



PR BAROMETER CORONA

Bedste mediehåndtering under corona

2020



Om PR Barometer Business 2020

PR Barometer Business er en årlig undersøgelse, der går i dybden med journalisters opfattelse og bedømmelse af de største virksomheders mediehåndtering. Undersøgelsen gennemføres i Danmark, Norge, Sverige og Finland.

I den danske undersøgelse har 221 journalister deltaget i undersøgelsen i 2020. Journalisterne bedømmer tilfredsheden med dialogen og den mere overordnede opfattelse af fire-fem virksomheder, som de har været i kontakt med i løbet af det seneste år.

Udover PR Barometerets klassiske parametre, har journalisterne i år besvaret en række top of mind-spørgsmål relateret til coronakrisen. Mere end 200 journalister har således svaret på:

- Hvilke tre virksomheder, offentlige institutioner eller interessegrupper er bedst til mediehåndtering under coronakrisen?
- Hvilke tre virksomheder/offentlig institutioner i Danmark, har i særdeleshed udvist samfundsansvar under coronakrisen?
- Hvilke tre enkeltpersoner i Danmark, har i særdeleshed ydet en god medieindsats under coronakrisen?
- Hvilke offentlige myndigheder, der er involveret i håndteringen coronakrisen, har været den mest proaktive/bedst til at sælge sit budskab til medierne?

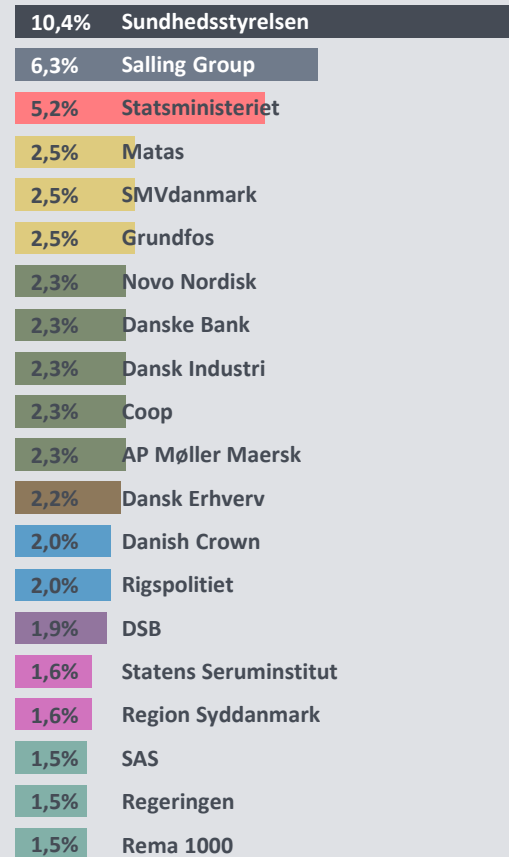
Data er indsamlet i perioden 11. juni-28. august 2020.

BRUGSRET

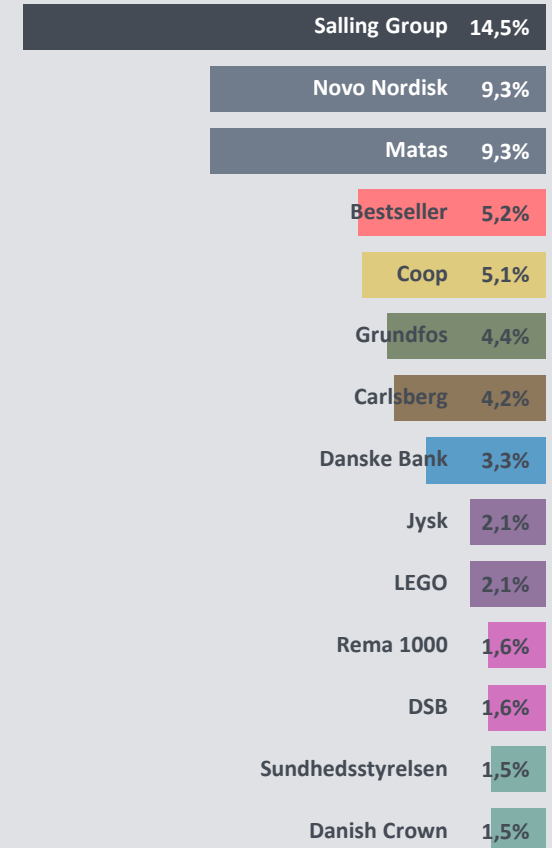
Resultaterne fra dette materiale kan frit benyttes og må gerne offentliggøres. Aalund tager ikke parti eller kommenterer specifikke resultater, men fungerer alene som leverandør af data. Ved offentliggørelse skal Analyse- og Konsulenthuset Aalund påføres som kilde.

Top of Mind

Hvilke tre virksomheder, offentlige institutioner eller interessegrupper er bedst til mediehåndtering under coronakrisen

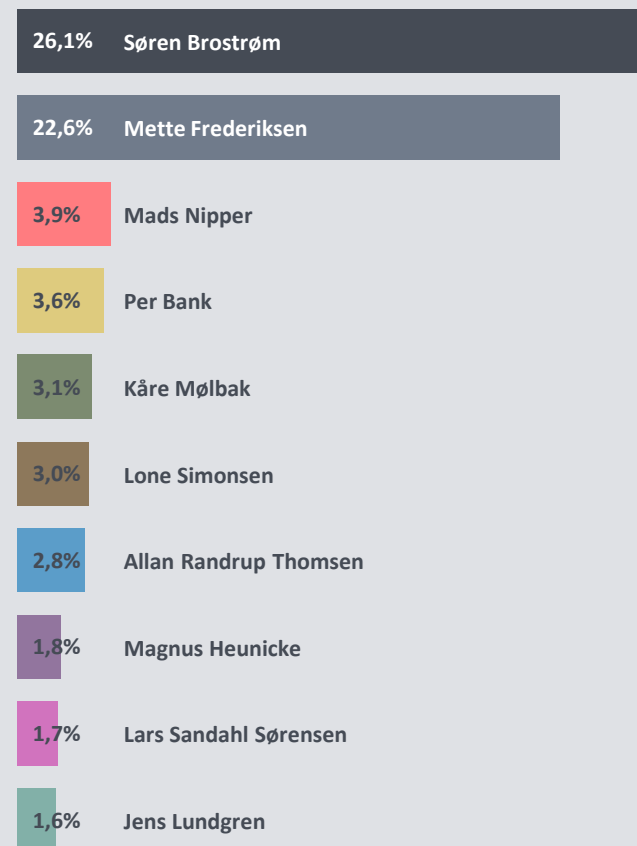


Hvilke tre virksomheder/offentlig institutioner i Danmark, der i særdeleshed har udvist samfundsansvar under coronakrisen.



Top of Mind

Hvilke tre enkeltpersoner i Danmark, der har særdeleshed har ydet en god medieindsats under coronakrisen



Hvilke tre myndigheder, der er involveret i håndteringen af coronakrisen, har været den mest proaktive og bedst til at sælge sit budskab i medierne?



TOP OF MIND

Hvilke tre virksomheder,
offentlige institutioner eller
interessegrupper er bedst til
mediehåndtering under
coronakrisen?

