

Denn Journalisten sind ständig auf der Suche nach spannenden Geschichten, neuen Perspektiven und Expertinnen, die etwas zu sagen haben.

Und genau hier kommst du ins Spiel.

Wenn du verstehst, wie Journalisten arbeiten, was sie wirklich brauchen und wie du dich richtig einbringst, hast du bereits einen entscheidenden Vorteil.

Genau dafür habe ich dieses E-Book geschrieben.

Es zeigt dir Schritt für Schritt, wie du als Selbstständige in die Medien kommst – auch ohne Kontakte oder PR-Erfahrung.

Mein Ziel ist klar:
Dich in den Medien zu sehen.

Und dass Journalisten sich freuen, wieder von dir zu hören.

Du brauchst dafür weder viel Zeit noch ein großes Budget.

Aber: Umsetzen musst du es selbst.

Plane dir am besten für jeden Schritt etwa 30 Minuten ein – und starte direkt.

Und jetzt geht's los:



1 SCHRITT

Finde deine Story

Die meisten Unternehmer machen denselben Fehler:
Sie schreiben Journalisten über ihr Produkt, ihr Angebot oder ihr Unternehmen
(meist mit einer Pressemitteilung)

Und genau das interessiert kaum jemanden, wenn du noch unbekannt bist.

Was Medien wirklich wollen, sind Geschichten:

über Menschen, über deine Erfahrungen, deine Meinungen.

Mich selbst fragen Journalisten immer wieder: „Kennst du jemanden, der...?“
oder „Hast du a G'schicht für mich?“

Und genau hier liegt die große Chance:

Während viele versuchen, in die Medien zu kommen, suchen Journalisten
gleichzeitig händeringend nach passenden Expert:innen und echten
Geschichten.

Du musst also nicht „besser“ sein. Du musst nur anders erzählen.

Was bedeutet das konkret für dich?

Gehe mit deiner persönlichen Geschichte nach außen.

- Was hast du erlebt?
- Was treibt dich an?
- Was regt dich in deiner Branche auf?
- Welche Probleme löst du für deine Kunden?

Genau das ist interessant. (und nicht dein Produkt und nicht dein Angebot.)

Wichtig: Du als Person stehst im Vordergrund.

Dein Business darf (und soll) Teil der Geschichte sein. Es ist aber nicht der
Ausgangspunkt! Erst wenn du interviewt wirst, kannst du dein Angebot gezielt
einbringen.

2 SCHRITT

Finde die für dich richtigen Medien

Viele wollen unbedingt in ein großes, bekanntes Magazin.

Aber die entscheidende Frage ist:

Sind dort überhaupt deine Kunden?

Denn Sichtbarkeit bringt dir nur dann Kundenanfragen, wenn du von den richtigen Menschen gesehen wirst.

Was du stattdessen tun solltest:

Denk nicht zuerst an Medien. Denk an deine Zielgruppe.

- Wer sind deine Kunden genau?
- Was lieben sie? Was fehlt ihnen?
- Welche Probleme wollen sie lösen?
- Was beschäftigt sie gerade wirklich?

Frage dich auch: Wo informieren sich diese Menschen?

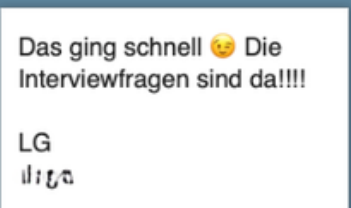
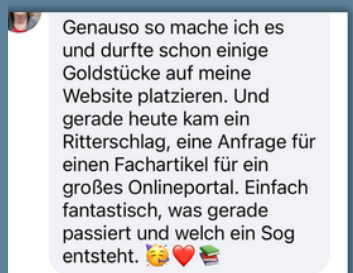
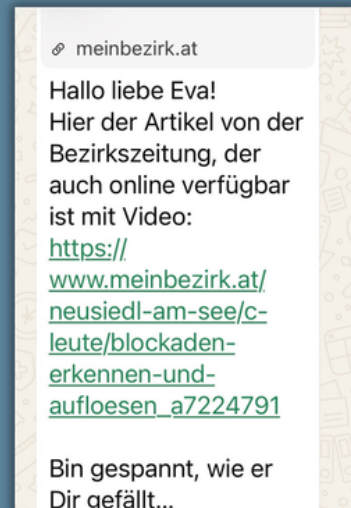
- Welche Magazine lesen sie?
- Welche Online-Portale nutzen sie?
- Welche Podcasts hören sie?

