

Ingen eld utan rök

– en studie av kriskommunikationen
vid branden i Halmstad, september 2012



Foto: Emma Gustafsson, Hällandsposten.



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Sirenen varnade allmänheten för den giftiga brandröken

Sent på kvällen fredagen den 21 september 2012 ryckte räddningstjänsten i Halmstad ut till Oceanhamnen någon kilometer söder om stadens centrum, där en brand brutit ut på Hanson och Möhrings kemikalielager. På grund av risker för explosion och utsläpp av kemikalier i hamnbasängen avvaktade räddningstjänsten med att släcka.



Foto: Emma Gustafsson, Hallandsposten.

Klockan 22.15 under fredagen den 21 september 2012 fick räddningstjänsten in larmet om branden i Halmstads hamn.

”Klockan 00.48 natten till lördagen lades information om branden och röken ut på Halmstads kommuns Facebooksida”.

Larmet kom in klockan 22.15 och under natten gick information ut genom VMA-meddelande (Viktigt Meddelande till Allmänheten) i lokalradio och en textremsa på TV. Klockan 23.05 på fredagskvällen hade också den största lokaltidningen, Hallandsposten, lagt ut en artikel om branden i sin nätupplaga som uppdaterades med ny information hela helgen. Man fick också med nyheten i en mindre artikel i lördagens papperstidning.

Klockan 00.48 natten till lördagen lades information om branden och röken ut på Halmstads kommuns Facebooksida. Några minuter senare sände TT ut sitt första telegram om saken. På kommunens hemsida uppmanades människor att hålla sig inomhus och att undvika röken som uppgavs vara farlig att andas in. Man varnade även för explosionsrisken. Klockan 07.30 på lördagsmorgonen höll kommunen en första presskonferens.

Under natten hade den mesta röken drivit ut över havet, men på lördagens förmiddag vände vinden och drev in ett omfattande rökmoln över centrala Halmstad där det bor cirka 60 000 personer. För att varna allmänheten användes sirener i Halmstad klockan 12.45. Många gick då in på kommunens hemsida som blev överbelastad. Kommunens Facebooksida fungerade dock. Knappt tio minuter efter sirenen gick information om vindkantringen ut i lokalradion.

Tidvis spred sig röken också söderut, bland annat mot Laholm och Båstad. På lördagseftermiddagen höll kommun och räddningstjänst en presskonferens som gick att följa direkt på internet via Bambuser.

På söndagen började räddningstjänsten vattenbegjuta elden och på måndagsmorgonen den 24 september betraktades branden som släckt. ■

Kommunen satsade på sociala medier



Foto: Emma Gustafsson, Hallandsposten.

När vinden vände vid lunchtid på lördagen användes varnings sirenerna för första gången på decennier i Halmstad.

Enligt ansvariga myndigheter spelade sociala medier en viktig roll vid krishantering av branden. Halmstads kommun satsade särskilt på Facebook, där man hade förstärkt bemanning under de kritiska dagarna.

Informationsansvariga på kommunen hade i förväg bedömt att hemsidan inte skulle nå en större allmänhet under en kris. Av samma skäl värderades inte heller Twitter särskilt högt. Ändå användes både hemsidan och Twitterkontot för spridning av information. Videotjänsten Bambuser utnyttjades också för direktsändning av kommunens presskonferenser.

Mest satsade kommunen på Facebook, som ansågs ha störst potential eftersom länkar och kommentarer där kan spridas vidare i nätverk. Kommunens informationsansvariga, Lotta Pettersson, menar att det har gjort informationskällor som kommunen mindre beroende av de traditionella medierna. Nu kan man lägga ut information på Facebook, där användarna hjälper till att sprida den vidare.

Kommunens Facebooksida fick också stor betydelse då sirenen ljud på lördagen. I den situationen var det så många som försökte hämta information på kommunens hemsida att den blev blockerad i cirka en timme. Facebooksidan fungerade emellertid, vilket gjorde att många fick information den vägen. Det blev extra värdefullt då det dröjde en stund innan information gick ut i lokalradion.

