

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 banken et positivt omdømme i forhold til alle bankens interessenter.

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 kommunikationspolitikken implementeres og efterleves, dog således at direktionen har mulighed for at videredelegere de indeholdte opgaver til bankens kommunikations- og Marketingchef.

3. Mål for kommunikationspolitikken

Målene for kommunikationspolitikken er som følger:

- 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 er i øjenhøjde.

4. Overordnede principper for kommunikationen i Danske Andelskassers Bank

Banken ønsker at være et åbent og ærligt pengeinstitut, som møder kolleger, kunder og samarbejdspartnere der, hvor de er, således at kommunikation sker under hensyntagen til modtagerens situation, viden og alder.

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

5. Kommunikation i forhold til udvalgte interessenter

Danske Andelskassers Bank har mange interessenter, hvoraf de væsentligste er:

- Medarbejdere
- Kunder
- Investorer/aktionærer
- Samarbejdspartnere
- Pressen

Det bemærkes, at "lokalområdet" bredt forstået ligeledes er en væsentlig interessent, der skal tænkes ind i kommunikationen med alle de øvrige interessenter.

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, 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 eksempelvis 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 repræsentant for banken.

5.2. Kommunikation med kunder

Uanset gennem hvilken kommunikationskanal kunderne møder banken, skal de mødes med respekt gennem hele kontaktførelsen.

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

Elektroniske løsninger bør anvendes frem for trykte løsninger i det omfang, det er muligt. Ansvar for at vurdere dette ligger hos Kommunikation og Marketing, der ligeledes har ansvaret for løbende at overveje nye medier og tage disse i brug, såfremt det vurderes fordelagtigt. Det er i den sammenhæng ikke bankens strategi at være *first movers*, men *fast followers*, hvor det er muligt.

5.3. Kommunikation med investorer

Kommunikationen med såvel små som store investorer skal understøtte et godt omdømme og medvirke til at fastholde investorerne samt tiltrække nye. Målet er endvidere at give en åben information om bankens virke og resultater.

For nærmere beskrivelse af kommunikationen med investorer henvises til 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

Et væsentligt element i bankens strategi er samarbejdspartnere, hvor der ønskes gensidige samarbejder.

For at understøtte samarbejdet med partnere 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 kan inddrages som sparringspartnere.

5.5 Kommunikation med pressen

Ansvar for kommunikation med pressen samt fastlæggelse af bankens pressestrategi ligger hos chefen for Kommunikation og Marketing i samarbejde med bestyrelsesformand og direktion.

Som hovedregel er det direktionen og chefen for Kommunikation og Marketing, der udtaler sig til pressen.

Generelt kan fagchefer, filial- og centerdirektører og andre ledende medarbejdere udtale sig i pressemeddelelser, som udarbejdes på forhånd i samarbejde med Kommunikation og Marketing. 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 chefen for Kommunikation og Marketing.

Kommunikation og Marketing varetager den løbende medieovervågning via overvågningssystemet Infomedia og har til enhver tid ansvar for at gøre bragte artikler/nyheder tilgængelige for bankens medarbejdere, herunder bestyrelse og direktion, når det skønnes 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.

7. Kommunikationsplaner

Ved større tiltag eller begivenheder i banken udarbejdes der på forhånd kommunikationsplaner for at sikre, at kommunikationen fungerer så godt som muligt. Disse kommunikationsplaner publiceres til – og udvikles i samarbejde med – de relevante, interne interessenter.

Ansvar for at udarbejde kommunikationsplaner ligger hos Kommunikation og Marketing, men alle interessenter har 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, der går yderligere i dybden med de punkter, som er angivet under punkt 5. Disse forretningsgange skal således sikre en opnåelse af denne politiks formål som 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 21. september 2022.

Anders Howalt-Hestbech

Klaus Moltesen Ravn

Mikael Jakobsen

Flemming Jul Jensen

Tommy Skov Kristensen

H.C. Krogh

Poul Erik Weber

Britta Rytter Eriksen

Martin Ibsen

Anette Holstein Nielsen