

VURDERING AV KONKURRANSESITUASJONEN I SKADEFORSIKRINGSMARKEDET

1. Innledning

Skadeforsikringsselskapene har hatt meget gode resultater de siste par årene, etter flere år med betydelig premievekst. Som følge av denne utviklingen har det blitt reist spørsmål om konkurransen i skadeforsikringsmarkedet er tilstrekkelig sterk.

Finansdepartementet har i brev av 9. desember 2005 bedt Kredittilsynet om bidrag til en utredning av konkurransesituasjonen i skadeforsikringsmarkedet, som kan danne grunnlag for en omtale til Stortinget i forbindelse med Kredittmeldinga 2005. Det ble i brevet lagt til grunn at utredningen gjøres i samarbeid med Konkurransetilsynet.

Fornyings- og administrasjonsdepartementet har gitt et tilsvarende oppdrag til Konkurransetilsynet, som vil foreta en bredere gjennomgang av konkurransesituasjonen i skadeforsikringsmarkedet i kontakt med Kredittilsynet.

Utredningen fra Kredittilsynet skal oversendes Finansdepartementet 17. februar 2006, og skal således ferdigstilles før Konkurransetilsynets utredning oversendes til Fornyings- og administrasjonsdepartementet. Konkurransetilsynet har gitt kommentarer til et foreløpig utkast av Kredittilsynets utredning som ble sendt 25. januar 2006.

Denne rapporten inneholder en forsøksvis avgrensning av relevante markeder i kapittel 2, og en kort presentasjon av de viktigste markedsaktørene i kapittel 3. Resultatutviklingen for skadeforsikringsselskapene vurderes i kapittel 4, mens kapittel 5 inneholder en vurdering av ulike strukturelle forhold som kan ha betydning for konkurransesituasjonen.

2. Avgrensning av relevante markeder

For konkurransemessige vurderinger er det nødvendig med en avgrensning av relevante markeder. I denne sammenhengen innebærer dette å vurdere om kundene til et forsikringsselskap har alternative måter å dekke sitt behov på i form av substitutter. Formelle eller reelle hindringer som avskjærer kunder fra mulige tilbydere, slik som geografiske faktorer, vil også være bestemmende for avgrensningen av relevante markeder.

2.1 Produktavgrensning

I skadeforsikringsmarkedet synes det klart at det er svært liten grad av substituerbarhet mellom ulike produkter siden forsikringsdekningen er knyttet til enkelte objekter eller

hendelser. F.eks. kan ikke et forsikringsbehov for en motorsykel dekkes ved å kjøpe en bilforsikring. I teorien kan det argumenteres for at kunden kan avstå fra visse typer forsikring (dersom den ikke er obligatorisk) hvis prisen anses som for høy, og evt. heller tilpasse sin samlede risikoeksponering ved å redusere øvrige risikoer. I praksis vil dette måtte begrenses til objekter hvor de potensielle økonomiske tapene ved manglende forsikring er relativt små. Generelt vil en sterk finansiell posisjon hos en potensiell forsikringskunde gi bedre muligheter til å være selvassurandør. Dette gjelder både i privatmarkedet og i næringslivsmarkedet. Spesielt for de største risikoene vil det imidlertid i praksis være få substitutter til en vanlig forsikringsdekning, og de relevante markeder må derfor avgrenses til produktnivå.

Selv innenfor de enkelte produkter kan det være visse forskjeller i vilkår mellom ulike tilbydere, men disse vil for de fleste kunder være underordnet sammenlignet med det primære forsikringsbehovet. En avgrensning av relevante markeder bringer altså vurderingene helt ned på produktnivå. Det kan imidlertid være hensiktsmessig og relevant å foreta vurderinger på et høyere nivå.

Ofte vil det være tilstrekkelig eller nødvendig å foreta en samlet vurdering for alle produkter i skadeforsikringsmarkedet, som ved en fullstendig vurdering av resultater og lønnsomhet. De største aktørene tilbyr alle et meget bredt spekter av produkter, og har samlet sett en høy markedsandel for de fleste produktene. Dermed vil resultatene for skadeforsikringsmarkedet som helhet i betydelig grad være relevant også for lønnsomheten for de enkelte produktene.

I andre tilfeller kan det være relevant å skille mellom privatmarkedet og næringslivsmarkedet. I motsetning til de fleste privatkundene vil mange næringslivskunder kunne benytte forsikringsmeglere, og dermed få mulighet til å sammenligne tilbud fra et større antall aktører. Dette gjelder kun hvis forsikringsbehovet er stort nok til å bære kostnadene knyttet til bruk av meglere. Næringslivskunder med stor risikospredning vil også kunne ha større mulighet til å være selvassurandør.

Et alternativ for store næringslivskunder (eller sammenslutninger av mange næringslivskunder) kan være å opprette såkalte captiveselskaper (egenforsikringsselskaper), som kun forsikrer eierskapet/-selskapene. I utgangspunktet synes dette som en selvassurandørløsning, men captiveselskapene vil ofte gjenforsikre store deler av risikoen i det internasjonale reassuransemarkedet. Et captiveselskap gir dermed umiddelbar tilgang til ressuransemarkedet uten å involvere tilbyderne av direkte forsikring i Norge. Det er imidlertid kostnadskrevende og kompetanskrevende å opprette og drive captiveselskaper, slik at det kun er aktuelt for de aller største kundene i næringslivsmarkedet.

Selv om det i visse sammenhenger kan være hensiktsmessig å skille mellom privatmarkedet og næringslivsmarkedet, må det tas i betraktning at det er store forskjeller mellom næringslivskunder avhengig av størrelse. Ofte vil de minste næringslivskundene ha mer til felles med privatkundene enn de største næringslivskundene. Imidlertid kan sammenslutninger av mindre kunder, både i næringslivsmarkedet og privatmarkedet, oppnå en posisjon som store kunder hos forsikringsselskapene.

Det kan også være hensiktsmessig å vurdere ulike bransjer eller grupper av bransjer innenfor henholdsvis privatmarkedet og næringslivsmarkedet. Innenfor de viktigste bransjene vil f.eks. normalt alle vesentlige produkter tilbys av det samme utvalget selskaper.

2.2 Geografisk avgrensning

Tilbyderne av forsikring i privatmarkedet er i hovedsak landsdekkende, enten via fysiske distribusjonskanaler eller via telefon og Internett. Tilbyderne er norske selskaper eller utenlandske selskaper med filial i Norge.

De største aktørene på privatmarkedet har også et landsdekkende forsikringstilbud i de fleste næringslivsbransjene, spesielt de landbaserte bransjene. Innen sjø- og energiforsikring er det i første rekke mer spesialiserte selskaper som opererer. Noen mindre sjøforsikringsselskaper forsikrer primært kystflåten i geografiske nærområder. Mange næringslivskunder vil i motsetning til privatkunder kunne benytte forsikringsmeglere, som vil kunne formidle forsikringstilbud også fra utenlandske aktører gjennom såkalt grenseoverskridende handel. Dersom et utenlandsk selskap oppnår et vesentlig nivå på grenseoverskridende handel til norske kunder, vil det være mer hensiktsmessig å etablere en filial i Norge. Dermed er også tilbyderne i næringslivsmarkedet i hovedsak begrenset til norske selskaper eller utenlandske selskaper med filial i Norge.

De største næringslivskundene vil kunne medregne de internasjonale reassuranseselskapene som aktuelle forsikringstilbydere, dersom de oppretter captiveselskaper. Privatkundene og de fleste kundene i næringslivsmarkedet vil imidlertid først og fremst forholde seg til tilbydere av direkte forsikring som er etablert i Norge, enten som norsk selskap eller som filial av utenlandsk selskap.

