

REICHWEITEN-BOOSTER 2.0: Strategisches Sichtbarkeits-Intensiv-Coaching

# Werde zur Expertin, die Medien interviewen wollen

Gastbeiträge sind eine hervorragende Möglichkeit, schnell bekannt zu werden – hier bringen wir Podcast-Marketing in einen größeren Rahmen





Was ist das Erste, was dir in den Sinn kommt, wenn du an  
*Interviews in bekannten Medien*, denkst?



Die größte Sichtbarkeitslüge: “Ich muss einfach mehr posten.”

✨ Nein. Reichweite entsteht nicht (nur) durch mehr Content.  
Sie entsteht dadurch, dass andere über dich sprechen.

✨ Sprint-Methoden wie ein Gastbeitrag - strategisch gewählt -  
können dir 10x mehr Kontakte auf einen Schlag bringen, als das  
Posten über 6 Monate!

! Uli: 140 neue Follower über ein Freebie in einem Bundle  
! Valentine: Jeden Monat 2 neue Kunden-Anfragen über 1 Podcast-  
Auftritt über Hochsensibilität  
! Corinna: Steigerung der Webseiten-Besucher um 20% über Gast-  
Artikel in FAZ, Wirtschaftswoche und Spiegel



Die zweite Lüge: Diese Medien wollen nur mit bekannten Experten sprechen. Ich muss berühmt sein. Ich bin zu klein, unbekannt, nicht interessant genug.

✨ Nein. Gerade lokale Medien sind fortlaufend auf der Suche nach neuen Gästen. (1x pro Woche 12 Monate = 56 )

Sie suchen keine Zertifikate oder Titel.

✨ Sie suchen spannende Geschichten, aktuelle Beiträge, neue Perspektiven, überraschende Erkenntnisse, konkrete Lösungen, Menschen mit Haltung, regionalen Bezug!



## **Am Ende dieser Session weißt du**

✨ Warum Podcasts einer der stärksten Reichweiten-Kanäle sind

✨ Wie du passende Podcasts findest

✨ Wie du eingeladen wirst

✨ Wie aus Podcast-Auftritten Kunden entstehen

## Jede Veröffentlichung verleiht dir Glaubwürdigkeit, die du mit Eigenwerbung kaum erreichen kannst

✦ Reichweite ist ein **Ökosystem**. Ein Podcast führt zum nächsten Podcast, Podcasts führen zu Gastartikeln. Gastartikel führen zu Vorträgen. Vorträge führen zu Interviews. Interviews führen zu neuen Kunden.

✦ **Kernfrage**: Wie werde ich für sie zur Expertin, die Podcasts unbedingt interviewen möchten?

✦ **Grundlage**: Deine Positionierung. Dein Content. Die Hooks & Stories. Packende Themen, die du bereits erarbeitet hast. In ein anderes Format gebracht.

Wofür möchtest du bekannt sein? Welches Problem löst du? Welche Meinung vertrittst du? Welche Veränderung bewirkst du? - Klingt bekannt, oder?





## Das Buffet der Reichweite - Was kann alles ein Gastbeitrag sein?

1. LinkedIn (Live bei einem anderen Experten)
2. **Gastartikel**
3. **Podcasts**
4. **Regionalzeitung**
5. **Fachmagazin**
6. **Radio**
7. **Kongresse**
8. **Wirtschaftsmagazine**
9. **Verbände**
10. **YouTube**
11. Fernsehen
12. Buch

## Podcasts sind so wertvoll, weil

- Menschen hören dir 30 - 60 Minuten zu
- Sie lernen dich kennen auf einer tieferen sensorischen Ebene
- Wenn du es gut machst - Inhalt gibst, keine Werbung - vertrauen sie dir
- weil sie dem Host vertrauen und er dich ausgesucht hat (neue Zielgruppe)
- Podcasts verkaufen nicht (unbedingt).
- Sie bauen Beziehungen auf
- ein Podcast-Interview lebt oft jahrelang weiter



Wie viele Menschen siehst du in der Stadt mit Kopfhörern im Ohr? Im Auto, beim Joggen, beim Einkaufen, am Bus.





