

Aktivitets- og redegjørelsesplikten

Storebrand ASA – med datterselskaper



2024

Innhold

1. Arbeid for likestilling og mot diskriminering i Storebrand	3
1.1. Styrken i mangfold	3
1.2. Prinsipper og forankring	3
1.3. Redegjørelsens omfang og oppbygning	3
2. Faktisk tilstand for kjønnslikestilling i Storebrand 2024	4
2.1. Vår visjon	4
2.2. Metodikk for sammenligning av lønn og lønnsfastsettelse	4
2.3. Kvinners andel av menns lønn med samme godtgjørelsesordning i konsernet	4
2.4. Sammenligning av roller med samme godtgjørelsesordning i datterselskaper og per konsernområde	4
2.6. Kjønnsbalanse, midlertidig ansatte, permisjoner og deltidsarbeid – juridiske selskaper	6
3. Storebrands arbeid med aktivitetsplikten	7
3.1. Organisering av mangfoldsarbeidet	7
3.2. Slik jobber vi for å avdekke risiko for diskriminering	7
3.3. Konkrete tiltak for likestilling, økt mangfold og inkludering	7
3.3.1. Psykologisk trygghet og kraften i mangfold	7
3.3.2. Slik jobber vi med likestilling mellom kjønnene	7
3.3.3. Livsfasepolitikk i Storebrand	8
3.3.4. Slik jobber vi for å fremme kulturelt mangfold	8
3.3.5. Robusthet - for et inkluderende og bærekraftig arbeidsliv	9
3.3.6. Seksuell orientering, kjønnsidentitet og kjønnsuttrykk	9
3.3.7. Trakassering, seksuell trakassering og kjønnsbasert vold	9
4. Resultater fra 2024	10
5. Ambisjoner for 2025	11
6. Appendix	11

1. Arbeid for likestilling og mot diskriminering i Storebrand

1.1. Styrken i mangfold

For Storebrand handler mangfold og likestilling ikke bare om etiske prinsipper, men også om forretningsverdi. Ved å skape en inkluderende arbeidsplass, styrker vi innovasjon, konkurransekraft og våre medarbeiders trivsel. Dette er en investering i fremtidig vekst og bærekraftig utvikling.

Storebrand skal være en god arbeidsplass for alle, uansett bakgrunn. Hver og en skal oppleve å bli hørt og hørt til. Det er godt dokumentert at mangfold og kjønnsbalanse i selskaper og lederposisjoner har positiv effekt. Dette er viktig for vårt arbeidsmiljø, vår lønnsomhet, men også for samfunnet som helhet.

1.2. Prinsipper og forankring

Storebrands tilnærming til mangfold og inkludering er forankret i konsernets mangfoldspolicy og våre etiske retningslinjer. Arbeidet omfatter alle ledd i medarbeideropplevelsen, fra rekruttering, til lønns- og arbeidsvilkår, utviklingsmuligheter, tilrettelegging og muligheten til å kombinere arbeid og familieliv.

Vår mangfoldspolicy slår fast at:

- Alle medarbeidere i Storebrand skal behandles likeverdig, uavhengig av kjønn, graviditet, permisjon ved fødsel eller adopsjon, omsorgsoppgaver, etnisitet, religion, livssyn, funksjonsnedsettelse, seksuell orientering, kjønnsidentitet, kjønnsuttrykk, politisk syn, medlemskap i arbeidstakerorganisasjon eller alder eller kombinasjoner av disse grunnlagene.

- Vi har nulltoleranse for og jobber for å forhindre trakassering, seksuell trakassering og kjønnsbasert vold.
- Individuelle egenskaper skal respekteres og verdsettes. Dette for å skape en mangfoldig organisasjonskultur.
- Storebrand arbeider systematisk for å sikre mangfold og likestilling innen blant annet rekruttering, omorganiseringsprosesser, lønnsjusteringer og tilbud om lederutdanning og andre utviklingstiltak.

Storebrands etiske retningslinjer vedtas årlig av konsernstyret og understreker viktigheten av likeverdig behandling av alle medarbeidere, uavhengig av bakgrunn og individuelle forskjeller. Alle medarbeidere må årlig gjennomgå og bekrefte retningslinjene.

1.3. Redegjørelsens omfang og oppbygning

Denne redegjørelsen omfatter Storebrandkonsernet i Norge med særlig fokus på datterselskapene Storebrand Livsforsikring AS, Storebrand Asset Management AS, Storebrand Bank ASA og Storebrand Forsikring AS, med mindre annet er spesifisert, jf. Likestillings- og diskrimineringsloven § 26a. Redegjørelsens kapittel 2 presenterer faktisk tilstand for kjønnslikestilling i Storebrand i 2024. I kapittel 3 beskrives Storebrands arbeid med aktivitetsplikten og firestegsmodellen, jf. likestillings- og diskrimineringsloven § 26. Tiltakene som beskrives er felles for konsernet som helhet.



