



# Riktlinjer för kriskommunikation Örebro kommun

P R O G R A M  
P O L I C Y  
R I K T L I N J E  
H A N D L I N G S P L A N



## Innehåll

Kommunikationsarbete vid kriser	3
Bilaga 1: Informationsorganisation vid kris	6
Bilaga 2: Extraordinär händelse	9
Bilaga 3: Definitioner, mål och ansvar	10
Checklistor	13
1. Checklista för kriskommunikationsarbete	
2. Råd inför mediekontakter	
3. Checklista för uppföljning av kommunikationsarbetet	

”Riktlinjer för kriskommunikationsarbete i Örebro kommun” lyder under ”Krisledningsplan för Örebro kommun” samt ”Policy för information och kommunikation i Örebro kommun”.

Riktlinjerna är beslutade i kommunledningsgruppen den 10 juni 2008. De reviderades av kommunikationsdirektören den 31 maj 2011.

## Riktlinjerna gäller alla verksamheter

Riktlinjerna för kriskommunikation omfattar kommunikationsarbetet vid såväl ”särskilda händelser” som ”extraordinära händelser” (bilaga 3). De gäller också de fall där händelsen i sig är avgränsad (krisen är liten), antingen geografiskt eller berör endast ett fåtal personer, men där bilden av händelsen blir stor, på grund av allmänhetens intresse eller medias rapportering.

## Definitioner

I dessa riktlinjer används samlingsbegreppet ”kris” för såväl särskilda händelser som extraordinära händelser.

## Ansvar för riktlinjerna


Örebro kommuns kommunikationsdirektör är ansvarig för riktlinjerna. Riktlinjerna, inklusive bilagor, ska ses över och uppdateras minst en gång per år.

För att riktlinjerna ska kunna tillämpas krävs att medarbetare och politiker utbildas och övar. Kommunikationsdirektören har ansvar för att planera och genomföra kompetensutveckling och övningar i kriskommunikation, i samråd med säkerhetschef.

 PROGRAM/PLANER uttrycker värdegrund och önskvärd utveckling av verksamheten inom Örebro kommun.

 POLICY uttrycker ett värdegrundsbaserat förhållningssätt för arbetet i Örebro kommun.

 RIKTLINJE säkerställer ett riktigt agerande och en god kvalitet vid handläggning och utförande i Örebro kommun.

 HANDLINGSPLAN anger strategier och konkreta åtgärder för att nå den politiska viljeinriktningen och fastställda mål på olika nivåer i organisationen.



## Kommunikationsarbete vid kriser

Även om en kris kan tyckas vara liten kan bilden av händelsen bli stor. Därför krävs ett strategiskt och väl planerat kriskommunikationsarbete <sup>1</sup>, kanske också lång tid efter att krisen i sig är avslutad. I kriskommunikationsarbetet ska såväl den externa som den interna kommunikationen planeras utifrån nedanstående rutiner.

### I inledningsskedet

1

#### Verksamhetsansvarig har ansvaret

Den som är verksamhetsansvarig är också informationsansvarig. Det innebär att den verksamhetsansvarige ansvarar för att samråda med och kalla in informationsavdelningen <sup>2</sup>, som också ska ingå i krisledningsgruppen.

2

#### Bemanna informationsorganisationen

Den som kontaktats på informationsavdelningen kallar, i samråd med kommunikationsdirektören, in de personer som ska ingå i informationsorganisationen. Bemanningen avgörs av händelsens art och storlek, se bilaga 1.

Till informationsavdelningen hör även kundtjänst. De har en viktig roll eftersom de får frågor och ibland också information om vad som hänt. Ett bra samarbete med kundtjänst redan från början är därför oerhört viktigt.

3

#### Analysera situationen och informationsbehovet

Informationsavdelningen har huvudansvar för att, i samråd med övrig krisledningsgrupp, utifrån de fakta som går att få reda på i ett tidigt skede, och utifrån de frågor som kommer in analysera:

- vad vi behöver och kan informera om
- hur händelsen kan tänkas uppfattas
- vilka informationsbehov som kan tänkas uppstå
- vilka målgrupper som ska prioriteras
- vilka kanaler som är bäst lämpade

Kom ihåg att internkommunikation är ytterst viktig: Kommunens anställda är budbärare av information till medborgare, samtidigt som de själva kan ha behov av information.

