

Schütze Public Results: Wachstum durch neues Führungsteam!

Schütze Public Results stärkt seine Führung und zielt auf Wachstum. Neues Team, neue Strategien für Krisenkommunikation.



Wien, Österreich - Schütze Public Results, eine etablierte PR-Agentur, setzt einen wichtigen Schritt in ihrer Unternehmensentwicklung. Am 6. Juni 2025 ordnete die Agentur ihre Führungsstruktur neu und übertrug fünf Mitgliedern des Leitungsteams erweiterte Verantwortlichkeiten. Diese Neustrukturierung zielt darauf ab, das Wachstum voranzutreiben, die Mitarbeiterbindung zu festigen und die Marktführerschaft auszubauen, wie **medianet** berichtet.

Die neuen Partner, die in den erweiterten Leadership-Rollen tätig sein werden, sind Silvia Braunöck-d'Orazio, Felicitas Herberstein, Lisa Koppitsch, Irene Makovec und Ludwig Reiter. Jeder dieser Partner bringt spezifische Erfahrungen mit, die für

die Agentur wertvoll sind. Braunöck-d'Orazio hat umfangreiche Kenntnisse in den Bereichen Gesundheit, Bauwesen, Recht, Wirtschaft und Bildung. Herberstein hingegen hat einen klaren Blick für komplexe Inhalte und ihre strukturierte Kommunikation.

Erweiterung und Diversifikation der Dienstleistungen

Die Agentur, die 2016 gegründet wurde, hat sich auf strategische Öffentlichkeitsarbeit spezialisiert. Dazu zählen Corporate- und Lifestyle-Kommunikation, Litigation-PR, Krisen- und interne Kommunikation. Der Bereich der Krisen-PR zeigt besonders starkes Wachstum, und die Agentur gewinnt laufend neue Kunden. So war Schütze Public Results beispielsweise an der Kommunikation rund um die Absage des Taylor-Swift-Konzerts in Wien beteiligt, was sie in der Krisenkommunikation weiter festigte.

Aktuell beschäftigt die Agentur über 30 Mitarbeiter und plant, die Mitarbeiterzahl in den kommenden Jahren zu verdoppeln. Langfristig zielt die Agentur darauf ab, über 100 Mitarbeiter zu beschäftigen. Sie betreut Kunden aus verschiedenen Branchen, darunter bedeutende Unternehmen wie Magenta, Raiffeisenbanken, die Rewe-Gruppe und Stadler Rail, was ihre Breite und Flexibilität in der Marktansprache unterstreicht.

Krisenkommunikation als Schlüsselkompetenz

Die Relevanz von Krisenkommunikation kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Nach der Situational Crisis Communication Theory (SCCT) von Timothy Coombs gibt es vier grundlegende Strategien: „Deny“ (ablehnen), „Diminish“ (schmälern), „Rebuild“ (erneuern) und „Bolstering“ (verteidigen). Diese Instrumente sind entscheidend, um in Krisenzeiten richtig zu reagieren und das Unternehmensimage zu wahren. Besonders die Strategie „Rebuild“, die eine Entschuldigung und

gegebenenfalls Entschädigungen beinhaltet, gilt als effektivste Herangehensweise, um Kundenvertrauen zurückzugewinnen, wie **fuer-gruender** erklärt.

Angesichts der Herausforderungen, die mit digitalen Krisen verbunden sind, sind PR-Agenturen wie Schütze Public Results unverzichtbar. Unternehmen müssen in Echtzeit auf Social Media reagieren und Transparenz bieten. Ein strukturierter Fünf-Schritte-Plan für Krisenmanagement hilft, die Auswirkungen von Krisen zu minimieren und die Glaubwürdigkeit aufrechtzuerhalten. Pragmatische Ansätze und eine klare Risikoeinschätzung sind ebenfalls essenziell, um auf zukünftige Krisen vorbereitet zu sein, wie **digitalengagiert** ergänzt.

Durch proaktive Maßnahmen und Vorbereitung auf potenzielle Krisen können Unternehmen ihren Wettbewerbsvorteil stärken. Unzureichende Reaktionen können zu erheblichen Umsatzverlusten und Image-Schäden führen. Daher sind klare Botschaften und gut vorbereitete Kommunikationsstrategien für jede PR-Agentur von zentraler Bedeutung.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Wien, Österreich
Quellen	• medianet.at • www.fuer-gruender.de • www.digitalengagiert.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at