



SEILBAHNEN INTERNATIONAL

DYNAMIC PRICING
**ABSATZ ODER
ABZOCKE?**

SEILBAHN-UNGLÜCK
**KRISE MEDIAL
STEMMEN**

HENRIK
VOLPERT
**MY MOUNTAIN
NATURE**

FOTO: ANJA SAHR-BALEK

SEILBAHNUNFALL IN HOCHOETZ: KOMMUNIKATION IN DER KRISE

Krisen kommen meist aus dem Nichts. Wichtig ist, dass sie uns trotzdem nicht unvorbereitet treffen. Deshalb gilt es auch, die Krisen-Kommunikation konsequent zu „warten“. Das zeigte sich kürzlich im Skigebiet Hochoetz, so Geschäftsführerin Michaela Burger im SI Interview.

Am 9. Januar 2024 stürzte aus bis heute im Detail nicht endgültig nachvollziehbarer Ursache ein Baum auf das Seil der Acherkogel-Einseilumlaufbahn. Das ließ eine Kabine mit vier Personen an Bord abstürzen, wohl weil der Baum die Seilklemme oder das Seil nahe der Seilklemme traf. Insgesamt wurden sechs Menschen verletzt. Die Acherkogelbahn konnte bereits am 12. Januar 2024 ihren Betrieb wieder aufnehmen. © Bergbahnen Hochoetz



SI Magazin: *Wie haben Sie das Unglück samt Kabinenabsturz und die ersten Momente danach erlebt?*

Michaela Burger: Im ersten Moment kann man nicht glauben, dass es stimmt. Und doch weiß man, dass es stimmen muss, denn mit so einem Vorfall macht niemand einen Spaß.



Michaela Burger,
GF Bergbahnen Hochoetz

Wie sind Sie bezüglich Krisen-Kommunikation vorgegangen?

Ich bin die Leiterin des Krisenstabs der Bergbahnen Hochoetz und in der Funktion auch für die Kommunikation zuständig. Mein erster Anruf war bei der Hotline unseres Krisen-Kommunikationspartners P8 in Innsbruck, verbunden mit dem Ziel, sofort mit der Kommunikationsarbeit zu beginnen.

Wie waren Sie auf den Fall der Fälle vorbereitet – und inwieweit hat dies geholfen?

Wir trainieren regelmäßig die Abläufe, sollte es zu einer Krisensituation kommen. Dabei spielen wir alle möglichen Krisen bezogen auf die Kommunikation durch. Doch hatten wir bisher so einen extremen Fall auch beim Training nicht im Kopf. Trotzdem hat uns das Durchspielen der Kommunikationsabläufe enorm geholfen.

Sie haben P8 erwähnt. Wie konkret erfolgte die Zusammenarbeit?

P8 ist unser Partner im Bereich Krisen-

Kommunikation. Einmal pro Jahr trainieren wir im Rahmen eines Workshops das Vorgehen auf Basis eines Krisen-Handbuchs, das laufend aktualisiert und ergänzt wird.

Wie agierten Sie unmittelbar nach dem Unglück?

Wir hatten im Team eine klare Rollenverteilung. Jeder wusste, wer was zu tun hat.

Wie haben Sie in Richtung Presse agiert?

Wir haben zusammen mit P8 binnen 20 Minuten eine erste Pressemitteilung erstellt und an die Medien versendet. Durch dieses zügige Hinausgehen ist es uns gelungen, so gut wie möglich die Kontrolle über die Kommunikation zu erhalten.

Hubert Juen, der Bezirkspolizeikommandant von Imst, nahm eine zentrale Rolle bei der Information zum Unglück ein. Warum?

Wir waren in sehr enger Abstimmung mit der Polizei, die intern geregelt hatte, dass nur der Bezirkspolizeikommandant Auskunft geben darf. Wichtig ist zu wissen, dass die Polizei nur gesicherte Infos weitergibt.

Die Kommunikation umfasst neben den Medien zahlreiche weitere Personengruppen. Wie sind Sie dabei vorgegangen?

Wir haben unsere Pressemitteilungen genutzt, um weitere Personengruppen zu informieren, etwa die Beherbergungsbetriebe, den Tourismusverband und die

Eigentümer. Ebenso essenziell ist die Information an die eigenen Mitarbeiter.

Was sind für Sie die zentralen Schlussfolgerungen nach dem Unglück?

In bin froh zu sehen, dass wir als Team in der Krise sehr gut „funktioniert“ haben und jeder sich auf den anderen hat verlassen können. Mein zentraler Rat ist, die Krisen-Trainings regelmäßig zu machen. Im Fall des Falles ist man dann heilfroh, eine eingespielte, professionelle Krisen-Kommunikationsstruktur zu haben..

Das Interview führte Oliver Pichler

KRISEN-KOMMUNIKATION-TIPPS

Grundlagen:

- Krisenbereitschaft 24/7/365
- Aktives Kommunizieren – Erstmeldungen binnen 60 Minuten nach Eintritt des Ereignisses an die Medien

In der Folge:

- Medienarbeit – weitere aktuelle Informationen an die Medien senden
- Aufbereitung interner Wordings
- Medienbetreuung inklusive Koordination von Interviewanfragen & Medienterminen
- Monitoring von klassischen Medien und Social Media
- Blick von außen hilft in der Krise, die Übersicht zu behalten

Basics:

- Jährliche Workshops und Übungen zu Krisenszenarien
- Krisenhandbuch, das laufend aktualisiert wird

© P8 Marketing, Benjamin Rohrer, www.p8.eu