4

#### Utse en person som svarar på frågor

Utse en talesman som har befogenhet att besluta vad som bör sägas vid t.ex. intervjuer. Se checklista 2 för tips vid mediekontakter.

5

#### Starta omvärldsbevakningen

Börja omedelbart att hämta in information från omvärlden. Det kan vara såväl fakta som ögonvittnesskildringar, rykten och människors egna beskrivningar av händelsen.

<sup>1</sup> I detta dokument används begreppen information och kommunikation likvärdigt, dvs. båda berör och beskriver hur vi ska arbeta med att kommunicera en kris.

<sup>2</sup> Kontaktuppgifter till informationsavdelningen sprids bl.a. via "kontaktkort" till chefer inom kommunen.



## 6

### Kontakta andra

Ta eventuellt kontakt med myndigheter och andra involverade för att samordna såväl informationsaktiviteter som budskap.

## 7

### Gå ut med en första information

Så snart det är möjligt ska vi gå ut med information om händelsen, även om det inte finns så mycket att berätta. Webbplatsen, kundtjänst, våra egna sociala medier samt media (presskonferens eller pressinformation) är de första kanalerna. Om det inte finns något annat att informera om ska vi berätta att vi vet att krisen inträffat, vem som ansvarar för krishanteringen, när ytterligare information kan lämnas och var man kan få mer information.

## Under krisens gång

### Målgrupper och kanaler

Använd de kanaler som är effektiva utifrån aktuella målgrupper, sammanhanget och händelsen. Kanalerna ska ge människor möjlighet att både få och lämna information. Rykten, frågor och viktig information som lämnas förmedlas till krisledningen.

Kommunens webbplats orebro.se och kundtjänst 21 10 00 är våra primära kanaler. De är också grunden för alla övriga informationskanaler. Några exempel på andra kanaler är: Media (pressinformation, presskonferens, meddelande i radio och TV), intranätet, sociala medier, enheters egna webbplatser, möten, särskild lokal för krisstöd, brev, flygblad, affischer, intern-TV, annonser.

Basinformationen ska vara densamma oavsett kanal. Däremot kan man behöva ha mer eller mindre detaljerad information beroende på kanal och målgrupp.

### Myndighetsmeddelanden

Svenska myndigheter har enligt lag möjlighet att sända meddelanden via Sveriges Radio, Sveriges Television, SVT Text, TV3, TV4, Kanal 5, TV8, ZTV samt de kommersiella radiokanalerna. Det finns två nivåer av meddelanden:

- **Informationsmeddelanden**  
Kommunen kan begära att få sända informationsmeddelande när normal verksamhet inte längre kan bedrivas. Det kan röra sig om inställda skolskjutsar på grund av snöoväder, störningar i vatten- och elförsörjning eller liknande situationer. Informationsmeddelanden sänds så snart som möjligt.
- **Varningsmeddelanden, VMA**  
VMA avbryter sändningar om det är omedelbar fara för liv, egendom eller miljö. Behöriga att begära sändning av VMA är räddningschef, räddningsledare, polismästare och räddningstjänstansvariga myndigheter på regional och central nivå.



## Samordna information med andra aktörer

Vi samarbetar med andra aktörer, för att dels samordna budskap och aktiviteter, dels informera varandra om bedömningar, beslut och agerande.

Samordningen är särskilt viktig vid extraordinära händelser (bilaga 2), då krisledningskommittén kan bedöma att myndigheterna ska ha ett gemensamt synsätt och fatta övergripande beslut. Detta innebär att samma information ska ges till alla mottagare, oberoende av vem som förmedlar det.

## Utveckla information med hjälp av frågor

Den information som lämnas av medborgare och andra, de frågor som ställs och de berättelser som sprids av människor via t.ex. sociala medier ska analyseras och fungera som ett underlag för fortsatta informationsinsatser.

## Ge specifik information till avgränsade grupper

Förutom allmän information som riktar sig till bredare grupper behöver vi ofta nå speciella grupper, med information som har betydelse enbart för dem. Det kan vara direkt inblandade, anhöriga, krispersonal eller politiker. De ska nås via riktade och särskilda kanaler. Innehållet i denna specifika information ska samordnas med den generella informationen.

