

När det värsta händer

Ledarskap i kris

Mårten Westlund

Corporate Communication & Krishantering

Årets offentliga kommunikatör i Sverige 2024

Partner på kommunikationsbyrån Brand Club

Tidigare kommunikationschef på Europas främsta nöjespark – Liseberg

marten@brandclub.se

www.brandclub.se





Vi leder i en orolig tid

Vad är en kris och hur skiljer den sig från vardagliga utmaningar?

Skilnaden mellan krishantering och krisledarskap.

Kommunikationens roll i krishantering.

En osäker omvärld leder till tryggare val



MASSKJUTNINGEN I ÖREBRO +



"Kommer förändra bilden av Sverige utomlands"
ANALYS - Mats Knutson - Inrikespolitisk kommentator

Liverapport · Statsministern utlyser tyst minut i Sverige
Har även bjudit in samtliga partiledare för uppdatering

Det krävs för att skolekjutningen ska klassas som terrorism
"Väldet ska fungera som en budbärare"

© VISA FLER





Se bilderna från Oceana före och efter branden. Foto: SVT/Liseberg

Delar av Oceana saknade utrymningsvägar

UPPDATERAD 25 MARS 2024 PUBLICERAD 25 MARS 2024

Vad är en kris?

En kris inom en organisation kan definieras som en plötslig, oväntad händelse eller situation som hotar organisationens verksamhet, rykte eller mål. Kriser kan uppstå av olika anledningar och ha varierande omfattning.

De kan vara resultatet av interna faktorer som ledningsproblem eller externa faktorer som naturkatastrofer, ekonomiska kriser eller politiska händelser.”