## Die richtigen Podcasts finden

- Nicht die größten. Die passendsten.
- **Frage dich:**

Wo hört deine Zielgruppe zu?

Welche Podcasts empfehlen deine Kunden?

Welche Gäste treten dort auf?



## Beispiel: Deniz Seebacher - Organauts

- Die Zielgruppe: Führungskräfte, Unternehmer, Organisationsentwickler, Teamleiter, Transformation, Wachstum, Wandel
- Mögliche Podcasts: Leadership Podcasts, HR Podcasts, Future of Work, New Leadership, Change Management, Unternehmenskultur



### Bonus: KI-Prompt

*Du bist einer der Top 1% PR- und Podcast-Experte. Analysiere meine Zielgruppe und finde 30 deutschsprachige Podcasts, deren Hörer perfekt zu meinem Angebot passen. Erstelle anschließend für jeden Podcast einen individuellen Pitch mit drei Themenvorschlägen, die den Host und seine Community interessieren. Formuliere die Anschreiben persönlich, prägnant und mit klarem Mehrwert.*

## **25+ Kandidaten für Deniz Seebacher - Organauts**

1. Wir müssen reden! Agile Organisationsentwicklung
2. Antiintuitiv - Systemische Organisationsentwicklung
3. Leadership to go
4. On the way to New Work
5. Next Level Change
6. Leading Corporate Transformation
7. Adlerblick
8. Agil unterwegs - Berg & Macher
9. Leadership neu gedacht
10. LEITWOLF Podcast
11. Next Level Leadership
12. Leaders Talk
13. Suits & Sneakers
14. Personal- und Management-Podcast
15. Klartext HR
16. Saatkorn
17. Loving HR
18. New Work Stories
19. New Work Now
20. New Work meets Science
21. Neues Lernen
22. Leading Well
23. Freiraum für Führungskräfte
24. Transformation every day
25. Transformation Stories
26. TransformationsTheater
27. Access All Areas
28. The Secret Source of Innovation
29. Mutausbruch



## Beispiel - Anschreiben | Leadership neu gedacht

*Hallo Frau Pommerening,*

*Ihr Podcast spricht Führungskräfte, Entscheider und Menschen im Mittelstand an, die Transformation wirklich gestalten wollen. Mein Name ist Deniz Seebacher und ich vermute, ich könnte dazu eine sehr starke Folge beitragen.*

*Ich arbeite mit Führungsteams an der Schnittstelle von Wachstum, Transformation und Druck. Mein Fokus liegt darauf, sichtbar zu machen, warum Organisationen oft nicht an Strategie, Methoden oder Tools scheitern, sondern an unausgesprochenen Dynamiken, Rollenunklarheit und fehlender Abstimmung im Führungskreis.*

*Für Ihre Hörerinnen und Hörer könnte das sehr wertvoll sein, weil sie konkrete Impulse bekommen, wie Führungsteams in unsicheren Zeiten wieder klarer, wirksamer und entscheidungsfähiger werden.*

*Mögliche Themen:*

- 1. Warum Führungsteams unter Druck zum Engpass der Transformation werden*
- 2. Wie unausgesprochene Konflikte Organisationen ausbremsen*
- 3. Was Führungskreise brauchen, um Wachstum und Wandel wirklich zu tragen*