## Testa och följ upp informationsbehoven

För att vara säker på hur information tas emot och förstås bör man testa budskapen på ett mindre antal individer inom den tänkta mottagargruppen innan informationen går ut.

Följ upp de inblandades behov av dialog och information genom att analysera de frågor som kommer in, vad som skrivs på sociala medier, mediebevakning, samtal med representanter för målgrupperna etc. Informationsinsatserna ska utgå från vad människor vill veta – inte enbart vad vi i kommunen vill berätta.

## Omvärldsbevakning och media

Omvärldsbevakningen, som inleddes i ett tidigt skede, ska pågå under hela krishanteringen. Det handlar om att följa vad som sägs, visas och skrivs i nyhetsmedier, sociala medier etc., dels för att få information om krisens utveckling och hur krisen upplevs, dels för att kontrollera om det förekommer rykten eller felaktig information.

För att bidra till att bilden av krisen i media ska bli så korrekt som möjligt, sett ur kommunens synvinkel, bör mediekontakterna hanteras av personer som har insyn i krisledningsarbetet och kännedom om hur media arbetar.

## Avveckling

När krisens kulmen har passerat bör informationsaktiviteterna trappas ned gradvis, även om informationsbehovet troligtvis fortsätter att vara stort en tid efter krisen. Lång tid efter en kris, vid en ”årsdag” eller liknande, kan informationsbehovet öka på nytt.

## Uppföljning

En skriftlig uppföljning av kriskommunikationsarbetet bör genomföras inom två veckor efter krisledningsgruppens avveckling, för att samla in värdefulla erfarenheter om vad som gick bra och vad som gick mindre bra i informationsaktiviteterna. Se checklista 3.



## Bilaga 1

### Informationsorganisation under kris

Oavsett händelsens storlek har informationsorganisationen sex huvuduppgifter vid kris:

- Samla in och analysera fakta, utifrån ett informationsperspektiv
- Omvärldsbevaka: Förse krisledningsgruppen med information, fakta, de bilder av händelsen som omvärlden har, samt de effekter som informationsinsatserna ger.
- Analysera informationsbehov
- Producera lättillgänglig och regelbunden information i de kanaler som passar situationen och målgrupperna bäst. Här är kommunens webbplats orebro.se utgångspunkt och grunden för övriga kanaler (kundtjänst, upplysningscentral, sociala medier, trycksaker, radiomeddelanden etc.)
- Samverka med krisledning, informatörer, nätverk, myndigheter, media och andra externa aktörer
- Följa upp och utvärdera effekterna av information

De som bemannar informationsorganisationen vid kris ska ha tydliga roller med tydliga uppdrag. Vissa funktioner kan innehas av en eller flera personer. En person kan också ha flera uppdrag; händelsens art avgör bemanningen.

Vid större händelser bör funktionerna II-VI nedan ha en gemensam arbetsledare.

### Olika roller

#### I Strategisk roll

Kommunikationsdirektör ingår i den centrala krisledningsgruppen om krisens omfattning innebär att en sådan har startat, och har där en strategisk roll. Se även bilaga 2 för kommunikationsdirektörens roll vid extraordinära händelser.

En representant från informationsavdelningen, vanligtvis någon av informationsstrategerna, ingår i den lokala krisledningsgruppen om krisens omfattning innebär att en sådan har startat, d.v.s. en grupp inom den enhet som har huvudansvar för den verksamhet där något inträffat. Denne har ett nära samarbete med kommunikationsdirektör, bland annat för att bedöma vilka informationsresurser som krävs.

#### II Samordning

Ansvarar för samordning av informationsarbetet inom organisationen, med nätverk som kan bidra med t.ex. mångkulturell kompetens och med externa aktörer. Uppgifter här är:

- Samverka med externa aktörer för att få kunskap om händelseförloppet och för att den information som ges till anställda, allmänhet och media är likartad och korrekt oavsett avsändare.
- Samverka med personer eller nätverk som kan bidra i kommunikationsarbetet, t.ex. Modersmålsavdelning för mångkulturell kompetens, personal på RGD/RGH för teckenspråkskompetens, eller psykologer för kompetens i hur människor kan reagera på och ta till sig information vid kriser.



