



Månggre

CORPORATE RESPONSIBILITY
REDOVISNING 2011

skandia ●
bank & försäkring

150 år av ansvarstagande



1855

Behovet av ett nytt försäkringssystem engagerar samhällets toppkrafter. Den 12 januari får Skandia tillstånd att bedriva brand- och livförsäkringsverksamhet.

1863

Skandia noteras på Stockholms fondbörs, som en av fyra aktier. När Skandia-aktien avnoteras i juni 2006 har ingen annan aktie, i ursprunglig form, varit noterad lika länge på Stockholmsbörsen.

1870

Den framväxande industrialismen innebär nya risker. Skandia driver frågan om olycksfalls- och livförsäkring via arbetsgivaren. Detta blir så småningom lag i hela Norden.

1873

Livförsäkringsbolaget Thule (numera Skandia Liv) grundas. Initiativtagare och senare vd är bokhandlaren Per Johan Fagerström. Systemet med att låta delar av vinsten tillfalla försäkringstagarna är hämtad från hans tid som agent för ett franskt försäkringsbolag.



1888

Flera stora bränder ödelägger skandinaviska städer – stadskärnorna är av trä, fabriker börjar drivas av ångmaskiner och brandkåren har bara hästvagn och handpump. Skandia gör stora insatser för att förebygga nya bränder och är snabba att hjälpa till.

1900

Skandia etablerar sig på den amerikanska marknaden.

1906

Jordbävningen i San Francisco ödelägger delar av staden; Skandia är ett av de få försäkringsbolag som omedelbart betalar ut ersättning och deltar aktivt i återuppbyggnaden.

1916

Lag om obligatorisk olycksfallsförsäkring i yrkeslivet införs i Sverige, en fråga som Skandia vid det här laget drivit i över 40 år.



1920

Pensionsförsäkring introduceras under namnet månadsbetalning eller månadsinkomstförsäkring. Den första bilförsäkringen tecknas i Skandia.

1936

Skandia börjar anställa gifta kvinnor trots att det bryter mot konventionerna. Vid den här tiden anställs bara ogifta kvinnor. Gifta kvinnor får laglig rätt att söka anställning först 1939.

1938

Hemförsäkringen ser dagens ljus. Nu kan privatpersoner försäkra sig mot brand, inbrott och vattenledningsskador i en enda försäkring. Hemförsäkringen omfattar även privat ansvarsförsäkring.

1945

Skandia inför kontorsgymnastik, öppnar eget bibliotek och går i bräschen för företagshälsövård.



1948

Inbrotten ökar och Skandia drar igång stora kampanjer där allmänheten utbildas i hur man skyddar sig mot inbrott.

1950

Skandia ser att kvinnor generellt har sämre skydd än män och lanserar en banbrytande försäkring som ger kvinnor både livsskydd och sparkapital.

1957

En dator av modellen IBM650 Magnetic Drum Calculator används för första gången i Skandia. Idag finns datorn på Tekniska museet i Stockholm som exempel på en av de första datorerna i Sverige.

1964

Den nya Skandiakoncernen presenteras tillsammans med paraplylogon. Koncernen bildas genom en sammanslagning av fem bolag som från början har varit 53 svenska försäkringsbolag.



MOT BARNSEXHANDEL
WWW.ECPAT.SE



1979

Skandia Life UK etableras i London. Bolaget är ett av de första att sälja så kallad unit link-försäkring, som på svenska kallas fondförsäkring. Fondförsäkring innebär att pengarna placeras i fonder som kunden själv väljer.

1981

Skandia försäkrar rymdfärder åt NASA.

1985

Skandia skriver avtal med Sophiahemmet i Stockholm om en sjukvårdsförsäkring som banar väg för privata komplement till den offentliga vården.

1987

Kravaller i Stockholm visar på ökade problem bland unga. Stiftelsen Idéer för Livet startas på initiativ av Björn Wolrath och blir Skandias sätt att stödja Eldsjälar och projekt som bidrar till att ge barn och ungdomar en trygg uppväxt och en bra start i livet.

1990

Skandia Link startas som Sveriges första fondförsäkringsbolag.

1994

Skandiabanken startar 1994, som den första renodlade telefonbanken. Den nya banken gör revolution på den svenska bankarenan och sätter press på storbankerna genom att erbjuda enkla och prisvärda villkor.

1998

Danska Kgl. Brand byter namn till Skandia, en naturlig konsekvens av att Skandia redan äger bolaget. Samma år lanseras unit link-försäkringen och Stiftelsen Idéer för Livet i Danmark.

1999

Skandia och norska Storebrand slår ihop sina sakförsäkringsverksamheter och startar det gemensamma bolaget If.

2000

Skandiabanken etablerar sig i Norge och blir snabbt den mest populära banken och ett av landets starkaste varumärken.

2006

Den 3 februari blir Skandia dotterbolag till Old Mutual. Den 11 maj avnoteras Skandiaaktien från London Stock Exchange och den 5 juni är sista dagen för handel på Stockholms fondbörs.

2007

Skandiakoncernen byter logotyp och grafisk profil. Färgbytet (från blått till grönt) visar på samhörigheten med Skandias ägare, Old Mutual.

2008

Skandia utvecklar helt nya lösningar runt sjukförsäkringar och rehabilitering för företagsmarknaden med förebyggande prehabfunktion som innebär proaktivt agerande vid tecken på ohälsa.

2009

Flera banker ansluter sig till den Finanskoalition mot barnpornografi som Skandia bildade tillsammans med Ecpat ett år tidigare. Koalitionen agerar för att blockera betalningar till barnpornografi.

2010

Skandia Norden samlar bank- och försäkringsverksamheten för att erbjuda kunderna bättre överblick och ny gemensam logotyp införs successivt – Skandia bank & försäkring. I Norge behålls tillsvidare Skandiabanken.

2011

Skandia Liv ingår avtal om att köpa Skandias verksamhet i Norden från Old Mutual. Skandia börjar sin resa mot att bli en oberoende kundägd bank- och försäkringskoncern.

Kortsiktighetens fiende	1
Vd-ord	2
CR-ord	3
Välkommen till Skandia	4
Kunder	8
Medarbetare	16
Samhälle	22
Partners	28
Miljö	30
Diligentia	33
Organisation och styrning	34
Om redovisningen	35
GRI-index	36

Om redovisningen

Denna redovisning gäller för Skandia-koncernen som agerar på den nordiska marknaden i Sverige, Norge och Danmark. Vi har tjänster inom bank och försäkring. Bankverksamheten vänder sig till privatpersoner, så kallad hushållsbank, och finns i Sverige och Norge. Försäkringsverksamheten bedriver vi i Danmark och Sverige och är inriktad på långsiktigt sparande, risk och hälsa för privatpersoner och företag. Diligentia är ett helägt dotterbolag till Skandia Liv och ett av Sveriges största fastighetsbolag. Vi har valt att särredovisa Diligentia så bolaget är inte inkluderat i beskrivningar av den övriga verksamheten. För ytterligare information om CR-redovisningen, se sid 35.

Kortsiktighetens fiende

För länge sedan var vi ett försäkringsbolag som försäkrade saker. Hus till exempel. På den tiden var de stora stadsbränderna en av samhällets främsta utmaningar och de kostade enormt mycket i både lidande och pengar. Det gav oss två val: att höja kundernas premier rejält eller komma på något helt nytt. Vi valde alternativ två. Lösningen blev att utveckla nya mer brandsäkra hus som byggde bort problemet.

75 år senare blev bilarna och trafikolyckorna fler. Samma dilemma. Då startade vi trafikskolor som gjorde våra kunder till bättre bilförare.

Idag arbetar vi bland annat med att förebygga människors utanförskap. Det är ett växande problem som påverkar hela samhället och frågan är vad vi gör åt det? Vår modell är tidiga insatser bland unga som bidrar till att fler inkluderas i samhället.

Inga snabba klipp direkt, men det är helt i sin ordning. För vi vet att det är lönsammare att tänka långsiktigt. Att riktiga värden skapas över tid och inte över natt. Det finns i vår 150-åriga historia och i vårt DNA: att kämpa mot kortsiktiga lösningar. Vårt uppdrag är att tänka förebyggande och utanför lådan så att du och din familj kan få en blomstrande framtid. Det gynnar både oss och våra kunder.

Det kan vara allt från innovativa banktjänster som hjälper dig att hitta sparpengar till förebyggande hälsoprogram som gör företagen friskare. Det kan vara att erbjuda nyblivna föräldrar en barnförsäkring som sträcker sig lite längre än konkurrenternas, eller att bidra till ett tryggare samhälle genom att jobba förebyggande med unga som riskerar att hamna i utanförskap.

Vi kommer från ett annat håll. Vår röda tråd är innovation och förebyggande. För det kommer att löna sig, både i mänskliga och ekonomiska termer.

Vi är Skandia – kortsiktighetens fiende.

En konstruktiv kraft i samhället

Skandia har en lång och stolt historia – i över 150 år har vi gett människor ekonomisk trygghet. Som bank- och försäkringsaktör har vi bred förankring i samhället, med omfattande och långsiktiga åtaganden gentemot individer, företag och offentlig sektor. Att verka i det här fältet, på ett sätt som vi kan stå för, ställer höga krav på oss. Vi måste hålla vad vi lovar och förtjäna våra kunder och vår plats i samhället.

Skandias roll som samhällsbärare lär inte minska i relevans – tvärtom. Samhällena där vi verkar står inför svåra utmaningar – allt färre förväntas försörja allt fler, och dessutom under en kortare tid som aktiva på arbetsmarknaden. Det säger sig självt att vår demografiska utmaning bland mycket annat kommer att påverka arbetsmarknad, pensioner samt vård och omsorg. Skandia har både ett ansvar och en möjlighet att vara en konstruktiv kraft i arbetet med att framtidssäkra välfärden.

Ökad öppenhet

Detta är Skandias första nordiska redovisning för Corporate Responsibility (CR) och ett steg mot att bli ännu mer öppna. Vi vill visa att engagemang och ansvar har funnits med och väglett oss under lång tid. Det vi gör nu är att på ett samlat sätt formulera vad CR betyder för det nya Skandia och förmedla detta både internt och externt.

Öppenhet löper förstås i två riktningar – vi ska vara lyhörda för vart samhället är på väg och vad kunderna förväntar sig av oss. Vi ska våga ta position i frågor som är viktiga för våra kunder och för oss. Parallellt fortsätter vi vår kamp för bättre konkurrens på pensionsmarknaden. Under 2011 har vi lagt mycket kraft på pensionshanteringen i Sveriges kommuner.

Vi menar att pensionsskulden i kommunerna, totalt 216 miljarder, inte tas på tillräckligt stort allvar, och att det på sikt kommer bli ett nationellt problem. En effekt av att skulden till stor del är "dold" är att marknadskrafterna vad gäller pensionsskuldshanteringen inte fungerar fullt ut. För ändamålet har vi publicerat en rapport som fått mycket uppmärksamhet i media och av politiker. Skandias arbete med att visa på utanförskapets pris och den hotande kommunala pensionsskulden är två tydliga exempel på vår roll som aktiv samhällsaktör.

Kunden i centrum

Skandia har strävat efter att vara ett kundtillvänt bolag. Nu när vi, i och med Skandia Livs förvärv av Skandia AB, kommer att bli ett fullt ut kundägt bolag har vi en unik möjlighet att verkligen sätta kunden i centrum. Vi får ett enda fokus: att genom sparande och försäkring gynna våra kunder som får tillgång till bättre och ännu mer prisvärda produkter. Nu börjar ett stort och angeläget arbete där vi ska vara ett alternativ till storbankerna. När vi stakar ut strategin för det nya bolaget ska vi göra allt för att kunden ska sitta i framsätet, både vad gäller verksamheten och produkterna. Vi arbetar därför med att utveckla hur kunderna ska få inflytande i det nya bolaget.



Medarbetarna spelar avgörande roll

Om vi ska bli det bolag som vi vill vara för våra kunder så börjar det med medarbetarna. Skandia blir det medarbetarna gör det till. Trots tuffa prövningar som årets besparingar och minskning av personalstyrkan har våra medarbetare lyckats att leverera kundnytta – det är något jag är riktigt stolt över. De goda insatserna bekräftas av att Skandiabanken under 2011 vann SM i bästa kundservice för tredje året i rad!

Ledningen utan rörlig ersättning

En annan händelse som förtjänar att lyftas är att den nya koncernledningen enbart ska ha fast ersättning. Rörlig ersättning kommer i viss mån att finnas kvar där det anses relevant.

Det är en viktig resa vi har framför oss – vi ska skapa ett riktigt attraktivt alternativ för våra kunder. Målsättningen är en tydlig profil, där vi utmärker oss som den bank- och försäkringsaktör som tänker längre och lyckas leverera verklig nytta för kunderna och för samhället. I det långa loppet är det en och samma sak.

Bengt-Åke Fagerman
Vd

Tänk Längre

Samhällsengagemang har länge spelat stor roll för oss. Vi lägger mycket kraft på ansvarsfrågor och på att bidra till de samhällen som vi verkar i. Men det arbetet har till stor del pågått i det tysta. Samtidigt inser vi att en del i vårt ansvar är att vara tydliga med vad vi gör och vilka utmaningar vi har kvar att hantera. Rapporten som du har framfördig är ett steg mot att bli mer öppna och tydliga med det vi gör inom CR.

Bidra till att utveckla samhället

I den globala finanskrisens spår undrar många om vår tids företag har förmåga att lyfta blicken och se längre än till jakten på kortsiktiga vinster. Det ställs frågor om näringslivet har drivkrafter som också ser värden som långsiktighet och ansvarstagande. Vi ser även att det efterfrågas mer av en samhällsbärande företagsamhet, som med sin idé och verksamhet också har ambitionen att bidra till samhällsutvecklingen. Det gör vårt arbete med CR som en del i hur vi verkar på marknaden och i samhället än mer angeläget. Som försäkringsbolag och bank är det särskilt betydelsefullt eftersom vi är en del av trygghetssystemet. Då krävs att vi tänker längre – vi ska finnas till för våra kunder både idag och på många års sikt. Det vi gör nu ska bära frukt också om tio eller tjugo år. Vi tror att det behövs fler som tänker längre och vågar vara kortsiktighetens fiende.

I samband med att Skandia Liv har förvärvat Skandia blir vi ett företag ägt av våra kunder med huvudkontor i Stockholm. Det är på många vis en nystart och så även i vår ambition att bli en aktiv samhällsbärande och en konstruktiv kraft i samhällsutvecklingen. Vi ser det som en möjlighet att ta vårt ansvar i arbetet med att rusta samhället med långsik-

tighet och idéer för framtiden. Samhällsansvar är visserligen en del av vår historia och DNA men vi kan nu ta ett nytt grepp om vår färdriktning och utforma hur vi arbetar med CR inom det nya Skandia. Vi har en enhet som ansvarar för att driva och utveckla CR-agendan framåt, men genomförandet ligger inom flera enheter för att vi ska få ett integrerat och strukturerat CR-arbete. Mycket finns redan på plats – att idén till att ta fram en metod för att blockera betalningar för barnpornografi ursprungligen kom från vår säkerhetschef är bara ett exempel – men vi behöver bli tydligare, och öka strukturen i vårt CR-arbete för att nå fortsatta resultat. Arbetet med den här redovisningen är en pusselbit i den processen.

Som ett kundägt bolag kommer vi att få än större anledning att engagera oss i och driva samhälls- och välfärdsfrågor där det ännu saknas fullgoda lösningar. Det är ett arbete som Skandia till stor del genomför genom Idéer för Livet.

Idéer för Livet – en spjutspets

Vi betraktar Idéer för Livet som en spjutspetsfunktion, inte bara när det gäller CR utan också för vår affär. Det hela bottnar i att vi är väl medvetna om vikten av att agera



förebyggande och långsiktigt. Det bästa och effektivaste sättet att lösa problem är att se till att de inte växer sig stora eller inte ens uppstår. Här är vi långt ifrån ensamma. Vi vill vara en plattform och möjliggörare för Eldsjälar som med sitt engagemang och sin kraft vill delta i utvecklingen av samhället. Här verkar vi i gränssnittet mellan näringsliv, offentlig sektor och frivilligsektorn. Ibland är vi mer i en sfär än i en annan; beroende på vad som är bästa lösningen för att ta tag i en samhällsutmaning. Genom att ta fram metoder och verktyg för att implementera ett förebyggande förhållningssätt skapar vi både mänskliga och ekonomiska vinster.