Hvilke tre virksomheder, offentlige institutioner eller interessegrupper er bedst til mediehåndtering under coronakrisen?

Sundhedsstyrelsen

- De har været proaktive. Jeg ved, at de har hyret professionelle kommunikationsfolk i form af Advice, og det er både sympatisk og rigtigt set. Søren Brostrøm sagde, at kommunikationsopgaven både var stor og omfattende, men at den også skulle ramme alle lige. Corona rammer jo socialt skævt, så det er vigtigt at ramme bredt, og at man erkender egne styrker og svagheder. Der skal ekspertise til den særlige kommunikationsform.
- Sundhedsstyrelsen har været meget tilgængelige, meget aggressive og offensive i kommunikation, og selv om de har svaret forskelligt og måske ikke haft klare udmeldinger, har de forsøgt at kommunikere, hvad de har ment.
- De var meget åbne i starten om, hvad der skete, og de stillede op og svarede på ting, som man ikke havde forventet svar på under de omstændigheder. Senere var det mere op ad bakke, og de blev sværere at komme i kontakt med.
- Vi har haft en del kontakt med Sundhedsstyrelsen og Søren Brostrøm, og han har i nogen grad fungeret som en fornuftens stemme.
- Med Sundhedsstyrelsens Søren Brostrøms håndtering af coronakrisen har man fornemmet åbenhed, som man måske ikke fornemmer, når der er tale om en politiker.
- Det er profiler, der stået frem. Søren Brostrøm har især også turde sige, hvis der er begået fejl.
- Sundhedsstyrelsen fordi man forbinder dem med Corona generelt herunder Søren Brostrøm.
- Søren Brostrøm var et ukendt blad før krisen, og han har mere eller mindre overtaget scenen og rent kommunikationsmæssigt skillet sig ud.
- Der har været ro, overskuelighed og tryghed. De er lykkedes godt med kommunikationen.

Sundhedsstyrelsen (fortsat)

- De har en frontfigur, som er Brostrøm, og som gør sig godt i medierne.
- Sundhedsstyrelsen var klare i deres udmeldelser, og der var åbenhed omkring, at de ikke havde de sikre svar og ikke vidste alt.
- Det der gør, at de er gode, er, at jeg har kunne få meget hurtig hjælp med at finde forskellige eksperter, og at eksperterne har været tilgængelige. Jeg har ikke skulle vente længe på svar, og ellers har de fundet en ny ekspert.
- De har bare været meget tilgængelige og meget målrettede i deres kommunikation.
- Sundhedsstyrelsen kom hurtigt afsted med meget præcis og klar information til danskerne. De havde enkle og letforståelige budskaber.
- De har været villige til at stille op og svare på spørgsmål. De har forklaret det på en måde, så folk nemt kunne forstå det.
- Sundhedsstyrelsen har været åbne i deres snak og har haft nogle konkrete ting, man kunne forholde sig til.
- De har taget ansvar, haft en sikker hånd og udstrålet sikkerhed og fasthed.

Hvilke tre virksomheder, offentlige institutioner eller interessegrupper er bedst til mediehåndtering under coronakrisen?

Salling Group

- Salling Group har været gode til at være ude for at fortælle, både om hvad de har, og hvordan de passer på sine medarbejdere. Der var en hurtig melding om, at de ikke skal bruge ekstra penge.
- De har været gode til at kommunikere det her med ikke at modtage en hjælpepakke.
- De var tidligt ude med god kommunikation.
- De har haft en meget markant udmelding om, hvad de var klar til at gøre for at skabe tryghed for de handlende, da det hele bragede løs.
- De har reageret hurtigt og holdt journalisterne oplyst.
- De var ude og fraskrive sig penge fra staten. Jeg nævner dem på grund af tidspunktet, for de var tidligt ude, og det gav medvind. Jeg mener, direktøren udtalte sig, og det blev leveret på en god måde.
- Helt generelt handler det om højt informationsniveau
- Salling Group er altid tilgængelige, og så var det meget god omtale, da de frasagde kompensation fra staten.
- Salling Group har været meget fremme i skoene, været gode til at kommunikere over for offentligheden og været synlige i medierne. De har også en topchef, som er dygtig til at komme ud med sine budskaber til et bredt publikum både i traditionelle medier og på sociale medier.

Statsministeriet

- Statsministeriet har været proaktive og taget konflikterne up-front. Der har faktisk også været en ærlig kommunikation, i forhold til at de ville komme til at lave fejl. De har reageret løbende.
- De har været rimeligt klare i kommunikationen, og det virker indtil det modsatte bliver bevist.
- Der er ikke så meget at sige, ud over at jeg synes, toppen i Danmark har gjort det rigtigt fint.
- Det handler særligt om kommunikationsdelen for Statsministeriet.
- Pressemøderne har været effektive. Det skyldes kombinationen af fagpersoner og politikere, som underbygger det politiske budskab godt.
- Statsministeriet har haft hele etableringen af krisehåndteringen i form af pressemøder, taleskrivningen og det med at formå at holde balancen mellem at være autoritet uden at være alt for formynderiske. Det startede i foråret, og der gik vel en måned, før i hvert fald dele af pressen gik i flæsket på dem.
- De har kommunikeret aktivt og med klart sigte.
- Det virker som om, at Mette Frederiksen har haft ret på trods af hård kritik i perioder. Hun har vundet over alle kritikerne.
- Statsministeriet har holdt hyppige pressemøder, hvor de har orienteret bredt. De har prioriteret kommunikation i begyndelsen af krisen.

Hvilke tre virksomheder, offentlige institutioner eller interessegrupper er bedst til mediehåndtering under coronakrisen?

Matas

- Deres fravalg af hjælpepakker var en genistreg.
- Matas har overordnet har tilbagebetalt penge for lønkompensation.
- Matas var meget tydelige på, at de gjorde en sundhedsfaglig indsats. De kommunikerede deres antistof-tests af medarbejderne. De var tydelige i forhold til, at de ville betale hjælpepakkerne tilbage. De har sprunget i øjnene positivt flere gange.

Grundfos

- De har været ude og vise sig som den mastodont i erhvervslivet, de er. De har hjulpet sundhedssektoren med værnemidler.
- De har været offensive i sin kommunikation. De har blandet sig og forsøgt at komme ind i den politiske virkelighed.
- Grundfos har været dygtige til at få opmærksomhed på deres styrker, de er en omstillingsparat virksomhed, der kan tilpasse sig Coronakrisen. Det har de været gode til at sig brande med i medierne.
- De fik tidligt positioneret sig på, at de påtog sig et ekstra ansvar i forhold til produktion af værnemidler. Der var flere, der fik kommunikeret om det, men de gjorde det meget hurtigt og på en måde, der ikke virkede selvpromoverende. Alle vidste, at de var i gang med at hjælpe.