- Kontakt med Tolk- och översättarservice för att beställa översättningar av information som tas fram.
- ”Budbärare” mellan krisledningsgrupp och övrig informationsorganisation.

### III Analys- och omvärld

Ansvarar för insamling av fakta, omvärldsbevakning samt en första analys av lägesinformationen. Uppgifter här är:

- Samla in fakta från verksamhetsansvarig, ev. räddningsledare eller insatschef eller andra insatta personer.
- Samla in medias bild av händelsen, inkl. det som skrivs på bloggar och andra sociala medier.
- Sammanställa och analysera allmänhetens bild av händelsen, t.ex. genom att följa sociala medier eller genom att kontakta nätverk, kollegor, vänner etc. för att få en bild av vad som sägs på arbetsplatser, ”på stan” etc.
- Dokumentera informationsåtgärder.
- Analysera det insamlade och skriva korta rapporter som lämnas till krisledningsgrupp.

### IV Produktion

Ansvarar för att ta fram information, såväl den som kommunen har planerat att föra ut som den som efterfrågas. Underlag är de sammanställningar som funktion III tar fram, och de beslut som tas i krisledningsgrupp. Uppgifter här är:

- Ta fram faktaunderlag till ledningsgrupp och media
- Skriva texter och ta fram ev. grafiska bilder
- Publicering på intranät, webbplats och kommunens sociala medier.
- Produktion av brev, flygblad, affischer etc.
- Stöd till kundtjänst (och upplysningscentral), t.ex. ta fram ”vanliga frågor och svar på dem”

### V Kundtjänst och upplysningscentral

Kundtjänsten har ofta många kontakter med intresserade som vill veta vad som hänt, hur kommunen agerar, hur man själv ska agera etc. Kommunens centrala krisledning kan också bedöma att krisen leder till så många samtal att en del av kundtjänsten ska övergå till att bilda en s.k. upplysningscentral, med ett särskilt telefonnummer för frågor om krisen.

Ansvarar för att svara på frågor via telefon, sociala medier och e-post. Ansvarar för att vidarebefordra information/frågor som kommer från allmänheten till informationsorganisationen.



### VI Press

Ansvarar för att ta emot och förmedla de kontakter som media vill ha, för att arrangera presskonferenser och skriva pressinformation.

Underlag till pressinformation är de rapporter som grupp II tar fram, och de beslut som tas i krisledningsgrupp.

Uppgifter här är:

- Skriva och skicka pressinformation och/eller inbjudningar till presskonferens.
- Arrangera presskonferenser och pressvisningar.
- Föra anteckningar vid presskonferenser, alternativt spela in (enbart ljud eller film).
- Boka tid för enskilda intervjuer med kommunens representanter som media vill intervjua.
- Samordna service gentemot media, t.ex. ta fram faktaunderlag.

### VII Uppföljning och utvärdering

Under arbetets gång bör enkla uppföljningar av informationsaktiviteterna göras.

Efter den mest kritiska fasen i krisen bör en grundligare utvärdering göras så snart som möjligt, med stöd av checklista 3.

Den representant från informationsavdelningen som ingår i krisledningsgruppen ansvarar för att följa upp kriskommunikationen.





## Bilaga 2

### **Extraordinär händelse – ansvaret går över till central nivå**

En extraordinär händelse är en större händelse som överväldigar Örebro kommun samt hotar att radera kommunens styrsystem och att få vardagen att kollapsa. Det är inte lokalt avgränsade, vardagliga kriser utan kriser av en omfattning som omkullkastar normala verksamheter, som orsakar ett stort mediepådrag, som involverar kommunledningen och som orsakar stora mänskliga och/eller materiella förluster samt hotar grundläggande värden.

Exempel på sådana kriser är översvämningar, snöstormar, tekniska haverier, svåra olyckor, sabotage eller kidnappningar. De kännetecknas av att:

- beslut måste fattas som involverar många aktörer,
- besluten måste fattas under svår tidspress,
- det existerar en känsla av osäkerhet,
- aktörerna står hela tiden inför nya situationer,
- insatser av många aktörer måste koordineras,
- tillgången till information om vad som hänt är till en början begränsad,
- improvisation och flexibilitet är nödvändiga,
- medierna är i hög grad involverade i krisförloppet

Av detta följer att kommunledningen vid en kris omedelbart blir indragen i det akuta skeendet såväl av yttre som av inre tryck.

