

PERFEKTER GRIP

KOMMUNIKATION
IN STABILEN UND
STÜRMISCHEN ZEITEN



YIELD
VIENNA MUNICH

AGENDA

I - KOMMUNIKATION IN STABILEN ZEITEN

DAS ESO-MODELL: WEIL KAUFEN KANN JEDE(R)

II - KOMMUNIKATION IN STÜRMISCHEN ZEITEN

DIE MEDIEN, DAS MÄCHTIGSTE WESEN DER WELT

KITZBÜHEL . 28. NOVEMBER 2025

YIELD
VIENNA MUNICH



YIELD.AT

PUBLIC RELATIONS . STRATEGIEBERATUNG . DIGITAL MARKETING . PUBLIC AFFAIRS



TEIL I

KOMMUNIKATION IN STABILEN ZEITEN



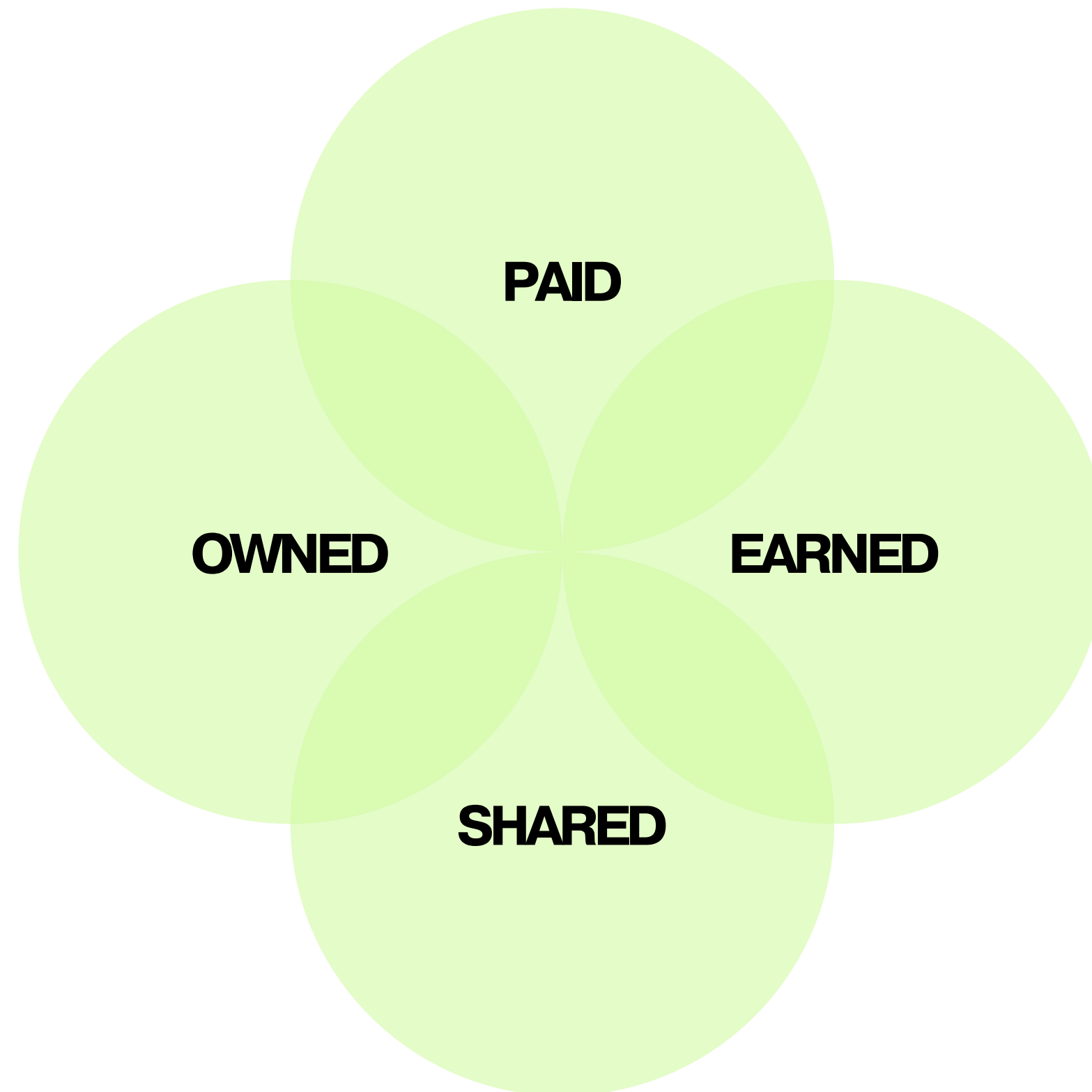
YIELD
VIENNA MUNICH

KOMMUNIKATION IST NICHT (NUR) WERBUNG

UNTERNEHMEN BRAUCHEN IM JAHR 2026 VIER UNTERSCHIEDLICHE ARTEN VON KOMMUNIKATIONSKANÄLEN, UM ERFOLGREICH SICHTBAR ZU SEIN. JEDER BEREICH VERSTÄRKT DEN ANDEREN. ZUSAMMEN SIND DIE VIER BEREICHE DIE WESENTLICHEN ECKPFEILER EINER GANZHEITLICHEN KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE.

YIELD
VIENNA MUNICH

PESO-MODELL

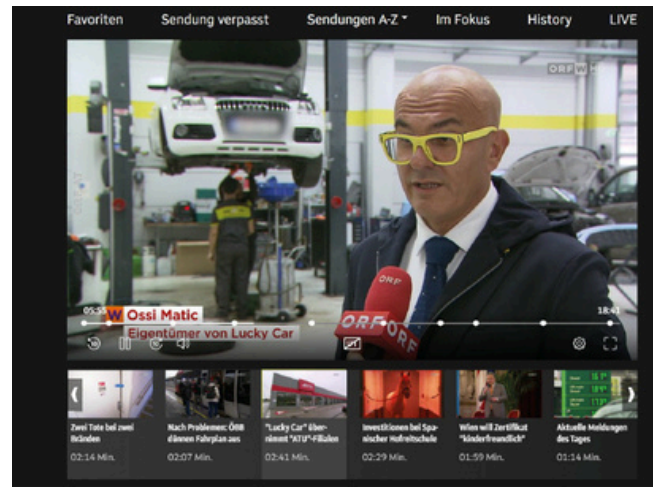


ESO

KAUFEN KANN JEDE(R)



EARNEUT



Fünf Tipps für den sorglosen Autosommer

Die langen Wochenenden im Mai haben die Sommersaison für Autofahrer eingeleitet. Vor dem Urlaub sollte man sein Auto checken, damit die freien Tage nicht zu einem Albtraum werden.

Es ist einer der größten Stimmungskiller, wenn im Urlaub das Auto den Geist aufgibt. Um nichts dem Zufall zu überlassen, sollte man vor der Reise sein Fahrzeug checken. Ostoja „Ossi“ Matic von Lucky Car hat fünf Tipps, die jeder Urlauber umsetzen sollte.

