

# Storebrands rapportering på bærekraft 2011

Konsernets Scorecard for bærekraft (tidligere Handlingsplan for Samfunnsansvar) er en dynamisk sammenstilling av de av virksomhetens definerte mål innen bærekraft som det er viktigst for Storebrand-konsernet å rapportere til aksjemarkedet. De utgjør grunnen til vår rapportering til relevante holdbarhetsindekser som Dow Jones Sustainability Index og FTSE4Good. Scorecard for bærekraft eies og følges opp av konsernets Strategiavdeling. Dette innebærer at Strategiavdelingen velger ut hvilke av virksomhetens mål som er materielle for vårt arbeid med bærekraft. Kun i unntakstilfeller setter strategiavdelingen egne mål for arbeidet med bærekraft som da delegeres ut i organisasjonen. Samtlige mål er koplet til en ansvarlig konserndirektør. Målene er satt for en toårsperiode, mens resultatet rapporteres årlig. Statusrapportering av målene i Scorecard for bærekraft skjer årlig i både konsernledelsen og styret.

Storebrand har signert FNs prinsipper for ansvarsfull forretningsdrift: Global Compact, som representerer grunnlaget for alt vårt arbeid med bærekraft. Prinsippene omfatter følgende områder: menneskerettigheter, arbeidstakers rettigheter, miljø og anti-korrupsjon. Videre støtter vi FNs prinsipper for bærekraftige investeringer, UNPRI. Vi har vært en drivende kraft bak utviklingen av World Business Council for Sustainable Developments Vision 2050 og arbeider således mot en verden i 2050 der "9 milliarder mennesker lever godt og innenfor vår planets ressurser".

Storebrand-konsernet har publisert rapporter innen miljø og samfunnsansvar siden 1995. Siden 2008 er bærekraftsrapporteringen integrert i konsernets årsrapport. I vårt arbeid med bærekraftsrapportering benytter vi Global Reporting Initiative (GRI) sine retningslinjer for rapportering om bærekraft som et verktøy. Vi mener vår rapporteringspraksis i all hovedsak er i samsvar med GRIs rapporteringsprinsipper og at vår rapportering tilfredsstillende nivå B i henhold til retningslinjene. Storebrand ønsker åpenhet rundt sitt samfunns-

ansvarsarbeid og stiller krav til etterrettelighet og kvalitet i dette arbeidet. Resultatene på bærekraftsområdet har derfor blitt gjennomgått og attestert av Deloitte AS og deres konklusjon fremgår av revisors uttalelse på side 163 i årsrapporten. En slik gjennomgang øker troverdigheten til rapporteringen og dataene som er presentert. I tillegg oppnås det bedre sikkerhet internt for at informasjon er innsamlet, sammenstilt og kvalitetssikret på en hensiktsmessig måte.

Rapporteringen består av to elementer: Konsernets scorecard for bærekraft og tekster om de viktigste aktivitetene i 2011. Scorecard for bærekraft er publisert på side 164-165 i konsernets årsrapport, mens tekstene er publisert på side 18-21. Rapporteringen er avgrenset til konsernets aktivite-



*Vi kan ikke redde hele verden, men vi tar ansvar for vår del av kaken.*

ter i Norge, Sverige og Baltikum, der alle selskaper som er konsolidert i konsernregnskapet er inkludert. I scorecard for bærekraft er det så langt det er mulig rapportert på resultater for konsernet som helhet. Forskjeller i informasjonstilgang og rutiner for innhenting og sammenstilling av data gjør imidlertid at det for enkelte indikatorer kun er rapportert for konsernets virksomhet i Norge. Det legges stor vekt på å sikre at opplysningene er fullstendige og korrekte, men noe usikkerhet kan likevel knyttes til enkelte deler av tallmaterialet. Detaljer knyttet til definisjon og avgrensning av den enkelte indikator finnes nederst i dette dokumentet.

Scorecard for bærekraft er bygd opp rundt den tredelte bunnlinjen (økonomisk verdiskaping, sosialt ansvar og miljøhensyn) og de viktigste interessentgruppene (eiere, kunder, ansatte, leverandører og det internasjonale og nasjonale samfunnet). Det er utviklet indikatorer for de viktigste skjæringspunktene mellom konsernet og interessentgruppene, altså der konsernet i vesentlig grad påvirker eller påvirkes av interessentene. Handlingsplanen skal gjenspeile konsernets langsiktige strategi for bærekraft, og temaene som belyses vil i liten grad variere fra rapporteringsperiode til rapporteringsperiode. Målene for hver indikator settes for en toårsperiode og vil gjenspeile konsernets ambisjoner på kortere sikt for å realisere strategien for bærekraft. I årsrapporten for 2011 rapporteres resultat 2010, resultat 2011 og mål for 2011-2012.

