Krisekommunikasjonsplan

2026

Et godt valg for framtida

Innholdsfortegnelse

Revisjonshistorikk **1**

Formålet med en krisekommunikasjonsplan **2**

1. Mål for krisekommunikasjonen **2**

1.1 Planen skal bidra til å: *2*

2. Grunnprinsipper for kommunikasjon **3**

2.1 Praktiske prinsipper for krisekommunikasjon *3*

2.2 Budskap *3*

2.1 Budskapene i en krise bør svare på følgende spørsmål: 3

3. Kanalvalg **3**

3.1 Intern kommunikasjon *3*

3.1.1 Kanaler for intern kommunikasjon 4

3.1.2 Interne samarbeidspartnere 4

3.2 Ekstern kommunikasjon *4*

3.2.1 Eksterne samarbeidspartnere/kanaler 4

3.3 Kanaler når nettet er nede *4*

4. Kunstig intelligens **5**

4.1 Sjekkliste for KI: *5*

5. Talspersoner **5**

6. Behov for informasjon på andre språk **6**

7. Presserom **6**

8. Kommunikasjonsoppgaver de første timene **6**

9. Evaluering **7**

10. Vedlegg: **7**

Revisjonshistorikk

Dato	Endring	Utført av	Godkjent

Formålet med en krisekommunikasjonsplan

I henhold til forskrift om kommunal beredskapsplikt skal kommunen være forberedt på å håndtere uønskede hendelser. Med utgangspunkt i den helhetlige risiko- og sårbarhetsanalysen (ROS) skal kommunen utarbeide en overordnet beredskapsplan. Den overordnede beredskapsplanen skal blant annet omfatte en plan for krisekommunikasjon.

Krisekommunikasjonsplanen skal sikre at kommunen gir rask, korrekt, samordnet og målrettet informasjon ved kriser, uønskede hendelser og ekstraordinære situasjoner.

DSB har fagansvaret for krisekommunikasjon i staten.

Definisjoner:

Krisekommunikasjon er en virksomhets kommunikasjon med egne ansatte, medier, befolkning og samarbeidspartnere i alvorlige situasjoner og kriser.

Krise kjennetegnes ved å være en uønsket situasjon med høy grad av usikkerhet og potensielt uakseptable konsekvenser for de som rammes.

Planen skal revideres årlig, er godkjennes av kommunedirektøren og skal bidra til å nå målene som står under.

1. Mål for krisekommunikasjonen

Krisekommunikasjon handler om å gi innbyggere, ansatte og andre berørte rask og riktig informasjon som gjør dem i stand til å håndtere en uønsket hendelse best mulig.

Kommunikasjonen skal synliggjøre ansvarsforhold, myndighetskoordinering og opplyse om hvor berørte kan få informasjon og eventuelt hjelp og støtte.

1.1 Planen skal bidra til å:

- Ivareta liv og helse.
- Skape trygghet og tillit.
- Forebygge unødig frykt
- Redusere usikkerhet og ryktespredning.
- Sikre samordnet informasjon til innbyggere, ansatte, medier og samarbeidspartnere.
- Støtte kommunens samlede krisehåndtering.
- Skaffe arbeidsro i organisasjonen.
- Skape tillit ute blant befolkningen både under og etter krisen gjennom åpen og ærlig kommunikasjon og slik ivareta kommunens omdømme.

2. Grunnprinsipper for kommunikasjon

Stjørdal kommune skal være raskt ute med informasjon til media og andre interessenter om beredskapssituasjoner som rammer Stjørdal kommune.

Informasjonen skal være så korrekt som mulig, og kommunen skal være åpen så langt det lar seg gjøre – også i saker av negativ art sett fra vår side.

2.1 Praktiske prinsipper for krisekommunikasjon

- Informer internt først om det er mulig, så eksternt.
- Ta initiativ – vær først ute med informasjon, ikke vent på mediene.
- Vær åpen, men hensynsfull – ta vare på personvern og sikkerhet.
- Ta ansvar – vis omsorg og empati for de berørte.
- Gi et korrekt bilde av situasjonen – ikke spekuler.
- Fokuser på hva som gjøres, og hvordan situasjonen skal løses.
- Kommuniser også når det ikke er noe nytt – stillhet tolkes.
- Korriger skadelige rykter eller feilaktig informasjon raskt og tydelig i egne kanaler.
- Oppdater jevnlig og forutsigbart.
- Bruk et tydelig og lett forståelig språk. Unngå forkortelser og fagterminologi.

2.2 Budskap

Når en krise oppstår, ønsker målgruppene rask, konkret og korrekt informasjon. Budskapet bør være tydelig, menneskelig og basert på du faktisk vet – ikke spekulasjoner.

2.1 Budskapene i en krise bør svare på følgende spørsmål:

- Hva har skjedd?
- Hvordan påvirker dette befolkningen eller brukerne?
- Hva gjør virksomheten med situasjonen?
- Når kan man forvente en normalisering?

3. Kanalvalg

I kriser og i hverdag skal vi kommunisere likt og forutsigbart, det betyr at kommune skal bruke de kanalene som alt er etablert, og informasjon internt skal gå i linja så langt det er mulig.

3.1 Intern kommunikasjon

Internkommunikasjon er avgjørende i en krise. Den legger grunnlaget for koordinering, samarbeid og hvordan kommunen fremstår utad. Uten tydelig og tillitsfull intern kommunikasjon øker risikoen for kaos, feilinformasjon, misforståelser og svekket tillit.

3.1.1 Kanaler for intern kommunikasjon

- Innsida – kommunens intranett for intern informasjon til ansatte.
- Teams – egne kanaler for sektor og enheter.
- E-post - Alle ansatte har egen epostadresse.
- SMS til alle ansatte som har jobbtelefon.

3.1.2 Interne samarbeidspartnere

- Værnesregionen IT.
- Servicetorget.
- HR-enheten.
- Aktuelle enheter avhengig av situasjonen.

3.2 Ekstern kommunikasjon

Eksternkommunikasjon er viktig, fordi den påvirker hvordan omverdenen oppfatter situasjonen, hvordan de handler og synet på kommunens håndtering.

Kommunens hovedkanal eksternt er hjemmesiden vår www.stjordal.kommune.no. Alle andre kanaler er i tillegg, men aldri istedenfor.

Andre kanaler:

- sosiale medier
  - Facebook
  - Instagram
- pressemeldinger
- pressekonferanser
- annonser i media

3.2.1 Eksterne samarbeidspartnere/kanaler

Kommunen er avhengig av samarbeidspartnere både for å nå ut med informasjon, samt å dele riktig informasjon til rett tid.

- Lokal media, (f.eks Stjørdals-nytt, Stjørdals blad, Nea Radio, Radio Trøndelag).
- Regionale medier.
- NRK og (andre nasjonale aktører).
- Politi, brann og redning, sivilforsvaret og nødetater.
- Kommuner i Værnesregionen.
- Statsforvalteren i Trøndelag.

3.3 Kanaler når nettet er nede

Internett og telefondekning kan fort falle ut og forbli borte under kriser, det er derfor viktig at vi har alternativer når nettet er nede.

- Informasjonsplakater på informasjonspunktene.
- Informanter som står på informasjonspunkt og svarer på spørsmål.
- Informasjonsmøter.
- NRK radio samt de to lokalradioene, (f.eks Nea radio og Radio Trøndelag).

- Løpesedler som kan gis ut, og legges på aktuelle steder.
- SMS til innbyggere via sektor Bydrift og infrastruktur sitt system.
- SMS til ansatte.
- Nødnett via politiet eller sivilforsvaret.

4. Kunstig intelligens

Hvis det brukes kunstig intelligens (KI) så er det Microsoft Copilot som skal benyttes. Dette er leverandøren som kommunen har avtale med fra før og har lisenser til. I kommunikasjonsarbeid kan det være aktuelt for å innspill til, og i utforming av budskap.

Dette forutsetter at det utvises sterk kildekritikk og menneskelig dømmekraft, da KI er kjent for å hallusinere og ikke må stoles på blindt. Under er kritteriende som DSB bruker i sin veileder for krisekommunikasjon.

4.1 Sjekkliste for KI:

- **Etikk, beskyttelse av bedriftens data og personvern:** Sørg for at bruk av KI (særlig ved dataanalyse) skjer i tråd med personvernlover (GDPR) og andre regelverk.
- **Menneskelig vurdering:** KI kan gi forslag og støtte, men skal ikke erstatte menneskelig dømmekraft – særlig i krisekommunikasjon.
- **Kildekritikk:** KI-verktøy kan generere plausible, men feilaktige påstander. Innhold må alltid kvalitetssikres. Produkter som helt eller delvis produseres av KI, bør i mange tilfeller merkes.