Flüssigkeiten Checken, ob genügend Motoröl, Kühl- und Bremsflüssigkeit vorhanden ist. Sonst können teure Folgekosten entstehen.

Beleuchtung Funktioniert das Licht am Auto einwandfrei, steht der Fahrer nicht mehr im Weg.

Die Kontrolle dauert nur wenige Minuten.

„Mit Kompetenz kann man überall punkten“

Nachgefragt: Wie Laura Markovic die Kfz-Branche aufmischt.

KRÄFTER: Sie sind die erste weibliche Franchise-Partnerin bei Lucky Car. Ist das nicht längst überfällig?

Laura Matic: Ich bin mir bewusst, dass der Franchise-Bereich in der Kfz-Branche, sondern auch in anderen Branchen, ein Bereich ist, der sich in einem Franchisesystem selbstständig machen, aber wenn man alles selbst ausbauen und ist jetzt eine Franchise-Partnerin.

Wie war es, in dieser männerdominierten Branche Fuß zu fassen?

Laura Matic: Anfangs war ich sehr eingeschüchtert. Ich bin keine geborene Sprecherin oder Lachkünstlerin und habe nach meinem Schulabschluss kaum Erfahrung mit Autos oder Motorsport bekommen. Ich war umgeben von erfahrenen Männern, aber der Mitarbeiter in der Praxis hat mir in den ersten drei Jahren alles beigebracht.

Was hat Sie an der Branche fasziniert?

Laura Matic: Ich habe als Office-Managerin gelernt und darüber zu werden, im Büro alles abzurufen und Rechnungen zu schreiben. Aber in der Praxis war das nicht so. Mir wurde gleich beigebracht, wie ich den Kunden entgegenkomme, warum es so lange dauert, Autos zu lackieren und das nicht nur eines Tages erledigt ist. Der ganze Prozess, vom Kauf zum fertigen Auto, hat mich so fasziniert.