2.3 Oppsummering av markedsavgrensning

I de fleste tilfeller vil det ikke være relevante substitutter til forsikringsproduktene, noe som tilsier at en avgrensning av relevante markeder må gå helt ned på produktnivå. En geografisk avgrensning vil, med unntak for de største næringslivskundene, omfatte norske forsikringsselskaper eller utenlandske forsikringsselskaper med filial i Norge.

Som nevnt over vil det ofte være ønskelig å vurdere hele skadeforsikringsmarkedet samlet, eller det kan være relevant å skille mellom privatmarkedet og næringslivsmarkedet. Det kan også være hensiktsmessig å vurdere ulike bransjer eller grupper av bransjer innenfor henholdsvis privatmarkedet og næringslivsmarkedet.

3. Aktørene i skadeforsikringsmarkedet

I dette kapitlet presenteres første de største aktørene i skadeforsikringsmarkedet. Deretter presenteres kort innslaget av øvrige aktører, utenlandskeide aktører og norske finansgrupper. Til slutt omtales forsikringsmeglere.

3.1 De største tilbyderne i skadeforsikringsmarkedet

De fire største aktørene i det samlede skadeforsikringsmarkedet i Norge hadde i 2005 en samlet markedsandel på 75 prosent, målt ved forfalt bruttopremie. Generelt sett tilbyr alle de fire aktørene (Gjensidige, If, Vesta og Sparebank 1 Skadeforsikring) forsikringer i praktisk talt alle bransjer i privatmarkedet og i markedet for landbasert næringsliv.

Gjensidige (inkl. 20 samarbeidende lokale brannkasser og 2 mindre datterselskaper) hadde en markedsandel på 29 prosent i 2005. I tillegg til telefonsalg og salg over Internett selges selskapets produkter i DnB NORs bankfilialer og i lokalkontorer. Den strategiske samarbeidsavtalen mellom Gjensidige og DnB NOR ble imidlertid avvirket i 2005. Et mer begrenset samarbeid er videreført, og det er klare tegn til at de vil konkurrere på tidligere samarbeidsområder.

If hadde en markedsandel på 23 prosent i 2005. If ble dannet i 1999 etter at Storebrand og Skandia overførte skadeforsikringsvirksomheten til det felleseide svenske selskapet If. Den norske filialen til If viderefører altså i grove trekk den tidligere skadeforsikringsvirksomheten til Storebrand (inkl. Europeiske Reiserforsikring). Produktene selges via telefonsalg og over Internett i tillegg til i lokalkontorer.

Vesta (inkl. datterselskapet Enter Forsikring) hadde en markedsandel på 15 prosent i 2005. Vesta Forsikring er eid av det danske selskapet Tryg Forsikring, som har søkt om å omdanne Vesta Forsikring til filial. Vesta selger sine produkter via telefonsalg og i Nordeas bankfilialer i tillegg til i lokale salgskontorer.

Sparebank 1 Skadeforsikring hadde en markedsandel på 8 prosent i 2005. Selskapet er eid av Sparebank 1 Gruppen, og selger sine produkter via telefonsalg og over Internett, i tillegg til i bankfilialene til bankene som inngår i Sparebank 1-alliansen.

Tabellen under viser de fire aktørenes markedsandel i 2004 innenfor de viktigste skadeforsikringsbransjene i både privatmarkedet og næringslivsmarkedet. Tabellen viser at de fire aktørene til sammen har en høy markedsandel i alle bransjer med unntak av sjøforsikring.

Tabell 1 Markedsandeler i 2004 for de viktigste skadeforsikringsbransjene

(Tall i prosent, målt ved forfalt bruttopremie)	Gjensidige	If	Vesta	Sparebank 1 Skade	Sum 4 største
Brann/kombinert privat	24	29	17	20	90
Motorvogn privat	29	33	20	10	93
Brann/kombinert næringsliv	37	30	16	3	85
Motorvogn næringsliv	39	30	16	7	92
Yrkesskade	37	22	18	4	81
Sjøforsikringer	3	19	1	0	23
Sum alle bransjer	27	26	16	7	76

Kilde: Kredittilsynet

De utvalgte bransjene over utgjør til sammen 73 prosent av skadeforsikringsmarkedet. Fordelingen er: Brann/kombinert privat 14 prosent, Motorvogn privat 25 prosent, brann/kombinert næringsliv 13 prosent, motorvogn næringsliv 4 prosent, yrkesskade 5 prosent, sjøforsikringer 13 prosent.

3.2 Øvrige aktører i skadeforsikringsmarkedet

Som vist over har de fire største aktørene en høy markedsandel i privatmarkedet. Av øvrige aktører er det grunn til å nevne Terra Skadeforsikring, som har hovedtyngden av sin aktivitet i privatmarkedet. Selskapet hadde en markedsandel på 2 prosent av skadeforsikringsmarkedet totalt i 2004, mens markedsandelene innen brann/kombinert privat og motorvognforsikring privat var henholdsvis 3 og 4 prosent. Terra Skadeforsikring startet sin virksomhet i 2000, og selger sine produkter gjennom sparebankene i Terra-alliansen.

De øvrige aktørene i privatmarkedet er relativt små. De 13 utenlandske filialene (utenom If) som har rapportert virksomhet i 2004 hadde f.eks. en samlet markedsandel på 3 prosent av det totale skadeforsikringsmarkedet.

De fire største aktørene hadde også en høy markedsandel i de viktigste bransjene i næringslivsmarkedet. Unntaket er sjøforsikring, der den samlede markedsandelen for de ovennevnte aktørene er 23 prosent. Den havgående flåten forsikres stort sett i et internasjonalt marked, hvor noen norske selskaper deltar (Gard, Skuld, Norsk Skipsassuransforening, Bluewater Insurance, Norway Energy and Marine Insurance). Det er en rekke norske selskaper som tilbyr forsikringer til den norske kystgående flåten, hvorav hoveddelen har et begrenset geografisk marked.

De andre aktørene i næringslivsmarkedet er hovedsakelig captiveselskaper (egenforsikringsselskaper) etablert av store aktører i næringslivet. De største captiveselskapene er eid av Statoil og Norsk Hydro. Utenom captiveselskaper finnes det også noen mindre selskaper i næringslivsmarkedet, herunder spesialiserte aktører som tilbyr nisjeforsikringer (f.eks. mot hussopp eller skogbrann).

3.3 Utenlandskeide aktører og norske finansgrupper i skadeforsikringsmarkedet

Tabell 2 viser samlet markedsandel til utenlandske filialer og utenlandskeide selskaper i det norske finansmarkedet ved utgangen av 2005. I skadeforsikringsmarkedet hadde utenlandske filialer en markedsandel på 27 prosent, mens utenlandskeide datterselskaper hadde en markedsandel på 16 prosent. Samlet markedsandel for utenlandskeide aktører i skadeforsikringsmarkedet var altså 43 prosent. Denne andelen er høyere enn den tilsvarende andelen for banker, finansieringsforetak og livsforsikringsselskaper.

Tabell 2 Strukturen det norske finansmarkedet pr. 31.12.2005

	Bank	Fin.selsk.	Kredittforetak	Liv	Skade
	% av FK	% av FK	% av FK	% av FK	% av br.premie
Finansgrupper*	69	31	14	68	10
Øvrige selskaper	31	69	86	32	90
Totalmarked**	100	100	100	100	100
herav utenlandsk eide filialer i Norge	11	30	2	1	27
herav utenlandsk eide datterselskaper	21	36	12	6	16

* Finansgrupper omfatter DnB NOR, Nordea, Sparebank 1-alliansen, Storebrand og Terra-alliansen

** Inkl. utenlandske selskapers filialer i Norge

Det bør imidlertid bemerkes at den høye andelen i skadeforsikringsmarkedet først og fremst er oppnådd via oppkjøp av, eller fusjoner med, opprinnelige norskeide selskaper. If og Vesta er således klart størst blant de utenlandskeide aktørene.

