

Kommunikationsstrategi

Finanstilsynets kommunikationsmål

Vores kommunikation til omverdenen skal være **målrettet** og **vedvarende**. Kommunikationen skal medvirke til, at omverdenen opfatter Finanstilsynet som **troværdig, kommunikerende** og **tilgængelig**. Vi ønsker, at kommunikationen afspejler en sammenhæng mellem vores politiske mål og vores daglige handlinger.

Kommunikationsmålet fungerer dermed som et led i vores vision og mission om, at Finanstilsynet medvirker til, at **tilliden** til den finansielle sektor fortsat bevares.

Mission

- ❖ Finanstilsynet bidrager til **Økonomi- og Erhvervsministeriets** mission om at skabe fremtidsrettede vækstvilkår for borgere og virksomheder i en stadig mere global verden.
- ❖ **Finanstilsynets** bidrag består i at medvirke til, at tilliden til den danske finansielle sektor bevares hos både borgere og virksomheder – i ind- og udland.

Vision

- ❖ Finanstilsynet bidrager til **Økonomi- og Erhvervsministeriets** vision om at opnå Europas bedste vækstvilkår, så det er attraktivt at bo, arbejde og drive virksomhed i Danmark.
- ❖ **Finanstilsynets** bidrag består i, at medvirke til at tilliden fortsat bevares. Dette skal ske ved de lavest mulige omkostninger for virksomhederne til regulering af og tilsyn med den danske finansielle sektor.

Finanstilsynets kommunikation skal også reflektere vores værdier:

Værdier

- ❖ Finanstilsynets **resultater** gør en forskel
- ❖ Finanstilsynet viser **handlekraft**
- ❖ Finanstilsynet har fokus på **kvalitet**
- ❖ I Finanstilsynet lytter vi til alle og **tænker på tværs**
- ❖ I Finanstilsynet skaber vi sammen en **god arbejdsplads**

Kommunikationsstrategi

Vi ønsker at formidle information om vores tilsyn med den finansielle sektor og de **resultater** vi opnår. Det vil vi gøre med henblik på at skabe **gennemsigtighed** om blandt andet afgørelser samt om virksomhedernes risikoprofil gennem tværgående sammenlignelig information. Informationerne

retter sig både mod virksomhederne, kunderne og markedsdeltagerne. I vores kommunikation er vi dog nødt til at tage højde for tavshedsbelagte emner. Nedenfor opridses mere konkrete strategier.

Undersøgelser af kommunikation og brugertilfredshed

Finanstilsynet foretager løbende undersøgelser af brugernes tilfredshed med Finanstilsynet. Undersøgelserne skal blandt andet bidrage til en **udvikling** af vores kommunikation og dermed en kommunikation af højere **kvalitet**. Det er vigtigt for tilsynet, at **handle** på de tilbagemeldinger undersøgelserne giver. Undersøgelserne gør det muligt for os at **lytte til alle og tænke på tværs**.

Orientering

For at leve op til vores mål om at fremtræde som en **kommunikerende** styrelse, orienterer vi løbende om relevante emner i - og udenfor tilsynet. Dette sker primært via Finanstilsynets hjemmeside. På hjemmesiden er det muligt at abonnere på de informationer Finanstilsynet orienterer om. Tilsynet er opmærksom på at fremtræde **troværdig** og udviser altid forsigtighed omkring tavshedsbelagte emner. Ligesom tilsynet **vedvarende** vil arbejde på at **målrette** den information, vi sender ud.

Som noget nyt fra og med 2006 udsender Finanstilsynet en gang i kvartalet "Kvartalsnyt". Kvartalsnyt indeholder de større ikke tavshedsbelagte emner, som tilsynet har arbejdet med, igangsat eller afsluttet i det pågældende kvartal. Det gør vi for at bidrage interesserede med en **aktuel information**.

Sprogstil

Som et led i vores kommunikationsstrategi er det et vigtigt **kvalitetsmål**, at de budskaber vi sender ud er lette for alle at forstå. Derfor uddanner vi vores medarbejdere i **god** skriftlig **kommunikation**. Det er også et indsatsområde, der løbende bliver arbejdet med.

Klare mål

Vi har opstillet klare mål for alle vores brugerrettede opgaver. Her har vi blandt andet opstillet mål for sagsbehandlingstider og telefonservice. Det har vi gjort fordi vores styrelse skal virke **tilgængelig** for omverdenen. Vi ønsker, at den korrespondance brugerne har med os er af høj **kvalitet, hurtig og professionel**.

Forbrugerorienterede

I de kommende år vil tilsynet i højere grad arbejde på at blive mere forbrugerorienterede. Dette skal blandt andet ske ved at udvikle en mere brugervenlig orientering til forbrugere på Finanstilsynets hjemmeside. Derudover arbejder Finanstilsynet med, at det finansielle område leverer en mere målrettet kundeinformation. Finanstilsynet påbegyndte i 2006 inspektioner på dette område.