



■ MER ENN PENGER

Finansnæringens samfunnsansvar

Innhold

Vi er avhengige av tillit	3
Klimaendringene angår oss alle	4
Klimaendringer utfordrer forsikringsbransjen	5
Strengt leverandørkrav	6
Vinn-vinn-vinn i Klimabanken	7
Vil gå foran med et godt eksempel	8
Etisk forretningsdrift	9
Med kunnskap og makt til å påvirke	10
Kontinuerlig overvåkning	11
Skikkelighet og «skogplanting»	12
Lokalt engasjement	13
Sparebankenes gavevirksomhet	14
Sparebankstiftelser og Gjensidigefondet	15
Et skjebnefelleskap	16
Skaper trygghet gjennom samarbeid	17
Engasjement for økonomisk forståelse	18
Veiviser for nordområdene	19
Like muligheter	20
Kvinner i ledelsen	21
Aldri noe alternativ å slutte å jobbe	23
Einar – nokså alminnelig	24
Hvordan skape mangfold?	26
Morgendagens næringsliv	27
Samarbeid med skolen	28
En utdanningsleverandør	29
På rett plass til rett tid	30
Traineeprogram gir større mangfold	31
Rapportering	32
Rapportering om samfunnsansvar – er det nødvendig?	33



Vi er avhengige av tillit

Det siste året har vært et turbulent år for finansnæringen. Finanskrisen, internasjonal debatt om finansnæringens lønns- og bonusmodeller og eksempler på salg av finansielle produkter som ikke er tilpasset kundens behov, har preget nyhetsbildet. Dette har bidratt til at finansnæringens omdømme har blitt svekket. Denne utfordringen må vi ta på alvor, ettersom finansnæringen er helt avhengig av tillit.

Samfunnsansvar handler om hvordan bedrifter gjør seg fortjent til omverdenens tillit. For finansnæringen innebærer dette først og fremst å levere trygge produkter og være en rådgiver som kundene kan stole på. Etisk forretningsdrift som ivaretar forbrukerens rettigheter er avgjørende for å oppnå legitimitet og et godt omdømme. Den nye ordningen for autorisasjon av finansrådgivere som en samlet finansnæring står bak, er et viktig skritt i riktig retning.

Vi har sett eksempler på lønns- og bonussystemer, ikke minst i andre land, som går langt utover hva som kan få legitimitet i befolkningen. Jeg mener det er av stor betydning for finansnæringens omdømme at vi i større grad evner å belønne langsiktig verdiskaping og ikke stor risiko på kort sikt. Dette er ikke noe en bedrift kan endre alene, men sammen kan vi forsøke å endre praksis.

Selve kjernen i næringslivets samfunnsansvar dreier seg om å skape verdier og være lønnsom uten at dette går på bekostning av mennesker, etikk eller miljø. På lik linje med andre næringer har finansnæringen et ansvar for å unngå å medvirke til miljødeleggelse, korrupsjon eller brudd på grunnleggende menneske- og arbeidstakerrettigheter. For finansnæringen handler samfunnsansvar særlig om å ivareta disse hensynene i investeringer, forsikring og lån. Slik kan også våre medlemmer bidra til en bærekraftig utvikling. Samfunnsansvar er mer enn veldedighet, og arbeidet med samfunnsansvar må ta utgangspunkt i bedriftens kjernevirksomhet.

I tillegg forventes det selvsagt av finansinstitusjoner at virksomheten drives mest mulig miljømessig effektivt. For kontorvirksomheter innebærer dette blant annet å redusere energiforbruket, begrense reisevirksomheten, kildesortere og ha en høy miljøbevissthet knyttet til innkjøp. Ved å gjennomføre enkle miljøtiltak, som også er lønnsomme, kan finansnæringen bidra til å redusere sitt karbonavtrykk og minske overforbruket av ressurser. I 2009 ble klimatrusselen for alvor satt på dagsordenen, både her til lands og internasjonalt. Jeg mener at finansnæringen ikke kan stille seg likegyldig til klimaendringene. Finansnæringen, med FNO i spissen, må innta en aktiv holdning til hvilke utfordringer og muligheter klimaendringene representerer.

FNO tar klimautfordringene på alvor. En arbeidsgruppe i FNOs administrasjon arbeider med klimaendringene og konsekvensene for finansnæringen. I 2009 prioriterte FNH arbeidet med hvordan klimaendringene vil påvirke skadeforsikringsbransjen. Blant annet har vi kartlagt beste praksis når det gjelder forsikringsselskapenes klimaarbeid, gjennomført forbrukerundersøkelser knyttet til klimautfordringene og arrangert en nordisk klimakonferanse for forsikringsnæringen.

Sparebankene har lang tradisjon for å ta samfunnsansvar, og dette er integrert i sparebankenes idegrunnlag. Lokal og regional forankring står sentralt i sparebankenes forretningskonsepter, og de driver sin virksomhet i nær kontakt med den regionen de virker i. Gaveinstituttet står sentralt i dette bildet: Eksempelvis delte landets sparebanker og Sparebankstiftelsen DnB NOR ut gaver for til sammen 680 millioner kroner i 2008.

Finansnæringen spiller en nøkkelrolle når det gjelder å løse noen av de store utfordringene verden står overfor. Finansiering av fornybar energi, lån til energiøkonomisering av boliger og mikrofinans er eksempler på hvordan finansnæringen kan bidra til å løse klima- og samfunnsutfordringer. Her ligger det store muligheter for våre medlemmer. Samfunnsansvar handler nemlig også om å bidra positivt til samfunnet, ikke bare om å unngå å gjøre skade.

Vår medlemsmasse spenner fra små sparebanker og forsikringsselskaper til de store finanskonsernene. Dette betyr at den praktiske utøvelsen av samfunnsansvar vil variere fra bedrift til bedrift. FNO har gjennomført en spørreundersøkelse for å få mer kunnskap om hvordan våre medlemmer utøver sitt samfunnsansvar og hva omverdenen forventer av oss. Gjennom økt innsikt i temaet samfunnsansvar håper vi å kunne være en enda bedre rådgiver for våre medlemmer.

I 2010 vil arbeidet med klimaendringenes konsekvenser for skadeforsikringsbransjen og mulighetene en grønn økonomi representerer for våre medlemmer, stå sentralt. Etisk forretningsdrift og etiske investeringer er andre områder som vil ha høy prioritet. Gjennom et samarbeid med skoleverket og utdanningsinstitusjonene ønsker FNO å synliggjøre finansnæringens betydning i samfunnet.

Jeg mener arbeidet med samfunnsansvar er et viktig ledd i arbeidet med å styrke tilliten til finansnæringen. FNO vil bidra til å sette temaet samfunnsansvar på dagsordenen.

Rune Bjerke
styreleder i Finansnæringens Fellesorganisasjon

The image is a composite graphic. At the top, a purple banner contains the text 'Klimaendringene angår oss alle' in white, sans-serif font. Below the banner is a photograph of water splashing over lily pads. The water is dark, and the splashes are bright white, creating a dynamic contrast. The lily pads are in various shades of green and yellow, suggesting a natural pond environment. The overall composition is clean and modern, with a focus on nature and environmental themes.

Klimaendringene angår oss alle

Klimaendringer utfordrer forsikringsbransjen

Av Elisabeth Nyeggen, Gjensidige



Klimaendringer fører til mer ekstremvær. Rapporter fra FNs klimapanel viser at kloden står foran store forandringer, og globale klimaendringer medfører naturlig nok skader på lokalt nivå, også her i Norge. Dette gir utfordringer for forsikringsselskapene. Gjensidige tar dette på alvor.

Som en følge av klimaendringene blir det:

- temperaturøkninger over hele landet, spesielt om vinteren (størst økning i Nord-Norge)
- våtere som følge av mer regn (over hele landet, men spesielt på Vestlandet)
- økt flomfare, også i mindre elver og bekker
- mer vind, selv om dette er mer usikkert, og mulig endring av vindretning
- flere tørkeperioder med økende fare for skogbranner.

Usikkerheten er stor når det gjelder lokale utslag, og vi kan i fremtiden blant annet få ekstremnedbør og lokale flommer på andre steder enn vi hittil har hatt.

Mer omfattende skader

Det er ofte en kombinasjon av klimaendringer og samfunnsforhold som gjør vårt samfunn sårbart. Samfunnsutviklingen er preget av at vi ikke lenger tar tilstrekkelig hensyn til naturen. Vi utnytter arealer langt mer enn tidligere, infrastruktur knyttet til vann og avløp er ikke riktig dimensjonert, og vi har nye byggemåter som ikke tar nok hensyn til regionalt klima. Forsikringsselskapene står overfor skader som ikke bare rammer ett og ett objekt, men skader som gjerne rammer et større område eller infrastruktur – ofte på kommunalt nivå.

Vi må forebygge skader

Norske forsikringsselskaper «omsetter» forsikring for nærmere 40 milliarder årlig (landbasert virksomhet). En viktig faktor for forsikringsselskapene er fremtidig risiko-vurdering. Når vær og ekstremvær slutter å følge forutsigbare mønstre, kan ikke forsikringsrisikoen beregnes som før. Mens noen selskaper i USA nå øker prisen på forsikring, eller slutter å tilby forsikring i utsatte områder, er dette foreløpig ingen aktuell strategi for norske forsikringsselskaper. Det blir imidlertid desto viktigere å følge klimaendringene tett og stimulere til innovasjon innen forebyggende tiltak der det er mulig.

Forsikring og sikring er knyttet tett sammen. Det å kunne forebygge risiko er viktig både for å holde forsikringsprisene på et akseptabelt nivå og for at vi fortsatt skal ha en bærekraftig forsikringsnæring. Forsikringsselskapene regulerer prisene etter objektets risiko, kombinert med hva kundene selv gjør av skadeforebyggende tiltak. Innen klima- og værrelaterte skader er det få eller ingen skadeforebyggende tiltak i dag. Derfor er innovasjon og nytenkning innen dette området viktig.

Klimaskader knyttes ofte til naturkatastrofer som mange tenker er uforutsigbare, men klimaendringene fører også til en økning av de mindre og mer frekvente skadene, for eksempel vannskader som følge av økt nedbør. For å forebygge skader og tilpasse oss et klima i endring, samt vurdere konsekvenser og mulige tiltak, er det viktig for forsikringsselskapene å ligge i forkant med ny kunnskap – kunnskap utover hva selskapene i dag har gjennom sin skadehistorikk.

Forskning er nødvendig

En kilde til kunnskap om fremtidig klimarisiko er forskning. Norsk Naturskadepool og Finansnæringens Fellesorganisasjon – FNO – har støttet forskningsprosjekter både innen byggeskader og flomsone-/stormmodelleringer nettopp med tanke på dette. I tillegg har Gjensidige Forsikring siden 2001 samarbeidet med Norsk Regnesentral (NR) om forskning på fremtidige klimaendringer, med fokus på nedbørskader på bolighus.

Målet har vært å finne ut hvor «sårbart» Norge er for økt nedbør og å lage scenarier for hvilke skadebilder vi kan forvente oss i fremtiden. Prosjektet viser at det er store geografiske forskjeller. Noen områder i landet er mer robuste enn andre, ikke bare til å takle dagens klima, men også fremtidig klima. I andre områder kan for eksempel en økning på kun ti prosent nedbør føre til både 30 og 50 prosent større skadeomfang mot slutten av århundret enn i dag.

Forskning er et forholdsvis nytt felt for forsikringsnæringen i Norge, og innsatsen og samarbeidet med ulike forskningsmiljøer vil forhåpentligvis bli større i årene som kommer. Utfordringen med tilpasning til et klima i endring er stor, og forsikringsselskapene kan bidra og involvere seg mer i forskning slik at den kommer til samfunnsnyttig anvendelse. Dermed kan forsikringsnæringen påvirke myndigheter og samfunn, og på sikt kan vi få et bærekraftig samfunn.

Streng leverandørkrav

– Bilen er en storforbruker av ressurser og energi og påvirker miljøet kolossalt. Potensialet for bedre ressursforvaltning er betydelig. Som storkunde hos verkstedene og bilbransjen stiller If miljøkrav. Derfor er bilen spesielt nevnt i vår miljøpolicy, sier leder for samfunns- og myndighetskontakt i If Skadeforsikring, Elin Klakken.

Miljø skal være i fokus ved behandling av skader, forklarer Klakken: – Ved skade skal alltid reparasjoner og tiltak skje ut fra minst mulig miljøpåvirkning uten at kvalitet og trafikksikkerhet påvirkes. Vi skal benytte brukte originaldeler, og reparere skadde plastdetaljer og frontruter når det er mulig. Våre leiebiler skal også tilfredsstillende miljøkravene.

Sverige har kommet lenger

– Gjenbruk av deler er et krav vi har i samarbeidsavtalene med våre verkstedleverandører. Vi jobber også aktivt med leverandørene av brukte deler for å hjelpe dem til å heve kvaliteten på leveransene. I tillegg har vi krav til reparasjon av plastdeler, noe som bidrar til økt gjenbruk og mindre farlig avfall. Vi har gjennom flere år også vært engasjert i lakkverkstedenes miljøstandard og var en pådriver for å få til en miljøgodkjenning av denne type verksteder. Dette er etter hvert blitt et ansvar som myndighetene har tatt over, forteller Elin Klakken.

Svenskene har i mange år vært flinkere enn Norge til å benytte brukte deler og plastdeler. Nabolandet var tidlig ute, har egen bilindustri og har organisert logistikken med brukte originaldeler på en profesjonell måte. De andre landene i Norden kom senere i gang, og har problemer med å få fart på dette. Klakken mener at vi i Norge har mye å lære av Sverige på dette området, der omtrent 65 000 originaldeler gjenbrukes pr. år. Plastreparasjonene har økt fra 50 000 i 2005 til 60 000 i 2008.



