

## Bondo: Wie kommuniziert man einen Bergsturz?

**CC-AWARD-GEWINNER** Im August 2017 begruben im Bündner Val Bondasca talwärts stürzende Fels- und Steinblöcke acht Menschen unter sich. Die Tragödie forderte die Bündner Gemeinde Bregaglia im Nullkommant in vielerlei Hinsicht aufs Äusserste. Auch eine schnelle, informative und Vertrauen schaffende Krisenkommunikation war gefragt. Sie gelang im Rahmen der Kampagne «Info Bondo».

VON ROBERT WILDI

■ Zuerst war einfach nur der Schock, dann die tiefe Trauer um die Opfer. Was sich am 23. August 2017 im Seitental Val Bondasca auf Gemeindeboden von Bregaglia zutrug, ist der Alptraum für jede Berggemeinde. Acht tote Menschen waren die traurige Bilanz eines massiven Bergsturzes, dem in den darauffolgenden Tagen etliche Murgänge bis in die Talsohle beim Ortsteil Bondo folgten. Gegen 150 Menschen mussten evakuiert werden, die über mehrere Wochen nicht in ihren Häusern leben konnten.

### Krisenkommunikation

Für die Krisenkommunikation waren im Vorfeld keine Vorkehrungen getroffen worden. Die betroffene Bevölkerung und die Öffentlichkeit mussten aber sofort und laufend über die Gefahrenlage, die Tätigkeit der Krisenorganisation und die Aussichten informiert werden. Gleichzeitig musste der Führungsstab wirksam von der Medienarbeit entlastet werden. Aus diesem Grund beauftragte die «Commune di Bregaglia» den St. Moritzer Kommunikationsdienstleister Christian Gartmann mit der Durchführung der gesamten Kommunikation. Christian Gartmann selbst agierte als Sprecher des Krisenstabs.

### Informieren, Sicherheit vermitteln, Vertrauen schaffen

Als Erstes wurde die Kommunikation rund um die Naturkatastrophe als vollwertiges Ressort in den Gemeindeführungsstab integriert. Rückmeldungen aus der Bevölkerung erhielt der Stab über eine Hotline der Gemeinde und direkte Gespräche. Zielgruppe aller Mass-



↑ Die «alte Mühle» am oberen Dorfe von Bondo wurde von mehreren Murgängen erfasst. Sie wurde total beschädigt und musste im Frühling 2018 abgebrochen werden.

← Dialog mit der Bevölkerung: Der zweite Informationsabend vom 13. 9. 2018 in Stampa erläuterte die Hilfsangebote von Gemeinde und Hilfswerken für die Evakuierten.



nahmen waren die Betroffenen der Katastrophe. Ziel war die Schaffung von Vertrauen auf Basis regelmässiger, kompetenter und transparenter Kommunikation – auch im Dialog.

### Informationsanlässe und SMS-Dienst

Bereits am ersten Tag nach Übernahme der Führung durch die Gemeinde wurde ein erster Informationsabend durchgeführt. Gemeindeführung und kantonale Experten erläuterten die Gefahrenlage sowie das Vorgehen und beantworteten persönlich die Fragen der Betroffenen. So wurde die Organisation für die Betroffenen greifbar und erhielt ein Gesicht. Bis Mitte Dezember wurden insgesamt sieben Informationsanlässe durchgeführt.

### Anschlagbretter und SMS-Dienst

Diese physischen Informations-events waren notwendig, da ein Teil der Evakuierten in den ersten Tagen über keinerlei Kommunikationsmittel zu erreichen war. Viele hatten ihr Zuhause aufgrund der notfallmässigen Hast ohne Mobiltelefon oder Computer verlassen. Ebenso waren Teile des Tals ohne Strom und ohne Festnetztelefonie, somit auch ohne Internet und Internet-TV. Es mussten also sämtliche Informationen auch auf Anschlagbrettern ausgehängt werden. Zusätzlich wurde ein täglicher SMS-Dienst für alle Evakuierten aufgenommen.

### Rund um die Uhr

Klassische Medienarbeit konnte aufgrund dieser speziellen Rahmenbedingungen auch nur einen

Teil der Hauptzielgruppe erreichen. Dies nach einem Ereignis, welches in der Öffentlichkeit und bei den Medien einen enorm hohen Informationsanspruch auslöste. Die auf der Gemeinde eingerichtete Medienstelle musste daher rund um die Uhr funktionieren. Sie beantwortete Medienanfragen aus dem In- und Ausland und unterstützte zusätzlich die Mitglieder des Führungsstabes und der Gemeindeexekutive bei deren Medienarbeit.

