 ***Pressmeddelande***

**18 mars 2014**

**Hur digital är kriskommunikationen?**

**Ett ämne som Jansäter Kommunikation tog upp under en forskningspresentation under Åre Risk Event. Årets tema var eventsäkerhet och under Jansäters presentation diskuterades bland annat hur verktyg kan användas under evenemang och vem som bär ansvaret för säkerheten.**

Åre Risk Event pågick mellan den 10-12 mars och anordnas av RCR på Mittuniversitetet. Under konferensen diskuterades teman som risker och kommunikation. Dessutom den klassiska problematiken med definition av kris och vilka interna kommunikationsmissar det kan innebära när man inte vet vem som har mandat att alarmera. Event är allt från olympiader och eurovisionsschlager till konferenser, öppet hus och lekland. Även riksdagens öppnande och liknande händelser ses i sammanhanget som event som kräver riskhantering.

**Resultat av studie**Det som triggade igång Jansäter Kommunikations studie var Hammer & Hanborgs studie "Kommunikatören" från 2012 som visade att hälften av alla som svarat (3 318 kommunikatörer) inte visste om den egna organisationen hade en krisplan eller inte. De senaste två åren har Jansäter genomfört tre enkäter till 600 kunder och prospekts varav 60 personer svarat. Dessa arbetar i huvudsak med säkerhet och kommunikation.

"Bland resultaten har vi bland annat märkt att hälften av de tillfrågade uppdaterar sin kriskommunikationsplan vid ett tillfälle årligen. Medvetenheten om att det finns krisplaner har ökat och intresset för att ha planen digital utanför brandväggar ökar, dock är det fortfarande inte många som har kommit dit", säger Anders Jansäter, projektledare, Jansäter Kommunikation.

**Attitydförändring?**

Precis som övriga talare under konferens belyste är osäkerheten fortfarande stor när det gäller användningen av sociala medier under kris. Medvetenheten om att medierna är användbara har ökat men man har inte för vana att planera in arbetet i förväg. Jansäters studie visar dock att två tredjedelar känner sig trygga med handhavandet av sociala medier under en kris.

"Vi behöver bli mer medvetna om unga människors användning av snabba medier som Twitter vilket fungerar oerhört snabbt. Ofta glöms de bort att ta hänsyn till under kris. Vi blir mer digitala i stort och då behöver digitala verktyg användas i allt större utsträckning", menar Pia Jansäter, kommunikationskonsult, Jansäter Kommunikation, och fortsätter "I länder som exempelvis USA och Storbritannien är det många som har övergett Facebook för det snabbare verktyget Twitter. I detta sammanhang behöver man även ta integritetsfrågorna i beaktande, vilket har aktualiserats i och med diskussionen angående NSA och FRA."

**Mer fokus på säkerhet än risk**

Man bör ha en generell grund att stå på inför en kris och när ett evenemang skall genomföras krävs en ytterligare medvetenhet och förebyggande krisarbete. En slutsats som drogs under konferensen är att kommunikationen är mycket viktig mellan alla samverkande aktörer och medarrangörer.

**För mer information**

Anders Jansäter, projektledare, anders@jansater.se
Jansäter Kommunikation, Stortorget 19, 211 34 Malmö

Trovärdighet, tillgänglighet och trygghet är kärnvärden för Kriskommunikation. Pia Jansäter har över 30 års erfarenhet av hantering och kommunikation i kris inom olika branscher. Under namnet, Kriskommunikation.nu, en del av [Jansäter Kommunikation](http://www.jansater.se), erbjuder Pia Jansäter tillsammans med andra professionella konsulter riskidentifiering, kartläggning, analys med rekommendationer och krispolicy/strategi för krisplan samt medieträning. Vi hjälper er också med rätt krisverktyg som t.ex. kriswebb, app m fl alla med målet att göra din verksamhet tryggare och säkrare.