Haben Sie auch weibliche Kolleginnen?

Laura Matic: Bei mir am Standort sind nur Frauen, aber die halbe Zentrale besteht aus Frauen. Das ist auch etwas, das für eine Werkstatt nicht so typisch ist. Aber ich komme gut mit den Männern klar – ich habe die Erfahrung schon gewonnen und mit Kompetenz kann man überall punkten.

Können Sie sich vorstellen, noch mehr Standorte zu übernehmen?

Laura Matic: Das ist der Plan. Mein Ziel ist, noch zwei, drei Standorte zu eröffnen und der Zentrale bei der Expansion zu helfen. Der Markt ist noch groß.



Mit dem eigenen Unternehmen durchstarten

So machen Sie sich selbstständig

Steigende Unzufriedenheit im aktuellen Job, eine zündende Idee oder der Wunsch nach mehr Selbstbestimmung – die Gründe für den Weg in die Selbstständigkeit sind vielfältig. Lesen Sie hier, wie dieser gelingt und was es in puncto Businessplan, Finanzierung, Versicherung und Co. zu bedenken gilt.



Pflaster für (E-)Autos

Die Kfz-Werkstatt Lucky Car ist in Österreich mit 43 Standorten vertreten und sucht weitere Partner für ihren Expansionskurs.

Mit dem Ausbau ihrer Flotte befindet sich das Unternehmen Lucky Car derzeit in einem sehr dynamischen Wachstum. Bei 13 Filialen sind bereits weitere Standorte geplant. Die Expansion ist ein zentrales Ziel der Unternehmensstrategie. Als individueller Kunde wurde er auf das Franchisesystem aufmerksam und machte sich schließlich auf den Weg, um ein eigenes Unternehmen zu gründen.

GEWINN-Bewertung

Preis/Leistung	★★★★
Ausgewogenheit	★★★★
Wachstumschancen	★★★★

Fakten Lucky Car

Franchisegeber: Lucky Car



BUSINESS LIVE: IHR WIRTSCHAFTS-MAGAZIN



Mit der Übernahme von ATU in Österreich

Lucky-Car-Werkstätten fahren in neue Liga vor

- Umsatz verdoppelt
- Über 8 Mio. € werden investiert
- Expansion geht weiter
- Deutschland als großer Traum

Is Ostoja „Ossi“ Matic 2008 Lucky Car gründete, um eine Alternative zu teuren Märgenwerkstätten zu bieten, hätte er sich die Zukunft nicht schöner ausmalen können. Schließlich war er nicht der Erste, der nach wechselwilligen Autofahrern „fischte“. Doch während der Mit-



Chancen mit MINT und Handwerk

Die Fachkräftekrise ist ein Dauerthema. Die Chancen für MINT- und Handwerksberufe sind jedoch groß. Die MINT-Berufe (Mathematik, Informatik, Technik, Naturwissenschaften) sind in der Zukunft besonders gefragt. Die Handwerksberufe sind ebenfalls in der Zukunft gefragt, da sie für die Produktion von hochwertigen Gütern unverzichtbar sind.



Erstmals weibliche Franchisepartnerin bei Lucky Car

25-jährige Wienerin wagt nicht nur den Sprung in die Selbstständigkeit, sondern begleitet sich auch in eine neue Liga vor.



LEADERSNET ÖSTERREICH



REDAKTIONELLE BERICHTE . INTERVIEWS . INFLUENCER COVERAGE (UNBEZAHLT)

EXKURS

PUBLIC RELATIONS



INHALTE + KONTAKTE

STORYTELLING

NETZWERK

QUANTITATIVE STRATEGIE

QUALITATIVE STRATEGIE

YIELD
VIENNA MUNICH

SHARED



(EIGENER) SOCIAL MEDIA CONTENT . USER GENERATED CONTENT (EVENTS, ERLEBNISSE)