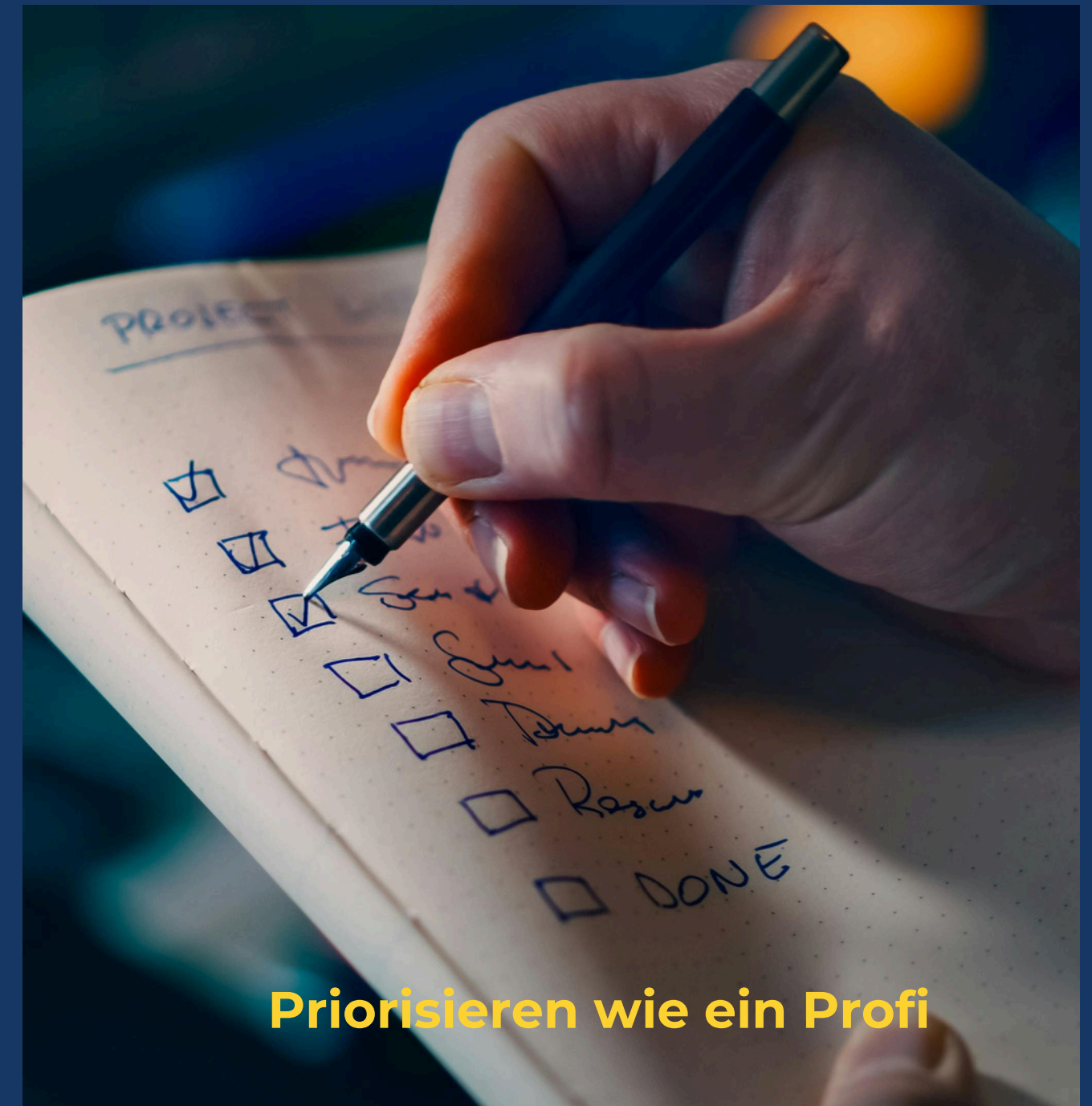
*Wenn das grundsätzlich spannend ist, sende ich gerne ein kurzes Profil und weitere Themenideen.*

*Herzliche Grüße,*

## Im DACH-Raum gib es weit über 500 relevante Podcasts!

- A - absoluter Traumpodcast, hohe Reichweite, perfekte Zielgruppe, evtl. schwieriger reinzukommen
- B - sehr passend, große Reichweite, sehr realistisch
- C - leichter Einstieg, kleinere Podcasts, schnelle Zusagen
- D - Hidden champions, kleine Reichweite, sehr hochwertige Zielgruppe, oft CEO als Hörer, hervorragende Kontakte

Fang mit den einfachen, regionalen, passenden, vielleicht übersehenen Medien an. Dort entstehen oft die ersten Referenzen. Streue weit bekannte Medien anschliessend ein.