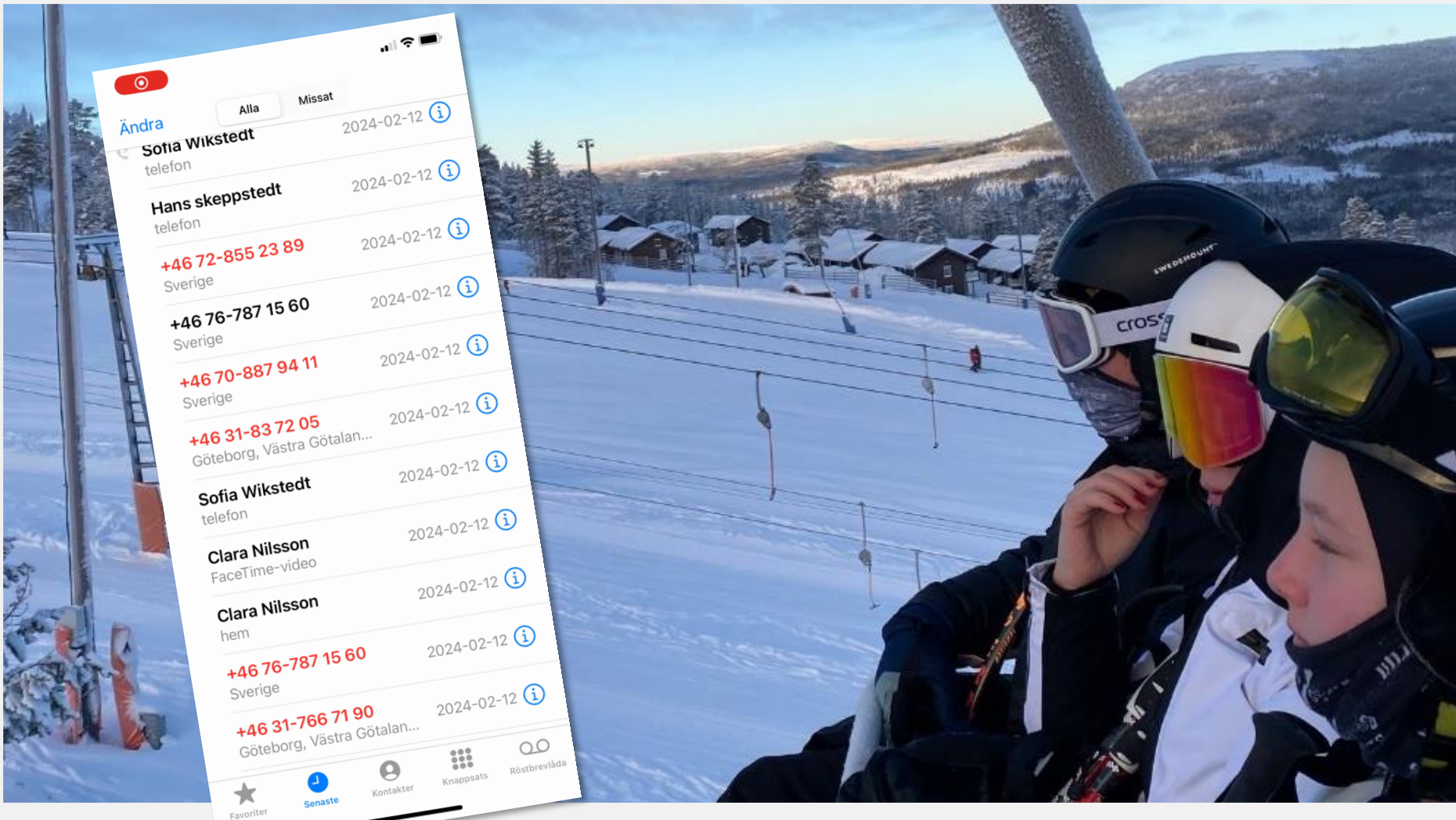


Case: Branden på Oceana – Lärdomar från Liseberg









Ändra

Alla Missat

Sofia Wikstedt
telefon
2024-02-12 ⓘ

Hans skeppstedt
telefon
2024-02-12 ⓘ

+46 72-855 23 89
Sverige
2024-02-12 ⓘ

+46 76-787 15 60
Sverige
2024-02-12 ⓘ

+46 70-887 94 11
Sverige
2024-02-12 ⓘ

+46 31-83 72 05
Göteborg, Västra Götalan...
2024-02-12 ⓘ

Sofia Wikstedt
telefon
2024-02-12 ⓘ

Clara Nilsson
FaceTime-video
2024-02-12 ⓘ

Clara Nilsson
hem
2024-02-12 ⓘ

