

# Guideline für verantwortungsvolles Marketing

V 0.2 / 16.01.24

## Unsere Verpflichtung

Als Bank des Landes Oberösterreich trägt die HYPO Oberösterreich eine besondere Verantwortung gegenüber Kund\*innen, Mitarbeiter\*innen und der Gesellschaft. Wir verpflichten uns daher im Interesse unserer Kund\*innen zu ethischen Verkaufs- und Marketinggepflogenheiten. Unsere Verpflichtung erstreckt sich nicht nur auf die Erfüllung der geltenden Gesetze, Regelwerke und Branchenkodizes, sondern darüber hinaus auch auf die Einhaltung dieser Guideline.

## Unsere Prinzipien

Unser Marketing ist den Interessen unserer Kund\*innen verpflichtet und steht im Einklang mit den Prinzipien der Nachhaltigkeit. Neben dem ökonomischen und ökologischen Aspekt setzt sich die HYPO Oberösterreich auch zum Ziel, im gesellschaftlichen Sinne nachhaltig zu handeln. Unser Ziel ist es, durch transparente und verantwortungsvolle Verkaufs- und Marketinggepflogenheiten das Vertrauen unserer Kund\*innen zu stärken und dadurch langfristige Geschäftsbeziehungen aufzubauen. Zu diesem Zweck befolgen wir im Marketing eine Reihe von Prinzipien, die folgend angeführt sind.

### Transparenz

#### Preis- und Risikotransparenz

Die Informationen und Aussagen zu unseren Finanz- und Versicherungsprodukten sind inhaltlich richtig, verständlich und transparent. Damit stellen wir sicher, dass die Kund\*innen die Eigenschaften und die Risiken des gewünschten Finanz- oder Versicherungsproduktes erkennen und verstehen. Unsere Verpflichtung zur Preis- und Risikotransparenz spiegelt sich auch deutlich in den einzelnen Fachbereichen wider:

#### **Wertpapiere**

Die HYPO Oberösterreich begibt auch selbst Wertpapiere am Kapitalmarkt. Zur Vermeidung von Interessenkonflikten ist bei Eigenemissionen ein besonderes Augenmerk auf die Gebührenstruktur zu legen. Wir achten daher darauf, dass die Gebührenstruktur keinen Anreiz schafft, den Vertrieb von Eigenemissionen gegenüber Fremdemissionen zu bevorzugen. Weiters weisen unsere Kundenunterlagen die Kosten und Gebühren, welche mit der Renditeerwartung in Relation stehen, transparent aus. Die Vor- und Nachteile der Wertpapierprodukte werden ausgewogen dargestellt. Dadurch soll sichergestellt werden, dass unsere Kund\*innen fundierte Anlageentscheidungen treffen können. Diese strengen Anforderungen an die Gestaltung unserer Kundenunterlagen wurden in der internen Richtlinie „Wertpapier-Product Governance“ niedergeschrieben, welche von allen Mitarbeiter\*innen verpflichtend einzuhalten ist. Darüber hinaus überprüfen wir auch die inhaltliche Richtigkeit der Vertriebsunterlagen von externen Finanzdienstleistungsunternehmen, bevor wir diese unseren Kund\*innen zur Verfügung stellen.

### **Spar/Giro**

Auch bei unseren Spar- und Giroprodukten streben wir an, klare und verständliche Informationen bereitzustellen, um unseren Kund\*innen ein umfassendes Verständnis über die Gebührenstruktur zu ermöglichen. Des Weiteren halten wir uns an regulatorische Vorgaben, wie zum Beispiel die Bereitstellung von Entgeltinformationen für Verbraucherkonten, um zusätzliche, standardisierte Transparenz zu schaffen. Außerdem sind alle Entgelte sowie Produktbedingungen auf der Homepage veröffentlicht und für die Kund\*innen jederzeit zugänglich. Uns ist es wichtig, dass Kund\*innen die Bedingungen unserer Produkte verstehen und sich über potentielle Risiken im Klaren sind, um fundierte finanzielle Entscheidungen treffen zu können. Unsere Preisgestaltung zielt darauf ab, Fairness und Gleichbehandlung sicherzustellen. Wir verpflichten uns darüber hinaus, unsere Kund\*innen aktiv über Änderungen in den Gebühren zu informieren und stehen immer für Rückfragen zur Verfügung, um Transparenz und Vertrauen in unsere Giro- und Sparprodukte sicherzustellen. Sofern einer Kundin/einem Kunden eine Überziehungsmöglichkeit auf ihrem/seinem Girokonto eingeräumt wird und die Kundin/der Kunde dies nutzt, trägt sie/er das Risiko von Zinsen für den aushaftenden Saldo. Die Zinsen sind transparent im Preisblatt vermerkt und wurden mit der Kundin/dem Kunden vereinbart. Das Preisblatt wird im Zuge der Kontoeröffnung unterfertigt.

Girokonten sind anfällig für Betrug, insbesondere im Online-Banking. Wir weisen die Kundin/den Kunden darauf hin, damit sie/er Sicherheitsmaßnahmen ergreift, um das Konto vor unbefugten Zugriff zu schützen. Diese Verantwortung übernehmen wir nicht nur in der Beratung, sondern auch zunehmend digital, z.B. über Banknachrichten im Online-Banking.

