

Nykredit



Totalkredit

Politik for Kommunikation & Marketing



Denne kommunikations- og marketingpolitik gælder for Nykredit A/S, herunder alle koncernens organisatoriske og juridiske enheder inklusiv datterselskaber ("Nykredit").

Koncernchefen har det overordnede ansvar for al kommunikation og marketing. Det daglige ansvar for koordinering af koncernens kommunikation og marketing er henlagt til chefen for People & Identity, der med reference til koncernchefen varetager de konkrete opgaver.

Kommunikation og marketing, der direkte eller indirekte rettes mod koncernens kunder, aktionærer, medarbejdere eller andre større eller betydelige interessenter koordineres altid med Kommunikations- og marketingafdelingen, såfremt det kan påvirke koncernens omdømme og image. Ledelsen i de enkelte forretningsenheder og stabsområder har ansvar for, at dette sker, samt at kommunikations- og marketingpolitikken efterleves.

BAGGRUND, FORMÅL OG TILGANG

Som Danmarks største kreditgiver, den største udlåner til boligejere, en af de største udlånere til små og mellemstore virksomheder og en af de største formue- og kapitalforvaltere, er Nykredit en vigtig aktør i det danske samfund.

I mere end 165 år har vi hjulpet danske familier til at eje deres egen bolig og danske virksomheder til at vokse. Vi er udsprunget af andelsprincippet og er i dag primært ejet af en forening af kunder. Det betyder, at vores formål først og fremmest er at drive finansiell virksomhed til gavn for kunderne. Derfor har vi en særlig forpligtelse til at kommunikere aktivt med vores omverden.

Vores værdigrundlag – udtrykt i Nykredit-fortællingen – udstikker seks løfter til dem, der betyder mest for os: vores kunder, partnere i Totalkredit og Sparinvest, samfundet, medarbejdere, ejere og investorer. Vores strategi sætter en samlet retning for hele virksomheden.

Foreningsejerskabet, vores værdier og strategi udgør hjørnestenene i den position, vi ønsker at indtage i markedet, og i vores kommunikation både indadtil mod vores medarbejdere og udadtil i vores omverden. Det ligger os særligt meget på sinde, at vi med vores kommunikations- og marketingindsatser har som ambition at gøre det tydeligt, hvad det vil sige at være både kunde og medarbejder i et foreningsejet Nykredit.

Foreningsejerskabet gennemsyrrer vores organisation og værdier – og derfor også vores måde at kommunikere og markedsføre os på, både internt og eksternt.

Som udgangspunkt vil Nykredit aldrig kommentere enkelte kundeforhold eller på anden måde handle i strid med gældende bestemmelser om fortrolighed eller øvrige gældende love og regler.

Som virksomhed tilstræber vi til enhver tid at:

- Være åbne og optræde troværdigt og respektfuldt
- Svare til rette tid og i klare vendinger
- Kommunikere i overensstemmelse med gældende lovgivning og retningslinjer, børssetiske regler samt interne regler
- Bedrive marketing i overensstemmelse med gældende lovgivning og retningslinjer samt interne regler

Dette gælder både i den mundtlige og skriftlige kommunikation og marketing, internt såvel som eksternt.

KOMMUNIKATIONS FAGLIGE HOVEDOMRÅDER

Kommunikation og marketing i Nykredit består først og fremmest, men ikke udelukkende, af følgende hovedområder, der i det daglige overlapper, supplerer og forstærker hinanden:

Intern kommunikation

Intern kommunikation i Nykredit er et centralt ledelsesværktøj til at styrke organisationens fokus på de værdimæssige, strategiske og forretningsmæssige prioriteter, understøtte den nødvendige kulturelle sammenhængskraft og eksekveringsevne samt supportere koncernens ledere i deres kommunikation med medarbejderne. Nykredits interne kommunikation skal til enhver tid opleves som aktuell, relevant, nuanceret og troværdig, så medarbejderne oplever en effektiv kommunikation.

Employer branding

Employer branding handler om at skabe en stærk og differentierende position af Nykredit-koncernen som en attraktiv arbejdsplads. Med vores Employer branding-indsatser søger vi at påvirke perceptionen af Nykredit som en foreningsejet arbejdsplads, både internt og eksternt, og vi understøtter rekrutteringen af udvalgte typer af medarbejdere. En del af vores arbejde med employer branding er employee advocacy, hvor vi struktureret og strategisk understøtter udvalgte medarbejdere i at sætte ord på deres arbejdsplads, særligt på sociale medier (se også *Sociale medier*).

Presse

Pressens møde med Nykredit skal opleves som kompetent, troværdigt og professionelt. Pressearbejdet skal aktivt bidrage til at understøtte Nykredits strategiske profil og perceptionen af Nykredit og Nykredits ledelse. Det er således presseafdelingens opgave proaktivt at bringe Nykredits viden i spil, træde frem med en klar stemme for at påvirke dagsordenen, hvor det måtte være relevant, samt velovervejet at håndtere og besvare alle pressehenvendelser.

Public affairs

Public Affairs omhandler den strukturerede dialog med Nykredits interessenter og omverden, herunder tilpasning af forventninger og påvirkning af rammevilkår. En væsentlig del af fundamentet for denne dialog er en forståelse af, at Nykredit lever af samfundet – og at samfundet lever af Nykredit. Dette opfatter Nykredit som en forpligtende gensidighed. I dialogen med omverdenen lægger Nykredit vægt på at optræde konstruktivt, respektfuld, interesseret og vidende (se i øvrigt politik for samfundsansvar).

Marketing

Nykredits marketing handler om at skabe en stærk og differentierende position for Nykredit-koncernen samt at understøtte de enkelte brands forretningsstrategier gennem taktiske indsatser. I vores arbejde med positioneringen af Nykredit i markedet er vi altid bevidste om at leve op til gældende krav og standarder på området. Ved hver aktivitet overvejes et gevinst/risiko-perspektiv, så vi sikrer at finde den rette balance mellem at fremme og beskytte brandet. Vi har særligt fokus rettet mod de markeds-mæssige krav, der er på området – herunder GDPR, data- og cookiepolitikker, markedsføringsloven, kviklånsloven og ikke mindst et fokus på at undgå beskyldninger om greenwashing, pinkwashing etc.

Kundekommunikation

Nykredit er markedsleder i en sektor, hvor både produkter og services er komplekse for de fleste kunder. Derfor har Nykredit et særligt ansvar for, at kommunikationen til og med kunderne er så tilgængelig og klar som muligt, og at den bibringer kunderne den viden, der er nødvendig for, at de kan træffe de mest hensigtsmæssige valg. Det gælder i alle former for kundekommunikation – både den mundtlige og skriftlige (fx netbank, nyhedsbreve, , brochurer, Nykredits hjemmeside m.m.).

Sociale medier

Nykredit er på sociale medier for at yde kundeservice og skabe dialog med brugere, vi måske ikke ellers ville være i kontakt med. Vi er der for at brande Nykredit som den foreningsejede og samfundsansvarlige finansielle virksomhed og arbejdsplads, for at generere leads og for i særlige situationer at kunne håndtere kriser. Nykredit skal altid opleves som en proaktiv og kompetent samtalepartner, der er oprigtig interesseret i dialog.

Godkendt af bestyrelsen i

- Nykredit A/S d. 8. December, 2022.
- Nykredit Realkredit A/S d. 8. December, 2022.
- Totalkredit A/S d. 31. Oktober, 2022.
- Nykredit Bank A/S d. 31. Oktober, 2022.
- Nykredit Portefølje Administration A/S d. 27. Oktober, 2022.
- Nykredit Leasing A/S d. 25. Oktober, 2022.
- Nykredit Mægler A/S d. 27. Oktober, 2022.

Dokumentansvarlig: Trine Ahrenkiel/Jonas Rømer Haugegaard/Christina Skræp Houman,
Kommunikation og Marketing.