



Konkurrensverkets kommunikationspolicy

Konkurrensverkets kommunikationspolicy, dnr 805/2024

Beslutad av generaldirektören 2024-11-12

Gäller från och med 2024-11-12

Ersätter *Konkurrensverkets kommunikationspolicy*, dnr 178/2018

Dokumentägare: EC Enheten för kommunikation och it



Konkurrensverkets kommunikationspolicy

Konkurrensverket är en öppen och transparent myndighet. Vi är aktiva och lyssnande i vår kommunikation, vilket innebär att vi tar egna initiativ och agerar proaktivt samtidigt som vi skapar respektfulla relationer med våra intressenter.

Vårt uppdrag och vår vision

Konkurrensverket är förvaltningsmyndighet för konkurrensfrågor. Konkurrensverket är också och tillsynsmyndighet för den offentliga upphandlingen och i fråga om otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter.

Vår uppgift är att verka för en effektiv konkurrens i privat och offentlig verksamhet till nytta för konsumenterna. Vi ska också arbeta för en effektiv offentlig upphandling till nytta för det allmänna och marknadens aktörer. Detta uttrycks i vår vision "Välfärd genom väl fungerande marknader".

Vi ska bedriva tillsyn så att regelverken följs, sprida kunskap om konkurrens- och upphandlingsreglerna och informera om vår verksamhet. Vi ska också främja ett konkurrensinriktat synsätt och verka för en enhetlig tillämpning av de nationella upphandlingsreglerna.

Syfte med kommunikationspolicyn

Kommunikationspolicyn bidrar till att skapa en gemensam syn på kommunikation som ett strategiskt verktyg i verksamheten och ett viktigt medel för att nå målen med vår verksamhet. Den anger ramarna för hur och varför myndigheten ska kommunicera. Därutöver definierar den ansvar och roller, vilket bidrar till ett professionellt arbetssätt där de kommunikativa aspekterna vägs in i alla beslut där det är relevant.

Kommunikationspolicyn utgår från Konkurrensverkets uppdrag. Den kompletteras av särskilda riktlinjer, rutiner och strategier för hur vi kommunicerar i olika sammanhang. Kommunikationen är en integrerad del i verksamheten och ett medel för organisationen samt dess medarbetare att nå målen och möta intressenternas behov.

Varför Konkurrensverket ska kommunicera

Allt vi gör uppfattas av omvärlden, och kommunikation är ett gemensamt ansvar. Genom att vara tydliga, öppna och aktiva i vår kommunikation bygger vi vårt anseende och kändedomen om Konkurrensverket och vårt uppdrag. Det är avgörande för hur vi når ut till våra intressenter. Det är också avgörande för att myndigheten ska upplevas som en attraktiv arbetsplats.



Våra budskap och kärnvärden formar bilden av Konkurrensverket och hur vi vill uppfattas och vad vi vill förknippas med, dvs. vår identitet eller varumärke. Myndigheten och våra medarbetare är bärare av vår värdegrund och vårt varumärke.

Lagar som reglerar kommunikationsarbetet

Enligt förvaltningslagen ska vi lämna upplysningar, vägledning, råd och annan hjälp till enskilda i frågor som rör vårt verksamhetsområde. Hjälpens ska lämnas i den utsträckning som är lämplig med hänsyn till frågans art, den enskildes behov av hjälp och myndighetens verksamhet. Av lagen följer också att varje myndighet ska hjälpa andra myndigheter med frågor som ligger inom ramen för den egna verksamheten.

Offentlighetsprincipen innebär att alla myndigheter är skyldiga att lämna ut allmänna handlingar, så snart det är möjligt, under förutsättning att handlingen inte innehåller uppgifter som omfattas av sekretess. Yttrandefriheten och meddelarfriheten skapar förutsättningar för en god genomlysning och kontroll av vår verksamhet.

Konkurrensverket omfattas också bland annat av de lagar och förordningar som gäller för skydd av personuppgifter i Sverige och inom EU samt lagar och förordningar om tillgänglighet till digital offentlig service.

Ansvarsfördelning

- Generaldirektören och övriga chefer ansvarar för att sätta ramar och ge förutsättningar för att kommunikationsarbetet fungerar.
- Kommunikationschefen ansvarar för myndighetens övergripande kommunikationsfrågor; för hur vi kommunicerar, för vem som kommunicerar och för att kommunikationspolicyn följs. Här ingår också ansvaret för myndighetsövergripande kommunikationsstrategiska frågor.
- Myndighetens chefer är ansvariga för att kommunikation sker inom sina respektive ansvarsområden. Planeringen, genomförandet och utformningen av kommunikationsinsatserna sker i nära samarbete med funktionen för kommunikationsfrågor.
- I krissituationer samordnar kommunikationschefen informationen i enlighet med Konkurrensverkets riktlinjer och rutiner för hantering av kris.
- Chefer har ett kommunikationsansvar gentemot sina medarbetare om sådant som är av vikt för verksamheten och deras arbetsuppgifter. Varje medarbetare har rätt att få den information som krävs för att kunna utföra sitt arbete på bästa sätt.



