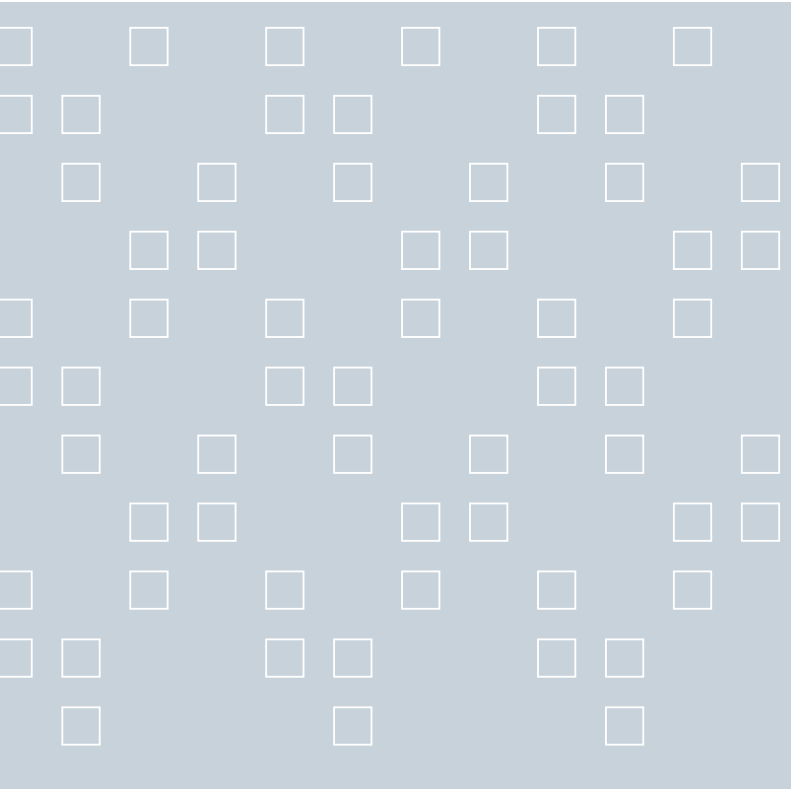


Storebrands samfunnsansvar



Utmerkelser og aktiviteter

Norges første økokjøringskurs på nett

Storebrand lanserte Norges første økokjøringskurs på nett 2008, i samarbeid med Autoriserte Trafikkskolers Landsforbund. Nærmere 12 000 personer har gjennomført kurset, som bevisstgjør deltager på hvordan man kan redusere drivstoff-forbruket og CO2-utslippet samtidig som det bidrar til bedre trafiksikkerhet.

Ta testen på www.storebrand.no/samfunnsansvar



Utmerkelse til de beste på samfunnsansvar

Storebrand analyserer investerbare selskapers innsats innenfor samfunnsansvar og deler ut utmerkelsen Best in Class til de beste selskapene i sin bransje. Utmerkelsen er en anerkjennelse av grundig og systematisk arbeid med miljø, sosialt ansvar og god virksomhetsstyring.

BEST IN CLASS

environmental and social performance

STOREBRAND SRI



Norges første klimanøytrale finanskonsern

Storebrand ble klimanøytral 1. januar 2008 og har mål om å redusere konsernets CO2-utslipp med ytterligere 20 % innen 2010.



WWF Norge kårer Storebrand som beste Earth Hour bedrift i 2009.

Dette sier WWF Norge i sin begrunnelse:



Storebrand har brukt Earth Hour på en meget kreativ måte. Såvel ledelse som ansatte har sett det positive i Earth Hour-konseptet og har skapt et engasjement innad i virksomheten. I tillegg oppfordret konsernsjefen også allmennheten til å delta i Earth Hour og derved vise sitt engasjement for klimaet.

Svanepriisen

Storebrand ble medlem nr. 1 i Svanens innkjøpsklubb og fikk i 2009 Svanepriisen for beste innkjøper pga de miljøhensyn vi tar ved innkjøp i begrunnelsen for prisen heter det blant annet:

Årets vinner har de siste årene gjort miljømessige forbedringer innenfor alle prioriterte innkjøpsområder. De har enten etterspurt eller foretatt store innkjøp av andre viktige svanemerkete varer som tonerkassetter, kontormøbler og kontormaskiner. Både renholdsfirmaet som benyttes og deres eget hustrykkeri har Svanen. Vinneren kjøper inn betydelige mengder miljømerket maling og linoleumsgulv til sitt nybygg, og terrassene er av holdbart svanemerket trevirke fra Kebony. Årets vinner må karakteriseres som en svært miljøbevisst og offensiv innkjøper.



Hva betyr det å være samfunnsansvarlig?

Storebrand har som ambisjon om å være Nordens ledende finanskonsern når det gjelder samfunnsansvar og samfunnsansvarlige investeringer. Men hva betyr egentlig samfunnsansvar, og hva gjør vi for å nå ambisjonen vår?

Å være samfunnsansvarlig handler om noe mer enn å følge lover og regler eller støtte frivillige organisasjoner. Bedriftens samfunnsansvar handler først og fremst om å opptre ansvarlig og bidra til samfunnet gjennom de produktene og tjenestene bedriften leverer. Det handler med andre ord om kjernevirksomhet og lønnsomhet, og hvordan bedriften kan være med å løse samfunnets utfordringer gjennom ansvarlig og lønnsom drift. For finansbransjen handler det blant annet om å stille strenge krav til miljø og samfunnsansvar i investeringene, bidra til å avdekke og forebygge økonomisk kriminalitet, og å utvikle pensjonsprodukter som hjelper bedriftskundene med å redusere sykefravær.

Vi tror vi kan nå ambisjonen vår ved å arbeide systematisk for å kontinuerlig forbedre oss i forhold til de over 40 målene vi har satt oss innenfor samfunnsansvar (se s. 17-18). Ett av dem er å fortsatt kvalifisere oss til den internasjonale bærekraftsindeksen Dow Jones Sustainability Index, der kun de 10 prosent beste i verden innenfor sin bransje er kvalifisert. I tillegg har vi som mål å være blant verdens ledende innenfor samfunnsansvarlige investeringer, det området vi har størst mulighet til å påvirke til en bærekraftig utvikling.

Dette heftet er et supplement til den årlige samfunnsansvarsrapporteringen i konsernets årsrapport, og på nettet (www.storebrand.no/samfunnsansvar), og inneholder noen av de viktigste satsingsområdene våre.



Konsernsjef Idar Kreutzer med en av Storebrands el-biler.

Som bedrift kan vi ikke operere i et vakuum uten å forstå og ta hensyn til verden rundt oss. Storebrand er opptatt av at hele virksomheten skal sette et positivt fotavtrykk etter seg. Næringslivets fremtidige vinnere vil være bedrifter som utvikler produkter og tjenester på en måte som forener globale samfunns- og miljømessige utfordringer med lønnsom vekst. Bedrifters og enkeltpersoners mulighet til å gjøre en forskjell har aldri vært større. Storebrands ambisjon er å være en del av løsningen - å bidra til å gjøre en forskjell!