5. Talspersoner

Ordfører er kommunens talsperson/ansikt utad i starten av en krise, med mindre noe annet blir bestemt:

- skal vise omsorg for direkte/indirekte berørte
- skal berolige innbyggere og ansatte ved å vise at kommunen har kontroll og tar ansvar
- skal forteller om kommunens generelle beredskap
- skal formidle hva kriseledelsens plan er, og hvilke tiltak som er iverksatt/skal iverksettes
- kommunedirektør/beredskapsleder/kommunikasjonssjef/leder for evakuerte eller pårørendesenteret eller andre bemyndigede personer kommuniserer fakta om kommunens bistand i krisen.

OBS: Politiet har ansvaret for liv/helse og etterforskning, og kun de uttaler seg om:
- omfanget av krisen
- årsak til ulykken
- antall skadde og døde

Det er bare politiet som frigir navn og varsler pårørende, og som i kraft av sin rolle som etterforskningsansvarlig kommenterer eventuelle straffbare forhold.

6. Behov for informasjon på andre språk

Etter norsk er engelsk hovedfokus når det kommer til språk.
Andre språk blir vurdert ut ifra behov, situasjon og målgruppe.
Det blir da nødvendig å samarbeid med Integreringsenheten for å vurdere hvilke språk som er best for å nå målgruppen, og å oversette det.

7. Presserom

Ved større kriser av nasjonal interesse kan det være behov for å opprette et eget presserom og slik sørge for at pressen, som er en svært viktig samarbeidspartner under kriser, får utført jobben sin under gode arbeidsforhold. Lokale hotell vil være et alternativ – da tar hotellet ansvar for arbeidsstasjoner, nettilgang, tilgjengelighet ut over normal arbeidsdag etc.

8. Kommunikasjonsoppgaver de første timene

Listen under er basert på veilederen til DSB for krisekommunikasjon

- Varsle (ledelsen, kommunikasjonsstab, Servicetorg osv.)
- Vurder hvilken virksomhet som eier krisen (i hvilken grad er egen virksomhet berørt, andre sentrale berørte?)
- Varsle servicetorg.
- Lag budskap for ulike kanaler.
- Avklar talspersoner.
- Vurdere behov for ekstra hjelp.
- Vurder behov for å sende melding til ansatte.
- Avklar eventuelt behov for informasjon til pårørende og pårørendetelefon.
- Sett i gang medieovervåkning.
- Legg ut informasjon på relevante kanaler.
- Oppdater informasjon i alle kanaler, for eksempel nettside og sosiale plattformer.
- Vurder pressekonferanse/sted for å møte pressen og ha kriterier for dette (f.eks stor allmenn interesse, mange spekulasjoner, fare for liv og helse).
- Vurder sannsynlige utfordringer vedrørende kommunikasjon i forbindelse med krisen?
- Del informasjon internt, delta på interne møter om krisen.
- Kontakt viktige samarbeidspartnere i krisen for å utveksle informasjon og samordne informasjon og budskap som skal ut.
- Samle inn fakta.
- Finn frem forhåndsprodusert materiale og vurdere behov for å lage nytt.

- Føre logg.

I hovedsak vil disse oppgavene ligge hos den som er kommunikasjonsansvarlig i kriseledelsen. Avhengig av situasjonen vil det være naturlig å fordele oppgavene på flere og hente inn nødvendig støtte.

9. Evaluering

Etter en krise skal kommunikasjonsarbeidet evalueres som en del av en større evaluering av krisehåndteringen for å ta lærdom og stå enda bedre rustet ved neste krise.

Evalueringen av kommunikasjonsarbeidet skal inneholde en vurdering av arbeidet sett opp mot målene for krisekommunikasjonen, en analyse av medieoppslag, gjennomgang og vurdering av skriftlig materiell som ble produsert og mer generelt hva som fungerte og ikke.
Den skal også inneholde forslag til tiltak som skal iverksettes for at kommunikasjonsarbeidet skal fungere enda bedre ved neste krise.

10. Vedlegg:

1. Loggskjema for mediehenvendelser
2. Sjekkliste for pressekonferanser
3. Skjema for å definere målgruppe, kanaler, budskap i kriser