

Kommunikationspolitik

1. Formål

Denne politik for Danske Andelskassers Bank har til formål at fastlægge en række overordnede retningslinjer på kommunikationsområdet og derigennem understøtte bankens til enhver tid gældende strategi og grundlæggende værdier under hensyntagen til relevant lovgivning. Formålet med kommunikationspolitikken er at sikre kendskab til banken, et positivt omdømme i forhold til alle bankens interessenter, og at vi kommunikerer i overensstemmelse med vores grundfortælling.

Kommunikationspolitikken skal ses i sammenhæng med blandt andet de Interne Regler for handel med aktier i Danske Andelskassers Bank A/S og Investor Relations-politikken.

2. Ansvar

Det øverste ansvar for kommunikationspolitikken ligger hos bestyrelsen.

Det er direktionens ansvar at implementere og efterleve kommunikationspolitikken. Dog har direktionen mulighed for at videredelegere de indeholdte opgaver til bankens kommunikations- og marketingchef.

3. Mål for kommunikationspolitikken

Målene for kommunikationspolitikken er:

- Alle medarbejdere har – eller kan hurtigt og nemt få adgang til – de informationer, de har brug for.
- Alle medarbejdere oplever banken som en åben organisation, hvor man – under hensyn til en naturlig loyalitetsfølelse – kan sige, hvad man mener både internt og eksternt.
- Alle medarbejdere oplever, at kommunikationen i banken styrker dem i hverdagen og gør dem i stand til at se bankens kortsigtede og langsigtede mål.
- Eksterne interessenter – herunder ikke mindst aktionærer, samarbejdspartnere og presse – opfatter banken som en åben og engageret organisation, der kommunikerer klart og tydeligt.
- Kunderne opfatter banken som en organisation, der kommunikerer i et forståeligt sprog og ud fra, at vi tror på, at alle har brug for gode relationer.

4. Overordnede principper for kommunikationen i Danske Andelskassers Bank

Banken ønsker at være en åben og ærlig relationsbank, som møder kolleger, kunder og samarbejdspartnere der, hvor de er. Kommunikation fra banken er derfor altid målrettet modtagerens situation, viden og alder.

Grundlæggende gælder det for bankens kommunikation, at den sker med udgangspunkt i bankens strategi og grundfortælling.

5. Kommunikation i forhold til udvalgte interessenter

Danske Andelskassers Bank har mange interessenter. De væsentligste er:

- Medarbejdere
- Kunder
- Investorer/aktionærer
- Samarbejdspartnere
- Pressen – nationalt, regionalt og lokalt

I forhold til disse interessenter gælder især følgende:

5.1. Medarbejdere

Den interne kommunikation skal understøtte et godt arbejdsklima og sikre, at medarbejderne kan være gode ambassadører for banken i mødet med kunder, familie og omgangskreds.

For at kunne efterleve dette skal medarbejderne have kendskab til bankens overordnede strategi, kommunikationsstrategi og grundfortælling, så alle har den nødvendige forståelse for og indsigt i bankens kortsigtede såvel som langsigtede mål.

Ansvar for, at alle medarbejdere har adgang til den information, de har brug for på alle områder, ligger overordnet i Kommunikation og Marketing. Men enhver medarbejder har også selv et ansvar. De enkelte fagområder har et ansvar for at formidle den nødvendige information, mens hver enkelt medarbejder har et ansvar for selv at søge og efterspørge den information, der er nødvendig for at kunne udføre sit job – og for at kunne være en god ambassadør for banken.

5.2. Kommunikation med kunder

Uanset gennem hvilken kommunikationskanal kunderne møder banken, skal de opleve os som en relationsbank, der er imødekommende, tillidsfuld og viser respekt gennem hele kontaktforsøget.

Som udgangspunkt er det afsenderen af den pågældende kommunikation, der har ansvaret for indhold og *tone of voice*. Det skal dog altid ske i dialog med Kommunikation og Marketing, såfremt der er tale om kommunikation til flere interessenter.

Banken anvender elektroniske løsninger frem for trykte løsninger i det omfang, det er relevant. Ansvar for at vurdere relevansen ligger hos Kommunikation og Marketing, der også har ansvaret for løbende at overveje nye medier og tage disse i brug.

