

Ta del av allt innehåll på Resumé

Starta din prenumeration

Prenumerera

Resumé

Meny ☰

Byråer

Erfarna krishanterarna i nytt samarbete: ”Dubbel kraft”

Publicerad: 16 augusti 2022, 13:38



Paul Ronge och Jeanette Fors-Andrée.

Foto: Pressbilder

Jeanette Fors-Andrée och Paul Ronge är två av Sveriges mest rutinerade krishanterare. Nu krokas de arm i det gemensamma erbjudandet ”Minutrådet”, som ska ge blixtsnabb krisrådgivning anpassat till ett uppskruvat medieklimat. ”Vi kommer med två olika perspektiv, och dubbelt så lång erfarenhet”, säger Jeanette Fors-Andrée.

Ämnen i artikeln: [Jeanette Fors-Andrée](#) | [Paul Ronge](#) | [Krishantering](#) | [PR](#) | [Nyheter](#)

Som krishanterare och pr-expertter har **Jeanette Fors-Andrée** och **Paul Ronge** från sina olika håll bevittnat hur de senaste årens utveckling av medielandskapet

ställer nya krav på företag och organisationer. I både sociala och traditionella medier pågår händelseutvecklingen dygnet runt. Inte sällan avgörs det inom de första timmarna om en kris eskalerar till ett direkt hot mot verksamheten, och ofta är det felaktiga beslut som ligger bakom hur allvarligt läget blir.

– Vi har båda sett hur de klassiska misstagen upprepas om och om igen, framför allt i inledningsfasen av en kris eller granskning. Ofta är det självförvållat och handlar om ogenomtänkta uttalanden, och att man gör och säger fel saker i ren panik av rädsla för mediedrev. Det löser inte problemet, och det är frustrerande när man ser hur det hade kunnat undvikas, säger Jeanette Fors-Andrée.

Den uppskruvade takten kan få stora konsekvenser, menar Paul Ronge.

– Det handlar ju inte längre om några deadlines, utan om ett ständigt pågående nyhetsflöde. Från mediernas håll är det många som upplever att det inte är så noga om det blir fel, för det kan ju alltid rättas till. Men för våra kunder är det oerhört noga, och kan få förödande konsekvenser om uppgifter publiceras lättvindigt eller inte är ordentligt researchat. Det är därför det är så viktigt att ha en snabb och effektiv krishantering, säger han.

LÄS MER: [Experter kritiska mot Amnestys agerande: "Ger starkt underlag till ryska aktörer"](#)

Med det som bakgrund lanserar duon nu ett gemensamt erbjudande. Genom "Minutrådet" kan man anlita krishanterarna upp till tre timmar, och rådgivningen kan gälla allt från att utforma budskap inför en viktig affärshändelse till en ren mediekris.

– Vi är vana vid att vara tillgängliga snabbt och ofta drar vårt arbete som krishanterare i gång på minuten. Skillnaden nu är att vi gör det här tillsammans, med dubbel kraft. Vi kommer med två olika perspektiv, och dubbelt så lång erfarenhet. Förhoppningen är att kunna hjälpa fler att undvika förtroendekriser, säger Jeanette Fors-Andrée.

Vilka typer av uppdrag och kunder kommer ni ta er an?

– Vi har alltid jobbat med alla möjliga uppdrag och har varit i alla branscher. Jag ser framför mig att våra uppdrag både kan handla om att hantera en kris på uppsegling, men också att ge en second opinion inför till exempel en stor kommersiell satsning, säger Paul Ronge.

Jeanette Fors-Andrée fyller i:

– Många kunder känner i dag ett behov av att krocktesta det material som redan finns. Även en proffsig kommunikationsavdelning som gjort ett gediget arbete, riskerar att bli hemmablinda i slutskedet.

Mediedrev och kris är ju ofta oerhört tufft för de som befinner sig mitt i den. Men vad tycker ni som rådgivare är roligast med krishantering?

– Jag tror vi går i gång på ganska lika saker, och det handlar om att få vara med när läget är skört och sårbart. Man kommer nära gruppen eller personen man är där för att stötta, man anförtros med mycket information och det finns ett gemensamt starkt mål att vi ska klara oss ur det här, säger Jeanette Fors-Andrée.

