Code of Conduct

Indledning

”Vi sikrer i dag. Så vi kan skabe i morgen. Sammen.”

I Alm. Brand Group er det vores purpose, og det tager udgangspunkt i vores kernefunktion og dén betydning, det har for den enkelte, for virksomheden og for samfundet. Vores purpose er vores fælles ståsted og afsæt for alt, hvad vi gør. Det giver mening i det daglige arbejde – et pejlemærke – hvorfor vi gør det, vi gør. Og det hjælper med at træffe valg.

Vores adfærd skal afspejle vores værdier og understøtte vores strategi og purpose, og bidrage til den tillid, som kunder, medarbejdere, investorer, samarbejdspartnere og samfundet har til os.

Det er vigtigt for Alm. Brand Group at værne om koncernens værdier, derfor gælder denne Code of Conduct ikke alene for fuldtidsansatte, men for alle ansatte, uanset ansættelsesform, og for konsulenter, tilknyttet selskabet.

I Alm. Brand Group ønsker vi således at drive vores forretning i overensstemmelse med gældende regulering og høje etiske standarder, herunder internationale standarder og principper. Disse opsummeres i det følgende, men tager afsæt i reguleringen, politikker og retningslinjer og i koncernens interne rammer.

Formål

Formålet med denne Code of Conduct er at fastlægge rammer for, hvordan vi agerer ansvarligt i Alm. Brand Group. Den fungerer således som en fælles referenceramme for hele koncernen, som bidrager til at vi udviser den adfærd og træffer de beslutninger i dagligdagen, som hjælper os med at overholde reguleringen og beskytter Alm. Brand Groups integritet og omdømme.

Formålet skal ses i sammenhæng med koncernens kerneværdier: Vi er ordentlige, vi udviser tillid og vi er ambitiøse. Disse værdier er udtryk for, at koncernen lægger vægt på, at vi udviser en ansvarlig adfærd overfor alle, der har berøringsflade med Alm. Brand Group og internt blandt medarbejderne i koncernen.

God forretningsskik

I Alm. Brand Group er ordentlighed og ansvarlighed fundamentet for vores forretning. Vi lægger vægt på at fremme fair konkurrence og vi ønsker at drive forretning på en ordentlig måde, hvor der er gennemsigtighed om vores produkter, vilkår og priser. Disse værdier afspejles i hele forsikringsværdikæden:

Ansvarlig produktudvikling

Vi udvikler produkter, der skaber reel værdi for vores kunder. Det indebærer, at produkterne skal opfylde vores kunders behov og de risici, som vores kunder står overfor. Vi vurderer løbende gennem strukturerede processer om vores produkter fortsat er relevante og opfylder kundernes behov.

Ansvarligt salg og distribution

Vi stiller høje krav til, hvordan vores produkter sælges og formidles. Vi sikrer, at vores kunder modtager korrekt, forståelig og relevant information, så de kan træffe oplyste valg om deres forsikringer. Vi stiller klare krav til, at vores samarbejdspartnere efterlever de samme standarder for gennemsigtighed, redelighed og ansvarlighed. Gennem løbende dialog, træning og opfølgning sikrer vi, at vores samarbejdspartnere lever op til de samme høje krav, som vi selv arbejder efter.

Redelig skadesbehandling og skadesudbetalinger

Vi behandler skader hurtigt, effektivt og med respekt for kundens situation. Vores vurdering og udbetalinger sker i overensstemmelse med policens vilkår og reguleringen – og altid med udgangspunkt i en retfærdig behandling af kunden.

Kundeservice og klagebehandling

Vi ønsker, at vores kunder oplever en åben, kompetent og imødekommende service. Klager håndteres professionelt og med fokus på at finde en retfærdig og transparent løsning.

Ved at handle med ordentlighed og ansvarlighed ønsker vi at styrke tilliden til Alm. Brand Group og sikre en langvarig og troværdig relation til vores kunder og partnere.

Skatteforhold

Alm. Brand Group foretager dispositioner af forretningsmæssige årsager, ikke af skattemæssige årsager. Det er Alm. Brand Groups ønske at sikre gennemsigtighed og ansvarlighed på skatteområdet. Samtidig ønsker koncernen at efterleve den gældende skatteregulering.