SMVdanmark

- De fik kommunikeret godt, hvad det betød med hjælpepakker.
- SMVdanmark var gode til at være et skridt foran dagsordenen, og de var enormt gode til at skaffe cases, hvilket er vigtigt for os. De var generelt omgængelige og gode til at finde tal, hvis man skulle bruge dem og tage sig af alle små dagsordener. I forhold til diskussionen om, hvornår frisører skulle genåbne, har vi nok aldrig snakket så meget om frisører som i den periode. De blev på den måde et billede på små erhvervsdrivende.
- SMV Danmark var under Corona mere offensive og gode til at lave relevante og dugfriske links til virksomheder. De var gode til at gribe de politiske sager og meget gode til at være konkrete og til at finde og hjælpe med relevante virksomheder. Hver eneste gang der var rundspørger, kunne det bakkes op af helt konkrete eksempler.
- De har været parate til at hjælpe mig som journalist med at finde frem til de rette, blandt andre små virksomheder som lige pludselig stod i en kneben situation, så jeg lige pludselig havde en frisør på hånden, jeg kunne bruge. Der har været god hjælp til at finde frem til de rette kilder.
- Krisen har påvirket danske virksomheder i forskellig størrelse. De har at gøre med alle virksomheder store som små. De har formået at sætte deres aftryk på debatten, dels udpeget hvor de så problemer i forhold til hjælpepakker og dels har det spillet egne forslag på banen. Jeg synes især, at SMVdanmark har været agile og spillet case-virksomheder på banen.

Hvilke tre virksomheder, offentlige institutioner eller interessegrupper er bedst til mediehåndtering under coronakrisen?

Novo Nordisk

- De har vist meget tydeligt, hvad det var de gjorde for at hjælpe med at producere værnemidler og koordinere forskningen. De har sat sig selv i et lys sammen med Sundhedsministeriet som en væsentlig virksomhed, der hjælper samfundet igennem krisen.
- Der er mange i branchen, der har gjort noget og blandt hjulpet med sprit og så videre. Novo Nordisk har klaret det godt med kommunikation.
- De har været åbne omkring både de kompetencer og de muligheder, de har haft for at spille ind i forhold til Covid-19, samtidig med at de har været ærlige omkring deres begrænsninger i forbindelse med mirakelkure og værnemidler.

Danske Bank

- De har været gode til at forventningsafstemme. De har rykket folk hjem og fortalt, hvordan man har arbejdet anderledes.
- De lukkede ned og sendte folk hjem, de bad dem om at arbejde hjemmefra, og de betjente alligevel kunderne.
- De har været fremragende. Danske Bank vil gerne fremstå som en mere ansvarlig bank, og det synes jeg, at de har formået at løfte i forbindelse med coronakrisen, hvor de har virket som en del af samfundet. Specifikt har de været ude og kommunikere meget tydeligt, skarpt og præcist omkring den likviditet, som de stiller til rådighed.

Dansk Industri

- Dansk Industri har været meget tilgængelige og proaktive i forhold til hele tiden komme med udmeldinger om de trufne politiske beslutninger.
- De er altid gode til at komme med en kommentar, hvilket de også har været under coronakrisen.

Coop

- De har i starten omkring lockdown, hvor folk hamstrede, været gode til at melde ud omkring, at der var nok varer, og at der ikke var grund til at hamstre. Det virkede til, at de havde en fin pressekommunikation.
- COOP og særligt Kvickly har haft gode historier, og de har rost kunderne.

A.P. Møller-Mærsk

- De har været tydelige og har været tidligt ude at fortælle om de problemer og udfordringer, som krisen gav. De er kommet flot igennem.
- Mærsk har meldt ud om, hvordan de bliver påvirket.

Dansk Erhverv

- Dansk Erhverv har været gode til at stille op hver gang. De har rykket hurtigt med relevante cases.
- Dansk Erhverv har været meget hurtige og fremme på beatet med kommentarer, der forholder sig til både problemer og løsninger.



TOP OF MIND

Tre enkeltpersoner i Danmark,
der i særdeleshed
har ydet en god medieindsats
under coronakrisen

Tre enkeltpersoner i Danmark, der i særdeleshed har ydet en god medieindsats under Coronakrisen

Søren Brostrøm

- Han har formået at fortælle, hvor usikkert det er, og hvor svært det er at udstikke en retning over længere tid
- Søren Brostrøm har været god til at informere, kørt en super god tone og gjort meget for at oplyse på en objektiv måde, som befolkningen er tryk ved
- Søren Brostrøm har udvist troværdighed og gennemslagskraft
- Han har stillet op til en masse
- Han har været alle steder. Han har gjort det godt, fordi han har været ærlig og erkendt fejl
- Søren Brostrøm er bare god til at tale klart og tydeligt, sådan at man forstår, og så er han troværdig
- Han virkede meget ærlig, når han svarede, også selv om han kom til at modsige Mette Frederiksen
- Det skyldes autoritet, faglig kompetence men også sårbarhed. Han har sagt, at det ikke var sikkert, at han havde ret, men at det han fremlagde var hans bedste faglige vurdering. Han var ikke 100 procent sikker og sagde, at det også kunne gå den anden vej. Det styrker troværdigheden i mine øjne, og det gælder også topchefer
- Han er skarp og fører en ærlig kommunikation, også når der begås fejl
- I forhold til Søren Brostrøm handler det om en seriøsitet og det at tage sagen alvorlig. Han har vist en form for handlekraft
- Søren Brostrøm har haft viden og været god til at formidle. Det handler om karisma. Virker du troværdig, når du er på skærmen, du godt formidlende eller ej. De kan være lige så kloge alle sammen, men nogle er bedre til formidling end andre
- Han har været god til at kommunikere i et meget forståeligt sprog, og han har brugt en retorik, som har været meget let for journalister at kommunikere videre ud til mediebrugere

Søren Brostrøm (fortsat)

- Han har været meget i øjenhøjde og relativt nem at forstå. Han har i et eller andet omfang været fakta baseret og heller ikke bange for at indrømme, at han har taget fejl med nogle ting undervejs.
- Søren Brostrøm har været troværdig og spillede en positiv rolle på grund af sin personlighed. Den fik ham til at fremstå troværdig og seriøs.
- Søren Brostrøm er god, sex er godt
- Han har virket overbevisende og som, at han har vidst, hvad han havde med at gøre. Han var troværdig
- Han har en stor tålmodighed, når andre medier kommer med dumme spørgsmål.
- Søren Brostrøm har de været gode til at få frem og gjort synlig. Han har forklaret tingene på en måde, som er til at forstå. Det har ikke været på et højt sundhedsfagligt niveau. Han er blevet meget folkelig under krisen
- Søren er åben og lettilgængelig, der er klar seriøsitet og han har en nøgtern fortællerstil. Han bruger en jordnær og forståelig retorik og besidder en utrolig ro som taler. Allerede der har han vundet. Han er konsekvent og har ikke tøvet, når han er blevet stillet spørgsmål.
- Søren Brostrøm stod frem, uanset om der blev begået fejl
- Søren Brostrøm var et ukendt blad før krisen, og han har mere eller mindre overtaget scenen og rent kommunikationsmæssigt skillet sig ud
- Jeg lægger vægt på tilgængelighed, og det er mit indtryk, at han har været det også udenfor det pressemøde setup, som de var hurtige til at få etableret. Han har været tilgængelig for journalister ikke mig men for de store medier. Mit indtryk er ikke, at han har gemt sig heller ikke ved kritiske sager i forhold til, hvad strategien, som Danmark følger, er. Der har været forskellige udmeldinger om, hvorvidt børn måtte lege sammen. Der var han god til at stille op og til en vis grad erkende fejl og mangler i indsatsen, der lå forud for de første smittetilfælde