Der größte Fehler, den du machen kannst

Du versuchst, in Medien zu kommen, die gut für dein Ego sind – aber nichts bringen. Denn: Du brauchst die richtige Reichweite. Die richtigen Medien sind die, wo du von deinen Kunden wahrgenommen wirst!

Und noch ein wichtiger Aspekt:

Wenn du in den richtigen Medien sichtbar bist, wirst du online besser gefunden: nicht nur über Google, sondern zunehmend auch über KI-Systeme (wie ChatGPT, Claude und Co).



3 SCHRITT

Recherche:

Verstehe das Medium, bevor du schreibst

Bevor du überhaupt eine Anfrage schreibst, musst du etwas wichtiges tun:

Setz dich mit dem Medium auseinander.

Die meisten überspringen genau diesen Schritt!

Der häufigste Fehler:

E-Mails wie: „Bitte drucken Sie diese Pressemitteilung ab“ werden sofort gelöscht. Nicht, weil dein Thema schlecht ist, sondern weil du zeigst: Du hast dich nicht mit dem Medium beschäftigt.

Was besser funktioniert

Wenn ein Journalist merkt, dass du genau weißt, über welche Themengebiete er schreibt und welche nicht – dann hast du einen riesigen Vorteil.

Denn: er merkt: du schreibst kein Massenmail, sondern eine gezielte Anfrage, an ihn persönlich!

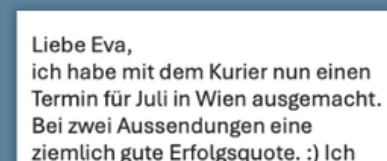
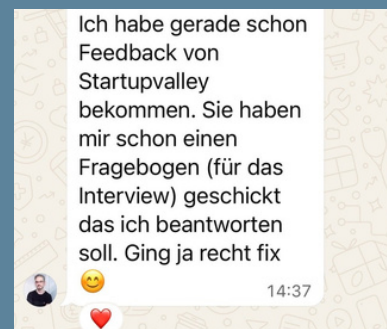
So gehst du konkret vor:

Schau dir das Medium genau an:

- Welche Themen werden behandelt?
- Wie sind die Überschriften formuliert?
- Welche Perspektiven werden gezeigt?
- In welchem Ressort würde dein Thema erscheinen? Gesundheit? Wirtschaft? Lifestyle?

Schaue auch:

Wo kommen in diesem Medium regelmäßig Expertinnen vor?
Und: Wie kannst du mit deiner Expertise einen Mehrwert bieten beitragen, den die Leser wirklich interessant ist?
Nutze all das später in deiner Anfrage.



4 SCHRITT

Finde deinen Ansprechpartner

Du hast jetzt dein Thema – und weißt, in welchem Medium es passen könnte.

Jetzt kommt der entscheidende Punkt:

An wen schreibst du überhaupt?

Der häufigste Grund für keine Antwort:

Journalisten bekommen täglich unzählige E-Mails. Die meisten werden ungelesen gelöscht.

Warum?

Weil sie beim falschen Ansprechpartner landen.

Wenn dein Thema nicht in den Zuständigkeitsbereich des Redakteurs fällt, ist deine Anfrage sofort raus – egal wie gut sie ist.

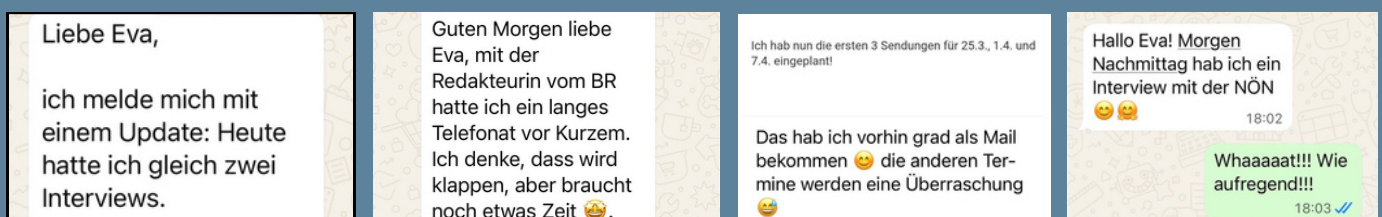
Wenn du dem richtigen Journalisten das richtige Thema anbietest, steigen deine Chancen enorm, dass du eine Antwort bekommst.