Menneskerettigheder

I Alm. Brand Group har vi forpligtet os til at følge erklæringer om menneskerettigheder, som fastlagt i FN's Verdenserklæring om Menneskerettigheder samt Den Internationale Arbejdsorganisations (ILO) erklæring om grundlæggende principper og rettigheder på arbejdet i alle sine aktiviteter, herunder i forhold til vores medarbejdere. Alm. Brand Group har samtidig tilsluttet sig FN Global Compact og principperne herfra er integreret i blandt andet vores politik og retningslinje for samfundsansvar samt i koncernens rammer for medarbejderne.

Vi har en nul-tolerance over for enhver form for krænkelse af menneskerettighederne, herunder diskrimination, børnearbejde og tvangsarbejde. Vi forventer, at alle i koncernen og alle vores samarbejdspartnere udviser ansvarlig adfærd og respekterer disse grundlæggende rettigheder.

Gennem vores arbejde med at fremme respekt for menneskerettigheder og integrere sociale hensyn, bidrager vi sammen til at sikre en høj etisk standard og social ansvarlighed, hvor alle behandles med respekt og værdighed.

Arbejdsforhold

I Alm. Brand Group ønsker vi at skabe en attraktiv arbejdsplads og et inkluderende miljø, hvor vores medarbejdere føler sig værdsatte.

Vi har en medarbejderpolitik, der blandt andet forbyder enhver form for forskelsbehandling og chikane samt en rekrutteringspolitik, der understøtter lige muligheder for alle ansøgere uanset køn, alder, etnicitet, religion, handicap, seksuel orientering m.v. Ved oplevet chikane kan medarbejdere henvende sig til nærmeste leder, HR eller en tillidsrepræsentant. Samtidig er det muligt at indberette bekymringer, fortroligt og uden risiko for repressalier, via en særskilt ordning for indberetninger om det psykisk arbejdsmiljø.

Alm. Brand Group fremmer et sundt arbejdsmiljø præget af åbenhed og tryghed gennem løbende trivsels- og engagementsmålinger, halv- og helårssamtaler, samt mindre spørgeskemaundersøgelser/målinger (flere gange årligt), der giver nærmeste leder et indblik i medarbejdernes trivsel, arbejdspres og motivation. Herudover varetages arbejdsmiljøet af en arbejdsmiljøchef og en arbejdsmiljøorganisation, som arbejder for et sikkert og sundt fysisk og psykisk arbejdsmiljø i tæt samarbejde med lokale arbejdsmiljørepræsentanter.

Alm. Brand Group har et koncernsamarbejdsudvalg, hvor koncernens tre medarbejderforeninger er repræsenteret. Udvalget inddrages og orienteres om væsentlige ændringer med betydning for medarbejderne, og der føres en løbende dialog mellem HR, ledelsen og personaleforeningerne for at sikre, at medarbejdernes synspunkter bliver hørt og inddraget.

Koncernen arbejder for at sikre diversitet og mangfoldighed, herunder en balanceret kønsmæssig sammensætning på de øverste ledelsesniveauer. Koncernen har derfor, i sin politik og retningslinje for samfundsansvar, vedtaget et måltal for det underrepræsenterede køn på de øverste ledelsesniveauer, med henblik på netop at sikre diversitet og mangfoldighed.

Alle ansatte har ret til familierelateret orlov, herunder barsels-, forældre-, omsorgs- og fædreorlov.

Vi vægter princippet om ligeløn og lige muligheder for alle medarbejdere uanset køn, og vi stræber efter at sikre, at medarbejdere, der udfører det samme arbejde, modtager den samme løn, uanset køn, og gennemfører årligt analyser og evt. opfølgning for at sikre lige løn for lige arbejde.

Leverandører

Alm. Brand Group ønsker at sikre ansvarlig og etisk forretningsadfærd i hele vores værdikæde. Vi behandler vores leverandører og samarbejdspartnere med tillid, ordentlighed og respekt og forventer, at samarbejdet bygger på åbenhed, gensidig respekt og en fælles indsats for bæredygtighed og samfundsansvar.

Vi stiller krav om, at vores leverandører og samarbejdspartnere efterlever koncernens Partner Code of Conduct, som fastlægger vores forventninger til ansvarlig adfærd inden for blandt andet menneskerettigheder, miljø, klima og antikorruption. Herudover forventer vi, at leverandører overholder reguleringen i de lande, hvor de opererer, samt med internationale standarder såsom FN's Global Compact, ILO og FN's Verdenserklæring om Menneskerettigheder. Dette indebærer blandt andet at leverandøren forventes at sikre ordentlige arbejdsvilkår, behandle medarbejderne med værdighed og respekt, optræde redeligt og etisk korrekt. Vi forventer

desuden, at leverandører arbejder aktivt for at mindske deres miljøpåvirkning, hvor det er muligt.

Alm. Brand Group fører i relevant omfang løbende dialog med sine leverandører om sociale, miljømæssige og etiske spørgsmål, og opfordrer til åbenhed omkring udfordringer og forbedringsmuligheder.

Klima og miljø

I Alm. Brand Group er vi bevidste om vores ansvar for at bidrage til en bæredygtig udvikling. Vi arbejder derfor aktivt på at reducere vores klimaaftryk.

Det forventes derfor, at man som medarbejder tager beslutninger med omtanke for klima og miljø, og på en måde der understøtter indfrielsen af vores klimamål. Dette indebærer særligt omtanke for energiforbruget på koncernens lokationer. Dertil opfordres medarbejderne til at indtænke bæredygtighedshensyn i vores forretningsbeslutninger og samarbejder med kunder og leverandører.

Alm. brand Group har som koncern forpligtiget sig til FN Global Compact og FN Principles for Responsible investment (PRI). Dette indebærer, at vi arbejder for løbende at reducere vores klimaaftryk og integrere miljøhensyn i investeringer og partnerskaber. Som medarbejder forventes det, at man handler i overensstemmelse med disse principper og ikke udviser adfærd der strider imod de forpligtigelser som koncernen har påtaget sig.

Fortrolighed

I Alm. Brand Group er vi bevidste om, at beskyttelse af fortrolige oplysninger samt personoplysninger er helt afgørende for tilliden fra kunder, investorer, samarbejdspartnere og samfundet. Vi er derfor fast besluttet på at behandle alle oplysninger på en sikker, etisk og forsvarlig måde, i overensstemmelse med reguleringen.

Vores IT-systemer er indrettet, så alle oplysninger samt informations- og kommunikationsteknologiske løsninger set i forhold til deres værdi er beskyttet mod uautoriseret adgang og tab. Vi arbejder ud fra tre grundlæggende principper:

- Fortrolighed, hvor oplysninger kun er tilgængelige for autoriserede brugere,
- Integritet, hvor data og informationssystemer er nøjagtige og fuldstændige, og
- Tilgængelighed, hvor data og systemer er tilgængelige og anvendelige for autoriserede brugere, når der er behov for det.

Vi har vedtaget interne rammer for håndtering af personoplysninger, som understøtter, at disse behandles i overensstemmelse med gældende lovgivning. For at sikre, at de interne rammer og reguleringen iagttages af vores medarbejdere, har vi etableret løbende træning af alle medarbejdere og konsulenter, som gentages én gang årligt.

Alm. Brand Group støtter op om Forsikring & Pensions principper for dataetik. Bestyrelsen har derfor vedtaget en politik og retningslinje for dataetik, der sætter rammerne for ansvarlig anvendelse af data i koncernen, herunder for koncernens arbejde med dataetik. Vi deler kun data og personoplysninger med samarbejdspartnere og leverandører, når det er relevant og vi har grundlag herfor.

For at beskytte tilliden til koncernen og de finansielle markeder, har vi desuden vedtaget interne rammer, til at sikre efterlevelse af markedsmisbrugsforordningen. Bestyrelsen har derfor vedtaget en politik og retningslinje, der fastsætter de overordnede rammer herfor og vi har etableret interne procedurer og et implementeret IT-system til håndtering af intern viden og insiderlister.