5.3. Kommunikation med investorer

Kommunikationen med såvel små som store investorer skal understøtte, at vi er en relationsbank og en børsnoteret bank med et solidt økonomisk grundlag. Kommunikationen skal medvirke til at fastholde investorerne samt tiltrække nye. Målet er derudover at kommunikere åbent om bankens virke og resultater.

Kommunikation med investorer er uddybet i Interne regler for behandling af intern viden, førelse af insiderlister, markedsmanipulation, personlige transaktioner og spekulation samt Politik for Investor Relations.

5.4. Kommunikation med samarbejdspartnere

Strategisk valgte samarbejdspartnere er centrale i forhold til bevægelse mod vækst og dermed vigtige i bankens overordnede strategi. Bankens samarbejdspartnere er gode relationer, der gør, at vi er mere end bare en bank. Vi plejer relationen til vores samarbejdspartnere, og her er kommunikationen vigtig.

Ansvar for at sikre dette ligger primært hos ledelsen og de enkelte fagområder, der har et ansvar for at sikre en professionel og respektfuld kommunikation, der understøtter bankens strategi.

Kommunikation og Marketing er sparringspartnere og med til at igangsætte aktiviteter, når det er muligt at opnå en synergieffekt ved at samarbejde omkring indsatser med bankens samarbejdspartnere.

5.5 Kommunikation med pressen

Ansvar for kommunikation med pressen samt fastlæggelse af bankens pressestrategi ligger hos kommunikations- og marketingchefen i samarbejde med bestyrelsesformand og direktion.

Som hovedregel er det direktionen og kommunikations- og marketingchefen, der udtaler sig til pressen.

Generelt kan fagchefer og centerdirektører og andre ledende medarbejdere udtale sig i pressemeddelelser, som Kommunikation og Marketing udarbejder. Der kan være tilfælde, hvor en af de nævnte ansatte udtaler sig i en given sag til pressen, men i så fald skal dette ske efter aftale med kommunikations- og marketingchefen.

Kommunikation og Marketing varetager den løbende medieovervågning gennem et eksternt overvågningssystem og har til enhver tid ansvar for at gøre bragte artikler/nyheder tilgængelige for bestyrelse og direktion, når det er relevant.

6. Målinger

Kommunikation og Marketing har ansvaret for med jævne mellemrum og efter behov at måle og vurdere den eksterne kommunikation samt vurdere den interne kommunikation i samarbejde med HR.

7. Kommunikationsplaner

Ved større tiltag eller begivenheder i banken bliver der udpeget en person, som er ansvarlig for, at der bliver udarbejdet en kommunikationsplan. Det sikrer overblik, og at vi kommunikerer målrettet og i overensstemmelse med strategi og grundfortælling. Kommunikationsplaner bliver altid udviklet i samarbejde med og – også publiceret til – relevante, interne interessenter. De rette personer bliver involveret, så de kender deres rolle og diverse deadlines.

Ansvar for at udarbejde kommunikationsplaner ligger hos Kommunikation og Marketing, men alle interessenter har et ansvar for at bidrage til og følge en vedtagen kommunikationsplan.

8. Forretningsgange

Danske Andelskassers Banks kommunikationspolitik suppleres og uddybes gennem forretningsgange for intern og ekstern kommunikation samt forretningsgang for sociale medier. Forretningsgangene går i dybden med de punkter, som er angivet under punkt 5. Målet med forretningsgangene er at sikre, at kommunikationen altid lever op til kommunikationspolitikens formål, som er beskrevet under punkt 1.

9. Orientering af og rapportering til bestyrelsen

Bestyrelsen orienteres løbende og senest på hvert bestyrelsesmøde om relevant presseomtale.

10. Ajourføring

Danske Andelskassers Banks kommunikationspolitik opdateres løbende efter behov og mindst én gang årligt.

Bestyrelsen har ansvaret for, at ajourføring sker.

11. Vedtagelse og underskrift

Således vedtaget på bestyrelsesmødet i Danske Andelskassers Bank A/S den 18. september 2024.

Anders Hestbech

Klaus Moltesen Ravn

Mikael Jakobsen

Flemming Jul Jensen

Tommy Skov Kristensen

H.C. Krogh

Britta Rytter Eriksen

Martin Ibsen

Anette Holstein Nielsen