



Randaberg
kommune

PLAN FOR KRISEKOMMUNIKASJON



Versjon 1.0, april 2025

INNLEDNING

Dette er en plan for kommunikasjon i kriser og alvorlige hendelser. Det vil si situasjoner som kan utgjøre en trussel mot liv, helse eller materielle verdier i Randaberg kommune.

Enhver krisesituasjon har sin egenart og vil kreve tilpasset kommunikasjon. Det er derfor viktig å tidlig gjøre vurderinger og tilpasse kommunikasjon etter hva som trengs.

I hendelser hvor flere kommuner er involvert er det viktig å tidlig opprette kontakt med kommunikasjonsansvarlig/beredskapsledelse i de aktuelle kommunene for samordning av kommunikasjon.

MÅLSETNINGER FOR KRISEKOMMUNIKASJON:

- **Berørte får raskt og tydelig den informasjonen de trenger for å håndtere krisen**
- **Vise at kommunen håndterer krisen på en trygg og god måte**

MÅLGRUPPER FOR KRISEKOMMUNIKASJON:

- Berørte innbyggere
- Særskilte grupper i befolkningen (fremmedspråklige, funksjonshemmede osv)
- Ansatte
- Medier
- Organisasjoner
- Nærliggende kommuner
- Samarbeidsmyndigheter (politi, brann og redning, sivilforsvar osv)
- Besøkende/turister
- Folkevalgte
- Andre organisasjoner/virksomheter som er involvert i hendelsen

KANALER FOR KRISEKOMMUNIKASJON

- **Nettsiden randaberg.kommune.no er hovedkanalen for informasjon i en krise.**

ANDRE KANALER:

- Intranett
- Media
- SMS-varsling
- Sosiale medier (innlegg og i grupper)
- Pressekonferanser
- Kommune TV
- Servicetorget (telefon og oppmøte)
- Informasjonsskjermer
- Informasjonspunkt (Biblioteket (landsbyhuset) ved bortfall av E-kom)
- Megafon
- Nødnett
- Satellittelefon

ANSVAR I EN KRISE

Dersom beredskapsledelse er mobilisert vil det være kommunedirektør/beredskapsleder som leder håndtering av hendelsen. Kommunikasjonsleder skal i samråd med beredskapsledelsen sikre at Randaberg kommune raskt og riktig får kommunisert den nødvendige informasjon i relevante kanaler.

Som hovedregel er det ordfører som uttaler seg til media.

I en krisehendelse der beredskapsledelsen ikke er mobilisert er det leder for tjenesteområde/virksomhet som er ansvarlig for kriseinformasjon. Kommunikasjonsleder involveres tidlig for å gi råd og publisere informasjon.

RESSURSER I KRISEKOMMUNIKASJON

Kommunikasjonsleder

- Bindeledd mellom beredskapsledelse og krisekommunikasjon. Delta på førstemøte og statusmøter.
- Utarbeide forslag til budskap, nettpublisering, utarbeide pressemeldinger, sosiale medier.

Kommunikasjonsmedarbeider

- Nettpublisering, SoMe publisering, medie- og SoMe-overvåking, telefon

Servicetorgmedarbeider

- Telefon og oppmøte

Andre ansatte i tjenesteområdet Organisasjon og Innbyggerdialog kan bistå som kommunikasjonsressurser, dette avklares av beredskapsledelsen.

Stavanger, Sola og Sandes

- Bistand med kommunikasjonsressurser

VIKTIGE OPPGAVER I KRISEKOMMUNIKASJON

- Kontinuerlig kontakt med beredskapsledelsen for å utarbeide budskap og kommunikasjonsaktiviteter
- Overvåke medier og sosiale medier
- Mediekontakt. Opprette mediasenter ved behov
- Tilrettelegge for pressebrief/konferanse
- Bemanne telefon/sentralbord
- Oppskalere telefon/sentralbordkapasitet
- Kartlegge aktører/interessenter

- Utarbeide budskap
- Vurdere etablering av informasjonspunkt (biblioteket)

BUDSKAP I KRISEKOMMUNIKASJON

Krisekommunikasjon skal først og fremst opplyse og informere berørte parter slik at de er i stand til å best mulig håndtere krisen. Alle kriser er unike og vil trenge tilpasset kommunikasjon. I starten er det viktig å kartlegge informasjonsbehov og lage en plan for kommunikasjon om hendelsen, inkludert en plan for kanalbruk.