Skandias och Idéer för Livets roll är att tänka långsiktigt och våga gå utanför ramarna. Vi vill fortsätta att hitta nya angreppssätt och bidra till att förutse, förebygga och lösa problem både för våra kunder och för samhället. Här vill vi tänka längre och du är välkommen med på den resan.

Lena Hök
Chef CR och Idéer för Livet Norden

Välkommen till Skandia

Skandia är en ledande nordisk leverantör av lösningar för ekonomisk trygghet och långsiktigt sparande. Vi har 2,2 miljoner kunder i Sverige, Norge och Danmark, ett förvaltat kapital på drygt 440 miljarder kronor och drygt 2 300 medarbetare.

Vi har en lång och stolt tradition av pionjöranda, innovation och samhällsengagemang. Med siktet inställt på att skapa ett rikare liv till människor som vill mer, fortsätter vi att utveckla vårt erbjudande och bidrag till samhällsutvecklingen.

Hos oss hittar du såväl ett stabilt livförsäkringsbolag, ett prisbelönt fondförsäkringsbolag som en hyllad bank. Kombinationen ger oss unika förutsättningar att skapa relevanta erbjudanden för trygghet, sparande och hälsa.

Vår nya ägare kan bli du

I mars 2012 sålde Old Mutual plc sin nordiska verksamhet till Livförsäkringsbolaget Skandia (publ), och Skandia Norden är alltså inte längre del av Old Mutual-gruppen. Skandia Liv är under ombildning till ett rent ömsesidigt bolag och under övergången ägs aktierna i Skandia Liv av Thule-stiftelsen. 2013 kommer Skandia att bli en av Nordens största oberoende och kundägda bank- och försäkringskoncerner.

Vårt ursprung

12 januari 1855 fick Skandia sin koncession att bedriva brand- och livförsäkringsverksamhet av kung Oscar I. Under åren som gått sedan dess har världen genomgått en omvandling utan motstycke – vi har rört oss från det lokala bondesamhället till den globala sammanlänkande kommunikationskulturen. Omvälvningen har förstärkt format Skandia, och i någon mån har även vi varit med och bidragit till framväxten av det moderna samhället, från den första livförsäkringen till dagens bankservice online, via Smartbanken, internet och mobil.

Det som utmärker oss är viljan att tänka längre. Det är det som kanske mer än något annat har gjort att vi under mer än 150 år lyckats bidra till människors trygghet och samhällets skyddsnät. Vi vet av erfarenhet att förebyggande och långsiktiga lösningar är den smartare vägen att gå. Det vinner alla på – våra kunder, samhället och Skandia.

Utmärkelser under 2011

- Skandiabanken får Guldkanten för sitt arbete med att som första bank integrera minpension.se i sina internetjänster
- För tionde året i rad utsedd till mest nöjda kunder i branschen, Norsk Kundebarometer
- Skandia Global Hedge utses till årets hedgefond av fondmarknaden.se
- Skandiakontot vinner tidskriften Privata Affärers pris Årets sparkonto
- Rankad som starkast varumärke bland norska banker för sjätte gången i Reputation Institutes varumärkesmätning
- Tilldelas Norska Fiduspriset för god informationssäkerhet
- Skandia utses till "Bästa mäklardisk" bland livförsäkringsbolagen av Svenska Försäkringsförmedlars Förening (SFM)
- Skandiabanken vinner SM i kundtjänst för tredje året i rad
- Vinnare av norska kundnöjdhetspriset EPSI bland banker

Kundens behov i fokus



Skandia har kunder inom flera olika kategorier såsom företag, offentlig sektor och privatpersoner. I vårt kundmöte utgår vi från kundernas behov som kan handla om alltifrån att få kontroll på sin vardagsekonomi, säkerställa sin ekonomiska trygghet till att hantera ett långsiktigt sparande eller pension. Vi ska möta kunden där de finns och på deras villkor oavsett om det är ett personligt möte, rådgivning via videolänk eller smarta internetjänster som hjälper kunden att själv få kontroll över sin ekonomi. Många kunder uttrycker även ett djupare behov i form av en önskan om ett framtida hållbart och tryggt samhälle, där har vi idéer för Livet som arbetar för detta syfte.

Skandia kundägt 2012

Skandia Liv är redan nu 2012 kundägt och oberoende. Under 2013 kommer vi att ombildas till ett rent ömsesidigt bolag och blir en av Nordens största, oberoende och kundägda bank- och försäkringskoncerner. Vinster såväl som förluster som skapas i verksamheten går då tillbaka till spararna i livbolaget. Ju större ekonomiskt engagemang våra kunder väljer att lägga hos oss, desto mer har de att vinna. Vi ska verka för kundens bästa i alla led. Eftersom Skandia är oberoende av arbetsmarknadens parter och etablerade maktsfärer kan vi koncentrera all vår lojalitet till våra kunder. Som kund i Skandia Liv kommer du att kunna vara med och påverka. Just nu pågår arbetet med att hitta en modell för hur kundinflytandet ska utformas. Målet är en rättvis, effektiv och modern lösning.

Under en övergångsperiod, tills ombildningen till ett ömsesidigt försäkringsbolag är slutförd under 2013, ägs aktierna i Skandia Liv av Thulestiftelsen. Under 2011 ägdes Skandia av Old Mutual.

Skandia i samhället

Att bidra till trygghet idag och för framtiden är något som vi har ägnat oss åt sedan starten 1855, hela tiden vägleda av förebyggandets och långsiktighetens kompass. Vi vet nämligen att det är betydligt bättre att ta tag i problem direkt – helst innan de uppstått – istället för att skicka dem vidare till andra. Förmågan att tänka längre är viktig för vårt uppdrag och avgörande för vår framgång.

Engagemang och ansvar är en del i hur vi verkar på marknaden och i samhället. Vi tänker längre, och vi tänker större. När våra städer härjades av bränder bidrog vi till utvecklingen av säkrare hus, när trafiken och olyckorna ökade lärde vi folk att bli bättre bilförare och nu, när utanförskapet hotar samhällsutvecklingen, jobbar vi förebyggande så att fler kan inkluderas.

Vårt bidrag till att knäcka tuffa utmaningar är inte bara en insats för samhället – det är i allra högsta grad till gagn för våra kunder och därmed också för oss.

Långsiktighet, ansvar och engagemang har gjort oss framgångsrika och det är ur den traditionen vi hämtar kraft för framtiden.

Läs mer om vårt kunderbjudande på s. 8, om vårt samhällsengagemang på s. 22 och om vår CR-organisation och styrning på s. 34.

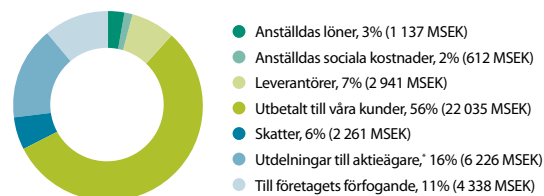
Dialog med omvärlden

Att verka i, och påverka, de samhällen som Skandia är en del av kräver att vi är lyhörda, förutseende och ger oss in i dialog med kunder och andra viktiga intressenter.

De som Skandia påverkar mest, och de som påverkar oss, är våra kunder, medarbetare, och företag som vi investerar i. Vi står i ständig förbindelse med dessa intressenter, och då framförallt våra kunder. Läs mer om Skandias kundkontakter på s. 11 och om medarbetarrelationer på s. 20.

Tabellen till höger ger en övergripande bild av hur Skandia kommunicerar med olika intressentgrupper.

Fördelning av skapat värde per intressent 2011



* Utdelning till aktieägarna består av sakutdelning från Skandia AB som en följd av en omstrukturering av Old Mutuals dotterbolag.

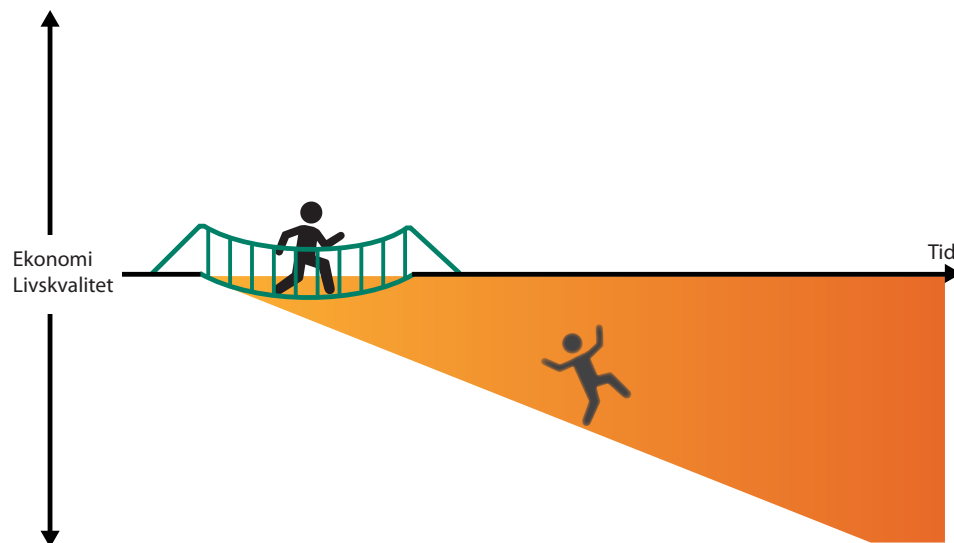
Intressent	Dialog/Forum
Kund	Rådgivare/kontor Kundtjänst Blogg Facebook Årlig kundundersökning, privat- och företagskunder Kundpanel Kontinuerlig dialog och screening av våra investeringar Kundombudsman
Ägare	Modell för kundinflytande är under utveckling för nya Skandia
Medarbetare	Medarbetarundersökningar Medarbetarsamtal Utbildningar
Samhälle	Global Compact* Finanskoalitionen mot barnpornografi CSR Sweden Swesif Global utmaning Hållbart värdeskapande Utanförskapets pris – 40 kommuner är delaktiga
Leverantör/Partner	Distributörsundersökning Leverantörsdag, kontinuerlig dialog
Miljö	Nätverk Köp miljömärkt Nätverk Klimatpakten Stockholm stad

* Under 2011 var Skandia medlem i Global Compact genom Old Mutual. Det innebär att vi under 2012 återansöker till Global Comapct för det nya Skandia.

Skandiamodellen – att förutse och förebygga skapar mänskliga och ekonomiska vinster

Proaktivt agerande kan motverka utanförskap och ge vinst i både mänskliga och ekonomiska termer. Att förutse och förebygga problem kräver långsiktighet, helhetsyn och samordning mellan olika instanser. Samtidigt är vinsterna med att människor inte faller utanför samhället enorma i både mänskliga och ekonomiska termer. Därför arbetar vi både inom bolagshälsa och Idéer för Livet med att ta fram metoder som främjar proaktiva insatser.

Passivitet eller reaktivt agerande kan resultera i utanförskap och stora förluster i både livskvalitet och samhällsekonomi. Inga, få eller fel insatser ökar riskerna för utanförskap. Att individen drabbas hårt är uppenbart. Dessutom innebär det en avsevärd kostnad för individen, arbetsgivaren och samhället. Våra beräkningar av utanförskapets pris visar att en människa som istället för att arbeta hamnar i missbruk och kriminalitet kan kosta samhället närmare 14 miljoner kronor mellan 20 och 65 års ålder.



Skandias viktigaste förtroendefrågor

Här listar vi frågorna som är viktigast för våra intressenters förtroende för Skandia. Du hittar referenser till mer information om var och en av frågorna.

Långsiktiga kundrelationer: Avgörande är vår förmåga att förutse risker och förebygga ohälsa, agera tryggt och långsiktigt i förvaltningen av våra kunders pengar samt att vara finansiellt stabila, ha hög solvens, hög tillgänglighet och erbjuda god avkastning. Läs mer på s. 9.

Tydlighet kring avgifter och provisioner: Våra kunder efterfrågar tydlig information om avgifter och provisioner till egna och externa rådgivare och förvaltare. Läs mer på s. 9.

Ansvarsfullt ägande: Att Skandia agerar långsiktigt och ansvarsfullt som kapitalägare är centralt för förtroendet för oss och därmed för vår framgång. Läs mer på s. 14.

Långsiktig arbetsgivare: Skandia blir det våra medarbetare gör det till. Därför månar vi om att skapa rätt förutsättningar för kundfokus, utveckling och engagemang. Läs mer på s. 16.

Samhällsengagemang: Vi ser det som en möjlighet och ett ansvar att söka svar på viktiga samhällsproblem, och erbjuda lösningar privat eller i samverkan med det offentliga. Läs mer på s. 22.

7,3

Genomsnittlig återbäringsränta
i Skandia Liv de senaste 15 åren
(procent)



Ekonomisk trygghet för våra kunder

Skandia är en ledande nordisk leverantör av lösningar för ekonomisk trygghet och långsiktigt sparande. Att hantera ekonomi, sparande och pension är komplexa frågor – vårt erbjudande och ansvar är bra produkter tillsammans med klok rådgivning, oavsett om det sker genom möten, telefon eller via webb.

Marknaden för långsiktigt sparande förändras snabbt. Människor måste ta allt fler egna beslut i komplexa frågor, och många har behov av hjälp för att hitta den lösning som passar just dem. Det ställer större krav på att Skandia inte bara kan erbjuda högkvalitativa produkter, utan även kundmöten och rådgivning på kundens villkor oavsett om det sker via nätet, telefon, mobilen eller i ett fysiskt möte.

Genom vår internetbank, där privatkunder enkelt hittar olika verktyg för budget och planering, hjälper vi kunden att ta kontroll över sin ekonomi. Pengar på banken ska spela roll och därför är vi en av få banker som ger ränta från första kronan på lönekontot. Det finns många exempel på lösningar och initiativ där vår kompetens och våra erbjudanden hjälper kunden att hantera sin ekonomi och skapa trygghet genom livets olika skeden. Att Skandia Liv har stabila finanser gör dessutom att vi kan fortsätta att ta in nya kunder i försäkringssystemet utan att riskera vårt åtagande gentemot de befintliga.

Skandia erbjuder rådgivning och distribuerar produkter både genom egna och externa rådgivare som ett sätt att öka tillgängligheten för kunderna. De externa rådgivarna får en provision i ersättning baserat på försälj-

ningen. Här samverkar Skandia med branschorganisationen Svensk Försäkring, för att hitta ett enhetligt sätt att redovisa rådgivningskostnader för kunden i kundmötet. Idag ligger denna information i kunddokumentationen som kunden får. Eftersom det saknas enhetlighet i hur olika aktörer i branschen gör detta, kan det vara svårt för kunden att jämföra olika aktörer. Det är därför en viktig uppgift för branschen att enas om ett sätt att åstadkomma större tydlighet.

Försäkringsförmedling och finansiell rådgivning innebär att ge råd, och inte bara information, om försäkringsprodukter och finansiella instrument. I detta ligger även en skyldighet att avråda från val som inte är lämpliga. För kunden kan det vara svårt att dra en skiljelinje mellan Skandias egna rådgivare och externa. Därför är det viktigt att rådgivaren har en god kunskap om Skandias kunderbjudanden och att god sed för finansiell rådgivning följs.

Våra kunder

Skandias 2,2 miljoner kunder finns i hela samhället – bland privatpersoner, i näringslivet och inom den offentliga sektorn. Den gemensamma nämnaren är Skandias erbu-

dande om långsiktig ekonomisk trygghet, både i hanteringen av vardagsekonomin och den framtida ekonomin. Många av våra kunder har valt att lägga en stor del av sitt långsiktiga sparande och sina pensionsförsäkringar hos oss. Vår kundleverans ska vara bra produkter i kombination med klok rådgivning och hög tillgänglighet.

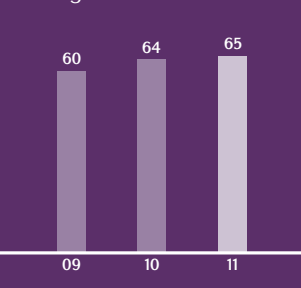
Det är Skandias roll och ansvar att erbjuda produkter och tjänster som på bästa sätt möter de specifika behov som finns hos de olika kundgrupperna och hos varje individ. Det kan vi göra genom den inblick vi har i människors vardag, i företagets förutsättningar och i samhällsutvecklingen i stort.

Vår uppgift är att vara lyhörda för kundens önskemål och leverera kundnytta. Vi står i förbindelse med kunderna via en mängd olika kanaler. Vår blogg har cirka 100 000 besök per år och vi möter kunder på Facebook, vi mäter kundnöjdhet på både privat- och företagssidan, vår kundpanel vägleder oss när vi utformar produkter och tjänster. På så sätt får vi veta vad vi är bra på och vilka utmaningar vi har. Inom Skandia pågår också ett genomgripande projekt som syftar till att vi kontinuerligt säkrar värdeskapande och kundnytta i alla delar av vår verksamhet.

Samarbete mot barnpornografi

Skandia tar aktivt ställning i frågor som är viktiga för våra kunder och för oss, och där vi kan påverka. Därför inledde vi 2007 ett samarbete med ECPAT och Rikskriminalpolisen. Resultatet blev att vi tog fram en metod som försvårar handel med övergreppsbilder på barn genom att blockera betalningstransaktioner. Samarbetet blev startskottet till Finanskoalitionen som idag samlar ett stort antal banker på den svenska marknaden. Tillsammans gör vi det svårare för kriminella aktörer att tjäna pengar på barnpornografi. Läs mer på www.finanskoalitionen.se.

Nöjd kund-index, %
Sverige



Skandia har ett kontinuerligt måluppföljningsarbete på bland annat kundnöjdhet som följs upp genom ett Nöjd kund-index (NKI). De senaste 3 åren har Skandia exempelvis ökat kundnöjdheten bland privatkunder i Sverige från 60 till 65 och arbetar hela tiden aktivt för ytterligare förbättringar. I Norge har vi 10 år på rad blivit utsedda till mest nöjda kunder i branschen i Norsk kundebarometers mätningar. Genomsnittlig NKI i Danmark har stigit från 64 (2009) till 68 (2011).

Kundens trygghet

Konsumentskydd i bank- och försäkringsbranschen handlar till stor del om att ha kännedom om och leva upp till myndigheternas krav på en starkt reglerad marknad. Men det handlar också om att följa god branschsed och att ha ett etiskt förhållningsätt i allt vi gör. Det är av största vikt att rådgivarna utgår från kundens önskemål, behov och livssituation. Själva kärnan i Skandias uppdrag och riskstrategi rör förmågan att leva upp till våra försäkringsåtaganden och att förvalta försäkringskapitalet så att det täcker framtida utbetalningar. Detta regleras i försäkringsrörelselagen, försäkringsavtalslagen och bank- och finansieringsrörelselagen. Finansinspektionen svarar för tillsynen över både banker och försäkringsbolag. Därtill finns både externa och interna regelverk och riktlinjer som skyddar kundens intressen vid marknadsföring av och rådgivning gällande försäkringar och finansiella produkter. Lagen om försäkringsförmedling talar bland annat om omsorgsplikt, anpassningsplikt, avrådningsplikt och informationsplikt. När det gäller så kallade strukturerade produkter, som är komplexa och har en lång placeringshorisont, har Skandia som praxis att rådgivning endast ges av personer med fördjupad kunskap.

Kvalificerade rådgivare

Alla Skandias egna kundrådgivare har en så kallad SwedSec-licens, som säkerställer kompetensnivå rörande såväl regelverk som finansiella produkter. Skandia håller även egna utbildningar för privatrådgivare, och medarbetare genomför obligatoriska e-utbildningar.

Oavsett om kunden möter oss via en intern eller extern rådgivare ska det inte innebära någon skillnad i bemötande eller rådgivningens kvalitet. För att stärka konsumentskyddet är Skandia ett av de försäkringsbolag som initierat en gemensam licensiering för försäkringsförmedlarna, InsureSec. Läs mer på s. 29.

Vi motverkar bedrägeri och korruption

För motverkan av mutor och korruption baseras Skandias policy på UK Bribery Act som är mer långtgående än nuvarande nordisk lagstiftning. Vi för också register över gåvor och representation. Inga korruptionsincidenter rapporterades under 2011. För att motverka brott och andra oegentligheter har Skandia en centraliserad och samordnad kontrollfunktion för hantering av mutor, bedrägerier och penningtvätt. Skandia har även en whistleblowerfunktion för att medarbetare ska kunna rapportera oegentligheter anonymt.

Skandias kundombudsman

Om en kund som klagat hos Skandia inte är nöjd med beslutet kan han eller hon vända sig till Skandias Kundombudsman. Kundombudsmannen kan ompröva alla typer av ärenden och skador och granska både handläggningen och beslutet i ersättningsfrågan. För en omprövning krävs att kunden har fått ett slutligt skriftligt beslut av Skandia. Därefter kan Kundombudsmannen göra en opartisk omprövning av ärendet, och rekommendera Skandia att ändra sitt beslut om det finns saklig grund för det. Prövningen är kostnadsfri och kunden måste kontakta Kundombudsmannen inom ett år från Skandias slutliga beslut.

Tre frågor till Per Täckenström, Kundombudsman

Hur många ärenden behandlar du på ett år?
Runt 150 ärenden.

Vilka är de vanligaste ärendena som hamnar på ditt bord?

Det handlar oftast om missnöje med ersättnings storlek efter skada, villkorstolkning eller missnöje med hantering av ett ärende, till exempel utbetalning och flyttärenden.

Vad är din största utmaning i jobbet?

Det är viktigt att återföra kundernas synpunkter till övriga organisationen. Det är jätteviktig information vi får från kunderna. Den kan hjälpa oss att bli bättre både i bemötande och i produkt- och tjänsteutveckling.

Vårt erbjudande

Skandia erbjuder försäkringar med traditionell förvaltning, fondförvaltning, gruppförsäkringar, olika riskförsäkringar till exempel vid sjukdom och dödsfall, privatvårdsförsäkringar samt en rad olika banktjänster. Vi har produkter som har en stor betydelse för individers och familjers ekonomiska trygghet, idag och i framtiden. Enkelhet och tillgänglighet är därför viktigt, vid sidan av bra produkter, tydlig information och god rådgivning. Genom banken i Sverige och Norge håller vi en hög tillgänglighet via internet, mobil, kundservice och sociala medier. Det ger möjlighet att stötta kunden i sin vardagsekonomi.

Skandia i Sverige har kontor på snart 50 orter i landet där vi träffar privat- och företagskunder. Våra omkring 300 egna rådgivare möter också kunder online och via webb, för att anpassa erbjudandet utifrån varje kunds behov och riskprofil. Kunden får även rådgivning via Skandias samarbeten med fristående franchisekontor och via externa rådgivare som vi samarbetar med i både Sverige och Danmark. Inom bankverksamheten är vi en del av kundens vardagsekonomi, vilket kräver en vardaglig kontakt via telefon, chatt, mobil och internet. Därför har vår kundservice öppet 6–24, 365 dagar om året. Vi mäter kundnöjdhet per samtal och ger återkoppling på

Finansiella nyckeltal Skandia Liv

Nyckeltal	Värde 2011-12-31	Vad visar det?
Kollektiv konsolideringsgrad	104 %	Anger relationen mellan marknadsvärdet på Skandia Livs tillgångar och det totala kapital som fördelas till försäkringstagarna. Används för att visa om bolaget preliminärt fördelat mer överskott än vad som motsvarar tillgångarnas verkliga värde.
Solvensgrad	146 %	Anger marknadsvärdet på Skandia Livs tillgångar jämfört med det värde vi har garanterat våra försäkringstagare.
Förvaltad kapital	297 000 MSEK	Värdet på de tillgångar som förvaltas för försäkringstagarnas räkning.

grupp- och individnivå vad gäller banktjänster. Vi mäter Nöjd kund-index (NKI) och Nöjd företagskund-index (NFI) regelbundet.

Traditionell förvaltning

Livförsäkringar kan göra verklig skillnad i människors liv och det samlade sparandet är livets största affär. Att spara i traditionell förvaltning ska därför vara tryggt och enkelt. Skandia placerar pengarna och ger en garanti för kundens framtida utbetalningar. Det är en förvaltningsform med låga kostnader, som samtidigt ger möjlighet till god avkastning. Tryggheten ligger i att kunden inte kan få mindre än det som garanterats.

Hos Skandia växer de traditionella försäkringarnas värde med en ränta på 1,25 procent per år, före skatter och avgifter. Avkastningen kan sedan fördelas ut i form av återbäringsränta. De senaste 15 åren har sparande i Skandia Liv lyckats ge en långt högre genomsnittlig återbäringsränta på 7,3 procent. Vårt försäkringsåtagande står på en stabil grund, då det förvaltade kapitalet överstiger det garanterade värdet.

Pensionsplanering uppfattas ofta som komplicerat och tråkigt. Det gör att många har svårt att komma till skott med att se över sin pension och planera för ekonomisk trygghet och livskvalitet efter pensionen. För att under-

Folkbildning i sparande med Facebook

Skandiabanken lanserade Sverige och Norges första aktietävling på Facebook Aktiekampen/Aktiespillet. Tävlingen är ett riskfritt sätt att lära sig hantera en av våra viktigaste sparformer och kan spelas kostnadsfritt av alla som har ett Facebook-konto, oavsett ifall man är vår kund eller inte. Att tävlingen utspelar sig på Facebook gör att lärandet blir roligare, eftersom man enkelt kan jämföra sig med vänner och alla andra som deltar. Sparandet blir med andra ord även socialt och grund för kommentarer och diskussioner – som med allt gott lärande. Detta är ett exempel på hur man kan använda sociala medier i utbildningssyfte och redan efter en månad var 9 100 spelare igång i Sverige. Aktiekampens motsvarighet i Norge – Aktiespillet – lanserades 2010, spelas av 50 000 deltagare och används idag i skolors ekonomiundervisning.

Att möta kunden på kundens villkor

I morgondagens kundmöte behöver finansbranschen skapa nya mervärden. Det kan handla om rådgivning via mobilen, elektronisk ansökan eller automatisk hushållsbudget. Helt enkelt möta kunden på kundens villkor.

Våra undersökningar visar att folk generellt lägger lite tid på ekonomi och att intresset för sparande är lågt. Det är den verkligheten vi måste utgå från. Skandias webbaserade rådgivningsverktyg, Totalkollen, möjliggör ett nytt och modernt möte med kunden som blir guddad för att på egen hand ta ställning till sina behov. De kunder som har en mer komplex ekonomi kan däremot ha behov av ett möte med en rådgivare. Här kan Skandia erbjuda lösningar som kunden kan förstå och ta ställning till utöver.

Tre frågor till Annika Bowallius, privatrådgivare

Vad är din viktigaste roll som rådgivare?

Ett stort ansvar i nuvarande pensionssystem läggs på individen att själv säkerställa sin pension. En av våra viktigaste uppgifter i vår rådgivning är att påminna kunden om att sparandet är den "framtida lönen" när man går in i en ny livsfas.

Vad är värdet av det personliga mötet vid sidan om de digitala kanalerna?

En allt viktigare del av vår rådgivning är att hjälpa våra kunder planera inför sin pension och lägga den ekonomiska planen för en ny livsfas, där behoven ändras och sparandet skall plockas ut eller föras över till en ny generation. I detta livsskede ser vi att sparande känns oerhört viktigt och vår roll är att se till att kunden är förberedd på bästa sätt utifrån sin specifika situation.

Vad är din största utmaning i jobbet?

Många kunder ger oss ett stort förtroende kring en väldigt viktig del av deras liv som handlar om deras ekonomi och trygghet nu och i framtiden. Det innebär att vi som rådgivare har ett väldigt stort ansvar att ha regelbunden kontakt med våra kunder.

lätta och stimulera ett större engagemang och ett mer aktivt förhållningsätt, erbjuder Skandia förutom personlig rådgivning även pedagogiskt utformade webbverktyg som guidar kunden i privatekonomiska frågor.

Fondförvaltning

Fond- och depåförvaltning av sparandet finns hos Skandiabanken och förvaltningsformerna finns också inom försäkringslösningar hos Skandia Link, till exempel pensionsförsäkringar. Skandias fondförvaltning bygger på att det ska vara enkelt att placera i fonder av god kvalitet på en global marknad. Via Skandia-bankens fondtorg finns cirka 800 fonder tillgängliga i Sverige och 460 i Norge. Ett hundratal av dessa finns på Skandias danska och svenska plattform, som består av analyserade och kvalitetssäkrade fonder. Det innebär att Skandia väljer först, sedan väljer kunden.

Aktier och aktiefonder är exempel på förhållandevis riskfyllda placeringar och risk kan också upplevas olika av olika personer. Därför är det viktigt att erbjuda och rekommendera en sparform utifrån varje kunds specifika behov – det som är ett bra val för en person kan vara helt fel för en annan. Även här är tydlig information och rådgivning avgörande

för kunder som inte är intresserade och insatta. Kunden som väljer rådgivning kan till exempel välja Skandias rekommenderade fondpaket eller fonder som eftersträvar en viss risknivå oavsett hur marknaden utvecklas. I båda fallen sköter Skandia allokeringen av kundens tillgångar löpande och rapporterar regelbundet kring förändringar och hur placeringarna utvecklas.

I Norge har vi gjort det enklare för kunder som vill göra medvetna val utifrån miljö och etiska kriterier. Läs mer på s. 14.

Internetbank

På Skandias internetbank och i Mobilbanken, i Sverige och Norge, finns ett stort utbud av bank-, sparande- och placeringstjänster. Priserna ska vara tydliga och vi erbjuder ränta från första kronan på både spar- och lönekontot, där räntan beräknas på daglig basis, vilket gynnar kunden som får del av ränta på ränta effekten.

Via internetbanken får kunden tillgång till en rad olika verktyg som ger stöd i att ta kontroll över och planera privatekonomin. Exempel är Månadssammanställningen som ger grepp om ekonomin samtidigt som ett individanpassat budgetunderlag skapas. Totalkollen är ett

verktyg för finansiell planering på nätet, över telefon eller i ett kundmöte genom vårt rådgivningsverktyg. Webbverktyget Matchmaker ger investeringsrådgivning på nätet via banken. Under 2011 utvecklade vi ett helt nytt sätt för kunder att via internet hantera sin ekonomi. Vi kallar det Smartbank i Sverige och Min ekonomi i Norge och lanseringen skedde våren 2012.

Stockholmsbörsens disciplinnämnd utdömde vite på 400 000 kronor till Skandiabanken och två andra finansaktörer för att ha brutit mot börsens regelverk den 24 januari 2011. Årendet gällde Seanet som på den aktuella dagen gjort en omvänd split, vilket inte hanterades korrekt av de aktörer som ålades vite.

Försäkringar i svåra livssituationer

Skandia erbjuder ekonomisk trygghet vid olycka eller sjukdom, genom sjuk- och olycksfallsförsäkringar. Försäkringarna täcker både de omedelbara ekonomiska behoven i samband med att en person drabbas och skapar en ekonomisk trygghet på längre sikt. Skandias sjukförsäkring utmärker sig genom att i flera fall ha mer generösa bedömningar än Försäkringskassan och genom att vara en sjuk- och vårdförsäkring i ett. Skandia genomför en

fristående utredning av arbetsförmågan när man får vetskap om att den försäkrade blivit utförsäkrad av Försäkringskassan. Hittills har så skett i omkring 650 fall sedan 2008. Av de aktuella fallen har cirka 70 procent av dessa beviljats ersättning av Skandia till olika grader av arbetsförmåga. Vid långvarig sjukdom kan kunden med hjälp av sjukförsäkringen få hjälp med förebyggande vård och med att hitta nya vägar i livet om förutsättningarna förändrats. 50 procent av de som kommer in i den förebyggande Måbraförsäkringen är inte sjukskrivna utan vi hjälper till i förebyggande syfte för att förhindra risken för sjukskrivning. Genom att arbeta med medarbetarna i alla fyra hälsotillstånd ökar vi deras förutsättningar att prestera. Därigenom hjälper vi företaget att öka sin bolagshälsa, vilket betyder högre omsättning och vinst. Alla – individen, företaget, samhället och Skandia – tjänar på att medarbetarna på våra kundföretag är friska.