Elin Klakken, If Skadeforsikring

I Norge benyttet man i 2005 14 000 brukte originaldeler og har siden hatt en jevn nedgang til vel 10 000 i 2008. Antall plastreparasjoner har derimot økt fra 11 000 til 12 000.

Forbedringer må til

– Skal vi få fart på gjenbruken av deler i Norge, må mye endres hos flere aktører. Vi må få bedre tilgang og kortere leveringstider på brukte deler. Dette krever profesjonelle bildemonterere, med god struktur og logistikk når det gjelder demontering av biler og omsetning av deler. Verkstedene må øke sin kunnskap og bevissthet om brukte deler og anvendelsen av disse. De må også investere i utstyr og få opplæring i reparasjon av plastdeler, sier Elin Klakken.

– Det er en del skepsis til brukte deler og plastreparasjoner hos kundene. Sammen med verkstedene må vi gi våre kunder trygghet for at disse reparasjonsmetodene har like høy kvalitet som reparasjoner der det brukes nye deler. Dette må til for at vi skal nå enda lengre i arbeidet med å sikre miljøet, sier Elin Klakken.

Vinn-vinn-vinn i Klimabanken

I 2007 sette Sparebanken Sogn og Fjordane i gang eit klimaprojekt. Tanken var å drive banken meir miljøvennleg, motivere dei tilsette og inspirere næringslivet til ein «reinare» kvardag.

Det var det året Al Gore og klimapanelet til FN fekk fredsprisen. Det var då 2 500 forskarar slo alarm om global oppvarming som kan endre rammevilkåra for alt liv på kloden. Det var då dei politiske partia tok til å programfeste kraftige kutt i CO2-utslepp utan å vedta korleis det skal skje.

Korleis gjekk det i banken? Vart det med store ord og litt glansa skrytepapir? Heiv banken seg på ein trend i tida som vart avløyst av ein ny trend med sosiale media?

10 klimabod

– Vi tok tak i utfordringa med eit ærleg engasjement, mellom anna med 10 klimabod, seier kommunikasjonsdirektør Arve Sandal, som har hatt hovudansvaret for klimabankprosjektet. Bodorda skisserte at banken skulle forbetre eiga drift, engasjere seg i klimaspørsmål og motivere tilsette og kundar til å bry seg.

Klimaforskning

Sandal fortel om eit treårig samarbeid med Vestlandsforskning som har kartlagt klimagassutsleppa i Sogn og Fjordane, klimatiltak i internasjonal finansnæring og miljøengasjementet i næringslivet. På vegne av banken har forskarane også greidd ut næringspotensialet i vindkraftindustrien.

Mobilisering

– Vi reiste fylket rundt i 2007 med ferske analysar av klimagassutsleppa og peika på vindkraft til havs som ei ny stor næring i Norge. Vi mobiliserte i egne rekker med å sykle til jobben, innføre dobbelsidig utskrift, erstatte flyreiser med videokonferansar, legge om til grøn IT-park og miljøsertifisere hovudkontoret i Førde. For kundane lanserte vi spesielle rabattar for lån til lågenergihus og lågutsleppsbilar.

Vinn-vinn-vinn

Tre år etterpå er konklusjonen at bankkvardagen i Sogn og Fjordane verken vart tristare eller dyrare. Tvert om har



Arve Sandal, Sparebanken Sogn og Fjordane

banken spart fleire millionar på drifta og trur dei 350 tilsette har hatt ein klar helsegevinst av å sykle og gå over 100 000 km i året. Talet på flyreiser er redusert med rundt 30 prosent årleg i forhold til 2007. Papirforbruket er redusert med rundt tre millionar A4-ark i året. Fleire bedrifter i Måløy har fått oppdrag for vindkraftindustrien. Miljølåna derimot til hus og bil har enno ikkje slått an hos kundane.

Drivar i økonomien

– Innerst inne veit vi alle at vi har alt å tene på å oppføre oss berekraftig. Derfor er det kjekt å sjå korleis miljøtiltak har blitt ein drivar i framtidretta bedrifter, seier Arve Sandal. I 2010 skal Sparebanken Sogn og Fjordane miljøsertifisere fleire kontorbygg, ta i bruk eit klimakart i rådgjevinga til kundane, satse meir på grøn IT og kåre den beste miljøbedrifta i fylket. Medarbeidersamlinga for alle tilsette i slutten av april blir ein friluftsbankett med lokal mat på menyen.

10 KLIMABOD

frå Sparebanken Sogn og Fjordane:

1. Premiere «sykle til jobben» og andre tiltak blant tilsette som reduserer bilbruken.
2. Energiøkonomisering i alle bygg og overgang til meir miljøvennlege firmabilar.
3. Meir bruk av video og telefonkonferansar i staden for flyreiser.
4. Fokus på gjenbruk.
5. Årleg klimarekneskap frå banken.
6. Klimaspørsmålet integrert i strategiske planar for banken.
7. Informasjon og kurs om klimaspørsmål for kundar og bransjar.
8. Investere i eit forpliktande samarbeid med Vestlandsforskning.
9. Setje miljøkrav til leverandørane.
10. Delta i klimadebatten i fylket.

Vil gå foran med et godt eksempel

Marker Sparebank i Østfold er sertifisert som Miljøfyrtårn. Det skyldes at administrerende banksjef Anlaug Johansen ser det som viktig å svare på klima- og miljøutfordringene med aktiv handling. Hva er da mer naturlig enn å starte med å feie for egen dør?

– Hovedbegrunnelsen vår var at vi ønsket å gå foran med et godt eksempel i lokalsamfunnet. Vi har sertifisert hovedkontoret og forbereder sertifisering også av filialene, men her vil vi måtte samkjøre arbeidet med andre leietakere i de byggene hvor vi har lokaler, forklarer Anlaug Johansen.

Før sertifisering til Miljøfyrtårn skal virksomheten vurderes opp mot spesifikke bransjekrav – i dette tilfellet bransjekravene for kontorvirksomhet. Rapporteringen omfatter:

- arbeidsmiljø
- innkjøp og materialbruk
- avfall
- energi
- transport
- utslipp til luft og vann og
- klimaregnskap

Enkel prosess

Slik Anlaug Johansen ser det, er prosessen relativt enkel for kontorbedrifter: – De områdene vi har prioritert er arbeidsmiljø, miljøvennlige innkjøp og god kildesortering av avfall. Vi har også lagt vekt på energibesparende tiltak som tidsur på ventilasjonssystemet og økonomisering med lys. Alternative fyringsmuligheter vurderer vi løpende, men her er det lettere å få til resultater som monner når man bygger nytt. Hos oss har vi signalisert at vi kan være interessert i å gå sammen med andre aktører når det gjelder fjernvarme eller pelletsanlegg.



Anlaug Johansen, Marker Sparebank

Transport

Marker Sparebank er dessuten spesielt opptatt av transport. Det er et område hvor banksjefen mener det er mye å hente – også for bedrifter som driver i landdistrikter: – I vår bedrift skal vi bruke offentlig transport i alle sammenhenger hvor det er mulig. Når vi eksempelvis skal i møter i Oslo, kjører vi til Mysen og tar toget derfra. Det tror jeg langt flere kunne gjøre.

Den økonomiske gevinsten av miljøsertifiseringen knytter Anlaug Johansen i hovedsak til nedgang i papirforbruket. Kopiering på begge sider av papiret og ikke minst begrensning av utskriftsmengden har gitt god besparelse.

Stor oppmerksomhet

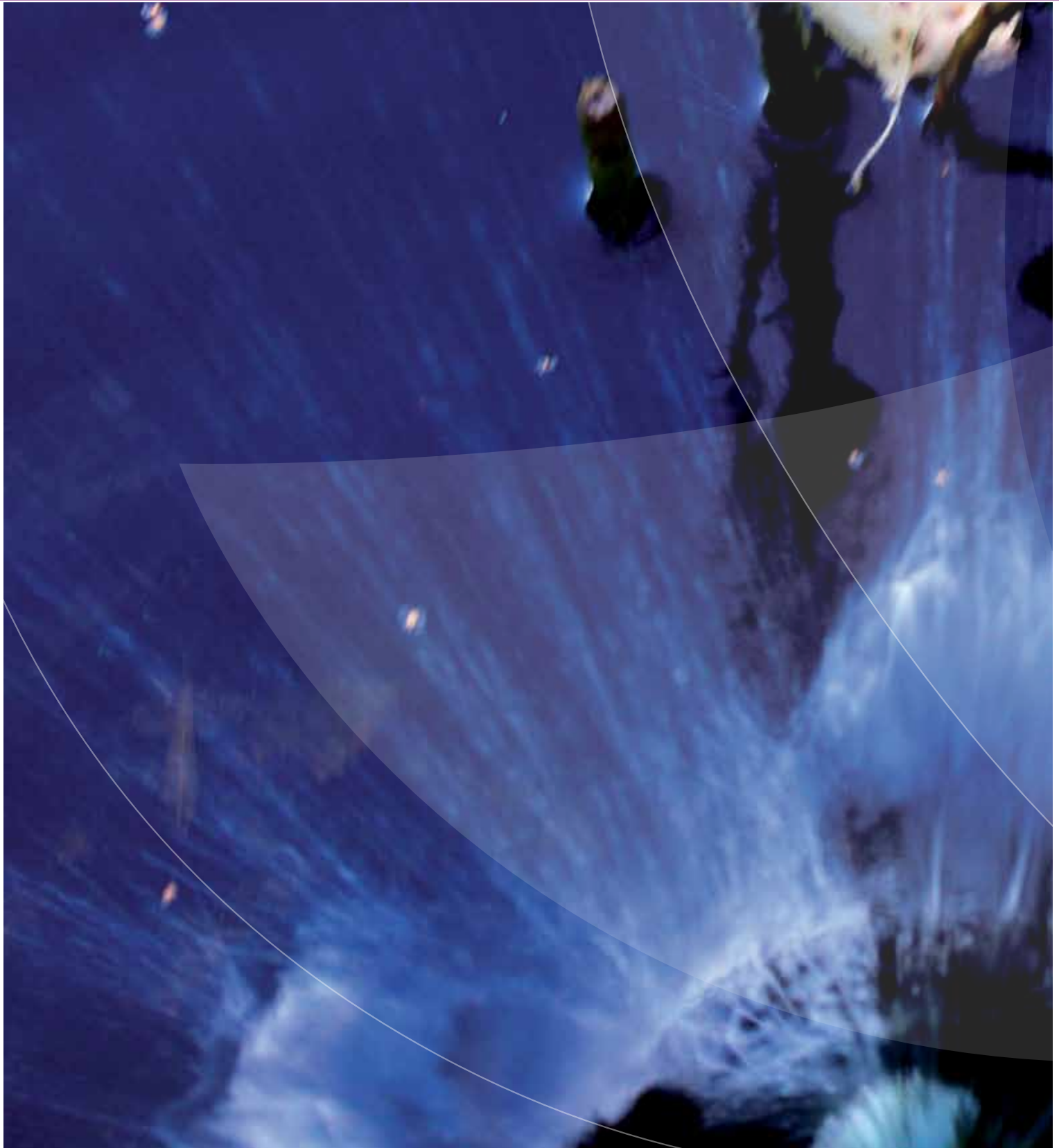
Johansen er først og fremst opptatt av oppmerksomhetsverdien i og utenfor organisasjonen: – Ved å omtale miljøsertifiseringen i bankens kundeblad og på hjemmesidene ønsker vi å bevisstgjøre både kunder og ansatte. Håpet er at vi kan påvirke bedriftskunder til å gjøre som oss og enkeltkunder til å tenke miljø.

– Internt førte sertifiseringsprosessen til at klima og miljø ble et aktuelt tema blant de ansatte. De medarbeiderne som var direkte involvert i sertifiseringsarbeidet, passer godt på at Marker Sparebank lever opp til sertifiseringens forpliktelser. Ingen får lov til å slurve med kildesorteringen i kantinen, understreker Johansen.

For mer informasjon om sertifisering til Miljøfyrtårn, ta en titt på www.miljofyrtarn.no

An aerial photograph of a forest with a person walking through it. The image is partially obscured by a dark blue, semi-transparent circular overlay in the top-left corner.

Etisk forretningsdrift



Med kunnskap og makt til å påvirke



Christine Tørklep Meisingset, Storebrand

Ansvarlige investeringer handler om å ha et bevisst forhold til hvordan vi tjener penger og hva slags virksomhet vi eier verdipapirer i.

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 bærekraft og samfunnsansvar blir en av de viktigste strategiske driverne for næringslivet fremover.

Storebrand har 15 års erfaring med å stille krav til de selskapene vi investerer i. Forvaltning av kapital er langsiktig virksomhet. Vi mener at selskaper som arbeider systematisk for å møte behovene til sine interessenter – både kunder, eiere, ansatte, samarbeidspartnere og storsamfunnet – vil være morgendagens vinnere.

Storebrands egen analyseavdeling for samfunnsansvarlige investeringer, som er Norges største fagmiljø på området, overvåker mer enn 3 000 børsnoterte selskaper verden over. Vi bruker overvåkning og analyse som verktøy for aktivt eierskap, og er i kontakt med ca 400 selskaper hvert år.

Stiller strenge krav

For fem år siden etablerte Storebrand retningslinjer for samfunnsansvarlige investeringer som gjelder for hele konsernet. Storebrand er et av de livsforsikrings-selskapene i verden som stiller strengest krav til miljø- og samfunnsansvar i sine investeringer.

Det viktigste for oss er å drive aktivt eierskap – vi kombinerer kunnskap og makt for å påvirke til forbedring. Hvert år tar vi kontakt med flere hundre selskaper

for å stille spørsmål og presentere våre forventninger som kapitalforvalter og eier. Dialogen handler om systematiske tiltak innenfor miljøstyring, antikorrupsjon, menneskerettigheter eller god eierstyring.

Samtidig avstår vi fra investering i selskaper som ikke arbeider aktivt for å rydde opp i brudd på menneskerettigheter og korrupsjon, eller minimere miljøskade og utslipp av klimagasser. Vi avstår også fra investering i selskaper som har betydelige mangler i sin risikostyring, som er delaktige i produksjon av kontroversielle våpen, samt tobaksproduksjon. Per 31.12.2009 var 93 selskaper utelukket fra investeringsporteføljen i Storebrand og SPP.

God avkastning

For å fremheve de beste både finansielt og på miljø- og samfunnsansvar, rangerer vi selskaper etter «Best in Class»-prinsippet. Per 31.12.2009 hadde 149 selskaper status som «Best in Class». Ved å investere i selskaper som har orden i eget hus, sikrer vi kundene den beste og mest stabile avkastningen over tid. Det skal lønne seg å arbeide systematisk for bærekraftig utvikling.

Internasjonale undersøkelser (Mercer, 2009; Statman & Glushkov, 2009) tyder på at det er en positiv sammenheng mellom samfunnsansvar og finansiell avkastning. Vår erfaring viser også at avkastningen er like god selv om vi stiller strenge krav til hvilke selskaper vi vil investere i.

Kontinuerlig overvåkning



Jeanett Bergan, KLP

For KLP er respekt for menneskerettigheter og arbeidstakerrettigheter, miljøvern og anti-korrupsjon grunnleggende for en ansvarlig forretningsdrift.

– Det er ikke likegyldig hvordan avkastning skapes. KLP er en langsiktig investor og eier, og vi ønsker aktivt å benytte de påvirkningsmulighetene vi har. Som aksjonær i nesten 2 000 selskaper har vi et ansvar for å påvirke til det beste for selskapet, aksjonærfellesskapet og samfunnet forøvrig. Vi har siden 2002 hatt en etisk filtrering på våre verdipapirinvesteringer, sier Jeanett Bergan, leder for ansvarlige investeringer i KLP Kapitalforvaltning.

Selskapene som utelukkes fra KLPs porteføljer kan kobles til grove eller systematiske brudd på internasjonale normer, i hovedsak FN-konvensjoner.

Vilje til forbedring

– KLP ekskluderer selskaper som bryter med menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, forårsaker alvorlige miljøødeleggelser, er involvert i korrupsjon, produserer visse våpentyper og tobakk, sier Bergan.

– Selskapene i KLPs investeringsunivers overvåkes kontinuerlig for brudd på våre etiske retningslinjer. Å selge aksjene er en siste utvei hvis selskapet ikke viser vilje til forbedring. For analysene som utgjør grunnlaget for KLPs engasjement og uttrekk støtter vi oss i hovedsak på GES Investment Services, men også på Etikkrådet for Statens Pensjonsfond – Utland (SPU), sier Bergan.

Ansvarlig investeringsrapport

KLP offentliggjør hvert halvår sin rapport om arbeidet de gjør som en ansvarlig investor og eier. Her rapporterer de om hvilke selskaper som utelukkes fra KLPs investeringer og på hvilket grunnlag.

– Å offentliggjøre ekskluderingsene og begrunnelsene mener vi handler om å ta ansvar for våre valg, med et reelt ønske og mål om at dette skal føre til endring. På lik linje med at vi krever transparens av selskapene vi investerer i, må vi være åpne om vårt arbeid. Men vi fortsetter dialogen med ekskluderte selskaper med mål om å påvirke selskapene slik at de igjen blir investerbare, påpeker Bergan.

– Når vi utelukker et selskap fra våre investeringer, så er dette basert på en ren etisk beslutning. Vi ønsker ikke å være medeier i selskaper som assosieres med brudd på etiske normer. På lang sikt tror vi at en ansvarlig investeringsprofil er det beste for våre kunders avkastning, understreker Bergan.

Re-inkludering

Bergan sier at dialogen med selskapet fortsetter etter at KLP har solgt sine aksjer: – Målet er fortsatt at selskapet skal forbedre sin policy og sine rutiner slik at det ikke lenger bryter med våre etiske retningslinjer, og dermed bli investerbart igjen. Men for at et selskap skal bli re-inkludert, skal en tredjepart verifisere at hendelsen som førte til ekskludering har opphørt. Videre skal det dokumenteres at selskapet har håndtert hendelsen og konsekvensene på en ansvarsfull måte, og at det har systemer og rutiner for å forhindre at lignende skjer i fremtiden, påpeker Jeanett Bergan.

Les mer om GES Investment Services på www.ges-invest.com

Skikkelighet og «skogplanting»

Skikkelighet er et nøkkelbegrep for administrerende direktør Terje Vareberg i SpareBank 1 SR-Bank. Med det mener han at alt vi sier og gjør må stå seg like godt i gode og dårlige dager.

– I det daglige må vi i større grad vise skikkelighet i all vår omgang med kundene. Fra generell markedsføring, via løpende kontakt i nettbank og banklokaler til mer inngående rådgiversamtaler. Fallende aksjekurser og stigende lånerenter skal ikke komme som noen stor overraskelse på kundene. Kostnader og risiko skal være godt synlig. Spareproduktene vi anbefaler kundene skal gi en høyere forventet avkastning enn de risikofrie alternativene. Lånene vi gir skal være tilpasset kunden i nåtid og fremtid. Kunden skal være trygg på at vi gjør vurderinger og gir råd han eller hun skal leve godt med både på kort og lang sikt, forklarer Vareberg på spørsmål om hva «skikkelighet» betyr i hverdagen for SpareBank 1 SR-Bank.

– I SpareBank 1 SR-Bank har vi gjennom mange år hatt oppmerksomheten rettet mot holdninger og etikk. Gode holdninger og en god etisk opptreden oppnår vi ved å ha kontinuerlig fokus på atferd i kombinasjon med tydelige retningslinjer, sier Vareberg.

– Imidlertid er det ikke tilstrekkelig med etiske retningslinjer og flotte ord. Den virkelige testen tar vi hver dag, gjennom god kundediolog og utøvelse av et solid bankhåndverk. Vi er åpne og ærlige på hva vi til en hver tid forventer av den enkelte medarbeider. En god porsjon sunn fornuft, en solid og god oppdragelse og en trygg kultur der det er åpenhet om etiske utfordringer og dilemmaer, er vår oppskrift på å skape skikkelighet. I 2009 opprettet vi et eget Etisk Råd som består av representanter fra ulike deler av konsernet, samt et eksternt profesjonelt medlem.

Vil bidra i dugnaden

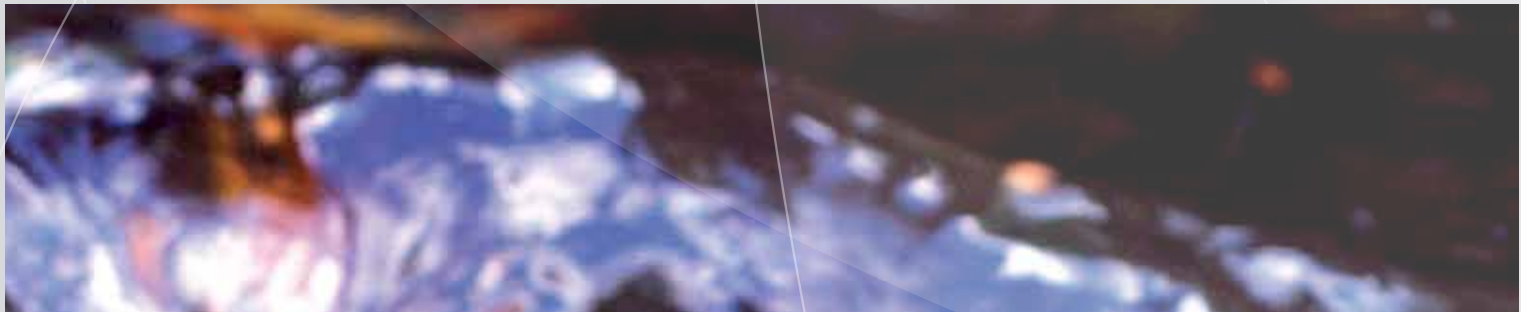
I et større perspektiv knytter Terje Vareberg begrepet skikkelighet til den samfunnsrollen han ønsker at banken skal ha. SpareBank 1 SR-Bank skal drive «skogplanting».

– Vi er opptatt av å bidra i en felles regional dugnad. Målsettingen er å skape et livskraftig samfunn for kommende generasjoner. Det innebærer at vi har en rolle som ikke bare handler om formidling og forvaltning av kapital. Vi må ta et aktivt standpunkt til flere dimensjoner som faller inn under det som kalles samfunnsengasjement. En av disse dimensjonene er bankens fond for allmennyttige formål, forteller Terje Vareberg.

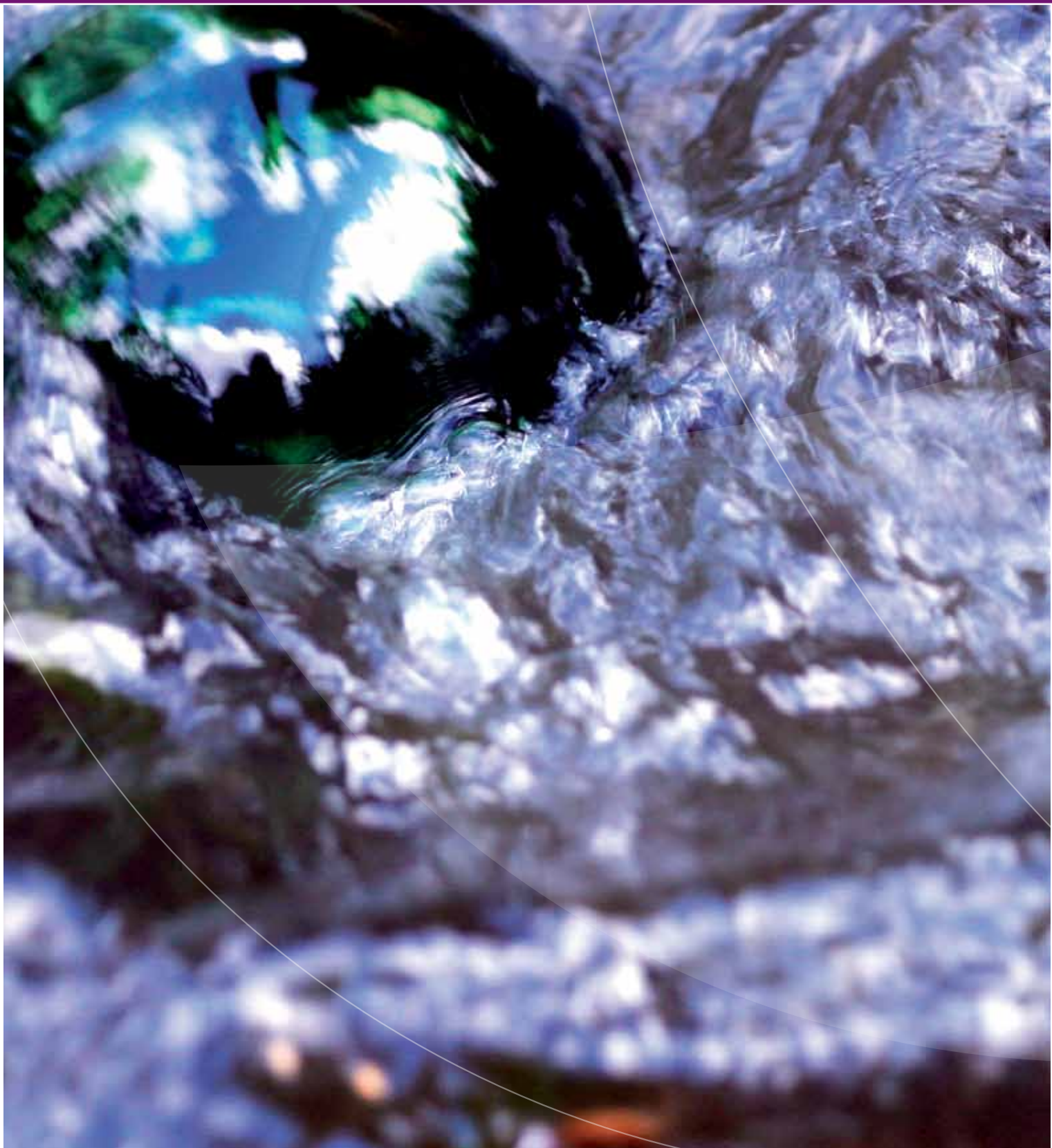
– Gjennom fondet er vi med på å bidra til gode oppvekstvilkår for barn og unge, utdanningsmuligheter og rikelig tilgang på fritid og opplevelser. Dette gjør vi fordi disse tilbudene og mulighetene i en region er blitt viktige faktorer når en virksomhet vurderer lokalisering. Vår regions næringsliv konkurrerer om de lyseste hodene; mennesker og kvalifikasjoner som ikke kjenner geografiske grenser, og som velger det sted der bo- og arbeidsforhold er best. I dette perspektivet inngår bankens fond for allmennyttige formål som en del av det å opptre med skikkelighet i forhold til fellesskapet, sier Terje Vareberg i SpareBank 1 SR-Bank.