✨ Recherche für jeden potenziellen Podcast - nicht nur Name und Link. Beispielsweise:

Wer moderiert?

Welche Haltung hat der Host?

Tonalität?

Welche Themen wiederholen sich?

Welche Gäste waren zuletzt dort?

Welche Perspektiven fehlen?

Welche Lücke könntest du füllen?

Welche Folge passt perfekt zum Bezug im Anschreiben?



*Lass dir von der KI dabei helfen!*

*Diese individuelle Ansprache und Vorbereitung erhöht die Antwortquote enorm.*



X *“Ich wäre gerne Gast.*

*! “Ich habe eure Folge mit ... gehört. Besonders spannend fand ich eure Diskussion über psychologische Sicherheit. In meiner Arbeit sehe ich allerdings einen Aspekt, der oft übersehen wird ...”*

*! “In eurer letzten Episode ging es um ... Ich erlebe immer wieder, dass nicht ... , sondern .... Darüber würde ich gerne mit euch sprechen.”*

## Spickzettel für spannende Inhalte

✨ Nutze aktuelle Themen - sie öffnen Türen.

Z.B. KI, Fachkräftemangel, Führung, Generationenwechsel, Krisen

Frage dich: Welchen hilfreichen Blickwinkel kann ich dazu beitragen?

✨ Nutze deine internationale Erfahrung und Bilder

✨ Nutze provokante Thesen oder löse Mythen auf

✨ Entwickle deine Signature-Topics, wie die Content-Säulen. Ideal 3-5 Kernthemen - schaffen Wiedererkennen

*Lass dir von der KI dabei helfen!  
Alles, was beim Content wirkt, alles, was du dort ermittelt hast,  
funktioniert auch bei den Gastbeiträgen.*



## Dein professionelles Media Kit

 Speaker-Bio (100 Wörter) - baue Marken-Metaphern ein (Meer, Wellen)

 Speaker-Bio (300 Wörter)

