

Riktlinje för kris- kommunikation

Alingsås kommun

Typ av styrdokument: Riktlinje
Beslutande instans: Kommunstyrelsen
Datum för beslut: 2022-04-04 § 41
Diarienummer: 2022.149 KS

Gäller för: Alingsås kommun
Giltighetstid: Tills vidare
Revideras senast: Vid behov
Dokumentansvarig: Kommunikationschef

Innehåll

1. Vad är kriskommunikation?	4
1.1. Mål för Alingsås kommuns kommunikation vid kriser	4
1.2. En stor del av krishanteringens	4
1.3. Ansvar, närhet och likhet	5
1.4. Respekt och trovärdighet.....	5
1.5. Media vid kriser	5
2. Kommunikationsarbete vid kriser	6
2.1. I inledningsskedet.....	6
2.1.1 Verksamhetsansvarig har ansvaret.....	6
2.1.2 Bemanna informationsorganisationen.....	6
2.1.3 Analysera situationen och informationsbehovet	6
2.1.4 Utse en person som svarar på frågor.....	7
2.1.5 Starta omvärldsbevakningen	7
2.1.6 Kontakta andra	7
2.1.7 Gå ut med en första information.....	7
2.2. Under krisens gång.....	7
2.2.1 Målgrupper och kanaler	7
2.2.2 Samordna information med andra aktörer.....	8
2.2.3 Utveckla information med hjälp av frågor	8
2.2.4 Ge specifik information till avgränsade grupper	8
2.2.5 Omvärldsbevakning och media.....	8
2.3. Avveckling	9
2.3.1 Uppföljning	9
3. Informationsorganisation under kris.....	9
3.1. Olika roller och funktioner	10
3.1.1 Strategisk roll.....	10
3.1.2 Samordning	10
3.1.3 Analys- och omvärld	10
3.1.4 Produktion	11
3.1.5 Växel och upplysningscentral	11
3.1.6 Press och media.....	11
3.1.7 Uppföljning och utvärdering	12
4. Checklistor	12
4.1. Checklista för kriskommunikationsarbete.....	12
4.1.1 Vad har hänt?	12
4.1.2 Vilka behöver ha information?	13
4.1.3 Hur och var nå ut?	13
4.1.4 Dokumentera	15
4.1.5 Håll ut och följ upp	15
4.2. Checklista med råd inför mediekontakter	15

4.2.1	Alltid vid mediekontakter:.....	15
4.2.2	Aldrig vid mediekontakter:.....	16
4.3.	Checklista för uppföljning av kommunikationsarbetet.....	16
4.3.1	Bakgrund.....	16
4.3.2	Organisation och struktur.....	16
4.3.3	Vilka kanaler användes för vilka målgrupper.....	16
4.3.4	Vilka aktiviteter planerades och genomfördes.....	16
4.3.5	Information och dialog	17
4.3.6	Media	17

1. 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 Alingsås kommun arbetar professionellt med information och kommunikation vid kriser.

1.1. Mål för Alingsås kommuns kommunikation vid kriser

Kriskommunikationen ska:

- Bidra till att minimera skador på människor, djur, natur och miljö och den egna organisationen samt värna grundläggande värden som demokrati, rättssäkerhet och mänskliga fri- och rättigheter.
- Medverka till att Alingsås kommun så snart som möjligt återgår till ett normalt läge.
- Vara utformad på ett sådant sätt att kommunen framstår som trovärdig, öppen, snabb, korrekt, tydlig, empatisk, ansvarstagande, proaktiv och samstämmig, för att därigenom skapa förtroende.

1.2. En stor del av krishanteringen

Kommunikation är en stor del av krishanteringen. Därför ska kommunikationsenheten kopplas in tidigt vid en kris, för att t.ex. tidigt kunna undvika ryktesspridning och desinformation.

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 invånarna.

Informationen 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.

1.3. 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.

1.4. Respekt och trovärdighet

Informationen som Alingsås kommun ger ska vara saklig och öppen, samtidigt som den ger utrymme för en känsla av empati och inlevelse. Invånarna i Alingsås 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 innehåll som språk måste vara känsligt för mottagarnas psykologiska behov. Detta ställer dels krav på att vi har kunskap om olika människors bakgrund, kunskap och värderingar, dels på att vi kan behöva anpassa informationen till olika funktionsvariationer 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.

1.5. 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 statsskicket 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.

För att kunna arbeta proaktivt gentemot media och i all annan kommunikation är det viktigt att ha en uppdaterad kommunikativ lägesbild under en kris.

2. 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, 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.

2.1. I inledningsskedet

2.1.1 Verksamhetsansvarig har ansvaret

Den som är verksamhetsansvarig är också informationsansvarig. Det innebär att den verksamhetsansvarige ansvarar för att samråda med och kalla in kommunikationsenheten, som också ska ingå i krisledningsgruppen. Verksamhetsansvarig kan vara en avdelningschef för en viss verksamhet, en förvaltningschef eller kommundirektören. Det kan också vara Tjänsteman i beredskap som i inledningsskedet av en kris kallar in en eller flera kommunikatörer.