Tre enkeltpersoner i Danmark, der i særdeleshed har ydet en god medieindsats under Coronakrisen

Søren Brostrøm (fortsat)

- Selv om de ikke har leveret noget særligt godt, så virker han meget troværdig
- Han har virket overbevisende ved pressemøderne
- Han svarer på spørgsmålene, mens der er mange andre der undgår dem. Han formulerer sig klart og tydeligt. Han fremstår ærlig
- Søren Brostrøm har bevaret sin popularitet og troværdighed
- Søren Brostrøm er nok den, der har haft størst integritet. Han har taget sin opgave alvorligt med stor saglighed
- Søren Brostrøm har stået på sit politisk. Politisk har der været intern splid, i forhold til om man skulle bruge en nedlukning eller ej, og jeg kan godt lide den manglende signalforvirring fra ham, hvor han har stået fast på sit
- Uden at være specielt medietrænet sagde han statsministeren imod med hensyn til grænselukning
- Søren Brostrøm har gjort det fornemt under de vilkår, han har haft med pres fra politikere
- Søren Brostrøm har holdt sig ret kølig, saglig og faglig under krisen. I det store og hele har han været tydelig, og når der har været misforståelser, har han påtaget sig ansvaret
- Uanset om man er enig eller ej, er Søren Brostrøm kommet på alles læber
- Søren Brostrøm har holds på sine holdninger og lod sig ikke påvirke af politikerne. Det har jeg respekt for
- Søren Brostrøm har udført et forbilledligt arbejde og har været en glimrende kommunikatør hele vejen igennem. Han har talt i øjenhøjde og været enorm detaljeret og fremstået med enorm indsigt og viden. Han har givet svar på mange af de spørgsmål, man ikke vidste, man havde
- Han har haft en høj grad af troværdighed og har haft en detaljeringsgrad, der er meget brugbar for medierne

Søren Brostrøm (fortsat)

- Han udstråede både, at der ikke var panik men også, at vi tager det her alvorligt, og han svarede på spørgsmålene om den frygt, der opstod i en periode, hvor alt var totalt uvist
- Han har været meget pædagogisk
- Det har i høj grad handlet om Søren Brostrøms tilgængelighed
- Søren Brostrøm har haft en menneskelig tilgang til noget fagligt tungt. Han har talt til mennesker, der skal følge de retningslinjer, som han lægger frem
- Søren Brostrøm har været meget naturlig i sin kommunikation. Man kan ud fra et demokratisk vagthundsprincip diskutere, om det har været problematisk, at den eneste mulighed for at komme i kontakt med ham har været de store pressemøder, men sad du som privatperson derhjemme, var det rigtigt rart, at alle havde adgang til at høre hans ord, fordi de blev livetransmitteret, og at det ikke bare blev svar til de fem journalister, der var tilstede. Der har helt sikkert været fodfejl undervejs, og ting der blev kommunikeret, som var svære at finde hoved og hale i, men jeg synes, at han har været ret god til at sige, at det er rigtigt, at vi tog fejl. Det meget menneskelige i hans kommunikation tiltaler mig. Han er meget lidt den typiske styrelsesperson, for det er generelt svært at slå en styrelsesdirektør for noget som helst menneskeligt, men det har man kunne med ham. Alt hvad der er sket bag facaden, hvem der har lagt op til det ene eller det andet i forhold til nedlukning og hele det politiske er en helt anden sag. Men direkte på kommunikationen har han været klasser bedre end Kåre Mølbaek
- Han har kommunikeret ærligt og enkelt. Har givet udtryk for de usikkerheder, som der er i organisationen
- Han har stået meget til rådighed og svaret konkret og let forståeligt
- Søren Brostrøm gik ud med en autoritet og seriøsitet og var klar i mælet i forhold til det sundhedsmæssige

Tre enkeltpersoner i Danmark, der i særdeleshed har ydet en god medieindsats under Coronakrisen

Søren Brostrøm (fortsat)

- Han har været god til at formidle noget, som er et kompliceret stofområde, og han har gjort det letforståeligt. Han har været tilgængelig og klar i sin kommunikation
- Søren Brostrøm er god til at udtrykke sig i medierne især sammenlignet med Kåre Mølbak. Han har holdt tungen lige i munden og været relativt skarp i sin kommunikation
- Han var meget troværdig i starten men har mistet lidt, efterhånden som afsløringerne er kommet frem
- Han gør det nemt at forstå. Nogle gange er det ikke nemt at få folk til at forstå, hvad man skal gøre, og hvorfor det er vigtigt, men det er han lykkedes godt med
- Han er klar i mælet, virker ligetil og prøver ikke at undvige spørgsmål
- Søren Brostrøm har deltaget imponerende bredt helt generelt, har klaret det imponerende at være ansigtet på sundhedsstyrelsen. Præcis Sundhedsstyrelsen er nogle, man aldrig ser eller hører om, men nu kender alle styrelsen, og den har meget troværdighed

Mette Frederiksen

- Dels har hun været meget fremme, dels har hun været tydelig omkring, hvad hun ved og ikke ved. Man har forstået bevæggrundene for, hvad der er blevet sagt.
- Det er værd at tippe med hatten.
- Hun har ydet en personlig indsats. Man kan altid diskutere det substantielle, men på det personlige har det været præget meget af troværdighed. Man må lade hende, at det har været meget autentisk.
- Mette Frederiksen har udnyttet sin platform.
- Hun har bare været meget professionel i sin medieoptræden.
- Hun er virkelig trådt i karakter.
- Mette Frederiksen gjorde det fantastisk, gled af på kritikken og gik ind i vilde diskussioner. Det første hun sagde var, at vi ville komme til at begå fejl. Selvfølgelig gjorde hun det, og det gjorde vi alle. Hun var fabelagtig.
- Hun har udvist stærkt lederskab i krisen
- Mette Frederiksen har været meget aktiv med hensyn til pressemøder og har på overfladen været meget åben. Hun har fremtrådt som leder og statsminister
- Mette Frederiksen er konsekvent og har fasthed
- Det kørte virkelig godt til at starte med, men så kørte kommunikationen gradvist af sporet. De formåede at få alle med, for det var som taget ud af en kommunikationsskolehåndbog grundet alt det rigtige, som de gjorde. Men på et tidspunkt var det som om, at de måske blev selvfede, der var ikke længere styr på soldaterne fra regeringens side. De forskellige partier begyndte at have alle mulige meninger, og selv instanser som Sundhedsstyrelsen og Statens Serum Institut begyndte at mene noget, uden at det var politisk koordineret. Det opfattede jeg som om, at de nu begyndte at forplumre billedet og forvirre danskerne så meget, at ingen mere hørte efter. Så den offentlige kommunikation startede ud som en ren tier og endte med nærmest at gå i minus. Når de ikke engang selv kunne blive enige om, om børn måtte lege med hinanden, eller hvor tæt vi måtte sidde, taber man jo orienteringen

Tre enkeltpersoner i Danmark, der i særdeleshed har ydet en god medieindsats under Coronakrisen

Mette Frederiksen (fortsat)