 professionelles Fotos

 30 Podcast-Themen

 10 provokante Thesen

 Kurzvorstellung für den Host

 FAQ, Links, Social Media

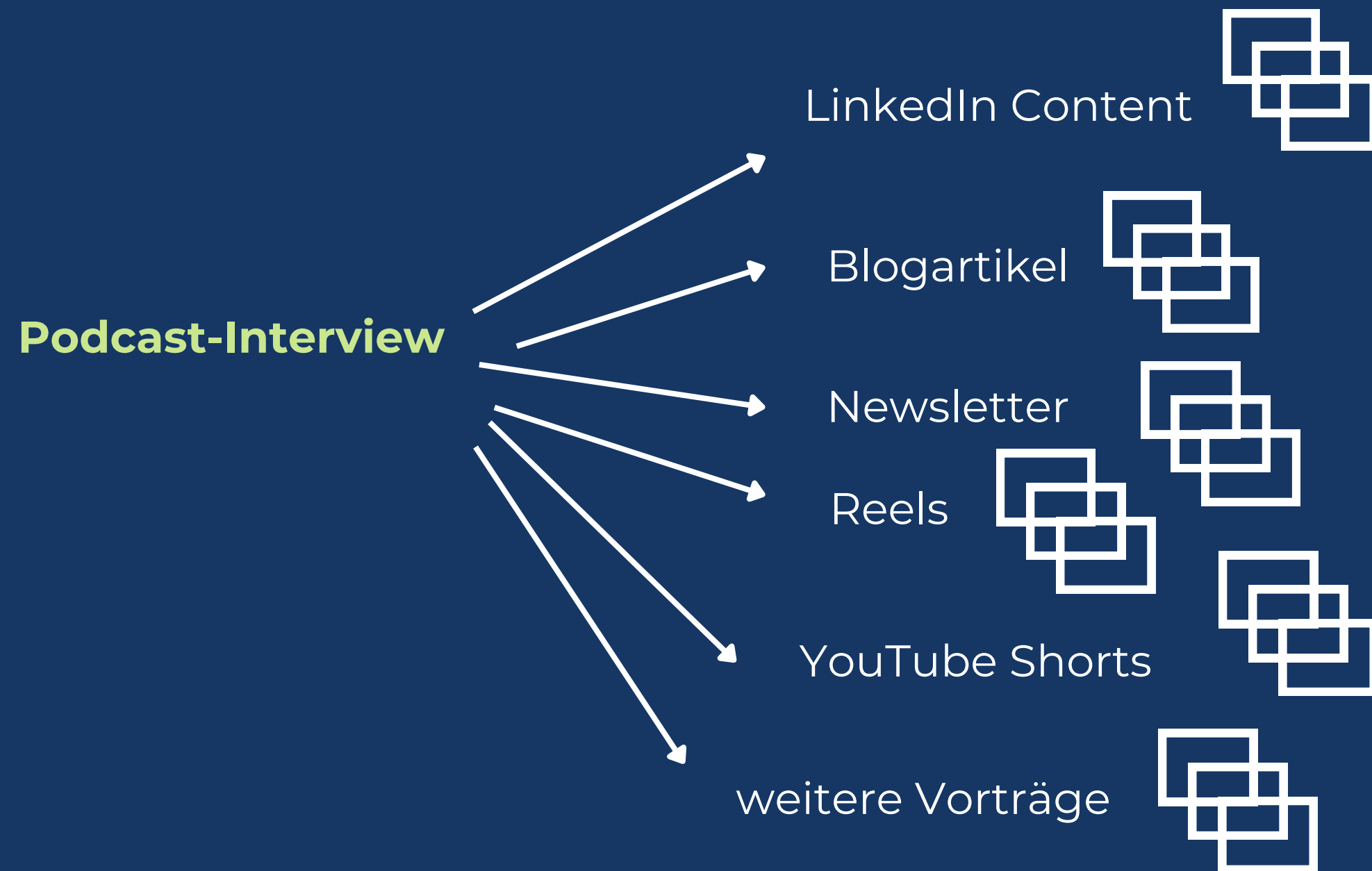
 optional: eine Buchungsseite optional mit einem Probevideo -  
für größere Live-Vorträge ein Muss

So wirkst du wie jemand, der regelmäßig interviewt wird.



50 Podcast-Auftritte - 500.000 Hörer erreichen

## Podcast-PR als Funnel: Ein Podcast wird zu 15-30 Content-Pieces



## ✨ **Erstelle ein komplettes Podcast-Playbook mit** ✨

- ☐ **50 - 100 sorgfältig recherchierten deutschsprachigen Podcasts (fang mit 25+ an)**
- ☐ Ansprechpartner und Kontaktdaten
- ☐ Priorisierung nach Erfolgchancen (A, B, C, D)
- ☐ individuelle Pitch-Mail für **jeden einzelnen Podcast**
- ☐ 5-10 Themenideen pro Podcast
- ☐ Follow-Up Sequenz
- ☐ Podcast-Media-Kit
- ☐ Interview-Leitfaden mit 100 möglichen Interviewfragen inklusive starken Antworten
- ☐ Ideen, wie aus jedem Auftritt Leads und Kunden entstehen



**Ich glaube sogar, dass das der schnellste Weg wäre, dich innerhalb der nächsten 12 Monate als führende Stimme für Führungsteams unter Druck und Transformation im DACH-Raum zu etablieren.**



Think big!

**In drei Jahren gehört Deniz zu den fünf bekanntesten  
Stimmen im deutschsprachigen Raum zum Thema  
Führungsteams unter Druck und Transformation.**



## Aufgabe der Woche: Deine Podcast-Woche





 Aufgabe der Woche: Deine Podcast-Woche

## **Easy Win - das Minimum, um im Spiel zu bleiben**

- Wähle **5 Podcasts**, bei denen du dich bewerben möchtest
- Wähle **deine Top-3 Themen-Ideen**, die dich begeistern & gut zum ausgewählten Podcast und dir passen
  - Verschicke **5 individuelle Anfragen**

*Gratuliere! Du hast einen klaren Schritt für dein nächstes Gast-Interview gemacht!*





