

# Likestillingsredegjørelse Storebrand

2022



# Arbeidsgivers aktivitets- og redegjørelsesplikt 2022 – Storebrand ASA

## Bakgrunn for redegjørelsen

Denne redegjørelsen er utarbeidet i medhold av Lov om likestilling og forbud mot diskriminering ("Likestillings- og diskrimineringsloven") § 26 flg. Arbeidsgiver plikter etter nevnte bestemmelser å redegjøre for den faktiske tilstanden i virksomheten når det gjelder kjønnslikestilling og hva som gjøres for å oppfylle aktivitetsplikten etter lovens § 26.

Redegjørelsen omfatter Storebrand ASA (organisasjonsnummer 916 300 484) og tilhørende datterselskaper i Storebrand-konsernet, med unntak av Skagen AS og Storebrand Danica Pensjon AS (de omfattede selskapene er heretter i felleskap omtalt som "Storebrand"). I henhold til Likestillings- og diskrimineringsloven § 26 a (2) vil det i Storebrands årsberetning opplyses om hvor dokumentet finnes offentlig tilgjengelig.

### Dokumentets oppbygning

I tråd med Likestillings- og diskrimineringsloven § 26 a (1) vil det i dokumentets del 1 redegjøres for faktisk tilstand for kjønnslikestilling i Storebrand. Dokumentets del 2 tar for seg det faktiske arbeidet som er gjennomført for å oppfylle lovens aktivitetsplikt, mens del 3 belyser Storebrands planer og forventninger for videre likestillingsarbeid.

### Overordnet - mål og ambisjoner for likestillingsarbeidet i Storebrand

Storebrand har som overordnet mål å jobbe aktivt, målrettet og planmessig for å fremme likestilling og hindre diskriminering på grunnlag av lovens angitte diskrimineringsgrunnlag.

Vårt likestillingsarbeid skal omfatte alle aspekter i ansettelsesforholdet, herunder rekruttering, lønns- og arbeidsvilkår, forfremmelse, utviklingsmuligheter, tilrettelegging og kombinasjonen av arbeid og familieliv. Vi har nulltoleranse for trakassering og diskriminering. Det er viktig at Storebrands organisasjon og forretningsvirksomhet gjenspeiler kundene og markedet konsernet opererer i. Storebrand har som mål å være en god arbeidsplass for alle, uavhengig av bakgrunn. Vi tror på å bygge en smidig organisasjon og en kultur preget av tillit, inkludering og tilhørighet. Uavhengige bærekraftsanalyser viser at selskaper som fokuserer på mangfold er mer innovative og lønnsomme. Storebrand ønsker å tiltrekke de beste talentene for å kunne skape en fremtid å glede seg til for våre kunder, medarbeidere og samfunnet.

Likestillingsarbeidet er sterkt forankret i Storebrands toppledelse, og redegjørelsen vil vise at People-organisasjonen jobber dedikert med å fremme likestilling, mangfold og inkludering gjennom en rekke offensive tiltak. Konsernets ønsker å oppnå en mer mangfoldig organisasjon og et større kjønns mangfold i ledende stillinger i alle deler av konsernet. Målet er at andel kvinnelige ledere, uavhengig av ledernivå (som prosent av alle ledere) skal være 50%. Ved utgangen av 2022 var kvinneandelen 38%. Samtidig var kvinneandelen i konsernledelsen 55 prosent ved utgangen av 2022, og 50 prosent i styret i Storebrand ASA, som er i tråd med målsettingen. Storebrand skal bidra til FNs bærekraftsmål 5 "Likestilling mellom kjønnene", gjennom å fremme likestilling på arbeidsplassen.

# Del 1: Tilstand for kjønnslikestilling

## 1.1 Metodikk

Storebrand benytter Hay Grades til stillingsevalueringer, som innebærer at alle stillinger i konsernet er vurdert i forhold til krav til stillingen, ansvar, kompleksitet og handlefrihet. Dette systemet benyttes av en rekke bedrifter og gjør det mulig å sammenligne roller av lik verdi på tvers av konsernområder og mot markedet. Vår vurdering er at Hay Grades også er det best tilgjengelige verktøyet for Storebrand for å undersøke om det er lønnsforskjeller mellom kvinner og menn for arbeidsoppgaver som i henhold til Hay Grades 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
- Medarbeidere innenfor de enkelte konsernområdene
- Medarbeidere ansatt i de ulike datterselskapene i konsernet

For å ivareta anonymiteten i tallene vises kun Hay Grades for stillingsnivåer der det er minst fem ansatte representert for hvert kjønn. 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 lønnsjusteringsprosess gjennomføres en lønnsanalyse for å kartlegge eventuelle lønnsforskjeller på alle stillingskategorier i konsernet. Etter at lederne har gitt sine lønnsinnstillinger blir det gjennomført nye analyser for å undersøke hvordan innstillingene fordeles på kjønn og alder. Disse analysene legges frem for den enkelte konserndirektør og er et viktig verktøy i det systematiske arbeidet for å sikre at likt arbeid med lik verdi også belønnes på riktig måte. Dette er en del av tiltakene som videreføres og forsterkes i 2023.

I forbindelse med de lokale lønnsjusteringsprosessene presenteres også en analyse for de tillitsvalgte representanter som omhandler lønnsutviklingen for fagforeningens medlemmer. Analysen er brutt ned på alder og kjønn, og aggregerte data for alle ansatte i konsernet. Oppsummert viser Storebrands analyser at gjennomsnittlig lønn for kvinner fortsatt er lavere enn gjennomsnittlig lønn for menn, men at lønnsforskjellene for de fleste sammenlignbare stillingskategorier er relativt begrenset.

## 1.2 Kvinners andel av menns lønn - konsern

Tabellen nedenfor viser kvinners andel av menns lønn for alle ansatte i Storebrandkonsernet i Norge per 31.12.2022.

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 tyngre fag-, stabs- og salgroller.

Konsernledelsen og tyngre lederroller på nivået under konsernledelsen inngår ikke i tabellene, siden de fleste av 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 ofte median bedre statistisk informasjon siden man isolerer for større lønnsavvik som kan ha historiske årsaker og ikke er knyttet til rollen man har i dag.

Tabell 1: Lønnsforskjeller basert på Hay Grades for alle roller sammenlignbare roller i konsernet<sup>1</sup>

Hay Grades	kvinner	Menn	Kvinnerns andel av	Kvinnerns andel
			menns gjennomsnitt- like lønn	
HG 12	9	6	99 %	98 %
HG 13	91	72	98 %	98 %
HG 14	158	101	101 %	102 %
HG 15	90	125	95 %	94 %
HG 16	161	217	95 %	94 %
HG 17	91	156	90 %	93 %
HG 18	55	91	85 %	94 %
HG 19	23	68	83 %	87 %
HG 20	12	31	83 %	93 %
HG 21	7	12	95 %	93 %
HG 22	6	17	96 %	96 %

Tabell 1 viser lønnsforskjeller for konsernet uten å ta hensyn til hvor mange ansatte som befinner seg i de ulike stillingskategoriene. Dersom man vektet gjennomsnittet basert på antall medarbeidere på hvert nivå, vil kvinnerns andel av menns lønn utgjøre 95 prosent for konsernet som helhet.

### 1.3 Sammenligning av roller med samme godtgjørelsesordning

De neste tabellene viser tilsvarende tall for kvinnerns andel av menns lønn per 31.12.2022 for konsernområder og juridiske selskaper. Siden flere juridiske selskaper i Storebrand har et begrenset antall ansatte 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 anonymiteten, 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.

Mens medarbeiderne innenfor de største konsernområdene har arbeidsoppgaver som er innenfor samme hovedområder, er det større variasjon i arbeidsoppgavene som er samlet under stab og støtte. I denne samlekategorien er det en rekke spesialistroller som gjør det mer krevende å sammenligne likt arbeid av lik verdi.

Tabell 2 – lønnsforskjeller basert på Hay Grades - konsernområder

Hay Grades	Personmarked		Bedriftsmarked		Digital		Strategic Enablers <sup>2</sup>					
	K/M	% lønn - snitt	% lønn - median	K/M	% lønn - snitt	% lønn - median	K/M	% lønn - snitt	% lønn - median			
HG 12	8/6	99%	98%	0/0	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
HG 13	79/66	97%	98%	5/5	106%	112%	1/0	N/A	N/A	2/0	N/A	N/A
HG 14	43/33	103%	106%	88/48	100%	100%	8/9	103%	102%	4/5	N/A	N/A
HG 15	30/36	90%	93%	26/26	91%	89%	15/36	103%	98%	4/9	N/A	N/A
HG 16	32/42	100%	95%	53/36	93%	91%	37/96	92%	94%	15/13	97%	99%
HG 17	20/31	97%	98%	22/27	90%	91%	14/51	95%	94%	21/16	92%	95%
HG 18	4/6	N/A	N/A	8/19	95%	93%	6/11	97%	94%	23/20	97%	97%
HG 19	3/4	N/A	N/A	6/7	88%	91%	4/12	N/A	N/A	7/14	80%	92%
HG 20	1/4	N/A	N/A	6/8	100%	99%	0/3	N/A	N/A	3/9	N/A	N/A
HG 21	3/4	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A	1/4	N/A	N/A
HG 22	1/1	N/A	N/A	1/2	N/A	N/A	0/5	N/A	N/A	2/3	N/A	N/A

<sup>1</sup>Storebrand kjøpte Danica Pensjon AS i 2022. For 2022 utarbeides det en egen redegjørelse for dette selskapet, og lønnsopplysninger for de ansatte i Danica inngår derfor ikke i tabellene i denne redegjørelsen.

<sup>2</sup> Group Risk & Compliance, CFO, People, og Kommunikasjon, Bærekraft og Næringspolitikk

Tabell 3 – lønnsforskjeller basert på Hay Grades innenfor Asset Management

Hay Grades	Asset Management uten forvaltere			Asset Management – Forvaltere		
	K/M	% lønn - snitt	% lønn – median	K/M	% lønn - snitt	% lønn – median
HG 12	0/0	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A
HG 13	4/1	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A
HG 14	14/6	102%	98%	0/0	N/A	N/A
HG 15	13/18	102%	102%	2/0	N/A	N/A
HG 16	21/29	105%	107%	3/1	N/A	N/A
HG 17	13/27	88%	92%	1/3	N/A	N/A
HG 18	13/23	92%	98%	1/12	N/A	N/A
HG 19	2/8	N/A	N/A	1/23	N/A	N/A
HG 20	2/2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
HG 21	3/4	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
HG 22	2/5	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Tabell 4 sammenligner kvinners lønn med menn per 31.12.2022 i juridiske selskaper i Storebrandkonsernet som har med enn 50 ansatte

Hay Grades	Storebrand Livsforsikring AS			Storebrand Forsikring AS			Storebrand Bank AS			Storebrand Asset Management AS <sup>3</sup>		
	K/M	% lønn - snitt	% lønn – median	K/M	% lønn - snitt	% lønn – median	K/M	% lønn - snitt	% lønn – median	K/M	% lønn - snitt	% lønn – median
HG 12	1/0	N/A	N/A	8/6	99%	98%	N/A	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A
HG 13	11/3	N/A	N/A	57/31	97%	97%	18/36	100%	101%	2/1	N/A	N/A
HG 14	92/52	102%	101%	23/20	107%	107%	18/20	100%	104%	11/6	103%	99%
HG 15	47/75	96%	95%	16/17	95%	94%	7/13	83%	83%	6/10	100%	100%
HG 16	121/149	91%	90%	10/17	104%	97%	2/16	N/A	N/A	19/19	105%	106%
HG 17	56/93	90%	94%	6/17	100%	93%	9/13	97%	103%	9/15	74%	73%
HG 18	36/43	95%	96%	0/2	N/A	N/A	1/4	N/A	N/A	8/27	70%	94%
HG 19	15/26	94%	95%	3/3	N/A	N/A	1/4	N/A	N/A	3/24	N/A	N/A
HG 20	8/14	97%	100%	0/2	N/A	N/A	1/2	N/A	N/A	0/8	N/A	N/A
HG 21	2/5	N/A	N/A	2/1	N/A	N/A	0/2	N/A	N/A	1/1	N/A	N/A
HG 22	4/7	N/A	N/A	0/1	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A	1/2	N/A	N/A
HG 23	2/2	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A	1/0	N/A	N/A	0/4	N/A	N/A
HG 24	2/0	N/A	N/A	0/1	N/A	N/A	1/0	N/A	N/A	0/0	N/A	N/A

Personmarked. Opp til Hay Grade 17 er rollene i dette selskapet dominert av områdene salg, kundebetjening og oppgjørsfunksjoner for bedrifts- og privatmarkedet. I tillegg finnes roller med ansvar for produkter, produktutvikling og forretningsutvikling. Ledere og tyngre salgs- og fagroller er primært på Hay Grade 17 og høyere.

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

<sup>3</sup> Skagen AS leverer egen likestillingsreddegjørelse og inngår derfor ikke i tabellen for Storebrand Asset Management.

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 de fleste medarbeiderne knyttet til kapitalforvaltning og salg av kapitalforvaltningsprodukter med tilhørende støttefunksjoner. Innenfor Asset Management er porteføljeforvaltere og selgere innenfor kapitalforvaltning på Hay Grade 17 eller høyere.

### 1.5 Kjønnsbalanse, midlertidig ansatte, permisjoner og deltidsarbeid – juridiske selskaper

Tabellene nedenfor viser kjønnsbalanse, antall midlertidig ansatte fordelt på kjønn, gjennomsnittlig uttak av foreldrepermisjon fordelt på kjønn, og antall kvinner og menn med deltidsstillinger i alle selskaper i Storebrandkonsernet med mer enn 50 ansatte. Oppsummert viser tallene:

- Overvekt av menn i alle juridiske selskaper
- Svært få midlertidig ansatte, og ingen systematiske forskjeller mellom kvinner og menn
- Avhengig av hvilket juridisk selskap man ser på tar kvinner i gjennomsnitt ut mellom 13 og 24 uker i foreldrepermisjon, mens menn i gjennomsnitt tar ut mellom 10 og 18 uker i foreldrepermisjon. Reelt antall uker uttak av foreldrepermisjon vil trolig være høyere siden tabellen viser tall for kalenderåret.
- Noen flere kvinner enn menn som er i faktisk deltidsarbeid
- Ingen medarbeidere i konsernet er registrert som ufrivillig deltidsarbeidende (2022)

Storebrandkonsernet har ingen tradisjon for å utlyse deltidsstillinger, og midlertidig ansettelser er primært benyttet når det er behov for vikarer mens medarbeidere er i foreldrepermisjon eller har permisjoner av andre årsaker.

Deltidsstillinger er primært knyttet til medarbeideres eget ønske om å arbeide redusert i en kortere eller lengre periode. Storebrand benytter seg i begrenset omfang av studenter som arbeider deltid tilpasset deres studieplaner.

Andelen deltidsansatte blir kartlagt gjennom uttrekk fra vårt personalsystem Workday samt samtaler med ledere, og fra 2022 ble det ikke rapportert om tilfeller av medarbeidere som jobbet ufrivillig deltid.

#### Storebrand Livsforsikring AS

Tabell 5

Kjønnsbalanse		Midlertidig ansatte		Uttak av foreldrepermisjon		Faktisk deltidsarbeid		Ufrivillig deltidsarbeid	
Antall kvinner	Antall menn	Midlertidig ansatte kvinner	Midlertidig ansatte menn	Kvinnens uttak av foreldrepermisjon (gjennomsnitt antall uker)	Menns uttak av foreldrepermisjon (gjennomsnitt antall uker)	Deltid kvinner	Deltid menn	Ufrivillig deltid kvinner	Ufrivillig deltid menn
406	576	8	5	24	15	13	7	0	0

#### Storebrand Bank ASA

Tabell 6

Kjønnsbalanse		Midlertidig ansatte		Uttak av foreldrepermisjon		Faktisk deltidsarbeid		Ufrivillig deltidsarbeid	
Antall kvinner	Antall menn	Midlertidig ansatte kvinner	Midlertidig ansatte menn	Kvinnens uttak av foreldrepermisjon (gjennomsnitt antall uker)	Menns uttak av foreldrepermisjon (gjennomsnitt antall uker)	Deltid kvinner	Deltid menn	Ufrivillig deltid kvinner	Ufrivillig deltid menn
59	111	0	1	16	13	1	1	0	0

## Storebrand Forsikring AS

Tabell 7

Kjønnsbalanse		Midlertidig ansatte		Uttak av foreldrepermisjon		Faktisk deltidsarbeid		Deltidsarbeid	
Antall kvinner	Antall menn	Midlertidig ansatte kvinner	Midlertidig ansatte menn	Kvinnens uttak av foreldrepermisjon (gjennomsnitt antall uker)	Menns uttak av foreldrepermisjon (gjennomsnitt antall uker)	Deltid kvinner	Deltid menn	Ufrivillig deltid kvinner	Ufrivillig deltid menn
126	119	1	1	16	18	0	0	0	0

## Storebrand Asset Management AS

Tabell 8

Kjønnsbalanse		Midlertidig ansatte		Uttak av foreldrepermisjon		Faktisk deltidsarbeid		Deltidsarbeid	
Antall kvinner	Antall menn	Midlertidig ansatte kvinner	Midlertidig ansatte menn	Kvinnens uttak av foreldrepermisjon (gjennomsnitt antall uker)	Menns uttak av foreldrepermisjon (gjennomsnitt antall uker)	Deltid kvinner	Deltid menn	Ufrivillig deltid kvinner	Ufrivillig deltid menn
61	111	1	2	13	10	1	1	0	0

### 1.6 Kjønnsforskjeller i rekruttering, videreutdanning m.m.

Storebrand jobber aktivt for å oppnå kjønnsbalanse og mangfold gjennom målrettede rekrutteringstiltak og ved å nominere like mange kvinner og menn til lederstillinger og lederutviklingsprogrammer så langt det er mulig. Kandidater og medarbeidere skal oppleve en transparent og inkluderende rekrutteringsprosess.

Målet er å sørge for god kjønnsbalanse i deltakelsen på våre leder- og talentutviklingstilbud. Blant deltakerne i Storebrand Akademiet 2022 var det 50 prosent kvinner og 50 prosent menn. På Front lederprogrammet for mellomledere var det 40 prosent kvinner og 60 prosent menn. I Sandbox-programmet deltok like mange kvinner og menn, 20 totalt. Blant deltakerne på graduateprogrammet Storebrand Future Impact var det i 2022 43 prosent kvinner og 57 prosent menn.

Ti kvinner fra ulike deler av konsernet startet i 2022 på talent- og lederutviklingsprogrammet for kvinner, FiftyFifty. Programmet består av deltakere fra ulike virksomheter som samarbeider om å utvikle tiltak som fremmer likestilling for dem selv, bedriftene de jobber i, og samfunnet som helhet.

I mentorprogrammet for kvinner deltok i 2022 ti mentorpar på tvers av konsernet med deltakere fra Norge og Sverige.

### 1.7 Hvordan vurderes disse tallene i forhold til tidligere år?

Kvinneandelen styret i Storebrand ASA var ved utgangen av 2022 på 50 prosent. Tilsvarende bestod konsernledelsen av fem kvinner og fire menn (55 prosent kvinneandel). Kvinneandelen i konsernledelsen ved utgangen av 2021 var 33 prosent.

Tabell 9

Indikator	Resultater 2018	Resultater 2019	Resultater 2020	Resultater 2021	Mål 2022	Mål 2025
Kvinner i konsernstyret	5 av 9	4 av 9	4 av 10	5 av 10	5 av 10	50%
Kvinner i konsernledelsen	3 av 9	3 av 10	3 av 10	3 av 9	5 av 9	50%
Andel kvinner på ledernivå 3	46%	41%	38%	39%	42%	50%
Kjønnsbalanse alle ledere, andel kvinner	N/A	N/A	38%	39%	37%	50%
Utvidet toppledelse, kvinners andel av menns lønn per stillingskategori (Hay Grade 21–25)	39%	39%	39%	37%	38%	50%



Storebrand jobber målrettet for å rekruttere og ansette flere kvinner i lederstillinger i konsernområder som tradisjonelt har en utfordring med å tiltrekke seg kvinnelige søkere. Det benyttes et mer inkluderende språk i våre stillingsannonser, og nye plattformer for publisering og kommunikasjon er tatt i bruk for å nå flere grupper. Kvinneandelen både på ledernivå 3 og for ledere på alle ledernivåer samlet har økt i 2022. I 2022 var kvinneandelen i konsernledelsen for første gang i Storebrands historie over 50 prosent, og de to ledige posisjonene i konsernledelsen ble rekruttert internt. Dette viser at tiltakene for å fremme likestilling i konsernet gir gode resultater.

Storebrand jobber systematisk med lederutvikling og interne utviklingsmuligheter, og er en viktig arena for å fremme et mangfold av talenter. Intern mobilitet både på ledernivå og på tvers av områder er prioriterte områder også fremover, blant annet gjennom utvalg av programmer og nominering av kandidater. I topplederprogrammet Storebrand-Akademiet og i Sandbox-programmet, som er sommerprogram for talenter innen fintech, var det like stor andel kvinner og menn blant deltakerne. På Front-lederprogrammet for mellomledere var det 40 prosent kvinner og 60 prosent menn. Blant deltakerne på graduateprogrammet Storebrand Future Impact var det 43 prosent kvinner og 57 prosent menn. Sett i sammenheng med overvekt av kvinner på graduateprogrammet forrige kull, var dette en naturlig fordeling i 2022.





# Del 2: Storebrands arbeid for likestilling og mot diskriminering

Denne delen belyser det faktiske arbeidet som er gjennomført i Storebrand for å oppfylle likestillings- og diskrimineringslovens aktivitetsplikt. Konsernet arbeider systematisk for å sikre mangfold, inkludering og likestilling gjennom klart definerte prosesser i rekruttering, omorganiseringer, lønnsjusteringer og tilbud om lederopplæring og andre utviklingsinitiativer. Dette er beskrevet i Storebrands mangfoldspolicy:

- Alle **medarbeidere i Storebrand skal behandles likeverdige**, uavhengig av alder, kjønn, funksjonshemming, kulturell bakgrunn, religiøs tro eller seksuell orientering
- **Individuelle egenskaper skal respekteres og verdsettes.** Dette for å skape en mangfoldig organisasjonskultur.
- Storebrand arbeider systematisk for å sikre mangfold og likestilling innen rekruttering, omorganiseringsprosesser, lønnsjusteringer og tilbud om lederutdanning og andre utviklingstiltak

Storebrands etiske retningslinjer adresserer hvordan konsernet jobber mot diskriminering og for mangfold og likestilling:

*“Storebrand ønsker å bli en mangfoldig arbeidsplass. Vi jobber kontinuerlig mot diskriminering basert på kjønn, etnisitet, nasjonalitet og seksuell legning. Storebrand samarbeider tett med fagforeninger, respekterer foreningsfrihet og anerkjenner retten til kollektive forhandlinger.*

*I Storebrand viser vi toleranse for ansattes meninger og holdninger. Ingen skal diskriminere eller trakassere sine kolleger, partnere, kunder eller andre interessenter. Alle som føler seg diskriminert eller trakassert, skal tas på alvor. I tjeneste og på forretningsreiser, skal ingen ansatte oppføre seg på en måte som kan krenke menneskeverdet.”*

Mangfoldsutvalget har deltakere fra hele konsernet. Utvalget jobbet i 2022 med ulike initiativer innen mangfold, inkludering og tilhørighet for å sikre forankring i hele organisasjonen.

Storebrand fortsatte i 2022 samarbeidet med Kvinner i Finans Charter, et charter som ble signert 2021. Selskaper som signerer forplikter seg til å sette interne mål for kjønnsbalanse på ledernivå og i spesialiststillinger, til å ha en dedikert leder med ansvar for oppfølging, til å publisere status og oppfølging jevnlig, og til å linke godtgjørelse til måloppnåelse.

Storebrand-konsernet har veletablerte rutiner for å håndtere klager, trakassering og annen uakseptabel oppførsel, og har en ekstern varslingskanal gjennom revisjonsselskapet [BDO](https://u.bdo.no/storebrand) <https://u.bdo.no/storebrand>. I Storebrand er det nulltoleranse for diskriminering og trakassering på bakgrunn av kjønn, etnisk bakgrunn, livssyn, seksuell orientering og funksjonsnedsettelse.

## 2.1 Risikoer, hindre, årsaker og tiltak

Å jobbe for økt likestilling, mangfold og inkludering er et lederansvar i Storebrand. Arbeidet er sterkt forankret i konsernets toppledelse og i konsernstyret. People-organisasjonen har en viktig strategisk og operativ rolle i å utvikle og implementere tiltak i samarbeid med medarbeidere, ledere og relevante fora.

Mangfoldsutvalget i Storebrand er et underutvalg av Arbeidsmiljøutvalget (AMU), og er en viktig arena for å kartlegge og arbeide med Aktivitets- og redegjørelsesplikten. Mangfoldsutvalget har i 2022 blant annet diskutert og identifisert hindre for mangfold og likestilling, og jobber aktivt med å utvikle tiltak for å fremme mangfold og likestilling. Et viktig tema for Mangfoldsutvalget er den nye hybride arbeidshverdagen og at det er viktig å ha spesielle tiltak innen mangfold, inkludering og tilhørighet i en så stor endring. Et viktig tiltak er å gi erfarne medarbeidere forståelse for hvilken ressurs de representerer for yngre eller mer uerfarne medarbeidere. For å øke mangfoldskompetansen i konsernet er det i 2022 også gjennomført fokusgrupper for som har blitt en ytterligere kilde for innsikt.

Storebrand gjennomfører månedlig pulsmålinger av medarbeidernes engasjement og faktorer som påvirker engasjementet. Forskning viser at likestilling og inkludering har en påvirkning på medarbeiderengasjementet, og i 2022 var gjennomsnittskåren på 8,7 av 10 for spørsmålet som omhandler likestilling og inkludering. Dette er en veiledende skåre som jevnlig har blitt målt gjennom hele året, og kan si noe om situasjonen på et generelt grunnlag i organisasjonen. Et slikt gjennomsnitt sier imidlertid ikke noe om viktige kvalitative faktorer, og derfor er Storebrand opptatt av å også oppfordre medarbeidere til å kommentere på hvorfor man gir skåren man gir. Resultatet gir likevel et godt grunnlag til videre aktiv innsats.

I 2022 ble også en tilleggsmodul integrert i pulsmålingene med spørsmål om inkludering, mangfold og likebehandling. I 2022 ble hovedskåren på 8,2 av 10, med 79 prosent svarrate på modulen. Denne modulen ble inkludert i medarbeiderundersøkelsen i septembermålingen i 2022 og blir gjentatt årlig. Gjennomsnittsskåren på 8,2 er 0,1 prosentpoeng under bransjesnittet, og Storebrand har en klar ambisjon om å løfte resultatet i 2023 gjennom målrettede tiltak. Målingene viser at medarbeiderne opplever Storebrand fremmer en mangfoldig og inkluderende arbeidsstyrke, og at man blir akseptert uansett bakgrunn. Grad av tillit til Storebrand som arbeidsgiver er høy. Innsikten fra målingen brukes til å utarbeide læringstilbud for kompetanseheving og kulturbygging i organisasjonen.

Statistikken for kjønnsfordeling blant ledere så vi at dette lå noe under vårt mål om ønsket kjønnsbalanse i leder- og spesialiststillinger, og vi ønsket derfor å sette i gang tiltak for å fremme spesielt kvinnelige ledere. Andelen kvinnelige ledere per 31.12.2022 var 37 prosent på ledernivåer 1 til 4. Vi har som mål å oppnå 50/50 kjønnsbalanse på ledernivåene i organisasjonen.

## 2.2 Resultatene av arbeidet og tiltakene

### 2.2.1 Utviklingen i andel kvinnelige ledere

Mangfoldsutvalget har utarbeidet et årshjul med tiltak for mangfold, inkludering og tilhørighet, med aktiviteter som blant annet å delta på The Social Sustainability & Equality Conference (SHE Conference) 17. Mars 2022 i Oslo og 25. Mars i Stockholm. Storebrand er partnere av SHE-community, og i 2022 ble SPP rangert som nummer to over de mest likestilte selskapene i Sverige. Storebrand er rangert som nummer 22 i Norge. Storebrand gjennomførte også et arrangement i samarbeid med SHE-community på Arendalsuka høsten 2022, med tema mangfold og likestilling i næringslivet.

Storebrand mener at psykologisk trygghet er en forutsetning for mangfold og inkludering. Derfor fortsatte konsernet i 2022 å legge vekt på å øke kunnskap om dette temaet gjennom deling av innhold på interne sosiale medier. Sammenhengen mellom psykologisk trygghet, mangfold og inkludering har vært tema på workshops i flere enn 60 ledergrupper, områder og team på tvers av organisasjonen i løpet av 2022. Mangfold har også vært tema på iWaffle, som er en ukentlig innovasjonstalk for hele konsernet.

Storebrand har også benyttet eksterne og interne kanaler for å sette fokus på psykisk helse og utenforskap i arbeidslivet. Arbeidet med psykologisk trygghet, mangfold, inkludering og tilhørighet vil også fortsette i 2023. Gjennom den brede kampanjen #ingenutenfor ble dette aktualisert, og høsten 2022 inviterte Storebrand til diskusjon med ledere fra andre deler av næringslivet, med temaet utenforskap i arbeidslivet. Verdensdagen for psykisk helse ble markert med internt webinar for å belyse tema og informere om tilbud medarbeidere kan benytte seg av. I oktober 2022 ble det gjennomført en temauke i Storebrand med aktiviteter knyttet til helse, miljø og sikkerhet.

I 2023 blir det lagt vekt på å videreutvikle mangfoldsperspektivet i rekrutteringsprosessene våre og i konsernets aktiviteter knyttet til employer branding:

- Mangfold synliggjøres i utlysning av nye stillinger gjennom språkbruk og tilnærminger i stillingsannonser for å appellere til bredere grupper
- Flere medarbeidere med ulik faglig erfaring, kulturell bakgrunn, alder og kjønn. inkluderes i rekrutteringsprosessen, både for å skape et mer helhetlig og mangfoldig vurderingsgrunnlag, og for at kandidatene får et større innblikk i hvem som jobber i Storebrand
- Målrettet arbeid for å ha et mangfold av ledere i selskapet, ved å alltid tenke mangfold og inkludering ved rekruttering, utvikling, suksesjon og ved omstillinger og organisasjonsendringer.

Målet er å tilby den beste og mest inkluderende kandidatreisen, slik at Storebrand oppleves som en attraktiv og inkluderende arbeidsplass. I disse prosessene etterstrebes det at kandidatene skal oppleve prosessene som åpne og transparente.

### 2.2.3 Initiativer for inkludering

For Storebrand er det også viktig å være synlige og støtte initiativer som jobber aktivt for å fremme likestilling og mot diskriminering på ulike måter i næringslivet og i samfunnet ellers. Et eksempel på et slikt tiltak er Tiger Talks. Dette er et nettverk for økt mangfold som arrangeres gjennom basketlaget Centrum Tigers, som har deltakere fra over 50 nasjoner og jobber for inkludering blant ungdom i Oslo. I 2022 er det også jobbet spesielt mot områder i konsernet der andelen kvinner er lavere, for eksempel i Digital-området der kvinneandel er på 30 prosent. For stillinger innen digital og teknologi er det vanskeligere å tiltrekke seg like mange kvinnelige søkere. I 2022 deltok Storebrand på TENK-tech-nettverket for kvinner, som samler unge jenter mellom 13 og 18 år, der formålet er å inspirere jenter til å velge en karrierevei innen teknologi. Storebrand stilte med et team bestående av flere utviklere som lærte deltakerne mer om koding gjennom å lage sine egne digitale sparegriser. I stillingsannonserne til rekruttering innenfor teknologi arbeides det bevisst med å inkludere kvinner i materiell for markedsføring og employer branding for å vise et større mangfold.

### 2.2.4 Mangfoldskompetanse

Et at tiltakene som ble redegjort for i 2021 handlet om å jobbe bredt i organisasjonen for å styrke inkludering og mangfoldskompetanse for alle ledere og medarbeidere. Dette er viktig for å tiltrekke seg kandidater ved rekruttering, og å bygge opp under målet om å være en inkluderende og god arbeidsplass for alle, uansett bakgrunn.

I 2022 søkte Storebrand om midler gjennom Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDI) for å utvikle et tilbud som har som mål å bidra til økt bevissthet rundt mangfold, inkludering og tilhørighet på arbeidsplassen. Storebrand har inngått et samarbeid med Catalysts Forening som har erfaring fra arbeid med denne tematikken i næringslivet, for kvalitetssikring og rådgivning om tilbudet som skal utvikles.

Status for mangfold og inkludering i Storebrand ble kartlagt ved å integrere spørsmål om opplevd mangfold og inkludering i pulsmålingene av medarbeiderengasjement og ved å gjennomføre fokusgrupper med representanter fra ulike deler av organisasjonen for å få innsikt i hvordan medarbeidere opplever mangfoldet i Storebrand. De kvalitative- og kvantitative dataene fra denne kartleggingen ga et grunnlag for å utarbeide et tilbud som var tilpasset Storebrand. For design av læringsaktivitetene har Storebrand i tillegg samarbeidet og fått pedagogisk støtte fra Task.

E-læringstilbudet ble ferdigstilt i desember 2022, og vil lanseres til alle medarbeidere utover vinteren 2023, med tilhørende ressurser for oppfølging for ledere og team. Et av temaene som løftes er bevissthet om sammensetning av grupper og tilbud i nye prosjekter. I tråd med Storebrands læringsfilosofi er nettopp de mulighetene man får gjennom sitt daglige arbeid den viktigste arenaen for læring og utvikling, og derfor også et viktig punkt å se på med tanke på likestilling, mangfold og inkludering.

I samarbeid med Catalysts har Storebrand i 2022 gjennomført mentorprogrammet Reverse Mentoring, som har vært et sentralt initiativ for oss for å lære mer om mangfold og inkludering. Dette har hatt som mål å bidra til større forståelse for etnisk mangfold og hvordan ledere kan rekruttere, beholde og utvikle et enda større mangfold i alle deler av konsernet. I februar 2022 ble ti studenter med flerkulturell bakgrunn og unge med internasjonal erfaring satt sammen med ti ledere i Storebrand for å være mentorer, og dermed gå fra ord til handling når det gjelder etnisk mangfold på Storebrand. Programmet ble avsluttet høsten 2022. På grunn av gode erfaringer og tilbakemeldinger fra både mentorer og adepter vil programmet bli videreført i 2023.

### 2.2.5 Årlig lønnsjusteringsprosess

Storebrand arbeider målbevisst for å korrigere lønnsmessige skjevheter mellom kvinner og menn i de årlige lønnsjusteringsprosessene. Hver leder har i lønnsjusteringsprosessen en lønnsnett å fordele på sine medarbeidere. I tillegg er de fleste medarbeidere omfattet av en ordning som innebærer at en viss andel av medarbeiderne kan få opptil 15 prosent av lønnen som en påskjønnelse for ekstraordinære prestasjoner.

Når leder har innstilt på lønnsøkninger og en eventuell påskjønnelse for sine medarbeidere, blir innstillingen gjennomgått av leder på neste nivå. Konserndirektørene for de enkelte konsernområdene har full innsikt i vurderingene som er gjort på alle ledernivåer og avgir til slutt sin samlede innstilling til konsernsjef. HR-systemet Workday benyttes som teknisk hjelpemiddel i lønnsjusteringsprosessene, og dette sikrer god struktur og oversikt, samtidig som de årlige prosessene blir dokumentert og ivaretar personvernet.

Før lønnsjusteringsprosessen godkjennes av konsernsjef gjør People-avdelingen en grundig analyse av de foreslåtte lønnsøkningene og bonusinnstillingene. Denne analysen gjennomgås sammen med konserndirektør for området, med et spesielt søkelys på hvordan lønnsnetten er fordelt på kjønn og alder. Målene er blant annet at kvinner minst skal ha sin distribuerte del av lønnsnetten, og at det etterstrebes en lik fordeling av bonusutbetalinger mellom kvinner og menn. Dersom analysene viser at dette ikke er tilfelle gjennomføres korrigerende tiltak før lønnsjusteringsprosessen går til godkjenning av konsernsjef.

I 2022 utgjorde kvinnes lønnsmasse 37 prosent av samlet lønnsmasse i konsernet, mens kvinnene ble tildelt 40 prosent av lønnsporten. Det betyr at det ble foretatt en skjevfordeling til fordel for kvinner, og som bidro til å redusere det ujusterte lønnsgapet mellom kvinner og menn.

De tillitsvalgte får i forkant av hver lønnsjusteringsprosess utdelt lønnsstatistikk om lønnsutviklingen for sine medlemmer, og anonymisert lønnsstatistikk for hele selskapet. I forkant av fastsettelsen av lønnsjusteringsprosessene i de enkelte år gjennomføres drøftingsmøter med de tillitsvalgte om lønnsrammene, og innspillene fra tillitsvalgte er en viktig del av beslutningsgrunnlaget. I etterkant av lønnsprosessene får de tillitsvalgte en gjennomgang av utfallet av lønnsprosessene for deres medlemmer spesielt og for selskapet generelt. I disse gjennomgangene er det også viktig å diskutere tiltak som kan bidra til en ytterligere korrigerende av lønsmessige skjevheter mellom kvinner og menn.

### **2.2.6 Balanse mellom jobb og privatliv**

Også 2022 ble preget av pandemien og nye måter å jobbe på, blant annet med utstrakt bruk av fleksible arbeidsordninger og hybride arbeidsmodeller. Storebrand bruker erfaringene i arbeidet med å skape fremtidens arbeidsplass, til det beste for medarbeidere, selskapet og samfunnet. Gjennom initiativet Future Storebrand ble ledere og medarbeidere i 2021 invitert til selv å definere den beste måten å jobbe på. Erfaringen er at digitale løsninger og fleksible arbeidsmønstre gir både effektivitet og frihet, men Storebrand tror fremdeles på verdien av fysiske møter og samlinger for å styrke meningsmangfold, relasjoner og tilhørighet. Balansen mellom å jobbe digitalt eller å møtes fysisk på kontoret har vært et viktig område å utforske, og dette arbeidet fortsetter i 2023.

Storebrand tilbyr fast ansatte lønnet foreldrepermisjon utover de lovbestemte kravene i Norge og Sverige, og ansatte får 100 prosent lønn under foreldrepermisjonen. Storebrand tildeler også et ekstra lønnstrinn til medarbeidere som har vært i foreldrepermisjon mer enn fem måneder i tråd med hovedavtalen mellom Finans Norge og Finansforbundet. Dette er et viktig tiltak for at medarbeidere som har vært i foreldrepermisjon ikke skal sakke akterut lønsmessig. I Norge har man rett på omsorgspermisjon på 2 uker i forbindelse med fødselen, men denne er i utgangspunktet ulønnet. Storebrand betaler alle medarbeidere full lønn under den to ukers omsorgspermisjonen.



# Del 3: Planer og forventninger for videre arbeid og tiltak

Storebrand hadde ved utgangen av 2022 en kvinneandel i konsernet på 46 prosent. For å styrke kjønnsbalansen ytterligere er en rekke tiltak planlagt i 2023.

## 3.1 Øke kompetanse om likestilling og mangfold

Et kurstilbud til alle medarbeidere om likestilling og mangfold lanseres i 2023. Fokusgrupper med et mangfoldig utvalg av deltakere fra ulike deler av organisasjonen vil bli invitert til å bidra inn for å få dette til å treffe best mulig. Erfaringene fra denne kartleggingen vil også bli brukt til å videreutvikle kompetansetilbudet innen inkluderende ledelse.

## 3.2 Mangfold, inkludering og tilhørighet

Gjennom 2022 har det vært god respons på tiltakene knyttet til psykologisk trygghet, og dette arbeidet fortsetter inn i 2023. Vi ønsker da å jobbe med og forankre hvor viktig psykologisk trygghet er i hele organisasjonen. I 2022 har mer enn 60 team og avdelinger i Storebrand gjennomgått et utviklingsopplegg om psykologisk trygghet, og i 2023 blir det viktig å jobbe videre med forankring i hele organisasjonen av hvor viktig psykologisk trygghet er. Psykologisk trygghet blir også en del av Storebrands onboardingprogram "Smart start" som alle nye medarbeidere deltar i, og i arbeidet med Storebrands innovasjonsstrategi.

I 2023 vil også Storebrand i enda større grad utforske bruk av engelsk språk og universell utforming i kommunikasjon av informasjon. I 2022 har bruk av engelsk som språk i ulike forum, workshops og møter vært et viktig tema, siden flere områder i Storebrand i større grad enn tidligere har medarbeidere med ulikt førstespråk. Konsernområdet Digital er eksempel på en mangfoldig arbeidsstyrke, med medarbeidere fra 32 ulike nasjonaliteter. Flere av forretningsområdene i Storebrand bruker også engelsk som arbeidsspråk i dag. I 2022 fikk ansatte tilbud om å delta på en egen engelsk gruppesesjon på Storebrands medarbeiderdag. Workshop i psykologisk trygghet tilbys på engelsk, onboardingstilbud på engelsk og teksting på engelsk av digitalt tilgjengelig materiale er viktige tiltak. I 2023 vil det bli tilbudt engelsk som språk i enda flere sammenhenger der det er nyttig for å inkludere alle medarbeidere.

Storebrand vil videreføre målrettede tiltak for å tilrettelegge for en arbeidshverdag med sosiale møteplasser som fremmer mangfold. Dette skal medarbeiderne oppleve hver dag, for eksempel ved å møte et variert tilbud i kantine, inkludert et stort utvalg av vegetariske alternativer.

## 3.3 Rekruttere, utvikle og beholde

I rekrutteringsfasen har Storebrand som mål å jobbe enda mer strukturert med inkludering i alle deler av prosessen. Alle stillinger lyses ut internt i minst én uke før eventuell ekstern utlysning for å bidra til intern mobilitet. Ledige stillinger lyses ut utenfor eget nettverk og LinkedIn og Finn.no benyttes aktivt. I 2023 settes ytterligere søkelys på intern mobilitet, blant annet gjennom systemer som støtter en helhetlig oversikt over utviklingsmuligheter. Dette vil bidra til å få enda tydeligere frem hvordan man i ulike deler av konsernet kan få vite om utviklingsmuligheter og prosjekter og på den måten få frem et mangfold av stemmer og roller.

Arbeidet med å synliggjøre mangfold i rekruttering og i stillingsannonser vil bli videreført i 2023. Målrettede tiltak blir spesielt viktig i områder med skjev kjønnsbalanse, og et blir viktig å jobbe videre med å gjøre rekrutteringsprosessene så inkluderende, transparente og standardiserte som mulig. Dette gjøres blant annet gjennom gode tilbakemeldingsrutiner, og bruk av tester i rekrutteringsprosesser som en mer objektiv faktor som en del av vurderingsgrunnlaget. I Storebrand er det alltid et mål å kalle inn minst én mannlig og én kvinnelig søker til sluttintervju ved lederstillinger. Det er også viktig å tilstrebe en mangfoldig representasjon i rekrutterende ledere og rekrutteringsspesialister.



### 3.4 Lik lønn for arbeid av lik verdi

Som tabellene for sammenligning av kvinnes andel av menns lønn viser er det relativt små lønnsforskjeller i Storebrand for de fleste stillingskategorier. Arbeidet med å sikre lik lønn for arbeid av lik verdi videreføres 2023, og det legges ekstra trykk på å avdekke og korrigere urimelige lønnsforskjeller gjennom metodiske analyser. For å redusere gjennomsnittlig lønnsforskjell mellom kvinner og menn når man ser bort fra stillingskategorier blir det viktig å videreføre de beskrevne tiltakene for å øke andelen kvinner i leder- og spesialiststillinger, og å stimulere til intern mobilitet til stillinger preget av lav andel kvinner.

### 3.5 Formålsdrevet organisasjon

Som et formålsdrevet konsern ønsker Storebrand ønsker å bli sett som det beste stedet å jobbe for formålsdrevne medarbeidere. Storebrand har en sterk ambisjon om å bli et enda mer inkluderende og mangfoldig konsern for våre medarbeidere og kunder. Dette beskrives gjennom konsernets formål – vår drivkraft – som handler om at Storebrands medarbeidere er med på å skape en fremtid å glede seg til:

Vi skal være nærmest kunden, på en enkel og bærekraftig måte, for å levere økt trygghet og frihet til kundene våre. Dette gjør vi gjennom å være modige veivisere og gå i bresjen for en bærekraftig utvikling.