### **Lebensversicherungen**

Auch bei unseren Versicherungsprodukten verpflichten wir uns, die Höhe der Versicherungsprämien transparent auszuweisen. Eine fondsgebundene Lebensversicherung ist auch mit einem Veranlagungsrisiko verbunden, auf welches wir unsere Kund\*innen vor Vertragsabschluss hinweisen. Da wir im Versicherungsbereich als Mehrfachagent tätig sind, gelten die internen Erfordernisse aus der Richtlinie „Product Oversight and Governance“, welche von allen Mitarbeiter\*innen verpflichtend einzuhalten ist.

### **Ablehnung von Kundenanträgen**

Wir glauben daran, dass Transparenz in allen Aspekten unserer Geschäftsbeziehungen von entscheidender Bedeutung ist. Neben der Preis- und Risikotransparenz unserer Produkte ist es uns daher auch wichtig, dass unsere Kund\*innen im Fall einer Ablehnung ihrer Anträge ausreichend über die Gründe dafür informiert werden. Dieser Umstand betrifft vor allem die Fachbereiche Spar/Giro, Lebensversicherungen, Finanzierung und Leasing:

#### **Spar/Giro**

Sollte es zu einer Ablehnung einer Kontoverbindung oder Kontokündigung kommen, wird dies entsprechend begründet. In diesem Zusammenhang wird die Kundin/der Kunde auch transparent über Beschwerdemöglichkeiten aufgeklärt.

#### **Lebensversicherungen**

Sollte der Abschluss einer Lebensversicherung nicht realisierbar sein, wird die Kundin/der Kunde darüber in einem persönlichen Gespräch informiert und der Grund der Ablehnung dargelegt.

#### **Finanzierung und Leasing**

Sollte eine Geschäftsbeziehung (Kreditvergabe, Kfz- oder Mobilienleasing) aus wirtschaftlichen Gründen nicht darstellbar sein, wird die Kundin/der Kunde darüber in einem persönlichen Gespräch informiert und der Grund

der Ablehnung dargelegt. Diese Vorgehensweise ist in unseren internen Prozessen festgehalten und von allen Mitarbeiter\*innen verpflichtend einzuhalten.

## **Barrierefreie Kommunikation**

Wir sorgen über alle Kanäle hinweg für eine transparente und möglichst barrierefreie Kommunikation. Dies bedeutet insbesondere:

### **Barrierefreier Zugang**

Wir ermöglichen einen barrierefreien Zugang zu unserer Website, um eine inklusive Umgebung für alle zu schaffen.

### **Keine Verwendung von Kleingedrucktem**

Wir verwenden ausreichende Schriftgrößen und Kontraste in allen Medien und allen Bestandteilen von unseren Informationsmedien (dazu zählen zB Vertragswerke, Bedingungen, Disclaimer), um kleingedruckte Texte zu vermeiden.

### **Leichte Lesbarkeit und Verständlichkeit**

Wir bemühen uns um leichte Lesbarkeit und Verständlichkeit der von uns verwendeten Formulierungen.

## **Nachhaltigkeit und Regionalität**

Umweltschutz, Energieeffizienz und die Schonung der natürlichen Ressourcen haben in der HYPO Oberösterreich bereits seit vielen Jahren einen hohen Stellenwert. Darüber hinaus ist die HYPO Oberösterreich als Bank des Landes Oberösterreich auch regional stark verankert. In diesem Zusammenhang sollen insbesondere folgende Punkte hervorgehoben werden:

### **Regionale Partner**

Wir bedienen uns vorwiegend regionaler und uns bekannter Partner und Lieferanten. Durch verstärkte Kooperationen mit landesnahen Betrieben können Synergieeffekte genutzt und der Standort Oberösterreich im Sinne der Nachhaltigkeit weiter gestärkt werden.

### **Nachhaltiger Einkauf und Produktion**

Beim Einkauf von Werbemitteln achten wir möglichst auf Regionalität, Langlebigkeit der Produkte und eine nachhaltige Produktion.

Drucksorten werden vorwiegend nach den Richtlinien des Umweltzeichens klimaneutral produziert.

### **Papiervermeidung**

Wir bevorzugen immer wenn möglich die Nutzung papierloser Kanäle (zB. digitale Korrespondenz oder Kundenmailings) und vermeiden möglichst den Ausdruck digitaler Unterlagen.

### **Green Events**

Wo sinnvoll möglich, bevorzugen wir die Abhaltung von Kundenveranstaltungen als „Green Events“. Bei Fremdveranstaltungen oder Kooperationen achten wir auf möglichst regionalen Einkauf (zB. Getränke/Catering) und ein ausreichendes Angebot an fleischlosen Gerichten.

## Sponsoring

Die HYPO Oberösterreich stellt sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und unterstützt ausgewählte Vereine, Organisationen und Veranstaltungen aus den Bereichen Sport, Soziales und Kultur im Hinblick auf die Stärkung des Engagements im eigenen Bundesland.