 Aufgabe der Woche: Deine Podcast-Woche

## ✨ **Power Move: das spürbar stärkere Ergebnis**

- Lege das **Podcast-Playbook** als Dokument an
- Beginne es **mit Inhalten zu füllen**: Entweder mit 30+ Podcast-Kandidaten / Medien oder mit Themen-Ideen
- Erstelle eine **erste Version deiner Speaker-Bio** in kurz und lang

*Wohoo!*

*Du hast den wichtigen Grundstein gelegt und die Weichen dafür gestellt, strategisch an der Sichtbarkeit über Gastbeiträge dranzubleiben - ohne die Übersicht zu verlieren!*



 Aufgabe der Woche: Deine Podcast-Woche

 **Game Changer:**  
**der Bonus-Level, wenn du Vollgas geben willst**

- Notiere in dem Podcast-Playbook wofür du in 3 Jahren bekannt sein möchtest
- Entwerfe 10 provokante Thesen für die Bewerbung
  - Schreibe weitere 5 potenzielle Podcasts oder Regionalzeitungen/Radiosender an

*Wow! Das ist ein Mega-Ergebnis! Mit dieser Strategie und Ergebnissen nutzt du Gastbeiträge gezielt als starkes Sichtbarkeits- und Verkaufsinstrument!*





## 10 regionale Zeitungen und ihre Ansprechpartner

| Medium                            | Empfohlener Kontakt                        | E-Mail / Kontakt                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Stuttgarter Zeitung / Nachrichten | Redaktion / Zentrale                       | <a href="mailto:redaktion@stzn.de">redaktion@stzn.de</a> ( <a href="http://stuttgarter-zeitung.de">stuttgarter-zeitung.de</a> )                                                                |
| Süddeutsche Zeitung               | Redaktion                                  | <a href="mailto:redaktion@sz.de">redaktion@sz.de</a> ( <a href="http://Süddeutsche.de">Süddeutsche.de</a> )                                                                                    |
| Münchner Merkur / tz              | Onlineredaktion / Wirtschaft über Formular | <a href="mailto:merkur@redaktion.ippen.media">merkur@redaktion.ippen.media</a> bzw. Kontaktformular ( <a href="http://Merkur">Merkur</a> )                                                     |
| Frankfurter Rundschau             | Chefredaktion                              | <a href="mailto:chefredaktion@fr.de">chefredaktion@fr.de</a> ( <a href="http://FR.de">FR.de</a> )                                                                                              |
| Kölner Stadt-Anzeiger             | Redaktion                                  | <a href="mailto:ksta-redaktion@kstamedien.de">ksta-redaktion@kstamedien.de</a> ( <a href="http://ksta-medien.de">ksta-medien.de</a> )                                                          |
| Rheinische Post                   | Redaktionssekretariat                      | <a href="mailto:redaktionssekretariat@rheinische-post.de">redaktionssekretariat@rheinische-post.de</a><br>( <a href="http://rheinischepostmediengruppe.de">rheinischepostmediengruppe.de</a> ) |
| Hamburger Abendblatt              | Redaktion                                  | <a href="mailto:briefe@abendblatt.de">briefe@abendblatt.de</a> ( <a href="http://abendblatt.de">abendblatt.de</a> )                                                                            |
| Nürnberger Nachrichten            | Redaktion Nürnberg / Sekretariat           | <a href="mailto:redaktion@vnp.de">redaktion@vnp.de</a> oder <a href="mailto:redaktion-nuernberg@vnp.de">redaktion-nuernberg@vnp.de</a> ( <a href="http://NN.de">NN.de</a> )                    |
| Augsburger Allgemeine             | Redaktion                                  | <a href="mailto:redaktion@augsburger-allgemeine.de">redaktion@augsburger-allgemeine.de</a> ( <a href="http://lokalwerben">lokalwerben</a> )                                                    |
| Badische Zeitung                  | Redaktion                                  | <a href="mailto:kontakt.redaktion@badische-zeitung.de">kontakt.redaktion@badische-zeitung.de</a> ( <a href="http://badische-zeitung.de">badische-zeitung.de</a> )                              |

Ende - Fragen?

