

# Markedsføringspolicy

- Vår markedsføring skal være i henhold til god markedsføringsskikk og alltid skal være innenfor de lover, forskrifter, veiledninger og bransjestandarder som er relevante for området.
- Vår markedsaktivitet skal være i samsvar med bankens retningslinjer for Etikk og Samfunnsansvar
- Produkter og tjenester skal markedsføres på en slik måte at kunden gjøres kjent med både fordeler/muligheter og ulemper/begrensninger.
- Med «god markedsføringsskikk» menes markedsføring som ikke krenker allmenne etikk- og moraloppfatninger, ikke bruker støtende eller påtrengende virkemidler eller er i strid med likeverd mellom kjønnene.
- Vi skal alltid bruke føre var-prinsippet for all kommunikasjon ut i markedet. Vi skal ha høy aktsomhet i forhold til etikk og det moralske ansvaret vi har i vår markedsføring av bankens produkter og tjenester.
- Vår markedsføring skal ha spesiell oppmerksomhet mot sårbare grupper og aldri ha som mål å tilby produkter til slike grupper som kan øke sårbarhet, eksempelvis kredittkort/forbrukslån til kunder med høy, usikret gjeld, eller liknende.
- Alle databaserte kommunikasjonsaktiviteter skal være i tråd med gjeldende regelverk for markedsføring og personvern, samt være i samsvar med de samtykker som den enkelte kunde har avgitt.
- Vi skal ivareta kundenes personvern i henhold til bankens personvernerklæring.
- Vår markedsføring skal i være basert på god innsikt og analyse slik at vi treffer kunden med mest mulig relevans i vår kommunikasjon.
- Ved bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse skal dette foregå i samsvar med gjeldende regelverk, relevante bransjenormer og allmenne standarder for etisk og forsvarlig bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse.
- Vår innholdsmarkedsføring skal bygge langsiktige relasjoner, dette gjør vi ved å lage relevant, nyttig og troverdig innhold i ulike faser av kundenes liv.
- Ved bruk av reklameprodukter skal markedsavdelingen alltid forholde seg til bankens policy for innkjøp.
- Vi tilstreber mest mulig kommunikasjon på digitale plattformer for å unngå unødvendig papirbasert produksjon.

- Ved markedsføring av bankens bærekraftssatsing skal vi alltid ha fokus på ikke å «grønnvaske» våre tjenester og produkter for å fremstå bedre enn de faktisk er. Både markedsføring og profilering av bærekraftsbudskap skal være faktabasert.
- Vår kommunikasjon om bærekraft skal i innhold og mål være motiverende, støttende og legge til rette for at våre kunder skal kunne ta bærekraftige valg i sine liv.
- Gjennom våre sponsorater skal vi bidra til å påvirke for at lag og organsiasjoner gjør gode og bærekraftige valg for sin virksomhet. Vi har også et spesielt fokus på mangfold og utenforskap i vårt sponsorarbeid.

### Revisjonshistorikk

Versjon	Dato godkjent	Godkjent av	Oppdaterte punkt
1.0	30.05.2022	Seksjon Kommunikasjon og Konsernstøtte v/ Kommunikasjon og Samfunnsansvar	