2.1.2 Bemanna informationsorganisationen

Den som kontaktats på kommunikationsenheten kallar, i samråd med kommunikationschefen, in de personer som ska ingå i informationsorganisationen. Bemanningen avgörs av händelsens art och storlek.

En viktig del i informationsorganisationen är växeln. De har en viktig roll eftersom de får frågor och ibland också information om vad som hänt. Ett bra samarbete med växeln redan från början kan därför vara viktigt.

2.1.3 Analysera situationen och informationsbehovet

Kommunikationsenheten 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.

2.1.4 Utse en person som svarar på frågor

Utse en talesperson som får huvudansvaret att besvara frågor från media, med stöd av fastställda talespunkter. Personalen har meddelarfrihet, så länge det inte rör sig om sekretess. Se checklista 4.2 för tips vid mediekontakter.

2.1.5 Starta omvärldsbevakningen

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

2.1.6 Kontakta andra

Ta eventuellt kontakt med myndigheter och andra involverade för att samordna såväl informationsaktiviteter som budskap. Länsstyrelsen bör alltid informeras vid stora händelser i kommunen.

2.1.7 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, växel, 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. När man säger att det ska komma en informationsuppdatering vid en viss tidpunkt är det sedan viktigt att hålla det man lovar, även om det inte framkommit så mycket nytt.

2.2. Under krisens gång

2.2.1 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 alingsas.se är vår primära kanal. Den är också grunden för alla övriga informationskanaler. Några exempel på andra kanaler är: Media (pressinformation, presskonferens, meddelande i radio och tv), intranätet, sociala medier, övriga webbplatser inom kommunen, möten, särskild lokal för krisstöd, brev, flygblad, affischer, annonser, sms-meddelanden och digitala skärmar. Se checklista 4.1.3 för fler förslag.

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

2.2.2 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, då bedömningen görs 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. Alingsås kommun har ansvaret för samordning inom vårt geografiska område. Länsstyrelsen har ansvaret för samordning av kommunerna och andra i länet.

2.2.3 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.

Följ upp människors 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.

2.2.4 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. Det kan också handla om andra språkgrupper eller grupper som inte har tillgång till digitala medier på samma sätt som andra. De ska nås via riktade och särskilda kanaler. Innehållet i denna specifika information ska samordnas med den generella informationen.

2.2.5 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.

2.3. 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.

2.3.1 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 4.3.

3. Informationsorganisation under kris

Vid en allvarlig eller extraordinär händelse blir information och kommunikation, och därmed också kommunikationsenhetens kompetens och personalresurser, en strategiskt och operativt viktig resurs för att hantera händelsen. Kommunikationsenheten är kommunikationsstöd för kommunens krisledningsorganisation och berörda verksamheter, vid behov i samverkan med kommunikatörer för berört kommunalt bolag.

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 hemsida alingsas.se utgångspunkt och grunden för övriga kanaler (växel, upplysningscentral, sociala medier, trycksaker, skyltar, radiomeddelanden, sms etc.)
- Samverka med krisledning, kommunikatörer, 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 och omfattning avgör bemanningen.

3.1. Olika roller och funktioner

3.1.1 Strategisk roll

Kommunikationschefen ingår i den centrala krisledningsgruppen om krisens omfattning innebär att en sådan har startat, och har där en strategisk roll.

En representant från kommunikationsenheten 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 kommunikationschefen, bland annat för att bedöma vilka informationsresurser som krävs.

3.1.2 Samordning

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

- 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.
- Kontakt med översättare för att beställa översättningar av information som tas fram.
- "Budbärare" mellan krisledningsgrupp och övrig informationsorganisation.

3.1.3 Analys- och omvärld

Ansvarar för insamling av fakta, omvärldsbevakning, en första analys av lägesinformationen och för att sammanställa den kommunikativa lägesbilden. Uppgifter här kan vara:

- 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.

3.1.4 Produktion och publicering

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

- 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 växel (och upplysningscentral), t.ex. ta fram "vanliga frågor och svar på dem".

3.1.5 Växel och upplysningscentral

Växeln 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 vi bör bilda en s.k. upplysningscentral, med ett särskilt telefonnummer för frågor om krisen.

En inrättad upplysningscentral ansvarar för att svara på frågor via telefon, sociala medier och e-post. Ansvarar för att vidarebefordra information/frågor som kommer från allmänheten till informations-organisationen.

3.1.6 Press och media

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 samordnings- och analys- och omvärldsfunktionen tar fram, och de beslut som tas i krisledningsgrupp.

Uppgifter här kan vara:

- Att i samarbete med staben sammanställa talespunkter att ha som stöd till personal som har kontakter med media.
- 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.
- Ordna arbetslokaler/arbetsplatser och fika till medier

3.1.7 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 4.3.

