



MSB skickade förra våren ut broschyren Om krisen eller kriget kommer till 4,8 miljoner hushåll.

2019-05-03 11:00 CEST

## Undersökning visar att MSB:s broschyr skapat reflektion

För ett år sedan skickade MSB ut broschyren Om krisen eller kriget kommer.

I en uppföljande undersökning svarar 63 procent av de tillfrågade att broschyren fått dem att reflektera mer över hur de skulle klara av en samhällskris.

– Det är glädjande att broschyren har gjort ett sådant avtryck hos så många människor och särskilt bland yngre, säger Dan Eliasson, generaldirektör på

MSB.

I samband med Krisberedskapsveckan i fjol, skickade MSB ut broschyren Om krisen eller kriget kommer till 4,8 miljoner hushåll. Broschyren var ett regeringsuppdrag som fick ett stort genomslag såväl nationellt som internationellt. Om krisen eller kriget kommer tar bland annat upp tänkbara hot mot vårt land och hur människor kan förbereda sig för att kunna hantera en situation när samhället inte fungerar som vi är vana vid. Orsaken kan vara:

- skogsbränder,
- stormar,
- cyberattacker,
- militära konflikter i vårt närområde.

### **Undersökning genomfördes i januari**

I januari i år genomförde Enkätfabriken, på uppdrag av MSB, en undersökning för att se vilka effekter broschyren haft på människors riskmedvetenhet och krisberedskap. Resultatet visar att en majoritet har börjat reflektera mer över hur de skulle klara vardagen vid kris eller krig tack vare broschyren. Yngre 18-34 år och äldre 65+ är de grupper som i störst utsträckning har börjat fundera mer över detta.

– Det är glädjande att broschyren har gjort ett sådant avtryck hos så många människor och särskilt bland yngre. Reflektion är ett slags mental beredskap som redan där gör oss bättre förberedda på att hantera ett besvärligt läge, säger MSB:s generaldirektör Dan Eliasson.

### **”Påminna om vinsterna med en krislåda”**

Samtidigt är det bara 22 procent som har förbättrat sin hemberedskap efter att de tagit del av broschyren. På frågan om varför man inte gjort något är de vanligaste svaren att man planerar att göra det framöver (34 procent) samt att man tror att risken för kris och krig är ytterst liten.

– Det där sista steget kan vara nog så stort och incitamenten för att faktiskt göra något ser olika ut för olika människor. Vi behöver fortsatt påminna om vinsterna med en krislåda och att det inte kräver så stora insatser. Det gör vi nu närmast med årets kampanj Krisberedskapsveckan 6-12 maj, säger Christina Andersson, riskkommunikatör.

## Öka medvetenheten

Krisberedskapsveckan genomförs runtom i landets kommuner för att få människor att reflektera över hur samhällskriser kan vända upp och ner på vår vardag och om vikten av att ha en hemberedskap. I år riktar kampanjen särskilt in sig på unga, 13-19 år, för att bland annat öka medvetenheten om hur kriser kan påverka samhället och individen.

Undersökningens rapportsammanfattning hittar du på vår webbplats [www.msb.se](http://www.msb.se)

## Kontakt

MSB:s presstjänst, 070-321 88 74, [kommunikation@msb.se](mailto:kommunikation@msb.se)

---

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) har till uppgift att utveckla och stödja samhällets förmåga att hantera olyckor och kriser. Vi bidrar till att samhället förebygger händelser och att vi är beredda när de inträffar. När en allvarlig olycka eller kris inträffar ger vi stöd. Vi ska också se till att samhället lär sig av det inträffade.

## Kontaktpersoner



### Myndigheten för civilt försvars presstjänst

Presskontakt  
[press@mcf.se](mailto:press@mcf.se)  
010-240 44 44



### Anna Wennerström

Presskontakt  
Pressansvarig  
[anna.wennerstrom@mcf.se](mailto:anna.wennerstrom@mcf.se)