+46 76-787 15 60
Sverige
2024-02-12 ⓘ

+46 31-766 71 90
Göteborg, Västra Götalan...
2024-02-12 ⓘ

Favoriter Senaste Kontakter Knappsats Röstbrevlåda





AF1

**Öppna lågor och
kraftig rök**



AF1

brand club



Upplevelsen av en kris
definieras inte av krisen i sig,
utan av hur den hanteras.



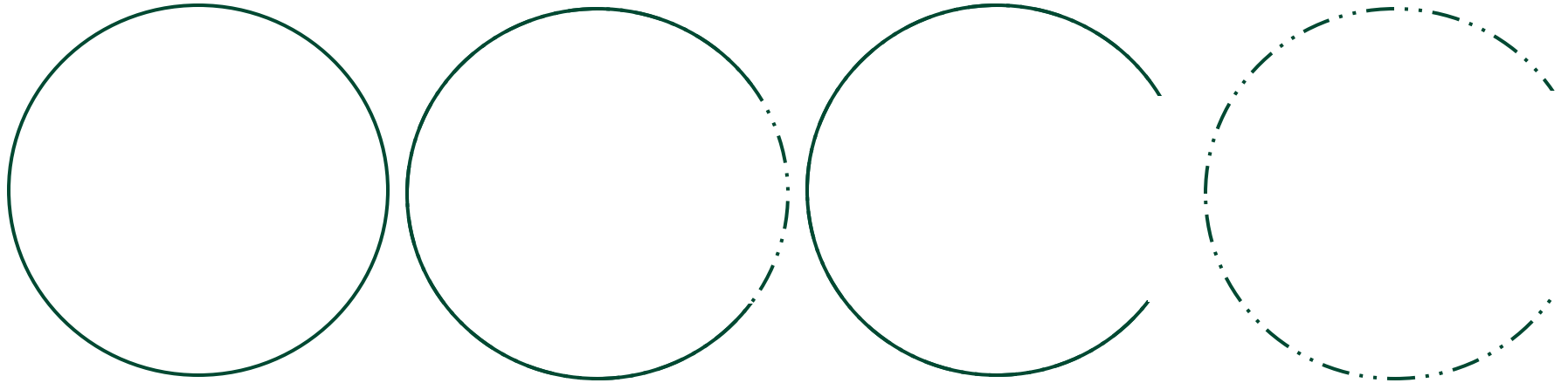
Det här är du

Det är lätt att bli emotionellt färgad av en kris. Men som kommunikatör tappar du skärpan av att ryckas med i upprördheten över händelsen.