Denn genau solche passgenauen Anfragen sind selten.

So findest du den richtigen Kontakt:

Schau dir Artikel über ähnliche Themen im Medium an:

- Wer hat ihn geschrieben? Der Name des Journalisten steht neben dem Text.
- Schau ins Impressum: dort stehen auch die Namen der Redakteure.
- Schau auf die Webseite des Mediums: beim Artikel oder im Impressum findest du oft die Namen der Redakteure.



5 SCHRITT

Schreibe ein kurzes, klares Email.

Journalisten haben wenig Zeit.

Sie lesen täglich unzählige E-Mails,

arbeiten unter Zeitdruck und suchen ständig nach guten Geschichten.

- ✓ Deine Aufgabe ist es nicht, zu beeindrucken.
- ✓ Deine Aufgabe ist es, so schnell wie möglich auf den Punkt zu kommen.

Vermeide genau das:

Viele schicken lange Texte oder klassische Pressemitteilungen.
Das wird selten gelesen.

Mache stattdessen:

Halte deine Anfrage kurz, klar und konkret. Lass die Einleitung weg („Bald ist wieder Weihnachten...“). Komm direkt zum Punkt:

- Worum geht es in deinem Thema?
- Warum ist es gerade jetzt relevant?
- Was ist deine Perspektive oder Meinung dazu?

Denk in Geschichten – nicht in Angeboten.

So sollte deine Anfrage wirken:

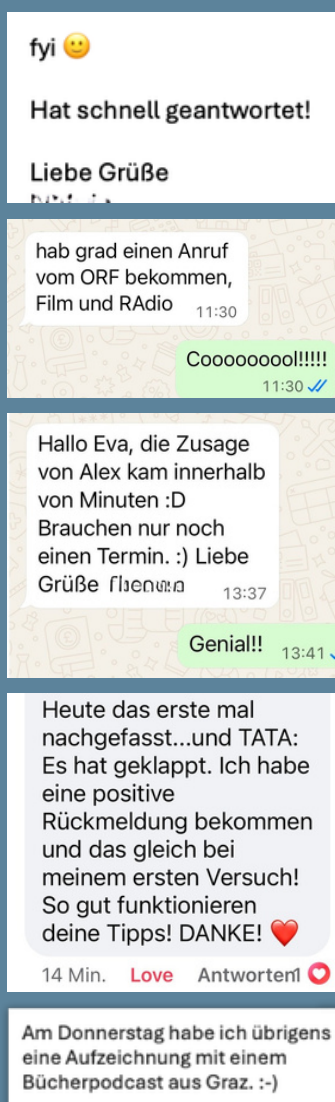
Für den Journalisten muss sofort klar sein: „Ah, das ist interessant – darüber könnte ich schreiben.“

- Vermeide lange Erklärungen.
- Kein werblicher Marketing-Sprech.
- Formuliere einen klaren, spannenden Ansatz.

Wichtig zum Schluss:

Vergiss nicht deine Kontaktdaten – z.B. in der Email-Signatur – mitzuschicken.

Wenn dein Thema passt, möchte der Journalist dich schnell erreichen können.





BONUS

Eine echte E-Mail Anfrage, die zu einem Medien-Ergebnis geführt hat !!!

Damit du siehst, wie das in der Praxis aussieht, hier ein Beispiel aus meiner Arbeit:

Ausgangssituation:

Meine Kundin Alex wollte in die Medien, hatte sich aber bisher nie getraut der Presse ein konkretes Themen-Angebot zu schicken.

Wir haben ihren Zugang verändert – weg von „Ich stelle mich vor“ hin zu einer klaren, relevanten Geschichte.

Liebe Frau [Name]!

Gerne möchte ich Ihnen ein tolles Thema für Ihr Magazin [NAME] vorschlagen:

Lust aufs Leben ist genau das, was die Frauen, die ich begleite, verspüren. Umsetzen können sie es allerdings noch nicht. Aufgrund von emotionalen Blockaden aus ihrer Kindheit sind sie im Funktionsmodus und fernab eines erfüllten, genussvollen Lebens. Ich kenne das von mir selbst und bin diesen Weg selbst gegangen.