Krisekommunikasjon skal:

- Opplyse om hva berørte parter skal gjøre
- Hindre uklarheter internt og eksternt
- Skape orden i noe som synes kaotisk

Det er viktig å tidlig etablere kontakt med relevante kommunikasjonsavdelinger/personer hos involverte parter (politi, brannvesen, IVAR, kommuner osv)

HUSKEREGLER FOR BUDSKAP I KRISEKOMMUNIKASJON

- Vis alltid medfølelse med dem som rammes
- Påpek alvor uten å skremme
- Vis ansvar uten å ta skyld
- Avgrens uten å bagatellisere

For å fremstå som en troverdig og ansvarsbevisst organisasjon er det viktig å være åpen, aktiv og rask.

KRISEKOMMUNIKASJON SKAL BESVARE FØLGENE SPØRSMÅL

- Hva har skjedd?
- Hvor skjedde det?
- Når skjedde det?
- Hvem er involvert og berørt?
- Hva gjør kommunen/regionen for å håndtere hendelsen?
- Hvem samarbeider vi med?
- Hvordan skal befolkningen forholde seg?
- Hvor kan folk finne informasjon?

KONTAKT MED MEDIA I EN KRISE

God kontakt med og informasjon til media er svært viktig i en krise. Som hovedregel er det ordføreren som er talsperson overfor media.

GRUNNPRINSIPPER VED MEDIEKONTAKT

- Gi korrekt og sann informasjon
- Vær første kilde for journalisten. Slik får du kontroll på informasjonen som formidles

OBS: Ikke glem rolleavklaring med politi og redningsmannskaper!

- Media skal oppdateres fortløpende. Informasjonen til pressen gis til felles, faste og forhåndsvarslede tider. Dette er også for å gi beredskapsledelsen rammer å forholde seg til.
- Media er en viktig medspiller for informasjonsformidling og skal så langt som mulig behandles likt
- Legg arbeidsforholdene til rette for fotografer og journalister, så langt det er mulig

GODE RÅD VED MEDIEKONTAKT:

- Vær åpen
- Vær høflig og korrekt
- Svar klart og tydelig, ikke svar på mer enn du blir spurt om
- Dersom du må avvente før du kan svare, lag en avtale og overhold avtalen
- Fortell sannheten. Ikke diskuter med journalisten. Unngå spekulasjoner
- Vis medfølelse og ansvar
- Unngå omgåelser og unnskyldninger
- **VIKTIG! Ikke gi opplysninger skadde/ omkomne uten klarering fra politiet**

SPØRSMÅL VI FORVENTES Å SVARE PÅ

- Hendelsesforløpet og omfanget av menneskelige eller materielle skader
- Årsak og skyld
- Sikkerhet
- Konsekvenser for Randaberg kommune Inkludert i hvilken grad det påvirker driftsmessige konsekvenser. (normal/reduisert/stans)

SOSIALE MEDIER I EN KRISE

I en krisesituasjon er det svært viktig å ha god overvåkning av sosiale medier. Det er viktig å være til stede for å kunne fange opp og håndtere ryktespredning og feilinformasjon. Husk alltid at hovedkanal for informasjon til både publikum og presse vil være nettsiden.

TIPS OG RÅD OM KOMMUNIKASJON DEN FØRSTE TIDEN

(Vedlegg i DSB sin [Veileder krisekommunikasjon](#))

FØRSTE TIMER

- Varsling
- Vurdere eierskap til krisen (i hvilken grad er egen virksomhet berørt, andre sentrale berørte?)
- Kalle inn ekstra hjelp
- Melding til ansatte
- Vurdere behov for ekstra hjelp
- Varsle sentralbord og resepsjon
- Avklare talspersoner
- Igangsette pårørendetelefon
- Igangsette medieovervåkning
- Legge ut informasjon på relevante kanaler
- Lage budskap for ulike kanaler
- Oppdatere informasjon i alle kanaler, for eksempel nettside og sosiale medier
- Avklare med HR vedr. informasjon til pårørende
- Vurdere pressekonferanse/sted for å møte pressen
- Sannsynlige utfordringer vedr. kommunikasjon i forbindelse med krisen?
- Dele informasjon internt, delta på interne møter om krisen
- Dele informasjon eksternt, ta kontakt med viktige samarbeidspartnere i krisen for utveksling av informasjon osv.
- Fakta-innsamling
- Finne frem forhåndsprodusert materiale og vurdere behov for å lage nytt
- Loggføring

FØRSTE DAG

- Lag vaktlister
- Husk nok hvile, mat og drikke
- Unngå spekulasjoner, hypoteser og tall
- Snakk om hva dere jobber med

NYTTIGE RESSURSER

DSB sin veileder for krisekommunikasjon på dsb.no: [Veileder krisekommunikasjon](#)