#### Ansvar

Om en kris av den här arten drabbar Örebro kommun leds kommunen av en krisledningsnämnd, med hjälp av ett särskilt tillsatt krisledningsutskott som ansvarar för den löpande krisledningen. Det är ordförande i krisledningsnämnden som bedömer när en extraordinär händelse medför att denna organisation ska gå igång.

Krisledningsnämnden och -utskottet har hjälp av en krisledningskommitté, som ska samordna, bereda och verkställa utskottets beslut. Kommittén leds av kommundirektören, och där ingår kommunens kommunikationsdirektör.

Det övergripande informationsansvaret finns också hos krisledningsnämnden/-utskottet och krisledningskommittén. Informationsorganisationen och informationsarbetet ser ut så som det beskrivs i bilaga 1, omfattningen avgörs av kommunikationsdirektören.



## Bilaga 3

### Definitioner, mål och ansvar

#### Vad är en kris?

En kris kännetecknas av att:

- beslut måste fattas som involverar många aktörer,
- besluten måste fattas under svår tidspress,
- det existerar en känsla av osäkerhet,
- aktörerna står hela tiden inför nya situationer,
- insatser av många aktörer måste koordineras,
- tillgången till information om vad som hänt är till en början begränsad,
- improvisation och flexibilitet är nödvändigt,
- medierna är i hög grad involverade i krisförloppet.

**Särskild händelse** är en händelse som avviker från det som betraktas som normalt. Den ”stör vardagen” och kräver snabba insatser och beslut. Den skapar ofta ett stort intresse från allmänhet och media.

**Extraordinär händelse** är en händelse som avviker från det normala, innebär en allvarlig störning eller överhängande risk för allvarlig störning och kräver skyndsamma insatser. Den skapar ett stort intresse från allmänhet och media.

År 2002 kom lagen om extraordinära händelser.

#### Vad är kriskommunikation?

Kriskommunikation handlar om att hantera bilden av en kris, inte att hantera krisen i sig. En kris innebär ett stort behov av information, hos inblandade, allmänhet och media. Ansvariga, inblandade och utomstående får och skaffar sig olika bilder av det som inträffat. Människor tolkar och berättar om vad som hänt, rykten sprids, media rapporterar etc. Händelseförloppet kan vara snabbt vilket kan göra det svårt att samla in fakta, och det i sin tur gör att felaktiga uppgifter kan cirkulera. En kris kännetecknas också av komplexitet och osäkerhet. Därför är det ytterst viktigt att Örebro kommun arbetar professionellt med information och kommunikation vid kriser.

#### Mål för Örebro kommuns kommunikation vid kriser

Kriskommunikation ska:

- Bidra till att minimera skador på människor, djur, natur och miljö samt den egna organisationen.
- Medverka till att Örebro kommun så snart som möjligt återgår till ett normalt läge.
- Vara utformad på ett sådant sätt att kommunen framstår som trovärdig, öppen, tillgänglig, snabb och tydlig.

#### En stor del av krishanteringen

Kommunikation är en stor del av krishanteringen. Därför ska informationsavdelningen kopplas in tidigt vid en kris. I bilaga 1 beskrivs informationsorganisationens uppdrag vid en kris.

Hur kommunikationsarbetet bedrivs i det första skedet av en kris är avgörande för



det fortsatta arbetet och förtroendet. Den första beskrivningen av händelsen kan leva kvar länge och påverkar människors uppfattning om det inträffade och rapporteringen i media. Genom att arbeta professionellt med kriskommunikation visar vi att vi tar ansvar, är handlingskraftiga och måna om medborgarna.

Informationen kan variera i form, men inte beroende på vem som är avsändare. Den ska ge konkreta fakta om händelsen, liksom om vad olika aktörer planerar att göra och när. Innehållet i informationen kan förändras över tid, beroende på händelseförlopp, faktainsamling, beslut eller vad vi får veta om hur människor upplever det inträffade.

