



Referens  
Marica Nordwall

Mottagare  
Kommunstyrelsen

## Riktlinje för kriskommunikation

### Vad är kriskommunikation?

Kriskommunikation är utbyte av information inom och mellan organisationer, medier, berörda individer och grupper, före, under och efter en kris.

God kriskommunikation är att kunna kommunicera effektivt före, under och efter krisen och kunna definiera olika målgrupper och anpassa kommunikationen till dem. God kriskommunikation är också en förmåga att inhämta information, analysera den och kommunicera.

Kriskommunikationen ska bidra till att sprida snabb, tillförlitlig och tydlig information så att ryktesspridning motverkas. Det handlar också om att ge berörda individer och grupper så goda förutsättningar som möjligt att fatta bästa möjliga egna beslut.

God kriskommunikation ska skapa ett gott förtroende för kommunen och kommunens förmåga att hantera kriser. Det är en av de viktigaste delarna i en effektiv krishantering och påverkar även utfallet av krisen. En kris där kommunikationer är bristfälligt kan medföra en förtroendekris som tar lång tid att reparera.

### Syftet med riktlinjerna

Riktlinjens huvudsyften är att:

- beskriva hur kommunikationsarbetet ska genomföras och hur ansvaret för kriskommunikationen fördelas,
- ge organisationen goda förutsättningar att agera snabbt, genomtänkt och effektivt så att krisens effekter undviks, begränsas eller lindras,
- vara ett konkret stöd i kommunikationsarbetet innan, under och efter en kris samt
- bidra till att höja medvetenheten om kriser, kriskommunikation och krishantering hos alla medarbetare.

### När ska riktlinjerna för kriskommunikation användas?

Riktlinjerna för kriskommunikation ska användas när krisledningsorganisationen är aktiverad eller i alla slags situationer då delar av kommunens verksamhet eller hela

verksamheten är drabbad av en kris eller på något sätt är utsatt för extra hårt tryck eller av andra skäl behöver förstärkt och intensifierad kommunikation.

### **Utvärdering av riktlinjerna**

Utvärdering av kriskommunikationsriktlinjerna ska göras varje mandatperiod år eller vid behov, till exempel efter kriser eller genomförda krisövningar.

### **Krav på vår kriskommunikation**

Vår kriskommunikation ska vara:

#### **Snabb**

Vi ska ge information så fort det är möjligt, oavsett hur mycket eller hur lite det finns att berätta. Den bild av krisen som växer fram de första timmarna är svår att ändra på senare. Därför gäller det att vi så snabbt som möjligt ge vår första bild av händelsen och på så sätt bidra till en systematisk och effektiv krishantering. Vår ambition ska vara att ligga steget före händelseförloppet och försöka förutse informationsbehoven.

#### **Trovärdig**

Genom att vi strävar efter att alltid vara öppna, ärliga och kompetenta lägger vi grunden för en hög trovärdighet i alla lägen. En organisation med hög trovärdighet har större förutsättningar att lyckas med sin kommunikation. Det stora arbetet – att skapa en grund för trovärdigheten – görs långt innan krisen är ett faktum.

#### **Öppen**

Vid en kris är det mycket viktigt – och ofta svårt – att arbeta med öppenhet som ledord. Vi ska ta hänsyn till olika aspekter av krisen,, svara på frågor, förklara beslut och överväganden.. Öppenhet kan därför innebära att vi är tydliga och öppna med att vi inte kan berätta vissa saker på grund av till exempel sekretess eller av annan hänsyn till enskilda medborgare.

#### **Saklig**

Vår information ska bygga på fakta. Vi ska under inga omständigheter spekulera eller föra obekräftade uppgifter vidare. Det innebär att vi lämnar så uttömmande svar som möjligt, utan att tro, anta eller förutspå något.

#### **Tillgänglig**

Informationen ska vara lätt att hitta och lätt att förstå. Vi ska använda klarspråk, ett språk som är tydligt, enkelt och korrekt, så att så många som möjligt kan förstå vad vi vill säga. Vi ska hålla kommunens webbplats uppdaterad med senaste informationen, svara i telefonen och företrädare för kommunen ska vara beredda att svara på frågor och i vissa fall infinna sig på viktiga platser för att ge muntlig in-

formation. Det är viktigt att organisationens chefer ser det som en naturlig del i deras chefsroll att informera om sin verksamhet – även i svåra stunder som kriser.

#### Empatisk

Det mänskliga perspektivet, empati och respekt ska genomsyra kriskommunikationen. Grunden för en god kriskommunikation är att vi har empati, inlevelse och förståelse för de som drabbas. En förståelse för dem som vill ha eller kräver information är också viktig, trots att man själv kanske inte kan ge den.

