

Fondssymposium: Fondes kommunikation og mediehåndtering i krisetider

Ikke færre end 60 repræsentanter for 38 danske fonde var samlet den 20. maj 2010 for at få inspiration til effektiv krisekommunikation. Her har vi i kort form gengivet oplægs- holdernes gode råd til krisekommunikation, og sammenfattet diskussionerne i forbindelse med dagens dilemmaspil. Det samlede materiale følger vedhæftet.

Fonde og deres betydning for samfundet vækker mediernes interesse i stadig stigende grad - og ikke altid kun i positiv forstand. Men med et gennemtænkt kriseberejdskab er en fond bedre rustet til at informere og påvirke journalisterne og deres udlægninger den dag, fonden havner i mediernes søgelys.

Fiona Ellis, tidligere direktør for den nordengelske, almene Northern Rock Foundation fortalte som dagens første taler om, hvordan hun i efteråret 2007 håndterede kritisk presse på baggrund af Northern Rock bankens krak, som opstod i slipstrømmen på den internationale økonomiske krise.

Northern Rock bank udgjorde fondens samlede økonomiske grundlag. Men fonden havde ikke et beredskab til krisekommunikation, og Fiona Ellis havde ikke tidligere befundet sig i en lignende situation. Fonden havde indtil bankens krak levet et stille liv – mediemæssigt. Ellis' fremgangsmåde baserede sig derfor mest på sund fornuft og kommunikationsrådgivere, hentet både lokalt og i London.

London-rådgiverne koncentrerede sig om at undgå landsdækkende omtale af bankkrakets betydning for fonden i det hele taget.

Den lokale rådgiver udnyttede sit gode forhold til lokale journalister og forsøgte så vidt muligt at få positiv omtale af fonden og dens arbejde.

Ellis' selv arbejdede med at geare den interne organisation: Hun etablerede et kriseteam af fire medarbejdere, holdt tæt kontakt til bestyrelsesformanden og banken - og forsøgte naturligvis at informere fondens øvrige medarbejdere løbende.

Kriseteamet udpegede talspersoner og forberedte udtalelser til dem. Der blev etableret medieovervågning, indsamlet fakta om fondens arbejde og alle henvendelser fra medierne blev omhyggeligt dokumenteret. Endelig gjorde Ellis og bestyrelsesformanden sig også erfaringer med både god og dårlig TV - optræden.

Fiona Ellis vurderer, at selv om Northern Rock Foundation blev taget på sengen af både bank- og mediekrisen, klarede de sig godt i forhold til medierne. For det første fordi de kommunikerede så åbent og samarbejdsvilligt som muligt med journalisterne. Og for det andet fordi hun og hendes nærmeste medarbejdere fik etableret en effektiv krisorganisation.

Kommunikationsrådgiverne **Lotte Hansen** og **Jesper Lynghus** fra Mannov tog tråden op og så nærmere på faser i en mediekrisen, som de sammenlignede med en blomst, der spirer, modnes for til sidst at falme og dø. Uddybende kom de med konkrete bud på, hvordan man bedst muligt kan spille sammen med journalisterne i de forskellige faser. Overordnet var deres råd, at man står sig bedst ved at acceptere mediernes logik og ved at anskue medierne som en evigt sulten nyhedsmaskine. Man bør kommunikere åbent, sobert og faktabaseret - og desuden vise medfølelse over for dem, der er berørt af den situation, der har udløst krisen. Det sidste vurderede Lotte Hansen som meget vigtigt i den nuværende samfundssituation, der generelt har skabt højere krav til organisationers og virksomheders kommunikation af etisk adfærd og mådehold.

Dagens sidste programpunkt var et **dilemma spil** om den fiktive "KemiLab Fonden af 1960". Symposiets deltagere skulle i tre scenarier diskutere fondens støtte til et konkret projekt: "Trafikudsatte børn". Undervejs i forløbet fik deltagerne flere og flere oplysninger om bestyrelsesmedlemmerne i fonden og mediernes reaktioner på fondens bevilling.

Første scenarie bestod i at tage stilling til, hvor vidt fonden aktivt skulle kommunikere sin støtte til projektet i medierne og åbent informere om det nye fokus på socialt entreprenørskab.

Resultatet af afstemningen viste at 35 procent af deltagerne stemte ja, 65 procent stemte nej. Mange mente, at det krævede en klar strategi før man kunne gå til medierne med historien. Andre, at det er vigtigt for fonde at kommunikere tydeligt om uddelinger, fordi det er en udmærket måde, hvorpå fonde kan tiltrække nye kvalificerede og relevante ansøgere, som passer med fondens strategi.

I **scenarie to** bliver situationen yderligere skærpet og mere kompleks, da det i det lokale dagblad afsløres, at et af bestyrelsesmedlemmerne er i familie med projektlederen i "Trafikudsatte børn" – og dermed muligvis inhabil i beslutningen om støtte til projektet. Symposiedeltagerne skulle nu igen vurdere, hvorvidt fonden burde orientere medierne om bestyrelsens overvejelser. Et stort flertal (83 procent) mente, at fonden skulle lade som ingenting over for pressen, men dog etablere et presseberedskab.

Rådgiverne fra Mannov mindede om, at det var vigtigt og helt afgørende ikke at gå i panik i situationen, og at fonden skulle gå til medierne under alle omstændigheder. Tavsighed i sagen var udtryk for panik.

Lotte Hansen påpegede desuden, at habilitetstraditioner i fondsverdenen nok ikke er de samme som andre steder i samfundet. Jesper Lynghus tilføjede, at kom fonden selv først med historien, havde den også de bedste chancer for selv at sætte mediedagsordenen. På de indre linje burde man naturligvis informere interessenterne og det hele taget få skabt ro.

I **tredje og sidste scenarie** har dagbladet bragt en meget negativ historie om fondens inhabilitet i forhold til projekt: "Trafikudsatte børn". Symposiedeltagerne skulle nu vurdere, hvordan fonden burde reagere. Et overvejende flertal var enige om, at den rette reaktion var så hurtigt som muligt at sende en pressemeddelelse til medierne, hvor fonden orienterede om, hvad man ville gøre. Overordnet gjaldt det dog om at reagere hurtigt over for medierne. Rådgiverne påpegede tillige, at det var rigtig vigtigt at vise empati, frem for at vente på fakta fra en undersøgelse. Endelig blev det også diskuteret, hvor langt en fonds ansvar overhovedet går i forhold til de projekter, man støtter. Rådgiverne mindede også om, at man i den moderne medievirkelighed ikke kan fraskrive sig ansvar som organisation. Det gælder alle – både fonde, andre private virksomheder samt offentlige institutioner og virksomheder. Alle har ansvar og kan derfor også stilles til ansvar af medierne.

Bente Groth og Mette Geilø
24-06-2010

./ Program
Fiona Ellis' oplæg
Oplæg fra Mannov
Case: Mediekrise: Rettidig kommunikation under pres. KemiLab Fonden af 1960