### Ansvar, närhet och likhet

Kriskommunikation, liksom den övriga krishanteringen, ska ske utifrån tre principer: Ansvarsprincipen, närhetsprincipen och likhetsprincipen. Kriskommunikationsarbetet ska:

- Vara nära den ansvariga krisledningsgruppen – den som har verksamhetsansvar har också informationsansvar.
- Utgå från händelsens centrum.
- Om möjligt följa den ordinarie informationsorganisationen och de ordinarie informationsrutinerna – en framgångsrik kommunikation i kris är beroende av att kommunikation med anställda, medborgare, media etc. fungerar väl till vardags.

Undantag från dessa principer kan göras vid extraordinära händelser, se bilaga 2.

### Saklighet, öppenhet, lättillgänglighet, professionalitet

Riktlinjerna för kriskommunikation utgår från ”Policy för information och kommunikation”, som är grunden för allt informations- och kommunikationsarbete i Örebro kommun till vardag och vid kris. Där är nyckelorden: Saklighet, öppenhet, lättillgänglighet och professionalitet.

Riktlinjerna anger hur vi ska arbeta med kommunikation vid kriser, samtidigt som den ger utrymme för improvisation, kreativitet och snabbt beslutade insatser.

### Respekt och trovärdighet

Informationen som Örebro kommun ger ska vara saklig och öppen, samtidigt som den ger utrymme för en känsla för empati och inlevelse. Medborgarna i Örebro kommun har rätt till allmän information om vad som hänt, varför det hänt, hur kommunen agerar etc.

Respekt för människors oro och utsatthet är grundläggande för informationsarbetet. Korrekt och snabb information kan vara en viktig del av individers personliga krisbearbetning; vi kan bidra till att människor återfår en viss känsla av kontroll i en omvälvande situation.

Informationen ska presenteras på sådant sätt som mottagarna förstår. Vi ska undvika svåra facktermer och såväl innehållet som språket måste vara känsligt för mottagarnas psykologiska behov. Detta ställer dels krav på att vi har kunskap om olika människors kultur, historia, kunskap och värderingar, dels på att vi anpassar informationen till olika funktionshinder och till andra språkgrupper.

Vi ska vara öppna för dialog med både berörda och en bredare allmänhet, och ha beredskap för att svara på frågor och bidra med relevant information där händelsen diskuteras, t.ex. på möten eller i sociala medier.



### Media vid kriser

Kommunen måste anpassa sig till mediernas villkor. De vill ha fakta och uttalanden från ansvariga och ofta komma nära händelsens centrum. De vill intervjua både berörda och beslutsfattare. Utländska medier kan behöva information om det svenska statskicket och hjälp med översättningar. I kriskommunikationsarbetet ska vi så långt det är möjligt tillmötesgå kraven från media, samtidigt som vi ska sätta de inblandade och deras behov i första rummet.



# 1. Checklista för kriskommunikationsarbete

## Vad har hänt?

Vad har hänt?  
Vilka är inblandade?  
När och var hände det?  
Vad händer nu?  
Vem är ansvarig?  
När får vi information?

## Vilka behöver ha information?

Ledning (tjänstemän, politiker).  
Inblandade.  
Anhöriga och kamrater.  
Media.  
Personal.  
Kundtjänst. Receptioner.  
Övriga anställda.  
Allmänhet.  
Andra?

## Hur och var nå ut?

Möten.  
orebro.se och IOR.  
Telefon, inkl. kundtjänst.  
Sociala medier.  
Brev och informationsblad.  
Anslagstavla/TV-monitor.  
Media.  
Andra kanaler?

## Dokumentera!

Spara pressinfo, brev, flygblad m.m. som går ut.  
Anteckna från infomöten, presskonferens etc.  
Skriv logg- eller dagbok.  
Samla artiklar/inslag från tidningar, radio, TV och Internet.

## Håll ut och följ upp!

Fyll på med information utifrån nya fakta, inkommande frågor rykten, medieinslag mm. Följ upp och utvärdera informationsinsatser (kanaler, innehåll, rutiner, ansvar, etc.) – löpande och direkt efter den ”värsta krisen”.

## Tips!

Sök fakta från säkra källor.  
Spekulera inte eller ge för tidiga löften.  
Ta reda på rykten; snacket på stan, i sociala medier och via mobiler är i full gång.  
Ta reda på vad media redan berättat och fundera över hur de kommer att vinkla händelsen.