- Alla medarbetare har ett ansvar för att hålla sig tillräckligt informerade för att kunna sköta och genomföra ett bra arbete. I ansvaret ingår också att dela med sig av kunskap och erfarenheter.
- Funktionsansvarig för kommunikationsfrågor samordnar arbetet inom funktionen, ansvarar för att ta fram planer och se till att kommunikationsinsatserna genomförs.
- Alla medarbetare ska vara goda ambassadörer för Konkurrensverkets verksamhet. Alla medarbetare förväntas kunna svara på frågor inom sitt sakområde.

Extern kommunikation

Vår externa kommunikation ska ge en tydlig bild av vår verksamhet, bidra till att förebygga överträdelser och att främja ett konkurrensinriktat synsätt genom att öka kunskapen om regelverken och våra ställningstaganden samt uppmärksamma hinder mot en effektiv konkurrens och mot en effektiv offentlig upphandling. Vår kommunikation ska också bidra till ett fortsatt högt förtroende för Konkurrensverket och till god förvaltningskultur, det vill säga en effektiv verksamhet där objektivitet, öppenhet och tydlighet är centrala begrepp.

Webbplatsen konkurrensverket.se är vårt viktigaste verktyg för extern kommunikation och kompletteras av andra kanaler och aktiviteter.

Intressentgrupper

Bland våra främsta intressenter finns företag, upphandlare, branschorganisationer, politiker, andra offentliga beslutsfattare och myndighetsföreträdare, jurister, ekonomer och journalister. Även akademiker, forskare, studenter, allmänheten och framtida medarbetare är viktiga intressentgrupper för Konkurrensverket.

Intern kommunikation

Med välinformerade och delaktiga medarbetare skapas ett högt engagemang för att kommunicera våra budskap och för att alla medarbetare ska vilja sträva mot samma mål.

Vår interna kommunikation ska bidra till:

- effektivitet, samhörighet och förståelse för andras arbetsuppgifter
- att medarbetare känner delaktighet, är motiverade och kan utföra sina arbetsuppgifter på ett kompetent sätt och att
- Konkurrensverket fungerar som en effektiv och ändamålsenlig organisation; till vardags och vid allvarliga händelser samt i krissituationer.



Information som kommuniceras externt ska i normalfallet vara tillgänglig internt senast samtidigt som den externa kommunikationen. Informationsskyldigheten till de fackliga organisationerna regleras i särskild ordning.

Hur vi kommunicerar

Öppenhet i med- och motgång är grundregeln för goda externa kontakter. Vår kommunikation ska präglas av objektivitet och saklighet samt vara effektiv och lättillgänglig. Den ska också vara snabb och anpassad efter kanal och intressenter.

Objektiv och *saklig* innebär att informationen ska vara korrekt och relevant. *Effektiv* och *tillgänglig* innebär bland annat att vi ska använda ett språk som är enkelt och tydligt för läsaren. *Snabb* innebär att vi ska sträva efter att kommunicera så snabbt som möjligt. *Anpassad* innebär att kommunikationen ska vara utformad så att våra intressenter kan ta till sig innehållet på bästa sätt och att vi anpassar valet av kanaler utifrån vilken intressentgrupp vi vill nå.

All kommunikation ska genomsyras av vårt förhållningssätt: vi är *respektfulla*, *engagerade*, *kompetenta* och *tydliga* i vårt arbete.

Grafisk profil

Vi följer den grafiska profilen i all vår kommunikation. Syftet med den grafiska profilen är att ge en enhetlig bild av Konkurrensverket. Den grafiska profilen skapar extern tydlighet och intern samhörighet.

Medierelationer

Medier av olika slag spelar en viktig roll när det gäller att kommunicera med olika intressentgrupper. Medier har en viktig uppgift att rapportera om, och kritiskt granska, det arbete som sker inom t.ex. offentliga myndigheter. Konkurrensverkets medarbetare prioriterar kontakter från medierna.

Yttrandefriheten och meddelarfriheten är grundvalar för ett fritt samhällsskick och skapar förutsättningar för en god genomlysning och kontroll av vår verksamhet. I tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen finns bestämmelser om meddelarfrihet i förhållande till medier. Konkurrensverket omfattas också av offentlighetsprincipen – uppgifter i en allmän handling ska lämnas ut på förfrågan under förutsättning att de inte omfattas av sekretess enligt offentlighets- och sekretesslagen.

Vem säger vad?

Vår policy är att information i första hand lämnas av den person som har ansvar, kunskap och kompetens i sakfrågan.

Konkurrensverkets pressansvariga kommunikatör fungerar som en kanal för journalister att snabbt och enkelt hitta relevant information. Den pressansvariga kommunikatörens uppdrag är att initiera och samordna Konkurrensverkets



mediekontakter. Medarbetare kan alltid fråga den som är pressansvarig om råd och stöd vid kontakter med journalister.

Hos Konkurrensverket ansvarar

- **Generaldirektören** för verksövergripande uttalanden.
- **Den som är bäst lämpad** och som har mest sakkunskap i ämnet uttalar sig i övriga verksamhetsfrågor.