EXKURS

SOCIAL MEDIA MARKETING

KREATIVITÄT + DATEN

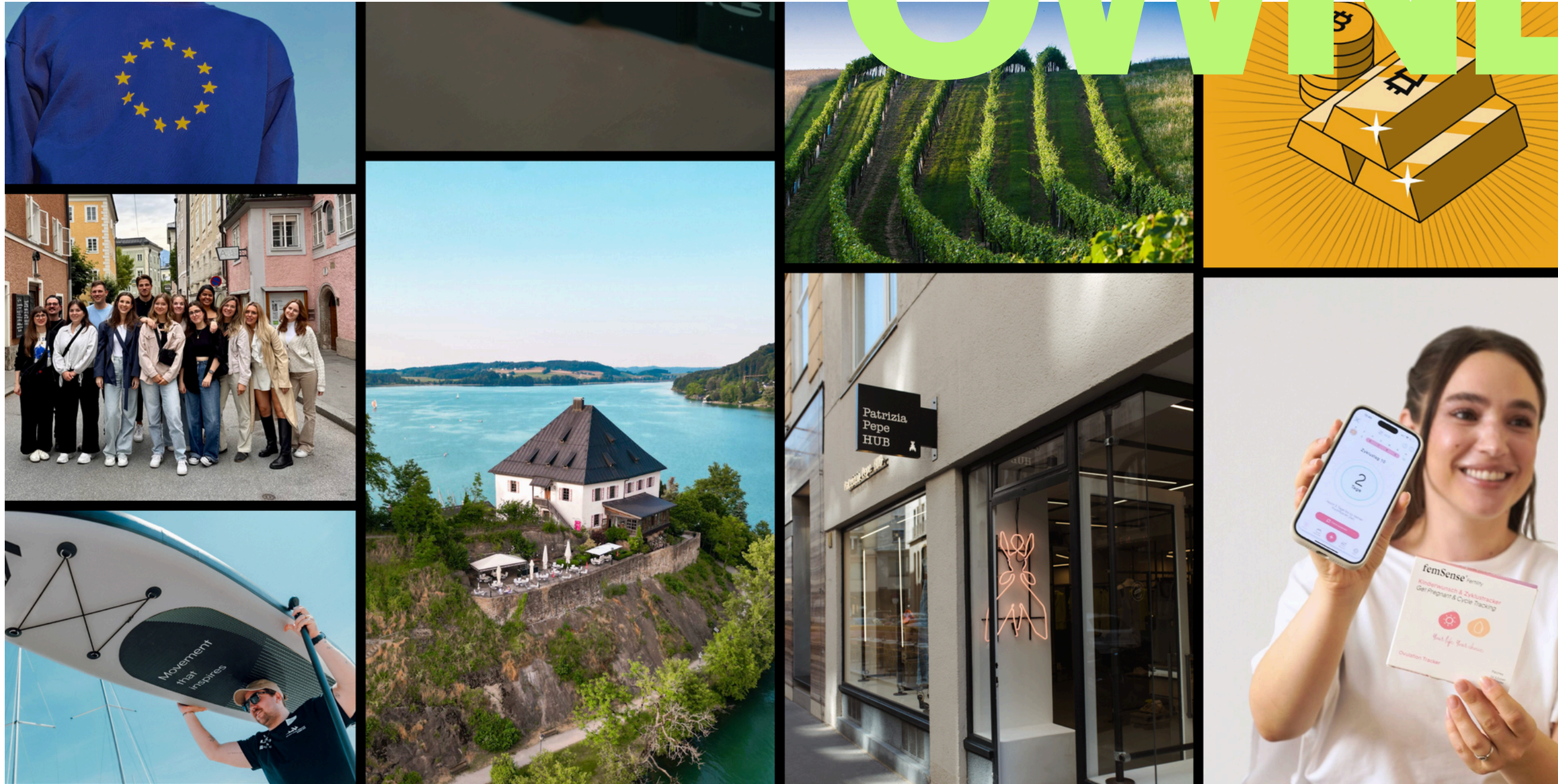
ORGANISCH (VISITENKARTE)

PAID (TARGETING, RETARGETING)



YIELD
VIENNA MUNICH

OWNED



WEBSITE . BLOG . NEWSLETTER . POS

EXKURS

SEO/GEO



OPTIMIERUNG

**OWNED UND EARNED MEDIA GEWINNEN AN
BEDEUTUNG**

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION

YIELD
VIENNA MUNICH

TEIL II

KOMMUNIKATION IN STÜRMISCHEN ZEITEN



A black and white close-up photograph of Malcolm X. He is smiling broadly, showing his teeth, and wearing dark-rimmed glasses. He is dressed in a suit jacket, a white shirt, and a dark tie. The background is slightly out of focus, showing a patterned curtain or wall. The lighting is soft, highlighting his facial features.

