

# KRISKOMMUNIKATIONSPLAN

Dnr KS/2012:200-168



# Innehåll

1	Kriskommunikationsplanens syfte .....	3
2	Användning av kriskommunikationsplanen .....	3
2.1	När ska kriskommunikationsplanen användas?.....	3
3	Syfte och mål för kriskommunikation.....	3
3.1	Strategi och ledord för kriskommunikation .....	4
4	Målgrupper.....	4
4.1	Medarbetare .....	4
4.2	Allmänheten.....	5
4.3	Media .....	5
5	Organisation, ansvar och roller.....	5
5.1	Ansvar och ledning.....	5
5.2	Talespersoner.....	5
5.3	Kriskommunikation: kompetenskrav och bemanning .....	5
6	Kommunikationskanaler .....	6
6.1	Utvärdering av planen .....	6

## 1 Kriskommunikationsplanens syfte

Kriskommunikationsplanen kompletterar Krisledning i Sigtuna kommun – Ledningsplan för extraordinära händelser, höjd beredskap och andra allvarliga händelser (Dnr KS/2011:691). Kriskommunikationsplanens huvudsyften är att i normalläge

- beskriva kommunikationens roll i kris och hur kommunikationsarbetet då ska bedrivas
- bidra till att höja medvetenheten om kriser, kriskommunikation och krishantering hos alla medarbetare

vid allvarlig händelse

- ge organisationen goda förutsättningar att agera snabbt, genomtänkt och effektivt
- vara ett konkret stöd i kommunikationsarbetet

efteråt

- ge stöd till en gradvis nedtrappning, så att kommunen fortfarande är handlingskraftig om krisen skulle blossa upp igen eller övergå i ett nytt skede.
- ge stöd till utvärdering av kriskommunikationsarbetet, bland annat dokumentation av förlopp, insatser och erfarenheter.

Vid extraordinära händelser har kommunens krisledningsnämnd det övergripande ansvaret för kommunens information och tar hjälp av krissamordningsgruppen, och ytterst kriskommunikationsgruppen, för genomförandet.

## 2 Användning av kriskommunikationsplanen

### 2.1 När ska kriskommunikationsplanen användas?

Kriskommunikationsplanen eller delar av den kan användas i alla slags situationer då delar av verksamheten eller hela verksamheten på något sätt är utsatt för hårt tryck eller av andra skäl behöver förstärkt och intensifierad kommunikation.

## 3 Syfte och mål för kriskommunikation

Sigtuna kommuns krishantering har som mål att de som bor och vistas i kommunen under en kris upplever största möjliga trygghet och säkerhet. Kriskommunikationens syfte är att bidra till detta genom att sprida snabb, tillförlitlig och tydlig information så att

- krisens effekter avhjälpas, begränsas eller lindras
- förtroendet för kommunens förmåga att hantera krisen bevaras eller återställs
- ryktesspridning motverkas
- alla medborgare och andra aktörer får så goda förutsättningar som möjligt att fatta egna beslut
- kommunens funktioner så snart som möjligt återgår till det normala.

## 3.1 Strategi och ledord för kriskommunikation

Kriskommunikationen ska

- målgruppsanpassas
- upprepas, varieras och följas upp
- samordnas med andra aktörer och samarbetspartner

De ledord för kommunikation som gäller i Sigtuna kommun utifrån kommunens Riktlinjer för information och kommunikation - KS 04/224-014, gäller också för kriskommunikation:

**Snabb:** Information ska ges 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 så snabbt som möjligt ge en korrekt bild av händelsen och på så sätt bidra till en systematisk och effektiv krishantering.

**Aktiv:** De vanligaste frågorna ska besvaras i lämpliga kanaler, mediebilderna av krisen ska analyseras och fakta bemötas. Ambitionen ska vara att ligga steget före och försöka förutse informationsbehoven.

**Tillgänglig:** Information ska vara lätt att hitta och lätt att förstå. Webben uppdateras, telefonsamtal besvaras och företrädare för kommunen är beredda att svara på frågor och i vissa fall infinna sig på viktiga platser för att ge muntlig information.

**Öppen:** Olika aspekter ska beaktas, frågor besvaras och beslut och överväganden förklaras och motiveras.

**Saklig:** Informationen ska bygga på fakta. Inga spekulationer eller obekräftade uppgifter får förekomma. Det innebär att vi lämnar så uttömmande svar som möjligt, utan att tro, anta eller förutspå något.