I svåra livssituationer med dödsfall kan en livförsäkring ge de efterlevande möjlighet att ekonomiskt klara sig den närmaste tiden. Ett dödsfall betyder ofta stora förändringar och kostnader för efterlevande. Både direkta kostnader, och de mer långsiktiga som att ensam stå för boendekostnaden.



Vi arbetar med alla fyra hälsotillstånd: sjukfrånvaro, sjuknärvaro, mår okej och mår bra. På så vis kan vi markant minska sjukskrivningarna hos våra företagskunder. Läs mer i broschyren Hälsokedjan på www.skandia.se.

För bättre hälsa

Skandia erbjuder ett samlat koncept – Hälsokedjan – för friskare företag. Hälsokedjan bygger på mångårig forskning inom socialmedicin och på strategiska samarbeten med specialistföretag. Konceptet både bidrar till att förebygga ohälsa och minska antalet sjukskrivningar, och kan också kopplas in när vård behövs. Genom att ta ett helhetsgrepp och jobba med alla fyra hälsotillstånden – ”sjukfrånvaro”, ”sjuknärvaro”, ”mår okej” och ”mår bra” – kan vi minska sjukskrivningarna hos våra kunder med upp till 40 procent. Det kan lätt översättas i kronor och ören i form av högre tillgång till medarbetare och sänkta sjukpremier. Hälsokedjan består av åtgärder på tre nivåer som tar hand om medarbetarnas fyra hälsotillstånd:

Sjukvård: Åtgärder för att hjälpa den sjukskrivna medarbetaren att snabbt komma tillbaka till jobbet, och att mildra inkomstbortfallet.

Förebyggande vård: Åtgärder som identifierar och tar hand om sjuknärvaro och diffus ohälsa, innan den riskerar att utvecklas till en sjukdom.

Friskvård: Aktiviteter som hjälper alla medarbetare att öka sitt välmående och prestera bra.

Hur ser ni på Hälsokedjan och Skandias roll?

Vi gillar tanken på att även Skandia och samhället tjänar pengar på att hålla våra anställda friska, och inte på att de är sjuka som är fallet vid avtal med företagshälsovården. Det känns seriöst att ett försäkringsbolag tar på sig det här ansvaret.

Webbföretag med cirka 200 anställda

Etikmärkning på Skandiabankens fondtorg

Norska Skandia-bankens fondtorg har infört en etikmärkning. Här kan kunder tydligt se vilka fonder som har innehav i bolag som bryter mot internationella konventioner. På så sätt går det att göra ett medvetet val i sina fondplaceringar. Inga fonder med negativ märkning ingår i de fondpaket som Skandiabanken aktivt rekommenderar kunderna. Skandiabanken i Norge tar alltid kontakt med berörda fondförvaltare för att föra en dialog om de kontroversiella innehaven.

På fondtorget finns även en märkning som vägleder kunder som är intresserade av etik- och miljöfonder. Skandiabanken vill på detta sätt främja SRI-marknaden (SRI: socially responsible investment).

Skapa hållbara värden

I mars 2012 skrevs ett nytt kapitel i Skandias historia. Skandia Liv köpte Skandia AB – där bland annat Skandia Fonder och Skandia-banken ingår – av Old Mutual. I och med förvärvet kommer Skandia att bli en av Nordens största, oberoende och kundägda bank- och försäkringskoncerner.

Skandia Livs förvärv av Skandia AB blev startskottet för den process vars mål är att hela Skandias förmögenhetsförvaltning ska omfattas av en gemensam policy för hur vi ska agera som ägare. Vi räknar med att nå det målet under det närmaste året.

En grund finns redan idag de i koncern-gemensamma riktlinjer som säger att Skandia inte investerar i företag som producerar tobak, klustervapen eller landminor. Av dem framgår också att vi vill att de bolag vi investerar i ska följa etablerade internationella normer som:

- FN:s konventioner om mänskliga rättigheter
- FN:s Barnkonvention
- ILO-konventionerna
- FN:s Global Compact
- OECD:s riktlinjer för multinationella företag
- Internationella miljökonventioner

Skandia Livs ägarpolicy

Skandia Livs tillgångsportfölj består till stor

del av likvida aktier och räntor. Portföljen, som utgör basen i finansieringen av pensions-åtaganden och andra personförsäkringar, innehåller också bland annat fastigheter, onoterade aktier, råvaror och infrastruktur.

En viktig del i vår strategi är att skapa en robust portfölj, som kan ge bra avkastning i många olika marknadssituationer. Genom att investera i olika tillgångsslag på olika marknader sprider vi våra risker och skapar förutsättningar för en långsiktigt stabil avkastning.

För att skapa bästa möjliga förutsättningar för förvaltningen kompletteras vår interna förvaltning med externa förvaltare. De väljs bland samarbetspartners över hela världen.

Den 31 december 2011 uppgick värdet på livportföljen till 297 miljarder kronor.

Ägarstyrning för god avkastning

Under 2011 antog Skandia Liv en ny ägarpolicy. Syftet med Skandia Livs ägarstyrning är att främja god avkastning åt våra kunder. I de svenska bolagen, där Skandia Liv vanligtvis är en stor ägare, har vi ett etablerat arbetssätt för ägarstyrning.

I andra tillgångsslag – utländska bolag och bolag där vi är mindre eller indirekta ägare – är våra förutsättningar att påverka mer begränsade. Trots det har vi som ambi-

tion att verka för ett hållbart värdeskapande i alla våra investeringar. Oavsett typ av tillgång är vår grundinställning att det är bättre att stanna kvar som ägare och verka för förändring än att sälja av innehaven.

Skandia Liv verkar för att bolagen där vi är delägare ska kunna hantera riskerna och möjligheterna med ett hållbart värdeskapande för att långsiktigt vara konkurrenskraftiga. Bolagens styrelser ska arbeta aktivt med relevanta miljö- och etikfrågor, och de ska på ett godtagbart sätt följa internationella konventioner och använda vedertagna riktlinjer för sin hållbarhetsredovisning. Vår utgångspunkt är att resultatet ska gynna våra kunder.

Särskilda krav på svenska aktiebolag

Vår hållning är att svenska bolag ska följa de konventioner som Sverige har undertecknat. Konventionerna ska följas oavsett om de riktar sig till stater eller enskilda organisationer, och oavsett om länderna där företagen verkar är bundna av konventionerna eller har svagare lagstiftning på området.

Utveckla den svenska aktiemarknaden

Svensk kod för bolagsstyrning vägleder Skandia Livs agerande som ägare. Koden bygger på principen "följ eller förklara", vilket

Procentuell fördelning i Skandia Livs portfölj 31 december 2011



innebär att ett företag kan avvika från enskilda regler om man ger en förklaring. Det innebär att Skandia Liv kan komma att uppmuntra och stödja välgrundade avvikelser från Koden. Varje enskilt bolag måste dock i första hand självt utveckla och ansvara för den styrmodell som fungerar bäst i bolaget. Skandia Liv ska bidra till att Koden vidareutvecklas på ett för börsbolagen gynnsamt sätt.

Så kan vi påverka

Skandia Liv påverkar genom sitt ägande på flera sätt:

- Deltar i rekryteringsprocess till styrelsen
- Samverkar med andra ägare
- Bedriver ett aktivt ägarskap

Om ett bolag har avvikit från våra etiska kriterier enligt ägarpolicy ska vi bedriva ett aktivt ägarskap för att förmå bolaget att utveckla sin verksamhet. Det betyder till exempel att vi noga följer händelseutvecklingen i bolaget, gör vår röst hörd på bolagsstämmor och för direkta samtal med bolagens ledning.

Skandias etikpolicy för fondplaceringar

Vår etiska policy för förvaltningen av Skandia Fonders tillgångar baseras på etik och miljö-

hänsyn. Policyn ligger till grund för alla våra fonder. Dessutom har vi tre ideella fonder där två procent av fondförmögenheten varje år går till välgörande ändamål – Idéer för Livet, Cancerfonden och Världsnaturfonden.

Skandia Idéer för Livet

Den som sparar i Skandias nordiska aktiefond Idéer för Livet är med och stödjer barns och ungdomars utveckling. Pengarna från aktiefonden delas ut som stipendier till barn- och ungdomsprojekt. Dessa pengar går oavkortat till projekten eftersom Skandia bekostar stiftelsen Idéer för Livets administration. Läs mer om Idéer för Livet på s. 24.

Skandia Cancerfonden

Cancerfonden har funnits sedan 1951 och är den enskilt största finansören av svensk cancerforskning. Skandias kunder är en av de största givarna till Cancerfonden och har under årens lopp bidragit med sammanlagt 103 miljoner kronor. Några av de forskningsprojekt som just nu pågår med hjälp av Cancerfonden undersöker nya behandlingsmetoder för blodcancer. Ett annat exempel är forskningen kring hur blodkärl bildas och fungerar. Där hoppas man hitta metoder som blockerar tumörers tillväxt och metastasering.

Skandia Världsnaturfonden

Sedan starten har Skandias kunder bidragit med omkring 119 miljoner kronor till Världsnaturfonden WWF. Fonden har en bred inriktning och placerar främst i bolag på Stockholmsbörsen. Investeringarna sprids på ett flertal bolag och branscher, framförallt de större börsföretagen. Fonden investerar inte i företag vars verksamhet strider mot WWF:s riktlinjer.

Investerarsamarbete för hållbart värdeskapande

Skandia har från start varit engagerade i initiativet Hållbart värdeskapande, ett samarbete som initierades 2009 av 14 av Sveriges största investerare. Vid halvårsskiftet 2011 representerade gruppen ett förvaltad kapital på 5 000 miljarder kronor, varav 650 miljarder var placerade på Stockholmsbörsen.

Genom initiativet underströks betydelsen av att företag arbetar strukturerat med hållbarhetsfrågor, en förutsättning för långsiktigt värdeskapande i bolagen och långsiktig finansiell avkastning. Ett hållbart värdeskapande är ett värdeskapande som beaktar balansen mellan ekonomiska, miljömässiga och sociala värden. Genom att aktivt hantera miljömässiga och sociala aspekter i sin verksamhet kan företagen bidra till att minska risker och kostnader och ta tillvara på affärsmöjligheter.

2 300

personer arbetar inom Skandia Norden



Engagerade medarbetare gör skillnad

Som en koncern med bank- och försäkringsbolag är vi en del i samhällets trygghetssystem. När vi gör nytta för våra kunder – privata som offentliga – gör vi också nytta för samhället. Att leverera på ett sätt som våra kunder uppskattar och att se vår verksamhet som en del av något större kräver engagerade medarbetare. Det är de som är skillnaden.

Skandia i Norden består av Skandias drygt 2 300 individer vid storarbetsplatser i Stockholm, Göteborg, Sundsvall, Linköping (Sverige), Köpenhamn (Danmark) och Bergen (Norge). Det finns även snart 50 lokala rådgivningskontor i Sverige samt ett antal besökskontor.

Bland oss finns en mångfald av bakgrunder. Många har varit med bolaget länge och besitter djup kompetens inom bank och försäkring. Vi har även en bredd i utbildning – främst vad gäller ekonomer, statistiker, matematiker, jurister, civilingenjörer, beteendevetare och kommunikatörer.

Resan med Skandia

Vår verksamhet har alltid byggt på engagemang för den samtid och det sammanhang som vi verkat i. Här trivs personer som vill kombinera sin sakkunskap med ett stort mått kundfokus och engagemang. Intresse för våra produkter är en självklarhet, och även för vad de innebär för både kund och samhälle, exempelvis framtidens pensionssystem, hälsosamma bolag och att göra privatekonomi lättillgängligt och roligt.

Kompetens som konkurrensmedel

För att föra medarbetarnas och Skandias kompetens framåt satsar vi på interna och externa utbildningar. Stora delar av Skandias utbildningsutbud finns samlat i KOMPIS (Kompetens i Skandia) på intranätet. När det gäller internutbildning spelar vår e-plattform stor roll.

E-utbildning gör det smidigt för alla medarbetare att höja sin kompetens. Skandia erbjuder obligatorisk utbildning i de regelverk som gäller för till exempel rådgivare och bankpersonal. Bland annat finns kurser som täcker penningtvätt, mutor, bedrägerier och intressekonflikter samt informationssäkerhet. Under 2011 genomförde 92 procent av de anställda i Sverige utbildning i vilka preventiva åtgärder Skandia vidtagit och vad som förväntas av dem för att motverka korruption, bedrägerier och intressekonflikter. I Norge och Danmark har utbildningen försenats på grund av ägarbytet, och genomförs under 2012. Skandias introduktion för nyanställda finns också som e-utbildning, liksom en rad ledarutbildningar.

Gedigen uppföljning och utveckling

Skandias performance management-process (PM) är ett viktigt led i att utveckla medarbeta-

tarna och öka deras engagemang både i den egna karriären och i Skandias affär. Basen i PM-processen är de personliga utvecklingsmålen, som knyts till bolagets målsättningar. Allas planer följs upp två gånger per år. Feedbacken löper i båda riktningar – medarbetaren får feedback av sin chef och ger också chefen återkoppling. Förutom att det ska vara tydligt vad medarbetaren ska göra för att bidra till Skandias framgång är det viktigt att också diskutera hur det ska gå till. Hur vi förhåller oss till varandra, till kunderna och till andra utanför Skandia är lika viktigt som våra uppgifter i sig. För att öka engagemanget och lyfta vår verksamhet ytterligare deltar medarbetarna också i att sätta sina enheters målsättningar.

Internrekrytering går före

För att öka erfarenhetsutbytet och lärandet mellan våra olika funktioner satsar vi i första hand på internrekrytering. Stora delar av vår verksamhet kräver att vi jobbar tvärfunktionellt och då är det förstås ett plus att många känner till olika delar av bolaget.

Friskare Skandia – friskare kunder

Hälsan är det viktigaste vi har. Det handlar inte bara om att hjälpa sjuka tillbaka, utan minst lika mycket om att aldrig behöva bli sjuk.

För våra kunders skull, och givetvis för medarbetarnas egen skull, är det avgörande att samma hållning gäller inom Skandia. Ett sunt och friskt Skandia gör att vi är trovärdiga i vårt kunderbjudande, och att vi har kraft att hjälpa våra kunder. Målet med vårt arbetsmiljö- och hälsoarbete är därför att skapa förutsättningar för medarbetarna att värna sin hälsa och sitt engagemang. Detta är en viktig utmaning där vi arbetar både med system, verktyg och ledarskapet för att främja medarbetarnas hälsa.

Helhetslösning för hälsa

Vi tar ett helhetsgrepp när det gäller medarbetarnas hälsa. I vårt koncept ingår sjukförsäkring, sjukvård, förebyggande vård och friskvård. Vårt angreppssätt, Skandias Hälsokedja, bygger på mångårig forskning inom socialmedicin och på samarbeten med specialister inom hälsa, rehabilitering och förebyggande åtgärder. Vi tror på att jobba med alla fyra hälsofaser, helst med fokus på hälso-

främjande och långt innan medarbetare utblir från arbetet. Väl utförda hälsoinsatser översätts både i mänskliga och ekonomiska vinster – medarbetarnas välbefinnande och hälsa, kundernas och Skandias tillgång till våra betydelsefulla medarbetare och givetvis minskade kostnader.

Hälsosam arbetsmiljö

Ett viktigt led i Skandias förebyggande insatser är vårt systematiska arbete för en hälsosam och säker arbetsmiljö. Var och en på Skandia ska stärka sin hälsa både genom eget ansvar och också genom Skandias hälsoerbjudande. Skandias hälsopaket innehållande bland annat privatvårdsförsäkring; rehabvägledare, samtalsstöd och ergonomi; motionsanläggningar på våra storarbetsplatser samt friskvårdsbidrag. Privatvårdsförsäkring erbjuds till alla om anställningstiden överstiger 6 månader. Skandias chefer får utbildning i arbetsmiljö och hälsa och medarbetarens hälsa tas alltid upp i PM-kontrakten och uppföljningarna. Detta arbetssätt är etablerat i Sverige och Norge och under utveckling i Danmark.