**DIE MEDIEN SIND DAS MÄCHTIGSTE WESEN DER WELT.
SIE HABEN DIE MACHT, DIE UNSCHULDIGEN SCHULDIG ZU
MACHEN UND DIE SCHULDIGEN UNSCHULDIG.**

MALCOLM X

1964 < 2025



YIELD
VIENNA MUNICH

KRISEN

ARTEN

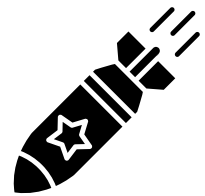
- **VERSAGEN ODER FEHLVERHALTEN DES MANAGEMENTS**
- **ERMITTLUNGEN GEGEN DAS UNTERNEHMEN**
- **GEZIELTE ODER ZUFÄLLIGE FALSCHMELDUNGEN**
- **SHITSTORMS ODER NGO-KRITIK**
- **MANGELHAFTE PRODUKTE ODER SERVICES**
- **COMPLIANCE-VERFEHLUNGEN**
- **SCHLECHTE ARBEITSBEDINGUNGEN**
- **U.V.M.**

**FAKTISCH
VS FIKTIV**

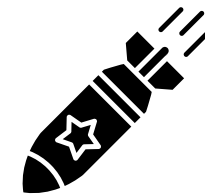
**INTERN
VS EXTERN**

**VERSCHULDET VS
UNVERSCHULDET**

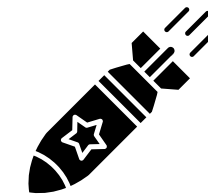
VERLUST



KONTROLLE

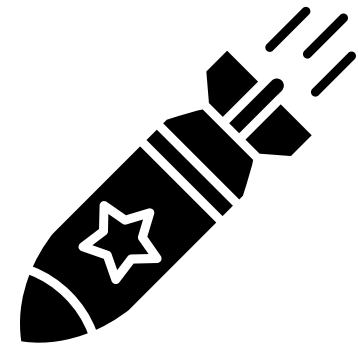