Hier **mögliche Themen**, die für Ihre Leserinnen interessant sein könnten:

1. Endlich **gesunde Beziehungen** führen. Warum Frauen mit emotionalen Blockaden keine echte Nähe zulassen können und oft in toxische Beziehungen geraten. Warum das so ist, wie sie toxische Beziehungen erkennen und ihr Beziehungsmuster ändern können.
2. Woran erkenne ich, ob ich **emotionale Blockaden** habe und wie ich diese lösen? Ursachen, Erkennungsmerkmale, Stufen des Abbaus.
3. Wie Frauen es schaffen können, ihre **emotionalen Altlasten nicht mehr auf ihre Kinder zu übertragen**.

Mein im Oktober erschienenes Buch „**Liebe herznah – Gefühlsblockaden lösen, echte Nähe zulassen, endlich leben, statt zu funktionieren.**“ klettert derzeit die Buchranglisten nach oben – zumindest von Amazon. Die Kritiken dazu sind überwältigend.

Mehr zu meinem Buch und meinen Lebenslauf habe ich ihnen der E-Mail beigefügt. Fotos in druckfähiger Qualität kann ich Ihnen auch zur Verfügung stellen.

Ich würde mich freuen, wenn das Thema für Ihr Magazin oder Podcast interessant ist.

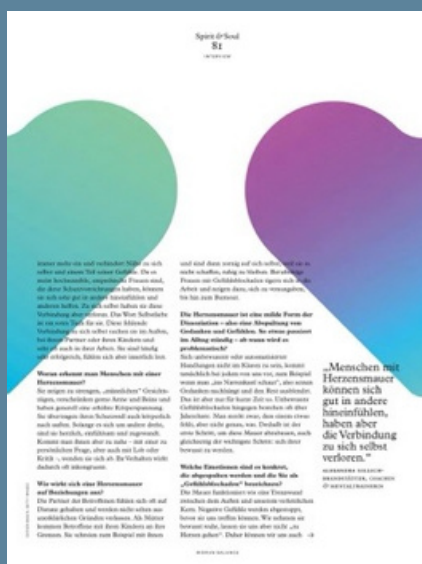
Mit lieben Grüßen,



BONUS

Das ist das Ergebnis!

- ✓ Die Journalistin hat ihr zeitnah geantwortet
- ✓ Daraus entstand ein Interview
- ✓ und eine Veröffentlichung: 3 ganze Seiten!!



Du siehst:

Es geht nicht darum, irgendetwas zu schreiben – sondern darum, den richtigen Ansatz zu treffen.

Oft entscheidet ein einziger Satz darüber,

ob ein Journalist dir antwortet – oder deine Anfrage ignoriert.



KI PROMPTS

die deine PR erleichtern

8 Prompts für ChatGTP, Claude und Co erleichtern dir deine Pressearbeit! Du bist so um einiges schneller!

Die Prompts helfen dir, mehr Aufhänger und Themenideen für deine Pressearbeit zu finden (die Ideen kannst du natürlich auch für deinen Blog oder Social Media Posts verwenden!).

- Du bekommst kreative Ideen für deine Themen
- Du erhältst die besten Aufhänger für deine Themen
- Du nutzt aktuelle Studien, die Wichtigkeit deines Themas zusätzlich bestätigen
- Du kannst dir deine PR für Monate im Voraus planen lassen

Achtung!



Die KI ist (noch) nicht so zuverlässig, wie wir uns das oft wünschen. Du solltest daher Jubiläen, Jahreszahlen und Daten unbedingt noch einmal über eine ‚normale‘ Google-Suche gegenchecken!