Så mår Skandia

Vi har verktyg i form av interna medarbetar- och kulturmätningar och det är viktigt att detta används av alla ledare och enheter på bolaget. Det går att se att de chefer som använder verktygen konsekvent har mer välmående enheter. En utmaning är att säkra att arbetssättet används kontinuerligt av alla i organisationen.

Ökad mångfald för ökad styrka

Skandia ska inte bara spegla samhället av idag, utan även medverka till den framtida samhällsutvecklingen. Våra medarbetare, kunder och samarbetspartners representeras av människor från alla delar av samhället. Det är inte olikheterna i sig, utan samspelet mellan människor som gör mångfald till en framgångsfaktor.

Jämställdhet och mångfald är inget projekt, det är ett förhållningsätt. Skandia välkomnar och arbetar för att behålla och utveckla människor oavsett kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionshinder, sexuell läggning eller ålder. Genom att låta det synsättet genom-

syra bolaget vill vi säkerställa att vi gör det mesta möjliga av alla våra resurser. Skandias personalpolitik syftar till att:

- ha en jämställd arbetsplats där fördelningen kvinnor och män ligger mellan 40–60 procent inom alla yrkeskategorier och nivåer,
- alla medarbetare har lika lön för lika eller likvärdigt arbete,
- alla medarbetare har lika villkor avseende kompetensutveckling och karriärmöjligheter,
- alla medarbetare på lika villkor kan förena arbete med ansvar för familj och fritid,
- ingen ska diskrimineras.

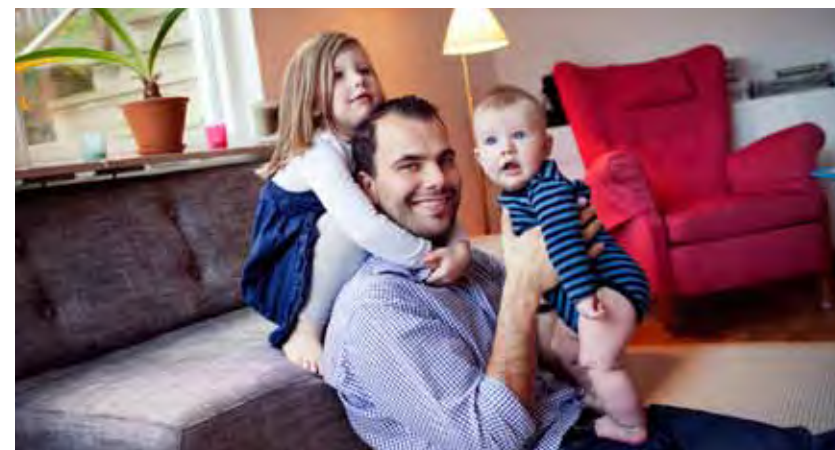
I vår jämställdhets- och mångfaldsplan finns mål och åtgärder definierade för samtliga av dessa punkter.

Under 2011 hade Skandia ungefär lika många kvinnor som män anställda (53/47), totalt och på chefspositioner. Vår utmaning är dock att uppnå målet på högsta chefsnivå. I ledningsgruppen 2011 var 82 procent män. För att säkerställa att lika lön ges för lika arbete genomförs en lönekartläggning vart tredje år.

Nyckeltal medarbetare	2011	2010
Antal medarbetare (medel)		
Sverige	1 977	2 100
varav kvinnor, %	51	52
Norge	192	199
varav kvinnor, %	56	59
Danmark	180	188
varav kvinnor, %	61	63
Totalt koncernen	2 349	2 487
varav kvinnor, %	53	53
Personalomsättning^{1,2}, %		
Sverige	19,65	13,76
Norge	19,63	12,51
Danmark	27,08	10,21
Sjukfrånvaro, %		
Sverige	3,03	3,44
Norge	1,63	1,70
Danmark	3,69	2,78

1. De relativt höga personalomsättningen under 2011 förklaras i huvudsak med genomförandet av Skandias affärsstrategi under 2011 som inkluderade ett så kallat frivilligerbjudande till medarbetare i de tre nordiska länderna.

2. Beräkning i Sverige och Norge: Antal nyanställda och externa avgångar delat med snittantal anställda. Beräkning i Danmark: Antal externa avgångar delat med snittantal anställda.



Föräldraledighet en självklarhet – för alla

Inom Skandia har medarbetarna sedan länge fått extra förmåner under föräldraledigheten. Det är ett sätt att attrahera och behålla kompetenta medarbetare, och att möjliggöra bra balans mellan arbets- och privatliv. Medarbetarna uppmuntras att vara hemma med sina barn, både män och kvinnor och på alla nivåer inom företaget. På Skandia är föräldraledighet inte ett hinder i karriären – det vittnar Emil Westgren, CFO på Skandiabanken, om:

”Man kommer tillbaka som en rikare människa. Det är värdeskapande och en tillgång för företaget. Och det finns en grundläggande inställning i banken att man som anställd ska kunna hantera hela livet och ha en bra balans.”

Skandiamedarbetare har blivit kompenserade för inkomstbortfall under föräldraledigheten sedan 1995, samma år som en pappamånad infördes i föräldraförsäkringen. Skandia består av människor, och barn är en del av de flesta människors liv. Därför är en generös attityd till att både män och kvinnor ska kunna vara föräldralediga en självklarhet. Emil Westgren berättar att det dessutom är till hjälp då bolaget rekryterar, särskilt unga människor.

”Det är också viktigt att behålla den kompetens vi har. Dessutom skapar det dynamik i företaget när någon får chans att gå in som vikarie och pröva en ny och kanske mer krävande och ansvarsfull befattning”, säger han.

Ersättning från Skandia utgår till tillsvidareanställda om vissa kriterier är uppfyllda, bland annat att man har tjänstgjort 6 månader när föräldraledigheten påbörjas. Har man arbetat kortare än 6 månader innan föräldraledighet påbörjas erhålls ersättning för den period som kvarstår av föräldraledigheten efter att man har kommit upp i 6 månaders tillsvidareanställning.

Nöjd medarbetar-index, % Sverige



Vi är stolta över att flera år i rad ha ett Nöjd medarbetar-index som överstiger 70, då det är ett gränsvärde i den metod som tillämpas då ett företag anses ha en positiv förändringskraft bland medarbetarna. Vår målsättning är att fortsatt öka detta index ytterligare. En viktig parameter och utmaning internt är bland annat vår målkvalitet som generellt kan bli bättre.

Medarbetarrelationer

Våra medarbetare är högkompetenta och har ofta ett djupt specialistkunnande. Det ställer höga krav på Skandias ledare – till utmaningarna hör att lyckas inspirera och bjuda på intellektuella utmaningar. Ledarskapet är viktigt för att generera äkta engagemang för kunderna och vårt uppdrag. Här har vi en resa att göra kommande år – vi vill bli ännu bättre på att möta kunden och leverera värde. Det är en ambition som kräver rätt attityder av var och en på Skandia, både bland chefer och bland medarbetare.

På Skandia tror vi på rak och öppen dialog – det gäller inte minst medarbetare och chefer emellan. Utöver den dagliga dialogen och PM-processen är Skandias årliga medarbetarundersökning en möjlighet för medarbetarna att anonymt uttrycka sina åsikter.

Årlig undersökning

Under 2011 ingick Skandia Norden i Old Mutuals globala medarbetarundersökning. I Sverige används också en undersökning som bygger på mer än 20 års forskning vid Karolinska Institutet och Uppsala universitet. Frågorna har tydliga samband med hur vi mår och presterar på arbetet, och resultatet ger därmed alla avdelningar möjlighet att följa

upp effekten av sitt arbete. Syftet är att proaktivt jobba med hur vi som medarbetare och hur vi som organisation mår. Årets mätning visar bland annat att 86 procent av medarbetarna anser att Skandia har en tydlig vision och verksamhet, att 74 procent tycker att bolaget har en tydlig plan för att nå våra mål och att 86 procent anser att kvinnor och män har likvärdiga villkor och möjligheter på arbetsplatsen.

Resultatet bryts ner på enhetsnivå och ger värdefulla insikter inför enhetsplaneringen. Det gör det lättare att dra slutsatser kring vilka prioriteringar, på bolags-, affärsområdes- och avdelningsnivå, som bör göras framöver. Vi ser stort värde i att fånga upp tidiga signaler kring vår och organisationens hälsa – alla vinner på att medarbetarna är friska, och vet vart Skandia är på väg och dessutom känner engagemang för det. Vi är stolta över att flera år i rad ha ett Nöjd medarbetar-index som överstiger 70. Vår målsättning är att fortsatt öka detta index ytterligare.

Kulturmätning kompletterar

Under året gjorde vi i Norden en kulturmätning som ett komplement till medarbetarundersökningen. Den mätningen tar utgångspunkt i befintliga och önskade värderingar och hand-

lar om att öka förståelsen för vad som driver oss som medarbetare. Vi ser mätningen som viktig input till dialogen om hur vi bör utveckla vår organisation framåt. Analysen av resultatet har påbörjats och tas stegvis vidare till alla chefer för att därefter också nå medarbetarna. Redan nu ser vi att medarbetarna anser att det som framförallt utmärker Skandia är kunden i centrum, engagerade medarbetare, samhälls-engagemang och sparfokus.

Facklig representation

Vi har en öppen och förtroendefull dialog med de organisationer som företräder våra medarbetare. Skandia träffar fackförbunden frekvent, oftast flera gånger i månaden och möten äger rum både på lokal och på central nivå.

Alla Skandiamedarbetare i Sverige är anslutna till kollektivavtal. Den absoluta majoriteten är del i avtal på branschnivå, antingen mellan FAO (Försäkringsbranschens Arbetsgivareorganisation) och FTF (facket för försäkring & finans) eller mellan FAO och SACO (Sveriges akademikers centralorganisation).

I Danmark omfattas medarbetarna av kollektivavtal mellan Finanssektorns arbetsgivarförening (FA) och Danska försäkringsfunktionärers landsförening (DFL). Ledare och specialister i Danmark omfattas av

Funktionärslovens regler, och inga kollektivavtal. I Norge är majoriteten av medarbetarna anslutna till Finansförbundet.

Omstrukturering under 2011

Skandia beslutade under våren att omorganisera och kundanpassa verksamheten i syfte att förbättra Skandias självservicekoncept och stärka rådgivning till kund. Inom ramen för detta ingick också att effektivisera och minska kostnaderna. Ett erbjudande om att lämna Skandia med ett avgångsvederlag och ett omställningsprogram gick ut till samtliga medarbetare. Effektiviseringen återspeglas i den höga personalomsättning som blev resultatet av personalneddragningen. I samarbete med vår externa part i Sverige genomfördes uppföljningsintervjuer med de som valde att lämna och det visar sig 86 procent erhöll nytt jobb eller hade annan lösning inom 7 månader. Varseltiden regleras normalt i kollektivavtalet och är 6 månader, under omstruktureringen 2011 innebar vårt frivilligprogram att enskilda överenskommelser tillämpades istället.

Involvering och kommunikation är kritiska nyckelområden för att lyckas i förändringsarbete. Vi fick under processen 2011 viktiga erfarenheter på hur detta görs bättre i framtida organisationsförändringar. Här är det

oerhört viktigt att visa respekt för individen när förändringar görs som även innebär personalneddragningar.

Engagerade medarbetare

För att vara trovärdiga och framgångsrika i rollen som aktiv samhällsdebattör krävs att vi agerar och talar av egen erfarenhet. Vi vill helt enkelt begripa det samhälle som vi är en del av och som vi försöker påverka. Därför har man som Skandiamedarbetare möjlighet att på arbetstid arbeta ideellt genom Idéer för Livet.

Idéer för Livet-ambassadörerna kan använda två timmar i månaden för att jobba hos organisationer, skolor, föreningar och kommuner som stödjer barns och ungdomars utveckling. Det är också ambassadörerna som hjälper till att gå igenom stipendieansökningar och säkerställer att de lever upp till stiftelsens kriterier. Bland mycket annat ägnar sig ambassadörerna åt att svara i BRIS jourtelefon, vara mentor åt ungdomar, leda diskussions- och föräldrargrupper med barns självkänsla i fokus, läsa läxor med grundskole- och gymnasieelever och åt att förverkliga sjuka barns drömmar tillsammans med MinStoraDag.



Drömmar blir verklighet med MinStoraDag och Skandia

Varje år drabbas hundratals barn i Sverige av svåra sjukdomar som påverkar dem starkt. Inte sällan handlar det om livshotande tillstånd. Insamlingsstiftelsen MinStoraDag finns till för att ge dessa barn upplevelser att minnas – att sjunga med sin idol, träffa en fotbollsspelare och att åka på familjesemester är några av många önskedrömmar som blivit verklighet genom MinStoraDag.

Verksamheten finansieras av bidrag från stiftelser, företag och privatpersoner, och engagerar över 270 volontärer – bland dem finns många Skandiamedarbetare. Vi har mer än tio Idéer för Livet-ambassadörer som agerar projektledare för att uppfylla svårt sjuka barns drömmar och skapa stora dagar. Våra medarbetare avlastar även MinStoraDags administration genom att ta över större delen av organisationens utringande verksamhet.

Enheten Affärs- och verksamhetsutveckling valde att engagera sig tillsammans. De fick i uppdrag att ringa potentiella bidragsgivare. Enhetskollegorna fick information om stiftelsen av Tom Thörnblom, seniorambassadör och MinStoraDags kontaktperson på Skandia, liksom en genomgång av hur samtalen går till.

”Jag blev väldigt glad när jag fick frågan om det var möjligt att genomföra en aktivitet med en hel avdelning. Genom att det är Idéer för Livet-ambassadörer som ringer upp personer som vill bli månadsgivare underlättar vi för MinStoraDags administration. Det är därför både viktiga och trevliga samtal vi genomför, berättar Tom.

Det är inte bara barnen och deras närstående som har glädje av MinStoraDags och Skandiaambassadörernas insatser – de betyder också mycket för Skandia. Genom att möta barn och deras familjer i svåra situationer lär vi oss att bättre förstå våra kunder och vikten av våra åtaganden.



306

Eldsjälar/projekt fick stöd från
Idéer för Livet under 2011

Skandia för ett levande samhälle

Skandia har bidragit till människors ekonomiska trygghet sedan starten 1855. Vårt uppdrag, våra 2,2 miljoner kunder och de drygt 440 miljarder kronor som vi förvaltar, gör att vi står djupt förankrade i samhället. Att vi sköter vårt åtagande och agerar långsiktigt ansvarsfullt i relation till våra kunder och andra viktiga intressenter, är avgörande för vår framgång. Någon annan inställning har vi inte råd med.

En aktiv pådrivare

Det bästa sättet att bedriva bank- och försäkringsverksamhet är att se till att människor har koll på sin ekonomi och att olyckor inte inträffar. Vi tror på att förutse och förebygga, men det är inte något som vi kan göra helt på egen hand. Därför driver vi frågor som är viktiga för våra kunder, för samhället och för Skandia. Vi vill bidra till att insatser för till exempel ökad hälsa och trygghet grundas på rätt analys och insikter. Bland annat arbetar vi för att öka människors kunskap om pension och vi lyfter också vikten av förebyggande insatser genom att visa på utanförskapets pris i enskilda kommuner i Sverige. Läs mer om utanförskapets pris på s. 26 och om pension på s. 27.

Givet vårt engagemang är Almedalsveckan ett naturligt sammanhang för Skandia. Under 2011 års politikervecka anordnade Skandia flera seminarier med fokus på trygg privat ekonomi och Sveriges välfärdssystem. Skandia Idéer för Livet och Barnrättstorget genom-

förde ett tjugotal seminarier med fokus på samhällsfrågor som rör barn och unga. Inom ramen för Barnrättstorget samarbetar Barnombudsmannen, BRIS, Rädda Barnen, Barn- och elevombudet, Unicef, Migrationsverket och Skolinspektionen med Idéer för Livet för att belysa barns rättigheter ur olika perspektiv.

Samhället är vår kund

Skandia fyller en viktig funktion i samhället genom vårt bank- och försäkringserbjudande till individer och företag. Dessutom verkar vi i välfärdssamhället genom att vi erbjuder en rad försäkrings- och pensionslösningar för privatpersoner, företag och aktörer i offentlig sektor. Läs mer om hur Skandia underlättar för kommuner och landsting att genomföra långsiktiga förebyggande insatser på s. 26.