### Dank Proaktivität Themenführerschaft erlangt

Die Information der Medien erfolgte nach der Bewältigung des ersten Ansturms mittels regelmässiger Communiqués, sobald sich die Lage wesentlich verändert hatte oder wichtige Entscheide gefällt worden waren. Der stets über sämtliche Entwicklungen bestens informierte Mediensprecher konnte einen grossen Teil der anhaltend zahlreichen Medienanfragen direkt beantworten.

Wann immer es die Lage zulies oder erforderte, traten die Experten des Führungsstabes und der Partnerorganisationen in den Medien auf. Sie konnten so Informationen vertiefen und ihre Arbeit zur Bewältigung der Krise präsentieren. Die Medienschaffenden ihrerseits hatten die Möglichkeit, individuelle Berichterstattung zu realisieren, die den Eigenheiten ihres Mediums und ihrem Themensetting entsprach.

Die transparente, kompetente und stete Informationsarbeit erlaubte es der Gemeinde, die Themenführerschaft zu erlangen und zu halten. Die proaktiv agierende Kommunikationsstelle des Ge-

Judith Lauber, Präsidentin des Verbandes pr suisse und Christian Gartmann, Sprecher des Krisenstabs.



### Swiss Award Corporate Communications: Wer noch einen Award abräumte

Zum 14. Mal wurde am 6. September in Zürich der einzige vom Verband pr suisse getragene Schweizer Preis für Unternehmenskommunikation verliehen. Von total 20 eingereichten Projekten wurden deren vier mit einem «Communicator» prämiert.

- Agentur am Flughafen AG für das Projekt «Ufenes Cüpli bi Wehrle's»

- Agentur Küchler Kommunikation für das Projekt «600 Jahre Niklaus von Flüe»
- ABB Asea Brown Boveri Ltd für das Projekt «ABB Formula E»

Vom Gewinnerquartett erhielt ein Projekt den Hauptpreis «Iron Communicator» für die beste Kommunikationsleistung. Die Wahl fiel auf ABB Asea Brown Boveri Ltd. für das Projekt «ABB Formula E».

meindeführungsstabs wurde und blieb dadurch erste Anlaufstelle für Nachrichten und Hintergrund zur Naturkatastrophe und deren Folgen.

### Spendenvolumen gefördert

Eine quantitative Messung der Medienpräsenz fand nicht statt. Es wäre auch kaum zu differenzieren, welche Anteile an der Reichweite den dramatischen Ereignissen und welche der Kommunikationsarbeit zuzuschreiben wären. Viel wichtiger für die Bewertung der geleisteten Arbeit waren die laufenden Rückmeldungen aus der Bevölkerung sowie die qualitativen Feedbacks aus der Organisation selbst, aus Partnerorganisationen und natürlich von Medienschaffenden.

Die Kommunikationsarbeit wurde durchweg als innovativ, effizient und erfolgreich bewertet. Auch punkto Wirtschaftlichkeit schneidet das Projekt «Info Bondo» erfolgreich ab: Der Führungsstab lobt seine Effizienzgewinne durch die Kommunikationsarbeit. Die lang anhaltende Medienpräsenz führte nicht zuletzt auch zu einem enorm hohen Spendenaufkommen. Selbst wenn man nur zehn Prozent der Spenden der Kommu-

nikationsarbeit anrechnet, beträgt der Return des Projektes das Siebzehnfache des Aufwandes.

### Dialog als Bestandteil guter Kommunikation

Die Erkenntnisse aus dem gelungenen Projekt «Info Bondo» sind eindeutig: Kommunikation gehört gerade in einem Krisenfall zu den zentralen Aufgaben der Führung. Die vertikale und horizontale Integration der Kommunikation ist unverzichtbare Voraussetzung für eine erfolgreiche Krisenkommunikation, die nicht als Einbahnstrasse verstanden werden sollte. Der Dialog mit den Betroffenen kann die Arbeit der Krisenorganisation deutlich effizienter machen und verbessern.

Auch die Einbindung von redaktionell geführten Medien ist enorm hilfreich. Sie sind trotz aller Unkenrufe noch immer eine sehr wichtige Möglichkeit, Betroffene und die Öffentlichkeit rasch und differenziert über die Lage und die ergriffenen Massnahmen zu informieren. Beim «Swiss Award Corporate Communications» wurde «Info Bondo» als eines von vier unter insgesamt 20 eingereichten Projekten mit der Trophäe «Communicator» ausgezeichnet. ■



Bundesrätlicher «Point de Presse» unter freiem Himmel: Anna Giacometti, Guy Parmelin und Regierungsrat Christian Rathgeb in Bondo. Für die Organisation der dreistündigen Bundesratsvisite blieben gerade einmal 24 Stunden.