- Han har været god til at formidle noget, som er et kompliceret stofområde, og han har gjort det letforståeligt. Han har været tilgængelig og klar i sin kommunikation
- Søren Brostrøm er god til at udtrykke sig i medierne især sammenlignet med Kåre Mølbak. Han har holdt tungen lige i munden og været relativt skarp i sin kommunikation
- Han var meget troværdig i starten men har mistet lidt, efterhånden som afsløringerne er kommet frem
- Han gør det nemt at forstå. Nogle gange er det ikke nemt at få folk til at forstå, hvad man skal gøre, og hvorfor det er vigtigt, men det er han lykkedes godt med
- Han er klar i mælet, virker ligetil og prøver ikke at undvige spørgsmål
- Søren Brostrøm har deltaget imponerende bredt helt generelt, har klaret det imponerende at være ansigtet på sundhedsstyrelsen. Præcis Sundhedsstyrelsen er nogle, man aldrig ser eller hører om, men nu kender alle styrelsen, og den har meget troværdighed
- Mette Frederiksen har overrasket, hun har været god retorisk, på trods af hvad man skulle forvente.
- Især de første af Mette Frederiksens pressekonferencer var meget gode.
- Mette Frederiksen var især i starten stærk kommunikativt, og hun langt hen ad vejen nået at få de rigtige følelser op i folk. Der har ikke været nogen tvivl om situationens alvor.
- Mette Frederiksens budskaber står klokkeklart. Hun har været skarp i sin kommunikation. Som journalist mener jeg, hun har forsøgt at samle i stedet for at sprede. Hun er en skarp kommunikator, uanset om er enig eller uenig.
- På trods af snak om at man hele tiden laver om, synes jeg alligevel, der har været klokkeklare udmeldinger hver gang

Mette Frederiksen (fortsat)

- Ingen kom i nærheden af Mette Frederiksen. Hun har formået at få det statsmandsbrand, som alle statsledere higer efter. Så kan man spørge, hvor meget der havde med kommunikation, og hvor der meget der havde med omstændighederne at gøre, men dårlige statsledere formår ikke at drage den effekt
- Mette Frederiksen har været ret klar i kommunikationen. Hun har været ude at sige, at ikke alt ville blive fejlfrit, og hun havde en ro og en alvor, og i virkeligheden udtrykte hun en form for professionalisme, som jeg tror var betryggende i en periode, hvor alt var usikkert
- Det er lykkedes Mette Frederiksen at få magten uden at bruge den. Hun fik os til at gøre, hvad vi skulle
- I en svær situation hvor det er uundgåeligt at lave forhastede beslutninger, er hun landet godt på benene hver gang.
- Hun har informeret befolkningen godt og har holdt børnepressemøde, hvilket var meget fint. Det var en meget god, symbolsk handling
- Mette Frederiksen har været suveræn og stærk i ledelsen i forbindelse med nedlukning
- Mette Frederiksen tog ansvar med det samme, og traf beslutninger der ville gøre hende upopulær
- Der er en simpel kommunikation, proaktivitet, og de har taget samfundsansvar
- Autoritet
- Mette Frederiksen og generelt regeringen har været gode til at formidle det
- Hun har været meget tydelig i kommunikationen hele vejen igennem
- Man ser det i kommentarsporet på medierne, hvor meget kærlighed der bliver øst ud over Mette Frederiksen
- Hun er bare tydelig i sit sprog og sine instrukser, og hun virker meget som om, at hun bringer de andre med sig. Hun skaber samarbejde i stedet for at splitte folk, og der tænker jeg selvfølgelig på USA

Tre enkeltpersoner i Danmark, der i særdeleshed har ydet en god medieindsats under Coronakrisen

Mette Frederiksen (fortsat)

- I forhold til Mette Frederiksen var det til at starte med meget åbent og ærligt. Der blev talt i klart sprog, og hun håndterede det godt. Nu er jeg ved at få nok
- Mette Frederiksen har håndteret coronasituationen undervejs
- Mette Frederiksen stillede op og var tydelig. Om det var det rigtige at gøre, kan jeg ikke vurdere
- Mette Frederiksen har klar tale og er også tydelig omkring, at hun kommer til at lave fejl
- Mette Frederiksen er fuldstændig klar i mæglet og i sin kommunikation, som er på et meget højt niveau. Ret beset er det vel hendes taleskriver, som er dygtig, men hun er god til at formidle den gode tale, som det at det er de svageste, der bærer den største byrde. Det er god kommunikation. Jeg vil også nævne hendes evne til at bruge ordet samfundssind. Som socialdemokrat mener hun solidaritet, men det ville ikke være smart kommunikation, for det ville blive set som socialistisk.
- Mette Frederiksen har været meget klar og tydelig i sin kommunikation
- Mette har været god på grund af klar tale og er kommet klart igennem med sine budskaber
- Mette Frederiksen har været god til at optræde, som den landsmoder hun er
- Det har været svært for politikerne, men jeg synes, de har klaret det godt. De har skulle yde noget i forhold til Coronakrisen
- Hun har haft en meget stor nødvendighedens bane at spille på, har argumenteret godt for beslutningerne og har været klar til at indrømme fejl
- Rent kommunikativt er hun enormt direkte, og folk kunne forholde sig til det. Man kan se hendes betydning nu, hvor Sundhedsstyrelsen har kommunikeret mundbind, som ingen tager alvorligt

Mette Frederiksen (fortsat)

- Det er hende, der været mest på. Man har lagt mærke til hende. Der har været en sum af udmeldinger fra alle fronter, men da hun gik på, var det det, folk lyttede til
- Mette Frederiksens indgriben, da vi lukkede Danmark, var meget positiv. Det virkede som om, at Sundhedsmyndighederne havde meget svært ved at være konsistente i beslutningstagningen omkring, hvad der skulle ske. Der gik for lang tid med at lukke ned for turister fra Norditalien og få sendt folk i karantæne. Det var positivt, at politikerne med en fornuftig holdning sagde, at vi nu skulle lukke ned for at begrænse smittespredningen. Historien har vist, at det var den rigtige beslutning. Det er en helt anden historie med oplukningsshowet. Det har været en smule mere uskønt. Statens Serum Institut har ageret fornuftigt omkring løbende information om smittespredning.
- Mette Frederiksen har været klar i spyttet og har taget den på sig, og hun har været beslutningsfast.
- Fordi den kommunikation de har leveret har været meget præcis. Man kan diskutere, om man er enig politisk eller ej, men kommunikationen har været klar
- I forhold til Mette Frederiksen var man ikke i tvivl om, at det i høj grad byggede på saglighed. Det vi gjorde i Danmark, havde man koordineret med sundhedsmyndighederne, og så fulgte man de vejledninger. De lagde selv politik på det, men det var grundlæggende videnskabeligt. Så er der kommet noget i efterløbet, men det er lige meget

Tre enkeltpersoner i Danmark, der i særdeleshed har ydet en god medieindsats under Coronakrisen

Mads Nipper

- Mads Nipper er på en måde en stemme for dansk erhvervsliv også i politisk sammenhæng, hvilket han har været både før og under Corona. Det gælder også indenfor grøn omstilling og klima. Han sætter på sin måde ord på de udfordringer, som der er.
- For Mads Nipper ligger det i at udvise samfundssind.
- De har vist initiativ og noget lyst til at gå ind i den her svære situation, selvfølgelig ud fra deres respektive udgangspunkt. De har haft en offentlig tilgang til at kommunikere med omverden herunder i forhold til at stille krav rent politisk.
- Mads Nipper klarede det godt i starten men dalede lidt.
- Der har været en brutal ærlighed i forhold til at gå ud og sige, at man ikke ved, hvordan situationen tegner sig. Det har været transparent.
- Han har været synlig også på de sociale medier. Han kommunikerede om samfundsansvar, og fordi det er noget, som han har talt ind i i mange år, var det troværdigt i denne situation.