Idéer för Livet

Alla har vi ett ansvar för vår egen och för samhällets utveckling. På Skandia tror vi på att förutse och förebygga, snarare än att reagera och lappa ihop. Så har vi tänkt och agerat sedan starten 1855, och det är så vi fortsätter att driva vår verksamhet. Idéer för Livet är ett utslag av just den andan. Det som började som en reaktion på gatuvåldet och ett tillfälligt projekt i mitten av 1980-talet mynnade ut i stiftelsen Idéer för Livet. Istället för att höja försäkringspremierna eller föreslå säkerhetsåtgärder då våldet och skadegörelsen eskalerade valde vi att gå till botten med problemen – vi valde Idéer för Livet.

Idéer för Livet är en del i Skandias sätt att ligga steget före. Vi ser verksamheten som en spjutspetsfunktion med uppgift att identifiera samhällsbehov där det saknas fullgoda lösningar, och att bidra till ett tryggt och kärleksfullt samhälle för framtida generationer. Det gör vi genom tidiga och förebyggande insatser för barn och unga.

Idéer för Livet tar fram metoder, processer och initierar pilotprojekt för aktörer inom offentlig sektor och Eldsjälar – individer, organisationer och andra som satsar förebyggande på barn och unga – med syfte

att bygga ett starkt välfärdsamhälle.

Verksamheten har tre fokusområden:

- Stötta Eldsjälar
- Stärka föräldraskapet och barns självkänsla
- Förutse och förebygga samhällsutmaningar

Stiftelsen

Idéer för Livet består av en stiftelse och av en värdepappersfond. Stiftelsen Idéer för Livet är oberoende och har en styrelse vars ledamöter representerar olika delar av samhället. Flera gånger om året delar stiftelsen ut stipendier till projekt, organisationer och andra Eldsjälar. Tanken är att hellre stödja flera mindre projekt, än ett fåtal stora. I Sverige har stiftelsen sedan starten 1987 stöttat närmare 3 000 projekt. I Danmark startade stiftelsen 1998 och har stöttat 409 projekt.

Fonden Idéer för Livet

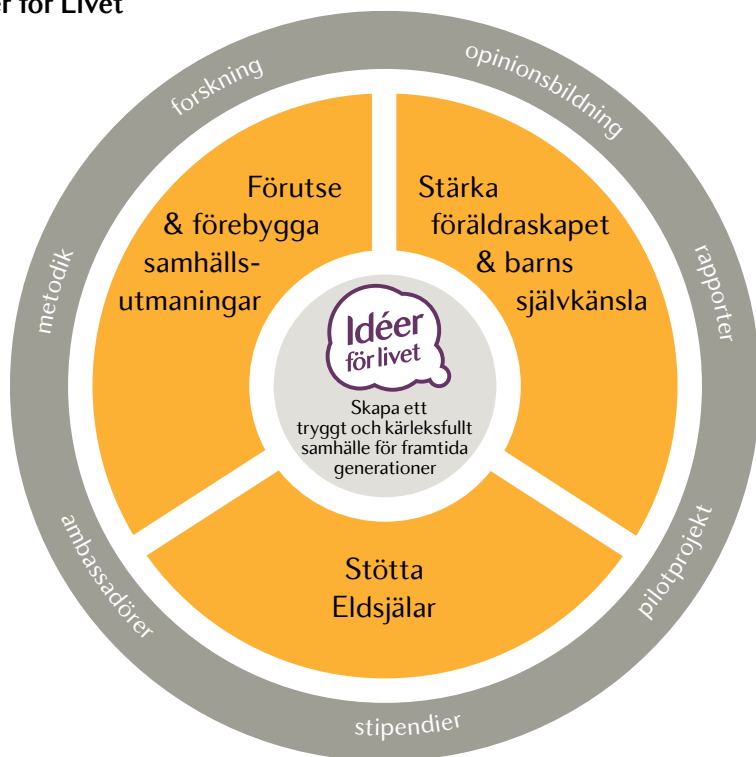
Värdepappersfonden Idéer för Livet syftar till att engagera kunderna och göra det möjligt för fler Eldsjälar att få stöd. Kunder som sparar i fonden stödjer stiftelsen Idéer för Livet – 2 procent av fondens värde delas varje år ut till stiftelsen Idéer för Livet som i sin tur delar ut stipendier. Fonden placerar framförallt i

börsbolag med hemvist i Norden. Placeringarna sprids på ett flertal bolag och branscher och tar, liksom Skandias andra investeringar, hänsyn till etik och miljö. Fonden finns än så länge enbart i Sverige och vi utreder möjligheten att erbjuda fonden även i Danmark.

Stark självkänsla är en bra start

Trygga personer med stark självkänsla klarar av att säga nej till gruppträck och sådant de egentligen inte vill göra och ja till det de verkligen vill. Idéer för Livet har under många år tagit fram metodik- och utbildningsmaterial för att stärka barn och ungdomars självkänsla, bland annat i samarbete med BRIS och Rädda Barnen. Materialet är utvecklat för att vägleda föräldragrupper, pedagoger inom skola och daghem, idrottsledare och inte minst unga själva. Bland de senaste insatserna märks det utbildningsmaterial som Rädda Barnen och Idéer för Livet har tagit fram för idrottsklubbar. Syftet med materialet är att motverka trakasserier och mobbning inom barn- och ungdomsidrotten och det lanseras under 2012 runt om i Sverige.

Idéer för Livet



■ Stiftelsen Idéer för Livets syfte ■ Vad Idéer för Livet gör ■ Hur Idéer för Livet arbetar

Stiftelsen Idéer för Livet bildades 1987 som en reaktion mot det ökade gatuvåldet och ungdomsbrottligheten. Idéer för Livet strävar efter att skapa ett tryggt och kärleksfullt samhälle för framtida generationer genom att stärka barn och ungas sociala utveckling.



Skandia stödjer ungas omsorg om äldre

För ett par år sedan pratade tre kompisar om hur sällan de kommer i kontakt med äldre, och om varför det ska behöva vara så knepigt för unga att få jobb. Snart var idén till Ung Omsorg född, och fick stöd från Idéer för Livet för att komma igång. Idag skapar Ung Omsorg möten och glädje mellan generationer. Företagets över 550 anställda ungdomar hjälper till med sådant som promenader, högläsning och fikastunder. Ung omsorg skapar samhällsnytta både genom att aktivera äldre och bidra till fler arbetstillfällen för unga.

Tre frågor till Oscar Lundin, medgrundare till Ung Omsorg

Vad krävdes för att starta Ung omsorg?

En mix av ett bra team, modiga partners och uthålligheten att bygga något nytt och långsiktigt.

Hur fungerar Ung omsorg idag, internt och med externa partners?

Vi är fortfarande en fristående aktör, men ser oss som en del av välfärden. Goda samarbeten är A och O för en relativt ung organisation som vi.

Vad ser du som Ung omsorgs viktigaste insats och resultat?

Målet är att skapa goda möten mellan generationer, genom att ge äldre en guldkant på tillvaron och samtidigt erbjuda ungdomar ett meningsfullt arbete vid sidan av studierna.



Sjukvård

Förebyggande vård

Friskvård

Skandia främjar hälsoforskning

På Skandia tycker vi att det är bättre att stämma i bäcken än i ån. Vi tror helt enkelt på tidiga förebyggande insatser, inte minst när det gäller hälsa, och på att belysa problem ur olika perspektiv. Den attityden har funnit med oss länge – bland annat stöttade vi redan på 1950-talet Lennart Levis viktiga jäkt- och stressforskning. Levis studier som visar hur stress kan mätas, botas och förebyggas har fått stor spridning sedan 1960-talet.

Skandia har också stöttat professor Bengt B Arnetz vid Uppsala universitet och hans forskning om friskhetsindikatorer och friska företag, bland annat inom ramen för projektet Advanced Studies for Organizational Wellness som också engagerade Wayne State University i Michigan, USA. Studien bidrog bland annat till rapporterna "Ledarskap för arbetsentusiasm och verksamhetsframgång" samt "Friskstress, energi och välbefinnande i twittersamhället", som finns tillgängliga på www.skandia.se. Bengt B Arnetz forskning talar för att det i dagens uppkopplade arbetsliv och samhälle är viktigt att se tidiga tecken på ohälsa och snabbt fånga upp människor innan de hinner bli sjuka. Det är därför som Skandia tar stress och annat som hotar människors hälsa på största allvar. För mer information om hur vi integrerar dessa insikter, läs mer på s. 13 om Bolagshälsa.

Speed dating för socialt ansvar

I samband med Danmarks frivillighetsdag bjöd Skandia och Köpenhamns kommun in till speed dating i den danska huvudstadens rådhus. Målet var nya partnerskap mellan organisationer och företag med ambitioner inom socialt ansvar. Tolv bolag och lika många organisationer deltog. Resultatet blev 12 matchningar och 37 nya träffar – ingen lämnade arrangementet som singel.

Utanförskapets pris – en samhällsutmaning

Vad får det kosta att rädda en människa på glid, och vad kan samhället tjäna på att göra det? Och än viktigare – vad kostar och innebär det att låta bli? Det går visserligen inte att värdera mänskligt lidande i pengar, men det är möjligt att visa att förebyggande insatser som gör att människor inte hamnar utanför samhället lönar sig. Men trots att kostnaderna för tidiga satsningar på barn och unga är väsentligt lägre än utanförskapets slutgiltiga pris drar många kommuner och landsting ner på den typen av verksamhet.

Idéer för Livet har sedan 2007 verkat för ett nytt förhållningssätt där insatser för barn och ungdomar inte i första hand ses som en kostnad utan som en social investering i framtidens samhälle. Vi kallar detta förebyggande förhållningssätt för Skandiamodellen.

Skandiamodellen

För att Skandiamodellen och socioekonomiska få genomslag på bred front har Idéer för Livet tagit fram metoder, verktyg och socioekonomiska rapporter. Baserat på denna modell har Idéer för Livet utbildat fler än 40 kommuner i socioekonomi. Materialet är

anpassat för att beslutsfattare och tjänstemän i offentlig sektor ska kunna utvärdera bland annat barn- och ungdomsprojekt och på så vis få beslutsunderlag för sociala investeringar. Under 2011 breddades utbildningen för att även frivilligorganisationer ska kunna göra socioekonomiska beräkningar av sina projekt där utbildning har skett i flera av Fryshusets verksamheter.

För att satsningen ska vara långsiktigt hållbar tillhandahåller Idéer för Livet processtöd och en virtuell mötesplats för kommunerna som genomgått utbildningen. Med hjälp av www.utanforskapetspris.se är det möjligt att hålla kontakten och fortsätta erfarenhetsutbytet. Sajten hjälper också till att ytterligare tydliggöra och sprida Skandiamodellen och dess olika verktyg till övriga kommuner.

Prisbelönt arbete

Utbildningen i Skandiamodellen blev så uppskattad att den belönades med SKL:s (Sveriges Kommuner och Landsting) Psykn-pris i kategorin Samhällsansvar. Motiveringen löd "För ett långsiktigt arbete med att stödja verksamheter som arbetar för barn och ungas psykiska hälsa och för initiativ som skapar mer kunskap inom området."

Expertis för starka lösningar

Skandia och Idéer för Livet har inte alla svar. Därför jobbar vi tillsammans med andra – det är i de gränssnitten de kloka lösningarna föds. Idéer för Livet samarbetar inte bara med mindre Eldsjälar utan även med större Eldsjälar såsom ideella organisationer som genom förebyggande insatser verkar för barns och ungdomars utveckling. Till våra större Eldsjälar hör BRIS, ECPAT, MinStoraDag, Nattvandring.nu, Popkollo, Ren Idrott och Rädda Barnen. Vi bidrar med ekonomiskt stöd, och med tid och kompetens – som Skandiamedarbetare har man möjlighet att på arbetstid engagera sig som Idéer för Livet-ambassadör.

I Danmark har Idéer för Livet tagit fram en handbok för att uppmuntra både medarbetare och externa aktörer till volontärarbete. Vi engagerar oss i volontärarbete utifrån vetskapen att människors egna engagemang och ideella organisationer spelar en viktig roll för ett välmående samhälle.

Den kommunala pensionsskulden

Sveriges kommuner är skyldiga sina anställda pensioner på hela 216 miljarder kronor. Pensionsskulden är delvis dold, då den inte fullt ut tas upp i kommunernas balansräkningar. Många kommuner riskerar sin ekonomi med skattehöjningar som enda lösning. Under kommande tio år, då en stor del av befolkningen fortfarande arbetar, har kommunerna goda möjligheter att agera för att klara pensionsskulden och framtidens välfärd. Skandia erbjuder pålitliga pensionsskulsberäkningar och tjänster för kommunal pensionsekonomi. På www.skandia.se finns bland annat en pensionsskuldskola i sex delar samt rapporten "Betala nu – bädda för morgondagens välfärd" om kommunernas pensionsskuld och hur frågan kan lösas.

Fotboll som räddar

Mölnlycke BK är mer än ett fotbollslag. Det är också en insats för att stoppa ett gäng unga killars utanförskap. Det är dessutom en god investering för Härryda kommun.

Sommaren 2007 var det oroligt i Härryda kommun med rån, inbrott, misshandel och vandalisering. Ett antal unga killar deltog i oroligheterna och var i riskzon för ett framtida utanförskap i form av kriminalitet, missbruk och psykisk ohälsa.

Lösningen i Härryda kommun blev bildandet av ett särskilt fotbollslag, med speciellt utvalda ledare som i samverkan med kommunen kunde coacha både i fotboll och i livet. Fotbollen gav killarna något att fokusera på – engagemanget gjorde att de lyckades omvärdera attityder och bryta destruktiva mönster. Bra bemötande och uppmuntran från de speciellt utvalda ledare gjorde sitt till.

Även mätt i kronor och ören är Mölnlycke BK en framgång. Skandias kalkylmodeller har gjort det möjligt att väga investeringen i fotbollslaget mot utanförskapets pris. Beräkningarna visar att det hade räckt att rädda en enda av ungdomarna från utanförskap för att ekonomiskt motivera satsningen på fotbollslaget.

Tre frågor till Barbro Rohdin, chef för individ- och familjeomsorgen i Härryda kommun

Varför satsade ni på just ett fotbollslag?

Vi behövde göra något för ett gäng unga killar som ställde till det med misshandel, vandalisering och annat. Fotbollslaget blev också något som socialtjänst, fritid och skola enkelt kunde samverka kring.

Vilka är satsningens viktigaste resultat?

Killarna fick en meningsfull fritidsaktivitet som fick dem att byta det negativa mot något positivt. Dessutom har det fått positiv effekt på yngre killar, som börjat se upp till fotbollsspelarna.

Vad låg bakom det positiva utfallet?

Vi lyssnade på vad killarna ville, började i liten skala, samarbetade och vågade satsa på något okonventionellt. Fotbollen gjorde det lätt att också ge killarna annat – livskunskap, diskussioner om beteende och extrajobb. Vi hjälpte dem att acceptera mer av ett Svenssonliv.

10

procent av brev­f­rs­and­el­ser­na
ska skickas digitalt enligt
m­als­att­ning­en



Partnerskap för starkare kunderbjudande

Skandias företagsansvar gäller även när vi väljer att lägga ut viktiga affärsfunktioner på extern part och när vi köper in produkter och tjänster. Förvaltning av försäkringskapital och fonder, liksom rådgivning ska alltid ske med kvalitet och omsorg om kunden, oavsett om vi gör det själva eller tar hjälp utifrån. Hänsyn vid inköp är en självklar del av vårt interna CR-arbete.

Skandia har i sin verksamhet långsiktiga samarbeten med affärspartners som på vårt uppdrag bland annat sköter en del av vår förvaltning och distribution. De delar av vår kärnverksamhet som vi väljer att outsourca ska följa samma krav på kvalitet, effektivitet och ansvar som vi ställer på oss själva. Vi köper också in andra tjänster och produkter för stora belopp varje år. Hänsyn till samhälle och miljö ska gälla även här.

Försäkringsförmedlare

På Skandia sker en stor del av försäljningen via externa försäkringsförmedlare.

Lagen (2005:405) om försäkringsförmedling säger att en försäkringsförmedlare ska anpassa sin rådgivning efter kundens önskemål och behov. Förmedlaren måste ta reda på kundens bakgrund, ekonomiska ställning och målsättning.