Av tabellen fremgår det videre at de store finansgruppene i liten grad er aktører i skadeforsikringsmarkedet. Markedsandelen for finansgruppene er 10 prosent, som følge av skadeforsikringsselskapene i Sparebank 1-alliansen og Terra-alliansen. Det er ingen skadeforsikringsselskaper i DnB NOR-konsernet, men datterselskapet Vital Skade markedsfører produkter fra andre forsikringsselskaper. Leverandørene til Vital Skade har stort sett vært utenlandske forsikringsselskaper, med unntak av perioden etter fusjonen med Gjensidige, hvor Gjensidige Forsikring overtok. Andelen av det samlede premiebeløpet i skadeforsikringsmarkedet som selges via Vital Skade er under 1 prosent.

3.4 Forsikringsmeglere

Det var ved utgangen av 2005 registrert 56 norske forsikringsmeglerforetak. I 2004 formidlet de norske forsikringsmeglerforetakene et samlet premiebeløp på 14,4 mrd. kroner.¹ Av dette var 6,1 mrd. kroner til norske skadeforsikringsselskaper og utenlandske skadeforsikringsselskapers filialer i Norge. Til sammenligning var samlet forfalt bruttopremie i det norske skadeforsikringsmarkedet 47,8 mrd. kroner. Rundt 13 prosent av premiene gikk altså via meglere i 2004. Det er kun en ubetydelig andel av de meglede beløpene som omfatter privatkunder, andelen har ligget rundt 5 prosent de siste årene.

Det har ikke vært noen markant utvikling i andelen premier via meglere de siste årene. Andelen var f.eks. 13 prosent også i 2000, men var oppe i 15 prosent i 2003. Nedgangen fra 2003 til 2004 er påvirket av innføringen av den nye bransjenormen i september 2003. Denne innebærer at skadeforsikringsselskapene ikke lenger må betale provisjon til forsikringsmeglerforetaket, men at forsikringskunder må betale for de tjenestene forsikringsmegleren utfører.

Det finnes ingen oversikt over i hvilken grad norske næringslivskunder benytter utenlandske forsikringsmeglere, som vil kunne formidle produkter fra et stort antall utenlandske forsikringsselskaper som ikke er etablert i Norge. Den samlede grenseoverskridende handelen er imidlertid relativt beskjeden, og utgjør under 1 prosent av skadeforsikringsmarkedet i Norge.

I januar 2006 trådte den nye loven om forsikringsformidling i kraft. Den nye loven omfatter i tillegg til forsikringsmeglere også andre typer formidlere som forsikringsrådgivere, forsikringsagenter og distribusjonskanaler som rådgivning og salg via bankansatte, bilforhandlere og reisebyråer.

4. Resultatutvikling i skadeforsikringsselskapene

Bakgrunnen for vurderingen av konkurranseintensiteten i skadeforsikringsmarkedet er den betydelige premieveksten de siste årene og selskapenes gode resultater. I dette kapitlet vurderes først resultatene for de største konsernene siden 1997, og deretter sentrale nøkkeltall de siste 20 årene. Videre vurderes egenkapitalavkastningen og lønnsomheten i ulike bransjer, samt utviklingen for europeiske skadeforsikringsselskaper. Til slutt i kapitlet omtales spørsmålet om sykliske trekk i skadeforsikringsmarkedet.

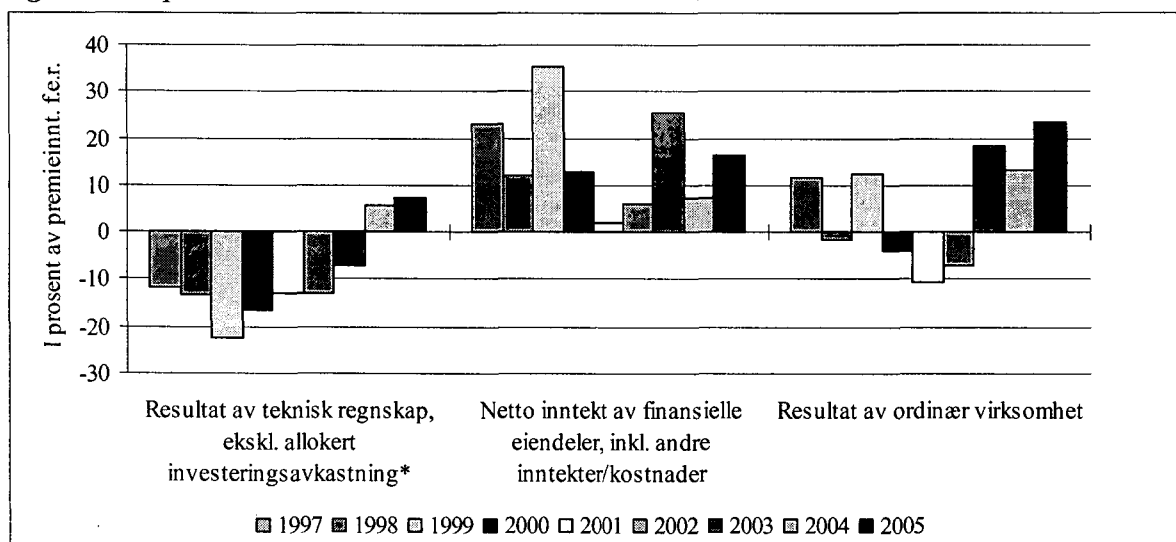
4.1 Resultatene de siste årene

Resultatregnskapet til skadeforsikringsselskapene inneholder et teknisk regnskap, som beskriver resultatet av den forsikringsmessige virksomheten, og et ikke-teknisk regnskap som hovedsakelig beskriver resultatet av investeringsvirksomheten (dvs. finansinntektene).

¹ Utenlandske forsikringsmeglere med rett til å drive virksomhet i Norge er ikke omfattet av statistikken.

Resultatene til de største norske skadeforsikringskonsernene (Gjensidige, Vesta og Sparebank 1 Skadeforsikring) siden 1997 er vist i figur 1 under.²

Figur 1 Komponenter i resultat av ordinær virksomhet, tre største skadekonsern



Kilde: Kredittilsynet

* Allokert investeringsavkastning er en overføring fra ikke-teknisk regnskap til teknisk regnskap tilsvarende en beregnet avkastning på forsikringstekniske avsetninger, basert på renten til 3-års statsobligasjoner. I figuren er effekten av denne overføringen tatt ut.

Figuren viser betydelige svingninger i resultatet over tid. Det tekniske resultatet var meget svakt i 1999, men har deretter vist en gradvis bedring. I 1999 var finansinntektene meget høye, slik at resultat av ordinær virksomhet likevel ble positivt. I de etterfølgende årene bidro nedgangen i aksjemarkedene til at finansinntektene ble langt mer moderate, og de fortsatt svake tekniske resultatene førte til negative resultater av ordinær virksomhet i årene 2000 til 2002.

Fra og med 2003 har resultatene av ordinær virksomhet vært positive, både som følge av bedre tekniske resultater og høyere finansinntekter. De høye finansinntektene de siste årene reflekterer kursgevinster i obligasjonsbeholdningen som følge av fallende rentenivå og kursgevinster i aksjebeholdningen som følge av veksten i aksjemarkedene. I tillegg har store regnskapsmessige engangsgevinster ved salg av aksjer klassifisert som anleggsmidler bidratt sterkt til finansinntektene i 2003 og 2005³. Bedringen i teknisk resultat de siste årene reflekterer en betydelig premievekst kombinert med en lavere vekst i erstatningskostnadene.

Lønnsomheten av den forsikringstekniske virksomheten beskrives ofte ved combined ratio, som er summen av skadeprosent og kostnadsprosent for egen regning, dvs. etter at det er tatt høyde for selskapets reassuranseavdekning. Skadeprosenten er erstatningskostnader for egen regning i prosent av premieinntekter for egen regning. Kostnadsprosenten er

² Det er flere grunner til at kun de største norske konsernene er omtalt her. Tallene for utenlandske filialer (inkl. If) viser et skjevt bilde av finansinntektene, fordi eiendelene i balansen stort sett består av fordringer på øvrige enheter i selskapet/konsernet. Resultatene i øvrige norske selskaper er fra tid til annen preget av store endringer i sikkerhetsavsetningene, spesielt for enkelte av captiveselskapene, som medvirker til at resultat av ordinær virksomhet ikke gir et reelt bilde av lønnsomheten i selskapene.

