

## HAVÁRIE VE STUDÉNCE

/Krizová komunikace/

### SHRNUTÍ PROJEKTU

Stavební firma ODS-Dopravní stavby Ostrava, a.s. prováděla jako hlavní dodavatel generální opravu silničního mostu vedoucího přes železniční koridor u města Studénka v Moravskoslezském kraji. Při manipulaci s mostem, prováděné subdodavatelskou firmou, se konstrukce mostu zřítily do kolejiště, přímo před projíždějící mezinárodní rychlík. Při nehodě zemřelo osm lidí, další desítky byly těžce zraněny. Havárie se okamžitě stala ústředním tématem zpravodajství ve Střední Evropě. Policisté ve velmi krátkém čase obvinili z viny za nehodu dva pracovníky subdodavatelské firmy Bögl & Krýsl.

Agentura byla oslovena stavební firmou, aby ihned po nehodě firmu zastupovala ve veškeré komunikaci s novináři a veřejností. Cílem práce agentury bylo vytvořit oficiální informační zdroj, uklidnit média a excitované veřejné mínění, oddělit management od novinářů a převzít za něj roli komunikátora, vytvořit ad hoc servis pro česká i zahraniční média, vytvářet a zastávat pozici mluvčího společnosti a minimalizovat reputační škody klienta.

Komunikační cíle se dařilo s úspěchem plnit. Podařilo se nám odclonit negativní publicitu a udržet mediální obraz klienta pod potřebnou kontrolou. Medializace případu v relativně krátké době poklesla na malé množství příspěvků a společnost ODS – Dopravní stavby Ostrava byla sice i nadále prezentována jako dodavatel stavby, nikoli však jako viník neštěstí.

### KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOSTI X RIZIKA

Již z povahy případu provázela projekt značná rizika

Bez mediálního zastoupení by novináři pracovali pouze s neautorizovanými informacemi o firmě,

bez možnosti korekce. Firma by měla nulový vliv na vyznění informací a byla by vážně poškozena reputace společnosti.

Pro samotnou každodenní práci by novináři neměli kontaktní osobu, která by jim byla 24 hodin k dispozici, dokázala reagovat na nové skutečnosti a čelit obratem vznikajícím fámám a spekulacím. Společnost by neměla zpětnou vazbu z mediálního prostředí, která jí sloužila pro okamžitou korekci jejího dalšího postupu.

### STRATEGICKÝ POSTUP

#### Rychlá reakce

Bezprostředně po nehodě bylo nutné proaktivně informovat o nastalé situaci, uklidnit emoce, vyslovit lítost a ukázat, že se klient nezbavuje otevřenosti, odpovědnosti a zájmu o zjištění skutečností, které nehodě předcházely. Strategické kroky spočívaly v:

- rychlé analýze situace a vydání první tiskové zprávy
- přihlášení se k morální odpovědnosti
- přihlášení se k podílu na finanční výpomoci pozůstalým a zraněným
- oznámení záměru vlastního vyšetřování
- proaktivní otevřené komunikaci s novináři na místě
- v přípravě vlastní informační telefonické linky

#### Obrana před spekulacemi

V dalších dnech bylo nutné vzhledem k vývoji kauzy připravit zprostředkování nekonfrontačního (neemotivního) popisu události včetně spolupráce se subdodavateli, dodržování bezpečnostních opatření a smluv se zadavatelem a jeho aktivní prezentace novinářům.

## Prezentace pomoci – sociální aspekt

V další fázi bylo nutné oslovit pozůstalé a příbuzné zraněných a realizovat vyplácení finanční výpomoci. Strategické kroky spočívaly v:

- zřízení informační linky, kam se mohli pozůstalí a příbuzní raněných obracet se žádostmi o pomoc.
- realizace direct mailu pozůstalým a příbuzným raněných za účelem shromáždění zákoně nutných informací pro vyplácení finanční pomoci

## Objasnění příčin

V poslední fázi se již pozornost médií soustředila pouze na otázku, kdo je viníkem nehody. Strategické kroky spočívaly v prezentaci zjištění z vlastního vyšetřování vedeného nezávislými odborníky lokálním novinářům včetně nejpravděpodobnějších příčin zřícení mostní konstrukce.

## FÁZE A AKTIVITY PROJEKTU

Volba odpovídajícího postupu a použití nástrojů probíhala jako reakce na aktuální situaci.

### Improvizované tiskové středisko

V den nehody, v komplikovaných podmínkách mimo město, bylo vytvořeno improvizované tiskové středisko. Hned první den vydal nový tiskový mluvčí sérii tiskových prohlášení, ve kterých popisuje základní fakta související s nehodou a přihlášení se k odpovědnosti a podílu na finanční výpomoci.

Tak jak pronikaly na veřejnost fámy a kusé informace z vyšetřování, tak jsme operativně ve spolu-

práci s klientem upravovali komunikační taktiku s cílem připravit odpovídající reakce a vysvětlit pravdivý stav věcí.

## Pomoc pozůstalým

V dalším období přišla na řadu nabídka pomoci obětem a pozůstalým, kterou společnost komunikovala dalšími tiskovými prohlášeními.

## Vyšetřování nehody

S odstupem několika týdnů se veškerá medializace soustředila na otázku, kdo je hlavním viníkem nehody. Prvotní policejní expertizy ukázaly na dva pracovníky subdodavatele. Klient podpořil tezi vyšetřovatelů zpracováním podrobné technické prezentace pro média, kterou jsme představili novinářům včetně závěrů interního vyšetřování a nejpravděpodobnějších hypotéz a příčin havárie.



## DOSAŽENÉ VÝSLEDKY

Vhodně zvolenými argumenty a oddělením tématu nehody od subjektu stavební firmy se podařilo odclonit negativní publicitu a udržet mediální obraz klienta pod potřebnou kontrolou. Otevřená, proaktivní a nekonfrontační komunikace přispěla k udržení dobré reputace společnosti v regionu i na celostátní úrovni.

Klient dostal důvěru zadavatele a nyní ve Studénce buduje nový most. Vhodnou komunikací se podařilo zamezit obávanému poklesu stavebních zakázek pro něj. Klient v současnosti realizuje v regionu několik nových významných staveb.

Počty mediálních výstupů o havárii zaznamenaly velmi rychlý pokles.