Vi er bevidste om, at det ikke alene er os selv, der skal sikre korrekt behandling af og omgang med informationer og oplysninger, men at det også er afgørende, at vores leverandører og partnere sikrer dette. Vi har derfor vedtaget en Partner Code of Conduct, som vi forventer, at vores partnere og leverandører efterlever.

Økonomisk kriminalitet

Alm. Brand Group forebygger korruption og bestikkelse gennem fælles rammer for gaver til kunder, leverandører og samarbejdspartnere, samt for ansattes modtagelse af gaver. Dette er for at undgå situationer, hvor der gennem upassende gavmildhed opnås fordele hos kunder eller samarbejdspartnere. Samtidig er det vigtigt for Alm. Brand Group at sikre, at den enkelte medarbejder beskyttes mod uberettiget mistanke om at have modtaget eller givet gaver i et upassende omfang.

Koncernen stiller herudover krav til leverandører og samarbejdspartnere gennem Code of Conduct for samarbejdspartnere om, at disse ikke yder eller modtager bestikkelse og ikke deltager i korruption, afpresning, underslæb eller lignende adfærd.

Interessekonflikter

Alm. Brand Group ønsker at sikre, at der ikke kan rejses tvivl om, at koncernens medarbejdere træffer beslutninger ud fra saglige kriterier.

Vi forventer at alle medarbejdere handler i koncernens interesse. Potentielle interessekonflikter skal identificeres og håndteres ansvarligt. Ingen må deltage i beslutninger, hvor personlige interesser konflikter med koncernens eller kundernes interesser.

Områder med potentielle interessekonflikter skal derfor identificeres og mitigeres - og være genstand for betryggende overvågning. Såfremt der identificeres en interessekonflikt, skal dette rapporteres til den nærmeste leder, så relevante tiltag kan iværksættes. Det er således ikke tilstrækkeligt at orientere de berørte parter, eksempelvis kunden eller samarbejdspartneren.

Løbende træning

Alle medarbejdere og konsulenter tilknyttet Alm. Brand Group skal gennemføre obligatorisk træning i Code of Conduct. Træningen finder sted ved ansættelse og gentages årligt. Vi bruger e-learning og test for at sikre forståelse og efterlevelse.

Whistleblowerordning

I Alm. Brand Group ønsker vi at fremme en kultur præget af åbenhed, ansvarlighed og integritet, hvor medarbejdere og samarbejdspartnerne trygt kan gøre opmærksom på alvorlige forhold. For at understøtte dette har koncernen etableret en whistleblowerordning, som gør det muligt at indberette mistanke eller viden om alvorlige forhold, herunder overtrædelse af reguleringen, interne rammer, uetisk eller ureglementeret adfærd. En indberetning til Alm. Brand Groups whistleblowerordning kan ske anonymt, og alle henvendelser til whistleblowerordningen behandles fortroligt. Alm. Brand Group har indgået aftale med advokatfirmaet Plesner til at screene og understøtte håndteringen af indberetninger.

Alm. Brand Group har nultolerance over for repressalier (et princip om non-retaliation). Det betyder, at en whistleblower, som i god tro, indberetter en mistanke eller viden om alvorlige forhold omfattet af Alm. Brand Groups whistleblowerordning, ikke kan mødes med repressalier af nogen art som følge af indberetningen.

Efterlevelse

Alle medarbejdere i Alm. Brand Group, og konsulenter tilknyttet selskabet, er forpligtede til at kende og overholde denne Code of Conduct. I tvivlstilfælde kan man altid søge vejledning hos nærmeste leder.

Alm. Brand Group accepterer ikke overtrædelse af denne Code of Conduct, hvorfor overtrædelse kan få ansættelsesretlige konsekvenser, afhængigt af overtrædelsens karakter.

Revidering

Denne Code of Conduct revideres efter behov, dog mindst én gang årligt.

Vedtaget af direktionen i:

- Alm. Brand A/S, den 27. oktober 2025
- Alm. Brand Forsikring A/S, den 24. oktober 2025
- Forsikringsselskabet Privatsikring A/S, den 30. oktober 2025
- Alm. Brand PIA A/S, den 30. oktober 2025