

Richtlinie zum verantwortungsvollen Marketing

Die Evangelische Bank verpflichtet sich zu einem verantwortungsvollen Marketing. Finanzdienstleistungen betreffen die wirtschaftliche Sicherheit von Menschen und umfassen sensible Produkte – deshalb gilt: sämtliche Marketingaktivitäten der EB müssen wahrheitsgemäß, nicht irreführend, ausgewogen und verständlich sein.

Diese Richtlinie beschreibt die 5 Leitprinzipien für ein verantwortungsvolles Marketing der Evangelischen Bank und ist für sämtliche Marketingaktivitäten der Evangelischen Bank gültig. Sie wird ergänzt durch die separate EB-Marketingrichtlinie für Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren. Beide Richtlinien werden in der Evangelischen Bank durch die zuständige Abteilung Customer Communications verantwortet und regelmäßig auf Aktualität und Einhaltung überprüft.

Leitprinzipien für verantwortungsvolles Marketing der Evangelischen Bank

1. Transparenz

- Werbung muss jederzeit als solche erkennbar sein.
- Klare, verständliche Darstellung der Kosten, Risiken und Bedingungen.
- Klare Trennung zwischen Prognosen und garantierten Aussagen.
- Transparente Preisgestaltung, keine versteckten Gebühren, keine irreführenden Formulierungen.
- Verzicht auf Kleingedrucktes.
- Off-Label Marketing ist aufgrund des Geschäftsaktivitäten im Finanzsektor nicht relevant.

2. Fairness

- Keine Ausnutzung von finanzieller Unerfahrenheit.
- Keine künstliche, nicht reale Dringlichkeit („Nur heute!“, „Letzte Chance!“).
- Keine Versprechen, die nicht garantiert werden können (z. B. „sichere Rendite“ bei risikobehafteten Produkten).
- Keine Verharmlosung von Verlustmöglichkeiten.
- Wichtige Aussagen oder Warnungen werden verständlich oder nicht abgeschwächt dargestellt.

3. Verantwortung für die Zielgruppen

- Besondere Rücksicht bei vulnerablen Gruppen: junge Menschen, betagte Senioren, Personen mit körperlicher und/oder geistiger Beeinträchtigung.
- Für den jeweiligen Empfängerkreis Bereitstellung von verständlich formulierten Informationen.
- Keine aggressiven Verkaufsstrategien für komplexe Produkte.
- Keine personalisierte Werbung, die auf finanziellen Stress oder Notlagen abzielt.

4. Datenschutz, Datensouveränität sowie Regelkonformität

- Nutzung personenbezogener Daten gemäß den gesetzlichen Vorgaben.
- Minimierung der Datenerhebung auf das absolut Notwendige.
- Einhaltung aller relevanten Gesetze (z. B. MiFID II, DSGVO, UWG, BaFin-Richtlinien).

5. Nachhaltigkeit & gesellschaftliche Verantwortung

- Verwendung seriöser, belegbarer Quellen bei der Erstellung von Informationen.
- Keine Greenwashing-Aussagen.



- Keine Verwendung potenziell anstößiger Inhalte.
- Förderung finanzieller Bildung statt reiner Verkaufsorientierung.

Verpflichtende Verbote für das Marketing der Evangelischen Bank

- Keine Werbung für riskante Produkte ohne klaren Risikohinweis.
- Keine Nutzung von Angst, Druck oder emotionaler Manipulation.
- Keine irreführenden Renditeversprechen.
- Keine Zielgruppenansprache, die finanzielle Notlagen ausnutzt.

Für die Umsetzung der Marketingaktivitäten gilt ein hoher Qualitätsanspruch, der durch die Einbindung mehrerer Instanzen vor einer Veröffentlichung gewährleistet wird.

Für die Evangelische Bank steht die Zufriedenheit ihrer Kund:innen an erster Stelle. Im Fall einer Beschwerde können sich die Kund:innen schriftlich an die interne Beschwerdestelle Evangelische Bank eG, Beschwerdemanagement, Ständeplatz 19, 34117 Kassel, E-Mail: beschwerdemanagement@eb.de wenden.

Die Evangelische Bank betrachtet verantwortungsvolles Marketing als wesentlichen Faktor für den partnerschaftlichen und fairen Umgang mit ihren Kund:innen sowie potenziellen Kund:innen.

Stand 13.07.2026