Nykredit

Totalkredit

Politik for Kommunikation

Oktober, 2020

1. BAGGRUND OG FORMÅL

Som Danmarks største kreditgiver, den største udlåner til boligejere og en af de største udlånere til små og mellemstore virksomheder, er Nykredit en vigtig aktør i det danske samfund. Derfor har vi en særlig forpligtelse til at kommunikere aktivt med vores omverden.

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

2. GOVERNANCE OG ORGANISERING

Koncernchefen har det overordnede ansvar for al kommunikation. Det daglige ansvar for koordinering af koncernens kommunikation er henlagt til kommunikationsdirektøren, der med reference til koncernchefen varetager de konkrete opgaver.

Kommunikation, der direkte eller indirekte rettes mod en væsentlig del af koncernens kunder, aktionærer, medarbejdere eller andre større eller betydelige interessenter koordineres med Kommunikationsafdelingen. Det samme gælder kommunikation, der har væsentlig betydning for koncernen eller i væsentlig grad kan påvirke koncernens omdømme. Ledelsen i de enkelte forretningsenheder og stabsområder har ansvar for, at dette sker, samt at kommunikationspolitikken efterleves.

3. NYKREDITs GENERELLE HOLDNING TIL KOMMUNIKATION

Nykredits interne og eksterne kommunikation har som mål at understøtte koncernens til hver tid gældende forretningsstrategi og værdigrundlag, udtrykt i Nykredit-fortællingen. Nykredits kommunikation søger som hovedregel altid at tage udgangspunkt i vores interessenter, særligt vores kunder.

Som udgangspunkt vil Nykredit dog 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, børsetiske regler samt interne regler

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

4. KOMMUNIKATIONS FAGLIGE HOVEDOMRÅDER

Kommunikation i Nykredit består først og fremmest, men ikke udelukkende, af følgende hovedområder:

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 aktuel, relevant, nuanceret og troværdig, så medarbejderne oplever en effektfuld kommunikation.

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).

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 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 den 3. november 2020
- Nykredit Realkredit A/S den 3. november 2020
- Totalkredit A/S den 30. oktober 2020
- Nykredit Bank A/S den 29. oktober 2020
- Nykredit Portefølje Administration A/S den 29. oktober 2020
- Nykredit Leasing A/S den 28. oktober 2020
- Nykredit Mægler A/S den 12. november 2020

Dokumentansvarlig: Trine Ahrenkiel/Jens Theil/Christina Skræp Houmann, KOMM