

Markedsføringspolicy for SpareBank 1 Østlandet

- 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 policy for forretningsskikk.
- 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.
- Markedsføring mot spesielt barn og ungdom skal unngås.
- 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.
- Det skal internt etableres et rammeverk for dokumentasjon av markedsføringsaktiviteter. Dette rammeverket skal alltid brukes og vurderingene av den enkelte aktivitet skal dokumenteres i eget skjema. Ved vanskelige problemstillinger skal dette avklares med juridisk avdeling.
- 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 innkjøpspolicy.

- All vår kommunikasjon skal være på digitale plattformer slik at vi unngår å bruke papirbasert produksjon.
- Ved markedsføring av bankens bærekraftssatsing skal vi alltid ha fokus på ikke å «grønnevaske» 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.
- Våre sponsorater skal alltid ha fokus på at de vi sponser skal jobbe med å gjøre ha gode bærekraftige løsninger i sin virksomhet. Dette er et krav for at vi skal sponse. Vi skal også ha spesielt søkelys på utenforskap i vårt arbeid mot barn og unge i vårt sponsorarbeid.

Ansvarlig for bankens Markedsførings policy er banken Markedssjef.