Burson-Marsteller

PRESSMEDDELANDE Stockholm 2002-09-06

Ny nordisk undersökning:

Splittrad nordisk krisberedskap

Svenska företag har överlag en god beredskap inför kriser. Det är dock fortfarande många företag som inte tränat krishantering eller som gjort en riskinventering. Det visar en ny undersökning från Burson-Marsteller. Man hade kunnat förvänta sig att många företag ändrat sin krisplanering efter 11 september. Det är dock bara vartannat företag som förändrat beredskapen som en reaktion på terrordåden. Alla tillfrågade i undersökningen uppger att det finns en större medvetenhet kring kriser idag. Merparten säger också att det blivit lättare att internt få gehör för krisfrågor.

102 storföretag och myndigheter i Norden har intervjuats om sin krisberedskap och krisorganisation. Nästan alla svenska företag har krisplaner och kriskommunikationsplaner och i de flesta fall är det informationscheferna som har hand om företagens krisplanering. Statliga företag, verkstadsföretag och icke-börsnoterade företag har i allmänhet ett större fokus på fysiska kriser än på kommunikativa och det är ofta säkerhetschefen som har ansvaret där. I Finland är det ett större fokus på tekniska kriser medan den allmänna beredskapsnivån är lägre och mindre tid läggs på träning.

- Vi kan se en tydlig trend mellan hög krisberedskap och fokus på kommunikation. Även en kris som hanteras föredömligt rent tekniskt kan vara förödande för varumärket. Vi ser därför ett ökande fokus på kriskommunikation. Säger Pål M Jebsen, vd Burson-Marsteller Sverige

I Sverige uppger knappt vartannat företag på direkt fråga att 11 september har påverkat deras krisberedskap. Ser man till vad som gjorts är det dock fler som de facto ändrat beredskapen. För de företag som ändrat i krisplaneringen handlar det ofta om hantering av flygresor. Undersökningen visar även att många företag gjort riskinventeringar efter 11 september.

- De flesta företag har idag mycket bra planer för att hantera kriser. Det som brister är övningen. Det finns fortfarande många företag som aldrig genomfört några krisövningar och för dessa företag är beredskapen lägre när det verkligen händer något. Vi ser också att de flesta företag har god beredskap för kriser inom kärnverksamheten. När det gäller andra områden – exempelvis en förtroendekris för ledningen – står emellertid många handfallna, säger Pål M Jebsen, vd Burson-Marsteller Sverige, och tillägger att det inte är tillräckligt med en plan som inte testats och utvärderats i praktiken.

Danmark är det land där krisberedskapen överlag är högst och samtidigt det land där ansvaret ligger på högst nivå i organisationerna – ofta är det vd som har ansvaret. Danmark är också det av de nordiska länderna där man lägger mest energi på att öva inför potentiella krissituationer. Den lägsta krisberedskapen har norska företag, vart tredje företag har aldrig genomfört en kristräning eller riskinventering. Norge är samtidigt det land där man gjort minst förändringar efter 11 september.

För ytterligare information, vänligen kontakta:
Pål Jebsen, vd Burson-Marsteller Sverige, 08-440 12 00, 070-591 93 70
Se även www.Burson-Marsteller.se där undersökningen finns tillgänglig i sin helhet.
Undersökningsmaterialet får inte publiceras utan återgivande av källan, dvs Burson-Marsteller.

Burson-Marsteller är ett världsledande konsultföretag specialiserat på strategisk och operativ kommunikationsrådgivning och PR.. Företaget grundades 1953 och har varit verksamt i Sverige i sedan 1980. Burson-Marsteller sammanlänkar kunskap och erfarenhet hos över 2000 medarbetare i 35 länder. Burson-Marsteller ingår i WPP Group plc. Mer information finns på www.bm.com och www.burson-marsteller.se.

Burson-Marsteller

Undersökningen i siffror:

Teoretisk beredskap

- Sverige
  - 79 % har krisplan
  - 64 % har kriskommunikationsplan
  - 79 % har krisgrupp
  - 79 % har early warning-system
- Danmark
  - 92 % har krisplan
  - 77 % har kriskommunikationsplan
  - 85 % har krisgrupp
  - 62 % har early warning-system
- Norge
  - 93 % har krisplan
  - 86 % har kriskommunikationsplan
  - 86 % har krisgrupp
  - 50 % har early warning-system
- Finland
  - 93 % har krisplan
  - 90 % har kriskommunikationsplan
  - 90 % har krisgrupp
  - 72 % har early warning-system

Praktiskt utfall

- Sverige
  - 21 % har aldrig kristräning
  - 52 % tränar inte kris varje år
  - 6 % gör aldrig riskinventering
- Danmark
  - 15 % har aldrig kristräning
  - 45 % tränar inte kris varje år
  - 8 % gör aldrig riskinventering
- Norge
  - 29 % har aldrig kristräning
  - 50 % tränar inte kris varje år
  - 29 % gör aldrig riskinventering
- Finland
  - 31 % har aldrig kristräning
  - 40 % tränar inte kris varje år
  - 17 % gör aldrig riskinventering

Har ändrat beredskapen efter 11 september

- Sverige 48 %
- Norge 21 %
- Finland 24 %
- Danmark 19 %

Burson-Marsteller är ett världsledande konsultföretag specialiserat på strategisk och operativ kommunikationsrådgivning och PR.. Företaget grundades 1953 och har varit verksamt i Sverige i sedan 1980. Burson-Marsteller sammanlänkar kunskap och erfarenhet hos över 2000 medarbetare i 35 länder. Burson-Marsteller ingår i WPP Group plc. Mer information finns på www.bm.com och www.burson-marsteller.se.

Burson-Marsteller

Trender

- Med ökat krismedvetande följer ökat fokus på kommunikativa kriser.
- Ansvaret flyttar från säkerhetschef till informationschef eller vd
- 11 september har ökat krismedvetandet men förändringarna har inte slagit igenom än.
- Statliga företag, verkstadsföretag och onoterade företag lägger mindre vikt på kriskommunikation än andra.
- ALLA upplever att det finns en större medvetenhet kring krisfrågor idag. Merparten menar att det är lättare att internt få gehör för förändring inom krisområdet.

2 korta råd när krisen är ett faktum:

1. ***Lös problemet på ett ansvarsfullt sätt***
   - Hjälp drabbade och rätta till eventuella fel
   - Lindra effekterna av krisen genom att ha rutiner som telefonnummer till anhöriga, psykolognätverk, plan för produktåterkallning, etc.

2. ***Kommunicera aktivt***
   - Direktkommunicera med dina intressenter
   - Visa öppenhet – ljug aldrig

Källa: Burson-Marsteller

Burson-Marsteller är ett världsledande konsultföretag specialiserat på strategisk och operativ kommunikationsrådgivning och PR.. Företaget grundades 1953 och har varit verksamt i Sverige i sedan 1980. Burson-Marsteller sammanlänkar kunskap och erfarenhet hos över 2000 medarbetare i 35 länder. Burson-Marsteller ingår i WPP Group plc. Mer information finns på www.bm.com och www.burson-marsteller.se.