³ I 2003 var engangsgevinstene 2,1 mrd. kroner, dvs. 44 prosent av samlede netto finansinntekter. I 2005 var engangsgevinstene 1,3 mrd. kroner, dvs. 35 prosent av samlede netto finansinntekter.

forsikringsrelaterte driftskostnader for egen regning i prosent av premieinntekter for egen regning.

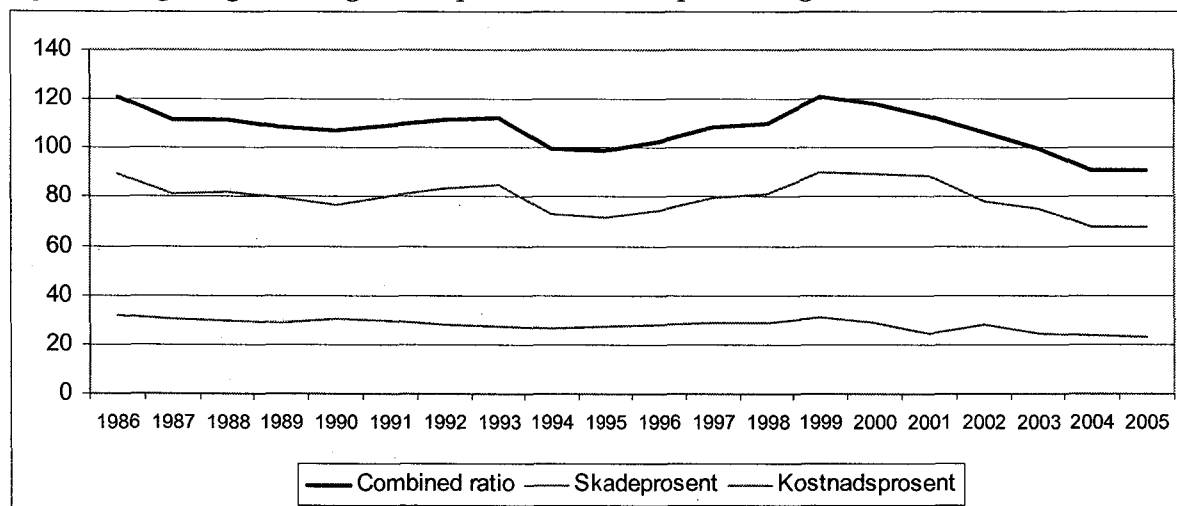
Combined ratio viser altså kostnadene selskapet pådrar seg ved salg av forsikringer i prosent av premieinntektene. Hvis combined ratio er over 100, er erstatningskostnadene og øvrige kostnader høyere enn premieinntektene, og for å oppnå lønnsom drift må selskapet dermed oppnå tilstrekkelig avkastning på de innbetalte premieinntektene i perioden frem til erstatningene utbetales. Rentenivået vil dermed påvirke hvilket nivå på combined ratio som medfører lønnsom drift.

Fluktuasjoner i verdipapirmarkedene vil i stor grad påvirke de samlede resultatene, men dette er forhold som selskapene ikke kan påvirke. De prisene kundene betaler reflekteres i combined ratio. Det er dermed naturlig å ta utgangspunkt i combined ratio i en vurdering av prisene og konkurransesituasjonen i skadeforsikringsmarkedet.

4.2 Langsiktig resultatutvikling

Som vist over har det vært betydelige svingninger i de forsikringstekniske resultatene over tid. I en vurdering av lønnsomheten av den forsikringsmessige virksomheten vil det derfor være relevant å se på utviklingen i combined ratio over en lengre periode. Figur 2 viser utviklingen i skadeprocent, kostnadsprocent og combined ratio siden 1986 for samtlige norske selskaper og filialer i Norge.

Figur 2 Langsiktig utvikling i skadeprocent, kostnadsprocent og combined ratio



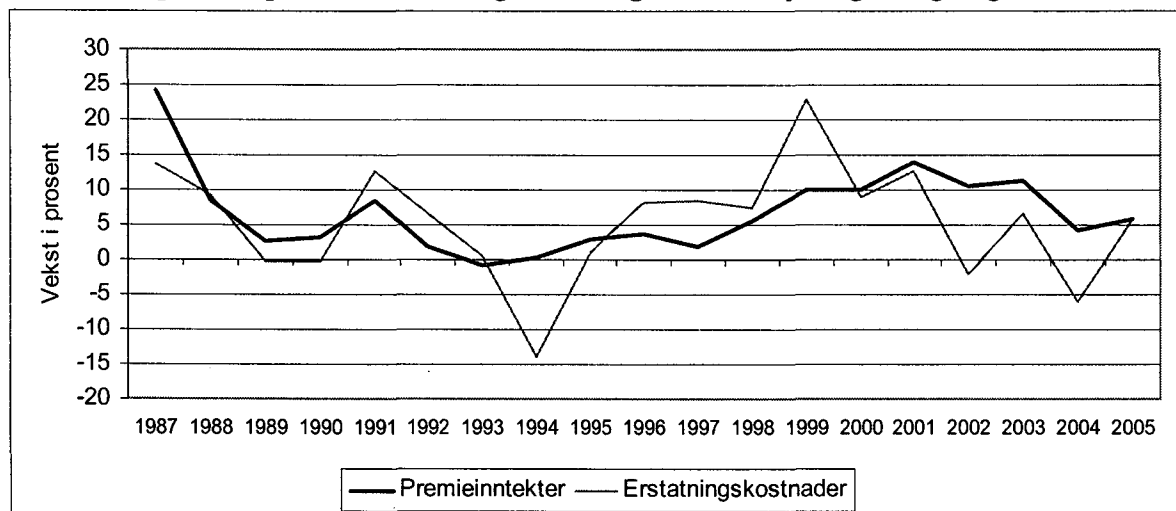
Kilde: SSB (Kredittilsynets estimat for 2005)

Figuren illustrerer de store svingningene i combined ratio, som i hovedsak skyldes svingninger i skadeprocenten. Combined ratio har i perioden fra 1986 til 2005 variert mellom 121 og 91, med et gjennomsnitt på 108. Fra toppnivået ble nådd i 1999 har combined ratio falt jevnt til bunnivået på 91 i 2004. Nivået var 91 også i 2005. Det er kun de siste par årene at combined ratio har ligget klart under 100. Skadeprocenten har mellom 1986 og 2005 variert mellom 90 og 67, med et gjennomsnitt på 80. Også her ble toppnivået nådd i 1999, med en kontinuerlig reduksjon til 67 i 2004. Skadeprocenten var tilnærmet uendret fra 2004 til 2005. Kostnadsprocenten har vist en fallende tendens over tid, og falt fra 32 i 1986 til 23 i 2005.

Det bør bemerkes at rentenivået var betydelig høyere på 1980-tallet enn i dag, og at selskapene dermed kunne oppnå lønnsom drift med et betydelig høyere nivå på combined ratio enn ved det lave rentenivået de senere årene.

Som figuren viser har det vært store svingninger i skadeprosenten og dermed i combined ratio. Figur 3 viser den årlige veksten i premieinntekter og erstatningskostnader siden 1987.