REPUTATION



VERMÖGEN

ABLAUF



IGNORANZ

PANIK

REAKTION

PRÄVENTION

PLANUNG

INTERVENTION

EVALUIERUNG










PRÄVENTION



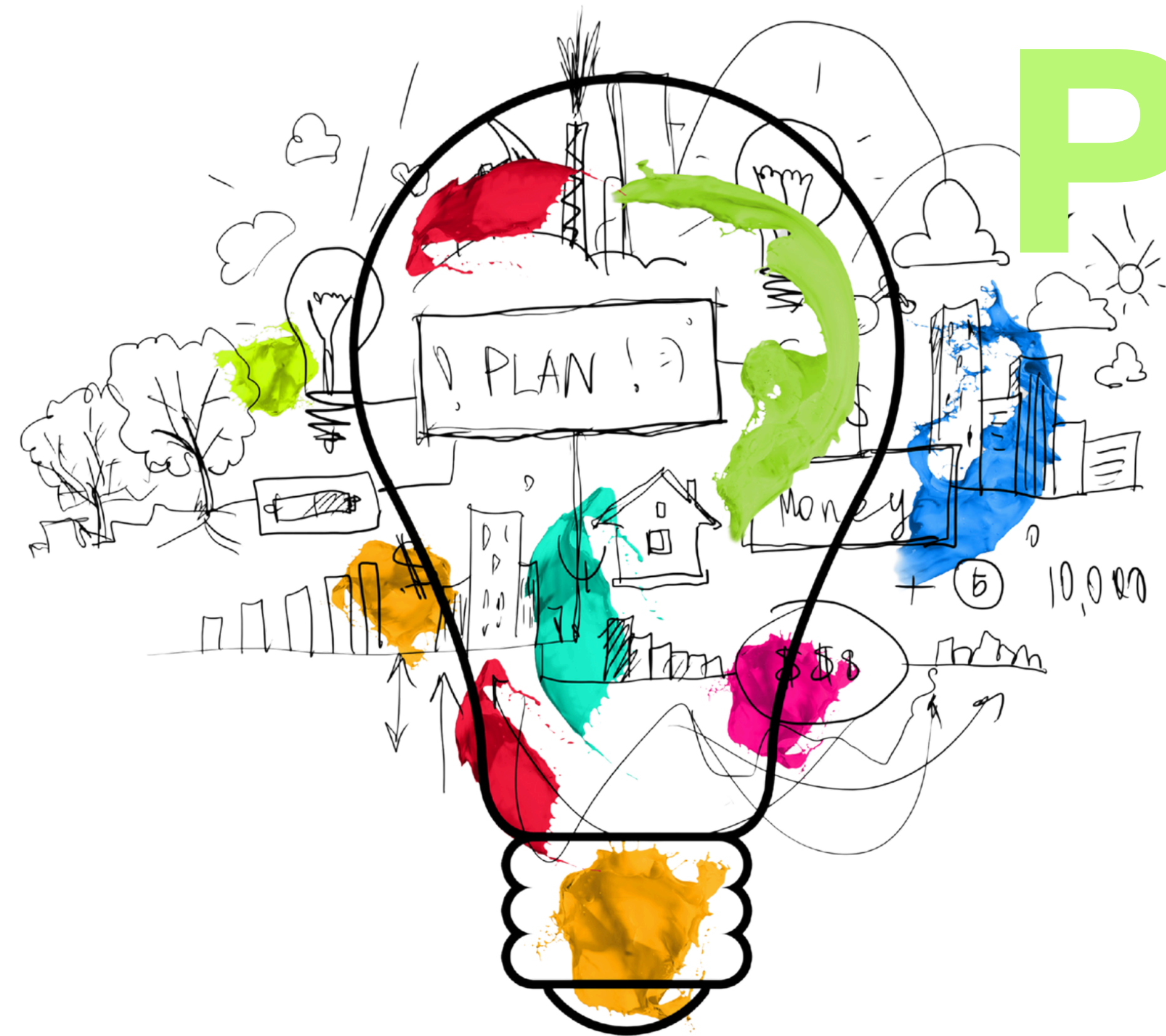
STOP

ISSUES MGMT . MEDIEN MONITORING . MEDIEN LOBBYING . AKTIVE KOMMUNIKATION

EXKURS: ISSUES MATRIX

	GROSSE Auswirkungen	MITTLERE Auswirkungen	GERINGE Auswirkungen
HOHE Wahrscheinlichkeit			
MITTLERE Wahrscheinlichkeit			
GERINGE Wahrscheinlichkeit			

PLANUNG



KRISEKOMMUNIKATIONSPLAN . TRAININGS . EXTERNE BERATUNG . KOORDINATION

EXKURS: KRISENKOMMUNIKATIONS- PLAN

- **STAKEHOLDER INTERN/EXTERN**
- **KRISENSTAB**
- **ORGANISATIONSMATRIX & KONTAKTDATEN**
- **SPRECHER (ONE VOICE)**
- **SZENARIEN**
- **BASISTEXTE**
- **MEDIENVERTEILER**
- **SOCIAL MEDIA BASIS-CONTENT**