Tekstene om bærekraft i rapporten belyser temaer som har vært særlig viktige i 2011. Interne prosesser, mediebildet i Norge og Sverige og dialog med viktige interessenter er faktorer som har vært relevante når vi har valgt ut og prioritert hvilke temaer som skal belyses i tekstene. Vi forventer at rapporten i hovedsak vil brukes av eiere, investorer, kunder, akademia og nasjonale og internasjonale ratingbyråer.

## Samspill med interessenter

Eiere har mulighet til å gi innspill til konsernet på generalforsamlingen, der vanlige temaer er den økonomiske verdiskapingen i selskapet og enkeltsaker som enkeltaksjonærer ønsker svar på. Konsernet informerer eiere, analytikere og investorer om selskapets verdiskaping gjennom børsmeldinger, kvartalspresentasjoner og i årsrapporten. Vi gjennomfører kundeundersøkelser for å vite hva kundene mener om oss. Vi måler tilfredshet og lojalitet, i tillegg til at vi undersøker hvordan kundene oppfatter våre medarbeideres kompetanse, reaksjonsdyktighet og personlige behandling. Resultatene er viktige styringsverktøy for vårt kontinuerlige forbedringsarbeid. Konsernet har også en systematisk oppfølging av alle klager som mottas, med klare krav til kvalitet i svarene, behandlingstid og intern læring.

Dialogen med ansatte foregår i formelle fora som arbeidsmiljøutvalg, konsernstyret og tillitsvalgte, gjennom årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse og uformelle kanaler som intranett, ledermøter og allmøter. Helse og trivsel, interne endringsprosesser og kompensasjonsordning er vanlige temaer i dialogen med ansatte. Fortsatt dialog med de ansatte på hovedkontoret om inn klima, kildesortering mv. har vært viktig for å drifte hovedkontoret på en måte som er positiv for de ansatte, selskapet og miljøet. Dialogen har blant annet ført til justeringer i innetemperatur og ventilering.

Konsernet møter nye leverandører i innkjøpsprosessen, samt at det gjennomføres jevnlig statusmøter med de viktigste leverandørene. Konsernets retningslinjer for innkjøp stiller krav om miljø og samfunnsansvar hos leverandørene, og innkjøpsprosessen er en viktig arena for å finne ansvarlige og langsiktige løsninger sammen med leverandørene.

Konsernet er synlig i samfunnet gjennom deltakelse i viktige fora nasjonalt og internasjonalt, medlemskap i organisasjoner, på nasjonale og internasjonale konferanser og gjennom kronikker og debattinnlegg i Norge og Sverige. Eksempelvis deltar vi i prosjektet Focus: CSR på Handelshögskolan i Stockholm og deltar regelmessig som forelesere på det norske universitet og høyskoler.



# Forklaring til scorecard for bærekraft 2011-2012

## Økonomisk verdiskaping

Storebrands hovedoppgave er å bidra til samfunnets verdiskaping gjennom god lønnsomhet. Som aktør i en næring med langsiktig horisont, vet vi at morgendagens vinnere er de selskapene som evner å forene samfunnsmessig nytte med egen lønnsom vekst. Denne måten å arbeide med verdiskaping på vil bidra til både redusert risiko og nye forretningsmuligheter knyttet til blant annet investeringer, kreditt og produkt- og tjenesteutvikling.

Indikator	Definisjon og avgrensning
<b>Eiere</b>	
Solvensmargin i Storebrand Livsforsikring	I henhold til note 12 i årsrapport 2011.
Dow Jones Sustainability Index	Kvalifisert til indeksen og oppnådd poengsum.
Lønnsomhet i samfunnsansvar	Aktiviteter for å kartlegge lønnsomhet i samfunnsansvar.

## Sosialt ansvar

Konsernets samspill med kunder, ansatte og leverandører er avgjørende for Storebrands visjon; "Våre kunder anbefaler oss". Et inkluderende arbeidsmiljø legger til rette for å rekruttere, beholde og utvikle dyktige og motiverte ansatte som møter kundene med troverdighet og kompetanse.

Indikator	Definisjon og avgrensning
<b>Kunder</b>	
FNs prinsipper for bærekraftige investeringer (UN PRI)	Antall områder der Storebrand er i øverste kvartil i årlig rangering utført av UN PRI. Rangeringen baserer seg på en uavhengig analyse av innsendt informasjon fra selskapene supplert med informasjon som er offentlig tilgjengelig.
Andel av investeringer (on balance) som har en klar bærekraftig profil	Andel av totalinvesteringer som gir et betydelig bidrag til en bærekraftig utvikling per 31.12 i rapporteringsåret. Definisjon på denne typen investeringer er: - Investeringer i Mikrofinans. - Investeringer i FSC/PEFC/(eller tilsvarende) merket skog. - Investeringer i miljøsertifiserte eiendommer ("Miljøfyrtårn" eller tilsvarende sertifisering). - Aksjeinvesteringer i de mest bærekraftige selskapene både gjennom fond og direkteinvesteringer. - Investeringer i kredittpapirer utstedt av de mest bærekraftige selskapene både gjennom fond og direkteinvesteringer.
Investeringer i mikrofinans og alternative aktivaklasser	Aktiviteter for å utrede investeringsmuligheter og evt. utføre investeringer innen mikrofinans og andre alternative aktivaklasser, utført av Storebrand Kapitalforvaltning på oppdrag fra Storebrand Livsforsikring AS og SPP Livförsäkring AB. Kommittert og investert beløp akkumulert per 31.12 i rapporteringsåret.
Kundetilfredshet for personkunder	KTI-score basert på metodikk tilsvarende Norsk Kundebarometer. Utarbeidet i samarbeid med Handelshøyskolen BI. KTI-scoren representerer tilfredsheten med Storebrand til personkunder, både kunder som har egen rådgiver og kunder som betjenes via nettsidene og kundesenteret.
Kundetilfredshet for bedriftskunder	Rangering blant selskaper i pensjons- og livsforsikringsmarkedet i Norge, basert på undersøkelse utført av Norsk Kundebarometer ved Handelshøyskolen BI.

Kunders kjennskap og støtte til Storebrands arbeid med bærekraft	Aktiviteter for å kartlegge kunders kjennskap og støtte til Storebrand-konsernets arbeid med bærekraft. Prosjektet er i en tidlig fase. Nullpunktmåling vil gjennomføres i løpet av 2012. Årlig måling bestående av fire spørsmål om relevans for kundene og deres vurdering av hvordan Storebrand presterer: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jobber aktivt for å sikre den høyeste etiske standarden i bransjen og bekjempelse av korrupsjon og annen økonomisk kriminalitet.</li> <li>2. Investerer i bærekraftige selskaper som overholder FNs regler i forhold til rettferdige arbeidsforhold, etikk og nivå på miljø og klimabelastninger.</li> <li>3. Jobber aktivt for at Storebrands virksomhet skal ha en positiv effekt på miljø, klima og samfunn.</li> <li>4. Jobber aktivt for å sikre en bærekraftig og langsiktig sunn økonomi for våre kunder.</li> </ol>
Forebygging og avdekking av økonomisk kriminalitet	Aktiviteter i konsernet for å forebygge og avdekke korrupsjon og andre former for økonomisk kriminalitet, samt deltakelse i eksterne fagfora, bransjegrupper og samarbeidsorganer for å forebygge og avdekke økonomisk kriminalitet.
Klagebehandlingstid	Andel av registrerte klager som er ferdig behandlet innen 3 uker (21 kalenderdager eller mindre) fra klagedato (dato for henvendelse fra kunden). Målingen omfatter ikke klagesaker som behandles av eksterne klageinstanser, inkludert rettstvister. En klage er en skriftlig eller muntlig henvendelse fra en kunde som uttrykker misnøye/uenighet med en avgjørelse eller beslutning, og som fører til en skriftlig tilbakemelding fra Storebrand. Målingen omfatter både helsevurderinger og ordinære klager fra alle deler av konsernet.
<b>Ansatte</b>	
Etikk-arbeid i konsernet	Indikator sammensatt av fire delkomponenter: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ansattebevissthet - Score for spørsmålsformulering: "Jeg har et klart bilde av betydningen av de etiske retningslinjene i mitt daglige arbeid" i årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse utført av Ennova.</li> <li>2) Andel ansatte som tar elæringskurset. Måles hvert tredje år og ble sist målt i 2010. For sammenliknbarhet blir resultat 2010 stående til det erstattes av ny måling, presumptivt i 2013</li> <li>3) Andel ledere som gjennomfører dilemmatrening i sin avdeling/ledergruppe.</li> <li>4) Andel ledere som rapporterer status på etterlevelse av konsernets etikk-regler.</li> </ol>
Sykefravær	Antall sykefraværstimer delt på antall arbeidstimer. Omfatter SPP (inkl. Nordben og Euroben), Storebrand Norge (13 selskaper, ikke inkl. Ring og Hadrian) og Storebrand Baltic.
Ansattes helse og trivsel	Aktiviteter for å definere konsernets ambisjon innenfor helse og trivsel. Indikator for Ansattes helse og trivsel (fysiske og psykiske faktorer) er sammensatt av åtte spørsmålsformuleringer i årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse utført av Ennova: <p>Helse:</p> <p>I hvilken grad er lydforholdene på din arbeidsplass bra?</p> <p>I hvilken grad er luftforholdene på din arbeidsplass bra?</p> <p>I hvilken grad er lysforholdene på din arbeidsplass bra?</p> <p>Jeg vet hvordan arbeidsplassen min kan tilpasses ergonomisk.</p> <p>Trivsel:</p> <p>I hvilken grad har du tillitt til nærmeste leder?</p> <p>I hvilken grad opplever du eget tidspress og arbeidsbelastning som håndterbart?</p> <p>Hvor tilfreds er du generelt sett som medarbeider på arbeidsplassen din?</p> <p>Totalt sett, i hvilken grad synes du Storebrand-konsernet er et flott sted å arbeide?</p>
Andel kvinnelige ledere	Definert som lederstilling med personalansvar. Prosjektlederstillinger er ikke inkludert.

Mangfold	Indikator for Mangfold er sammensatt av tre spørsmålsformuleringer " i årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse utført av Ennova: 1) Jeg støtter Storebrands ambisjon om at sammensetningen av de ansatte skal avspeile samfunnet som helhet og preges av mangfold. 2) Jeg mener sammensetningen av ansatte i Storebrand avspeiler samfunnet som helhet og preges av mangfold. 3) I hvilken grad føler du deg likebehandlet uavhengig av alder, kjønn, tro, funksjonshemming, etnisitet eller seksuell orientering?
Produktivitetsmåling LEAN	Aktiviteter for å etablere målkort/rapportering på produktiviteten i utvalgte prosesser i konsernet.
Ansattes kjennskap og støtte til Storebrands arbeid med samfunnsansvar	Sammensatt av to spørsmål fra årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse utført av Ennova: 1) Jeg kjenner til hovedelementene i Storebrand-konsernets arbeid med samfunnsansvar. 2) Jeg synes det er verdifullt at Storebrand-konsernet ønsker å være ledende på samfunnsansvar.
<b>Leverandører</b>	
Miljøkrav til leverandører	Andel av nye avtaler i rapporteringsåret inngått med leverandører i Norge der forbedringer hos leverandøren innen miljø og/eller samfunnsansvar er et vilkår for inngåelse av kontrakten.

## Miljøhensyn

Storebrand arbeider systematisk for å redusere forretningsdriftens belastning på miljøet, både i forhold til egen drift, eiendomsforvaltning, investeringer og innkjøp. Områder der vi har stor miljøpåvirkning er energiforbruket på eiendommene vi forvalter selv, energiforbruket på hovedkontoret og flyreiser.

Indikator	Definisjon og avgrensning
<b>Samfunnet</b>	
CO2-utslipp	CO2-utslipp fra konsernets norske virksomhet. Inkluderer direkte og indirekte utslipp, herunder transport, energiforbruk på hovedkontoret, flyreiser og avfall på hovedkontoret. Energiforbruk i egenforvaltede eiendommer måles og rapporteres, men inngår ikke i konsernets klimaregnskap, da det ikke er utslipp fra konsernets aktiviteter. Klimaregnskapet beregnes av CO2Focus basert på deres metodikk. CO2Focus benytter en nordisk miks som grunnlag for beregning av utslippet fra el-kraft.
Flyreiser (enkeltreiser)	Antall enkeltreiser foretatt av ansatte i konsernets norske og svenske virksomhet i tjenesteøyemed. Basert på rapport over antall enkeltreiser fra reiseoperatøren. I tillegg estimert antall reiser som ikke ble bestilt gjennom reiseoperatøren, basert på registrert reisegodtgjørelse i HR-systemet. Tillegget ble estimert til 5 % i 2011 og 15 % i 2010.
Energiforbruk (eksternt forvaltede eiendommer)	Aktiviteter for å kartlegge energiforbruk på eiendommer som eies av Storebrand, men forvaltes av eksterne forvaltere. Inkluderer kun eiendomsporteføljen til konsernets virksomhet i Norge.
Energiforbruk (egenforvaltede eiendommer)	Prosentvis endring i temperaturkorrigert energiforbruk per kvadratmeter oppvarmet areal på egenforvaltede eiendommer fra 31.12.2011. Basert på tall fra kraftleverandør (el og fjernvarme) registrert i energinet.net.
Energiforbruk (hovedkontoret)	Temperaturkorrigert energiforbruk per kvadratmeter oppvarmet areal på konsernets hovedkontor Lysaker Park. Totalt forbruk registrert fra kraftleverandører (el og fjernvarme) korrigeres for gatevarme, oppvarming av garasjeanlegg og kjøling av IKT-rom.
Miljøfyrtårnsertifisering av egenforvaltede eiendommer	Andel av egenforvaltede eiendommer i Norge som er sertifisert i henhold til den norske miljøsertifiseringsordningen Miljøfyrtårn.

Kontaktperson: Leder for Bærekraft Stina Billinger, [stina.billinger@storebrand.no](mailto:stina.billinger@storebrand.no)