

Kommunikationspolitik

Gældende fra
19. august 2022

Erstatter version af
26. november 2021

1. Indledning

Djurslands Bank ønsker at kommunikere med omverdenen på en positiv og imødekommende vis. Bankens bestyrelse har derfor besluttet en kommunikationspolitik, som dels understøtter bankens forretningsstrategi og grundlæggende værdier under hensyntagen til relevant lovgivning m.v. – og dels definerer bankens overordnede blivende regler og værdier.

Med politikken sikrer vi retningslinjer for, hvordan banken og bankens medarbejdere kommunikerer.

2. Bankens overordnede kommunikationspolitik

Djurslands Bank er en lokalbank – men ikke blot en lokalbank i geografisk forstand. Djurslands Bank er en "tæt på"-bank, og vores kommunikation skal derfor afspejle de værdier, som vi grundlæggende bygger bankens forretning på. Gennem kommunikationen ønsker vi således at fremstå som nærværende, troværdige og kompetente, og vores motto/slogan er:

Vores kunder er mennesker.

Det er vi også.

Vi lever i mødet.

Med "Vi lever i mødet" tænker vi på den måde, som vi i banken møder andre mennesker på. På forbindelsen mellem mennesker. På relationer. På mødet mellem dig og mig.

I banken ønsker vi at skabe et godt omdømme og positive relationer med vores interne og eksterne interessenter for derigennem at styrke vores position på markedet.

Ved hjælp af forskellige kommunikationsindsatser vil vi, med baggrund i ovenstående, opnå et positivt omdømme i forhold til blandt andre kunder, presse, medarbejdere, investorer og den brede offentlighed.

Vi ønsker at kommunikere klart, professionelt og vedkommende med vores medarbejdere og den omverden, vi er en del af. Vi er opmærksomme på, at der skal kommunikeres udefra og ind – dvs. vi taler til forskellige målgrupper på forskellige præmisser.

Bankens kommunikation skal:

- give et retvisende billede af vores virke, bygge på åbenhed i det omfang, det er muligt inden for de lovmæssige rammer.
- udtrykke ansvarlighed over for vores kunder, lokalsamfundet, miljøet samt behovet for en bæredygtig udvikling
- være sammenhængende på tværs af afdelinger, så vi som organisation kommunikerer som en helhed
- være dialogbaseret i forhold til vores interessenter. Vi sætter os derfor ind i modtagerens behov og stræber efter at gøre vores budskaber relevante, nærværende og letforståelige, samtidig med vi er lydhøre, imødekommende og besvarer henvendelser i rette tid.

Vores væsentligste interessenter i relation til kommunikation er:

1. Kunder
2. Medarbejdere
3. Investorer/ejere
4. Presse

Bankens overordnede kommunikationspolitik udmønter sig i fire underordnede politikker, der knytter sig til de respektive interessentgrupper.

3. Bankens politik for kommunikationen med kunder

Kommunikationen med kunderne skal være med til at fastholde dem som kunder og øge deres tilfredshed med banken, så de er og forbliver gode ambassadører for Djurslands Bank. Vi vægter kommunikationen højt, fordi det handler om bankens ansigt over for kunderne og derved kan bidrage til at gøre en forskel og skabe positive og varige relationer.

Den vigtigste kommunikationsform er mundtlig, og den har altid forrang under hensyntagen til relevante lovregler m.v., for det er først og fremmest i det personlige møde, at tillid og tryghed skabes.

I banken kommunikerer vi med kunderne "i øjenhøjde". Det indebærer, at kommunikationen er ligeværdig og respektfuld og sker efter følgende principper:

- Vi taler og skriver i et klart, aktivt, korrekt, forståeligt og uhøjtideligt sprog – uden det dog må fremstå som populistisk talesprog eller slangsprog – som f.eks sms-sprog.
- Vi sætter os i kundens sted og former kommunikationen ud fra det, så budskabet bliver nærværende og relevant.
- Vi giver kunderne en sober, reel og dækkende information om bankens virke og produkttilbud.
- Vi kommunikerer via alle tilgængelige kanaler og medier, og målretter vores kommunikation i forhold til de enkelte målgrupper og det enkelte medie, herunder hensyntagen til fortrolighed i forhold til følsomme/kundefølsomme oplysninger.

4. Bankens politik for den interne kommunikation

Den interne kommunikation skal understøtte, at medarbejdere er godt og bredt informeret om hvad der sker i banken. Desuden skal der ske en informationsformidling med kompetencevedligeholdelse og-udvikling for øje.

- Vi arbejder for størst mulig åbenhed om banken i den interne kommunikation, og hvor det er tilladt og muligt, informerer vi altid medarbejderne, før vi udtaler os eksternt til pressen og andre interessenter.
- Som ambassadører for virksomheden skal medarbejderne være velinformerede og have en forståelse af bankens værdier, mål og udvikling. Desuden skal medarbejderne have viden om egen situation.
- Kommunikationen skal være målrettet de enkelte medarbejdere eller medarbejdergrupper, så budskabet er relevant og vedkommende.
- Alle i banken har desuden et ansvar for at medvirke til god kommunikation, for selv at søge information og for at dele relevant viden med kolleger.
- Banken ønsker en åben og dialogbaseret information og kommunikation i banken. Det er vigtigt, at informationer og budskaber bevæger sig frit både oppefra og ned – og nedefra og op.
- Den interne kommunikation med bestyrelsen skal bygge på åbenhed, så al relevant information kommer til bestyrelsens kendskab.