## Tips!

Många ”vet” redan mycket. Förmedla därför snabbt korrekt information.  
Att informera om att man inte har någon information är också information: Tystnad ger sken av att man döljer något.  
Bjud tidigt in till möte med närmast berörda.  
Förse ledningen med fakta, mediebilder och rykten.  
Förse kundtjänst och relevanta receptioner med fakta.  
Interninfo är viktigt – de anställda bär också information vidare.  
Lyssna, besvara och ta tillvara på inkommande frågor och information.  
Bjud tidigt in till pressinfo.

## Tips!

Det personliga mötet är viktigast för närmast berörda.  
Använd lokaler, för möten med berörda, som är bekanta och skyddade från media.  
Använd kanaler som används till vardags till aktuella målgrupper.  
Samordna informationen i olika kanaler.  
Använd ett enkelt språk och respektfullt tilltal.

## Tips!

Förbered pärm/tidskriftshållare för pressklipp, skickade och inkommande brev och infoblad, minnesanteckningar etc. – för ledningsgrupp, informatörer och andra som behöver snabb inblick om vad som gjorts.  
Notera viktiga fakta på whiteboard – enkelt att få överblick över vad som planeras och genomförts.



## Checklista 2. Råd inför mediekontakter

### Alltid vid mediekontakter:

- Se intervjun som en möjlighet.
- Var tillgänglig. Ring tillbaka snarast om det inte passar ”just nu”.
- Ta det lugnt, tänk genom ditt budskap i förväg.
- Ta ansvar, erkänn fel, var ärlig och visa empati.
- Var saklig och svara på frågorna, ge journalisten fakta.
- Håll dig inom ditt eget yrkesområde.
- Utgå från att allt är ”on the record”.

### Aldrig vid mediekontakter:

- Ljuga, gissa eller spekulera.
- Bli upprörd eller arg.
- Haka på journalistens spekulationer eller rykten.
- Använda facktermer eller byråkratiskt språk.
- Diskutera individer eller sådant som är sekretessbelagt.
- Använda uttrycket ”ingen kommentar”
- Lova saker utan att det är genomtänkt eller förankrat.



### 3. Checklista för uppföljning av kommunikationsarbetet

En uppföljning i så nära anslutning som möjligt till krisen bör beskriva:

1. **Bakgrund**, dvs. vad gällde krisen, vilka berördes etc.
2. **Organisation och struktur**, dvs. vem som arbetade med kommunikationsfrågor, hur fungerade roller, ansvar och samarbeten (internt och med andra aktörer), hur var kommunikation en del av krisledningens arbete, fanns en plan för kommunikationsarbetet etc.

Lyft vad som fungerade väl och vad som kan förbättras. Lyft också ev. behov av förändringar för att nå förbättringarna.

3. **Vilka kanaler användes för vilka målgrupper.**

Lyft vad som fungerade väl och vad som kan förbättras. Lyft också ev. behov av förändringar för att nå förbättringarna.

4. **Vilka aktiviteter planerades och genomfördes.**

Lyft vad som fungerade väl och vad som kan förbättras. Lyft också ev. behov av förändringar för att nå förbättringarna.

5. **Information och dialog**, dvs. hur fungerade den information som vi tog fram, hur fungerade vårt arbete med att svara på frågor och inlägg, hur tog vi tillvara på frågor och inlägg för dels att utveckla information, dels i ledningsarbetet etc.

Lyft vad som fungerade väl och vad som kan förbättras. Lyft också ev. behov av förändringar för att nå förbättringarna.

6. **Media**, dvs. vad fokuserade media på, hur arbetade vi med mediekontakter etc.

Lyft vad som fungerade väl och vad som kan förbättras. Lyft också ev. behov av förändringar för att nå förbättringarna.

Uppföljning av kriskommunikationsarbetet hänger samman med hur man följer upp krishanteringen som helhet. En uppföljning kan ske subjektivt i den grupp som arbetade med krisen och kriskommunikation, eller genom att man tar hjälp av medborgare och andra som får ge sin bild. Beroende på händelsen så kan uppföljningen naturligtvis variera i omfattning; är det en större händelse som krävt stora kommunikationsinsatser kan det vara bra att anlita någon utomstående som gör uppföljningen.