Avdelningen för kommunikation och
internationella frågor

Riktlinjer för kommunikation i tillsynsärenden

Genom tydlig kommunikation ska vi öka kunskapen och förståelsen för innebörden i konkurrens- och upphandlingsreglerna. Att förebygga överträdelser av regelverken kan vara väldigt effektivt och är en form av preventiv tillsyn. Därför är det helt centralt att vi når ut med nyttan, värdet och resultatet av vårt tillsynsarbete, både inom konkurrens- och upphandlingsområdet.

Konkurrensverket strävar efter att i alla utredningar vara transparenta gentemot parter i fråga om utredningens inriktning och väg framåt.

Riktlinjerna för hur Konkurrensverket kommunicerar i tillsynsärenden bygger på vår kommunikationspolicy. Syftet med riktlinjerna är att ge vägledning till medarbetare och externa intressenter kring hur vi vanligen kommunicerar i tillsynsärenden.

Konkurrenstillsyn

Pågående utredningar

- Preliminära bedömningar som görs under utredning kommenteras vanligtvis inte i detalj till annan än part, men prövas från fall till fall.
- Information till tredjeman hålls vanligtvis på en övergripande nivå. Vi kan bekräfta att en utredning pågår, informera om vår ungefärliga tidplan och ge en övergripande information om de olika moment en utredning typiskt innehåller.
- I vissa fall kan vi gå ut med detaljerad information. När det är påkallat att diskutera preliminära analyser eller misstankar med parter eller annan tredje part ska det tydligt framgå att vi inte har tagit slutlig ställning.

- Allmänna handlingar i ett ärende lämnas på begäran ut efter sekretessprövning.

Gryningsräder

- I samband med egna gryningsräder går vi ut med information på vår webbplats.
- Vi anger inte företagsnamn. I stället skriver vi exempelvis att "i dag genomför vi gryningsråd hos företag i x-branschen".
- Information om att gryningsräden har ägt rum läggs upp på vår lista över gryningsräder på vår webbplats konkurrensverket.se.
- Vid direkta frågor hänvisar vi till Patent- och marknadsdomstolens eller Patent- och marknadsöverdomstolens beslut, som är offentligt.

Utkast till stämningsansökan eller utkast till åläggande

- På direkt fråga bekräftar vi att vi har skickat ett utkast till stämningsansökan eller utkast till åläggande. Vi tar inte själva initiativet till att informera om detta.

Stämningsansökan eller beslut om avgiftsföreläggande, åläggande eller åtagande

- När Konkurrensverket tar ställning i sak kommunicerar vi vanligtvis vårt ställningstagande och skälen till det offentligt.
- Kommunikation kan ske genom våra egna kommunikationskanaler, eller via andra medier i form av exempelvis pressmeddelande, sociala medier och artiklar.

Ett ärende skrivs av

- Information om ett avskrivet ärende kan spridas till allmänheten. Det avgörs i varje enskilt fall och beror på ärendets karaktär.

Fördjupad undersökning i koncentrationsärenden

- Vi kommunicerar offentligt, vanligtvis via pressmeddelande.

Upphandlingstillsyn

Pågående utredningar

- Preliminära bedömningar som görs under utredning kommenteras vanligtvis inte i detalj till annan än part, men prövas från fall till fall.
- Information till tredjeman hålls vanligtvis på en övergripande nivå. Vi kan bekräfta att en utredning pågår, informera om vår ungefärliga tidplan och ge en övergripande information om de olika moment en rättslig utredning typiskt innehåller.
- I vissa fall kan vi gå ut med detaljerad information. När det är påkallat att diskutera preliminära analyser eller misstankar med parter eller annan tredje part ska det tydligt framgå att vi inte har tagit slutlig ställning.
- Allmänna handlingar i ett ärende lämnas på begäran ut efter sekretessprövning.

Utkast till ansökan om upphandlingsskadeavgift eller utkast till tillsynsbeslut

- Vi tar vanligtvis inte initiativ till att informera om att vi skickat utkast till ansökan eller utkast till tillsynsbeslut, men bekräftar vid fråga att så har skett.

Ansökan om upphandlingsskadeavgift på eget initiativ och tillsynsbeslut

- När vi ger in en ansökan om upphandlingsskadeavgift till domstol eller fattar tillsynsbeslut innebär det att vi har tagit ställning i sak. Vi kommunicerar offentligt vårt ställningstagande och skälen till det.
- Kommunikation kan ske genom våra egna kommunikationskanaler eller via andra medier, exempelvis pressmeddelanden och artiklar.

Obligatorisk ansökan om upphandlingsskadeavgift

- När vi ger in en obligatorisk ansökan om upphandlingsskadeavgift till domstol tar vi ställning från fall till fall om det finns skäl att informera om det.
- Kommunikation kan ske genom våra egna kommunikationskanaler eller via andra medier, exempelvis pressmeddelanden och artiklar.

Ett ärende skrivs av

- Information om ett avskrivet ärende kan spridas till allmänheten. Det avgörs i varje enskilt fall och beror på ärendets karaktär.