Bankens interne informationsformidling er opbygget som nyheder på bankens intranet, der målrettes de medarbejdere, informationen er relevant for.

Medarbejderne er default tilknyttet nyhedskanaler, i forhold til funktionsbeskrivelse.

Der er i banken defineret såvel forfattere og redaktører, som kan skrive og udgive interne nyheder. For at sikre, at kommunikationen sker bedst muligt i et let forståeligt og aktivt sprog, sker der en løbende uddannelse af forfattere og redaktører.

5. Bankens politik for kommunikation med investorer/ejere

Djurslands Bank ønsker generelt størst mulig åbenhed om banken og arbejder derfor løbende på at udbygge informationsniveauet, således at alle væsentlige oplysninger om banken offentliggøres på en systematisk, retvisende og fyldestgørende måde.

Målet med det valgte informationsniveau er

- at øge kendskabet generelt til Djurslands Bank hos aktiemarkedets interessenter
- at en aktie i Djurslands Bank værdifastsættes så korrekt som muligt
- at give investorerne et optimalt beslutningsgrundlag ved investeringsbeslutninger om aktier i Djurslands Bank

Djurslands Bank informerer aktiemarkedets interessenter ved

- at offentliggøre års-, halvårs- og kvartalsmeddelelser
- at udsende fondsbørsmeddelelser om og med øvrige relevante oplysninger
- at aflægge årsrapport efter gældende lovgivning og med alle relevante specifikationer
- at besvare alle henvendelser fra aktiemarkedets interessenter
- i videst muligt omfang at imødekomme ønsker fra samme om besøg i banken

Investorpolitikken varetages af bankens direktion og gives via Nasdaq OMX Copenhagen, bankens hjemmeside på internettet, eventuelt i dagspressen samt ved en generel åben dialog med interessenterne.

Direktionen er ansvarlig for, at der sker korrekt og timely offentliggørelse af børsrelevante oplysninger i overensstemmelse med lovregler herom.

I tilfælde af lækage af kursrelevante oplysninger, markedsrygter eller spekulationer i medierne om banken er direktionen ansvarlig for, at banken agerer i henhold til relevante lovregler m.v., herunder Markedsmisbrugsforordningen samt regler udstedt af Nasdaq OMX.

6. Bankens politik for kommunikation med pressen

Kommunikationen med pressen skal understøtte et godt omdømme hos kunderne, i lokalområdet og i den brede offentlighed. Den skal derfor afspejle troværdighed og professionalisme og bygge på åbenhed, tilgængelighed og en hurtig reaktionsevne. Dette sker efter følgende principper:

- Banken fører en aktiv pressepolitik og indgår i et samspil med relevante medier gennem jævnlig pressekontakt.
- I banken overholder vi relevante lovregler m.v. og udtaler os som følge heraf ikke om en række forhold, eksempelvis kunderelaterede forhold og kursfølsomme oplysninger.
- I banken er vi opsøgende over for pressen og fortæller den gode historie om bankens resultater, udvikling, værdier, samfundsansvar osv. Som hovedregel er det desuden bedre selv at offentliggøre en dårlig nyhed end at andre bringer den. Direktionen og/eller bankens vicedirektør foretager dog altid en konkret vurdering heraf.
- Alle pressehenvendelser henvises til og koordineres af bankens kommunikationsansvarlige, der afklarer henvendelsens karakter og formål og er behjælpelig med at finde den rette talsperson til journalisten.

- Som udgangspunkt er det bankens direktion og/eller bankens vicedirektør, der udtaler sig til pressen. Direktionen kan dog delegerer udtalekompetencen til relevante medarbejdere. Udtalelser om IR-spørgsmål kan udelukkende varetages af bestyrelsesformanden eller direktionen.
- Vi besvarer som hovedregel alle henvendelser ærligt og redeligt og i respekt for journalistens deadline, hvilket indebærer, at vi prioriterer pressehenvendelser højt, men vi har også retten til at sige fra, hvis tidsfristen ikke er rimelig set i forhold til henvendelsens karakter.
- Vi koordinerer i relevante tilfælde pressehenvendelser med foreningen Lokale Pengeinstitutter.

7. Opfølgning og rapportering

Det er direktionens ansvar, at kommunikationspolitikken implementeres og efterleves. Kommunikationspolitikken forventes kendt af alle relevante medarbejdere i banken.

Bestyrelsen orienteres på hvert bestyrelsesmøde om relevant presseomtale. Kommunikationspolitikken gennemgås desuden en gang årligt af bestyrelsen med henblik på opdatering og i øvrigt efter behov.

Vedtaget på bestyrelsesmødet den 19. august 2022.

Ejner Søby
(formand)

Mikael Lykke Sørensen
(næstformand)

Morten Svenningsen

Helle Bærentsen

Anders Tækker Rasmussen

Merete Hoe

Bente Østergaard Høg

Klaus Skovsen

Peter Kejser