Leverantörer av varor och tjänster

Av de inköp som Skandia gör årligen dominerar tjänsteinköpen med konsulter, IT och finansiella tjänster som de främsta kostnadsposterna. Den strategiska inköpsavdelningen ansvarar för att samordna, leda och utveckla Skandias inköp. Ansvarsfullt företagande ska utgöra en integrerad del. Skandia ska vid

inköp alltid se till att uppfylla högt ställda krav på socialt ansvar, omsorg om miljön och resursutnyttjande. Under året har vi genomfört erfarenhetsutbyte med Old Mutual inom inköpsområdet. En gemensam översyn av leverantörsbasen gjordes och vi införde bland annat en enhetlig modell för kravställning av leverantörernas CR-ansvar. Vi har haft fokus på att säkerställa och följa upp informations- och IT-säkerheten hos våra leverantörer och samarbetspartners.

Säkra digitala brevlådor till kunderna

De flesta fönsterkuvert som skickas med fysisk post börjar som en fil i ett datasystem. Denna fil ska skrivas ut, kuverteras och transporteras innan den når mottagarens brevlåda. I september 2011 inledde Skandia som första bolag i branschen ett samarbete med webbtjänsten Brevu som innebär att vi ger kunderna en säker och gratis digital brevlåda på Internet. Det innebär en möjlighet för kunden att enkelt själv välja hur de föredrar att kommunicera med oss. Därtill finns det både ekonomiska och miljömässiga fördelar med att övergå till större andel digital kommunikation med kunderna. Målsättningen är att 10 procent av breven från Skandia ska skickas digitalt.



insuresec

Ny licensiering för starkare konsumentskydd

Sedan avregleringen av försäkringsbranschen i början av 1990-talet har marknaden för försäkringsförmedlare växt snabbt. I Sverige finns det idag cirka 600 registrerade förmedlarbolag hos Finansinspektionen. Svenska försäkringsförmedlarnas förening, Sfm, har tagit initiativ till att bilda licensieringsbolaget InsureSec AB tillsammans med sju ledande försäkringsbolag i Sverige. Genom detta skapas en licensiering och branschstandard för försäkringsförmedlare med syfte att stärka konsumentskyddet och samtidigt höja kvaliteten på förmedlartjänsterna.

Läs mer på www.sfm.se

A man and a woman are jogging through a lush green park. The man is on the left, wearing a light grey t-shirt and dark blue pants. The woman is on the right, wearing a dark grey zip-up jacket over a light green top and light grey pants. They are both smiling and appear to be in good health. The background is a blurred green forest, suggesting a natural, healthy environment.

20

procentuell minskning av
koldioxidutsläppen till år 2020
med 2010 som basår

För en välmående miljö

På Skandia gör vi det vi kan för att öka medvetenheten om vår miljöpåverkan, och vad var och en kan göra för att påverka i rätt riktning. Fokus ligger på att minska den direkta belastningen från Skandias dagliga verksamhet, framförallt våra kontor och resor. Utöver det strävar vi efter att reducera vår indirekta miljöpåverkan. Det gör vi genom att ta miljöhänsyn vid val av leverantörer och vid inköp och varor och tjänster, vid investeringsbeslut och genom produkterna som vi säljer.

Det som har potential att göra skillnad i det långa loppet – men som är svårare att överblicka och realisera – är hur vi placerar våra kunders pengar. Genom att investera i framsynta bolag skapar vi förutsättningar för hållbar avkastning för våra kunder och ett hållbart Skandia. Läs mer om ansvarsfullt ägande på s. 14.

Så hanterar vi miljöarbetet

Respekt för miljön är ett självklart led i vårt samhällsengagemang. Vi är skyldiga våra kunder, och oss själva, att hålla vår miljöbelastning till ett minimum.

Vi satsar på att minska vår miljöpåverkan genom att:

- Minimera resursförbrukningen samt återanvända och återvinna material
- Ta miljöhänsyn vid inköp av varor och tjänster
- Stärka miljömedvetenheten inom Skandia
- Tillämpa miljöhänsyn på våra produkter och processer

Dessutom har Skandia, som en del i Old Mutual-koncernen, följt Global Compacts miljöprinciper, och rapporterat klimatpåverkan enligt CDP (Carbon Disclosure Project).

Under året styrdes Skandia av Old Mutuals vision och ansvar i förhållande till intressenterna, Skandia Nordens CR-policy samt Old Mutuals klimatstrategi. Läs mer på s. 34.

Klimatmål och insatser

Under året beslutades att Old Mutual-koncernen ska minska koldioxidutsläppen med 20 procent per anställd, till år 2020 med 2010 som basår.

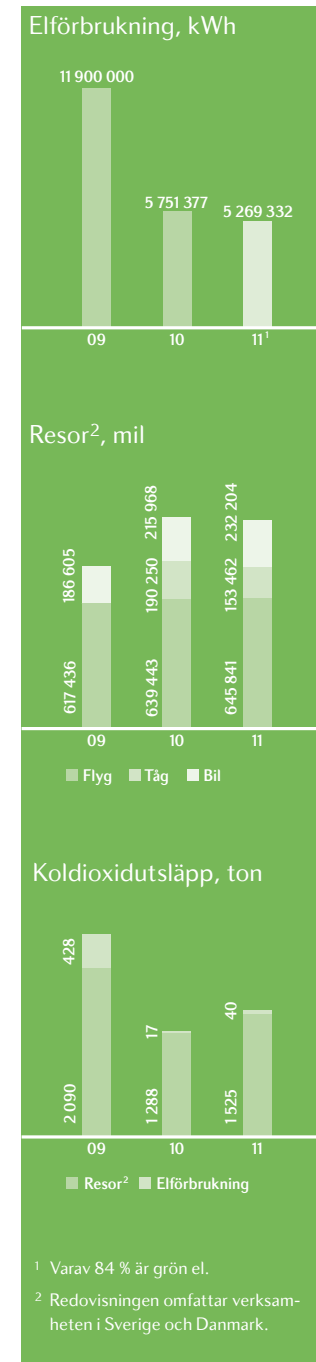
Skandia Norden har arbetat för att implementera klimatstrategin, bland annat genom att byta till energieffektiva lösningar på kontoren och i personalrestaurangerna.

Under 2012 kommer Skandia, som självständig koncern, att formulera egna målsättningar på miljö- och klimatområdet.

Kontor och resor

Skandias verksamhet påverkar miljön på en rad olika sätt – det krävs energi och naturresurser för uppvärmning och nedkylning av våra kontor, för vår kommunikation med framförallt kunder, liksom för vår inredning, elektronik, mat och dryck, vårt kontorsmateriel och inte minst våra resor. Vår mötes- och resepolicy innebär att användandet av videokonferenser ökar, vilket gynnar både medarbetare och miljön.

Miljöhänsyn är ett givet inslag i driften av Skandias arbetsplatser. Vi köper till största del miljöanpassad el och när det gäller drift och kontorstjänster strävar Skandia efter att välja leverantörer som hjälper oss att minska





Miljön i första rummet på Skandias nya huvudkontor

Under 2010 flyttade Skandia Norden fyra av våra största arbetsplatser till nya, miljöanpassade fastigheter – däribland vårt huvudkontor med 1000 medarbetare. Efter 70 år på Sveavägen huserar Skandia numera i moderna lokaler på Kungsholmen i Stockholm. Ett genomgående miljötank har styrt flyttprocessen. Flytten har både inneburit kostnadsbesparingar och miljövinster som lägre energiförbrukning.

Skandias nya huvudkontor är utvecklat och byggt av Skanska och klassat som EU Green Building. Huset drivs av miljöanpassade energilösningar för både kylning, uppvärmning och belysning. Interiört har vi också tänkt längre – vi började planera för flytten redan 2004 och anpassade tidigt inköpen. Till exempel satsade vi på ett system med några få printstationer per våningsplan, med print on demand som gör att inget skrivs ut i onödan. Vi har också valt material som sten, glas och trä som ska hålla över tid. Samma långsiktiga tank gäller möblerna – vi tog med oss runt hälften från Sveavägen, de mesta av övriga möbler återanvändes på andra kontor eller skänktes bort till ideella organisationer. De nyinköpta möblerna räknar vi ska hålla i minst 20 år.

Energiförbrukningen är 67,6 kWh/m².

Gynnsamt med grönt billån

Miljömedvetenhet ska löna sig. Skandiabanken i Norge erbjuder kunder som köper en miljöanpassad bil förmånligare finansiering. Miljöbilar är fordon som släpper ut max 120 gram CO₂ per kilometer. Samma sak gäller elbilar, etanolbilar som går på E85 samt natur- och biogasbilar. Lägre ränta och lägre utsläpp gynnar både kunderna och miljön.

vår miljöpåverkan. Till våra viktigaste initiativ hör huvudkontorets personalmatsal – på Skandias initiativ etablerade Sabis sin första Svanenmärkta restaurang.

Inköp med miljöhänsyn

Skandias CR-policy slår fast att vi, så långt det är möjligt, ska väga in leverantörers påverkan på miljön och samhället vid upphandlingar. Huvudprincipen är prioritera miljömärkta varor och tjänster vid inköp till verksamheten. Då vi köper varor eller tjänster som inte är miljömärkta ska vi ställa frågor om leverantörens miljöarbete. Som en del i vårt engagemang är Skandia med i Svanens nätverk Köp miljömärkt.

Miljöansvarig hjälper både inköpsfunktionen och andra inom Skandia att göra medvetna köpbeslut, bland annat genom att analysera inköpsunderlag. Då inköp görs utan stöd från inköpsfunktionen ska den som står för inköpet ta kontakt med miljöansvarig för att få hjälp att ställa relevanta miljökrav.

Grön IT

IT är en central del i den infrastruktur som gör vår verksamhet och vårt erbjudande möjligt. Även ur miljösynpunkt är IT en viktig möjliggörare, men också en belastning. Tack vare IT-lösningar i framkant kan vi erbjuda kundanpassade tjänster, och minska miljöpåverkan bland annat genom e-fakturor och utskick till digital brevlåda istället för fysiska utskick. Samtidigt påverkas givetvis miljön vid tillverkning, användning och avyttring. Därför strävar vi efter att anpassa stora delar av vår verksamhet med hjälp av principerna för Grön IT audit, som ägs av TCO Development. Vi har sett över våra fastigheter, arbetsplatser, vår logistik och givetvis hårdvaran, IT-driften och våra affärsprocesser.

Diligentia

För att vara ett fastighetsbolag med 140 medarbetare påverkar vi många – 35 000 människor jobbar i kontor där vi är värd, 1 300 000 kunder besöker köpcentrumen som vi driver och 6 000 personer jobbar där. 20 000 människor bor i våra lägenheter och 1200 000 försäkringstagare i Skandia Liv, vårt moderbolag, får del av vår avkastning. Vårt uppdrag är att äga, förvalta och utveckla fastigheter på ett sätt som våra kunder värdesätter.

Ständigt energifokus

Miljöanpassning, särskilt energieffektivisering, är en given del av vårt erbjudande. Insatserna utgår från vår miljöpolicy och vår miljö- och energihandbok, som är baserade på standarderna ISO 14001 för miljö och ISO 50001 för energi. Sedan 2011 kommer också all el i våra fastigheter från vattenkraft.

Just nu bygger Diligentia om Sveavägen 44 i Stockholm, en av Stockholms största kontorsbyggnader. Miljömålen är högt ställda – huset kommer att certifieras enligt BREEAM Commercial och bli en av Europas mest energieffektiva kontorsbyggnader. Läs mer på www.sveavagen44.se.

Gröna hyresavtal

Många företags miljöbelastning har till stor del att göra med deras lokaler. Här kan Diligentia göra skillnad – genom att samarbeta med våra hyresgäster kan vi tillsammans minska fastigheternas miljöbelastning. Här spelar det gröna hyresavtalet en avgörande

roll. Det gröna hyresavtalet är ett initiativ från Fastighetsägarna, Diligentia och en grupp andra hyresvärdar samt hyresgäster. Avtalet bildar en gemensam ambitionsnivå för lokalrelaterade miljöfrågor och fördelar ansvaret mellan hyresvärderna och hyresgästerna. Målet är förstås att höja, eller åtminstone bibehålla, lokalernas miljöprestanda, framförallt vad gäller effektiv resursanvändning och hållbar fastighetsförvaltning.

Klassning för bättre miljö

Miljöklassning av både fastigheter och hela stadsmiljöer är en central del i Diligentias insatser för minskad miljöpåverkan. Klassningen gör det möjligt att systematisera arbetet och garantera fastigheternas miljöprestanda, något som gynnar både våra hyresgäster och oss. Vi använder två system; Miljöbyggnad för befintliga fastigheter och BREEAM ett för ny-, till- och ombyggnader.

Miljöbyggnad ger oss ett kvitto på viktiga kvaliteter hos en byggnad vad gäller energi,

inomhusmiljö och material. BREEAM är ett internationellt miljöklassningssystem och ett av de mest omfattande som finns. En viktig fördel är att systemet utöver produkten även väger in processen och hur byggnaden förhåller sig till omgivningen. Dessutom anpassas alltid kravnivåerna i BREEAM till nationella normer för att ständigt premiera förbättringar.

Diligentia bygger framtidens kontor

Diligentia har utvecklat lösningar för framtidens kontor – A2, aktivitetsstyrd arbetsmiljö. Vi tror på flexibla kontor, där aktiviteterna som äger rum på plats är utgångspunkten. Det betyder att fler släpper sina fasta arbetsplatser och att man möblerar om istället för att bygga om när kraven förändras. Resultatet blir ökat välmående, och förbättrad effektivitet och ekonomi.

Organisation och styrning

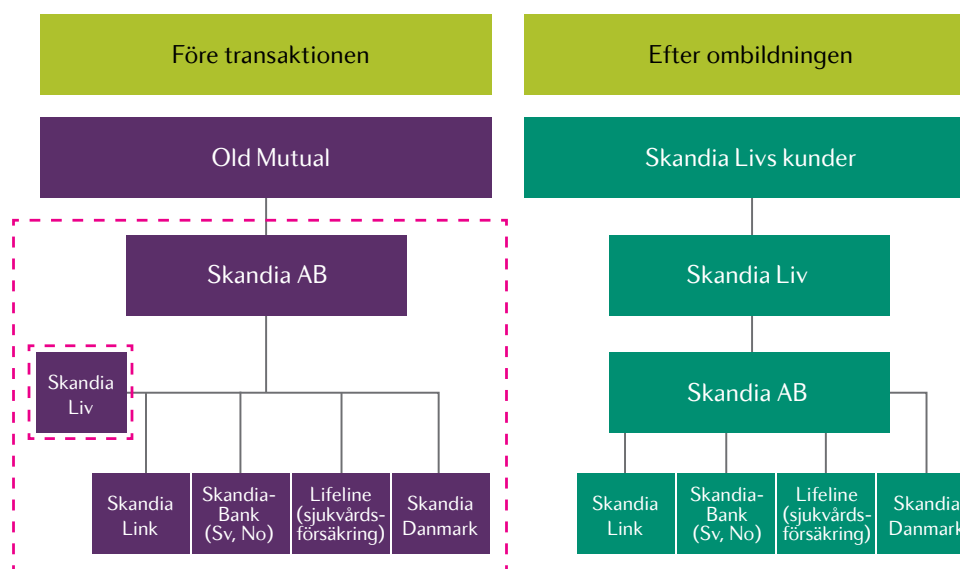
Skandia har en övergripande nordisk CR-funktion. Under 2011 hade CR-funktionen dels ansvar för att säkra samverkan och en gemensam drivkraft i Norden, och dels för att trygga samverkan och rapporteringen till Old Mutuals CR-funktion.

Under 2011 hörde CR-funktionen organisatoriskt till enheten Brand and Communication. Skandia Livs förvärv av Skandia AB från Old Mutual innebär förändringar även för CR-funktionen som framåt ingår i strategienheten. CR-chefen rapporterar till varumärkeschefen medan strategichefen är ledningsgruppens ansvarige för CR. Ombildningen kommer även att innebära att det under 2012 görs förändringar i ägarpolycyns omfattning och även hur Skandia organiserar SRI-arbetet.