INTERVENTION



RELEVANZPRÜFUNG . STRATEGIE . KANÄLE . REAKTION & INFORMATION

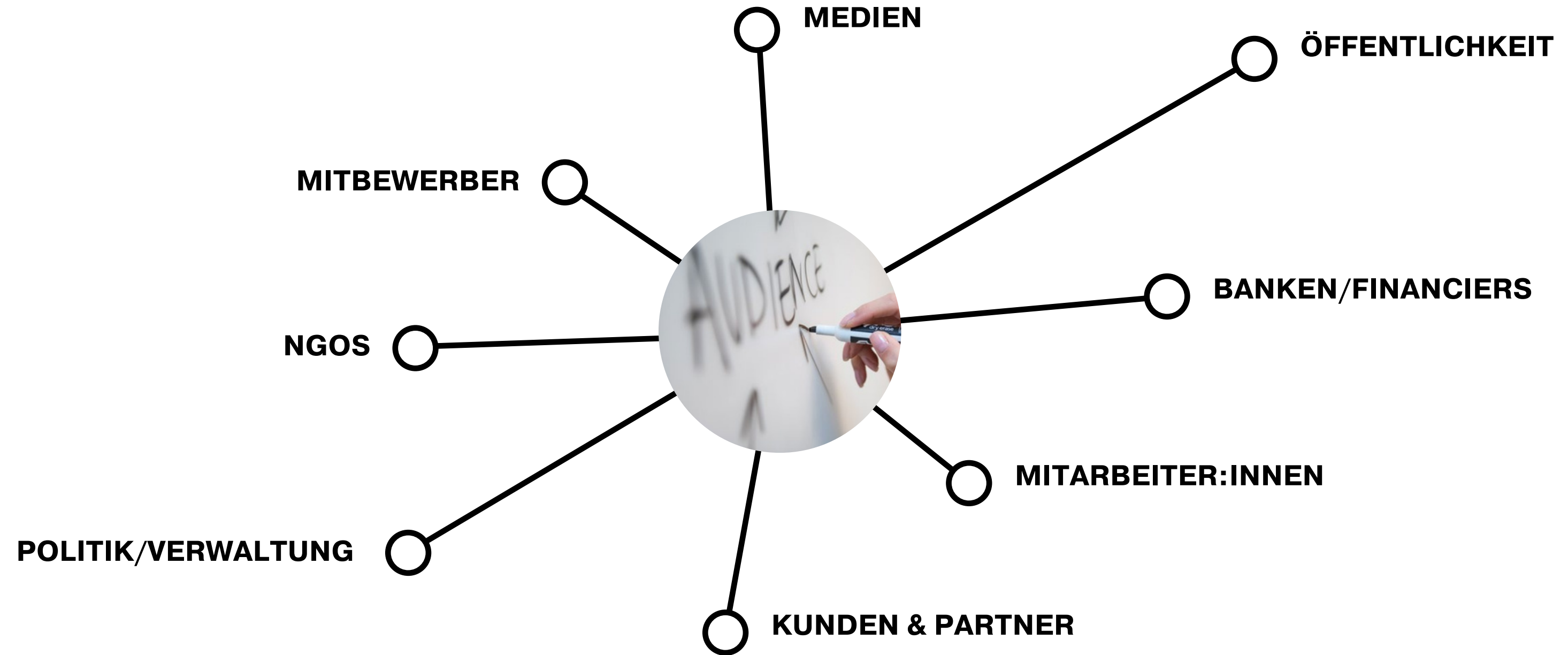
EXKURS: BEWERTUNG

- **VORWÜRFE WAHR**
- **VORWÜRFE UNWAHR**
- **FAKTENLAGE (NOCH) UNKLAR**

- **RELEVANZ DER VORWÜRFE**
- **RELEVANZ DES TRÄGERMEDIUMS**
- **RELEVANZ DES KRITIKERS**
- **GEFAHR, SELBST EINE BÜHNE „AUFZUBAUEN“**



EXKURS: STAKEHOLDER



EXKURS: REAKTION

- **ASAP REAGIEREN**
- **WAS? WARUM? WER? WO?**
- **WAS WURDE BEREITS GETAN?**
- **WAS WIRD NOCH GETAN?**
- **FAKTEN, KEINE VERMUTUNGEN**
- **TONALITÄT BEACHTEN**
- **INFORMATION NICHT ABREISSEN LASSEN**
- **THEMENFÜHRERSCHAFT ÜBERNEHMEN**
- **IN DIE OFFENSIVE GEHEN**
- **WAHRHEITSGEMÄSS KOMMUNIZIEREN**
- **UMFASSEND INFORMIEREN**
- **RECHTLICHE SCHRITTE ERWÄGEN**



5

EVALUIERUNG



ERKENNTNISSE GENERIEREN . UMSETZEN . RUF WIEDERHERSTELLEN . PRÄVENTIONSPHASE

DO

- **VORBEREITET SEIN**
- **SCHNELL HANDELN**
- **GENAU RECHERCHIEREN**
- **EHRlich KOMMUNIZIEREN**
- **ONE-VOICE-PRINZIP**
- **EMPATHIE ZEIGEN**
- **FEHLER EINGESTEHEN UND VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN**
- **IN DIE OFFENSIVE GEHEN**

DON'T

- **KRISE UND DEREN DYNAMIK UNTERSCHÄTZEN**
- **KRITIKER ÖFFENTLICH KRITISIEREN**
- **KONSUMENTEN MIT RECHTLICHEN SCHRITTEN DROHEN**
- **SALAMITAKTIK**

A long, dark tunnel with a car driving away in the distance, illuminated by overhead lights.

**ALLES, WAS GESAGT
WIRD, MUSS WAHR SEIN.
ABER NICHT ALLES WAS WAHR IST,
MUSS AUCH GESAGT WERDEN.**

YIELD
VIENNA MUNICH