Enligt informationsansvariga underlättades kommunikationsarbetet av att ett stort antal myndigheter samlades och ledde insatserna från en gemensam central på räddningstjänsten. Kommunens webbstrateg konstaterar att han tack vare det kunde ge snabba besked på allmänhetens frågor med hjälp av experter på olika sakområden. ■



Foto: Halmstads kommun.

Lotta Pettersson, informations- och pressansvarig på Halmstads kommun.

Material: intervjuer

■ Veckorna efter branden genomfördes intervjuer med den ställföreträdande räddningschefen i Halmstad, samt ansvariga för kriskommunikationen i Halmstads och Laholms kommuner, på Länsstyrelsen i Halland, region Halland samt Garnison Halmstad, totalt åtta personer.

Facebook ersatte när radion och kommunens hemsida brast



Foto: Halmstads kommun.

För kommunen blev Facebook en viktig kanal för att nå ut med information till medborgarna.

Härifrån fick de som besvarat enkäten den första varningen:

- 29 % Radio
- 17 % TV
- 15 % Tidning
- 15 % Annan person
- 8 % Sociala medier

Antal tillfrågade: 251. Svarsfrekvens: 79%.

Frågan var öppen och löd: "Hur fick du först kännedom om att det kom ut giftig rök?"

Information om vad som hänt är helt avgörande för individens möjlighet att skydda sig vid en kris. Det digitala medielandskapet ger också möjlighet för andra än de traditionella medierna att kommentera och informera, exempelvis genom sociala medier.

Frågor om sådana ämnen ställdes i en webbenkät till 251 personer, flertalet boende i Halmstad men några också i angränsande kommuner. Frågorna gällde hur man fått kännedom om branden och röken, vart man vänt sig för att få veta mer, och vilka egna initiativ man tagit för att kommentera eller sprida information.

Svaren har tolkats mot bakgrund av diskussionerna i tre fokusgrupper med totalt 25 Halmstadsbor i åldrarna 16-82 år. Både enkäten och fokusgrupperna genomfördes veckan efter branden.

Av de 199 som svarade på enkäten fick bara några enstaka den första varningen om röken genom sirenen "hesa Fredrik", som ljöd vid lunchtid på lördagen, det vill säga ett halvt dygn efter det att branden bröt ut. Vid det laget tycks informationen redan ha varit allmänt spridd.

De allra flesta hade fått kännedom om branden sent på fredagskvällen eller tidigt på lördagsmorgonen genom radio, TV eller den lokala tidningens nätupplaga.

En ganska stor grupp fick informationen genom direkta kontakter med andra personer, som i sin tur fått nyheten genom något nyhetsmedium. En mindre grupp fick den första informationen via sociala medier, exempelvis Facebook.

Det är stora skillnader i svaren från olika åldersgrupper. De yngsta fick varningen främst genom sociala medier och personkontakter, yngre medelålders fick den genom nättidningar, äldre medelålders genom radio och TV, och de äldsta genom radio och personkontakter. Dessa personkontakter kan se mycket olika ut i olika åldersgrupper. En ung kvinna i en av fokusgrupperna berättade om ett massutskick med varning för röken som en tjejkompis gjort via sms. En äldre kvinna berättade om hur hennes dotter berättat om sirenen i ett vanligt telefonsamtal.

Branden tycks ha fått invånarna i Halmstad att söka information i många olika källor. De som besvarade enkäten sökte främst i de traditionella nyhetsmedierna. Många sökte sig också till myndigheterna, framför allt till Halmstads kommuns hemsida och kommunens sida på Facebook.

De i särklass mest använda informationskällorna var tidningarnas nätupplagor, i första hand Hallandspostens och i andra hand Aftonbladets. Nästan hälften av dem som besvarat webbenkäten uppger att de använt

dessa mycket, och ytterligare en tredjedel uppger att de använt dem något. Även radio och TV användes av många för att skaffa information.