Terje Vareberg, SpareBank 1 SR-Bank



Lokalt engasjement



Sparebankenes gavevirksomhet

Av Per Oskar Figenschou, Sparebankforeningen



Sparebankene har tradisjonelt brukt en del av det årlige overskuddet til gaver. Hovedgrunnen er at sparebankene har vært rene selveiende institusjoner.

Mens forretningsbankene har brukt deler av overskuddet til utbytte til aksjonærene, har sparebankene pløyd midler tilbake til lokalsamfunnet gjennom gaver og bidrag. Dette er blitt videreført selv om en del sparebanker har fått en andel eksterne eiere gjennom utstedelse av egenkapitalbevis.

Økt gavetildeling

De siste årene er sparebankenes gavevirksomhet endret. Den samlede økonomiske rammen er økt betydelig, samtidig som det har skjedd en klar dreining mot større prosjekter. Nye områder som forskning, undervisning og næringsformål har fått en sentral plass i gavebildet. Det gis fortsatt mindre beløp til lag og foreninger, og selv om disse midlene har stor betydning for mottakerne, utgjør de en stadig mindre del av den totale gavevirksomheten.

I 2008 ga sparebankene og sparebankstiftelsene til sammen 680 millioner kroner i gaver og bidrag til områdene de betjener. Det var om lag 50 millioner kroner mer enn året før. Sammenlignet med 2003 har det skjedd en tredobling av gavebeløpene.

Mest til kultur

Tradisjonelt har kultursektoren stått sentralt i sparebankenes gavevirksomhet. Denne trenden er forsterket de siste årene, og i 2008 gikk omlag 40 prosent av gavemidlene – ca. 270 millioner kroner – til ulike kulturformål. Det innebærer at sparebankene er blant landets viktigste private bidragsytere til norsk kulturliv. Spennvidden er stor, fra uniformstøtte til lokale korps via lokale kunstutstillinger og konserter til regionale teaterforestillinger og store kulturarrangementer på landsdelsbasis.

Idrett

Idretten er en annen sektor som gjennom årtier har nytt godt av bidrag fra sparebankene. Foruten å gi økonomisk støtte til klubber og lag, har sparebankene i utstrakt grad deltatt på anleggssiden. En rekke idrettshaller og større baneanlegg over hele landet er blitt bygget ved hjelp av gavemidler fra ulike sparebanker. I 2008 fikk idretten ca 20 prosent av midlene, til sammen 140 millioner kroner. I tillegg har sparebankene i betydelig grad bidratt med sponsormidler. Disse er ikke inkludert i gavetallene.

Næringsformål

De siste årene har en stadig større del av midlene gått til ulike næringsformål. Noen sparebanker har opprettet egne næringsstiftelser, som i samarbeid med lokale myndigheter og næringsorganisasjoner står for den konkrete tildelingen. I 2008 gikk vel 120 millioner kroner til næringsformål. De senere år er også helsesektoren tilgodesett. I 2008 ble det gitt vel 40 millioner kroner fra sparebankene til ulike helsetiltak.

Større og mindre lokale tiltak ble tilgodesett med ca. 100 millioner. En god del av disse midlene gikk til lag og organisasjoner som derved fikk verdifull støtte til virksomheten.

Priser og gavefond

Mange av sparebankene deler ut årlige priser. Av vel 150 priser delt ut i 2007 var 80 prosent på mer enn 10 000 kroner. Sparebankene og Sparebankstiftelsen DnB NOR har satt av betydelige midler i gavefond. Totalt er det ca 1,5 milliarder kroner i disse fondene. Midlene vil bli delt ut i årene fremover, hovedsakelig i forbindelse med bankjubileer og store prosjekter og begivenheter med betydning for lokalsamfunnet.

Sparebankstiftelser og Gjensidigefondet

Etter at det for noen år siden ble åpnet adgang til omdanning av sparebanker til aksjesparebanker, er det blitt etablert to sparebankstiftelser. I løpet av det siste året er det blitt etablert ytterligere to stiftelser som følge av at større regionale sparebanker har overtatt mindre lokale sparebanker.

Den største er Sparebankstiftelsen DnB NOR som har en formue på ca 12,5 milliarder kroner. Midlene er bygd opp av akkumulerte overskudd fra Christiania Sparebank – som ble etablert i 1822 som landets første bank – via diverse fusjoner frem til Sparebanken Gjensidige NOR. Ved fusjonen med DnB ble denne formuen overført fra sparebanken til en egen sparebankstiftelse.

I de tilfellene der større regionale sparebanker har overtatt mindre lokale sparebanker, har overdragelsen skjedd ved at den lokale sparebankstiftelsen er blitt tildelt kontanter og egenkapitalbevis som vederlag fra den større banken. Det sikrer at lokalsamfunnet der midlene er blitt akkumulert, får hånd om et betydelig beløp som skal brukes blant annet til allmenntilgode formål i lokalområdet. Gavetildelingen fra stiftelsene utgjør allerede nå en viktig del av sparebanknæringens totale gavevirksomhet.

Et annet viktig formål for sparebankstiftelsene er å være aktive eiere i aksjesparebanken eller i den overtakende sparebanken. Ved årsskiftet 2009/10 var det fire sparebankstiftelser. Det er imidlertid sendt inn konsesjonssøknad for opprettelse av ytterligere tre sparebankstiftelser av ganske betydelig størrelse. Det er god grunn til å tro at antallet sparebankstiftelser vil øke i årene fremover. De vil stå for en stadig stigende andel av sparebanknæringens samlede gavevirksomhet.

Gjensidigefondet

En årelang praksis med støtte til lokalsamfunn ble satt i system i 2007 da Gjensidigefondet ble opprettet. Gjensidigefondet inngår nå i Gjensidigestiftelsen. Stiftelsen ble opprettet 1. november 2007 og er en uavhengig og demokratisk allmenntilgode stiftelse.

Felles for alle formålene Gjensidigestiftelsen har gitt penger til, er at de kommer mange til gode og trykker lokalsamfunnet. For å få midler må prosjektet være forebyggende, utviklende, aktivitetsskapende og samfunnsbyggende.

Et skjebnefelleskap



Svein Solberg, Oppdalsbanken

Den alltid entusiastiske banksjef Svein Solberg er opptatt av det han kaller skjebnefellesskapet mellom sparebanken og lokalsamfunnet: Går det bra med bygda, går det bra med banken.

– Vi ønsker å være en aktiv samarbeidspartner for en levende bygd. Derfor interesserer vi oss for langt mer enn den ordinære bankdriften. Alt som skjer i det lokale næringslivet angår oss, og vi går inn i bygdas utfordringer enten de er store eller små. Dessuten tilbakefører vi deler av vårt overskudd slik at dette kommer nærmiljøet til gode.

Den totale verdiskapningen

Svein Solberg tenker systematisk med utgangspunkt i den totale verdiskapningen på Oppdal. Han mener at Oppdalsbanken har ansvar for å stimulere til aktivitet både i bedrifter, organisasjonsliv og på kommunenivå. Dessuten legger han stor vekt på at banken også skal motivere til kulturelt mangfold.

– Med våre 25 ansatte utgjør vi et lokalt kompetansemiljø. Det vi foretar oss berører veldig mange, og vi inviteres derfor med i de fleste sammenhenger. Alternativt inviterer vi oss selv hvis det er noe vi mener det er viktig å delta i. Vi holder for eksempel tett kontakt med sportsmiljøer, turmiljøer og andre typer kulturell virksomhet.

Høyt på listen over konkrete aktiviteter står samarbeid med skolen gjennom Ungt Entreprenørskap. Sammen med koordinator for entreprenørskap på Oppdal videregående skole og grunnskole har banken laget en treårsplan som omfatter alt fra pengestøtte til bruk av bankens kompetanse i undervisningen. Hensikten er å motivere ungdommen til å tenke verdiskapning og å gi dem lyst til å etablere sin egen bedrift.

Vil bidra til sysselsetting

– Vi brukes også i stor utstrekning som sparringspartner av næringsliv og kommune. Arbeidet skjer både gjennom næringsforeningen og ved at enkeltpersoner i banken engasjerer seg i ulike sammenhenger. Fra tid til annen er prosjektene for store til at vi kan være med i finansieringen, men det finnes ofte andre måter å delta på. Når det nå skal åpnes et nytt stort hotell her i november 2010, har vi tilsagn fra driftsselskapet om at vi skal være finansiell partner på driftssiden.

Med 19 800 vinterforede dyr er Oppdal en av landets viktigste kommuner når det gjelder sauehold. I denne næringen har Oppdalsbanken en sterk posisjon. Det samme gjelder i håndverksfagene. I den senere tid er det årlig bygget i snitt

200 nye hytter i bygda, og det gjør sitt til god sysselsetting på dette området: – For disse gruppene forsøker vi å være et kunnskapssenter. Vi hjelper dem å løfte kompetansen – både i det daglige og gjennom fagsamlinger. I nærmeste fremtid arrangerer vi en stor konferanse der temaet er utfordringene i landbruket. Vi ønsker å sette kundene i stand til å gjøre bedre analyser av virksomheten sin.

Tar vare på lokalhistorien

Også på det kulturelle området kan Oppdalsbanken skilte med en rekke prosjekter – ikke minst støtte til bokutgivelser. Det synes å være to fellesnevnerne: Banken ønsker både å dokumentere historie og tradisjon og å legge til rette for et aktivt friluftsliv for fastboende og tilreisende:

– Våren 2010 kommer det et verk i tre bind om Oppdal og 2. verdenskrig, og vi har tidligere bidratt til at skifervirksomhetens historie kunne utgis. Skiferbruddene i Oppdal har lang historie, men det var først da Dovrebanen ble bygget i 1921 at det ble grunnlag for kommersiell drift. Å hjelpe til med å ta vare på denne delen av lokalhistorien har vi sett som viktig – også fordi vi er bankforbindelse for flere av skiferbedriftene og deres ansatte.

Samarbeid med lag og foreninger

At banksjef Solberg gjør sitt for en sprekere befolkning, kan det ikke herske noen tvil om. Han har bidratt til realisering av Pilgrimsleden og støttet utgivelser av turkart og turbeskrivelser – bøker som det er stor rift om.

– Sammen med det lokale næringsliv har banken også laget og gitt ut en egen hyttebok til samtlige hytteeiere i Oppdal. Distribusjonen har lag og foreninger stått for, noe som har gitt klingende mynt i deres kasser. Når vi er så opptatt av hytteeierne, bygger det på en erkjennelse av at de tilfører Oppdals-samfunnet betydelig verdiskapning. Ved å bidra til deres trivsel, legger vi grunnlaget også for vår egen trivsel.

Priser

Det tenkes svært bredt i Oppdalsbanken, og vi risikerer antakelig lite om vi påstår at Svein Solberg er den eneste i finansnæringen som deler ut en dialektpris:

– Vi har to samarbeidspartnere med oss, og formålet er å fremme og ta vare på Oppdalsdialekten. Dette er en viktig sak for lokalsamfunnet – akkurat som det er viktig å gjøre ære på hverdagsmennesker som legger ned stor innsats uten å synes i mediebildet. For dem har vi sammen med Oppdal Juniorkorps og Oppdal Musikkforening opprettet en ildsjelpris, avslutter Solberg.



Tom Anders Stenbro, TrygVesta Forsikring

Skaper trygghet gjennom samarbeid

– Vi vil være en trygghetsleverandør og ser det som en sentral oppgave å arbeide for trygge lokalsamfunn. Vi har derfor gått i partnerskap med en rekke samfunnsaktører som driver forebyggende arbeid, sier Tom Anders Stenbro i TrygVesta Forsikring.

TrygVestas visjon er å oppleves som Nordens ledende trygghetsleverandør.

– Kjerneproduktet vårt er å sikre menneskelige og materielle verdier og skape trygghet for den enkelte forsikringstaker. Trygghetsleveransen gjelder også i bredere forstand. Vi ønsker å bidra til trygge lokalsamfunn, sier Tom Anders Stenbro, rådgiver for samfunnsansvar i TrygVesta.

Mangfoldige bomiljø

TrygVesta er spesielt godt kjent for sine over 30 000 livbøyer som skaper trygghet i lokalsamfunn over hele landet. Selskapet har i snart 15 år også vært hovedsamarbeidspartneren til Natteravnene. I dag er det etablert over 500 natteravngrupper over hele landet.

– Natteravnene skaper trygghet både for unge og eldre og bidrar til en positiv mobilisering av lokalmiljøet, fremholder Stenbro. Det særegne med TrygVestas samfunnsengasjement er at selskapet hele tiden har lagt vekt på partnerskap med andre samfunnsaktører.

– Det gir oss et unikt innblikk i omgivelsene og styrker våre forutsetninger for å være en god trygghetsleverandør, sier Stenbro. Han viser til at TrygVesta har inngått samarbeid med blant andre Utdanningsforbundet om en egen Oslo-satsing. Her blir minoritetsmiljøer trukket med i natteravnarbeidet, slik at hele bredden av lokalmiljøet er representert.

Partnerskap med kunder

– Natteravnene virker også inkluderende, ved at foreldre i nærområdet blir kjent med hverandre, understreker Stenbro. Han peker på at Utdanningsforbundet, som er en stor kunde i TrygVesta, er en naturlig aktør å samarbeide med. De er særlig opptatt av barn og unges oppvekstvilkår og har også satt flerkulturell inkludering høyt på dagsorden.

På Holmlia har TrygVesta i samarbeid med Stiftelsen Holmlia Nærmiljø, Manglerud politistasjon, innvanderorganisasjoner, bydelen og natteravnene siden høsten 2008 jobbet målrettet for å mobilisere nye beboergrupper.

– Resultatet så langt er at det er rekruttert over 25 innvandrerkvinner og -menn til natteravn og frivillige aktiviteter. Natteravn fungerer som en inngangsport, og miljøer som i utgangspunktet deltok lite i eget lokalmiljø, er blitt mobilisert, sier Stenbro.

Trygghet gjennom samarbeid

TrygVesta samarbeider aktivt med relevante samfunnsaktører også på andre områder. De årlige konferansene om kriminalitetsforebygging arrangeres sammen med justis- og politimyndigheter og Kommunenes sentralforbund.

– For oss handler dette om å lære av ulike fagmiljøer som sitter på kompetanse og nettverk, sier Stenbro. Også TrygVestas deltakelse i det internasjonale klimasamarbeidet ClimateWise er et eksempel på det samme, der TrygVesta deltar sammen med noen av de ledende, internasjonale aktørene i bransjen.

– Ingen kan skape trygghet alene, og bredt samarbeid er derfor nøkkelen til å innfri storsamfunnets forventninger til oss som forsikrings-selskap og trygghetsleverandør, fremholder Tom Anders Stenbro.



Engasjement for økonomisk forståelse

Av Bjørn Langli, Fokus Bank

Tiden da du gikk i banken og betalte regningene dine er forbi. I dag er de aller fleste av oss banksjef i vår egen bank – nemlig nettbanken. Men det å være sin egen banksjef stiller også krav til kunnskap.

Med enkle tastetrykk betaler vi regninger, overfører penger eller investerer i aksjer og fond. Behovet for å møte opp i banken blir mindre, og hverdagen vår blir enklere. Men dette stiller samtidig større krav til kunnskap om økonomi. Det har Fokus Bank tatt på alvor.

Kunnskap gir trygghet

En familie disponerer i løpet av et år en betydelig sum penger, og mange forvalter store verdier i form av for eksempel hus, hytte, båt eller bil. Mye penger i omløp, og stadig mer komplekse problemstillinger rundt forsikring, sparing, investering og forbruk gjør at behovet for kunnskap øker. Det er ikke alltid like lett å vite om man har gjort alt riktig, om man har de beste betingelsene på lån og innskudd, og om forsikringen er god nok. Jo mer kunnskap du har, desto bedre forutsetninger har du for en trygg og stabil privatøkonomi.

Kan få økonomiske problemer

Men dessverre er det alt for mange som mangler grunnleggende kunnskap om økonomi. I en undersøkelse Fokus Bank har gjennomført blant norske 18- og 19-åringer og deres foreldre er det få som kan svare riktig på enkle spørsmål om økonomi. Over halvparten velger feil definisjon av rente, og kun en tredjedel kan regne ut hva som er det billigste lånet av tre alternativer. Dette er bekymringsfullt,

spesielt med tanke på at manglende kunnskap og forståelse er den vanligste grunnen til at folk får økonomiske problemer. Og tendensen er klar: flere får problemer, og det er spesielt unge som rammes. I dag har nesten én av ti gutter under 26 år betalingsanmerkninger.

Satser på de unge

Kunnskap og forståelse er det beste utgangspunkt for sunne holdninger til økonomi. Arbeidet starter med de unge. Fokus Bank har derfor i samarbeid med Landslaget for matematikk i skolen (LAMIS) lansert et eget program for økt økonomisk forståelse blant barn og unge. Første steg er nettpillet Pengeby.no som lærer barn i alderen 5–10 år verdien av penger og enkle prinsipper rundt blant annet sparing. Satsingen har blitt en suksess, og allerede har mer enn 350 000 norske barn tatt i bruk spillet. I løpet av våren lanseres neste trinn i programmet, beregnet på skoleklasser og ungdom i alderen 10–15 år. Gjennom sitt engasjement for økonomisk forståelse vil Fokus Bank bidra til å gjøre alle bedre i stand til å være sin egen banksjef i fremtiden.

Veiviser for nordområdene

SpareBank 1 Nord-Norge har en tydelig ambisjon for sitt samfunnsengasjement: Banken skal ved å være en kunnskapspartner og initiativtaker bidra til utvikling av næringsliv og lokalsamfunn i Nord-Norge.

Et viktig virkemiddel i dette arbeidet er konjunkturbarometeret for Nord-Norge som banken i samarbeid med Innovasjon Norge har gitt ut to ganger årlig siden 1995.

– Formålet er å bidra med informasjon og kunnskap om næringslivet i Nord-Norge. Målgruppene er flere: Vi forsyner landsdelen med relevant kunnskap, og vi sørger for at beslutningstakere utenfor landsdelen er godt orientert om utviklingen i nordområdene. I forhold til investorer ønsker vi selvsagt å peke på nye muligheter etter hvert som disse åpner seg, forteller viseadministrerende direktør Oddmund Åsen.

Oppdaterte fakta om økonomi, demografi, arbeidsmarked og status i de viktigste næringene utgjør dessuten et viktig arbeidsgrunnlag i bankdriften og i kontakten mellom medarbeidere, kunder og ulike samarbeidspartnere.

Over landegrensene

Med sine 840 årsverk er SpareBank 1 Nord-Norge blant de største kompetansemiljøene i Nord-Norge. Det gjør at bedriften har en sentral rolle når det gjelder utviklingen i landsdelen – spesielt med hensyn til å åpne for øst/vest-kontakt. Banken driver i et område som historisk sett har hatt mye med Russland å gjøre, og har derfor en helt spesiell kompetanse:

– Vi vil bidra til at nordområdene settes på kartet. Da vi startet virksomhet i Russland, var det selvsagt for å drive kommersielt, men også for å gå opp løypa for andre. Vårt samfunnsengasjement kan ikke begrense seg til fasilitatorrollen. Vi kan ikke bare yte kreditt og bidra med gaver, vi må også vise engasjementet i aktiv handling.

De geografiske avstandene er kanskje ikke så store, men kulturelt sett er ulikhetene betydelige. Derfor er det viktig at banken er døråpner og deler sine erfaringer med andre. Når vi beskriver vår samfunnsrolle, står kunnskap og kunnskapsformidling sentralt. Der er vi gode, og der kan vi bidra, understreker Oddmund Åsen.

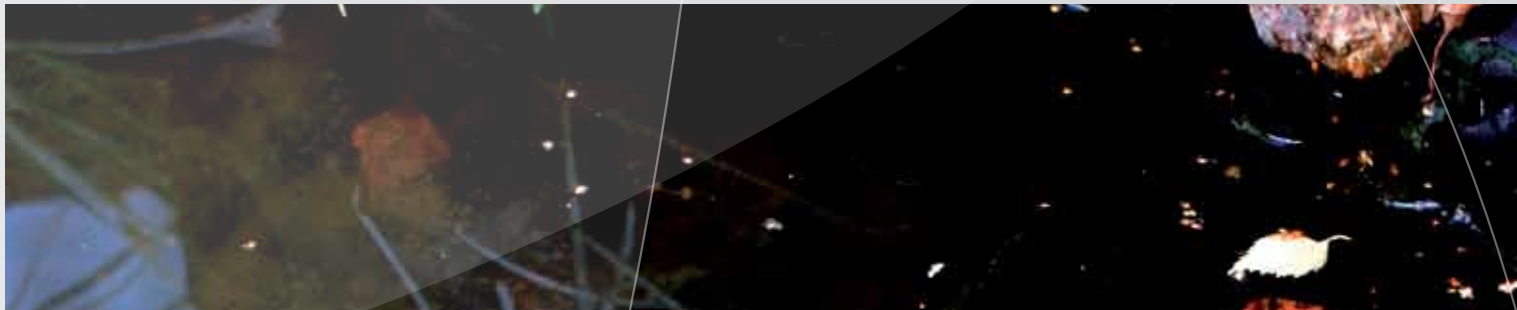
Kultursamarbeid

I kjølvannet av denne næringsutviklingen skjer det også en kulturell oppblomstring, understreker Åsen. Han bruker den siste Nordlysfestivalen som eksempel. SpareBank 1 Nord-Norge er hovedsamarbeidspartner for dette arrangementet:

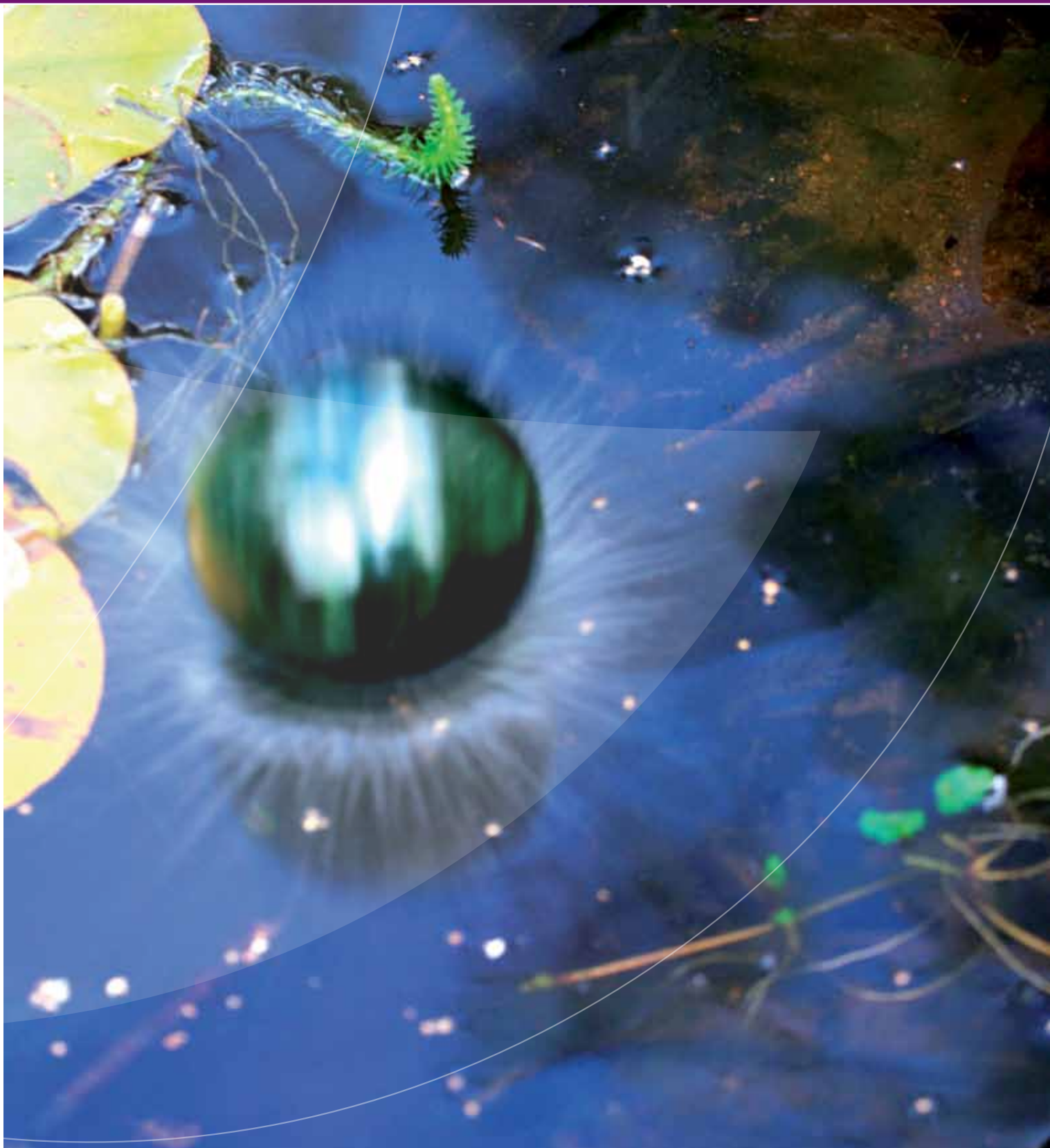
– Tromsø og Norge fikk da for første gang besøk av Mariinsky-balletten fra St. Petersburg som i dag regnes som verdens mest betydningsfulle ballettkompani. Nordlysfestivalens mål er å presentere kvalitetsmusikk og dans fra hele kunstmusikkfeltet med særlig fokus på nabolandene i øst. Forestillingene trakk et stort publikum fra inn- og utland, og begivenheten var selvsagt svært viktig for landsdelen, avslutter Oddmund Åsen.



Oddmund Åsen, SpareBank 1 Nord-Norge



Like muligheter



Kvinner i ledelsen

Unge, velutdannede mennesker har aldri hatt større valgmuligheter enn i dag – og det er mange som vil ha tak i dem. For finansnæringen er kompetanse blitt den viktigste innsatsfaktoren.

Finansnæringen arbeider for å skape gode resultater for kunder, eiere, medarbeidere og det samfunnet den er en del av. Næringen blir stadig mer teknologi- og kunnskapsbasert, og kompetanse er derfor en kritisk faktor. Er den mangelfull, hjelper det ikke om resten er på plass. Kompetanseutfordringen er todelt: For det første er bedriftene opptatt av å utvikle dagens medarbeidere slik at disse utnytter sitt fulle potensial. For det andre er de opptatt av å hevde seg i konkurransen om ny kompetanse.

Futura

Gjennom talentutviklingsprogrammet Futura har finansnæringen lagt til rette for økt kvinneandel der strategiske beslutninger tas. Næringen mener at bedre kjønnsbalanse er forretningsmessig fornuftig og lønnsomt. Det er om å gjøre å utnytte alle talenter – uavhengig av kjønn.

Futura ble startet i 2006. Programmet kvalifiserer, videreutvikler og synliggjør kvinnelige ledertalenter. Futura bidrar også til kulturendring fordi toppledere av begge kjønn er agenter for de kvinnelige talentene gjennom et helt år. Men Futura har også en annen hensikt: Med programmet ønsker finansnæringen å gi et signal til unge kvinner som skal inn på arbeidsmarkedet. Disse representerer attraktiv arbeidskraft, og næringen vil gi dem karrieremuligheter.

Talentene får i Futura kunnskap om hvordan kodene til posisjoner lengre oppe i hierarkiet kan knekkes. Målet er å gjøre deltakerne bevisste på at om de ønsker å ta ansvar, så kan de ta ansvar. Fem kull med til sammen ca. 100 deltakere har vært gjennom Futura. Futura er et fellestiltak, og mange av finansbedriftene tilbyr lignende interne programmer. Ved å gjøre det bidrar næringen positivt til samfunnsutviklingen: Den gjør sitt for at begge kjønn skal møte like muligheter i arbeidsmarkedet.

Mer informasjon på www.futurafinans.no



BERIT HUSTVEIT ÅGREN

Banksjef DnB NOR, seksjonsleder for Produkt i Forretningsutvikling
Deltaker på Futura i 2009

Hva betyr det for deg at arbeidsgiveren din satser på talentutvikling?

– Det er svært viktig for meg å ha en arbeidsgiver som er opptatt av å videreutvikle og investere i sine medarbeidere, slik at det er muligheter for den som vil. Det gir både motivasjon og engasjement til å stå på for fullt, samtidig som slike program gir nyttig påfyll i hverdagen. For oss som har jobbet noen år er det også viktig at vi er godt rustet til å innfri dagens krav til ledere. Her tenker jeg spesielt på viktigheten av å bidra til å skape en attraktiv arbeidsplass.

Hva tror du det betyr for finansnæringens omdømme blant nyutdannede arbeidssøkere?

– Jeg tror det er svært viktig at nyutdannede arbeidssøkere opplever en næring som er opptatt av å dyrke frem flinke medarbeidere. Nyutdannede arbeidssøkere er gjennomgående godt skolert og er, i tillegg til å yte en god jobb, svært opptatt av egen læring og personlig vekst. En næring som kan vise til dette bør stå sterkt i kampen om de beste ressursene.

Hva har Futura gitt deg?

– For det første synes jeg det var veldig hyggelig og spennende å bli plukket ut til å delta i programmet. Det opplevde jeg som en anerkjennelse i seg selv. Futura har gitt meg god og nyttig kunnskap å ta med inn i min hverdag. Det har gitt meg inspirasjon og vært en arena for å kunne diskutere aktuelle problemstillinger mer på tvers. Videre har det bevisstgjort meg i forhold til å sette egne mål. Sist, men ikke minst, har programmet gitt meg et godt nettverk med andre kvinnelige ledere i finans – både internt og eksternt.



GRO ELISABETH LUNDEVIK

Nordea Bank Norge ASA,
Head Corporate Merchant Bank Norway
Deltaker på Futura i 2006

Hva betyr det for deg at arbeidsgiveren din satser på talentutvikling?

– Talentutvikling er avgjørende for Nordea og min ledergruppe for å tiltrekke oss de beste talentene, beholde og videreutvikle dem. Nordeas utviklings- og karriereprogrammer bidrar også til erfaringsutveksling på tvers og synliggjør karriereveier internt.

Hva tror du det betyr for finansnæringens omdømme blant nyutdannede arbeidssøkere?

– Finansnæringens omdømme er viktig for å tiltrekke oss de beste talentene. Nordeas Graduate program (nordisk trainee program) og «academier» er viktige for rekruttering. Gjennom å satse på kompetanseheving og utdanning av dyktige rådgivere bør dette bidra til å styrke omdømmet til finansnæringen.

Hva har Futura gitt deg?

– Futura bidro til økt selvinnsikt i forhold til egne styrker og utviklingsområder, faglig påfyll og et nettverk jeg også har vært så heldig å kunne rekruttere dyktige medarbeidere fra.



ANNE-METTE RØNNING

Sparebanken Hedmark,
avdelingssjef produkter/tjenester
Deltaker på Futura i 2008

Hva betyr det for deg at arbeidsgiveren din satser på talentutvikling?

– Min arbeidsgiver framstår som profesjonell og mer attraktiv ved å ha et program som identifiserer talenter og tilrettelegger for kompetanse- og karriereutvikling.

Hva tror du det betyr for finansnæringens omdømme blant nyutdannede arbeidssøkere?

– Jeg tror de yngre, og særlig de mest talentfulle, forventer at arbeidsgiveren har en HR-strategi som klart viser evne og vilje til å utvikle bedriftens menneskelige ressurser. Altså er talentprogram en forutsetning for å konkurrere om den beste unge arbeidskraften.

Hva har Futura gitt deg?

– Gjennom programmet utviklet jeg min evne til strategisk tenkning. Jeg økte min bevissthet i forhold til egne kvaliteter, verdier og hvordan jeg manøvrerer for å komme i posisjon for økt ansvar og innflytelse.



Mariann Bjølverud og Steinar Fuglevaag, KLP

Aldri noe alternativ å slutte å jobbe

Da Mariann Bjølverud fikk diagnosen multipel sklerose (MS), var veien kort til uføretrygd. En fleksibel arbeidsgiver gjorde det mulig å kombinere jobb, sykdom og familieliv.

Bjølverud har jobbet i KLP siden 1988 og er i dag kunde- og salgsleder mot helseforetakene i 50 prosent stilling. Før hun fikk diagnosen MS jobbet hun 100 prosent og vel så det.

Sjokk og lettelse

Da hun fikk diagnosen, reagerte hun både med sjokk og lettelse. Med unntak av at føttene ikke lenger gjorde som hun ville under joggeturene, følte hun seg frisk og rask. Men sykdommen gjorde seg gradvis mer gjeldende, og våren 2006 kom den første sykemeldingen. – Det var litt frem og tilbake, men målet var fortsatt å jobbe 100 prosent, sier Bjølverud. Det skulle snart vise seg å bli vanskelig.

– Før jeg ble uføretrygdet, i overgangen etter sykepenger, kunne jeg ikke kjøre bil. Jeg kunne heller ikke ta tog, for jeg klarte ikke å gå til og fra togstasjonen, forteller Bjølverud. Til tross for at hun ville på jobb hadde det offentlige lite å stille opp med. Da var en fleksibel og imøtekommende arbeidsgiver god å ha.

– For at jeg skulle komme meg på arbeid, betalte KLP taxiregningen min til og fra jobb i en lang periode, sier Bjølverud. I dag dekkes dette gjennom fylkeskommunen. – Men hadde ikke min arbeidsgiver vært så fleksibel, så hadde jeg blitt gående hjemme, fastslår hun.

Økonomisk

– Vi kan bruke mye på tilrettelegging, og det blir fortsatt billigere enn at Mariann blir uføretrygdet, sier Steinar

Fuglevaag. Han er avdelingsleder i KLPs Medlemsavdeling og nærmeste overordnede til Mariann. Han mener tilrettelegging for ansatte gir gevinst både økonomisk, helsemessig og ikke minst i forhold til livskvalitet – både for arbeidsgiver og for samfunnet.

– Mariann er en dyktig medarbeider, og vi ville ikke miste henne da hun ble syk. Hvorvidt hun jobber fra hjemmet eller kontoret, spiller liten rolle. Det viktigste er at jobben blir gjort, påpeker Fuglevaag. Han understreker at arbeidsforholdet er preget av stor gjensidig tillit.

Samfunnsøkonomi

Det er god samfunnsøkonomi i å finne gode løsninger, understreker han. Selv er han glad for at de så mulighetene, ikke begrensningene, da Mariann ble syk. – Vi har en kjempekompetent medarbeider som bidrar mye. Hun er så positiv. Vi som arbeidsgiver har et ansvar for å tilrettelegge gjennom fleksibilitet og positivitet. Det gir oss lojale, gode og effektive medarbeidere tilbake, understreker han.

Overskudd

Mariann tror at andre som kanskje kunne ha jobbet redusert, velger å bli hjemme fordi systemet ikke i tilstrekkelig grad legger til rette for en tilpasset arbeidsdag.

– Det er medisin for meg å treffe kunder og kollegaer og å bruke intellektet. Jeg er engasjert i jobben og ønsker å bidra så godt jeg kan. Du må fokusere på det du kan, ikke begrensningene. Derfor har jeg planer om å arbeide til jeg er 67 år, sier Mariann Bjølverud.

Einar – nokså alminnelig

Av Hege Mickelson, Sparebanken Hedmark



Einar Bjertingstad Johansen,
Sparebanken Hedmark

– Jeg er født med psykisk utviklingshemning, og det er helt greit, forteller vaktmesterassistent Einar Bjertingstad Johansen (50) i Sparebanken Hedmark.

Mor var fra Bjertingstad, Vallset i Stange og far var fra Trondheim, forklarer Einar. Han kommer fra et ressurssterkt hjem. Faren var kaptein og offiser i Distriktskommando Østlandet. I 1962 tok han med seg hele familien til Midtøsten. Einar var bare tre år gammel. – Far satt vakt ved Golanhøyden og på Gazastripen. Vi bodde på Oljeberget utenfor Jerusalem, og jeg husker det godt, sier Einar mens detaljene strømmer på.

Jobb i banken

Etter endt tjeneste i utlandet sørget foreldrene til Einar for et tilpasset skoleløp i den lokale skolen. – Jeg ble mobbet på skolen. Ikke alle jeg har møtt har vært like snille mot meg. Og noen ganger behandler fremmede mennesker meg annerledes, forteller Einar. Faren hans var en sterk og innsatsvillig mann. Ønsket om å skape et godt liv for sønnen var stort. – I 1983 gikk far til banken og snakket med nå avdøde banksjef Morten Pentzen: «Jeg har en sønn som er psykisk utviklingshemmet. Har du bruk for en som kan gjøre strøjobber?». Banksjefen svarte at de ikke hadde folk som var funksjonshemmede der. Og da sa far: «Det måtte da gå an å gjøre et forsøk». Og siden har jeg jobbet i banken, stråler Einar.

God hukommelse

Einar har et godt utviklet språk. – Jeg måtte lære meg å snakke og lese ordentlig som liten. Men før jeg greide det, gikk det ni år. Ni år på skolen. Å regne er jeg ikke spesielt god til. Og ikke for å skryte, men jeg er god når det gjelder historie. Der har jeg klistrerhjerne, altså, sier Einar med en spontan latter. Einar tok artium i historie ved Ajer videregående skole i 1989. – Da jeg fortalte det i banken fikk jeg premie. Det ble gratis tur med bankens pensjonister til Leningrad i Sovjetunionen, smiler Einar.

Historiens vingesus

Einar setter brått brillene utpå nesetippen, senker haken og viker ikke med blikket. Med dyp og sterk røst sier han: «Dette er ikke slutten. Det er ikke engang slutten på begynnelsen. Det er kanskje begynnelsen på slutten». Einar siterer Sir Winston Churchill, Storbritannias statsminister under andre verdenskrig. Sitatet er fra hans mektige tale etter slaget om El Alamein i 1941. – Winston Churchill var en stor statsmann og jeg tror han var en koselig kar. Han er mitt store forbilde og jeg skulle likt å hilse på han, sier Einar alvorlig. Vaktmesterassistenten har lidenskap for krigshistorie, spesielt første og andre verdenskrig.

Fornuftig fokus

Einar er et selvstendig menneske etablert i en fellesbolig. Han synes det er fint å bo i omsorgsbolig i Hamar. Der lever han sammen med tre andre gutter. Einar er fylt av livsgnist og glede. Han leser bøker, går turer, vasker og handler mat. – Jeg har begynt å ta litt bedre vare på helsen i det siste. Jeg driver med slanking, skjønner du, for jeg går på Grete Roede kurs. Blir du for tung, kan det være farlig, bedyrer han.

Alminnelig hverdag

Vaktmesterassistenten har gjort en viktig jobb i konsernadministrasjonen i Sparebanken Hedmark i 27 år. Han er opptatt av å arbeide på lik linje med de andre. – Jobben min er å fordele brev- og kopieringspapir, hente og makulere papir, rydde vekk søppel og avfall og rydde ute. Det er artigst å makulere papir, for da ser jeg at det blir gjort noe. Jeg har det veldig bra i banken, for her er det snille og greie folk. Og så er det noen søte jenter her, da, sier Einar med et merkbart godt humør. Men noen kjærest vil han ikke ha: – Jeg vil helst være for meg sjøl. Jeg har mange gode venner og venninner, humrer han.

Verdsetter mangfold

– Einar er en verdifull ressurs, sier vaktmester Alf Bekkum i Sparebanken Hedmark. – Han er pliktoppfyllende og dyktig. En alminnelig jobb gir en meningsfull hverdag og et verdig liv, fortsetter Bekkum. Han setter pris på at arbeidsgiveren tar samfunnsansvar og er inkluderende. – Einar har en spesiell plass i hjertet til mange her i banken, sier han.





Glenn Menkin, DnB NOR

Hvordan skape mangfold?

Bankene har i dag en mer mangfoldig kundemasse enn for få år tilbake, men fortsatt er det uvanlig med ikke-etniske nordmenn blant de bankansatte. I DnB NOR har de skaffet seg kunnskap om noen virkemidler som hjelper når man vil skape et større mangfold internt.

Da banken startet rekrutteringskampanjen «Flink med folk» i 2006, hadde den ikke drevet med storstilt rekruttering siden finanskrisen tidlig på 90-tallet.

– I løpet av to år ansatte vi 250 nye medarbeidere i ulike kundebetjeningsfunksjoner. 17 prosent av disse er ikke-etniske nordmenn, sier Glenn Menkin, rekrutteringsansvarlig i DnB NOR. Bakgrunnen for kampanjen var at banken hadde en relativt homogen gruppe medarbeidere og hadde behov for blant annet større mangfold internt.

– Vi var ikke spesielt ute etter å rekruttere personer med annen etnisk bakgrunn. Det kom som en tilleggsgevinst og skyldtes nok særlig at vi annonserte i nye kanaler, og at rekrutteringen foregikk i puljer, fortsetter han.

Nye kanaler

DnB NOR ønsket seg de beste kandidatene, og på det markedet er konkurransen stor.

– I 2006 var det nødvendig å tenke nytt i forhold til at vi ville nå mange flere potensielle kandidater. Derfor ønsket banken å gå bredt ut i andre og nye kanaler for å skape oppmerksomhet omkring nye jobbmuligheter hos oss.

– For eksempel annonserte vi på Radio 1. Det ble også utviklet et interaktivt spill på www.dnbnor.no og andre websider der gjennomgangstonen var følgende: prøv deg som rådgiver i ulike sammenhenger. Interesserte kunne svare på SMS. De ansatte ble også oppfordret til å tipse aktuelle kandidater om å søke.

– Strategien vår viste seg å være svært vellykket. Vi fikk over 5 000 søkere, og ca 1 000 personer ble intervjuet, sier han.

Puljerekruttering

Kandidatene skulle ha en utdanning på nivå med en bachelorgrad, men ikke nødvendigvis med hovedvekt på økonomi. Oppfylte man dette kriteriet, ble man testet i numeriske og verbale evner. Besto kandidaten, ble vedkommende innkalt til intervju. Navn og kjønn var ikke relevante bakgrunnsvariable. Banken oppveide for eventuell manglende økonomibakgrunn med omfattende opplæring og god oppfølging. Det resulterte i at banken fikk en overvekt av kvinnelige søkere, og mange med innvandrerbakgrunn. Glenn Menkin mener helt klart at dette henger sammen med måten de rekrutterte på.

– Det er en egen dynamikk i rekrutteringsprosesser, og det skjer lett en passiv diskriminering. Når vi rekrutterte puljevis, kunne ikke den enkelte leder plukke ut kandidater. Bakgrunnsfaktorer som navn og kjønn ble nøytralisert, og utvelgelseskriteriene var mer objektive. Det ble lagt vekt på kunnskap og ferdigheter, sier han

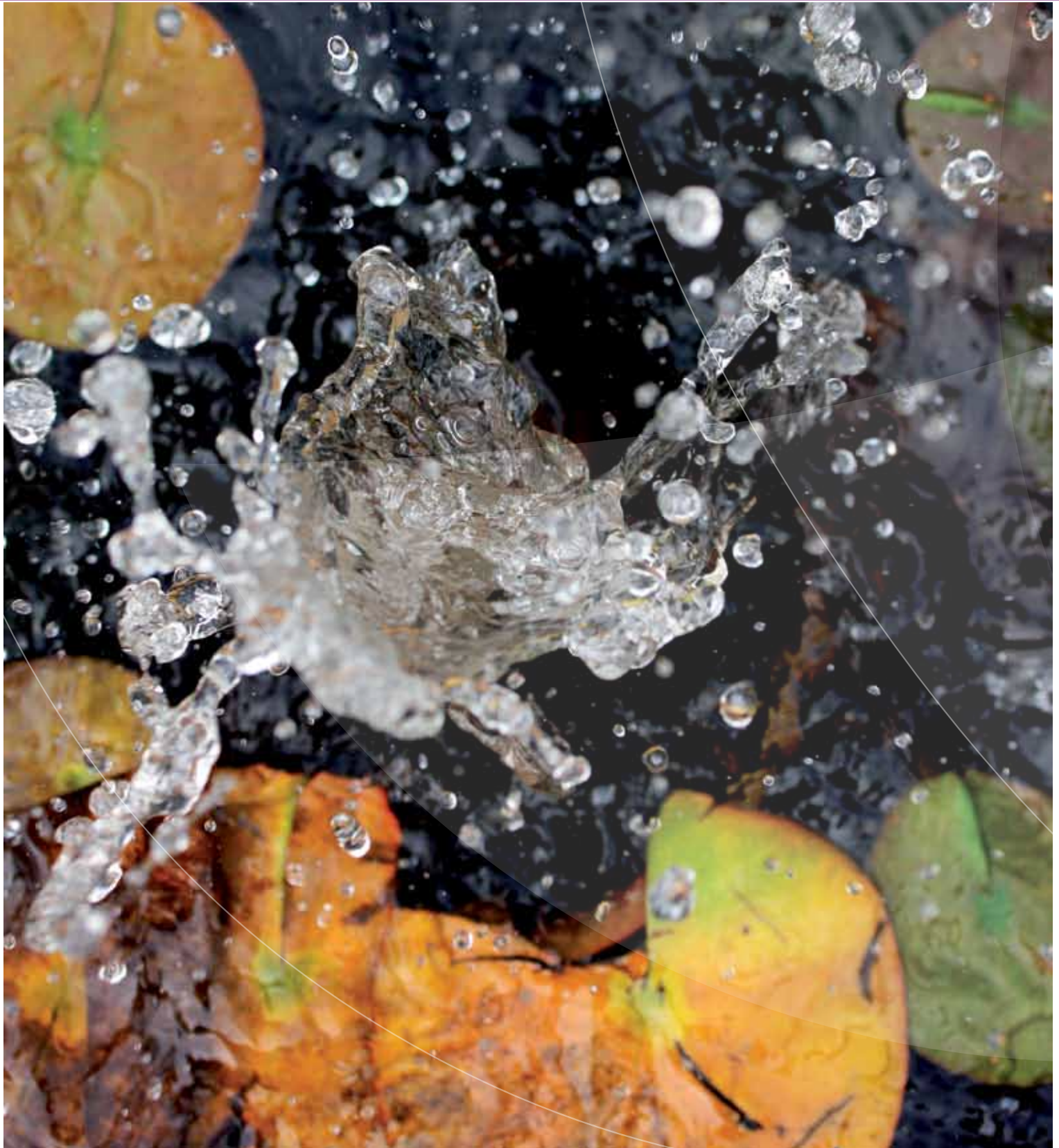
Språkmektige og servicevillige

Menkin vil også fremheve at DnB NOR på denne måten fikk mange ressurssterke medarbeidere med gode språkferdigheter og en annen kulturbakgrunn:

– De har ofte trening fra forskjellige servicebedrifter. Det har vi stor nytte av, siden våre kunder forventer god service. Vi ønsker god dialog med kundene våre. Når for eksempel en fjerdedel av Oslos befolkning består av ikke-etniske nordmenn, ser det i beste fall veldig rart ut hvis ikke dette gjenspeiles blant våre medarbeidere. Kampanjen fra 2006 har gjort oss mer bevisste på betydningen av dette.

A high-speed photograph of water splashing onto autumn leaves. The water droplets are frozen in time, creating a dynamic and textured scene. The leaves are in various stages of autumn, with colors ranging from bright yellow to deep orange and brown. The background is dark, making the water and leaves stand out. The text "Morgendagens næringsliv" is centered in a white font on a purple background strip.

Morgendagens næringsliv



Samarbeid med skolen

Av Arne Hyttnes, administrerende direktør i FNO



Finansnæringen har lenge samarbeidet med skolene, fordi vi mener at dette er en god investering i morgendagens arbeids- og næringsliv. Engasjementet kan deles inn i følgende hovedområder:

- holdningsskapende arbeid
- formidling av kunnskap om personlig økonomi
- opplæring i entreprenørskap
- informasjon om jobb- og karrieremuligheter i finansnæringen

En vinn-vinn situasjon

Å ha innsikt og orden i sin egen økonomi er viktig for å kunne leve et godt liv. Det gir også den enkelte en mulighet til å kunne planlegge og sette av penger til sparing. Derfor er det også i samfunnets interesse at sunne økonomiske holdninger viderefremmes til neste generasjon. Finansnæringen ønsker gjennom informasjon og opplæring å bidra til at kundene har en solid personlig økonomi.

Samfunnet blir stadig mer komplisert. Rammebetingelsene endres, og vi har mange valgmuligheter. Flere av valgene har direkte betydning for vår egen økonomi. Finansnæringen ønsker å gjøre informasjon om personlig økonomi mer tilgjengelig for ungdommen. Derfor satser næringen på opplysningsvirksomhet i skolen, og sammen med Ungt Entreprenørskap (UE) har næringen utarbeidet et eget undervisningsopplegg til bruk i ungdomsskolen.

Morgendagens næringsliv

Finansnæringen vil også bidra til nyskaping og vekst i næringslivet. Både banker og forsikringselskaper er

alliansepartnere og gode rådgivere overfor næringslivet over hele landet. Entreprenørskap i utdanningen er forankret hos politiske myndigheter, og i dette perspektivet har finansnæringen en naturlig plass. Bank og forsikring samarbeider med myndighetene og andre deler av næringslivet, og engasjementet omfatter rådgivning og mentorvirksomhet overfor elev- og ungdomsbedrifter. Noen av de større bankene har inngått forpliktende partnerskapsavtaler med skolene.

For å investere i morgendagens næringsliv, så må man formidle kunnskap om næringslivet til dagens ungdom. Gjennom samarbeidet med UE synliggjør finansnæringen sitt bidrag til opplæring i entreprenørskap.

Morgendagens medarbeidere

Det blir større konkurranse om de beste medarbeiderne fremover. Finansnæringen ønsker å være med i denne konkurransen, fordi den kan tilby interessante jobber og karrieremuligheter. Banker og forsikringselskaper er derfor til stede og presenterer seg på høyskoler og universiteter der skoleungdommen tar sine utdannings- og yrkesvalg. Dette er en erkjennelse av at den som skal lykkes fremover i stor grad vil være den som klarer å rekruttere og holde på de beste talentene. Da må en sikre at skoleungdommen er kjent med hvilke arbeids- og karrieremuligheter som finnes innen næringen.

En utdanningsleverandør

Finansnæringen er kompetanseintensiv og sysselsetter i stadig høyere grad kunnskapsmedarbeidere. Dette har sammenheng med den teknologiske utviklingen: De enkle tjenestene automatiseres og utføres av kunden selv. Der man har behov for mennesker, har man behov for høy kompetanse.

Den samlede finansnæringen sysselsetter rundt 50 000 personer med alle typer utdanningsbakgrunn og erfaring. Fordi finansbedriftene er kunnskapsorganisasjoner, brukes

det betydelige ressurser på etter- og videreutdanning – enten gjennom intern utdanning eller i samarbeid med utdanningsinstitusjoner. Virksomheten spenner over et vidt felt: Lederutdanning, fagopplæring, opplæring av traineer, autorisasjonsordninger, ordinære studier ved universiteter og høyskoler osv. Omfanget av utdanningsvirksomheten er stort, og det må derfor kunne sies at finansnæringen i betydelig grad bidrar til å styrke og videreutvikle samfunnets kompetansebase.

DEN NYESTE FELLESSATSINGEN

Autorisasjonsordningen for finansielle rådgivere ble etablert 1. januar 2009. Pr. 1. mars 2010 var 139 bedrifter tilsluttet ordningen og 6 337 kandidater innmeldt. 1 814 kandidater hadde bestått den første av to prøver, og 827 var ferdig autorisert.

Autorisasjonsprøven består av to deler:

- a) En omfattende kunnskapsprøve innenfor følgende områder: Personlig økonomi, makroøkonomi, finansmarkeder, metoder og porteføljesammensetning, produktgrupper, etikk/god rådgivningsskikk og regelverk.
- b) En praktisk prøve bestående av en omfattende casebasert rådgivningssamtale samt en samtale om et etisk dilemma.

Det er FNO, Verdipapirfondenes forening og Finansforbundet som står bak autorisasjonsordningen.

Mer informasjon finnes på www.autorisasjonsordningen.no.



Anne Stärk-Johansen, Nordea Bank Norge

På rett plass til rett tid

– Sykelønnsdebatten som nå pågår, og den klare sammenhengen som er påvist mellom høyt sykefravær i arbeidslivet og fravær blant elever i skolen, viser hvor viktig skolesatsingen vår er. Dette er samfunnsansvar i praksis, sier Anne Stärk-Johansen, konserndirektør i Nordea Bank Norge.

– Jeg mener at vårt samarbeid med skolen er mer relevant nå enn noen gang tidligere. Forskning har vist at arbeid med ungdomsbedrift i videregående skole er et tiltak som kan bidra til å hindre frafall i skolen. Sammenhengen er enkel, i den forstand at entreprenørskapsopplæring fremmer trivsel blant elevene og styrker motivasjonen deres. Derfor bør alle skoleelever få anledning til å prøve entreprenørskap, sier Stärk-Johansen.

Entreprenørskap

Nordea har vært en sentral samarbeidspartner med Ungt Entreprenørskap (UE) helt siden starten av 1997. Banken stiller opp med rådgivning og veiledning overfor elev- og ungdomsbedrifter, og satsingen har økt i omfang over tid.

Nordea deler også ut sin egen pris under NM for beste ungdomsbedrift, som UE arrangerer hvert år. Prisen går til beste forretningsplan. NM i ungdomsbedrift er en storstilt mønstring av ungdommelig kreativitet og skapertrang. Banken deltar dessuten i juryene i NM sammen med andre aktører fra næringslivet.

– Dermed er vi synlige på andre arenaer enn de finansnæringen vanligvis forbindes med. Vi håper at skolesatsingen kan bidra til mer forståelse for næringsens samfunnsrolle

og -nytte. Det vil være positivt for vårt omdømme, mener konserndirektøren som også sitter i styret til UE.