”

Reell endring krever et forpliktende og systematisk arbeid over tid. Det finnes ingen snarveier. Hele ledelsen hos oss er engasjert i dette arbeidet. Vi ønsker å speile det samfunnet og markedet som Storebrand opererer i.

Tove Selnes

konserndirektør People, Brand & Communications

2. Faktisk tilstand for kjønnslikestilling i Storebrand 2024

2.1. Vår visjon

Storebrand ser likestilling som en grunnleggende verdi og en nøkkel til et bærekraftig arbeidsliv. Vi jobber systematisk for likestilling i alle ledd – fra rekruttering og lønnsnivå til lederutvikling og arbeidskultur. Dette er ikke bare et etisk ansvar, men en investering i en fremtid vi kan glede oss til.

2.2. Metodikk for sammenligning av lønn og lønnsfastsettelse

Storebrand benytter Korn Ferry Hay-metoden for stillings-evalueringer, som innebærer at alle stillinger i konsernet er vurdert i forhold til krav til kompetanse, kompleksitet og ansvar. Dette er en systematisk og logisk tilnærming for å kunne sammenligne roller med lik verdi internt i Storebrand, og mot et eksternt marked. Vår vurdering er at denne metodikken også er det best tilgjengelige verktøyet for Storebrand for å undersøke om det er lønnsforskjeller mellom kvinner og menn for arbeidsoppgaver som er vurdert til å ha samme verdi.

Storebrandkonsernet er i stor grad matriseorganisert, på tvers av juridisk struktur. Dette innebærer at man i enkelte av selskapene i konsernet ikke har mange nok medarbeidere til å kunne sammenligne lønn for kvinner og menn. Det er derfor benyttet sammenligninger av Hay Grades også for konsernområder som et supplement til sammenligningene for det enkelte juridiske selskap. For å kunne sammenligne lønn for kvinner og menn for likt arbeid med lik verdi benyttes Hay Grades på tre nivåer:

- Alle medarbeidere i konsernet med lik godtgjørelsesordning
- Medarbeidere innenfor de enkelte konsernområdene
- Medarbeidere ansatt i de ulike datterselskapene i konsernet med mer enn 50 ansatte

For å ivareta anonymiteten i tallene vises kun Hay Grades for stillingsnivåer der det er minst fem medarbeidere representert for hvert kjønn.

2.3. Kvinners andel av menns lønn med samme godtgjørelsesordning i konsernet

Tabell 1 i Appendix viser kvinners andel av menns lønn for alle medarbeidere i Storebrandkonsernet i Norge per 31.12.2024. Forvaltere og selgere innenfor salgs- og distribusjonssegmentet i Storebrand Asset Management (SAM), medarbeidere i Skagen AS og Cubera Private Equity AS har godtgjørelsesmodeller som ikke er sammenlignbare med resten av Storebrandkonsernet og er derfor ikke tatt med i dette datagrunnlaget.

På stillingsnivå (Hay Grades) 13-16, som utgjør hovedtyngden i konsernet, finner vi medarbeidere i alle roller i konsernet. De fleste av disse har ulike roller innenfor salg og kundebetjening. Medarbeidere innenfor teknologi og ulike stabsfunksjoner utgjør også en vesentlig del av denne gruppen.

På stillingsnivå 17-22 er ledere på ulike nivåer i konsernet tyngst representert, i tillegg til tyngre fag-, stabs- og salgsroller.

Konsernledelsen og tyngre lederroller på nivået under konsernledelsen inngår ikke i tabellene, da disse er vurdert til å ha et stillingsnivå som er høyere enn 22. For denne gruppen ledere er det ikke et tilstrekkelig antall (minst fem av hvert kjønn) til å sammenligne kvinners andel av menns lønn.

Tabellen for konsern har også med medarbeidere som er ansatt i datterselskaper med færre enn 50 medarbeidere ansatt i Norge. For å gi best mulig innsikt er både medianverdi og gjennomsnitt oppgitt i tabellene. Etter Storebrands vurdering gir median ofte bedre statistisk informasjon ettersom man isolerer for større lønnsavvik som kan ha historiske årsaker og ikke er knyttet til rollen man har i dag.

Når vi vekter for antall medarbeidere per Hay Grade og ser på samlet lønnsforskjeller i konsernet for ansatte med samme godtgjørelsesmodell får vi et **justert lønnsgap på 95%** både på snitt og median.

2.4. Sammenligning av roller med samme godtgjørelsesordning i datterselskaper og per konsernområde

Tabell 2-5 i Appendix viser tilsvarende tall for kvinners andel av menns lønn per 31.12.2024 for konsernområder og juridiske selskaper.

Majoriteten av medarbeidere er ansatt i Storebrand Livsforsikring AS, og her finner vi også alle konsernområdene representert. Dette innebærer at vi har mange ulike typer roller på hver Hay Grade som utfører ulike arbeidsoppgaver.