Generationsskillnaderna är mycket tydliga. Personer under 40 år uppger nättidningar och sociala medier som sina viktigaste informationskällor, med myndigheternas hemsidor på tredje plats. Personer mellan 40 och 49 har likartat mönster, men mindre sociala medier. Personer mellan 50 och 69 använde huvudsakligen traditionella medier, inklusive nättidningar, medan de äldsta inhämtade information genom radio och TV. I fokusgrupperna berättade en 40-årig kvinna hur hon direkt efter att hon fått vetskap om branden sökte information i lokaltidningens nätupplaga, en 71-årig man berättade att han lät radion stå på hela första natten.

Nya kommunikationsmedel har vidgat möjligheten både för myndigheter och allmänhet att kommentera händelser av olika slag. Av dem som besvarat enkäten har lite mer än var sjätte person gjort det i någon form. Nästan alla som säger sig ha kommenterat eller spritt information har gjort det via Facebook, som här fungerade som en bas för den sortens aktiviteter. Ett fåtal av Facebookanvändarna har dessutom bloggat, twittat, lämnat information till något traditionellt nyhetsmedium eller skrivit i mediernas kommentarsfält om branden och röken.

De flesta som varit aktiva med att kommentera händelsen är under 50 år. En annan sak som förenar dem är att de är ganska positiva till myndigheternas hantering av situationen. Vid denna kris var det alltså de nöjda, inte de missnöjda, som kommenterade.

Det är bara ett fåtal personer som uttrycker direkt missnöje med myndigheternas hantering av branden och röken. På en sjugradig skala anger nästan hälften något av de två högsta betygen, och lika många ger myndigheterna godkänt eller svagt överbetyg. Bara 6 procent ger myndigheterna underbetyg.

Generellt är kvinnor något mer nöjda än män och unga något mer nöjda än äldre.

Som positivt i informationen upplevdes kommunens arbete med uppdateringar, både på hemsidan och på Facebook.

Som negativt anges två saker, som båda är kopplade till informationen i samband med att sirenen ljöd vid lunchtid på lördagen. Det ena var att kommunens hemsida inte klarade av trafiken, utan blockerades när många samtidigt försökte gå in på sidan. Det andra var att det tog för lång tid innan det kom information på radion om varför sirenen tjöt. Det som räddade situationen för många var att man kunde få information på kommunens Facebooksida som klarade trycket. ■

Vanligaste informationsmedier i olika åldersgrupper:

Åldersgrupp	Medium 1	Medium 2	Medium 3
– 39 år	Nättidning	Sociala medier	Mynd. hemsida
40-49 år	Nättidning	Radio	Mynd. hemsida
50-59 år	Nättidning	Radio	TV
60-69 år	Nättidning	TV	Radio
70 – år	Radio	TV	Nättidning

Nästan hälften av dem som svarade på enkäten uppgav att de använt Hallandspostens och Aftonbladets nätupplagor för att få mer information om branden.

Material: Enkäter

■ Enkäten är sänd till personer som tidigare rekryterats till en medborgarpanel (MOD) vid Göteborgs universitet. Den gick ut till bosatta i Halmstad och närmast angränsande kommuner, totalt 251 personer, varav 199 svarade. Panelen gör inte anspråk på att vara representativ för de boende i Halmstad.

Redaktionerna prioriterade webb, men inte sociala medier

Foto: Emma Gustafsson, Hallandsposten.



Medierna lade snabbt ut nyheten om branden i Halmstads hamn på sina webbsidor, men använde nästan inte alls sociala medier för informations-spridning.

Den första nyheten om branden i Halmstads hamn gick ut på Hallandspostens webbsida vid 23-tiden, ungefär 45 minuter efter att räddningstjänsten fått lar-met. Samtidigt lades den ut på Hallands Nyheter, som inte är bemannad under

Hallandsposten var snabbast med att lägga ut nyheten om branden på webben.

helgerna men som har ett avtal med Hallandsposten om sampublicering på nätet. Sveriges Radio hade nyheten kort efteråt och aftonbladet.se en halvtimme senare. Strax före klockan 01 natten till lördagen kom TT:s telegram.