Du kan se dig själv som opererar en patient. Du har en verktygslåda med verktyg som du använder och gör ditt bästa för att få patienten att må så bra som möjligt.

Det är inte ditt fel att patienten mår som den gör.

Ledarskap som leder till initiativ



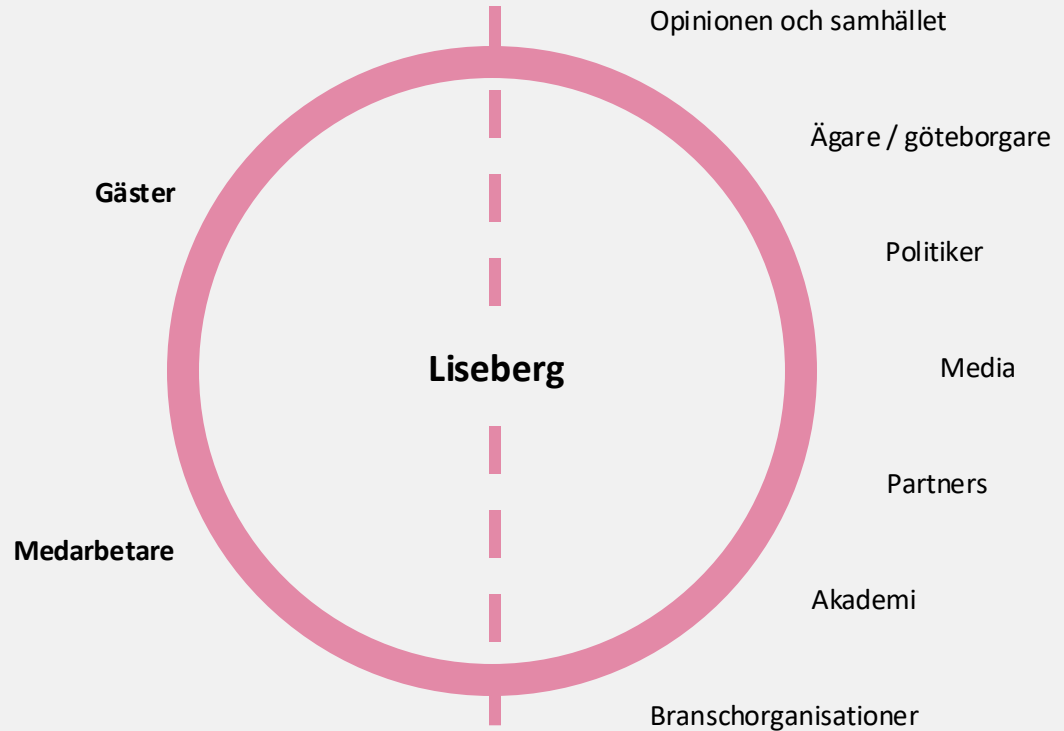
Vår omvärld

Kommunikativa
perspektiv

Juridiska perspektiv

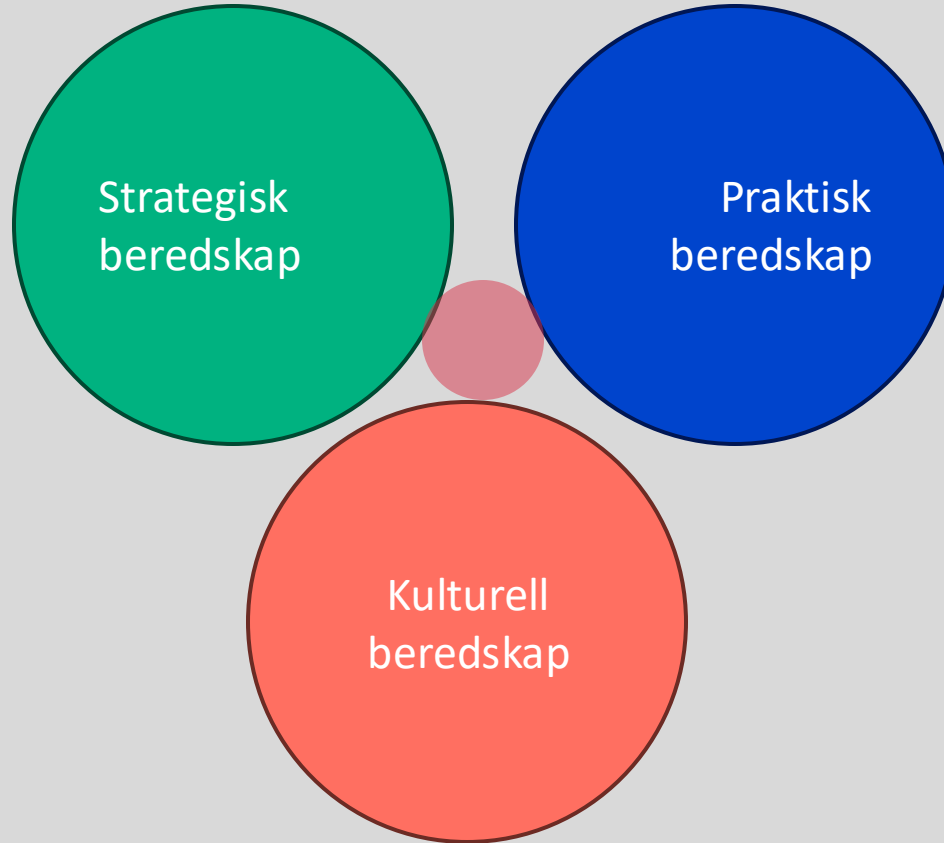
Politiska perspektiv

Okända parametrar



Det är ofta i början av en kris som de vanligaste misstagen begås, till exempel att man tar en intervju spontant på volley. Då är man inte förberedd på de svåraste frågorna och kommer heller inte att kunna få ut sina bästa argument

Rollerna i dramat måste besättas. Om du inte träder fram och ger din version av händelsen kommer någon annan göra det.



Strategisk
beredskap

Praktisk
beredskap

Kulturell
beredskap



Balansera olika horisonter

But two trains of thought must co-exist in our minds at the same time.