Figur 3 Årlig vekst i premieinntekter og erstatningskostnader for egen regning



Kilde: SSB (Kredittilsynets estimat for 2005)

Figuren viser at veksten i erstatningskostnadene var spesielt høy i 1999, og deretter holdt seg høy helt til 2001. Fra og med 2002 har veksten i erstatningskostnadene vært betydelig lavere, med negativ vekst i 2002 og 2004. Premieveksten var ikke høy nok til å kompensere for veksten i erstatningskostnadene i 1999, og nådde sitt toppnivå først i 2001. Deretter har premieveksten falt gradvis, men har ligget høyere enn erstatningsveksten frem til 2005.

Endringene i premieveksten har altså ligget på etterskudd i forhold til endringene i erstatningsveksten. Dette kan delvis forklares med at det tar en stund før vedtak om premiepåslag får fullt gjennomslag i regnskapet. En annen forklaring kan være at selskapene var usikre på om den sterke veksten i erstatningskostnadene fra 1999 var en varig økning, og at denne usikkerheten forsinket vedtak om premiepåslag. Tilsvarende kan den lave veksten i erstatningene fra 2002 ha skapt usikkerhet om dette var en varig tendens, og forsinket beslutninger om lavere premievekst.

Som følge av de meget svake tekniske resultatene i 1999 ba Kredittilsynet et større antall selskaper redegjøre for hvilke tiltak de ville sette i verk for å bedre resultatene. Noen av selskapene ga signaler om at premienivået var for lavt i forhold til forventede erstatningskostnader, men at konkurransesituasjonen ikke tillot de nødvendige premieøkningene. Dette var imidlertid mest uttalt for aktørene innen sjøforsikring, hvor premiene fastsettes i et internasjonalt marked preget av meget sterk konkurranse. Også innen øvrige bransjer er det imidlertid grunn til å anta at kampen om markedsandeler til en viss grad førte til at premieveksten ble holdt nede.

I dagens situasjon kan det argumenteres for at selskapene vil oppnå tilstrekkelig lønnsomhet selv om premiene reduseres på en del produkter. Den svekkede soliditeten som følge av de store underskuddene t.o.m. 2002 kan ha gjort det nødvendig for selskapene å operere med

høyere sikkerhetsmarginer i premienivået i en periode. På den annen side har selskapene selv gitt uttrykk for at de venter sterkere vekst i erstatningskostnadene i tiden fremover, samtidig som det ventes økt konkurranse. Dersom dette skulle skje vil skadeprosenten og combined ratio igjen stige opp mot et normalnivå.

4.3 Egenkapitalavkastning

Norske selskaper og filialer av utenlandske selskaper hadde et samlet resultat på 12,0 mrd. kroner i årene 1997-2004. Ved utgangen av 1996 var samlet egenkapital 11,9 mrd. kroner. En grov utregning basert på disse tallene gir en gjennomsnittlig årlig egenkapitalavkastning på 9 prosent (geometrisk gjennomsnitt). Det er store årlige variasjoner, fra minus 16 prosent i 2001 til 47 prosent i 2003. Til sammenligning var gjennomsnittlig egenkapitalavkastning for bankene i samme periode 12 prosent, men med betydelig lavere variasjoner. Denne forenklete beregningen utelukker en rekke relevante faktorer, men gir likevel en indikasjon på egenkapitalavkastningen i skadeforsikringsmarkedet.

En innvending mot beregningen kan være at resultatene ikke har vært tilbakeholdt i selskapene, men har blitt betalt ut i form av utbytter underveis i perioden, slik at gjennomsnittlig kapitalbinding har vært lavere og egenkapitalavkastningen har vært høyere enn det som er forutsatt over. Tallene viser imidlertid en egenkapital på 22,7 mrd. kroner ved utgangen av 2004, dvs. en økning på 10,8 mrd. kroner siden utgangen av 1996. Økningen i egenkapital er altså nesten like stor som det akkumulerte resultatet, og indikerer at utbetalte utbytter i stor grad må ha blitt oppveid av kapitalforhøyelser.

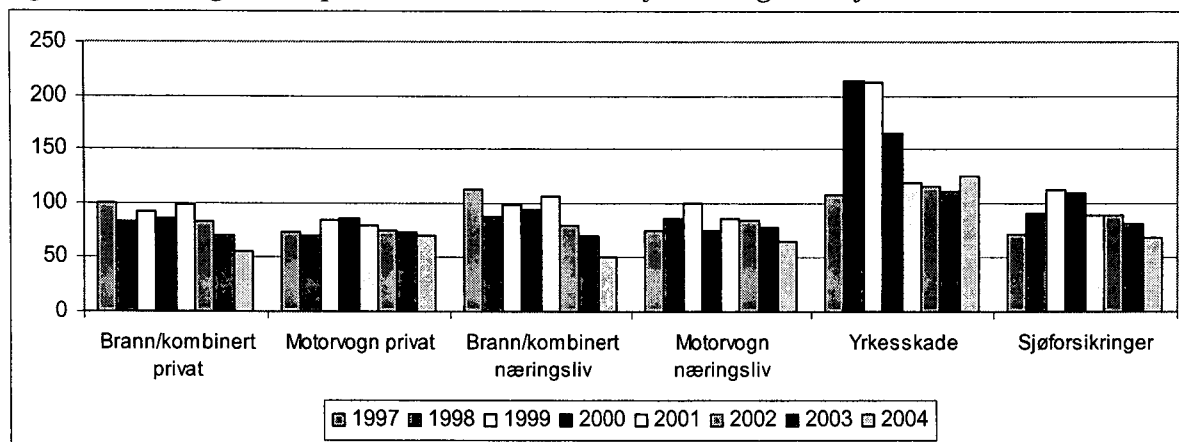
I tillegg til egenkapitalen i selskapene bindes det kapital i form av forsikringstekniske avsetninger. F.eks. representerer sikkerhetsavsetningene en sikkerhetsmargin i forhold til forventede erstatningsutbetalinger. Dersom selskapene kunne stå fritt til å ta disse midlene ut av selskapet, ville de gitt en alternativ avkastning. Selskapene vil dermed kunne hevde at kapitalbindingen som disse avsetningene representerer også må tas hensyn til ved beregninger av egenkapitalavkastning, slik at avkastningen blir lavere enn indikert over. På den annen side vil en eventuell oppbygging av sikkerhetsavsetninger utover det som kreves i henhold til minstekravene bidra til å svekke resultatene, slik at den faktiske lønnsomheten undervurderes.

Det er vanskelig å vurdere i hvilken grad disse innvendingene påvirker relevansen av den beregnede egenkapitalavkastningen over. Som en grov tilnærming indikerer likevel den beregnede egenkapitalavkastningen på 9 prosent at aktørene i skadeforsikringsmarkedet ikke har oppnådd noen spesielt høy egenkapitalavkastning i perioden 1997 til 2004 sett under ett. Selv om de gode resultatene skulle fortsette et par år etter 2004, vil egenkapitalavkastningen likevel ligge lavere enn for bankene.

4.4 Utviklingen i de viktigste bransjene

Figur 4 viser utviklingen i skadeprosent i de viktigste skadeforsikringsbransjene i henholdsvis privatmarkedet og næringslivsmarkedet.

Figur 4 Utvikling i skadeprosent i de største skadeforsikringsbransjene



Kilde: Kredittilsynet

Figuren viser at skadeprosenten har variert betydelig over tid også innenfor de enkelte bransjene, og at det er visse forskjeller mellom utviklingen i ulike bransjer.