De lokala tidningarna har begränsad pappersutgivning under helgerna, så merparten av nyhetsrapporteringen skedde på webben. Där publicerades meddelanden från kommunen och räddningstjänsten snabbt, och när så var nödvändigt med täta uppdateringar.

Under de två första dagarna, tills dess att branden var släckt, handlade nyheterna bland annat om explosionsrisk, giftiga gaser, vindriktning och uppmaningar till allmänheten om att stanna inomhus. Många artiklar hänvisade till kommunens hemsida och Facebook-konto för mer information.

Alla de lokala och regionala medier som rapporterade om branden har egna konton på Twitter och Facebook, men de användes inte för nyhetsrapportering. Hallandsposten och Sveriges Radio Halland använde de sociala medierna för publicering av rubriker och länkar om storbranden, de andra medierna hann inte eller bedömde det inte som relevant.

Ingen av redaktionerna använde Twitter och Facebook på ett strukturerat och planerat sätt, vare sig för publicering eller informationssökning. Däremot lade enskilda journalister på eget initiativ och av eget intresse ut länkar eller sökte uppgifter på de sociala medierna. ■

Material: Intervjuer

■ Sammanställningen bygger på intervjuer med 19 reportrar och redaktörer på Hallandsposten, Laholms Tidning, Göteborgs-Posten, TT, Sveriges Radio Halland, SVT Västnytt och TV4 Halland.



Foto: Johnny Samuelsson, Hällandsposten.

Alla förstod inte sirenalarmet

Branden i Halmstad blev aldrig någon katastrof men dock en kris, eftersom många människors hälsa ansågs hotad då vinden låg på mot staden. Därför utlöste räddningstjänsten sirenalarmet för första gången på decennier.

När sirenen ljöd hade branden pågått ett halvt dygn. Den första varningen, sent på fredagskvällen, nådde Halmstadsborna genom meddelanden i lokalradion och en textremsa på TV. Informationen spreds sedan vidare genom personkontakter. För spridning av mer ingående information spelade lokaltidningens nätupplaga mycket stor roll. Yngre Halmstadsbor kompletterade den med information på sociala medier, äldre med radio och TV. Den som ville nå alla måste alltså använda många olika kanaler.

Halmstadsbranden är ett exempel på hur modern teknik snabbt förändrar kriskommunikationens villkor. Tidigare har myndigheternas krisinformation nästan enbart gått genom de traditionella medierna. I denna kris kommunicerade Halmstads kommun även direkt med allmänheten genom hemsidan och Bambuser, och än mer genom Facebook som också ökade allmänhetens möjlighet att få svar på sina frågor. Till det bidrog tillgången på olika kompetenser i myndigheternas gemensamma krisstab.

Kommunens ökade ambition som direktförmedlare av information till allmänheten fungerade inte på hemsidan som blockerades när den behövdes som bäst. Däremot klarade Facebook att ta emot trafiken då andra system brast. En slutsats är därför att kommunens hemsida måste ha bättre kapacitet om den ska fungera som informationskanal vid kriser.

En annan slutsats är att kommunikation och samordning behöver förbättras ytterligare vid användning av VMA och siren, eftersom många medborgare inte vet vad de ska göra vid sådana tillfällen. ■

Företaget Hanson och Möhrings anläggning för salt och konstgödsel i Oceanhamnen totalförstördes vid branden.

”Halmstadsbranden är ett exempel på hur modern teknik snabbt förändrar kriskommunikationens villkor”.

Kriskommunikation 2.0 är ett forskningsprojekt som bedrivs vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet.

Projektets primära syfte är att beskriva och analysera hur digitala medier används av myndigheter, medieföretag och allmänhet i samband med samhälleliga kriser. Projektet finansieras av Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, MSB.

Denna broschyr är den första kortrapporten från projektet. Materialet till rapporten har samlats in genom fokusgrupper, intervjuer och en webbenkät med boende i Halmstad och dess grannkommuner omedelbart efter eldsvådan.

Kontaktperson: Tomas Odén: tomas.oden@jmg.gu.se.

Mer information finns under rubriken Pågående projekt på www.jmg.gu.se/forskning.



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION