

Likestillingsredegjørelse Storebrand

2021



Likestillingsredegjørelse Storebrand 2021

Oppfølging av aktivitets- og redegjørelsesplikten

Hvorfor?

Det er viktig at Storebrands organisasjon og forretningsvirksomhet gjenspeiler kundene og markedet vi opererer i. Storebrand har som mål å være en god arbeidsplass for alle, uavhengig av bakgrunn. Vi har stor tro 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. Vi er avhengige av å tiltrekke oss de beste talentene for å kunne skape en fremtid å glede seg til for våre kunder, medarbeidere og samfunnet.

Mål og ambisjoner

Vi etterstreber alltid å være en organisasjon preget av inkludering og tilhørighet. Alle medarbeidere i Storebrand skal behandles likeverdige, uavhengig av alder, kjønn, funksjonshemming, kulturell bakgrunn, religiøs tro eller seksuell orientering, både i rekrutteringsprosesser og gjennom hele arbeidsforholdet. Vi har nulltoleranse for trakassering og diskriminering.

Vårt mål er en mer mangfoldig organisasjon og et større kjønnsmangfold i ledende stillinger i alle deler av konsernet. Vi har som mål å nå 40% kvinner på ledernivåer 1 til 4, og i 2021 hadde vi 39% kvinner på disse ledernivåene. Dette styrkes blant annet ved å nominere flere kvinner til lederutviklingsprogrammer og inkludere både en mann og en kvinne i sluttfasen av rekrutteringsprosesser for lederstillinger. For styret i Storebrand ASA er kravet at både kvinner og menn skal være representert med minst 40 prosent.

Vi skal bidra til FNs bærekraftsmål 5 'Likestilling mellom kjønnene', gjennom å fremme likestilling på arbeidsplassen.



Del 1: Tilstand for kjønnslikestilling

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 i forhold til hvordan stillinger med samme Hay Grade vurderes hos andre bedrifter. 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. Vi har derfor valgt å oppgi data også for konsernområder som et supplement til tallene 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 det det minst er fem ansatte representert for hvert kjønn.

Kvinnens andel av menns lønn - konsern

Tabellen nedenfor viser kvinnens andel av menns lønn for alle ansatte i Storebrandkonsernet i Norge. På stillingsnivå (Hay Grades) 13-16, som utgjør hovedtyngden i konsernet, finner vi medarbeidere i alle roller i konsernet. De fleste av disse arbeider med salg og kundebetjening, men medarbeidere innenfor teknologi og ulike stabsfunksjoner utgjør også en vesentlig del.

På stillingsnivå 17-20 er ledere på ulike nivåer i konsernet tyngst representert, i tillegg tyngre fag-, stabs- og salgsroller. 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 20. For disse lederne er det ikke et tilstrekkelig antall (minst fem av hvert kjønn) til å sammenligne kvinnens andel av menns lønn.

Tabellen for konsern har også med medarbeidere som er ansatt i datterselskaper med færre enn 50 medarbeidere ansatt i Norge.

Hay Grades	kvinner	Menn	Kvinnens andel av menns lønn
HG 13	107	87	98 %
HG 14	158	96	100 %
HG 15	95	109	99 %
HG 16	151	195	96 %
HG 17	57	129	89 %
HG 18	54	95	86 %
HG 19	8	41	81 %
HG 20	12	22	82 %

Kvinners andel av menns lønn – konsernområder

Neste tabell viser tilsvarende tall for kvinners andel av menns lønn, oppdelt på konsernområder. For de større konsernområdene er det et tilstrekkelig antall kvinner og menn til å kunne oppgi tall, mens de mindre konsernområdene er slått sammen. Som man vil se av tabellen vil det også for noen stillingsnivåer innenfor de enkelte konsernområdene ikke være et tilstrekkelig antall medarbeidere av hvert kjønn til å oppgi tall.

Hay Grades	Personmarked			Bedriftsmarked			Asset Management			Digital			Strategic Enablers *		
	K	M	% lønn	K	M	% lønn	K	M	% lønn	K	M	% lønn	K	M	% lønn
HG 13	82	79	96 %	20	6	100 %	2	1	N/A	1	1	N/A	2	0	N/A
HG 14	50	30	95 %	80	47	105 %	9	6	92 %	10	8	94 %	6	4	N/A
HG 15	22	29	96 %	40	27	95 %	15	18	106 %	12	27	105 %	5	8	101 %
HG 16	27	32	93 %	30	29	92 %	31	31	100 %	41	89	97 %	22	13	95 %
HG 17	13	28	91 %	21	23	92 %	5	17	81 %	6	43	90 %	12	18	90 %
HG 18	5	6	98 %	9	18	106%	12	36	84 %	8	16	94 %	20	19	83 %
HG 19	3	8	N/A	1	5	N/A	1	24	N/A	0	3	N/A	3	1	N/A
HG 20	1	2	N/A	4	1	N/A	3	9	N/A	2	5	N/A	2	5	N/A

*) Group Risk & Compliance, CFO, People, og Kommunikasjon, Bærekraft og Næringspolitikk

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

Kvinners andel av menns lønn – juridiske selskaper i konsernet

Tabellen nedenfor sammenligner kvinners lønn med menn i alle juridiske selskaper i Storebrandkonsernet som har med enn 50 ansatte. Siden flere av disse selskapene har et begrenset antall ansatte er forrige tabell som viser konsernområder tatt med som et supplement.

Hay Grades	Storebrand Livsforsikring AS			Storebrand Forsikring AS			Storebrand Bank AS			Storebrand Asset Management AS			Skagen AS		
	K	M	% lønn	K	M	% lønn	K	M	% lønn	K	M	% lønn	K	M	% lønn
HG 13	27	7	98 %	54	41	96 %	23	38	95 %	2	1	N/A	0	0	N/A
HG 14	90	51	103 %	22	19	100 %	24	17	90 %	6	5	105 %	3	1	N/A
HG 15	56	61	96 %	13	13	97 %	3	12	N/A	5	8	112 %	10	9	102 %
HG 16	103	137	95 %	9	10	104 %	3	15	N/A	30	19	99 %	1	10	N/A
HG 17	35	76	90 %	5	18	91 %	7	14	89 %	2	10	N/A	3	8	N/A
HG 18	34	43	93 %	1	3	N/A	2	2	N/A	7	31	94 %	5	6	89 %
HG 19	4	10	N/A	1	2	N/A	1	3	N/A	1	18	N/A	0	4	N/A
HG 20	9	10	93 %	0	2	N/A	0	1	N/A	2	9	N/A	1	0	N/A

Storebrand Livsforsikring AS er det største datterselskapet i konsernet, og de fleste medarbeiderne i konsernområde Bedriftsmarked er ansatt i livselskapet, i tillegg til en vesentlig del av medarbeiderne i 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 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. Skagen AS er et datterselskap i Storebrand Asset Management AS og inngår derfor i konsernområde Asset Management. Innenfor Asset Management er porteføljeforvaltere og selgere innenfor kapitalforvaltning på Hay Grade 17 eller høyere.

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 17 og 34 uker i foreldrepermisjon, mens menn i gjennomsnitt tar ut mellom 9 og 15 uker i foreldrepermisjon
- Noen flere kvinner enn menn som er i faktisk deltidsarbeid
- Ingen medarbeidere i konsernet er registrert som ufrivillig deltidsarbeidende

Storebrandkonsernet har ingen tradisjon for å utlyse deltidsstillinger, og midlertidig ansettelse 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, der det kommer frem at vi ikke har ufrivillig deltidsarbeid men kun frivillig deltid i Storebrand.



Storebrand Livsforsikring AS

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
370	419	6	9	22	12	15	7	0	0

Storebrand Bank ASA

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
65	102	0	0	17	15	3	1	0	0

Storebrand Forsikring AS

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
109	111	3	1	22	9	0	2	0	0

Storebrand Asset Management AS

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
57	113	2	6	27	13	2	1	0	0

Skagen AS

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
30	52	4	8	34	12	1	0	0	0

Kjønnsforskjeller i rekruttering, videreutdanning m.m.

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

Målet er å sørge for minst 40 prosent kvinnelig deltakelse på våre leder- og talentutviklingstilbud. Blant deltakerne i Storebrand Akademiet 2021 var det 40 prosent kvinner og 60 prosent menn, og på Storebrand Leadership Weekly var det 60 prosent kvinner og 40 prosent menn.

Ti kvinner fra ulike deler av konsernet startet i 2021 på talent- og lederutviklingsprogrammet for kvinner, FiftyFifty. Programmet består av totalt 75 deltakere fra ni ulike virksomheter som samarbeider om å utvikle tiltak som fremmer likestilling for dem selv, bedriftene de jobber i, og samfunnet som helhet.

Til mentorprogrammet for kvinner som ble startet opp i 2021 mottok vi over 50 søknader. Vi etablerte 35 mentorpar på tvers av konsernet som fullførte programmet i løpet av året.

Hvordan vurderer vi disse tallene i forhold til tidligere år?

Styret i konsernledelsen består nå av 50% kvinner og 50% menn. Andelen kvinner i Konsernledelsen har gått opp fra 30% til nå 33.3% ved utgangen av 2021.

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	50%	50%
Kvinner i konsernledelsen	3 av 9	3 av 10	3 av 10	3 av 9	N/A	N/A
Andel kvinner på ledernivå 3	46%	41%	38%	39%	50%	50%
Kjønnsbalanse alle ledere, andel kvinner	39%	39%	39%	37%	50%	50%
Utvidet toppledelse, kvinners andel av menns lønn per stillingskategori (Hay Grade 21–25)	110%	100%	104%	97%	100%	100%

Vi har jobbet mye med et mest mulig inkluderende språk i våre stillingsannonser og også hvor vi poster og kommuniserer. Vi har jobbet målrettet i konsernområder som tradisjonelt har en utfordring med å tiltrekke seg kvinnelige søkere for å rekruttere og ansette flere kvinner i lederstillinger.

Vi ser at denne målrettede satsningen har båret frukter ved at det er ansatt 9 kvinner i de 9 stillingene som ble utlyst i forbindelse med Storebrand Future Impact i 2021. Hele programmet har 26 deltakere med både kandidater som begynte i nye stillinger og deltagere rekruttert internt, og her ble det til slutt 75% kvinner og 25% menn på deltakerlisten. I vårt Storebrand Sandbox sommer graduate program hadde vi 50% kvinner og 50% menn som deltok.

Del 2: Vårt arbeid for likestilling og mot diskriminering

Storebrand arbeider systematisk for å sikre mangfold, inkludering og likestilling gjennom klart definerte prosesser i rekruttering, omorganiseringer, lønnsjusteringer og tilbud om lederopplæring og andre utviklingsinitiativer. I vår strategi blir dette beskrevet som følger:

Storebrands mangfoldspolicy:

- Alle **medarbeidere i Storebrand skal behandles likeverdig**, 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.
- Vi arbeider systematisk for å sikre **mangfold og likestilling** innen rekruttering, omorganiseringsprosesser, lønnsjusteringer og tilbud om lederutdanning og andre utviklingstiltak

“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.”

Vi har et mangfoldsutvalg med deltakelse fra hele konsernet, og utvalget jobbet i 2021 med ulike initiativer innen mangfold, inkludering og tilhørighet. Dette for å sikre at arbeidet skal forankres på tvers av organisasjonen.

I juni 2021 forpliktet vi oss ytterligere til å sette likestilling på agendaen gjennom å signere oppropet Kvinner i Finans Charter. 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 en ekstern varslingskanal gjennom et revisjonsselskap, BDO (<https://u.bdo.no/storebrand>). Vi har også veletablerte rutiner for å håndtere klager, trakassering og annen uakseptabel oppførsel.

I rekruttering av ledere etterstreber vi å ha med minst én mann og én kvinne i siste runde av prosessen, som et ledd i å sikre økt andel likestilling i lederstillinger.

KARTLEGGING AV RISIKO, HINDRE, ÅRSAKER OG TILTAK (TRINN A, B OG C I AKTIVITETSPLIKTEN).

Storebrand gjennomfører månedlig pulsmålinger der vi både måler medarbeidernes engasjement og faktorer som påvirker engasjementet. Forskning viser at likestilling og inkludering har en påvirkning på medarbeiderengasjementet, og i 2021 hadde vi en gjennomsnittsskåre på 8,7 av 10 for spørsmålet som omhandler likestilling og inkludering. Dette er en veiledende skåre som har jevnlig blitt målt gjennom hele året, og kan si noe om situasjonen på et generelt grunnlag i organisasjonen. Et slikt gjennomsnitt kan likevel skjule viktige faktorer, og det er derfor viktig å ikke la dette resultatet bli en hvilepute. Et tema som mangfold og inkludering krever også mer enn noe annet at enkeltstemmene blir hørt.

Gjennom fjorårets statistikk på kjønnsfordelingen 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 31.12.2020 var 38 prosent på ledernivåer 1 til 4, altså under målet om minst 40 prosent kvinnelige ledere på disse nivåene. Vi så at vi kunne oppfattes som en lite mangfoldig og likestilt organisasjon basert på dette. Vi satte i gang en rekke tiltak for å bli en mer inkluderende og likestilt organisasjon i 2021, blant annet et mentorprogram for kvinner, og krever nå økt kjønnsbalanse i lederutviklingsprogrammer. Her har vi også vært spesielt opptatt av å inkludere dette perspektivet i vår årlige lønnsjusteringsprosess.

Mangfoldsutvalget har også vært en viktig arena for oss for å kartlegge og arbeide med Aktivitets- og redegjørelsesplikten. Mangfoldsutvalget har hatt tre møter i løpet av året og har jobbet aktivt sammen på tiltak utenfor utvalgets møter. Utvalget har diskutert og identifisert hindre for mangfold og likestilling, og et av møtene på begynnelsen av året tok spesielt for seg hvordan vi ønsker å jobbe med disse i Storebrand og hva slags hindre utvalgets medlemmer ønsket å ta tak i. Her ble det enighet om å særskilt se på utforming av våre stillingsannonser, hvordan vi rekrutterer og hvordan vi utvikler og beholder våre medarbeidere, med spesiell vekt på hvordan vi gjør dette i en tid preget av en hybrid arbeidshverdag.

Det har vært stort engasjement for arbeidet med vår nye hybride arbeidshverdag og Future Storebrand i Mangfoldsutvalget, og dette tette samarbeidet fortsetter i 2022. Utvalget har snakket om hvor viktig det er å ha spesielle tiltak innen mangfold, inkludering og tilhørighet i en så stor endring og at vi skal sette i gang tiltak som møter det forskjellige medarbeidere trenger i en slik situasjon. En av diskusjonspunktene har vært hvor viktig det er at mer erfarne medarbeidere skal få en bedre forståelse for hvilken ressurs de representerer for yngre eller mer uerfarne medarbeidere - spesielt nå som vi rekrutterer mange unge medarbeidere gjennom Storebrand Future Impact hvert år. Vi har også fokusert på psykologisk trygghet og hvordan man kan bygge dette i alle team hele året gjennom blant annet et læringsløp og arbeid i workshoper. Dette startet med poster om psykologisk trygghet som ble delt til mer enn 1200 medarbeidere på vårt interne sosiale medium Yammer. Arbeidet med psykologisk trygghet, mangfold, inkludering og tilhørighet vil også fortsette utover neste år.

Utvalget har diskutert seksuell trakassering som hinder for likestilling. Vi har diskutert og vurdert om dette kan forekomme for eksempel der medarbeidere har ulike roller med stor ubalanse i makt eller status. Vi har spesielt sett på Arbeidstilsynets oversikt over hvor seksuell trakassering finner sted og fokusert på sosiale settinger eller situasjoner på arbeidsplassen hvor dette kan forekomme. Vi har også inkludert muligheten for at dette skjer på digitale plattformer og sosiale medier. Våre People Business Partnere, som følger opp alle konsernområder i Storebrand, er gjort spesielt oppmerksomme på denne problematikken.

RESULTATENE AV ARBEIDET OG TILTAKENE.

Vi inngikk i 2021 et samarbeid med NAV for å ansette personer med nedsatt arbeidsevne eller som i en periode har stått utenfor arbeidsmarkedet. Vi har i dag fire medarbeidere som jobber i ulike roller på tvers av konsernet gjennom samarbeidet med NAV. Vi ser at det bidrar til økt forståelse for mangfold og et enda mer inkluderende arbeidsmiljø.

Styret mottok i 2021 regelmessige rapporter om andelen kvinnelige ledere på ledernivåer 1-4. ved utgangen av 2021 var det 39 prosent kvinner på disse ledernivåene. Vi ser at vi i 2022 også må fokusere på kjønnsfordelingen på alle ledernivåer, også på ledernivåer 5 og 6. I 2021 startet vi opp et kurs i inkluderende ledelse med en ekstern partner, Skillhus AS. Om lag 90 ledere gjennomførte kurset Storebrand inkluderende ledelse, hvor ledere i grupper på 15 deltakere gjennomgikk seks digitale samlinger. Tema for samlingene var hvordan ledere kan bidra til å bygge en mer inkluderende organisasjon. Kurset ble utviklet på basis av en vellykket pilot våren 2021, og programmet vil bli videreført med en ny gruppe ledere i begynnelsen av 2022. Vi har nå for vårsemesteret 2022 lagt ut en åpen påmelding, slik at ledere som ønsker det kan melde seg på. Vi har som mål at alle ledere på Storebrand skal få ta kurset inkluderende ledelse i form av dette eller annet kurstilbud.

På Kvinnedagen den 8. mars, 2021 inviterte vi kvinner i hele Storebrand til å søke seg til vårt nye mentorprogram for kvinner. Her ble det til sammen med 35 mentorpar (å en mentor og en adept), på tvers av avdelinger i Storebrand og SPP (i Sverige). Vi vil invitere kvinner til å søke på nytt mentorprogram også i 2022, da tilbakemeldingene og evalueringene av programmet har vært særdeles gode.

Ved årsskiftet var andelen kvinner blant samtlige ledere i Storebrand 37 prosent. Tre av ni medlemmer (33,3 prosent) av konsernledelsen var kvinner. Blant lederne som rapporterte direkte til konsernledelsen på nivå 3, var 37 prosent kvinner og andelen kvinner på ledernivåer 1 til 4 var totalt 39%. 50 prosent av styremedlemmene i Storebrand ASA var kvinner. Dette representerer en økning på 10% på et år, opp fra en 40% kvinneandel i Styret i 2020.

Mangfoldsutvalget har utarbeidet et årshjul med tiltak for mangfold, inkludering og tilhørighet som å delta på Diversity and Inclusion Day markering den 21. mai i regi av Equality Check og CARE og å sette psykisk helse og mangfold på agendaen gjennom målrettede juleaktiviteter på våre interne sosiale medier med mer i løpet av året.

Mangfoldsutvalget engasjerte seg også i juni 2021 i en inkluderingsstafett på våre interne sosiale medier hvor medarbeidere fra hele selskapet deltok og fortalte om hvordan de opplevde mangfold og viktigheten av dette, i forbindelse med Diversity and Inclusion Day. Til denne dagen ble det også etter initiativ fra Mangfoldsutvalget utviklet en film, Mangfoldsmonologene på Storebrand i samarbeid med regissør Stine Sandnes. Medarbeidere på Storebrand ble invitert til å dele sine historier som deretter ble gjenskapt til film ved hjelp av skuespillere som spilte ut medarbeidernes historier.

Mangfoldsutvalget har foreslått foredragsholdere for inspirasjon som Isabelle Ringnes fra Equality Check og Big Enough Global til interne digitale foredrag på Storebrand. Mangfoldsutvalget deltok aktivt i mai i år for å få flere medarbeidere til å legge igjen anbefalinger på Equality Check, et objektivt blikk på hvordan Storebrand fremstår på mangfold utad. Storebrand er stolt sponsor av Equality Check. Mangfoldsutvalget har også engasjert seg og uttrykt stor interesse for flere tiltak for å bygge inkluderende organisasjon, spesielt i form av å bygge et læringsløp på psykologisk trygghet og ta dette ut i hele organisasjonen, team og ledergrupper gjennom workshops.

Psykologisk trygghet er en forutsetning for mangfold og inkludering. Derfor la vi i 2021 økt vekt på å øke kunnskap om dette temaet gjennom deling av innhold på våre interne sosiale medier. Denne sammenhengen mellom psykologisk trygghet, mangfold og inkludering har derfor vært tema på workshops i flere enn 25 ledergrupper, områder og team på tvers av organisasjonen i løpet av året.

Gjennom hele 2021 forbedret vi vår rekrutterings- og intervju prosess for å gjøre den så inkluderende som mulig. Vi har jobbet med å synliggjøre mangfold så godt det lar seg gjøre i intervju- og rekrutteringsprosessen, og i stillingsannonser, for å vise bredden i hvordan det er å jobbe hos oss best mulig. I 2021 har vi blant annet laget filmer med flere av våre medarbeidere fra ulike deler av konsernet, der de forteller om hva de jobber med og hvorfor de har valgt Storebrand. I tillegg har vi jobbet med å inkludere flere medarbeidere fra avdelingen i rekrutteringsprosessen, så kandidater skal få et større innblikk i hvem som jobber hos oss.

Vi har jobbet målrettet med å rekruttere, utvikle og beholde et mangfold av ledere i selskapet. Det vil si at vi alltid tenker mangfold og inkludering ved rekruttering, utvikling, suksessjon og ved eventuell omstilling eller organisasjonsendringer. Målet er å tilby den beste og mest inkluderende kandidatreisen, slik at Storebrand oppleves som en attraktiv og inkluderende arbeidsplass. Vi har i hele 2021 tilstrebet å ha minst én kvinnelig og én mannlig kandidat i siste intervjurunde for lederstillinger hvis mulig.

Årlig lønnsjusteringsprosess

Storebrand arbeider målbevisst for å korrigere lønsmessige 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 bonusordning som innebærer at 20 prosent av medarbeiderne kan få mellom 5 og 15 prosent av lønnen som en bonus for ekstraordinære prestasjoner.



Når leder har innstilt på lønnsøkninger og eventuelt bonus for sine medarbeidere, blir innstillingen gjennomgått av leder på neste nivå, og konserndirektørene for de enkelte konsernområdene har full innsikt i vurderingene som er gjort på alle ledernivåer. 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 lønnpotten er fordelt på kjønn og alder. Målene er blant annet at kvinner minst skal ha sin distribuerte del av lønnpotten, 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 2021 utgjorde kvinnenes lønnsmasse 35 prosent av samlet lønnsmasse i konsernet, mens kvinnene ble tildelt 37 prosent av lønnpotten. Det betyr at det ble foretatt en skjevfordeling til fordel for kvinner, 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.

Balanse jobb og privatliv

I Storebrand oppmuntrer vi til en god balanse mellom jobb og privatliv for alle medarbeidere. Etter utbruddet av pandemien i 2020 la vi til rette for fleksibilitet i arbeidstid og -sted. Selv om betydningen av leveranser og resultater er viktigere enn hvor man jobber fra, ser vi stor verdi i at medarbeidere møtes fysisk. Utformingen av fremtidens arbeidsplass og vår nye arbeidshverdag skal ivareta og sikre en god balanse mellom effektivitet, samspill, kreativitet, kompetanseutvikling og engasjement. Dette arbeidet vi kontinuerlig med gjennom hele 2021. For å underbygge teamenes autonomi, fleksibilitet, evne til smidig tilpasning og læring har vi gjennom konsernets modell for arbeid og samhandling, Future Storebrand utarbeidet et samtaleverktøy for å legge til rette for diskusjoner om hvordan samarbeide for å lykkes med vår nye arbeidshverdag. Kontorlokalene ble oppgradert med ulike soner for samhandling og konsentrasjon for å gjøre det mer attraktivt å komme tilbake til kontoret da myndighetene åpnet for dette.

Vi tilbyr fast ansatte lønnet foreldrepermisjon utover de lovbestemte kravene i Norge og Sverige, og vi betaler 100 prosent lønn under foreldrepermisjonen. Storebrand tildeler også et ekstra lønnstrinn til medarbeidere som har vært i foreldrepermisjon mer enn 5 måneder i tråd med Finans Norge sin hovedavtale som Storebrand har inngått. Vi ser dette som viktig for at medarbeidere som har tatt lenger permisjon ikke skal sakke akterut lønsmessig. I Norge har far 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 utover det som er lovpålagt.

PLANER OG FORVENTNINGER FOR VIDERE ARBEID OG TILTAK

Slik diagrammet viser har vi en relativt god kjønnsfordeling på ansatte. For å komme enda nærmere målene våre om bedre kjønnsbalanse har vi planlagt følgende tiltak:

Øke kompetanse om likestilling og mangfold

For neste år har vi satt mangfold og inkludering ytterligere på agendaen, og dette er også et av våre endringsmål vi har definert for hele konsernet. Overskriften for dette arbeidet i 2022 er "Bli hørt og høre til" Her vil vi jobbe bredt i organisasjonen for å styrke inkludering. Et av punktene vi skal arbeide mer målrettet mot det neste året er økt mangfoldskompetanse for alle ledere og medarbeidere i konsernet. Dette blir spesielt viktig for å tiltrekke seg kandidater ved rekruttering, og å bygge opp under målet vårt om å være en inkluderende og god arbeidsplass for alle, uansett bakgrunn. Vi har inngått et samarbeid med Catalysts Forening om å utvikle et e-læringstilbud for alle medarbeidere, og vi skal søke midler fra til dette tilbudet i februar. Vi søker om midler fra Direktoratet for Inkludering og Mangfold (IMDI) med en ekstern aktør som Catalysts også for å kvalitetssikre tilbudet vi skal utvikle.

Psykologisk trygghet

Gjennom året har vi fått god respons på våre tiltak angående psykologisk trygghet, og vi fortsetter det gode arbeidet vi har startet her neste år. Vi ønsker da å jobbe med og forankre hvor viktig psykologisk trygghet er i hele organisasjonen. Vi fortsetter dette arbeidet mot nye team og gjennom vårt onboardingprogram "Smart start" til alle nye medarbeidere.

Mangfold, inkludering og tilhørighet

Vi vil i 2022 videreføre lederutviklingsprogrammet Inkluderende ledelse i samarbeid med Skillhus, med en ny gruppe ledere som vil ha oppstart i første kvartal. I tillegg skal vi starte opp et nytt program for å støtte opp under våre mål om å bli en mer inkluderende organisasjon, nemlig Reverse Mentoring. Vi setter i gang dette programmet for å utvikle en bredere forståelse for etnisk mangfold og for hvordan ledere kan rekruttere, beholde og utvikle et større mangfold i alle deler av konsernet. I februar 2022 vil vi sammen med Catalysts Forening rekruttere 10 studenter med flerkulturell bakgrunn eller internasjonale studenter som skal være mentorer for 10 ledere hos oss for å gå fra ord til handling når det gjelder etnisk mangfold på Storebrand. Dette er et etablert program i Catalysts sin portefølje av bedriftsprogrammer, og et lignende program ble i 2021 gjennomført av et annet norsk selskap med 10 studentmentorer. Vi skal gjennomføre en pilot i Norge i 2022 og ønsker å utvide mentorprogrammet til å inkludere Sverige i 2023 hvis piloten i Norge er vellykket.

Rekruttere, utvikle og beholde

I rekrutteringsfasen har vi som mål å jobbe enda mer strukturert med inkludering i alle deler av prosessen. Her skal vi blant annet se enda nærmere på hvem som rekrutterer slik at vi kan få til et enda større mangfold også her. Vi lyser ut alle stillinger internt i minst én uke før vi lyser dem ut eksternt. Dette øker den interne mobiliteten, og vi er samtidig veldig nøye med å lyse ut stillingene utenfor vårt eget nettverk og bruker både LinkedIn og Finn.no aktivt. Rekrutteringsfilmene som ble laget på slutten av 2021 viser også et stort mangfold blant våre medarbeidere på en underholdende og uformell måte. Vi ser at dette har blitt godt tatt imot, og vi opplever at vi har fått en større bredde i kandidater som søker hos oss som et resultat av denne kampanjen.

Vi har allerede brukt 2021 til å se på teksten i våre stillingsannonser og til å gjøre språket mot kunder og kandidater mer inkluderende. Et tiltak her har vært å fjerne lange kravlister i flere jobbannonser, da forskning har vist at dette kan virke avskrekkende for visse kandidater å søke, og ofte spesielt for kvinner. Det finnes også informasjon i våre stillingsannonser om at vi har et mål om å være en inkluderende og mangfoldig arbeidsplass. Vi har vært bevisst på å bruke bilder av våre egne medarbeidere og synliggjøre mangfoldet vi allerede har på den måten og også vise fram forskjellige rollemodeller for mangfold i 2021. I 2022 ønsker vi å utforske om det finnes apper eller selskaper vi kan samarbeide med som kan bidra til en ytterligere forbedring av språket i våre stillingsannonser.

Med tanke på selve intervju situasjonen, er det et mål for oss i 2022 å gjøre våre ansettelsesprosedyrer så inkluderende og standardiserte som mulig. Vi har i 2021 vært bevisst på å kalle inn minst én mannlig og én kvinnelig søker til sluttintervju ved lederstillinger, og dette kommer vi til å fortsette med i 2022. Vi har også som ambisjon å kalle inn minst én søker med minoritetsbakgrunn til jobbintervju på alle stillinger i 2022. Det er også viktig for oss å tilstrebe en mangfoldig representasjon blant de som er rekrutterende ledere og blant våre rekrutteringsspesialister. I 2022 ønsker vi å legge til rette for at en objektiv tredjepart som er ekspert på mangfold kan gjennomgå våre standardiserte intervju spørsmål for å se om noen av disse spørsmålene kan favorisere en bestemt kulturell bakgrunn eller verdisyn.

Lik lønn for likt arbeid

Vi ser at vi har svært nært opp til lik lønn for likt arbeid i forhold til datagrunnlaget vårt som diskutert tidligere. Vi fortsetter vårt arbeid for likestilling i vår årlige lønnsjusteringsprosess og vi legger ekstra trykk på å øke andel kvinner i leder- og spesialiststillinger. Vi underbygger dette med tiltak som Mentorprogram for kvinner og ved å nominere 50/50 andel kvinner og menn til våre lederutviklingsprogrammer. Vi kommer også til å oppmuntre i enda større grad til intern mobilitet for kvinner til stillinger preget av lav andel kvinner.

Formålsdrevet organisasjon

Storebrand ønsker å bli sett som det beste stedet å jobbe for formålsdrevne medarbeidere. Det er derfor viktig for oss å fortsette vårt målrettede arbeid med å tilrettelegge for sosiale møteplasser som fremmer mangfold. Vi har vært bevisst på å tilby et variert utvalg i kantinene våre, inkludert et stort utvalg av vegetariske alternativer. Året 2021 har vært en god anledning for å tilrettelegge for flere digitale og hybride møteplasser, og vi har blant annet utviklet et nytt, digitalt introduksjonsprogram for alle nye medarbeidere som tilbys hver måned. Dette har vist seg å være svært populært og noe vi kommer til å videreutvikle i 2022 gjennom blant annet å se på hvordan vi kan fremme inkludering og mangfold enda bedre også her.

Storebrand ASA

Professor Kohts vei 9, Postboks 500, 1327 Lysaker, telefon 915 08880, storebrand.no