Den organisationsstruktur som rådde under 2011, då Skandia Norden ägdes av Old Mutual och Skandia Liv var kundägt, gjorde att koncernen hade dubbla funktioner inom ett antal områden. Detta gällde även ansvarsfullt ägande där respektive bolag hade separata etiska råd för att hantera SRI-arbetet. För att säkerställa samarbete mellan de båda etiska råden bildades ett nordiskt etiskt forum som också samarbetade med motsvarande funktion på Old Mutual.

Under 2011 ingick vi som del av Old Mutual vad gäller den internationella CR-strategin och CR-policyn.

Nya Skandia-koncernen



Aktierna i Skandia Liv ägs under en övergångsperiod av Thulestiftelsen. När ombildningen till ett ömsesidigt försäkringsbolag är slutförd under 2013 kommer Skandia vara kundägt av Skandia Livs försäkringstagare.

Under 2011 var Skandia AB ett helägt dotterbolag till Old Mutual Plc med säte i London, Storbritannien. Skandia AB äger ett antal dotterbolag, bl.a. Skandiabanken AB som har en filial i Norge. Skandia

Fonder är ett dotterbolag till Skandiabanken. I Skandia Livkoncernen ingick under 2011 bl.a. Skandia Liv Fastigheter AB som i sin tur äger Diligentia AB med ett flertal fastighetsägande dotterbolag

samt Skandikon Pensionsadministration AB och Skandikon Administration AB. Skandia AB och Skandia Liv bedriver också försäkringsverksamhet genom ett antal dotterbolag i Danmark.

Om redovisningen

Vi vill genom vår CR-redovisning visa var Skandia står när det gäller våra viktigaste ansvarsfrågor. Med kunderna och andra intressenter i fokus vill vi ge en balanserad bild av både utmaningar och möjligheter. Vi utgår ifrån GRI:s riktlinjer och kommer fortsättningsvis att rapportera årligen om utveckling och resultat. Vi anser att vår CR-redovisning tillsammans med årsredovisningen 2011 ger möjligheten att göra en korrekt bedömning av vårt CR-arbete.

Det här är Skandias första CR-redovisning sedan bolaget blev fristående i början av 2012. Redovisningen avser i huvudsak 2011, då Skandia fortfarande var en del av Old Mutual, men innehåller även viss information om initiativ och satsningar som påbörjats under 2012 efter att affären mellan Old Mutual och Skandia Liv blev klar.

När den här rapporten publiceras återstår fortfarande mycket av konsolideringen av den nya koncernen och inom samtliga affärsområden pågår ett intensivt arbete med att se över och utveckla strategierna för framtiden. Det påverkar även CR-strategins framväxt. Skandia kommer fortsättningsvis att rapportera årligen kring sin CR-strategi och de resultat som uppnås.

Våra viktigaste CR-frågor

Rapporten speglar de områden som är mest väsentliga för Skandia som bolag, givet den verksamhet som vi bedriver och i förhållande till våra viktigaste intressenter. Skandias viktigaste intressenter är de som står i ett ömsesidigt påverkansförhållande till oss. Dessa är:

- Kunder/ägare
- Medarbetare
- Samhälle
- Miljö
- Samarbetspartners och leverantörer

Vi har genom en intern process involverat olika nyckelfunktioner i arbetet med att ringa in områden där Skandia har en särskilt viktig roll i förhållande till intressenterna och därmed ett tydligt ansvar. I det ansvaret ryms såväl utmaningar som möjligheter för oss och vår avsikt är att belysa båda.

De viktigaste slutsatserna i vår analys är att Skandia ska fokusera på följande områden:

- Ekonomisk trygghet för Skandias kunder: 9 procent av de svenska hushållens sparade kapital förvaltas av oss. Skandia ska vara med och skapa ekonomisk trygghet för enskilda individer, familjer och samhället som helhet.
- Skapa hållbara värden: Skandia har en stor potential att bidra till ett hållbart värdeskapande genom ett aktivt och ansvarsfullt ägande.

- Motiverade medarbetare: Vår förmåga att engagera och utveckla våra medarbetare och samarbetspartners skapar ömsesidig nytta gör oss till ett attraktivt företag att arbeta på och göra affärer med.
- Skandia i samhället: Skandia ska vara en aktiv aktör i samhällsutvecklingen synnerhet i de frågor där Skandia har en särskild kompetens. Kostnader av ohälsa och utanförskap och vikten av långsiktigt sparande är några av kärnfrågorna.
- Samarbetspartners att lita på: De parter som agerar i Skandias namn och som vi valt att anlita för viktiga funktioner i vår verksamhet, ska dela vår syn på omsorg och ansvar gentemot våra kunder.
- Miljöansvar: Skandia har, som alla andra samhällsaktörer, ett ansvar för att minimera de direkta och indirekta negativa effekterna som verksamheten har på miljön.

För frågor eller synpunkter på vårt CR-arbete och -redovisning, kontakta: **Lena Hök** Chef CR och Idéer för Livet, E-post: lena.hok@skandia.se Telefon: 08-463 74 60

GRI-index

Skandia har valt att använda Global Reporting Initiative (GRI) som ramverk för vår CR-redovisning (version 3.0). Vi tillämpar detta år rapporteringsnivå C. Följande index innehåller samtliga kärnindikatorer och tilläggsindikatorer som Skandia bedömt vara relevanta för sin verksamhet med utgångspunkt i företagets viktigaste CR-frågor. Eftersom redovisningen är ett komplement till Skandias Årsredovisning 2011 finns sidhänvisningar även till denna, vilka markerats med ÅR. Eftersom Skandia under 2011 ägdes av Old Mutual görs i förekommande fall även hänvisning till deras årsredovisning 2011, vilka markerats med OM.

● = Helt redovisad ● = Delvis redovisad ● = Ej redovisad ER = Ej relevant*

	Sida	
PROFIL		
1. STRATEGI OCH ANALYS		
1.1	Kommentar från VD	2-3 ●
1.2	Beskrivning av påverkan, risker och möjligheter	1-3, 6-10, 31-33, ÅR 6-7 ●
2. ORGANISATIONEN		
2.1	Organisationens namn	ÅR 2 ●
2.2	Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster	Insida flik, 4, 9, 11-13 ●
2.3	Organisationsstruktur	34, ÅR 2 ●
2.4	Huvudkontorets lokalisering	34, ÅR 18 ●
2.5	Länder där organisationen är verksam	4, 11 ●
2.6	Ägarstruktur och bolagsform	4, ÅR 2-3 ●
2.7	Marknader	4, 11 ●
2.8	Bolagets storlek	4, 11, ÅR 4-5 ●
2.9	Större förändringar under redovisningsperioden	ÅR 2-3 ●
2.10	Erhållna utmärkelser under räkenskapsåret	4, 26 ●
3. REDOVISNINGSPARAMETRAR		
Redovisningsprofil		
3.1	Redovisningsperiod	35 ●
3.2	Senaste redovisningen	35 ●
3.3	Redovisningscykel	35 ●
3.4	Kontaktperson för rapporten	35 ●
Redovisningens omfattning och avgränsningar		
3.5	Process för att definiera redovisningens innehåll	35 ●
3.6	Redovisningens avgränsningar	Utsida flik, 35, ÅR 18 ●
3.7	Begränsningar av omfattningen eller avgränsningen	35, ÅR 18 ●
3.8	Redovisningsprinciper för samägda bolag, dotterbolag, osv.	Utsida flik, ÅR 18 ●

	Sida	
3.10	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter	ER
3.11	Väsentliga förändringar i omfattning, avgränsning eller mätmetoder jämfört med tidigare års redovisningar	ER
Granskning		
3.12	Innehållsförteckning som visar var i redovisningen standardupplysningarna finns	36-37 ●
4. STYRNING, ÅTAGANDEN OCH ENGAGEMANG		
Styrning		
4.1	Styrningsstruktur	3, 34, OM 96-108 ●
4.2	Styrelseordförandens roll	OM 90-95 ●
4.3	Oberoende eller icke-verkställande styrelseledamöter	OM 90-93, 99-100 ●
4.4	Aktieägarnas och medarbetarnas möjligheter att lämna förslag etc till styrelsen	20, OM 105-106 ●
4.5	Ersättning till ledande befattningshavare	ÅR 38-39 ●
4.8	Mission, värderingar, uppförandekod etc	1, 31 ●
Engagemang i externa projekt		
4.12	Externa stadgor, principer och initiativ	14, 31-33 ●
4.13	Medlemskap i organisationer	10, 15, 32 ●
Intressentengagemang		
4.14	Intressentgrupper	6, 23, 35 ●
4.15	Identifiering och urval av intressenter	6 ●
4.16	Metoder för samarbete med intressenter	6, 23 ●
4.17	Viktiga frågor som framkommit i dialog med intressenter	7, 23, 35 ●

	Sida	
5. EKONOMISKA INDIKATORER		
Ekonomiska resultat		
EC1.	Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde	6 ●
EC2.	Finansiell påverkan, samt risker och möjligheter, hänförliga till klimatförändringen	31-33 ●
EC3.	Omfattningen av organisationens förmånsbestämda åtaganden	ÅR 38-40 ●
EC4.	Väsentligt finansiellt stöd från det allmänna	
Marknadsnärvare		
EC6.	Policy och praxis, samt andelen utgifter som går till lokala leverantörer	
EC7.	Rutiner för lokalanställning av personal och ledande befattningshavare	
Indirekt ekonomisk påverkan		
EC8.	Investeringar i infrastruktur och tjänster för allmänhetens nytta	7, 21, 24-27 ●
EC9.	Beskrivning av betydande indirekta ekonomiska effekter, inklusive effekternas omfattning	1-35 ●
6. MILJÖINDIKATORER		
Material		
EN1.	Materialanvändning i vikt eller volym	ER
EN2.	Återvunnet material i procent av materialanvändning	ER
Energi		
EN3.	Direkt energianvändning per primär energikälla	ER
EN4.	Indirekt energianvändning per primär energikälla	31 ●
EN5.	Energibesparingar genom sparande och effektivitetsförbättringar	31 ●
EN7.	Initiativ för att minska indirekt energianvändning samt uppnådd reduktion	31-33 ●
Vatten		
EN8.	Total vattenanvändning per källa	ER

	Sida		Sida		Sida
Biologisk mångfald					
EN11. Läge och storlek av nyttjad mark, i eller intill skyddade områden eller områden med högt biologiskt mångfaldsvärde	ER	LA7. Omfattningen av skador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade arbetsdagar, frånvaro samt totala antalet arbetsrelaterade dödsolyckor per region	19 ●	SO5. Politiska ställningstaganden och delaktighet i politiska beslutsprocesser och lobbying	23, 26-27 ●
EN12. Väsentlig påverkan på den biologiska mångfalden i skyddade områden, eller områden med hög biodiversitet	ER	LA8. Utbildning, träning, rådgivning, förebyggande åtgärder och riskhanteringsprogram för att bistå de anställda och deras familjer eller samhällsmedlemmar beträffande allvarliga sjukdomar		Uppfyllande av lagar och förordningar	
Utsläpp till luft och vatten samt avfall				SO8. Betydande böter och sanktioner för brott mot gällande lagar och bestämmelser	13 ●
EN16. Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt	31 ●	Träning och utbildning		Produktansvar	
EN17. Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt	31 ●	LA10. Genomsnittligt antal tränings- och utbildningstimmor per anställd och år, fördelat på personal-kategorier	17 ●	Kundernas hälsa och säkerhet	
EN18. Initiativ för att minska utsläpp av växthusgaser, samt resultat	31-33 ●	LA12. Procent anställda som får regelbunden utvärdering och uppföljning av sin prestation och karriärutveckling	17 ●	PR1. Faser i livscykeln då produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet utvärderas i förbättringssyfte, och andelen produktkategorier som utvärderats	ER
EN19. Utsläpp av ozonnedbrytande ämnen, i vikt.		Mångfald och jämställdhet		Märkning av produkter och tjänster	
EN20. NO, SO samt andra väsentliga luftföroreningar, i vikt per typ		LA13. Sammansättning av styrelse och ledning nedbruten på kön, åldersgrupp, minoritetsgruppstillhörighet och andra mångfaldsindikatorer	19, ÅR 38, OM 90-95 ●	PR3. Produkt- och tjänsteinformation som krävs enligt rutinerna, samt andel av produkter och tjänster som berörs	29 ●
EN21. Totalt utsläpp till vatten, i kvalitet och recipient	ER	LA14. Löneskillnad i procent mellan män och kvinnor per anställningskategori	19 ●	PR5. Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat från kundundersökningar	6, 9-11 ●
EN22. Total avfallsvikt, per typ och hanteringsmetod	ER	Mänskliga rättigheter		Marknadskommunikation	
EN23. Totalt antal samt volym av väsentligt spill	ER	Investerings- och upphandlingsrutiner		PR6. Program för efterlevnad av lagar, standarder och frivilliga koder för marknadskommunikation, inklusive marknadsföring, PR och sponsring	10, 14 ●
Produkter och tjänster		HR1. Andel och antal investeringsbeslut som inkluderar krav gällande mänskliga rättigheter, eller som har granskats utifrån mänskliga rättigheter	14-15, 29 ●	Efterlevnad	
EN26. Åtgärder för att minska miljöpåverkan från produkter och tjänster, samt resultat	15, 31-33 ●	HR2. Andel av betydande leverantörer som granskats för efterlevnad av mänskliga rättigheter, samt åtgärder		PR9. Betydande böter för brott mot gällande lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster	
EN27. Procent av sålda produkter och deras förpackningar som återinsamlas, per kategori	ER	Icke-diskriminering			
Efterlevnad		HR4. Antal fall av diskriminering, samt vidtagna åtgärder		8. BRANSCHTILLÄGG	
EN28. Summan av betydande böter, och antalet icke-monetära sanktioner pga brott mot miljölagstiftning och bestämmelser	ER	Föreningsfrihet och rätt till kollektivavtal		FS1. Riktlinjer för miljö och sociala faktorer i affärsområdena	14-15 ●
7. SOCIALA INDIKATORER		HR5. Verksamheter där föreningsfriheten och rätten till kollektivavtal kan vara hotade och åtgärder som vidtagits	ER	FS5. Interagerande med kunder/investeringar/affärspartners om miljömässiga och sociala risker och möjligheter	15 ●
Anställningsförhållanden och arbetsvillkor		Barnarbete		FS7. Värdet av produkter och tjänster som syftar till att skapa socialt värde, fördelat på de olika affärsområdena.	15, 24-25 ●
Anställning		HR6. Verksamheter där det finns risk för fall av barnarbete och åtgärder som vidtagits	ER	FS11. Andel av tillgångar/kapital som omfattas av miljömässig eller social screening	14 ●
LA1. Total personalstyrka, uppdelad på anställningsform och region	17, 19 ●	Tvångsarbete		FS13. Närvaro och tillgänglighet i glesbefolkade eller ekonomiskt utsatta områden	12 ●
LA2. Totalt antal anställda och personalomsättning, per åldersgrupp, kön och region	19 ●	HR7. Verksamheter där det finns risk för tvångsarbete och obligatoriskt arbete, och åtgärder som vidtagits	ER	FS15. Riktlinjer och policy för en sund utformning och rådgivning av finansiella tjänster	9-12, 29 ●
LA3. Förmåner som ges till heltidsanställd personal och som inte omfattar tillfälligt eller deltidsanställda	18-19 ●	Samhälle		FS16. Initiativ för att öka kunskap om ekonomi för olika grupper	11-12, 23 ●
Relationer mellan anställda och ledning		Lokala samhällen			
LA4. Procent av personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal	20-21 ●	SO1. Utformning och omfattning av de rutiner som utvärderar verksamhetens påverkan på samhällen, inklusive inträde, verksamhet och utträde	ER		
LA5. Minsta varseltid angående förändringar i verksamheten, och huruvida detta är specificerat i kollektivavtal	21 ●	Korruption			
		SO2. Andel och antal affärsenheter som analyserats avseende risk för korruption			
		SO3. Andel anställda som utbildats i organisationens policyer och rutiner mot korruption	17 ●		
		SO4. Åtgärder som vidtagits på grund av korruptionsincidenter	10 ●		

Tänk

Skandia
106 55 Stockholm
Tel: 020 55 55 00
skandia.se