#### Entydig

Vi ska anpassa innehållet i vår kommunikation beroende på målgrupp men på följande punkter måste budskapen vara entydiga:

- vår bedömning av krisen och
- våra åtgärder.

#### Målgrupper

Följande målgrupper är prioriterade i kommunens kriskommunikationsarbete:

##### Medarbetare

Kommunens medarbetare ska kontinuerligt få information om läget, hur deras eget arbete påverkas och hur de själva ska kommunicera. De är med andra ord både en målgrupp och en kanal. Fungerande intern kommunikation är direkt avgörande för hur effektivt övrig kriskommunikation kommer att fungera. Bristfällig eller motstridig intern information kan leda till en försvagad krishantering och, i värsta fall, förtroendekriser.

##### De som bor och vistas i kommunen

Att de som bor och vistas i kommunen får information om en pågående kris är viktigt dels för deras förtroende för kommunen, men framförallt för deras möjligheter att fatta egna beslut under krisen och därmed öka sin trygghet.

##### Media

Det är viktigt att kommunen snabbt och på ett trovärdigt sätt ger sin bild av krisen och löpande förse media med en uppdaterad bild av läget.

##### Tjänstemanna- och politisk ledning

Vi ska också uppdatera ledningen om pågående krissituationer i kommunen.

##### Fackliga organisationer

De fackliga organisationerna ska också få information om pågående krissituationer i kommunen.

2015-05-19

Dnr KS/2014:292

### **Talespersoner i krissituationer**

Vem/vilka som är talesperson utses vid varje specifik krissituation. Den som är utsedd till talesperson i en krissituation ska sedan tidigare vara utbildad i att möta media och i situationen få stöd, coaching och medie- och budskapsträning av en kommunikatör för att känna sig trygg i rollen.

Följande talespersoner kan vara aktuella:

#### **Verksamhetschefer**

Verksamhetsansvariga har ett särskilt ansvar att företräda sin verksamhet. Den som står närmast verksamheten ska kunna uttala sig om verksamheten och företräda sin verksamhet i media.

#### **Tjänstemannaledningen**

Kommundirektören och förvaltningscheferna företräder kommunövergripande respektive förvaltningsövergripande frågor.

#### **Ämnesområdesspecialisterna**

Ämnesområdesspecialister som har mest kunskap om frågan eller projektet, till exempel IT-chef, ekonomichef, konsumentvägledare, trygghetssamordnare eller projektledare.

#### **Kommunens politiska ledning**

Kommunstyrelsens ordförande, vice ordförande och nämndordföranden företräder sina nämndfrågor.

### **Extern samverkan**

Vilka aktörer man samverkar med för att samordna krishantering och kriskommunikation kan variera från fall till fall. Exempel på aktörer: räddningstjänsten, polisen, Samverkansfunktionen Stockholms Län, länsstyrelsen, landstinget och större företag i kommunen.

Samverkansfunktionen Stockholms Län samordnar informationen till allmänheten inom länet vid en större kris. Samverkan med länsstyrelsen är också prioriterat när det gäller gemensamma operativa insatser liksom användning av webbplatsen krisinformation.se.

## **Roller och ansvar för kriskommunikation**

### Verksamhetsansvarig

Precis som i övrigt kommunikationsarbete följer kommunikationsansvaret det egna verksamhetsansvaret. Kriskommunikationen ska därför planeras och förmedlas av ansvarig för den berörda verksamheten, så långt det är möjligt.

### Förvaltningens kommunikatör

- stöttar berörd verksamhetschef i dess kriskommunikationsarbete,
- ansvarar för kommunikationen då den förvaltningsspecifika krisledningsorganisationen är aktiverad,
- håller kommunikationschefen informerad och
- säkerställer att förvaltningsledning och nämndens politiska ledning är informerade om krisen.

### Kommunikationschefen

- ansvarar för riktlinjerna för kriskommunikation och uppföljningen av riktlinjer,
- ansvarar för kriskommunikationen när den centrala krisledningsorganisationen är aktiverad,
- ansvarar för att samordna kriskommunikationen då fler än en förvaltning är inblandad i krisen,
- ansvarar för att det finns en utbildad kriskommunikationsgrupp,
- ansvarar för att aktivera kriskommunikationsgruppen och
- säkerställer att kommunledningsgruppen (klg) och den högsta politiska ledningen är informerade om krisen.