Holdninger viktig

Samarbeidet med UE omfatter også opplæring i personlig økonomi. Både Nordea og en del sparebanker er aktive bidragsytere i ungdomsskolen med undervisningsopplegget «Økonomi og karrierevalg». Bankenes medarbeidere stiller da som veiledere i skolene.

– Her bidrar Nordeas medarbeidere med sin kunnskap om personlig økonomi, og vi forsøker å lære de unge å tenke konsekvenser av sine valg. Etter min mening er holdningskapende arbeid rettet mot skolene noe av det viktigste vi gjør. Mange unge har for eksempel en helt urealistisk oppfatning av forbruk, kreditt og behovet for å spare. Her kan hele finansnæringen bidra, sier Stärk-Johansen.

Motiverte medarbeidere

Nordea har erfart at arbeidet i skolen skaper engasjement blant de medarbeiderne som er involvert. – Ansatte melder tilbake at dette arbeidet både er lærerikt og motiverende. Erfaringene fra kontakten med ungdommene kan de bruke i sin egen arbeidshverdag. Samarbeidet med skolene er lystbetont, og flere bruker faktisk av sin egen fritid for å kunne bidra på best mulig måte. Skolesatsingen til Nordea skaper dermed en merverdi for alle involverte, avslutter Anne Stärk-Johansen, konserndirektør i Nordea.

Traineeprogram gir større mangfold



Julie Andersland, Storebrand

Finansnæringen trenger medarbeidere med ulik bakgrunn fordi næringen har ulike kundegrupper som den skal forholde seg til. Bedriftene konkurrerer om den riktige kompetansen, og for å vinne den har mange finansbedrifter satt i gang egne traineeprogram som henvender seg til nyutdannede med ulik studiebakgrunn.

For nyutdannede er det ikke alltid like lett å vite hva man vil jobbe med. Det har Julie Andersland erfart. – Arbeidsgivere bør profilere seg og synliggjøre sine behov for kompetanse overfor de unge, mener hun.

Julie er cand.polit. fra Universitetet i Bergen og jobber i dag som senioranalytiker i avdelingen for ansvarlige investeringer i Storebrand Kapitalforvaltning. Hennes jobb er å sikre at Storebrand følger sin konsernstandard for etiske investeringer. Starten på karrieren gikk gjennom selskapets konserntraineeprogram.

Aktiv profilering

– Storebrand presenterte seg via oppslag på Universitetet og hadde en egen bedriftspresentasjon for studentene, slik selskapet har ved flere utdanningsinstitusjoner i de større byene. På den måten ble Julie gjort kjent med konserntraineeprogrammet.

– Gjennom programmet fremstår Storebrand som en attraktiv arbeidsgiver for nyutdannede, sier Julie og fortsetter: – Personlig syntes jeg det var positivt at et stort finanskonsern var interessert i oss fra samfunnsvitenskapelig fakultet, og ikke bare i blårusen.

Etter hennes mening har samfunnet også nytte av at finansbedriftene rekrutterer medarbeidere med bred bakgrunn. Det kan bidra til at informasjon fra næringen blir mer tilgjengelig for bredere grupper, og kanskje produktene som tilbys blir mer forståelige?

Samstemte verdier

Hun sjekket også www.storebrand.no, og det hun leste om selskapet tiltalte henne. – Jeg oppfattet Storebrand som en seriøs og interessant arbeidsgiver. Selskapet sto for verdier som jeg ønsket å identifisere meg med, fordi det legger stor vekt på samfunnsansvar i hele sin virksomhet.

Traineeprogram

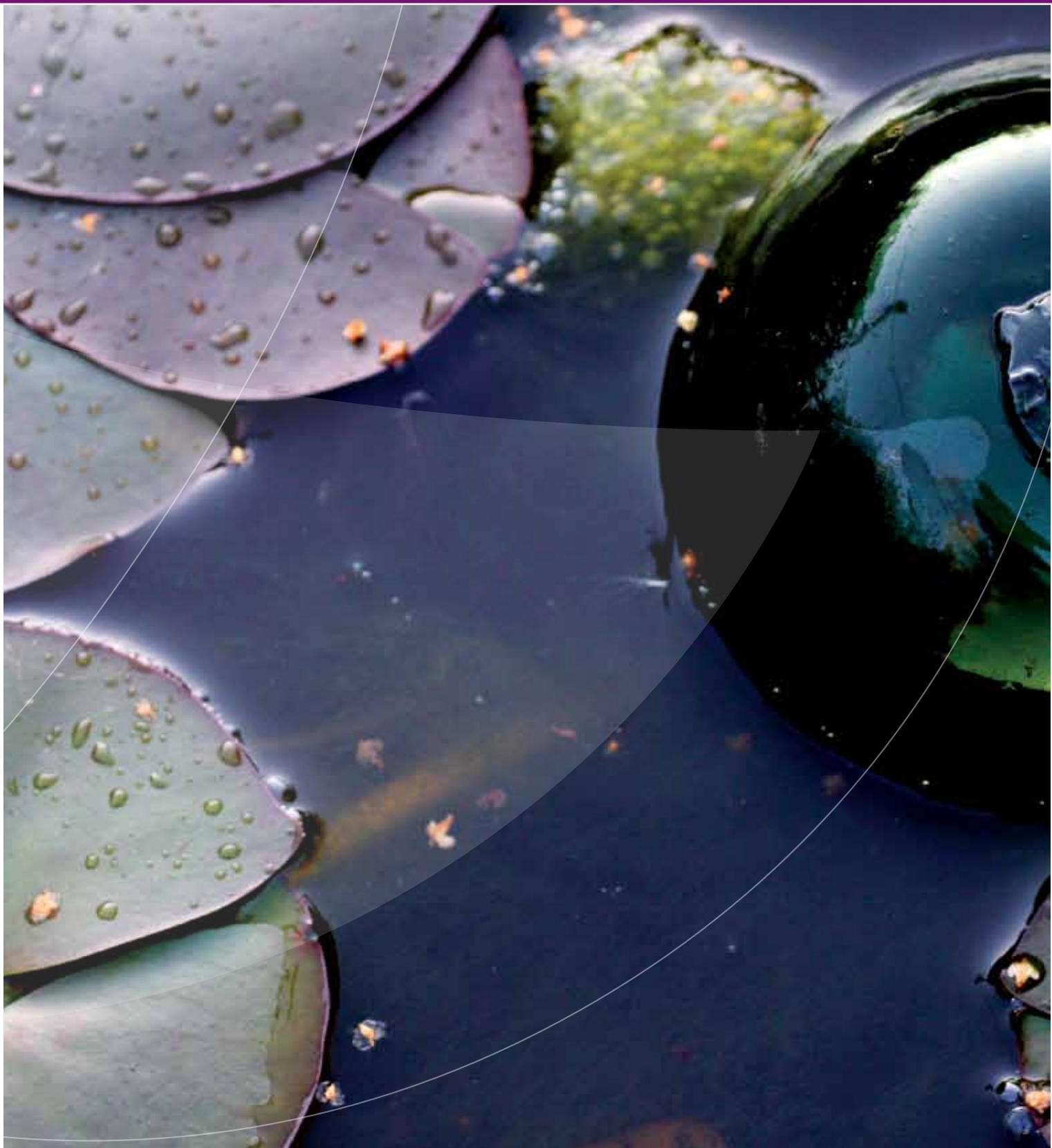
Storebrand har tatt opp nye traineer hvert år siden 1996, og mer enn 100 nyutdannede har fullført konserntraineeprogrammet. Gjennom to år arbeider traineen i fire ulike avdelinger.

– Programmet gir nye medarbeidere et bredt nettverk i organisasjonen, og dermed lærer man å tenke mer helhetlig. Jeg har skaffet meg god faglig oversikt over konsernet, men har også fått kunnskap om ulike måter å arbeide på, forteller hun.

Sammen med Julie ble det rekruttert traineer fra NTNU, NHH og BI. – Vi har arbeidet i ulike deler av organisasjonen og har hatt jevnlig møter. Vi har lært av hverandre. Dette er et stort selskap, og det er verdifullt å ha kontakter internt. Det har vært nyttig både for meg og for Storebrand, avslutter Julie Andersland.



Rapportering





Hilde Røed, DnB NOR

Rapportering om samfunnsansvar – er det nødvendig?

DnB NOR ønsker å være blant de beste finansinstitusjonene i Norden innenfor samfunnsansvar. Rapportering av ikke-finansiell informasjon som gjelder sosiale og miljømessige forhold er et viktig virkemiddel.

Hvorfor rapportere?

Å rapportere om samfunnsansvar handler delvis om å innfri omverdenens forventninger og krav. Interessen for bedrifters samfunnsansvar er økende, og investorer, kunder, medier og interesseorganisasjoner etterspør stadig oftere informasjon om retningslinjer og praksis knyttet til miljø og sosiale forhold. Rapportering bidrar til å innfri forventninger, skape troverdighet og forplikte bedriften overfor omverdenen.

Like viktig er det at rapportering om miljømessige og sosiale forhold bidrar til å synliggjøre temaet og systematisere arbeidet med samfunnsansvar internt i bedriften. Rapportering kan bidra til å tydeliggjøre styrker og svakheter og inspirere til forbedring. I DnB NOR fungerer rapporten både som en handlingsplan og som en løypemelding. Vi bruker også rapportene aktivt i rekruttering og opplæring av nyansatte.

Hvordan komme i gang?

Aktuelle temaer i en samfunnsansvarsrapport er samfunnsøkonomisk verdiskaping, miljøpåvirkning, klimaregnskap, arbeidstaker- og menneskerettigheter, støtte til samfunnsnyttige formål, anti-korrupsjon og eierstyring og selskapsledelse. Rapporten bør ta for seg resultater, mål og tiltak og vise hvordan disse temaene er integrert i forretningsvirksomheten.

I DnB NOR har vi valgt å ta utgangspunkt i det internasjonale rammeverket for rapportering utarbeidet av det frivillige initiativet Global Reporting Initiative (GRI). Rammeverket består blant annet av 80 resultatindikatorer knyttet til økonomi, miljø og sosiale forhold. Det finnes også tilleggsindikatorer for finanssektoren. Rammeverket er den ledende internasjonale standarden for rapportering på samfunnsansvar, og norske myndigheter anbefaler bedrifter å ta utgangspunkt i GRI.

GRI-rammeverket kan ved første øyekast virke avskrekkende, men det er fleksibelt. Bedriftene oppfordres i første omgang til å velge de mest relevante indikatorene og erklære et rapporteringsnivå (A, B eller C) basert på utvalget. GRI anbefaler også ekstern verifisering av rapporten, men dette er ikke noe krav.

Trykksak, nettrapportering eller et kapittel i finansiell årsrapport?

Noen selskaper utarbeider selvstendige samfunnsansvarsrapporter, mens andre velger å integrere informasjonen i den finansielle årsrapporten. For noen år siden var selvstendige trykksaker normen, men trenden ser nå ut til å gå mot integrerte rapporter. Det legges også stadig mer vekt på informasjon på bedriftens nettsider.

I DnB NOR har vi valgt å utarbeide toårige samfunnsansvarsrapporter som verifiseres av ekstern revisor. I tillegg rapporterer vi om sosiale og miljømessige forhold i den finansielle årsrapporten. Vi legger også ut informasjon om policy, mål, tiltak og resultater på nettsidene våre. Framover ser vi for oss at nettsidene vil bli en stadig viktigere kanal for rapportering.

TIPS TIL RAPPORTERING:

- Tenk på hvem du skriver for
- Involver organisasjonen
- Vær konkret! Oppgi mål og resultater, gjerne kvantitative
- Bruk rapporten som en handlingsplan
- Vær troverdig, skriv om utfordringer
- Ta utgangspunkt i GRI. Velg relevante indikatorer og glem resten
- La deg inspirere av andre selskapers rapporter

NYTTIGE LENKER OG DOKUMENTER:

- www.globalreporting.org
- Stortingsmelding nr. 10 (2008-2009): Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi
- www.unglobalcompact.org

Om Finansnæringens Fellesorganisasjon

FNO representerer mer enn 180 finansforetak og finanskonsern som er aktive i det norske markedet og som enten er medlemmer i Sparebankforeningen eller Finansnæringens Hovedorganisasjon. Foretakene driver finansiell virksomhet av ulike karakterer:

- sparebanker
- forretningsbanker
- livsforsikringsselskaper
- skadeforsikringsselskaper
- finansieringsforetak
- fondsforvaltningsselskaper
- verdipapirforetak
- finanskonsern

STYRKE FINANSNÆRINGEN

FNO representerer i praksis hele finansnæringen i Norge og er etablert for å styrke norsk finansnæring. Regelverket for finansnæringen blir stadig mer komplisert og omfattende. Det krever spisskompetanse og et sterkt faglig miljø i næringsorganisasjonene. FNO har om lag 100 medarbeidere med høy kompetanse på ulike fagområder.

FORMÅL

Finansnæringens Fellesorganisasjon skal arbeide for:

1. at medlemsforetak og medlemskonsern i de to moderorganisasjonene får arbeidsvilkår og utviklingsmuligheter som gir grunnlag for lønnsom og solid drift og setter dem i stand til å betjene sine kunder på best mulig måte
2. like rammevilkår for alle finansforetak som konkurrerer i samme marked, uavhengig av størrelse og eierform
3. at finansnæringens norskbaserte virksomhet har vilkår som er likeverdige med konkurrentenes og er tilpasset utviklingen innenfor EØS-området
4. en sunn utvikling av finansnæringen så vel nasjonalt som internasjonalt
5. et høyt faglig og etisk nivå innenfor finansnæringen, og bred forståelse for finansnæringens betydning i samfunnet



Finansnæringens Fellesorganisasjon



Sparebankforeningen
The Norwegian Savings Banks Association