

Indledning

Kreditbanken politik for samfundsansvar bygger på

- bankens mening og vision, som beskriver bankens forhold til kunder, aktionærer og medarbejdere
- bankens informations- og kommunikationspolitik, som – udover forholdet til kunder, aktionærer og medarbejdere – beskriver bankens relationer til pressen, lokalsamfundet, brancheorganisationer, myndigheder, samarbejdspartnere og leverandører.

Kreditbankens mening

Kreditbankens mening er formuleret i 2008 og lyder således:

*”Som selvstændig bank vil Kreditbanken skabe værdi til kunder, aktionærer og medarbejdere på en ordentlig og redelig måde. Med andre ord - Kreditbanken er den holdbare, lokale bank, der skaber mere **værdi til mennesker**.”*

Kreditbankens vision

Kreditbankens vision er reformuleret i 2008 og lyder således:

”Kreditbanken vil være den foretrukne lokale samarbejdspartner for stadig flere mennesker, der ønsker et økonomisk sundt liv. Det sker ved

- *aktivt at imødekomme kundernes behov for holdbare finansielle ydelser og løsninger og være kendt for nærhed og personligt engagement*
- *rentabel vækst og ved at være en solid og robust bank, der skaber holdbare og konkurrencedygtige resultater til aktionærerne*
- *at være en rigtig god arbejdsplads for glade og dygtige medarbejdere, der kan og vil arbejde sammen på grundlag af bankens 4 værdier – fleksibilitet, aktivitet, nærhed og selvstændighed.”*

Samfundsansvar gennem handlinger

Kreditbanken vil udøve sit samfundsansvar gennem sine handlinger. Et udpluk af de handlinger, som banken vurderer har betydning for samfundsansvaret, er på de næste sider beskrevet under følgende overskrifter:

1. Værdi til kunderne
2. Værdi til aktionærerne
3. Værdi til medarbejderne
4. Forhold til pressen, lokalsamfundet, brancheorganisationer, myndigheder, samarbejdspartnere og leverandører
5. Miljø

1. Værdi til kunderne

Kreditbanken vil skabe værdi til kunderne ved aktivt at imødekomme kundernes behov for holdbare finansielle ydelser og løsninger og være kendt for nærhed og personligt engagement. Banken vil derfor

- være kendt for opmærksomhed og indlevelsesevne i betjeningen af kunderne
- være kendt for kvalitet i rådgivning af dem
- tage initiativ til at rådgive og pleje kunderne
- fravælge produkter og ydelser, der er særligt risikofyldte eller på kant med god etik
- gøre kunderne bevidst positive.

Gennemførte handlinger i 2009

Undersøgelse af kundetilfredsheden

Kreditbanken har i november 2009 gennemført en undersøgelse af kundetilfredsheden. Den har bl.a. vist, at

- 95 % af kunderne vurderer, at bankens medarbejdere er fagligt dygtige
- at 96-98 % af kunderne vurderer, at banken har venlige og imødekommende medarbejdere, der taler et klart og forståeligt sprog
- 64-74 % af kunderne vurderer, at bankens rådgivere er aktive og gode til at komme med forslag, der forbedrer økonomien
- 86-87 % af kunderne vurderer, at bankens rådgivere er interesserede, engagerede og nærværende
- 95 % af kunderne vurderer, at Kreditbanken har et godt omdømme
- 92 % af kunderne vil anbefale Kreditbanken til andre
- 92 % af kunderne vurderer, at Kreditbanken alt i alt lever op til deres forventninger.

Tilbud til kunderne

Kreditbanken har i 2009 aktivt tilbudt kunderne en række specifikke produkter, der vurderes at kunne skabe værdi for dem – bl.a. pensionsprodukter, Privatsikring, MasterCard og investeringsprodukter. Derudover har banken tilbudt et betydeligt antal kunder at få en generel snak om deres økonomi.

Koncept for unge kunder

Kreditbanken påtager sig et særligt ansvar for, at specielt unge kunder kommer godt fra start, så de kan leve et sundt økonomisk liv. Banken har derfor opbygget et koncept, der bygger på regelmæssig dialog med kunder mellem 18 og 25 år.

Medarbejderes kompetencer

Kreditbanken har i 2009 arbejdet målrettet med at opgradere medarbejdernes kompetencer inden for specielt pensionsrådgivning og investeringsrådgivning. Det er sket på grundlag af bl.a. individuelle kompetenceprofiler, som er udarbejdet i 2009.

Sager i Pengeinstitutankenævnet

Kreditbanken har i 2009 haft 1 sag indbragt for Pengeinstitutankenævnet. Kreditbanken vandt sagen.

Planlagte handlinger i 2010

Kreditbanken vil

- fortsætte med aktivt at tilbyde kunderne en række specifikke produkter, der vurderes at kunne skabe værdi for dem
- indbyde et betydeligt antal kunder til en generel snak om deres økonomi
- fokusere specielt på dialogen med unge kunder (18-25 år)
- indbyde kunderne til at deltage i forskellige arrangementer, der kan gavne dem eller deres økonomi
- fortsætte med at udvikle medarbejdernes kompetencer – jf. bl.a. nedenfor
- målsætte ikke at tabe eventuelle sager i Pengeinstitutankenævnet.