Per Bank

- Han har været dygtig til at komme ud og kommunikere deres retningslinjer og så derefter takke nej til hjælpepakken.
- Han har været meget åben omkring Salling Groups situation og har vist ansvarlighed ved at frasige sig lønkomensationen.
- Per Bank har været åben og hjulpet leverandører.
- Han har talt et klart og tydeligt sprog, og han har virkelig det, de har gjort, fået frem.
- Hans budskab trængte godt og forståeligt igennem.
- Per Bank var god på de sociale medier og på egne platforme, og så var han villig til at deltage i interviews.
- De gange han har stillet op, har det været med klare budskaber.
- Man kan sige, at Per Bank har været god til at profilere Salling Group og været god til at tegne et billede af en virksomhed, der har profiteret af coronakrisen men gjort det på en måde, der har taget hensyn til myndighedernes anvisninger. Han har taget situationen alvorligt.

Kåre Mølbak

- Han var god til at svare, når han blev spurgt, og han svarede ud fra et fagligt grundlag og ikke ud fra et politisk.
- Han har kommunikativt været god generelt og især god til at forklare, så almindelige mennesker forstod tingene.
- Han har talt og sagt præcist hvad han mener uden politiske hensyn.

Tre enkeltpersoner i Danmark, der i særdeleshed har ydet en god medieindsats under Coronakrisen

Lone Simonsen

- Lone Simonsen har været god til at formidle. Hun har erfaring i forhold til pandemier, hun er generelt god til at sætte tingene i perspektiv, og så er hun rimeligt uafhængig.
- Lone Simonsen (RUC) har stillet op med ekspertviden og været tilgængelig. Hun er en dygtig formidler.
- Lone Simonsen var ekstra god, fordi hun blev hentet ind under Statens Serum Instituts paraply, uden at hun følte sig forpligtiget til at følge deres pressestrategi, og det må man et eller andet sted tage hatten af for. Så blev det nemmere at finde ud af, hvad der foregik.
- Som journalist værdsatte jeg, at Lone Simonsen var god til at komme med meget forståelige citater.

Allan Randrup Thomsen

- Han har fyldt meget i medierne under krisen og har været god til at formulere det tungt videnskabelige på en måde, så alle kunne forstå det.
- Han har været fleksibel og tilgængelig. Han er både faglig og saglig. Han er ikke bange for at være kritisk overfor myndighedernes linjer.

Magnus Heunicke

- Han har overrasket mig og gjort det bedre end forventet.

Lars Sandahl Sørensen

- De er nemme at komme i kontakt med, har gode baggrunde og overholder aftaler.
- Han var god til at slå alvoren fast i forhold til samfundslinjen.

Jens Lundgren

- Jens Lundgren har forklaret det, så vi alle kunne forstå det med alt den usikkerhed, der har været omkring det. Han favner også bredt og kan folde det ud, og så kan han også sige fra.

The background image shows a bright, modern office space with large windows on the left and right, letting in natural light. The ceiling is industrial with exposed concrete beams and pipes. A central circular graphic with a white interior and a grey border contains the text. The floor is a smooth, light-colored material.

TOP OF MIND

Hvilke tre myndigheder, der er involveret i håndteringen af coronakrisen, har været den mest proaktive og bedst til at sælge sit budskab i medierne?

Hvilke tre myndigheder, der er involveret i håndteringen af coronakrisen, har været den mest proaktive og bedst til at sælge sit budskab i medierne?

Sundhedsstyrelsen

- De er rykket sammen om fælles fodslag
- De har været meget aktive til sælge deres budskab
- De har været de mest proaktive til at kommunikere ud
- De har en platform, og det hele var indenfor deres område. Deres kommunikation har været god, men det er på en måde unfair at sige, at det er lykkedes for dem, og at det er kommet af sig selv. Håndteringen har været ganske fin
- De har været troværdige
- De er lykkedes med kampagnerne fra start
- De har en utrolig stor autoritet i en tid, hvor man ellers kunne miste sit gode ry, og de har gjort det godt
- De har jo hyret ekstra folk ind, da de ikke har kunne levere det selv, fordi der kun har været 24 timer i døgnet
- De er blevet personificeret af Søren Brostrøms håndtering
- De har været meget ude i felten og prøvet nye kommunikationsmetoder for eksempel video. Derudover har de været tilgængelige under hele forløbet
- De kampagner, de har kørt, har generelt virket og været hurtige men ensrettede, og der har været en koordinerende skiltning. Informationskampagnerne er kørt i media, både tv og print
- Der hvor de primært er lykkedes er i forhold til de saglige og sobre toner, som har været rolige, og som har neddroset den panik, som ellers måske ville være opstået. Det har været gode pressemøder
- Det har været et samspil af flere myndigheder og styrelser, men de er lykkedes med kommunikation
- Det er i høj grad lykkedes for dem at være en autoritet, og en man kunne stole på
- De har jo været mest synlige, man kan ikke tænke på andet end Søren Brostrøm

Sundhedsstyrelsen (fortsat)

- De talte klart, tydeligt og i et sprog, som folk kunne forstå. Søren Brostrøm var vanvittig god til at tale danskernes sprog
- De havde en masse pressemøder, og de stillede op til spørgsmål
- De er lykkedes godt med at gøre det forståeligt for den enkelte dansker. De har forsøgt at undgå at gøre det for kompliceret i formidlingen ud fra sine anbefalinger. De har altid stået ved anbefalingerne og har givet udtryk for det, når tiltag har været bygget på vurderinger
- Selv om de har fået tæsk undervejs, synes jeg ikke, de har vaklet, de har i stedet stået fast på deres klare budskaber
- De var gode til at kommunikere. Helt i starten blev jeg ringet op af dem. Det gik virkelig stærkt
- Hver gang de har sendt en pressemeddelelse ud, er den blevet citeret vidt og bredt, nærmest ligegyldigt hvad det har været
- Mange af deres kampagner har været gode, og deres Covid-19 hjemmeside var god, da den først var oppe at køre
- Det er dem, der har haft opgaven, de har alle oplysninger
- Der har været fin synlighed med de her blå skilte lige fra starten
- Sundhedsstyrelsen ville nok have haft let ved det under alle omstændigheder, fordi de var i centrum for det hele. De har holdt en masse pressemøder og haft mediernes udelte opmærksomhed. De er blevet utroligt bredt eksponeret, fordi alle medier gerne ville berette det seneste nye, og det har de leveret ved de her pressemøder med bred dækning. Ofte har der været livedækning af pressemøderne, så de kunne få gengivet alt det sagte, modsat hvis de bare havde udsendt en pressemeddelelse, hvor medierne så havde haft mulighed for at pille det mest interessante ud. Når alle sidder og lytter, bliver det hele gengivet, så det er snedigt nok
- De har været proaktive med nærmest daglige pressemøder

Hvilke tre myndigheder, der er involveret i håndteringen af coronakrisen, har været den mest proaktive og bedst til at sælge sit budskab i medierne?