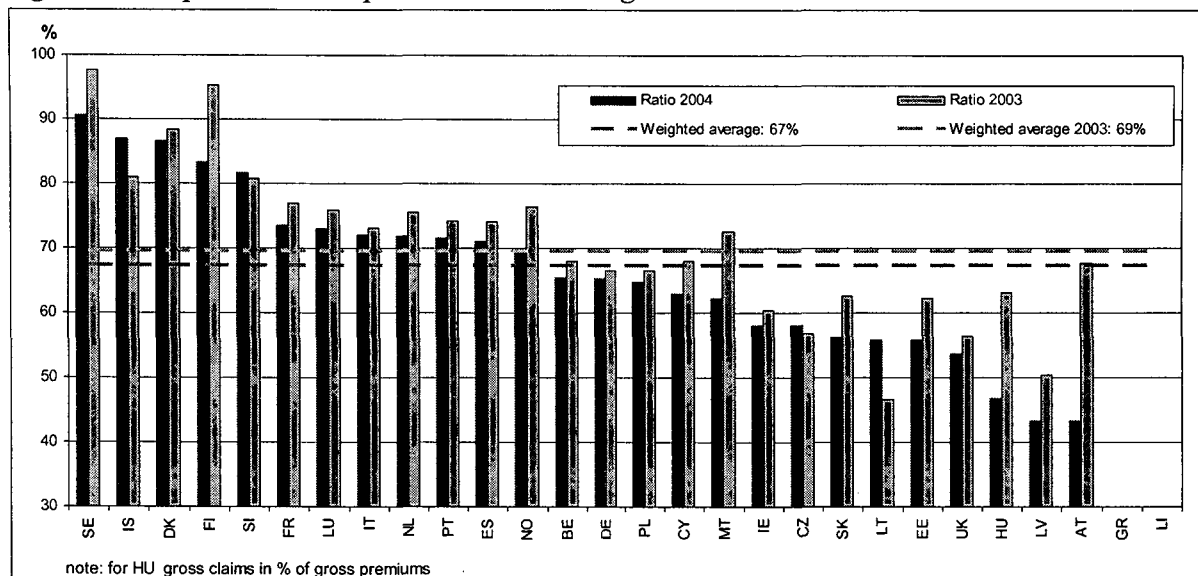
Skadeprosenten var meget høy innen yrkesskadeforsikring fra 1998 til 2000, og fremdeles har yrkesskadeforsikring klart høyere skadeprosent enn de øvrige bransjene. Det bør bemerkes at yrkesskadeforsikring er en såkalt langhalet bransje hvor det kan gå opptil 20 år fra premiene er innbetalt til samtlige erstatninger er utbetalt. Dette gir selskapene bedre avkastning på de innbetalte premiene, og bransjen kan dermed oppnå lønnsomhet med et høyere nivå på combined ratio enn i de andre bransjene. Det faktum at yrkesskadeforsikring er en langhalet bransje gir også økt usikkerhet om erstatningsavsetningene er tilstrekkelige til å dekke fremtidige erstatningsutbetalinger. Den høye skadeprosenten i 1998 skyldes en kraftig økning i avsetningene for fremtidige erstatningsutbetalinger, som følge av at premienivået i de foregående årene viste seg å være satt for lavt. Disse oppjusteringene (avviklingstap) har preget resultatene i yrkesskadeforsikring også i årene etter 1998.

Utviklingen i de øvrige bransjene viser en klart fallende tendens i skadeprosenten de siste årene. I 2004 var skadeprosenten lavest innenfor brannforsikringer/kombinerte forsikringer, og da spesielt i næringslivsmarkedet.

4.5 Utviklingen i andre europeiske land

De gode resultatene i skadeforsikringsmarkedet de siste årene er ikke unike for Norge. I de fleste europeiske landene er resultatene svært gode, som vist i figur 5.

Figur 5 Skadeprosent i europeiske land i 2003 og 2004.



Kilde: CEIOPS

Figuren viser at for landene innen EØS-området var det vektete gjennomsnittet for skadeprosenten kun 67 i 2004, mot 69 i 2003. Dette er noe lavere enn nivåene for norske skadeforsikringsselskaper (69 i 2004 og 76 i 2003). Også i Europa har det vært en tendens mot lavere skadeprosent de siste årene, og det kan dermed synes som om utviklingen i Norge til en viss grad gjenspeiler tilsvarende utvikling i Europa. Dette gir en indikasjon på at de gode resultatene i Norge de siste årene ikke reflekterer spesifikke konkurranseforhold i det norske markedet.

4.6 Sykliske trekk i skadeforsikringsmarkedet

Svingningene i skadeprosent og combined ratio som er observert både i Norge og i andre land reiser spørsmålet om skadeforsikringsmarkedet har visse sykliske trekk. En rapport om finansiell stabilitet i forsikringsmarkedet publisert av CEIOPS⁴ inneholder en kort drøfting av sykliske trekk i skadeforsikringsmarkedet.

I rapporten refereres det til en generell oppfatning av at endringer i premienivåene innenfor skadeforsikring opptrer i sykluser. Videre henvises det til studier som viser sykliske variasjoner i skadeprosenten i USA og Europa, men det påpekes at konklusjonene er mindre robuste for de senere år. Andre studier viser klare tegn til sykliske variasjoner i noen bransjer som reassurans og motoransvarsforsikring.

I rapporten henvises det til kapasitetsbegrensninger og eksterne sjokk som en mulig forklaring bak de sykliske trekkene. Forklaringen bygger på at eksterne sjokk gjør det nødvendig å justere egenkapitalnivået i selskapene, og imperfeksjoner i kapitalmarkedene tilsier at selskapene foretrekker å justere egenkapitalen via tilbakeholdte resultater. Dermed vil uventede tap føre til at selskapene hever prisene i en periode inntil egenkapitalen er gjenopprettet.

⁴ CEIOPS er en forkortelse for Committee of European Insurance and Occupational Pensions Supervisors. Rapporten "Autumn Report on Financial Conditions and Stability in the Insurance Sector 2004-2005" er tilgjengelig på Internett, www.ceiops.org.

Det kan synes noe mer uklart hvorfor selskapene etter en periode med uventede gevinster skulle være villige til å senke premiene slik at akkumulerte tap etter hvert bringer egenkapitalen ned på et normalnivå. En forklaring kan være at det for gjensidige selskaper er mest effektivt å dele ut "utbytte" i form av lavere premier, og at aksjeselskaper velger å følge denne utviklingen for å unngå å miste markedsandeler.

Denne forklaringen indikerer at syklusene er resultatet av en bevisst strategi hos selskapene. Dette reiser spørsmålet om hvorfor ikke mer "rasjonelle" aktører holder et jevnere premienivå, og dermed vinner markedsandeler når lønnsomheten i markedet er god, og taper markedsandeler når lønnsomheten i markedet er negativ.

Som indikert tidligere kan de sykliske variasjonene i skadeprosent også være forenlig med rasjonelle aktører som tilpasser seg optimalt til uventede sjokk i erstatningskostnadene. Endringen i premienivået vil i slike tilfeller ligge etter endringen i erstatningsnivået, både fordi det tar en viss tid før besluttede premiejusteringer reflekteres fullt ut i regnskapene, og fordi beslutningene om premiejusteringer forsinkes som følge av usikkerhet om sjokkene er varige eller midlertidige tilfeldige utslag.

Uansett forklaring er det altså klare indikasjoner på sykliske trekk i skadeforsikringsmarkedet, noe som må tas med i betraktningen ved en vurdering av konkurransesituasjonen i dagens marked.

5. Strukturelle forhold som påvirker konkurransesituasjonen

I dette kapitlet vurderes ulike strukturelle forhold som påvirker konkurransesituasjonen i skadeforsikringsmarkedet. Utviklingen i markedskonsentrasjon og vesentlige strukturendringer de siste år vurderes. Etableringshindringer, gjennomsiktighet og kundemobilitet blir også vurdert.

5.1 Utvikling i markedskonsentrasjon og vesentlige strukturendringer

De fire største aktørene (Gjensidige, If, Vesta og Sparebank 1 Skadeforsikring) hadde som nevnt en samlet markedsandel på 75 prosent av det totale skadeforsikringsmarkedet i Norge ved utgangen av 2005. Til sammenligning var markedsandelen 80 prosent for de fire største aktørene ved utgangen av 1997 (Storebrand, Gjensidige, Vesta, Samvirke Skadeforsikring).