### Kriskommunikationsgruppen

- Kriskommunikationsgruppen består av samtliga kommunikatörer och informatörer i kommunen.
- Kommunikationschefen eller dennes ställföreträdande leder kriskommunikationsgruppens arbete.
- Gruppen kan kallas in:
  - när en omfattande kris uppstår då hela kriskommunikationsorganisationen behövs,
  - när en kris pågår under lång tid och avlastning behövs,
  - när kommunikatörsresurser inte räcker till i kriskommunikationsarbetet och
  - om förvaltningskommunikatör är personligt drabbad av krisen.

2015-05-19

Dnr KS/2014:292

- **Kriskommunikationsgruppen** ska ha uthållighet för händelser som kräver resurser under en längre tid. Gruppen bör kunna arbeta enligt rullande schema i upp till en veckas tid.

### **Kompetenskrav och bemanning**

Det ska finnas kompetens och bemanning i riskkommunikationsorganisationen för att följande arbetsuppgifter ska kunna genomföras i en krissituation.

**Mediakontakter:** Ge service till medierna, ta emot förfrågningar, skriva pressmeddelanden och anordna presskonferenser. Ha kompetens att hjälpa talespersoner att formulera tydliga budskap och talepunkter, samt stödja talespersonerna i sina kontakter med media.

**Omvärldsbevakning och analys:** Bedöma vilken typ av information olika grupper behöver, fortlöpande analysera olika aktörers insatser, bevaka krisens förlopp samt följa bilden av krisen i media. Ha kompetens att omvärldsbevaka samt sammanställa och vidarebefordra information till krissamordningsgruppen och övriga riskkommunikatörer.

**Webbpublicering och sociala medier:** Ansvara för att publicera och uppdatera information på [www.botkyrka.se](http://www.botkyrka.se), intranätet Botwebb och sociala medier. Ha kompetens att skriva artiklar och sammanställa listor med frågor och svar samt kunskap i webbpubliceringsverktyg och publicering i olika sociala medier.

**Interninformation:** Medverka till att kommunens anställda får kontinuerlig information om händelseutvecklingen och om vad de kan göra för att bidra till att lindra effekter eller skydda sig själva. Ha kunskap om organisationen och metoder för att sprida information internt i organisationen.

**Upplysningar:** Fungera som länk mellan kommunikationsverksamheten och kontaktcenter och reception och förmedla informationsbehov till kommunikationsverksamheten. Ha kunskap om kontaktcenters arbetssätt och krisledningsorganisationen.

**Informationsproduktion:** Ansvara för att ta fram fakta, till exempel beslut, rapporter, statistik, kartor och bilder. Ha kompetens inom bildhantering, grafisk produktion samt databas- och internetsökning.

**Flerspråkig kommunikation:** Ansvara för att ta fram information på olika språk eller se till att material blir översatt när så behövs. Ha kunskap om kommunens språkgrupper och hur man snabbt kommer i kontakt med tolkar och hur man snabbt får hjälp med översättning

**Dokumentation/loggförare:** Ansvarar för att dokumentera och föra logg över kriskommunikationsgruppens arbete och de kommunikationsinsatser som genomförs.

### **Kriskommunikationskanaler**

I kriskommunikationsarbetet används främst följande kanaler:

**Intranätet Botwebb** – ska alltid innehålla en aktuell lägesrapport utifrån medarbetarnas behov. Intranätet ska vara den interna ”urkällan” för de kommunanställda. Medarbetarmöten kan vara ett viktigt komplement.

**Extern webbplats och sociala medier** – är de viktigaste utåtriktade kanalerna. Externwebben och intranätet ska alltid hållas uppdaterade så att man alltid kan hänvisa alla externa målgrupper dit. Aktuell lägesrapport såväl som fördjupad information samlas där. Budskap i sociala medier utgår från det som finns på hemsidan. När det är relevant samarbetar vi med våra bolag och använder deras kommunikationskanaler.

**Kontaktcenter, reception och medborgarkontor** ska hänvisa till och hämta sin information från intranät och hemsida, i de fall de inte hänvisar till en eller flera personer. Men de ska också hållas uppdaterade vid varje viktig förändring.

**Media** Förutom via webben informerar vi media via telefonsamtal, pressmeddelanden och intervjuer, pressträffar eller presskonferenser. Lokal media uppmärksammas särskilt.

**Myndighetsmeddelanden till allmänheten** – kan alltid skickas ut via P4, oavsett tid på dygnet.

**VMA** – Viktigt meddelande till allmänheten – är inte en kommunikationskanal, utan begärs av räddningsledare eller motsvarande då en allvarig situation eller en extraordinär händelse inträffat eller avhjälpes. Sänds i både public service och kommersiell media.