

Markedsføringspolicy

Versjon 2.0 – oppdatert 17.06.2025

Konfidensialitets-nivå	Sett kryss for gjeldende	Beskrivelse av konfidensialitetsnivåene
Offentlig	x	Informasjon som er publisert og/eller som kan deles uten begrensninger
Intern		Informasjon som er tiltenkt intern bruk, men som i liten grad vil skade banken dersom den blir tilgjengelig for andre.
Fortrolig		Informasjon som er tilgjengelig for alle ansatte i banken. Skal kun deles eksternt med bakgrunn i lov eller rolle (politi, eksternrevisor, internrevisor, Finanstilsynet mv)
Konfidensiell		Informasjon som kun enkelte internt har tilgang til, eksempelvis innsideinformasjon eller sensitive beslutningssaker. Skal kun deles eksternt med bakgrunn i lov eller rolle (politi, eksternrevisor, internrevisor, Finanstilsynet mv)

- Vår markedsføring skal være i henhold til god markedsføringsskikk og alltid være innenfor gjeldende lover, forskrifter, veiledninger og bransjestandarder.
- Markedsaktivitetene våre skal være i samsvar med bankens retningslinjer for etikk, samfunnsansvar og bærekraft.
- Produkter og tjenester skal markedsføres på en måte som tydelig viser både fordeler og begrensninger, inkludert kostnader.
- Med «god markedsføringsskikk» menes kommunikasjon som ikke krenker allmenne etiske og moralske normer, ikke benytter støtende virkemidler, og som respekterer likeverd mellom kjønnene.
- Vi skal alltid bruke føre-var-prinsippet i all markedskommunikasjon, med høy etisk bevissthet og ansvarlighet.
- Markedsføringen skal ta hensyn til sårbare grupper og aldri rette seg mot disse med produkter som kan øke deres sårbarhet, som forbrukslån eller kredittkort.
- All datadrevet markedsføring skal følge gjeldende regelverk for personvern og være i tråd med kundens samtykker.
- Vi skal ivareta kundenes personvern i henhold til bankens personvernerklæring.
- Markedsføringen skal være basert på innsikt og analyse for å sikre høy relevans.
- Bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse skal skje i tråd med gjeldende regelverk, bransjenormer og etiske standarder for ansvarlig bruk.
- Innholdsmarkedsføring skal bygge langsiktige relasjoner gjennom relevant, nyttig og troverdig innhold.
- Ved bruk av reklameprodukter skal markedsavdelingen følge bankens innkjøpspolicy.
- Markedsføring av bærekraftsinitiativer skal være dokumentert, etterprøvbart og ikke villedende. Vi skal unngå grønnvasking og har signert Grønnvaskingportalen som forpliktelse og rettesnor for dette arbeidet.
- Kommunikasjon om bærekraft skal være motiverende og støtte kundene i å ta bærekraftige valg.

- Gjennom sponsorater skal vi fremme bærekraftige valg i lag og organisasjoner, det er i tillegg et særlig fokus på mangfold og inkludering.

Revisjonshistorikk

Versjon	Dato godkjent	Godkjent av	Oppdaterte punkt
2.0	17/06 2025	Seksjon forretningsutvikling v/ markedsavdeling	Bærekraft Innhold AI
1.0	30.05.2022	Seksjon Kommunikasjon og Konsernstøtte v/ Kommunikasjon og Samfunnsansvar	