2. Værdi til aktionærerne

Kreditbanken vil skabe værdi til aktionærerne ved rentabel vækst og ved at være en solid og robust bank, der skaber holdbare og konkurrencedygtige resultater. Banken vil derfor

- have en markant overdækning på nøgletal for solvens og likviditet
- have en sund balance mellem ind- og udlån
- bygge sin risikotagning på kreditsiden på sund fornuft og på kalkulerede risici og branchespredning
- minimere risici for bankens egen beholdning af værdipapirer
- have effektive processer og en effektiv organisation.

Gennemførte handlinger i 2009

Banken har i 2009

- arbejdet på grundlag af bl.a. konkrete målsætninger for solvens, likviditet og forholdet mellem indlån og udlån
- ajourført sin kreditpolitik og sine forretningsgange på kreditområdet
- ført en forsigtig investeringspolitik for egenbeholdningen af værdipapirer
- effektiviseret en række af sine interne processer.

Planlagte handlinger i 2010

Banken vil

- fortsætte med at arbejde på grundlag af bl.a. konkrete målsætninger for solvens, likviditet og forholdet mellem indlån og udlån
- bygge sin risikotagning på kreditsiden på sund fornuft og på kalkulerede risici og branchespredning
- føre en forsigtig investeringspolitik for egenbeholdningen af værdipapirer
- effektivisere udvalgte interne processer.

3. Værdi til medarbejderne

Kreditbanken vil være en rigtig god arbejdsplads for glade og dygtige medarbejdere, der kan og vil arbejde sammen på grundlag af bankens 4 værdier – fleksibilitet, aktivitet, nærhed og selvstændighed. Banken vil derfor

- fremme værdibaseret ledelse
- støtte og motivere medarbejdere, der kan og vil udvikle sig personligt og fagligt
- fremstå som en attraktiv og spændende arbejdsplads
- styrke medarbejdernes faglige viden
- være en socialt bevidst arbejdsplads
- styrke det kollegiale sammenhold.

Ovennævnte er bl.a. uddybet i bankens personalehåndbog ”At være medarbejder i Kreditbanken”. Personalehåndbogen indeholder således afsnit om

- bankens personalepolitik
- bankens definition af god ledelse
- bankens tilbud til medarbejderne – om bl.a. forsikring ved kritisk sygdom og ved dødsfald, sundhedsforsikring, udviklingssamtale, trivselssamtale og frugtordning
- bankens politikker for alkohol, mobning og rygning.

Gennemførte handlinger i 2009

Undersøgelse af medarbejdertilfredsheden

Kreditbanken har i maj 2009 gennemført en undersøgelse af medarbejdertilfredsheden. Undersøgelsen viser bl.a., at

- bankens ledere er meget loyale, gode til at give opbakning og har overskud til mennesker
- Kreditbanken er en rigtig god, attraktiv og socialt bevidst arbejdsplads for glade medarbejdere.

Medarbejderes kompetencer

Kreditbanken har i 2009 arbejdet målrettet med at opgradere medarbejdernes kompetencer inden for specielt pensionsrådgivning og investeringsrådgivning. Det er sket på grundlag af bl.a. individuelle kompetenceprofiler og uddannelsesplaner, som er udarbejdet i 2009.

Øvrige handlinger

Banken har bl.a. gennemført

- en række sociale arrangementer for såvel medarbejdere som ægtefæller/samlever
- personaleudviklingssamtaler med samtlige medarbejdere.

Planlagte handlinger i 2010

Banken vil

- fortsætte med at fokusere på kompetenceudvikling
- tilbyde samtlige medarbejdere en udviklingssamtale
- gennemføre en undersøgelse af medarbejdertilfredsheden
- tilbyde medarbejderne et sundhedstjek. Banken lægger vægt på, at det er et tilbud, for sundhed – og forvaltningen af den – er fundamentalt en privat sag
- tilbyde medarbejderne en række ”værdi til mennesker-aktiviteter”.

4. Forhold til pressen, lokalsamfundet, brancheorganisationer, myndigheder, samarbejdspartnere og leverandører

Kreditbanken ønsker at

- give et retvisende billede af bankens virke
- bygge på åbenhed i det omfang, det er muligt inden for de lovmæssige rammer
- agere aktivt og ansvarligt over for bankens interessenter
- kommunikere nærværende, i øjenhøjde og let forståeligt.

I det følgende fokuseres specielt på Kreditbankens samfundsansvar i relation til lokalsamfundet og pressen.

Lokalsamfundet

Kreditbanken ønsker at bidrage til lokalområdet. Det skal – uafhængigt af årstal – bl.a. ske ved

- at føre en ansvarlig kreditpolitik
- at bakke op om bankens mange kunder og deres sunde projekter
- at støtte lokale aktiviteter – f.eks. inden for sport og kultur.

Pressen

Kreditbanken vil føre en åben pressepolitik og indgår derfor i et samspil med relevante medier, når banken har noget at byde på. Banken vil udsende pressemeddelelser om bankens virke, udvikling, produkter, resultater og personalia.

Banken vil – med respekt af gældende lovgivning, kunderelaterede forhold og børsetik – besvare henvendelser ærligt og redeligt. Banken besvarer som hovedregel alle henvendelser hurtigt og i respekt for journalistens deadline, hvilket indebærer, at banken således prioriterer pressehenvendelser højt.

5. Miljø

Kreditbanken vil tage et medansvar for miljøet. Det sker bl.a. ved

- ikke at indgå samarbejde med virksomheder, der i særlig grad belaster miljøet
- at indkøbe og forbruge med omtanke
- at fokusere på effektive processer og dermed undgå spild.

Behandlet og besluttet af bestyrelse og direktion i Kreditbanken den 13. januar 2010.