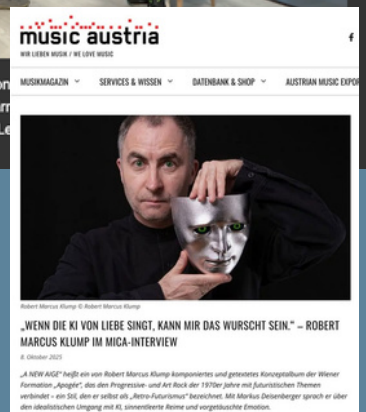
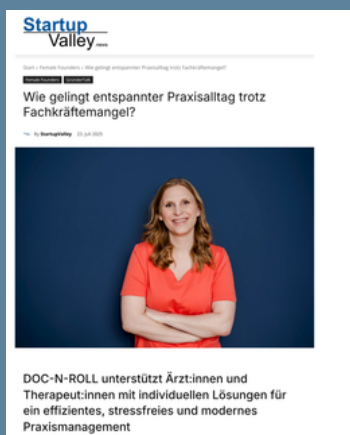
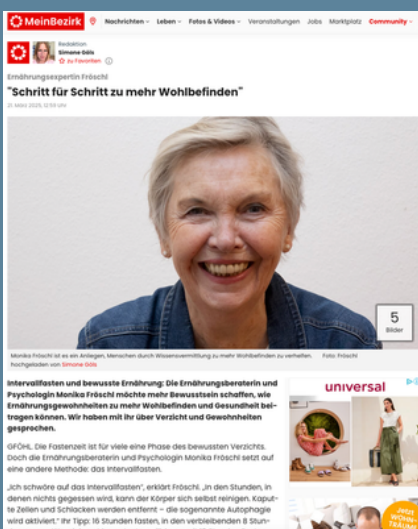
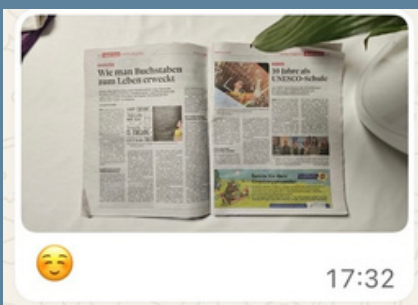
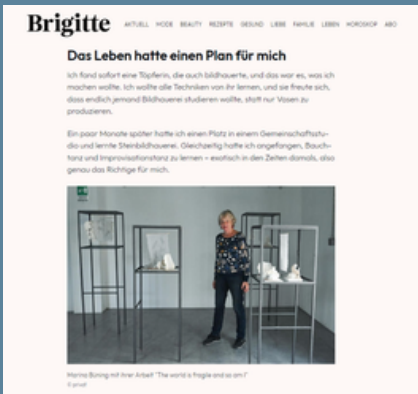
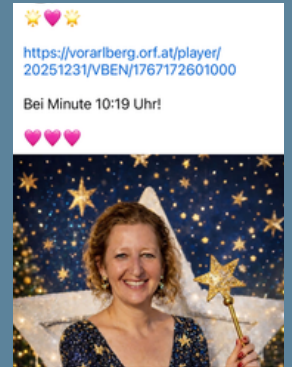
Klicke hier um die Prompts herunterzuladen





Kundenerfolge

Das kannst du auch erreichen!



Du willst jetzt wirklich in die Medien kommen?

Du hast jetzt die 5 Schritte kennengelernt, mit denen du grundsätzlich in die Medien kommst.

**Der entscheidende Unterschied ist jedoch:
Wie du sie konkret für dich umsetzt.**

Denn:

- Nicht jedes Thema funktioniert gleich gut
- Nicht jedes Medium passt zu dir
- Und oft entscheidet ein einziger Satz darüber, ob du eine Antwort bekommst oder ignoriert wirst

Genau hier setzen wir gemeinsam an.

Buche deinen kostenfreien PR-Check

In diesem Gespräch schauen wir uns konkret an:

- Bist du fit für Medien und Presse?
- Ist deine Expertise interessant genug für die Presse?
- Welche Medien interessieren sich für dich und dein Expertenthema
- Und auch gerne wie wir zusammenarbeiten können.

kostenlosen PR Check buchen

**Buche dir hier
deinen
kostenfreien
PR-Check:**

Ich vergebe pro Woche nur eine begrenzte Anzahl an Terminen.

Weitere Anleitungen, damit du in die Presse kommst!



PODCAST #1

Endlich in der Presse - Einblicke aus der Praxis und konkrete Strategien, wie du deine Expertise sichtbar machst und Anfragen bekommst.

[Gleich Reinhören!](#)



RATGEBER

Von Unsichtbar zum Pressestar – Wie du in die Medien kommst, bekannter wirst und dein Business wachsen lässt.

[Erhältlich auf Amazon](#)



Impressum

MMag. Eva Primavesi
Sobieskigasse 25/11
1090 Wien
Österreich
ATU72152216
E-Mail: info@evaprimavesi.com