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

4. Checklistor

4.1. Checklista för kriskommunikationsarbete

4.1.1 Vad har hänt?

- Vad har hänt?
- Vilka är inblandade?
- När och var hände det?
- Vad är i nuläget okänt/oklart?
- Vilka är konsekvenserna?
- Hur bör den enskilda agera eller skydda sig?
- Beslut och åtgärder från kommunen?
- Vad händer nu?
- Vem är ansvarig?
- Uppskatta sluttid för händelsen och/eller konsekvenserna av händelsen.
- När får vi information?

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.

4.1.2 Vilka behöver ha information?

- Ledning (tjänstemän, politiker).
- Inblandade.
- Anhöriga och kamrater.
- Media.
- Berörd verksamhet och personal.
- Växel. Receptioner.
- Övriga anställda.
- Allmänhet.
- Myndigheter och andra aktörer.
- Andra?

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 växeln 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.

4.1.3 Hur och var nå ut?

- alingsas.se (Krisbanner och nyhetssida som beskriver krisen).
- Kommunportalen.
- Andra kommunala hemsidor, t.ex. Arena för Lärande.
- Telefon, inkl. växel. Talsvarsmeddelande.
- Sociala medier (Facebook, Instagram, LinkedIn).
- Möten.
- Personal som möter invånare dagligen, t.ex. hemtjänst- och socialtjänst.

- Brev och informationsblad.
- Affischering på anslagstavlor, dörrar och i entréer.
- Digitala skärmar i kommunens verksamhet (Kommunikationsenheten och KoU har kunskap om systemet).
- Press och media (pressmeddelanden och presskonferenser).
- Sms-meddelanden till invånare (Kommunikationsenheten och SBF har kunskap om systemet).
- Sms-meddelande till vårdnadshavare i kommunens förskolor och skolor (BoU har kunskap om systemet).
- Sms-meddelande till kommunens personal (IT-avdelningen har kunskap om systemet).
- Meddelande i radio (Sveriges Radio P4). Telefonnummer och e-post finns hos kommunikationsenheten och hos säkerhetsenheten.
- Annonser i lokaltidningen.
- Annonsering på kommersiella digitala skärmar, t ex Vimpeln.
- Andra externa webbplatser, t.ex. krisinformation.se. Mejla: samverkan@11313.se
- VMA, "Hesa Fredrik" och radio och tv.
- Lokala föreningar, trossamfund etc.
- Andra kanaler?

Tips!

Det personliga mötet är viktigast för närmast berörda.

Använd lokaler, för möten med berörda, som är bekanta och skyddade från media.

Vid en större kris kan det vara bra att inrätta en samlingspunkt i en lokal nära händelsen.

Använd kanaler som används till vardags till aktuella målgrupper.

Samordna informationen i olika kanaler.

Använd ett enkelt språk och respektfullt tilltal.

Avsätt resurser för att besvara frågor i sociala medier.

4.1.4 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.

Tips!

Samla pressklipp, skickade och inkommande mejl och infoblad, minnesanteckningar etc. – för ledningsgrupp, kommunikatörer 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.

4.1.5 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".

4.2. Checklista med råd inför mediekontakter

4.2.1 Alltid vid mediekontakter:

- Se intervjun som en möjlighet.
- Ta reda på vinkeln, reporterns syfte med intervjun.
- Var tillgänglig. Ha respekt för mediernas tidspress, ring tillbaka snarast om det inte passar "just nu". Men det är ok att be om att få ringa tillbaka – hämta andan och förbered.
- Ta det lugnt, tänk igenom ditt budskap i förväg.
- Håll dig till ditt huvudbudskap. Upprepa gärna.
- Ta ansvar, erkänn fel, var ärlig och visa empati.
- Var saklig och svara på frågorna, ge journalisten fakta.
- Var bestämd, rättvis och ärlig.
- Säg om du inte vet, kan eller får svara på frågan.
- Håll dig inom ditt eget yrkesområde.

- Är det du som ska svara? Om inte – förmedla kontakten till rätt person.
- Utgå från att allt är "on the record".

4.2.2 Aldrig vid mediekontakter:

- Ljuga, gissa eller spekulera.
- Bli upprörd eller arg.
- Låta situationen eller reportern stressa dig.
- Haka på journalistens spekulationer eller rykten.
- Använda facktermer eller byråkratiskt språk.
- Diskutera individer eller sådant som är sekretessbelagt.
- Använda uttrycket "ingen kommentar"
- Tala om sådant som är utanför ditt yrkesområde.
- Lova saker utan att det är genomtänkt eller förankrat.

4.3. Checklista för uppföljning av kommunikationsarbetet

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

4.3.1 Bakgrund

Vad gällde krisen, vilka berördes etc.

4.3.2 Organisation och struktur

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.

4.3.3 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.

4.3.4 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.

4.3.5 Information och dialog

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 att dels 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.

4.3.6 Media

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.