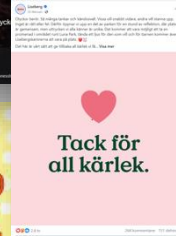
AKUTA KRISEN



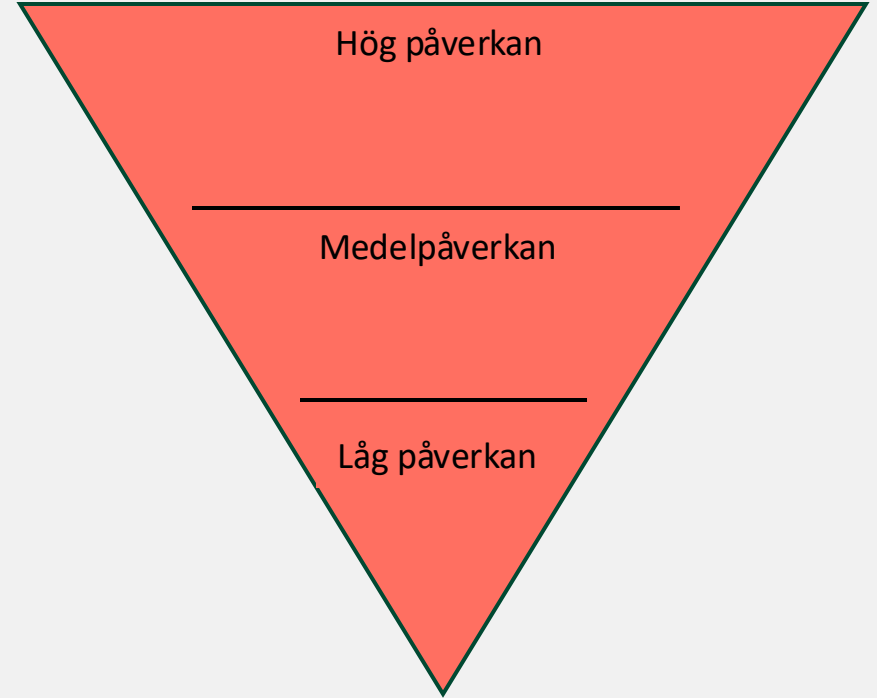
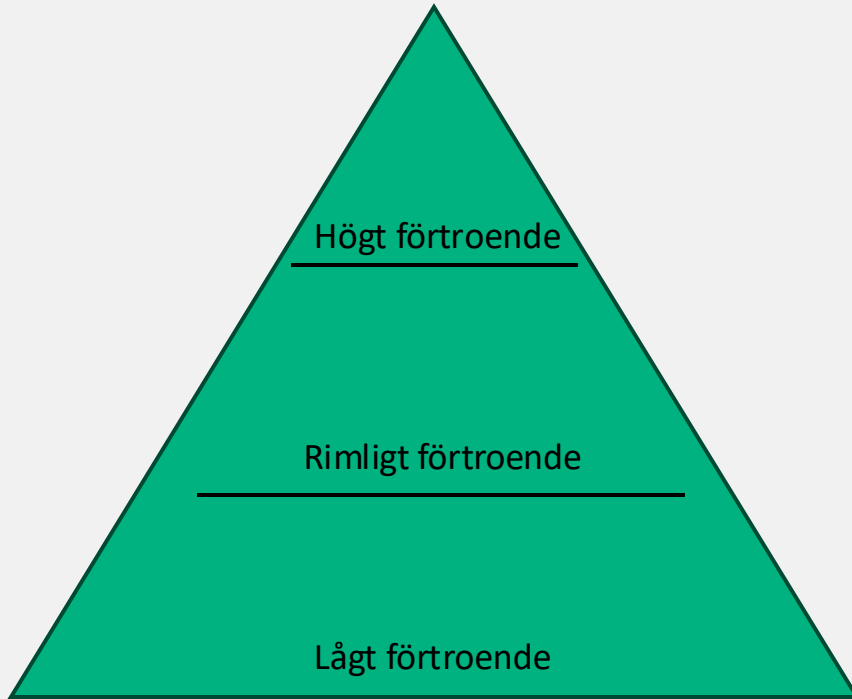
BUFFERT



RE-KOMMERSIALISERING



Risker i din verksamhet



COMEBACK

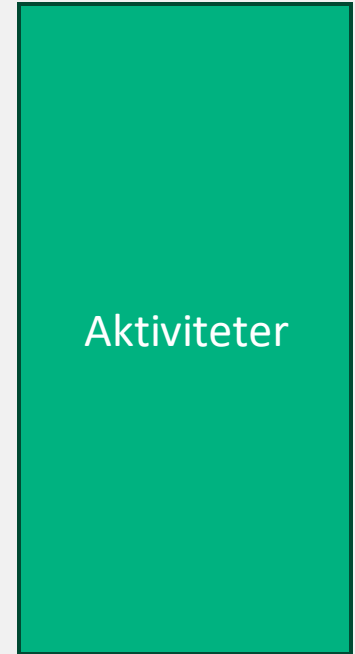
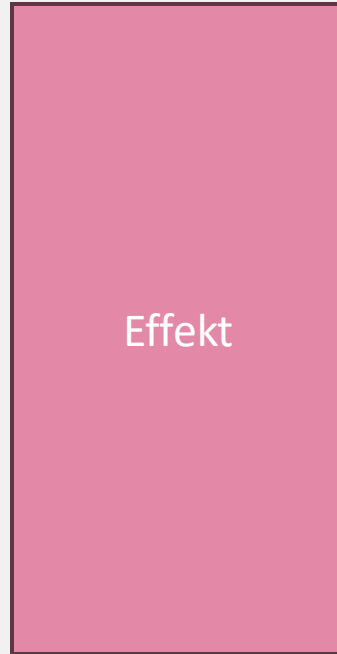
Dominant response



Fyra handlingar som satte tonen:



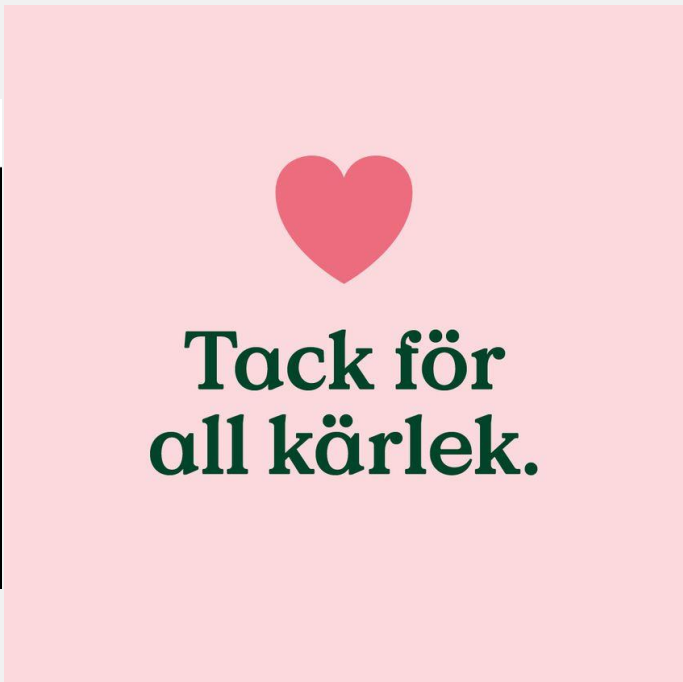
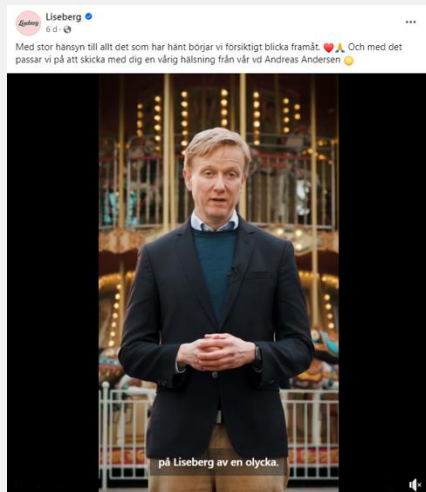
Riskscenarion



Förtroende är en organisations viktigaste tillgång.

Utan förtroende spelar det ingen roll att du har de bästa tjänsterna eller produkterna.





Krisledning

- Planen och strukturen för krisledningen är viktig.
- Krishanteringen är ett maraton – inte en sprint.
- Förtroende är den absolut viktigaste kapital man har.
- Största utmaningen är att behålla perspektivet på krisen.
- Öva – Öva – Öva

Kriskommunikation

- Sätt människan först
- Berätta vad du vet. Men berätta också vad du inte vet.
- Ta hjälp av någon som inte är i din organisation

Tack!

Mårten Westlund

Corporate Communication & Krishantering

Årets offentliga kommunikatör i Sverige 2024

Tidigare kommunikationschef på Europas främsta
nöjespark – Liseberg

Partner på Brand Club

marten@brandclub.se

www.brandclub.se



Kan kritik bli en
anledning att
kommunicera mera

4 Nyheterna Tipsa TV4 Nyhetsmorgon Efter fem Källa: Fakta

Liseberg har dragit in 50-tal årskort – redan: "Mer än vi är vana vid"

Tonåringar tränger sig i köer – ställer sig upp i attraktioner



Liseberg har märkt av en ökning av ordningsproblem i parken sedan öppningen för en månad sedan. Hör Märten Westlund, pr- och kommunikationschef på Liseberg om varför han tror att det blivit så. Foto: SVT

Rekordmånga årskort indragna på Liseberg – efter bara en månad öppet

UPPDATERAD 22 MAJ 2023 PUBLICERAD 22 MAJ 2023

I slutet av april slog Liseberg upp dörrarna för säsongen. En månad senare har man redan fått dra in 50 personers årskort efter att personer har brutit mot nöjesparkens regler.

– Vi har en väldigt låg tolerans, om inte nolltolerans, mot dåligt beteende i parken, kan man inte bete sig ryker guldpasset, säger Märten Westlund, PR- och kommunikationschef på Liseberg.

Ditt årspass har blivit spärrat!

Är du under 18 år är det målsmans ansvar att kontakta oss på Liseberg för att få spärren hävd. Vi behöver få kortinnehavarens fullständiga namn samt målsmans namn och telefonnummer mailat till: arbetsledning.arspass@liseberg.se

Därefter blir ni kontaktade av oss på Liseberg för att boka en tid för samtal.



Efter kritiken: Liseberg lanserar specialkort med lägre pris

Spara

Ekonomi • Göteborgska nöjesparksjätten Liseberg förbereder sig för öppning – exakt 100 år efter premiären. Efter kritiken från äldre som inte längre känner sig välkomna i parken, lanseras nu ett billigare specialkort för besökare över 65 år.
– Det är en målgrupp vi vill göra något extra för, säger parkens vd Andreas Andersen.

Mårten Westerlund, som väntat lyser din arrogans och åldersdiskriminerande tankar igenom i dina kommentarer när det gäller den äldre generationens närvaro på Liseberg (GP 10/10). Jag förstår inte varför du hänvisar till äldres tidigare vanor på Liseberg, "att man flanerade, gick på café och dansbana". Det är en svunnen tid sedan mycket länge, jag var nog inte ens född då!

4 | NYHETERNA Start Nöje Sport Nyhetsmorgon

Senaste nytt Inrikes Utrikes Politik Ekonomi Brott och straff Klimat Tech Väder

• NYHETSMORGMORGN [Visa alla >](#)

direkt Göteborg



RUNE KARLSSON 82 år

Han slog världsrekord på Liseberg

SE MER Senaste nytt på tv4.se

Rune, 82, slog nytt världsrekord – på Liseberg: "Alla skrek av glädje"

Se när seniorerna klår 20 år gamla rekordet • "Tar en sväng till!"

Uppdaterad: 3 september 2024 Publicerad: 3 september 2024

Nöjesparken Liseberg i Göteborg har slagit ett drygt tjuugo år gammalt världsrekord – i högsta genomsnittsålder i ett berg- och dalbaneåk.

89 ÅR



Frågor att ta med dig hem

- Vilken är er organisations "dominant response"?
- Hur skapar ni strategisk, praktisk och kulturell beredskap?
 - Övningar som kan stärka er beredskap
- Vilken typ av ledarskap tror du skapar förutsättningar för att hantera en mer oförutsägbar omvärld?

Tack!

Mårten Westlund

Corporate Communication & Krishantering

Årets offentliga kommunikatör i Sverige 2024

Tidigare kommunikationschef på Europas främsta
nöjespark – Liseberg

Partner på Brand Club

marten@brandclub.se

www.brandclub.se



FRAMGÅNGSFAKTORER KRISKOMMUNIKATION POLARBRÖD 2020

- Vi ska äga kommunikationen
- Ligga steget före
- Ställa alla jobbiga frågor internt innan journalisterna gör det
- Transparens och öppenhet
- Realistiska svar – inge förtroende
- Inga spekulationer
- ”Brandsida” på webben med senaste nytt – stor avlastning
- Intranätet – viktig kanal
- PR-byrån – gatekeeper för alla telefonsamtal, boka intervjuer
- Budskapsformulering och Q&A

FRAMGÅNGSFAKTORER KRISKOMMUNIKATION POLARBRÖD 2020

- Starka talespersoner
- Medarbetarna först i alla lägen, liksom styrelser och ägare
- Stöd av företagshälsan, kurator, präst – flera mötesplatser för medarbetarna
- **PPP – Personalen, produkterna, projekt**
- **Nyckelfaktor:** handlingskraft – akuta fasen sätter tonen
- Tvärfunktionellt arbete – i hela organisationen
- Täta regelbundna korta krisledningsmöten
- Debriefing i krisledningen
- AAR i ledningsgruppen efter en månad

FRAMGÅNGSFAKTORER KRISKOMMUNIKATION POLARBRÖD 2020

- ”Vi ska tillbaka”! – tillfälligt kommunikationskoncept med avstamp i branden
- Kreativa lösningar för att hålla varumärket in mind: Polarpolare, polarbutiken mm
- Fortsatte berättelsen om återkomsten och kommunicerade alla steg på vägen tillbaka.
- Löpande kontakt med media för att hålla intresset uppe – inbjudan till invigning osv.