Dessutom ska kriskommunikationen vara

**Empatisk:** Det mänskliga perspektivet, medkänsla och respekt ska genomsyra kriskommunikationen.

## 4 Målgrupper

### 4.1 Medarbetare

Kommunens medarbetare ska kontinuerligt få information om läget, hur de kan bidra i arbetet och hur de vid eventuella frågor kan informera om det arbete som kommunen genomför. Fungerande intern information är direkt avgörande för hur effektiv övrig kriskommunikation kommer att bli. Bristfällig eller motstridig intern information kan leda till en försvagad krishantering och, i värsta fall, förtroendekriser.

När medarbetare själva direkt drabbas finns särskilda föreskrifter från Arbetsmiljöverket (AFS).

## 4.2 Allmänheten

Allmänheten behöver känna till vad som har hänt, samt eventuella varningar och rekommendationer, så att de kan förebygga ytterligare skada och känna förtroende för kommunens krishantering liksom trygghet för egen del.

## 4.3 Media

Liksom medarbetarna är media både målgrupp och kanal. Därför är det viktigt att kommunen snabbt och på ett trovärdigt sätt lyckas ge sin bild av krisen och löpande förse media med en uppdaterad bild av läget.

# 5 Organisation, ansvar och roller

## 5.1 Ansvar och ledning

**Sigtuna kommuns krisledningsorganisation anpassas till olika händelser**, allt från att en enskild förvaltning hanterar frågan själv till att krisledningsnämnden träder in. Information ges av ansvarig för den berörda verksamheten, så långt det är möjligt. Kommunikationschefen, trygghetschefen och kommundirektören eller av denna utsedd stabschef ingår alltid i krisledningsorganisationen.

**Kommunikationschefen ansvarar för kriskommunikationsplanen** och för genomförandet av de informationsinsatser som bedöms nödvändiga, samt för att det finns en bemannad kriskommunikationsgrupp. Kommunikationschefen eller dennes ställföreträdande leder kriskommunikationsgruppens arbete.

**Tjänstemannen i beredskap (Tib) säkerställer kontakten** i varje krisläge mellan den berörda förvaltningen och kommunikationschefen, så att de kan planera nödvändiga insatser tillsammans.

## 5.2 Talespersoner

Kommundirektör, biträdande kommundirektör, förvaltningschefer samt medarbetare med expertkunskaper inom aktuellt område ska kunna agera talesperson. Dessa utvalda personer ska alla ha fått utbildning i att möta media.

Utsedda talespersoner representerar Sigtuna kommun. Detta innebär inte någon inskränkning av den grundlagsfästa meddelar- och yttrandefriheten som ger medarbetare möjlighet att uttala sin personliga åsikt i samtal med media.

## 5.3 Kriskommunikation: kompetenskrav och bemanning

Dimensioneringen av de personella resurserna för kriskommunikation ska vara flexibel och styras av aktuellt behov.

Kommunikationschefen ansvarar för bemanning och rekrytering till nödvändiga funktioner som formar en kriskommunikationsgrupp. Gruppen bemannas i samråd med respektive förvaltningschef som förutsätts bidra med personella resurser.

Kriskommunikationsgruppen eller delar av den kallas in av kommunikationschefen. Vid extraordinära händelser ska följande uppgifter kunna utföras:

- Mediakontakter

- Analys
- Webbpublicering
- Interninformation
- Informationsproduktion
- Teknikstöd
- Upplysningar
- Dokumentation
- Flerspråkig service

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.

## 6 Kommunikationskanaler

I kriskommunikationsarbetet används främst följande kanaler:

**Intranätet** innehåller alltid en aktuell lägesrapport. Intranätet ska vara den interna ”urkällan” för de kommunanställda. Medarbetarmöten är ett viktigt komplement.

**Hemsida och sociala medier** är de viktigaste utåtriktade kanalerna. Hemsidan och intranätet uppdateras först så att man alltid kan hänvisa 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.

En särskild kriswebb kan aktiveras efter beslut av kommunikationschefen. Kunskaper om hur detta går till ska finnas i kriskommunikationsgruppen.

**Reception och växel** 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.

**Medierna är vidareinformatörer.** Förutom via webben informerar vi dem vid pressträffar, presskonferenser och i telefonsamtal, pressmeddelanden och intervjuer. Lokala webbtidningar uppmärksammas särskilt.

**P4/SR lokalradion** har en särställning bland medierna.

**VMA** – Viktigt meddelande till allmänheten – kan sändas i Sveriges Radio då en allvarlig situation eller en extraordinär händelse inträffat, respektive avhjälpes.

### 6.1 Utvärdering av planen

Utvärdering av kriskommunikationsplanen ska göras en gång per år eller vid behov, till exempel efter kriser och genomförda krisövningar. Översyn av bilagorna, till exempel kontaktuppgifter och bemanning, ska göras två gånger per år eller vid behov.