Sundhedsstyrelsen (fortsat)

- De har været om sig med pressemeddelelser og har været gode
- De er personificeret af Søren Brostrøm
- Sundhedsstyrelsen har været ret offensive og ageret meget aktivt i forhold til at kommunikere med omverdenen. Finansministeriet har forsøgt men er kommet på banen lidt sent i forhold til, hvad man kan tillade sig omkring hjælpepakker
- Det er en form for tryghed og troværdighed der har været især i Søren Brostrøms kommunikation
- Den mediemølle, der blev sat i gang i forhold til annoncering, print i annoncer og plakater på busser, har været ret vild, som om den kom hurtigt afsted
- De er blevet kastet ud i det her fra starten, og de har taget håndteringen af krisen på sig. Det er meget personificeret af Søren Brostrøm
- Det var positivt med kampagnen til at starte med med blå plakater, vejledninger og info
- Jeg har et kendskab til, hvordan arbejdet blev til. Arbejdet er gået enormt stærkt, og det skulle være meget præcist, for forestil dig at det var forkerte informationer til borgerne om måden, man skulle forholde sig til en ny sygdom. Det var ret imponerende. De var dog ikke ene om det men fik stor hjælp af et privat bureau
- Der har været en fantastisk kommunikation i hvert fald indledningsvist. Det handler om de initiativer, der blev taget til at starte med
- De har oplyst klart og konkret, hvad de vil have folk til at gøre
- Det er de lykkedes med gennem en bred vifte af pressemøder, kampagner, informationsmaterialer og interviewtilgængelighed
- De har præsteret at holde en enkelthed, som har været rigtig gavnlig, og de har forstået, at man skal skære ind til benet og ramme hovedet på sømmet. Der har været enkelte svipsere, men i den enkelte fase har de været ret konsistente

Sundhedsstyrelsen (fortsat)

- Det er netop ved at have en meget aktiv direktør, som ikke er bange for at stille op til også mere personlige interview om, hvem han selv er. Jeg synes ikke, at det at være homoseksuel skal være et issue, men det er det blevet. Men han har ikke ladet noget være skjult, og det har været råt for usødet
- De har især haft en meget informativ hjemmeside. Den indeholder alle tal, er meget detaljeret og er blevet opdateret dagligt
- Det var især i starten med de der næsten daglige pressekonferencer, hvor alle stod der sammen, og alle havde mulighed for at forklare det, som de havde ansvar for, og hvorfor de traf de valg, som de gjorde
- Man må sige, at de var ret aktive både på godt og ondt
- Alle kunne forstå deres budskab med at holde afstand og vaske hænder, og det kunne man se i bybilledet, på gaden og i supermarkedet
- Det var Søren Brostrøm, som strålede og brændte igennem
- Det har været at uddanne og undervise folk i hvilken sygdom, vi har været udsat for. De har informeret med fakta om, hvordan vi undgår smitte. De har talt folk til ro men også appelleret til, at det er alvorligt. Der har været en god balancegang
- De var langt fremme i skoene, men det kommer nok helt naturligt i den situation
- Det fungerede godt i starten men blev en lille smule kludret til sidst. De har dog været ret konsistente
- Det er qua Søren Brostrøm. Lige pludselig fik vi sat et ansigt på. Han er god, fordi han taler forståeligt
- De stillede op med Søren Brostrøm, som var utrolig grundig til at forklare alle vejledninger og så videre
- Alle er blevet bedt om at rette sig ind efter noget, og det er har man gjort

Hvilke tre myndigheder, der er involveret i håndteringen af coronakrisen, har været den mest proaktive og bedst til at sælge sit budskab i medierne?

Sundhedsstyrelsen (fortsat)

- De har været dygtige til at informere hyppigt og skriftligt, og de har været dygtige til at skabe overblik
- De har sat et kæmpe tryk på traditionelle og sociale medier, man kan ikke undgå dem
- De har været vildt meget på banen, alle ved nu hvem Søren Brostrøm er. Han har svaret på rigtig mange spørgsmål
- Det har været båret oppe af Søren Brostrøm og hans autoritet
- De var især synlige i den tidlige del af krisen
- Der har været få aktører, men dem der står frem er Sundhedsstyrelsen og Søren Brostrøm. Det har været de samme karakterer, der er dukket op igen og bliver ved med at komme frem
- De har været meget aktive
- De har været meget fremme i medierne
- De har været fremme og informerende
- De formår trods alt og specielt i starten at sende præcise signaler, simple budskaber for eksempel om at holde afstand
- Det er ikke noget, der har været meget af, men Sundhedsstyrelsen har gjort lidt. De har især været gode til proaktivt at sende tal og statistikker ud
- Søren Brostrøm er blevet valgt som en helt klar frontfigur, og der har været en meget professionel medieindsats omkring hans person. Det kan man mene om, hvad man vil, men det har været effektivt, hvor Statens Serum Institut tog længere tid om at få Kåre Mølbak i scene

Statsministeriet

- Selv om Mette Frederiksen blev beskyldt for at være arrogant, følte vi som borgere, at vi var i sikkerhed
- Mette Frederiksen er lykkedes med sin direkte snak og tale
- Statsministeriet var i stand til at give sig selv et langt forspring. De har nok vidst, at det på et tidspunkt ville blive langt mere kritisk, men i og med at det i begyndelsen blev sagt, at der selvfølgelig ville blive begået fejl, fik de tid at løbe på. Det kan man tilskrive en stor del af kommunikationen, for selvom man kan se, at der var uoverensstemmelser og ting, hvor offentligheden direkte er blevet fejlinformeret, så har der været en ren kommunikation og strategi. Hele setuppet der blev anvendt til at begynde med med pressemøder med masser af talere bag pulte var en meget effektiv måde på det tidspunkt, og det var med til at sikre dem et forspring
- De har været på forkant med tingene, inden de tårnede sig op
- Der har været klar tale samt en forståelig og god kommunikation fra statsministerens side
- Der har været en ro og en tagen dig i hånden, så man følte sig i rimeligt gode hænder
- Statsministeren havde en hård nyser af en rolle. Måden de har brugt platformen på har virket overbevisende. Der fornemmede man et menneske inde bag ved. Politikere kan ellers være anstrengende maskiner, men her kan man tale om personaen
- De har kørt på frygten, så det er lykket i forhold til, at folk bliver inden døre og husker at overholde de gængse regler
- Den ene får tæsk, den anden får ros. Folk dør, det er pissealvorligt. Jeg går ikke i detaljer med de forskellige ministerier
- Man ser jo pressemøderne for sig, hvor de står på rad række
- De har været gode til at tale til folk i øjenhøjde og gøre hele manøvren for fællesskabet til et moralsk spørgsmål

Hvilke tre myndigheder, der er involveret i håndteringen af coronakrisen, har været den mest proaktive og bedst til at sælge sit budskab i medierne?