En viktig strukturendring i denne perioden er opprettelsen av det svenske selskapet If i 1999, og overføringen av Storebrands portefølje til dette selskapet. Storebrand har senere solgt seg ut av If, og har signalisert at det ikke er utenkelig at selskapet vil etablere ny skadeforsikringsvirksomhet i Norge.

I og med opprettelsen av If solgte Skandia Vesta til det danske selskapet Tryg. Vesta var i en periode en del av Nordea-konsernet, ettersom Trygs eier UniBank inngikk i fusjonen da Nordea ble opprettet. Skadeforsikringsvirksomheten til Nordea ble imidlertid overtatt av stiftelsen Tryg i Danmark smba, og Vesta inngår nå i det danske TrygVesta-konsernet.

Vår Skadeforsikring (tidligere Samvirke Skadeforsikring) fusjonerte i 2000 med Sparebank 1 Skadeforsikring (som startet sin virksomhet i 1998). Den fusjonerte enheten tok navnet Sparebank 1 Skadeforsikring.

Det har altså skjedd noen endringer på eiersiden i perioden fra 1997 til nå. Likevel er de største aktørene i dag (selv med nye eiere) de samme som i 1997. Det har i perioden ikke vært større fusjoner eller andre strukturelle hendelser som i vesentlig grad endrer posisjonen mellom selskapene. Slik sett er det de samme aktørene som gikk med store underskudd rundt årtusenskiftet som i dag går med betydelige overskudd.

Det har likevel over tid vært en viss endring i markedsandelene. Siden 1997 har Gjensidige økt sin markedsandel med 7 prosentpoeng til 29 prosent i 2005. Ifs markedsandel på 23 prosent i 2005 var 10 prosentpoeng lavere enn Storebrands markedsandel i 1997. Vesta har siden 1997 redusert sin markedsandel med 3 prosentpoeng til 15 prosent i 2005. Sparebank 1 Skadeforsikring hadde en markedsandel på 8 prosent i 2005, dvs. 2 prosentpoeng høyere enn Samvirke Skadeforsikring i 1997.

Endringene i markedsandel over tid viser altså en forskyvning mellom de store aktørene, og kan indikere et visst nivå på kundemobilitet. Det bør bemerkes at i noen tilfeller kan nedgang i markedsandeler forklares med at selskaper som følge av svake resultater har enten bevisst priset seg ut av markedet for visse produkter, eller ganske enkelt sluttet å tilby visse produkter. Dette indikerer at selskapene tidvis har oppfattet konkurransen som sterk.

5.2 Tilgang og avgang av selskaper

De vesentligste strukturendringene er omtalt ovenfor. En mer systematisk oversikt over omfanget av strukturendringer er vist i tabell 3 og 4 under. Merk at filialer av utenlandske selskaper ikke er inkludert i tabellene.⁵ Tabell 3 viser antall selskaper ved utgangen av 1993 og ved utgangen av 2005.

Tabell 3 Antall skadeforsikringselskaper ved utgangen av 1999 og 2005

	1993	2005
Aksjeselskaper	15	26
Herav:		
Captiveselskaper	2	12
Gjensidige selskaper	30	18
Herav:		
Captiveselskaper	1	1
Totalt	45	44

Kilde: Kredittilsynet

Som det fremgår av tabellen var det en netto reduksjon på seks selskaper fra 1993 til 2005. Det var en vekst i antall aksjeselskaper, noe som reflekterer en økning i antall captiveselskaper. Det har vært en reduksjon i antall gjensidige selskaper i perioden, i hovedsak som følge av at mindre selskaper har fusjonert inn i større enheter.

Tabell 4 viser antall nyopprettede og antall avviklede selskaper i perioden 1993-2005.

⁵ Kredittforsikringselskaper er heller ikke inkludert i tabellene. Det var 7 slike selskaper i 1993 og 2 i 2005.

Tabell 4 Avgang og tilgang for skadeforsikringsselskaper 1993-2005

	Avgang	Tilgang	Netto
Aksjeselskaper	13	24	11
Herav:			
Captiveselskaper	2	12	10
Gjensidige selskaper	12	0	-12
Herav:			
Captiveselskaper	0	0	0
Totalt	25	24	-1

Kilde: Kredittilsynet

Selskaper som innfusjoneres i andre selskaper medregnes under avgang.

Bak en netto reduksjon på 1 selskap i perioden 1993-2005 skjuler det seg en avgang på 25 selskaper og en tilgang på 24 nye selskaper. De nyopprettede selskapene er i all hovedsak aksjeselskaper, og fordeler seg likt på captiveselskaper og andre aksjeselskaper.

Det har altså vært opprettet i gjennomsnitt ett ordinært skadeforsikringsselskap og ett captiveselskap i året siden 1993. Samlet sett viser tallene for nye og avviklede selskaper en ikke ubetydelig bevegelse i løpet av 12-årsperioden. Det har de senere årene også vært en vekst i antall filialer av utenlandske selskaper i Norge. Ved utgangen av 2005 hadde 39 utenlandske forsikringsselskaper meldt om filialetablering i Norge, hvorav 29 er rettet inn mot skadeforsikringsmarkedet. Det var kun 13 filialer som rapporterte virksomhet i 2004.

Til tross for en vesentlig tilgang av nye selskaper og filialer, har ingen nye aktører kunnet utfordre de fire største aktørenes markedsandeler. Terra Skadeforsikring kommer nærmest i så måte, med en markedsandel på 2 prosent i 2005. Ingen av de nye aktørene de siste 12 årene kan sies å ha hatt som uttalt mål å etablere seg som en av de største aktørene i skadeforsikringsmarkedet.

Det er imidlertid indikasjoner på at andre aktører i større grad enn tidligere nå kan tenkes å utfordre de fire største aktørenes markedsandeler. Etter at den strategiske samarbeidsavtalen mellom Gjensidige og DnB NOR ble avviklet i 2005, vil DnB NOR i større grad kunne vurdere andre løsninger på skadeforsikringsområdet, som f.eks. andre leverandører av produkter markedsført av datterselskapet Vital Skade. DnB NORs bankfilialer vil kunne fremstå som en attraktiv distribusjonskanal for aktører med ambisjoner om å oppnå en betydelig markedsandel. Samtidig har Storebrand etter salget av eierandelen i If større frihet til igjen å satse på skadeforsikring i Norge. Det kan også nevnes at YA Bank og Forsikring, som starter sin virksomhet i 2006, har uttalte ambisjoner om å bli en av de største leverandørene av skadeforsikringer til privatkunder.

5.3 Etableringshindringer

Alle norske skadeforsikringsselskaper er underlagt de samme lover og forskrifter, og konsesjonen betinger at visse vilkår er oppfylt. Dette gjelder både kvantitative krav som kapitalkrav, minstekrav til forsikringstekniske avsetninger og investeringsbegrensninger mv., og kvalitative krav vedrørende selskapets styre, kontrollkomité, ledende ansatte og ansvarshavende aktuar mv.

Gjennom EØS-avtalen har alle forsikringsselskaper i EU/EØS rett til å etablere filialer i Norge. Filialene er underlagt regelverket i morselskapets hjemland, og kan derfor i enkelte tilfeller ha lavere samlede soliditetskrav enn norske selskaper. Krav om medlemskap i den norske naturskadepoolen og garantiordningen for skadeforsikringsselskaper gjelder imidlertid også for filialer etablert i Norge. I det fremtidige soliditetsregelverket i EU/EØS vil soliditetskravene harmoniseres ytterligere, slik at rammebetingelsene for filialer og norske selskaper blir tilnærmet like. Det nye regelverket (Solvency II) vil bli iverksatt tidligst i 2010.