- Idar Kreutzer, konsernsjef

Storebrand-konsernet

Storebrand er en ledende aktør i markedet for langsiktig sparing og forsikring. Konsernet består av de fire forretningsområdene livsforsikring, skadeforsikring, kapitalforvaltning og bank.

Konsernet har hovedkontor i Oslo og et landsdekkende kontornett i Norge. I tillegg er det etablert livsforsikrings-, kapitalforvaltnings- og helseforsikringsvirksomhet i Sverige. Etter oppkjøpet av det svenske tjenestepensjonsselskapet SPP i desember 2007, er Storebrand-konsernet Nordens ledende tilbyder av livsforsikring og pensjon. Storebrand tilbyr et helhetlig produktspekter til privatpersoner, bedrifter, kommuner og offentlig virksomhet.

Storebrands historie går tilbake til 1767. Selskapet har levert tjenestepensjon til norske arbeidstakere siden 1917, samme år som SPP ble etablert i Sverige. Storebrand Bank ble etablert i 1996, og i 2006 ble skadeforsikring relansert som et tilbud til personkundene og utvalgte deler av bedriftsmarkedet.

Ved utgangen av 2008 var det 2 516 ansatte i konsernet. Av disse er 52 prosent kvinner. Gjennomsnittsalderen er 43 år og gjennomsnittlig ansiennitet er 10 år.

Storebrands ambisjon er å være ledende på samfunnsansvar og samfunnsansvarlige investeringer. For å synliggjøre hvordan samfunnsansvar er integrert i kjernevirksomheten, rapporterer konsernet i 2008 både finansielle og ikke-finansielle mål og resultater i konsernets årsrapport. Storebrand mener mangfold skaper verdier. Alle medarbeidere i Storebrand er likeverdige, uavhengig av alder, kjønn, funksjonshemming, trosbekjennelse, kulturell bakgrunn eller seksuell orientering.



Visjon

Storebrand skal være Nordens fremste og mest respekterte samarbeidspartner innenfor langsiktig sparing og forsikring.

Kjerneverdier

- * Til å stole på
- * Muliggjørende
- * Enkel å forholde seg til
- * Fremtidsrettet

Ansvarlige investeringer

– del av en langsiktig og bærekraftig strategi

Storebrand ønsker å være en samfunnsansvarlig aktør i alt vi gjør. For oss handler ansvarlighet om å ha en langsiktig strategi – og ha vilje til å stå for den i både opp- og nedgangstider. Vi stiller strenge krav til samfunnsansvar - ikke bare til oss selv - men også til våre samarbeidspartnere.

Som følge av vår strategi, har vi etablert klare rammer for hva vi ønsker å investere penger i.

Næringslivets rolle

For å sikre at næringslivets bidrag til en bærekraftig utvikling blir langsiktig, må tiltakene være lønnsomme og knyttet til kjernevirksomheten. Som finansinstitusjon har Storebrand aller størst påvirkningskraft gjennom måten vi investerer kundenes sparepenger på. Vår rolle som eier gir oss en betydelig mulighet til å påvirke andre selskaper til systematisk forbedring.

Vi tror bærekraftighet og samfunnsansvar blir en av de viktigste strategiske driverne for næringslivet fremover.

Hvor blir det av pengene?

Både kundenes sparepenger og Storebrands egen kapital benyttes til å kjøpe og selge verdipapirer. Det krever bare noen tastetrykk å flytte penger fra en konto i Norge eller Sverige, eller til en aksje eller obligasjon et annet sted i verden. Storebrand investerer over hele verden og i mange typer virksomheter.

Ansvarlige investeringer handler om å ha et bevisst forhold til hvordan vi tjener penger og hva slags virksomhet vi eier verdipapirer i. Ved å investere i selskaper som har orden i eget hus, sikrer vi kundene den beste og mest stabile avkastningen over tid.



...business cannot succeed in a society that fails.

Björn Stigson, President WBCSD, 2008

WBCSD – World Business Council for Sustainable Development



FTSE4Good

Å velge de beste

Storebrand har arbeidet med ansvarlige investeringer siden 1995, og vi har ambisjoner om å være ledende innenfor dette området. Vår konsernstandard for ansvarlige investeringer stiller krav som gjelder alle fond og pensjonsporteføljer. For å oppnå mest mulig med våre ressurser har vi utarbeidet en tredelt strategi:

- **Aktivt eierskap:** Vi legger sterkt press på selskaper som medvirker til brudd på menneskerettigheter, korrupsjon, miljøskade og annen uetisk forretningspraksis. Formålet er – i første rekke gjennom dialog – å bidra til forbedring internt i selskapene.
- **Utelukke de verste:** Vi avstår fra investering i selskaper som ikke aktivt arbeider for å rydde opp i uetisk forretningspraksis. Vi avstår også fra investering i selskaper som har betydelige mangler i sin risikostyring, som er delaktig i produksjon av landminer, kjernevåpen og/eller atomvåpen samt tobaksproduksjon.
- **Velge de beste:** Vi rangerer selskaper innenfor samme bransje for å fremheve de beste – etter 'Best in Class'-prinsippet.

Eierskap = makt til å påvirke

Storebrand er en stor eier og investor i ulike norske og utenlandske selskaper. Som eier har man mulighet til å påvirke selskapene man er investert i. Vi har en rekke kanaler inn til selskapene; gjennom våre egne analytikere for samfunnsansvarlige investeringer, via porteføljeforvaltere, og via samarbeid med andre investorer og eksterne forvaltere. Storebrands porteføljeforvaltere har utstrakt kontakt med selskapene de investerer i, og vi benytter også denne muligheten til å påvirke innenfor eierstyring og selskapsledelse.



Christine Turvag Malmgren og Storebrand vil ikke sette med å utelukke ettersom fond beta de like er opplyst av etiske investeringer.

Presser fondene på etisk standard

40 samarbeidspartnere under lupen hos Storebrand

Storebrand legger nå et sterkt etisk press på sine eiendomsforvaltere som leverer rådgivning til selskaper. De siste årene har de fått innført etiske retningslinjer. Selskaper fra land som er på listen, som leverer med våpen og atomvåpen vil bli utelukket fra porteføljen. De siste årene har de fått innført etiske retningslinjer. Selskaper fra land som er på listen, som leverer med våpen og atomvåpen vil bli utelukket fra porteføljen.

UNNØDIGT VÅPEN
Storebrand har de siste årene fått innført etiske retningslinjer. Selskaper fra land som er på listen, som leverer med våpen og atomvåpen vil bli utelukket fra porteføljen.

Etisk press – I første omgang har vi innført etiske retningslinjer som gjelder alle eiendomsforvaltere som leverer rådgivning til selskaper.

100 utelukket Storebrand har i tillegg utelukket 100 selskaper på grunn av etiske

Etisk press – I første omgang har vi innført etiske retningslinjer som gjelder alle eiendomsforvaltere som leverer rådgivning til selskaper.

100 utelukket Storebrand har i tillegg utelukket 100 selskaper på grunn av etiske

Etisk press – I første omgang har vi innført etiske retningslinjer som gjelder alle eiendomsforvaltere som leverer rådgivning til selskaper.

100 utelukket Storebrand har i tillegg utelukket 100 selskaper på grunn av etiske

Faksimile: Aftenposten 11.august 2008.



Storebrand er tilsluttet FNs Global Compact. Tilslutning til Global Compact betyr at man gjør sitt beste for å drive sin virksomhet i tråd med Global Compacts ti prinsipper på områdene menneskerettigheter, arbeidslivsstandarder, miljø og anti-korrupsjon.

Overvåking av selskaper

Storebrands egen analyseavdeling for samfunnsansvarlige investeringer overvåker mer enn 3000 børsnoterte selskaper over hele verden. Vi bruker overvåking og analyse som utgangspunkt for aktivt eierskap, og er i kontakt med ca 400 selskaper hvert år. Gjennom overvåkingen identifiseres selskaper som medvirker til uetisk forretningspraksis. I tillegg analyseres selskaper for å identifisere de som arbeider mest systematisk med samfunnsansvar og som gjør seg fortjent til utmerkelsen Best in Class.

Den finansielle leverandørkjeden

En andel av våre kunders sparepenger investeres i fond som forvaltes av andre, såkalte eksterne forvaltere. Dette er Storebrands finansielle leverandørkjede.

Alle eksterne fond måles opp mot Storebrands konsernstandard for ansvarlige investeringer. Vi kan ikke pålegge de eksterne forvalterne å følge vår standard, men vi arbeider aktivt for å få gjennomslag for vår strategi. Mange av de eksterne forvalterne driver selv aktivt eierskap overfor de ikke-investerbare selskapene – etter råd fra oss. Når våre eksterne forvaltere tar direkte kontakt med selskaper, oppnår vi at det legges ytterligere press på disse for å arbeide systematisk med å ta samfunnsansvar.

Vi kan ikke garantere at eksterne fond til enhver tid er i samsvar med konsernstandard, men vi arbeider systematisk for å oppnå dette. Vi samarbeider også med andre for å legge press på forvalterne, for eksempel gjennom FNs prinsipper for ansvarlige investeringer (UNPRI) ¹⁾.



¹⁾ Storebrand signerte UN Principles for Responsible Investments som en av de første, nordiske aktørene i 2006, www.unpri.org.

Garantert samfunnsansvarlig

Merket 'Garantert samfunnsansvarlig' er utarbeidet for de fondene hvor Storebrand selv foretar investeringsbeslutningene. For disse fondene garanterer vi samsvar med Storebrands konsernstandard.



Samfunnsansvar i fokus

Merket 'Samfunnsansvar i fokus' er utarbeidet for fond som er helt eller delvis forvaltet av eksterne, og merket illustrerer at vi arbeider systematisk med samfunnsansvar også overfor disse aktørene.



Hva skiller oss fra andre:

- Største norske fagmiljø innenfor samfunnsansvarlige investeringer
- Lengst erfaring (siden 1995)
- Ledende på aktivt eierskap innenfor samfunnsansvar og bærekraftighet

Mikrofinansiering – bistand eller business?

Mange hevder at dagens markedsøkonomi holder den fattige delen av verden nede. Vår tanke er omvendt; vi tror mange fattige ville fått det bedre dersom de fikk tilgang på noen av de tjenestene et marked kan tilby. For hvordan kan man etablere eller utvide virksomheten når man ikke har mulighet til å få lån?

Mikrofinansiering er et eksempel på hvordan man gir ubemidlede personer tilgang på tjenester som for oss er en selvfølge. Investeringene i mikrofinansiering er lønnsomt for Storebrand samtidig som det er et viktig bidrag til økonomisk vekst i framvoksende økonomier.

Storebrand var tidlig ute med sine investeringer i mikrofinans, og per 31.12.2008 har vi forpliktet 29 millioner dollar til utlån gjennom noen utvalgte mikrofinansinstitusjoner. Disse institusjonene tilbyr banktjenester til personer som ønsker å etablere egen virksomhet, for eksempel ved å gi lån til å kjøpe husdyr, symaskiner eller utbygging av eksisterende virksomhet. Lån som formidles gjennom mikrofinansinstitusjoner er kun ment for næringsvirksomhet.

I juni 2008 inngikk Storebrand en avtale om opprettelse av Det norske mikrofinansinitiativet (NMI) i samarbeid med andre private aktører i Norge og norske utviklingsmyndigheter. Fondet tar sikte på å bli ett av verdens største mikrokredittfond med total kapital på mer enn 600 millioner kroner.



Ett av mikrofinansfondene Storebrand har investert i gir lån til tre mikrofinansinstitusjoner i Bosnia-Herzegovina. I november 2006 besøkte konsernsjef Idar Kreutzer Sarajevo, for å få innblikk i hvordan mikrofinansiering fungerer i praksis. På bildet besøker han Saima Mesetovic, som har bygget opp sinegen virksomhet ved hjelp av mikrolån.

Eksempler på aktivt eierskap og påvirkning i regi av Storebrand

Jinhui og fosfat i Vest-Sahara

Avdeling for samfunnsansvarlige investeringer oppdaget i november 2007 at Jinhui Shipping and Transportation fraktet fosfat fra Vest-Sahara. Utvinning av naturressurser i Vest-Sahara er i strid med folkeretten fordi Vest-Sahara er et 'ikke-selvstyrt territorium'. Transport av fosfat i dette området er derfor også i konflikt med Storebrands konsernstandard. Storebrand kontaktet Jinhui for å påpeke problemet og få deres versjon av saken. Porteføljeforvalter tok også saken opp med selskapet i et telefonmøte i februar 2008. Sammen med medier og frivillige organisasjoner la vi press på Jinhui, og fikk i juni 2008 bekreftet at selskapet hadde avsluttet sin virksomhet i Vest-Sahara.

Samarbeid med Handelsbanken

Handelsbanken er en av våre eksterne forvaltere, som vi har et godt samarbeid med.

I oktober 2008 oppdaget Storebrand at noen av våre investeringer hos Handelsbanken var i konflikt med konsernstandard. Enkelte fond hadde investert i selskaper som var involvert i uetisk virksomhet. Storebrand tok kontakt og ba Handelsbanken trekke seg ut av disse selskapene. Allerede i november samme år orienterte Handelsbanken om at de arbeidet med omfattende retningslinjer for ansvarlige investeringer, og at de hadde trukket seg ut av fem av selskapene som var involvert i produksjon av klasevåpen, atomvåpen og landminer.

Handelsbanken viser at de tar både samarbeidspartnere og ansvarlige investeringer på alvor, og eksempelet viser at aktivt eierskap i leverandørkjeden har effekt.

Handelsbanken Fonder

Små bidrag – stor effekt

Samfunnsansvarlige investeringer er et omfattende fagområde – både i antall temaer, dilemmaer og metodikk. I Storebrand tror vi at det er viktig å bruke flere typer virkemidler for å oppnå forbedringer og for å sikre langsiktig avkastning. Aktivt eierskap fungerer godt når det har basis i kunnskap om selskapenes bransje, lokale forhold og ekspertise innenfor samfunnsansvar. Dialogen med selskapene blir effektiv fordi konsekvensen kan bli at det blir utelukket fra investeringer.

Mikrofinans og aktivt eierskap har til felles at små bidrag kan gi store effekter. Et lite lån kan sikre livsgrunnlaget for en stor familie. Et spørsmål fra en investor kan sette i gang prosesser som får stor miljømessig eller samfunnsmessig betydning.

Det er ikke ett enkelt svar på hvordan vi skal oppnå bærekraftig utvikling. Utfordringer som klimaforandring-er, fattigdom og korrupsjon er avhengig av at næringslivet bidrar. Det forutsetter også tett samarbeid mellom næringsliv, myndigheter og frivillige organisasjoner.

Det sies at en sommerfugls vingeslag kan utløse en storm på den andre siden av kloden. I Storebrand tror vi næringslivets vinnere er de som arbeider systematisk for å bli bedre, både økonomisk, miljømessig og samfunnsmessig. Vi tror mange små bidrag får stor effekt.



Tilfredse kunder og motiverte ansatte

Vi ønsker tett dialog med våre viktigste investorer, kunder, ansatte, eiere, myndigheter og samfunnsaktører. Dette har stor betydning for hvordan vi arbeider med å nå virksomhetens forretningsmessige målsetninger. Vi vil bidra til at næringslivet gjør det som er riktig - også for samfunnet som helhet.

Kunder

Som kunde i Storebrand skal du oppleve oss som en samarbeidspartner med høy troverdighet og kompetanse. Vi har derfor satt ambisiøse mål på ulike områder i forholdet til kundene. Ett av dem er å ha de mest fornøyde kundene i bransjen, et mål vi nådde i bedriftsmarkedet i 2008. Dette er fjerde år på rad at Storebrand har fått høyeste score for kundetilfredshet på Norsk Kundebarometer innenfor pensjon og livsforsikring i bedriftsmarkedet. Vårt mål er å beholde denne posisjonen.

I tillegg til tilfredshet og lojalitet, undersøker vi hvordan kundene oppfatter våre medarbeideres kompetanse, reaksjonsdyktighet og personlige behandling. Resultatene er viktige styringsverktøy for vårt kontinuerlige forbedringsarbeid. Resultatet fra målingen blant for personkunder viste en svak nedgang fra 65 prosent i 2007 til 63 prosent i 2008. Konsernets mål om 66 prosent kundetilfredshet blant personkunder ble ikke nådd. Det er satt i gang flere tiltak for å styrke personkundernes kundetilfredshet for 2009.

Ansatte

I finansnæringen er det de ansattes kompetanse og erfaring som er grunnlaget for konsernets resultater. Storebrand legger derfor stor vekt på å skape et inkluderende arbeidsmiljø preget av trivsel og høy etisk bevissthet blant sine ansatte. Undersøkelse blant de ansatte i Norge i 2008 viste at 83 prosent mener Storebrand er et flott sted å arbeide. Videre sier 91 prosent at det er viktig, eller svært viktig, at Storebrand har ambisjon om å være ledende på samfunnsansvar i finansbransjen.

Det legges også vekt på at de ansatte er tilfredse med utviklingsmulighetene i konsernet. I 2008 rapporterte 63 prosent at de var fornøyd med utviklingsmulighetene i selskapet. Medarbeiderutvikling vil derfor være områder som styrkes i 2009.



Konsernprinsipper (Code of Conduct)

Storebrandkonsernets visjon, kjerneverdier og konsernprinsipper er nedfelt i et dokument som har fått navnet konsernets veiviser. De seks konsernprinsippene som ble utviklet i denne prosessen gir tydelige premisser for utvikling og drift av virksomheten, og er en viktig veileder i hvordan konsernets ansatte skal opptre til beste for eiere, kunder og kolleger. Samtlige medarbeidere har fått opplæring i konsernprinsippene og vil i det nye medarbeideroppfølgingssystemet, som ble innført i januar 2009, bli målt på hvordan de etterlever disse.

«Å ta samfunnsansvar» er ett av de seks konsernprinsippene. Gjennom felles opplæringstiltak skal ansattes bevissthet og kompetanse om hvordan de kan bidra til konsernets arbeid med samfunnsansvar styrkes. En viktig oppgave fremover blir å omsette de ansattes kjennskap og bevissthet om konsernets samfunnsansvar til aktiviteter, tiltak og prosesser som kan styrke konsernets lønnsomhet på lang sikt.

Etikk

Det er utarbeidet egne etiske regler for konsernet og dets ansatte. Etikk er et fast tema på seminar for alle nyansatte og er integrert i opplæringsmoduler for ledere. Ansatte har anledning til å stille spørsmål om etiske problemstillinger internt og eksternt. Vi vil i 2009 lansere en egen spørsmål og svar-tjeneste på intranettet der ansatte anonymt kan stille spørsmål om etikk. Denne tilleggstjenesten kan benyttes for å få veiledning i alle typer etiske dilemmaer og problemstillinger. I 2008 ble det gjennomført opplæring i etikk for konsernets salgsapparat i Norge, i tillegg til arbeidsmøter om etikk og kundepleie for sentrale staber og forretningsenheter. Nye retningslinjer for kundepleie vil bli implementert og integrert i de etiske retningslinjene ifm revisjon og relansering av disse i 2009.



Våre konsernprinsipper:

- Vi skaper verdier for våre eiere
- Vi vil ha fornøyde og lojale kunder
- Vi oppnår resultater gjennom samarbeid
- Vi utvikler og deler kompetanse
- Vi kommuniserer åpent og aktivt
- Vi tar samfunnsansvar

Et bærekraftig arbeidsliv – HMS i Storebrand

Storebrand ønsker å motivere og inspirere sine kunder til å utvikle helsefremmende og inkluderende arbeidsmiljøer. Gjennom en slik satsning kan vi som pensjonsleverandør medvirke til at arbeidstakere får bedre helse, nærværet øker, færre blir uføre, og flere ansatte kan bli værende i arbeid til oppnådd pensjonsalder.

Omlag 500 000 arbeidstakere fra private bedrifter, kommuner og offentlige virksomheter har sin tjenstepensjonsordning i Storebrand. Vi deltar i og støtter mange spennende prosjekter hos våre kunder. Målet for prosjektene er å skape et bærekraftig arbeidsliv, der ansatte kan holde seg friske og leve et liv i balanse både på arbeid og i fritiden.

Virksomheter som arbeider målrettet og systematisk med veldokumenterte HMS-metoder får friskere og mer motiverte medarbeidere, høyere produktivitet, bedre kvalitet på arbeidet og økt lønnsomhet. Vi samarbeider med forskningsinstitusjoner for å finne frem til ny kunnskap på dette området. Vårt mål er at prosjektene vi støtter skal ha overføringsverdi til andre virksomheter.

Et eksempel på et slikt prosjekt er utprøving av en ny arbeidstidsmodell og reduksjon av uønsket deltid på to sykehjemsavdelinger i en av våre kommuner. Sykefraværet på det ene sykehjemmet er halvert, på det andre sykehjemmet ligger sykefraværet på sensasjonelle én prosent etter tre års drift. Fra forskning vet vi at helkontinuerlig skift gjennom et langt liv kan være en utfordring for helsen. De ansatte på de to sykehjemsavdelingene føler seg mindre slitne, og har større mulighet til å ta seg inn igjen både fysisk og psykisk. For å nå flest mulig av våre kunder arrangerer vi HMS-konferanser rundt omkring i landet.

Vi tilbyr opplæring i helsefremmende metoder, og holder kurs og seminarer internt i virksomhetene. Vi samarbeider med en rekke bransjeorganisasjoner og partene i arbeidslivet. Storebrands HMS-tilbud er et supplement til virksomhetenes eget HMS-arbeid. Målet er å motivere flest mulig av våre kunder til å se hvor viktig og nyttig en forsterket innsats på HMS-området er for de ansatte, for virksomheten og for samfunnet.



Økonomisk kriminalitet

Enkelte mennesker skaffer seg dessverre penger på uærlig vis. Forsikringssvindel, skatteunndragelse, kortsvindel og innsidehandel er eksempler på det. Dette medfører økonomiske tap som må dekkes av andre. Økonomisk kriminalitet er skadelig både for dem som blir rammet og for samfunnet.

Storebrand må beskytte kunder og eiere mot tap på grunn av kriminalitet. Sammen med myndighetene arbeider vi for å avdekke økonomisk kriminalitet og bistå for å få skyldige dømt. Samtidig skal ærlige kunder få en positiv opplevelse av kontakten med oss.

Tradisjonelt har det vært mest forsikringssvindel i skadeforsikringsaker, men de siste årene har vi sett at de største svindlene skjer i personforsikringer. Et sykkeltyveri kan påføre forsikringsselskapet 2.000 kroner i tap, mens en uføreutbetaling basert på uriktige opplysninger kan gi en feilaktig utbetaling i millionklassen – i tillegg påløper kostnader som påføres samfunnet for øvrig,

Arbeidet med å avsløre økonomisk kriminalitet er en viktig del av Storebrands samfunnsansvar. Det er ikke bare Storebrand og finansbransjen som blir skadelidende. Dersom en person feilaktig får utbetalt uførepensjon fra et forsikringsselskap, skjer det som regel også misbruk av trygdemidler og av offentlig helsevesen. I tillegg blir forsikringskundene skadelidende, i form av at svindelen fører til høyere premier for alle.



Mange måter å svindle på

Var ikke frisk likevel

En mann som er født i 1973 tegnet livsforsikring og uføreforsikring i Storebrand i 2007. Kunden oppga ikke i helseerklæringen at han hadde vært mer eller mindre syk og borte fra jobb siden 1999. I 2008 ble han erklært ufør og søkte om uførepensjon fra Storebrand på 60.000 kroner i året.

Klokkesvindel

En mann i 20 årene forsikret en dyr klokke i fire forsikringsselskaper, deriblant i Storebrand Skadeforsikring. Han forsøkte å få utbetaling fra alle selskapene. Saken ble anmeldt og personen ble nylig dømt til 45 dagers fengsel, og til å betale tilbake forsikringsutbetalingene.

Hvitvasking

Storebrand Bank mottok nylig en lånesøknad. Kunden ville ikke opprette lønnskonto for å få lavere rente på lånet. Kunden, som kjører taxi, oppga tilfeldigvis at han ikke får lønn på konto, men kontant. Storebrand sendte derfor en melding til Økokrim for mistanke om hvitvasking samt til NAV for mistanke om trygdebedrageri.

Våre samarbeidspartnere

Storebrands produkter og tjenester skal sikre økonomisk trygghet for mennesker i alle aldre, i dag og i fremtiden. For oss er det viktig å samarbeide med organisasjoner som bidrar til en trygg samfunnsutvikling. Gjennom våre samarbeidsavtaler ønsker vi å gi et positivt bidrag til samfunnet og samtidig arbeide for at samarbeidsrelasjonene blir til glede og inspirasjon for våre ansatte. Storebrand støtter også opp om gode, samfunnsnyttige prosjekter i lokalmiljøene, og har utviklet Du kan-konkurransen for dette formålet. (se www.storebrand.no/dukan)

Kreftforeningen



Kreftforeningen og Storebrand har samarbeidet siden januar 2008. Sentralt i samarbeidet står forebygging av og informasjon om kreft til våre ansatte og kunder. Vi tilbyr også informasjon og støtte til de av våre kunder og ansatte som har fått kreft.

Vi legger i samarbeidet stor vekt på felles aktiviteter til glede for ansatte og kunder / medlemmer i begge organisasjoner.

Storebrand har gjennom 2008 og 2009 hatt mange aktiviteter for våre ansatte knyttet til Kreftforeningen og deres kampanjer. Blant annet har vi i den årlige brystkreftaksjonen "Rosa sløyfe" samlet inn BHer, hatt foredrag og lyst opp selskapets kommende hovedkontor på Lysaker med rosa belysning. I aksjonen Menn og kreft har mannlige ansatte og kunder fått informasjon om forebygging av kreft og lært om faresignaler. I 2009 har teamet for den årlige Krafttak mot kreft-aksjonen vært Eldre og kreft. Her har ansatte gått med bøsser og kunder fått informasjon om aksjonen.

Kreftforeningen og Storebrand inngikk i 2007 samarbeidsavtale knyttet til Storebrands Kreftforsikring. For hver solgte Kreftforsikring gir selskapet kr. 100,- til Kreftforeningens fond for mennesker som kommer i en økonomisk vanskelig situasjon som følge av en kreftdiagnose.

For mer informasjon om Kreftforeningen, se www.kreftforeningen.no

MOT



Storebrand har støttet og samarbeidet med MOT helt fra den spede begynnelse i 1996, og har fulgt organisasjonen på veien til å bli et kjent og kjært holdepunkt for mange unge. Vi har jobbet mye med MOT internt i organisasjonen fordi MOT har et verdigrunnlag som passer godt sammen med Storebrands. Gjennom årene har rundt 1000 Storebrand-ansatte deltatt i MOT-kurs internt. Her har de blitt motivert, engasjert og inspirert til bedre samarbeid og til å gi hverandre positive tilbakemeldinger. MOT bidrar i aktiviteter som har til formål å heve kundenes tilfredshet med Storebrand. Vi tror at positive og motiverte medarbeidere gjør kundene mer fornøyd. På den måten er MOT en meget viktig støttespiller.

MOT er en ideell, landsomfattende stiftelse som har som formål å skape et varmere og tryggere oppvekstmiljø gjennom å styrke menneskers mot til å ta vare på seg selv og hverandre. Sammen med flere hundre frivillige landet over gjennomfører organisasjonen programmer i ungdomsskoler og idrettsmiljøer.

For mer informasjon om Mot, se www.mot.no



Storebrand viste sin støtte til Kreftforeningen og Foreningen for Brystkreftoperertes årlige "Rosa sløyfeaksjon" ved å lyse opp det nye hovedkontoret på Lysaker i rosa, høsten 2008.

Storebrands arbeid med miljø

Klimaforandringene er en av de største samfunnsutfordringene verden står overfor. Storebrand arbeider strategisk for å være en del av løsningen på miljø- og klimautfordringene. Der vi som finanskonsern kan påvirke mest, er gjennom våre investeringer. I tillegg arbeider vi systematisk med å redusere forretningsdriftens belastning på det ytre miljø, og ble i 2008 Norges første klimanøytrale finanskonsern.

Energiforbruket og reisevirksomheten utgjør vår største miljøpåvirkning. Andre viktige områder er papirforbruk, avfallssortering og resirkulering av elektronisk utstyr. Som Norges tredje største private eiendomsselskap har vi også et spesielt ansvar for miljøriktig forvaltning av eiendommene våre.

Blant områdene der konsernet har størst miljøpåvirkning, er energiforbruket på hovedkontoret. I løpet av 2007-2008 klarte vi å redusere energiforbruket med 16 prosent. Vårt mål om 100 prosent gjenvinning av elektronisk utstyr ble også nådd i 2008. Papirforbruket gikk noe opp i 2008, men vi har innført et "Print for Green" system som vil redusere papirforbruket innværende år.

Flere tiltak er iverksatt for å få ned konsernets utslipp av karbondioksyd (CO₂). Det er innstallert energioppfølgingsystemer for de fleste egenforvaltede bygg, og økonomiske miljøinsentiver er inkludert i firmabilordningen. Selv om vi arbeider aktivt for å redusere utslipp, er det per i dag ikke mulig å redusere CO₂-utslipp til et nullnivå. For å kompensere for dette, kjøper Storebrand FN-sertifiserte klimavoter (CER, certified emissions reductions).



Storebrandleder Elin M. Myrmed-Johansen og Storebrand mener at klimautfordringene i tillegg til gir positive utslag på investering. Og Storebrand er en hovedrolle i de gamle klimarelaterte tiltakene, slik at klimapålegg blir det også vil bli lagt til rulle for utslippsreduksjoner og andre miljøoppgaver tilfyll.

Tjener penger på miljø

— Kundene etterspør samfunnsansvar

Miljøoppslag viser seg på børsnoteringen. 7 av 10 store listede bedrifter står for 80 prosent pengene på miljønotis, mens 4 av 10 sier det har bidratt til å øke utslippsreduksjonen.

ENVENNET M. NORDEN
10. august 2009

Vi har lenge jobbet målrettet med å redusere energi- og papirforbruket, og miljøforvaltningen og miljøtiltakene er prioriterte prosjekter. Vi prøver å være mer aktive. Vi har innført et system for å opplyse alle om miljøforvaltningen, og vi har også innført et system for å opplyse alle om miljøforvaltningen. Vi har også innført et system for å opplyse alle om miljøforvaltningen.

Overkuddslividite
Den beste måten å tjene penger på miljø.

"Storebrand sparer penger på miljø", uttaler konserndirektor for samfunnsansvar Elin Myrmed-Johansen til Aftenposten 29. september 2009.

- ### Nye mål for 2009-2010
- Det nye hovedkontoret på Lysaker vil stå klart i desember 2009. Dette blir et bærekraftig bygg med lavt energiforbruk. Nye retningslinjer for innkjøp legges til grunn for alle innkjøp og investeringer i forbindelse med det nye hovedkontoret.
 - Miljøfyrtnersertifisere hovedkontoret, samt å oppnå energiklasse B. (maks 125 kwh/m²)
 - Starte arbeidet med å klargjøre alle egenforvaltede bygg for energimerking.
 - Redusere konsernets CO₂-utslippet med 20 prosent i løpet av 2009-2010.
 - Igangsette tiltak for å øke andel papirløse kunder og kunder med avtalegiro og e-faktura i Storebrand Skade .



Våre samarbeids- og dialogpartnere innenfor miljø og klima:

- Klimaløftet - regjeringens informasjonskampanje om klimaendringene
- KOMpakt, regjeringens konsultasjonsorgan på miljø og samfunnsansvar
- Bærekraftig Verdiskaping, et investorsamarbeid mellom tolv av de største institusjonelle investorene i Norge
- Blis Senter for bedriftenes samfunnsansvar
- NHOs Klimapanel
- Dialog og samarbeid om enkeltsaker med blant annet Verdens Naturfond (WWF), Natur og Ungdom og Framtiden i Våre Hender
- UN Global Compact Caring for Climate-initiativet
- FNs Environmental Programme Finance Initiative (UNEP FI)
- Carbon Disclosure Project
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

Stiller krav til miljø og samfunnsansvar ved innkjøp

Dette krever Storebrand av sine leverandører ved innkjøp:

- Miljø og samfunnsansvar skal vektes minimum 20 prosent ved alle de innkjøp konsernet foretar.
- Leverandører som er utelukket fra investeringer i hht Storebrands konsernstandard for samfunnsansvarlige investeringer får ikke gi tilbud.
- Leverandøren skal ha gode interne retningslinjer for etikk.



Storebrand Eiendom er aktivt i Grønn Byggallianse - et miljønettverk bestående av de største eiendoms-aktørene i Norge.



Nytt hovedkontor - et miljøprosjekt å være stolt av!

Vi flytter i 2009 til Lysaker Park, vårt nye hovedkontor som er et miljø- og lavutslippsbygg. Dette betyr blant annet:

- Halvert energibruk
 - EU-pilot prosjekt
 - besparelse krever at brukerne følger opp
- Miljøvennlige energikilder
 - varmepumpe fra sjøen og solenergi
- Miljømerkede bygningsprodukter
 - Svanemerket maling, linoleum og terrassebord
- Kildesortering av avfall



Jeg har aldri tidligere jobbet i et prosjekt med så stor interesse for miljø og brukskvalitet.

Katharina Th. Bramslev, rådgiver på miljø og energi, Hembra, og ansvarlig for kvalitetsprogrammet for Lysaker Park.

Status Handlingsplanen for Samfunnsansvar 2007-2008 og nye mål for 2009-2010

Dette måles vi på		Status 2007	Mål 2008	Status 2008	Mål 2009-2010
Økonomisk verdiskaping					
Eiere	Egenkapitalrentabilitet etter skatt	24 %	15 %	- 9 %	15 %
	Utbyttegrad av konsernresultat etter skatt	27 %	> 30 %	0 %	> 35 %
	Kapitaldekning bank	10,5 %	> 10 %	10,8 %	> 10 %
	Solvensmargin i Storebrand Livsforsikring	136 %	> 150 %	160 %	> 150 %
	Kvalifisert til FTSE4Good	Kvalifisert	Kvalifisert	Kvalifisert	Kvalifisert
	Kvalifisert til Dow Jones Sustainability Index	Kvalifisert	Kvalifisert	Kvalifisert	Kvalifisert
Sosialt ansvar					
Kunder	Andel feilfrie spørringer i nettsjeneren	98 %	98 %	98 %	98 %
	Andel besvarte telefoner innen 20 sekunder (kundesenteret)	73 %	80 %	66 %	Utgår
	Andel besvarte telefoner (kundesenteret)	-	-	-	90 %
	Andel besvarte telefoner innen 20 sekunder (sentralbordet)	91 %	90 %	88 %	90 %
	Kundetilfredshet i bedriftsmarkedet	Nr. 1 i bransjen	Nr. 1 i bransjen	Nr. 1 i bransjen	Nr. 1 i bransjen
	Kundetilfredshet i personmarkedet	65	66	63	Utgår
	Kundetilfredshet for personkunder med egen rådgiver	-	-	-	66
	Kundetilfredshet for øvrige personmarkeds kunder	-	-	-	64
	Klagebehandlingstid	61 % innen 3 uker	70 % innen 3 uker	59 % innen 3 uker	70 % innen 3 uker
	Storebrand Livsforsikring blant bransjens ledende globalt innenfor samfunnsansvarlige investeringer ¹	Blant ledende globalt	Blant ledende globalt	Blant ledende globalt	Blant ledende globalt
	Meravkastning SB Global SRI (sammenliknet med referanse-indeks) ²	-6,4 %	Bedre enn referanseindeks	-33 %	Utgår
Investeringer i mikrofinans ³	81 mill. NOK	Øke, gitt fornuftige investeringsmuligheter	127 mill. NOK	Øke, gitt fornuftige investeringsmuligheter	
Ansatte	Andel kvinner i ledende stillinger	37 %	40 %	38 %	40 %
	Fordeling kvinner/menn på interne opplæringsprogrammer	55 % kvinner - 45 % menn	Innenfor 40-60 %	54 % kvinner - 46 % menn	Innenfor 40-60 %
	Andel fornøyd med sine utviklingsplaner i Storebrand ⁴	60 %	70 %	63 %	70 %
	Andel tilfredse på den interne seniorundersøkelsen	Ikke målt	90 %	Ikke målt	Utgår
	Sykefravær (ansatte i Norge)	4,6 %	Maks 4,8 %	4,0 %	4 %
	Andel som synes Storebrand er et flott sted å arbeide ⁴	84 %	85 %	83 %	85 %
	Andel bevisste de etiske retningslinjene i det daglige arbeid ⁵	86 %	100 %	79 %	90 %
	Andel kunnskap/bevissthet rundt Storebrands samfunnsansvar ⁵	79 %	80 %	63 %	80 %
	Mangfold: tiltak for å øke andel ansatte med minoritetsbakgrunn/funksjonshemming	-	-	-	Igangsette tiltak
	Anti-korrupsjonspolicy	Startet	Utviklet og igangsatt implementering	Igangsatt implementering	Sørge for at alle deler av konsernet får nødv. info. og opplæring
	Konsernprinsippene (Code of conduct)	Startet	Utviklet og igangsatt implementering	Utviklet og implementert	-
Andel ansatte med autorisasjon som driver personlig økonomisk rådgivning	-	-	-	100 %	
Leve- randø- rer	Retningslinjer for innkjøp	Startet	Implementere	Vedtatt. Igangsatt implementering	Implementere
	Samfunnet	Andel tilfredshet med Storebrand blant våre samarbeidspartnere	Ikke målt	80 %	87 %
Sam- funnet	Økonomisk støtte til organisasjoner og andre lokale tiltak	3,35 mill.	Stabilt	3,35 mill.	Utgår
	Samarbeidspartnere: WBCSD, UNEP, Transparency International og Global Compact	Medlem	Medlem	Medlem	Medlem

Dette måles vi på		Status 2007	Mål 2008	Status 2008	Mål 2009-2010
Miljøhensyn					
Samfunnet	Energiforbruk (hovedkontoret) ⁶	Redusert 15.8 %	Redusere 5 %	Redusert 16 %	160 kWh/ m2 i 2010 ⁷
	Energiforbruk (egenforvaltede eiendommer) ⁶	Redusert 0.1 %	Redusere 5 %	Redusert 6 %	Redusere 3 %
	Kildesorteringsgrad (hovedkontoret)	55 %	60 %	55 %	60 %
	Kildesorteringsgrad (egenforvaltede eiendommer)	42 %	50 %	47 %	50 %
	Papirforbruk	73.2 tonn	Redusere 10 %	89 tonn	Redusere 10 %
	Vannforbruk (hovedkontoret)	26 766 m ³	Stabilt nivå	26 315 m ³	Redusere til 25 000 m ³
	Vannforbruk (egenforvaltede eiendommer)	94 957 m ³	Kartlegge utvikling	106 267 m ³	Stabilt nivå
	Klargjøre alle egenforvaltede bygg for energimerking	-	-	-	Kartlegge
	Andel elektronisk utstyr resirkulert og gjenvunnet	100 %	100 %	100 %	100 %
	Levende Skog-sertifisering av skogeiendommen Værdalsbruket	Sertifisert	Sertifisert	Sertifisert	Sertifisert
	Miljøtiltak innenfor skadeforsikring	Startet	Utarbeidet	Miljø- og sikkerhetsklassifisering av biler. Økokjørings-kurs på nett.	-
	Andel papirløse kunder og kunder med avtalegiro/e-faktura i Storebrand Skadeforsikring	-	-	-	60 %/50 %
	Flyreiser	13 700 enkeltreiser	Kartlegge antall flyreiser/km	11 700 enkeltreiser	Redusere 10 %
	CO ₂ -utslipp (tonn) ⁸	3235 tonn	Kartlegge	2709 tonn	Redusere 20 %

1 Resultatet for 2008 er basert på samme undersøkelse som ble benyttet for 2007 (gjennomført høsten 2007).

2 Meravkastning sammenliknet med Morgan Stanley Capital International World Index, annualisert, siste 5 år.

3 Storebrand har kommittert kr 191 mill. til mikrofinansinvesteringer hvorav. kr. 127 mill. er investert pr 31.12.08 .

4 Tall fra Great Place to Work-undersøkelsen.

5 Tall fra intern undersøkelse gjennomført februar 2009 for 2008.

6 Prosent reduksjon ift 2006.

7 Reduksjonsmålet er to-årig, og tar utgangspunkt i energiforbruket i 2008.

8 Beregnet eksternt av firmaet CO₂ focus AS.

For mer informasjon om den enkelte indikator, herunder rapporteringspraksis, definisjon og beregningsmåte, se www.storebrand.no/samfunnsansvar.

Om rapportering på samfunnsansvarsområdet

Storebrand har siden 1995 utgitt egne miljørapporter og siden 1999 rapportert på det mer utvidede samfunnsansvarsområdet. Konsernet rapporterer langs den tredelte bunnlinje hvor økonomi, miljø og sosialt ansvar blir beskrevet. I tillegg er målmatriksen (s 142) for samfunnsansvarsområdet bygget opp rundt forholdet til konsernets viktigste interessenter: eiere, kunder, ansatte, leverandører og det nasjonale og internasjonale samfunnet. Målene for 2008, som beskrevet i målmatriksen, gjelder for den norske virksomheten. For 2009 vil SPP, det svenske livforsikringselskapet som ble kjøpt av Storebrand i 2007, rapportere på samme mål i en egen kolonne. For 2009-10 vil SPPs mål fullt ut integreres, slik at konsernet rapportere på mål som er felles for den norske og svenske virksomheten.

Mål og data på samfunnsansvarsområdet er innsamlet fra alle enheter i konsernet gjennom etablerte rapporteringsrutiner. Disse omfatter halvårlig standardisert rapportering. I tillegg gjennomfører Enheten for samfunnsansvar separate møter og fellessamlinger med alle målansvarlige i selskapet. Tallene i målmatriksen er satt sammen og bearbeidet med sikte på å presentere et mest mulig helhetlig bilde av Storebrands arbeid med samfunnsansvar. Målene er behandlet og vedtatt i Storebrands konsernledelse og styret, og tiltakene er forankret og følges opp i selskapets ulike fagmiljøer. Det legges stor vekt på å sikre at opplysningene er fullstendige og korrekte, men noe usikkerhet kan allikevel knyttes til enkelte deler av tallmaterialet.

Storebrand ønsker åpenhet rundt sitt samfunnsansvarsarbeid og stiller krav til etterrettelighet og kvalitet i dette arbeidet. Målene og dataene som er innsamlet på samfunnsansvarsområdet har derfor blitt gjennomgått av Deloitte. En slik gjennomgang øker troverdigheten til rapporteringen og dataene som er presentert. I tillegg oppnås det bedre sikkerhet internt for at informasjon som er samlet inn er behandlet på en hensiktsmessig, riktig og systematisk måte.

Revisors uttalelse om Status Handlingsplan for Samfunnsansvar

Til ledelsen i Storebrand ASA

Vi har utført visse kontroller knyttet til selskapets rapportering av indikatorer for samfunnsansvar for 2008, presentert under «Status Handlingsplanen for Samfunnsansvar 2007-2008 og nye mål for 2009-2010», sidene 142-143 i Årsrapport 2008 for Storebrand ASA. Informasjonen som omfattes av vår kontroll er avgitt av selskapets ledelse, som også har valgt de indikatorer som det er rapportert på. Vår oppgave er å uttrykke våre konklusjoner basert på vårt arbeid.

Vi har basert vårt arbeid på revisjonsstandard SA 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller begrenset revisjon av historisk økonomisk informasjon». Formål og omfang av vårt arbeid er avtalt med selskapets ledelse og omfatter de forhold som vi har konkludert på nedenfor.

Basert på vurdering av vesentlighet og risiko, har vårt arbeid omfattet analyser og intervjuer, samt en stikkprøvemessig gjennomgang av underliggende dokumentasjon. Vi har utført intervjuer med ansvarlige for rapportering og oppfølging av informasjon om samfunnsansvar på konsernnivå i selskapet.

Vi har utført det arbeid vi mener har vært nødvendig for å avgi vår uttalelse med moderat grad av sikkerhet. Ved slik kontroll oppnås lavere sikkerhet enn om vi hadde utført arbeid av samme omfang som ved en revisjon.

Kommentar

Storebrand ASA har, som ledd i en overordnet prioritering av samfunnsansvar, siden 1995 utgitt ikke-finansiell rapportering innen området samfunnsansvar. Selskapet har gjennom dette oppnådd en solid erfaring med denne type rapportering, og med den tilhørende dialog med interessenter. Som det fremgår av tabellen på sidene 142-143, opplyser selskapet åpent om fremtidige prestasjonsmål og selskapet tilstreber også en kontinuerlig forbedring av relevans og nytteverdi av Status Handlingsplanen for Samfunnsansvar og rapportering i forhold til denne. Dette gjelder både valg av tema, indikatorer og hvordan de enkelte indikatorer blir oppgjort. Særlig har vi notert at beregninger av CO₂ utslipp er basert på generelle normtal, jamfør rapporteringspraksis, som gir et konservativt og relativt høyt tall for CO₂ utslipp. Arbeidet med fremtidige reduksjoner og rapportering av CO₂ utslipp kan kreve bruk av mer spesifikke normtal, noe som kan endre det rapporterte CO₂ utslipp vesentlig.

Konklusjon

Vi har gjennom vårt arbeid ikke fått kjennskap til forhold som gir oss grunn til ikke å anta, i all vesentlighet, at:

- Storebrand har anvendt detaljerte rutiner for innsamling, sammenstilling og kvalitetskontroll av de indikatorer som selskapet har valgt å rapportere på for 2008 om samfunnsansvar for 2008, for bruk til presentasjonen på sidene 142-143 i Årsrapport 2008 for Storebrand ASA og som beskrevet under kapitlet «Om rapportering på samfunnsansvarsområdet» på side 143.
- Disse indikatorene er fremkommet som et resultat av rutinene nevnt ovenfor er konsistent med underliggende dokumentasjon som er forelagt oss og er presentert på en tilfredsstillende måte i årsrapporten.

Oslo, 3. mars 2009

Deloitte AS

Preben J. Sørensen

Statsautorisert Revisor

Environment & Sustainability Services



Storebrand startet med samfunnsansvarlige investeringer i 1995. Vi har en konsernstandard som innebærer at vi avstår fra investeringer i selskaper som medvirker til krenkelse av menneskerettigheter, arbeidstakers rettigheter, korrupsjon, alvorlig miljøskade, produksjon av landminer, klasebomber, atomvåpen og tobakk. Erfaringen er at krav til samfunnsansvar ikke reduserer avkastningen. Vårt mål er å gi best mulig avkastning, men ikke for enhver pris.

Storebrand

Filipstad Brygge 1, Postboks 1380 Vika, N-0114 Oslo, Telefon 08880, www.storebrand.no

Vil du lære mer om Storebrands samfunnsansvar?
Gå til vår hjemmeside
www.storebrand.no/samfunnsansvar

Har du forslag til hvordan vi kan forbedre oss?
Send en e-post til
samfunnsansvar@storebrand.no