Paul Ronge:

– Man kan göra en himla stor nytta som krishanterare. Ett vanligt problem när man befinner sig mitt i en kris är handlingsförlamning, att man i paniken inte vet vad man ska ta sig till. Det märks på kunderna hur tacksamma de är när någon kommer in, som inte befinner sig i samma ångestladdade bubbla och kan se på situationen utifrån.

LÄS MER: [Kaoset på Arlanda – därför fungerar inte Swedavias krishantering: ”Gör det värsta de kan göra”](#)

Hur spår ni att behovet av krishantering kommer utvecklas framöver?

– Jag tror att tonläget i medierna och offentligheten kommer bli allt mer uppskruvat, och det finns stora faror med det. Jag möter många företag som inte vågar gå ut med, eller ens fatta verksamhetskritiska beslut, på grund av att man är rädda för att få kritik. På så vis hämmar klimatet organisationsutveckling. Jag tror att vi kan ha möjlighet att göra skillnad även där – att få kunderna att faktiskt våga genomföra de beslut som finns på bordet, trots risken för kritik, säger Jeanette Fors Andrée.



AMANDA TÖRNER

Reporter

amanda.torner@resume.se

Ämnen i artikeln: [Jeanette Fors-Andrée](#) | [Paul Ronge](#) | [Krishantering](#) | [PR](#) | [Nyheter](#)

Lediga jobb



Web Manager

The Swedish Club

Göteborg



Marknadsprojektledare

Svevia

Stockholm



Performance Marketing Specialist

Ordna

Stockholm



Systemförvaltare

Momentum

Skåne



Communication Specialist

Foxway

Stockholm, Göteborg

[Se alla lediga jobb](#) →

Andra läser också



Idén bakom F&B:s Qatar-kort blev kampanj av studenter – för fem år sedan

Byråer Forsman & Bodenfors kampanj "Cards of Qatar" för Blankspot sätter ljuset på de migrantarbetare som fått sätta livet till i byggnationerna inför fotbolls-VM. Men redan...

Skönhetsjätten Lyko om nya samarbetet med Åkestam Holst: "Gillar den spänstiga dialogen"

Kampanj Lyko lanserar sitt nya koncept efter samarbetet med Åkestam Holst påbörjades. Nu hyllar bolagets marknadschef Kalle Eliason byrån: "Jag gillar arbetstempot, den spänstiga dialogen och..."

Sverigedemokraterna satsar på "Tiktok"-format för kampanjfilmerna

Kampanj SD:s strategi för kampanjfilmerna är kvantitet över kvalitet. Inspirerade av Tiktoks format har man hittills producerat ett femtiotal olika korta kampanjfilmer under konceptet "Inte som..."

Här är Vänsterpartiets influencerdrivna valkampanj – riktar sig mot unga i utsatta områden

Kampanj Med en månad kvar till valet lanserar Vänsterpartiet sin officiella valkampanj "Powered by Vänsterpartiet", specifikt riktat mot unga i Sveriges politiskt eftersatta områden. I kampanjen...

Om

Bli prenumerant

Kontakta oss

[Tipsa oss](#)

[Alla ämnen](#)

[Annonsera](#)

[Gold Standard](#)

[Cookielista](#)

[Anpassa cookies](#)

[E-tidning](#)

[Lediga jobb](#)

[Om annonser](#)

[Cookiepolicy](#)

[Personuppgiftspolicy](#)

[RSS](#)

Populära ämnen

[Cannes Lions](#)

[Folk på väg](#)

[Influencer marketing](#)

[Kreativ kommunikation](#)

[Sociala medier](#)

[Digital marknadsföring](#)

[Guldägget](#)

[Kampanjer](#)

[Medieinvesteringar](#)

[Varumärken](#)

Mer från Resumé

[Byråval](#)

[Designbyråer](#)

[Eventbyråer](#)

[Mediebyråer](#)

[Produktionsbolag](#)

[Contentbyråer](#)

[Digitalbyråer](#)

[Kommunikationsbyråer](#)

[PR-Byråer](#)

[Reklambyråer](#)

Kundservice

kundservice@resume.se

08-409 320 07

Chefredaktör och ansvarig utgivare:
Yasmine Winberg



Resumé 105 16 Stockholm

© Copyright 2022 Resumé

Fler branschtitlar från Dagens Nyheter

Fler branschtidningar från Bonnier News:

Aktuell Hållbarhet Byggindustrin Dagens industri Dagens Media Dagens Medicin

Dagens Samhälle Dagligvarunytt Fastighetsnytt Market