

## Resurs är banken som vet hur det känns

**Med den nya varumärkeskampanjen "We know the feeling" fokuserar Resurs på människors vardagsekonomi och de drömmar, känslor och oro som är för många är en del av detta.**

Resurs är banken som förstår människors vardags och bidrar till att skapa balans i människors vardagsekonomi.

– Många finansiella aktörer brister i att skapa relationer med sina kunder och glömmer att se människor som individer med känslor och drömmar. Resurs vill vara annorlunda. Vi vill investera i och skapa fler långsiktiga relationer med människor och finnas med dem i deras vardag – när det är tufft att få vardagsekonomi att gå ihop men även när man har möjlighet att investera hållbart i till exempel solceller, säger Måns Renntun, Chief Communications & Marketing Officer på Resurs.

Kampanjen "We know the feeling" och budskapet "Resurs - banken som vet hur det känns" vänder sig till en bred målgrupp i de nordiska länderna Sverige, Danmark, Finland och Norge och bygger på vardagssituationer de allra flesta känner igen sig i.

Kärnan i kampanjen är tre filmer som marknadsförs via sociala medier, radio och online media. Länk till de tre kampanjfilmerna:

["Papperspåsen"](#)

["Leksaken"](#)

["Överraskningen"](#)

– Vår satsning på att förstå människors vardag och bidra till balans i vardagsekonomi innebär också att vår ambition är att skapa enkla kundupplevelser med lättnavigerade tjänster, nya erbjudanden inom cirkulär konsumtion, gröna lån och nya smarta digitala tjänster anpassade till hur människor lever idag, säger Måns Renntun.

### MER INFORMATION

Måns Renntun, Chief Communication & Marketing Officer, mans.renntun@resurs.se, +46709849620

## **OM RESURS**

Resurs är en ledande nordisk bank med en enkel filosofi: Vi vill skapa balans i människors vardagsekonomi. På den grunden bygger vi erbjudanden och tjänster inom lån, sparande och betalningar för butik och e-handel som utgår från människors liv och vardag, och som skapar långsiktiga värden för våra kunder. Och för samhället. Idag har vi en kundbas på drygt 6 miljoner privatkunder och 625 anställda i Norden.