De fleste medarbeiderne i Storebrand Forsikring AS har roller relatert til salg, kundebetjening, oppgjørsfunksjoner og produkter, og majoriteten av disse tilhører konsernområde Personmarked. Medarbeiderne i Storebrand Bank har primært oppgaver tilknyttet salg, kundebetjening og produkt, og de aller fleste tilhører konsernområde Personmarked. Stillingsnivåene i Storebrand Forsikring

og Storebrand Bank følger samme logikk som for Storebrand Livsforsikring; salg, kundebetjening og tilhørende funksjoner har Hay Grade opp til 17, mens ledere og tyngre fagroller har Hay Grade 17 og høyere.

I Storebrand Asset Management AS er mange av medarbeiderne knyttet til kapitalforvaltning og salg av kapitalforvaltningsprodukter med tilhørende støttefunksjoner. Ettersom disse har en egen godtgjørelsesordning har vi valgt å rapportere disse separat.

Ettersom flere juridiske selskaper i Storebrand har et begrenset antall medarbeidere, vises sammenligninger for konsernområdene som et supplement. For de større konsernområdene er det et tilstrekkelig antall kvinner og menn til å kunne oppgi tall og opprettholde anonymitet, mens de mindre konsernområdene er slått sammen. Som man vil se av tabellene vil det også for noen stillingsnivåer innenfor de enkelte konsernområdene ikke være et tilstrekkelig antall medarbeidere av hvert kjønn til å oppgi tall.

Medarbeiderne innenfor de største konsernområdene har arbeidsoppgaver som er innenfor samme hovedområder der vi kan sammenligne tilnærmet likt arbeid til lik verdi. For de mindre konsernområdene er det større variasjon i arbeidsoppgavene med mange spesialister noe som gjør det krevende å sammenligne likt arbeid av lik verdi. Vi har valgt å publisere disse tallene i en samlekategori, «Strategic Enablers», for å vise en sammenligning av arbeid av lik verdi.

2.5. Lønn - utvikling over tid - sammenligning og årsaker

For å sikre en mer presis sammenligning mellom medarbeidere, har vi for 2024 ekskludert medarbeidere som har en annen godtgjørelsesmodell fra konserntallene. Data fra Storebrand Asset Management AS, som inkluderer salg- og forvaltningsbonus, publiseres separat under selskapsdata. Dette medfører at konserntallene ikke er direkte sammenlignbare med tidligere år, men det justerte lønnsgapet på 95% er uforandret fra 2022.

Storebrand har også i 2024 jobbet målrettet for å sikre lik lønn for arbeid av lik verdi, og rettferdig avlønning for alle medarbeidere i konsernet. Lønn skal fastsettes basert på kjønnsnøytrale og forklarbare faktorer som ansvarsnivå, kompetanse, markedsetterspørsmål og kompleksitet i arbeidsoppgavene.

I henhold til det kommende likelønnsdirektivet, gjeldende fra 2026, skal lønnsforskjeller på over 5 % mellom kvinner og menn for arbeid av lik verdi kunne forklares og dokumenteres.

Årets analyser viser at de største lønnsforskjellene i konsernet finnes på Hay Grade 16, 17 og 19. Dette skyldes hovedsakelig senior- og spesialistroller innen ulike fagområder, som vurderes til å ha høy markedsverdi på grunn av spesialkompetanse. Det er en overvekt av menn i disse rollene. Storebrand jobber derfor målrettet for å rekruttere flere kvinner i lederstillinger og spesialistroller, og for å sikre intern mobilitet inn mot slike stillinger.



2.6. Kjønnbalanse, midlertidig ansatte, permisjoner og deltidsarbeid – juridiske selskaper

Storebrand Livsforsikring AS:

Kjønnbalanse		Midlertidig ansatte		Foreldrepermisjon		Faktisk deltid	
Antall kvinner og menn		Antall som jobber midlertidig		Gjennomsnitt antall uker permisjon		Antall som jobber deltid	
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
486	512	9	5	14	7	20	9

Storebrand Bank ASA:

Kjønnbalanse		Midlertidig ansatte		Foreldrepermisjon		Faktisk deltid	
Antall kvinner og menn		Antall som jobber midlertidig		Gjennomsnitt antall uker permisjon		Antall som jobber deltid	
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
63	116	2	1	12	6	3	2

Storebrand Forsikring AS:

Kjønnbalanse		Midlertidig ansatte		Foreldrepermisjon		Faktisk deltid	
Antall kvinner og menn		Antall som jobber midlertidig		Gjennomsnitt antall uker permisjon		Antall som jobber deltid	
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
131	158	2	3	14	7	4	3

Storebrand Asset Management AS:

Kjønnbalanse		Midlertidig ansatte		Foreldrepermisjon		Faktisk deltid	
Antall kvinner og menn		Antall som jobber midlertidig		Gjennomsnitt antall uker permisjon		Antall som jobber deltid	
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
92	208	1	1	16	10	8	10

Tabellene viser en overvekt av mannlige medarbeidere i samtlige selskap. Storebrand arbeider derfor målrettet med å rekruttere flere kvinner og oppmuntre flere kvinner til å ta på seg leder- og spesialistroller.

Det er få midlertidige ansatte i Storebrand. Slike ansettelses brukes hovedsakelig ved behov for vikarer, ved foreldrepermisjon eller annet fravær.

Gjennomsnittlig tar kvinner 14 uker foreldrepermisjon, mens menn tar 7 uker i disse selskapene. Det faktiske antallet uker er imidlertid høyere, da tabellene reflekterer

kalenderåret og dermed kun reflekterer deler av permisjonstiden.

Det er flere kvinner enn menn jobber deltid. Storebrand har ingen tradisjon for å utlyse deltidsstillinger; deltid er vanligvis knyttet til medarbeidernes eget ønske om redusert arbeidstid for en kortere eller lengre periode. I tillegg benyttes studenter på deltid tilpasset deres studieløp i begrenset omfang. Storebrand er ikke kjent med at det foreligger ufrivillig deltidsarbeid i konsernet.

3. Storebrands arbeid med aktivitetsplikten

3.1. Organisering av mangfoldsarbeidet

Storebrands arbeid for likestilling og mot diskriminering er forankret i og behandlet av konsernstyret, de norske datterselskaperes styre og i konsernledelsen. I det daglige organiseres arbeidet av Konserndirektør People, Brand & Communications.

I Storebrand har People-avdelingen en konsernfunksjon som ivaretar arbeidsgiveransvaret, og som legger til rette for arbeid for likestilling og mangfold i hele organisasjonen. Arbeidet utføres i samarbeid med medarbeidernes representanter og er forankret gjennom faste møteplasser og dialog med fagforeningene.

Arbeidsmiljøutvalget (AMU), verneombudet og Mangfoldsutvalget er også involvert i arbeidet. Mangfoldsutvalget i Storebrand fungerer som et rådgivende organ, sammensatt av medarbeidere fra hele konsernet. Utvalget arbeider for å fremme tiltak som støtter et inkluderende og mangfoldig arbeidsmiljø.

3.2. Slik jobber vi for å avdekke risiko for diskriminering

Storebrand arbeider kontinuerlig med å identifisere og vurdere risiko for diskriminering og hindringer for likestilling. Som grunnlag for dette arbeidet benyttes medarbeiderundersøkelser, statistikk, samhandling med fagforeninger, tilbakemeldinger fra organisasjonen, mv.

I 2024 har vårt arbeid ført til flere viktige refleksjoner:

- **Ubevisste fordommer:** Arbeidet for å sikre bevissthet rundt ubevisste fordommer må videreføres gjennom styrking av strukturer og økt bevissthet i organisasjonen. Dette er en pågående prosess som krever langsiktig innsats.
- **Trakassering og hets:** Medarbeidere som fungerer som talspersoner for Storebrand eller jobber i kundefront kan være særlig utsatt. Det er avgjørende å ha tydelige retningslinjer og gi god støtte for å håndtere slike situasjoner.
- **Bredere mangfoldsperspektiv:** Det er en risiko for at likestilling mellom kjønn får uforholdsmessig mye fokus, mens andre minoritetsgrupper kan bli oversett. For å sikre en helhetlig tilnærming er det viktig å fremme psykologisk trygghet og bevissthet rundt alle aspekter av mangfold.

3.3. Konkrete tiltak for likestilling, økt mangfold og inkludering

Kommende avsnitt beskriver viktige tiltak som er videreført eller iverksatt i 2024 for å motvirke diskriminering og fremme likestilling og mangfold. Tiltakene er strukturert etter diskrimineringsgrunnlag i henhold til likestillings- og diskrimineringsloven og arbeidsmiljøloven.

3.3.1. Psykologisk trygghet og kraften i mangfold

Storebrand oppmuntrer til en kultur der det er trygt å lære, dele ideer og utfordre normer. Vi tror at psykologisk trygghet er avgjørende for å skape et inkluderende og mangfoldig arbeidsmiljø. Gjennom workshops, lederutviklingsprogrammer og verktøy som Diversity Icebreaker jobber vi aktivt for å styrke tillit og samarbeid i hele organisasjonen.

3.3.2. Slik jobber vi med likestilling mellom kjønnene

Vi arbeider systematisk for å fremme likestilling mellom kjønnene, med en målsetting om å oppnå 50 % kvinneandel i lederroller på alle nivåer innen 2030. Vi tilstreber å nominere like mange kvinner som menn til lederstillinger og lederutviklingsprogrammer. Vår ambisjon er å ha minst én kvinnelig og én mannlige finlekandidat ved lederrekruttering. Status og fremdrift rapporteres regelmessig til konsernledelsen og styret for å sikre strategisk forankring og fokus.

I tillegg til deltakelse i She Index, har vi 2024 videreført et tett samarbeid med Kvinner i Finans Charter, et initiativ for å fremme kjønnsbalanse i finanssektoren, med fokus på å øke andelen kvinner i leder- og spesialiststillinger.

Vi har videreført vår deltakelse i FiftyFifty-programmet, i regi av AFF. Programmet arbeider for å fremme likestilling, både i Storebrand og samfunnet, med mål om å støtte kvinner i deres lederreise. Ti kvinner avsluttet sitt program i 2024, og et nytt kull på ti kvinner startet mot slutten av året. Til det årlige alumnitreffet inviterer vi også mannlige kolleger.

Ved gjennomføring av lønnsanalyser knyttet til lønnsprosessen for hele konsernet eller i enkelttilfeller som rekruttering og forfremmelser benyttes Hay Grade-metodikken. Etter gjennomført stillingsevaluering sammenlignes stillingene mot andre stillinger vurdert til å ha samme kompleksitet internt i Storebrand og mot et eksternt marked. Kriterier som brukes for å differensiere lønn i en lønnsfastsettelse er objektive og kjønnsnøytrale slik som utdanning, erfaring og kompetanse/markedsverdi.



De årlige lokale lønnsjusteringsprosessene i Storebrand er en viktig prosess for å avdekke og iverksette tiltak for å utjevne lønnsforskjeller mellom kvinner og menn. Før hver prosess gjennomføres analyser for å kartlegge eventuelle lønnsforskjeller for alle stillingskategorier i konsernet. Analysene legges frem for den enkelte konserndirektør og er et viktig verktøy i det systematiske arbeidet for å sikre at likt arbeid/arbeid av lik verdi avlønnes på riktig måte. I forbindelse med de lokale lønnsjusteringsprosessene presenteres analyser for de tillitsvalgte representanter som omhandler lønnsutviklingen for fagforeningens medlemmer. Analysen er brutt ned på alder og kjønn, og aggregerte data for alle medarbeidere i konsernet.

3.3.3. Livsfasepolitikk i Storebrand

I 2024 fortsatte Storebrand sitt engasjement for livsfasepolitikk for å støtte medarbeidere i ulike stadier av karrieren. Seniormedarbeidere tilbys fordeler som tre ekstra feriedager og mulighet for redusert arbeidstid med minimalt lønnsstap. Som et helsefremmende tiltak tilbys også én time ukentlig trening i arbeidstiden for medarbeidere over 60 år.

Storebrand er opptatt av balanse mellom arbeid og fritid, vi støtter hybrid arbeid og har etablert støtteordninger for hjemmekontorutstyr. Vi tror på kontoret som kjerne, med fleksibilitet tilpasset team og avdelinger. Storebrand har siden 2023 deltatt i det såkalte Workflex-prosjektet i samarbeid med SINTEF. Prosjektet har som mål om å

finne løsninger som kan styrke arbeidshverdagen for både medarbeidere og team.

Programmet Smart Start Foreldre ble videreført i 2024 og tilbyr veiledning om permisjon, forsikringer og økonomisk planlegging for medarbeidere som er eller skal bli foreldre. Gjennom våre tariffavtaler sikrer vi foreldre ekstra fordeler, inkludert full lønn under foreldrepermisjon utover de lov-pålagte kravene i Norge og Sverige.

I 2024 ble Storebrand en del av forskningsprosjektet Hjertefamilie, en digital plattform som fungerer som en "psykolog på lomma" for småbarnsforeldre. Plattformen tilbyr døgndøgn støtte og nyttige ressurser for å hjelpe foreldre med utfordringer i småbarnsfasen, med mål om å styrke balansen mellom arbeid og familieliv.

3.3.4. Slik jobber for å fremme kulturelt mangfold

Storebrands Reverse Mentoring-program er en innovativ tilnærming som kobler ledere med medarbeidere fra ulike bakgrunner, der medarbeideren fungerer som mentor for lederen. Målet er å fremme gjensidig læring og øke forståelsen for mangfold og inkludering.

Mangfold skal også synliggjøres i våre rekrutteringsprosesser, fra utforming av stillingsannonser til gjennomføring av intervjuer. Vi ønsker representasjon av ulike erfaringer, bakgrunner og kjønn i prosessene våre. Vi har i 2024 innført videointervjuer for å gi alle kandidater like muligheter

gjennom standardiserte spørsmål og lik forberedelsestid. Tradisjonelle søknadsbrev er erstattet med stillingsrelevante spørsmål som effektivt fremhever kompetanse og erfaring. Disse tiltakene styrker en rettferdig og inkluderende rekrutteringsprosess.

Storebrand oppfordrer alle sine medarbeidere til å gjennomføre Storebrands e-læringskurs om mangfold, inkludering og tilhørighet. Kurset er utviklet for å styrke vår bevissthet og fremme et inkluderende arbeidsmiljø. Mangfold er også en viktig del av våre lederprogrammer, som Storebrand Akademiet og Praktisk ledelse med Front.

Mangfoldskalenderen i Storebrand er utarbeidet av Mangfoldsutvalget og gir oversikt over høytider og markeringer som kan være relevante for våre medarbeidere. På Storebrands intranett fortsetter vi å utvikle vår mangfoldsside.

I samarbeid med NAV har vi i 2024 tilbudt språkpraksis for flyktninger, med mål om økte norskkunnskaper og praktisk arbeidserfaring.

3.3.5. Robusthet - for et inkluderende og bærekraftig arbeidsliv

Storebrand jobber for å styrke både individuell og organisatorisk robusthet, med mål om å fremme helse og inkludering i arbeidslivet. Vi har veletablerte rutiner for oppfølging av medarbeidere med sykdom og redusert arbeidsevne.

I 2024 stod robusthet i sentrum for Storebrand-dagen, med temaet "Robusthet – for en fremtid å glede seg til." Våre medarbeidere fikk her verdifull innsikt i hvordan å styrke evnen til å mestre utfordringer og endringer i hverdags- og arbeidsliv.

VEL Helse og VEL Aktiv er andre Storebrand-initiativer som fremmer helhetlig helse og livskvalitet for våre medarbeidere. VEL Helse tilbyr forebygging, behandling og rask tilbakeføring til arbeid etter sykdom, mens VEL Aktiv oppmuntrer til fysisk aktivitet og sunn livsstil gjennom personlig veiledning og oppfølging. Storebrands medarbeidere har også personalforsikringer som gir økonomisk trygghet ved ulike hendelser som dødsfall, yrkesskade, sykdom og reise.

3.3.6. Seksuell orientering, kjønnsidentitet og kjønnsuttrykk

Alle har rett til å være seg selv og elske hvem de vil. For Storebrand er det viktig at alle medarbeidere føler seg trygge og inkludert. Derfor er respekt for ulik seksuell orientering og kjønns mangfold er inkludert i vår mangfoldspolicy.

I 2024 markerte Storebrand Pride med en intern feiring der vi fremhevet viktigheten av å bygge en inkluderende kultur. Det er delt ut nøkkelbånd i regnbuens farger som et symbol på støtte og mangfold. På intranettet ble det opprettet en dedikert Pride-side med informasjon om deltakelsen og en ordliste som fremmer åpenhet og kunnskap.

Flere av våre ledere, sammen med tillitsvalgte, mangfoldsutvalget og People, har deltatt på kurs i rosakompetanse for å styrke innsikt og forståelse. Kurset hjelper ledere og medarbeidere å «snakke trygt» og respektfullt om temaer rundt kjønnsidentitet og seksualitet. Vår ambisjon er å tilby dette til enda flere ledere i 2025.

3.3.7. Trakassering, seksuell trakassering og kjønnsbasert vold

Storebrand har nulltoleranse for mobbing og trakassering. Vi har klare rutiner for å håndtere varsler om trakassering og annen uakseptabel oppførsel. Dette inkluderer en ekstern varslingskanal. I konsernets retningslinjer for varsling står det blant annet:

“ Storebrand ønsker et godt arbeidsmiljø med lav terskel for å si ifra om kritikkverdige forhold. En åpen ytringskultur på arbeidsplassen viser en sunn bedriftskultur som både virksomheten og arbeidstakere er tjent med. Samtidig skal kritikk og uenighet håndteres på en saklig og ryddig måte.

4. Resultater fra 2024

Medarbeiderundersøkelsene i Storebrand gir verdifull innsikt og bidrar til å spisse arbeidet med mangfold og likestilling. I 2024 svarte 75 prosent av våre medarbeidere på modulen i medarbeiderundersøkelsen om mangfold og likestilling. Sammenlagt fikk Storebrand en høy score på **8,4 av 10**, som er opp 0,1 fra 2023.

Fornøyd med Storebrands innsats: Når medarbeiderne ble spurt om de er fornøyd med Storebrands innsats for å fremme helse og velvære, ble scoren 8,4 av 10. Kommentarene dreier seg særlig om fleksibiliteten som hjemmekontor gir, spesielt når det gjelder å balansere arbeid og fritid. Mange setter pris på tilbudene innen helse og velvære, som helseforsikring, treningsfasiliteter, og psykologisk trygghet

Aksept: Ved spørsmål om medarbeidere opplever at de får god støtte fra leder, kolleger og organisasjon, ble scoren 8,6 av 10. Kommentarene dreier seg særlig om at medarbeidere opplever tilhørighet og at man er verdsatt som

person, spesielt av leder og i eget område. Flere nevner at ledere er flinke til å lytte og støtte sine medarbeidere

Tillit til arbeidsgiver: Når medarbeiderne ble spurt om de er trygge på at de ikke kommer til å bli forskjellsbehandlet i Storebrand, ble scoren 8,2 av 10. Kommentarene dreier seg særlig om at de opplever like muligheter og håper at dette vil fortsette.

Klar prioritet: Når medarbeiderne ble spurt om de opplever at helse og velvære er en klar prioritet i Storebrand, ble scoren 8,2 av 10. Kommentarene omhandler særlig at det er et godt fokus på mental og fysisk helse, men at det er rom for forbedringer, spesielt når det gjelder å tilby bedre treningsmuligheter og støtte for psykisk helse

Vårt arbeid med mangfold og likestilling har gitt flere **resultater i 2024:**

Vi er stolte over å ha blitt kåret til **vinner av She Index** både i 2023 og 2024, med en poengsum på 98 av 100 i 2024 – den høyeste i Norden. She Index vurderer blant annet kjønnsbalansen på ledernivå og konkrete tiltak for å fremme likestilling.

Vi har i 2024 har vi **videreutviklet vårt systematiske mangfoldsarbeid** gjennom firestegsmodellen. Arbeidet er integrert i vårt årshjul, som sikrer kontinuitet og forankring i organisasjonen.

Vi er glade for å ha bidratt i **Equality Checks datadugnad** for å bidra til bedre innsikt i hvordan skeive opplever arbeidslivet i Norge. Undersøkelsen gir et verdifullt bidrag i arbeidet med å styrke vår kultur for mangfold og inkludering.

3/4 av konsernsområdene i Storebrand med **kommersielt ansvar** har en kvinnelig konserndirektør.

Tall fra konsernet som helhet viser at det ved utgangen av 2024 var:

- **37%** prosent kvinner på alle ledernivåer
- **39%** prosent kvinner blant lederne som rapporterte direkte til konsernledelsen
- **50%** prosent av styremedlemmene i Storebrand ASA var kvinner
- **50%** prosent av konsernledelsen i Storebrand var kvinner.

5. Ambisjoner for 2025

Gjennom systematisk arbeid og forankring i data vil vi i 2025 fortsette å bygge et arbeidsmiljø der alle medarbeidere føler seg sett og verdsatt. Vi vil i året som kommer særlig videreføre vårt fokus på:

- Å styrke vår satsning på **transparens og systematisk innhenting av data** for å forstå og fremme et **bredt mangfoldsbegrep**. Som et ledd i dette vil Storebrand samarbeide med Equality Check for å kartlegge hvor vi står og identifisere forbedringsområder.
- Vi fortsetter arbeidet med å forebygge og håndtere **risiko for trusler, hets og trakassering mot talspersoner og medarbeidere i kundefront**, med fokus på tydelige retningslinjer, opplæring og støtte.

- Vi viderefører innsatsen for å **reducere og skape bevissthet rundt ubevisste fordommer**, for å sikre at beslutninger tas på objektive og inkluderende kriterier.
- Organisatoriske endringer i 2024 viser viktigheten av å **fortsette arbeidet** med struktur og kultur for å sikre kjønnsbalanse i ledelse og organisasjon.
- I lys av det kommende likelønnsdirektivet viderefører vi arbeidet med å **implementere en jobbkitektur** for Storebrandkonsernet, med mål om å sikre lønnstransparens og rettferdig avlønning for alle medarbeidere i konsernet.

6. Appendix

1. Konsern: Lønnsforskjeller per Hay grade for alle roller med samme godtgjørelsesordning i konsernet

Medarbeidere med andre godtgjørelsesmodeller inkluderer forvaltere og selgere innenfor salgs- og distribusjonssegmentet i Storebrand Asset Management, og medarbeidere i Skagen AS og Cubera Private Equity AS.

Hay grades	kvinner	menn	Kvinnens andel av menns gjennomsnittlige lønn	Kvinnens andel av menns medianlønn
HG 12	21	23	98 %	96 %
HG 13	67	76	97 %	95 %
HG 14	137	87	98 %	99 %
HG 15	103	130	95 %	96 %
HG 16	192	233	93 %	90 %
HG 17	140	184	94 %	94 %
HG 18	70	115	98 %	99 %
HG 19	25	43	91 %	86 %
HG 20	7	28	95 %	100 %
HG 21	5	9	100 %	97 %
HG 22	7	13	87 %	99 %

2. Selskap: Lønnsforskjeller per Hay Grade i juridiske selskaper i Storebrandkonsernet som har flere enn 50 medarbeidere

Hay Grades	Storebrand Livsforsikring AS			Storebrand Forsikring AS			Storebrand Bank AS		
	K/M	%lønn-snitt	%lønn median	K/M	%lønn-snitt	%lønn median	K/M	%lønn-snitt	%lønn median
HG 12	2/1	N/A	N/A	18/19	98 %	96 %	N/A	N/A	N/A
HG 13	7/6	93 %	96 %	39/36	98 %	95 %	21 /31	99 %	99 %
HG 14	82/37	101 %	100 %	28/18	98 %	101 %	12 /19	99 %	103 %
HG 15	74/68	96 %	97 %	12/21	93 %	95 %	6 /15	86 %	84 %
HG 16	143/164	92 %	89 %	13/21	98 %	95 %	11 /13	97 %	97 %
HG 17	93/100	95 %	95 %	14/27	93 %	92 %	8 /23	90 %	92 %
HG 18	52/79	95 %	95 %	3/7	N/A	N/A	2 /7	N/A	N/A
HG 19	16/24	90 %	90 %	2/4	N/A	N/A	1 /4	N/A	N/A
HG 20	5/17	98 %	113 %	0/2	N/A	N/A	1 /3	N/A	N/A
HG 21	2/7	N/A	N/A	2/1	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A
HG 22	6/6	89 %	85 %	0/1	N/A	N/A	0/1	N/A	N/A

3. Selskap: Lønnsforskjeller per Hay Grade i juridiske selskaper i Storebrandkonsernet som har flere enn 50 medarbeidere

Hay Grades	Storebrand Asset Management AS Ansatte uten forvalter- og salgsbonus			Storebrand Asset Management AS Ansatte med forvalter og salgsbonus		
	K/M	%lønn-snitt	%lønn median	K/M	%lønn-snitt	%lønn median
HG 12	1/3	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
HG 13	0/3	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
HG 14	14/12	102 %	102%	1/3	N/A	N/A
HG 15	10/24	102 %	102%	2/1	N/A	N/A
HG 16	20/31	96%	94%	2/10	N/A	N/A
HG 17	22/32	96%	92%	1/10	N/A	N/A
HG 18	8/15	101%	103 %	5/9	83%	82%
HG 19	3/10	N/A	N/A	0/20	N/A	N/A
HG 20	0/4	N/A	N/A	0/7	N/A	N/A
HG 21	1/1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
HG 22	1/2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

4. Konsernområde: Lønnsforskjeller per Hay Grade i forretningsområdene

Hay Grades	Personmarked			Bedriftsmarked			Storebrand Asset Management Ansatte med samme godtgjørelsesmodell*		
	K/M	%lønn-snitt	%lønn median	K/M	%lønn-snitt	%lønn median	K/M	%lønn-snitt	%lønn median
HG 12	18/19	98 %	96 %	0/0	N/A	N/A	1/3	N/A	N/A
HG 13	61/69	97 %	95 %	6/4	101 %	100 %	0/3	N/A	N/A
HG 14	41/33	95 %	98 %	72/35	95 %	93 %	15/8	99 %	97 %
HG 15	19/29	91 %	96 %	42/32	96 %	92 %	6/11	99 %	103 %
HG 16	35/32	96 %	95 %	75/53	100 %	100 %	17/14	98 %	97 %
HG 17	30/53	92 %	90 %	47/32	97 %	97 %	15/15	98 %	89 %
HG 18	9/7	99 %	100 %	13/37	83 %	82 %	6/14	101 %	102 %
HG 19	1/4	N/A	N/A	6/8	N/A	N/A	2/5	N/A	N/A
HG 20	1/5	N/A	N/A	1/7	N/A	N/A	0/2	N/A	N/A
HG 21	2/2	N/A	N/A	1/0	N/A	N/A	1/1	N/A	N/A
HG 22	0/3	N/A	N/A	171	N/A	N/A	1/1	N/A	N/A

Ekskludert medarbeidere med andre godtgjørelsesmodeller inkluderer forvaltere og selgere innenfor salgs- og distribusjonssegmentet i Storebrand Asset Management, og medarbeidere i Skagen AS og Cubera Private Equity AS. Disse er ikke sammenlignbare med resten av konsernområde.

5. Konsernområde: Lønnsforskjeller per Hay Grade i konsernområdene

Hay Grades	Digital			Strategic Enablers*		
	K/M	%lønn-snitt	%lønn median	K/M	%lønn-snitt	%lønn median
HG 12	N/A	N/A	N/A	2/1	N/A	N/A
HG 13	N/A	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A
HG 14	0/9	N/A	N/A	10/9	103 %	109 %
HG 15	23/49	98 %	99 %	12/17	96 %	95 %
HG 16	44/118	92 %	94 %	21/17	99 %	96 %
HG 17	21/66	95 %	97 %	27/27	95 %	94 %
HG 18	10/29	99 %	100 %	32/13	87 %	86 %
HG 19	5/13	85 %	92 %	10/13	N/A	N/A
HG 20	1/8	N/A	N/A	4/6	N/A	N/A
HG 21	0/0	N/A	N/A	1/6	N/A	N/A
HG 22	2/4	N/A	N/A	3/3	N/A	N/A

*People, Brand & Communications, Group Risk & Compliance og CFO