Statsministeriet (fortsat)

- Dels kan man se, at man er lykkedes med at kommunikere, hvorfor det gav mening at lukke ned. Man kan se i meningsmålingerne, at Socialdemokraterne står godt på grund af Mette Frederiksens rolle som statsmoder
- De har været meget klar i talen og vist handlekraft og ansvarlighed
- De har forsøgt at præge dagsordenen, og hvad der er blevet snakket om i medierne. Der har været et stort behov og en stor interesse for alt vedrørende Corona. De sad med værdifulde informationer, som de kunne dryppe ud, som de ville

Statens Seruminstitut

- Statens Serum Institut mistede noget troværdighed i starten, men de arbejdede sig tilbage igennem de løbende sundhedsudmeldinger, og jeg synes generelt, at vi kan være stolte over vores sundhedsmyndigheder, fordi de har været saglige og præcise hele vejen igennem. Det synes jeg har været meget betryggende
- Kåre Mølbak har stået distancen, selv om han har været i vælten
- De var meget fremme med analyser og har haft en stemme i debatten
- Det handler om information qua deres hjemmeside, nyhedsbriefing og opdatering hver dag klokken 14
- Det er i forskellige rapporter, og det arbejde de har haft. Det har været fint med ugentlige statusrapporter og temaer
- Der har været forskellige meldinger, men man kan sige, at Statens Serum Institut er kommet igennem og er blevet bemærket
- De har været dygtige til at fronte deres historier
- De var saglige og snusfornuftige i denne forbindelse
- Det har været et langt og sejt træk med at opgøre smittetal. Alle har lavet bommerterne, og det har de også. Jeg synes dog, det har været et solidt arbejde
- Det er kampagner og pressemøder, hvor de har gjort det godt.

Udenrigsministeriet

- De har haft en klar formulering i starten af krisen. De har hjulpet danskere hjem fra udlandet. Fra erhvervslivets side har de hjulpet eksportvirksomheder, og de har været klart kommunikerende omkring, hvordan de kunne hjælpe
- Danskerne er et vildt rejselysten folk. De formåede at hjælpe folk hjem og fik dem til at lade være med rejse ud
- De har været tidligt ude i forhold til at få lavet aftalerne, og de har været behjælpelige med at give fakta i en grad, som andre offentlige myndigheder har kæmpet med
- Erik Brygger Rasmussen har været god til at kommunikere, og han har en aura af troværdighed

Regeringen

- De har sat linjen bedst og fået deres linje ud i forhold til andre
- Det hænger sammen med, at Mette Frederiksen havde en der retorik, hvor de sørgede for, at der ikke var nogen, der faldt af. Det var en meget folkelig retorik

Rigspolitiet

- Det har de gjort ved at arrangere daglige pressemøder og ved at være tilgængelige for spørgsmål både i pressen og på sociale medier. Det har givet information
- De har holdt et fint informationsniveau
- Deres website coronasmitte.dk har været en god og meget informativ side, der har givet et samlet overblik

Hvilke tre myndigheder, der er involveret i håndteringen af coronakrisen, har været den mest proaktive og bedst til at sælge sit budskab i medierne?

Politiet

- De har været bestemte, og der er regler, man har fuldt. De har venligt stemt henstillet folk, og nogle gange gav de bøder
- Jeg følger dem på Twitter og kan se, at de har været klare om de regler, der har været. De har ikke været strenge men opfyldt deres opgave og været søde til påmindelser
- De har alle de her hot spots og de steder, som er blevet holdt øje med af politiet. De har været gode til at informere os journalister om, hvordan politiet rådgiver og vejleder, og hvordan reglerne er

Sundhedsministeriet

- De kom med informationer ved pressemøderne og samlede det i større pakker
- De har været ret klare i forhold til det, der har været meldt ud. Hvorimod styrelserne har været lidt mere vage i det. Både Statens Serum Institut og Sundhedsstyrelsen har været lidt mere påpasselige i forhold til hvad de mener, og hvad de ville. De to sidstnævnte har været lidt bange for at træde forkert i forhold til om det, de gik ud og sagde, ville blive for politisk
- De har været gode til at forberede medierne, når der kom ting på dagsordenen, så vi var klar og vidste, hvad vi kunne forvente

Aarhus Universitetshospital

- Det er lykkedes at give indblik i, hvordan de har håndteret Coronasituationen på godt og ondt, og samtidig har de bidraget med løbende oplysning til borgerne
- Lars Østergaard har stillet op med faglig viden i øjenhøjde og været med mange steder

Erhvervsstyrelsen

- De har været relativt gode til at sende pressemeddelelser om for eksempel lønkompensation ud. Kollerup fra Erhvervsministeriet har givet Danske Bank og Nordea en tur med et budskab. Det kan man mene om, hvad man vil, men det er da i hvert fald proaktivt
- De har haft en klar og tydelig kommunikation, hvor de har formået at skabe overblik over de myriader af støtteordninger, der var

Dansk Industri

- De har været proaktive i forhold til hele tiden komme med udmeldinger og konstruktive forslag om de trufne politiske beslutninger
- Ved hjælp af trepartsaftalen er de kommet igennem med, at det handler om samarbejde og fælleskab, når vi skal gennem krisen. Det har resulteret i en gaveregn, i det at de har skabt ideen om, at staten skulle holde hånden under samtlige virksomheder, hvilket var et problem

Miljøministeriet

- Der var en stor forskel på klima- og miljøministeriet. For Klimaministeriet vedkommende blev man hevet ud til pressemøde, hvorefter der blev hevet kaniner op af hatten, mens Miljøministeriet var bedre til at lægge alt op og informere pressen. Det var mere positivt, og det var nemmere at få fat i forskellige rådgivere end ved klimaministeriet. Det var meget fedt, at der var mere åbenhed

Professionshøjskolen Absalon

- De kender os rigtigt godt, og de er gode til at vende tilbage på vores spørgsmål. De kommer også med historier, fordi vi har et personligt forhold til de her pressefolk

Hvilke tre myndigheder, der er involveret i håndteringen af coronakrisen, har været den mest proaktive og bedst til at sælge sit budskab i medierne?

FOA

- Det er lykkedes dem at tale deres medlemmers sag

Lægemiddelstyrelsen

- De har været proaktive i kommunikationen omkring problematikkerne i stedet for bare at vente på, at journalisterne fandt ud af, at der var forsyningsvanskeligheder. De tog styringen på historien og på vinklen

Digitaliseringsstyrelsen

- De har pushet den der app hårdt og fået den i vælten hele tiden

Region Syddanmark

- De var hele tiden foran, og borgerne var ikke i tvivl om, hvad de skulle gøre både i forhold til regionale indlæggelser men også løbende test. Man skulle være rigtig dum, hvis man ikke vidste, hvad det handlede om

Region Hovedstaden

- De var gode til at forklare, hvorfor man ikke kunne få tal på dødstal og så videre, og hvor de kom fra. Bornholms Hospital som er en del heraf har gjort det godt på den måde. Det var også positivt, at man tog sig tid, selvom de også var pressede

Overvismanden

- Villige til at byde ind hurtigt, klart kommunikerende og nyudnævnte

Finansministeriet

- De har været toneangivende med mange pressemeddelelser i en lind strøm





**Kontakt os
for mere information**



Isabella Kjeldsen
Direktør, Aalund København
ik@aalund.com
+45 20 20 26 25