Ved oppstart av et skadeforsikringsselskap er det et minstekrav til ansvarlig kapital på 35,6 mill. kroner, gjeldende fra utgangen av 2005. Fra og med utløpet av tredje driftsår må kapitalen være minst 22,8 mill. kroner. I den mellomliggende perioden er minstekravet til ansvarlig kapital 12,8 mill. kroner. Det reduserte kapitalkravet etter oppstart reflekterer oppstartskostnader som investeringer i IT-utstyr og oppbygging av sikkerhetsavsetninger og andre forsikringstekniske avsetninger. Beløpene indeksjusteres årlig i henhold til konsumprisindeksen. Kravet til ansvarlig kapital gjelder kun i Norge, men det felleseuropeiske solvensmarginregelverket inneholder et tilsvarende minstekrav til solvensmargin kapital. I de fleste tilfellene vil det være noe lettere å oppfylle minstekravet til solvensmargin kapital enn minstekravet til ansvarlig kapital.

Minstekravet til ansvarlig kapital kan sies å representere den viktigste formelle etableringshindringen for små aktører, men det diskriminerer ikke mellom nye og allerede etablerte selskaper. I tillegg til absolutte minstekrav gir kapitaldekningsregelverket og solvensmarginregelverket kapitalkrav som øker med selskapets størrelse. Minstekravene til forsikringstekniske avsetninger reflekterer også selskapets størrelse, men tar til en viss grad hensyn til diversifiseringsgraden i forsikringsporteføljen.

Et skadeforsikringsselskap med en stor mengde kunder og stor bredde i produktutvalget vil normalt ha en bedre risikospredning (diversifisering) enn mindre selskaper. Store selskaper vil dermed kunne operere med en relativt sett lavere kapitalbinding enn mindre selskaper, og følgelig oppnå bedre egenkapitalavkastning. På den annen side kan det argumenteres for at små eller spesialiserte selskaper i noen tilfeller vil ha en bedre oversikt over risikoen knyttet til den enkelte kunde, og dermed vil kunne prise forsikringene riktigere.

Det relativt høye antallet mindre selskaper kan tolkes som en indikasjon på at betydningen av stordriftsfordelene ikke bør overdrives. På den annen side kan det argumenteres for at manglende stordriftsfordeler hos de mindre aktørene gir lav lønnsomhet og dermed begrensede muligheter til å utvide virksomheten og vokse seg store.

De innarbeidede og kjente merkenavnene til de største aktørene kan også ses på som en indirekte stordriftsfordel, som fører til at kunder først og fremst kontakter de store selskapene for pristilbud. Fallet i markedsandeler som If opplevde etter overføringen av kunder fra Storebrand kan muligens forklares med at If-navnet ikke var så veletablert som Storebrand-navnet. Det bør imidlertid bemerkes at Storebrand tapte markedsandeler også i perioden fra fusjonen mellom UNI og Storebrand på begynnelsen av 1990-tallet til opprettelsen av If i 1999.

Kostnadsbesparelser som følge av at store selskaper kan selge flere typer forsikringer til samme kunde kan reflekteres i lojalitetsrabatter. Dette kan oppfattes som en stordriftsfordel som representerer en reell etableringshindring for nye spesialiserte aktører.

I denne sammenheng er det ikke plass til noen uttømmende drøfting av stordriftsfordeler, men det bør nevnes at innføringen av moms på tjenester isolert sett gir stordriftsfordeler. For mindre selskaper og nye selskaper vil det ofte være for krevende å etablere intern kompetanse innen alle områder av virksomheten, og det vil være aktuelt å leie inn ulike typer tjenester som økonomi- og regnskapstjenester, aktuarkompetanse og skadebehandlingstjenester. Kredittilsynet har i brev av 16. mai 2002 til Finansdepartementet gitt uttrykk for at innføring av moms på tjenester har gjort det dyrere å bruke eksterne fagfolk og dermed økt stordriftsfordelene for de skadeforsikringsselskapene som ser seg i stand til å kunne ansette slike fagfolk selv.

Nye aktører risikerer å overta en overvekt av "dårlige" kunder fra de andre selskapene i markedet. Dette kan være kunder som pga. en høy skadefrekvens har fått betydelige premiepåslag hos tidligere forsikringsgiver, og som derfor ønsker å bytte selskap. Selv om de nye selskapene spør kundene om skadehistorikken, og dermed kan tilpasse prisen til risikoen (gitt at kunden gir korrekte opplysninger), vil de likevel stå overfor utfordringer dersom kunder som ønsker å bytte selskap har en høyere risiko enn gjennomsnittet. Det samme gjelder forøvrig eksisterende selskaper som ønsker å øke markedsandelene.

5.4 Gjennomsiktighet

Prisene i skadeforsikringsmarkedet er i liten grad standardiserte. Vilkårene hos de ulike forsikringstilbyderne kan variere både i dekningsomfang, egenandeler, tilleggssytelser ved skade og erstatningsbeløp i personforsikringer (f.eks. ulykkesforsikringer). Likevel er de fleste vilkårene relativt standardiserte, slik at kunden f.eks. kan innhente priser med lik egenandel fra flere aktører.

I tillegg til at prisene reflekterer de samlede vilkårene i produktet, vil de i stor grad også reflektere den antatte risikoen hos den enkelte forsikringskunde. Ved å klassifisere kunden i henhold til kriterier som alder, bosted, tidligere skader, installerte alarmer og andre sikringstiltak og medlemskap i organisasjoner mv. vil forsikringsselskapet oppnå et best mulig grunnlag for å sette riktig pris.

Summen av ulike vilkår i forsikringsproduktene og individuelle forhold hos den enkelte forsikringstaker gjør det vanskelig å utarbeide relevante prisoversikter. Privatkunder må derfor normalt selv hente inn pristilbud hos de aktuelle tilbyderne, enten via telefon, på Internett eller ved oppmøte i salgskontorer/filialer. Dette er likevel ikke veldig ressurskrevende sammenlignet med flere andre markeder. Fra tid til annen presenteres det også sammenligninger av ulike skadeforsikringsselskapers pristilbud i privatmarkedet i mediene. Mange næringslivskunder vil kunne innhente pristilbud via forsikringsmeglere, i stedet for selv å kontakte ulike forsikringsleverandører.

En arbeidsgruppe nedsatt av Forbrukerrådet, Forbrukerombudet og Kredittilsynet har anbefalt å opprette Finansportalen.no, en offentlig finansiert informasjonsportal for finansielle tjenester. Finansportalen skal samle og strukturere produktinformasjon slik at det blir lettere for forbrukerne å sammenligne produkter og priser knyttet til ulike finansielle tjenester. Arbeidsgruppen anbefaler en bred tilnærming hvor hele finansnæringen dekkes, herunder skadeforsikringsmarkedet.

Selv om kunden har full oversikt over både pris og vilkår, vil det ved kjøp av forsikring gjenstå en viss usikkerhet om hvordan forsikringsselskapet vil behandle eventuelle skadetilfeller. Dersom kunden er misfornøyd med skadeoppgjøret kan saken bringes inn for Forsikringsklagenemnda. Kredittilsynet har forøvrig i brev til Finansdepartementet 6. juli 2005 foreslått å styrke adgangen for forsikringstaker til, på visse vilkår, å kreve uavhengig skjønn ved skadeoppgjør (betalt hovedsakelig av forsikringsselskapet). Generelt vil også juridiske forpliktelser og hensynet til renommérisiko begrense usikkerheten rundt hvordan forsikringsselskapet vil håndtere skadeoppgjøret.

5.5 Kundemobilitet

Flyttekostnader i form av tid og penger påvirker hvor attraktivt det er for forsikringskunder å bytte selskap. I et marked preget av høy kundemobilitet vil ikke aktører med høye priser overleve på sikt. Høy kundemobilitet kan derfor være en indikasjon på at konkurransen i markedet fungerer tilfredsstillende, men lav kundemobilitet kan også forekomme i markeder med sterk konkurranse, hvor gevinstene ved å flytte er små.

Det finnes ikke offentlige statistikker over omfanget av flytting mellom ulike skadeforsikringsselskaper. Den langsiktige utviklingen i markedsandeler omtalt tidligere viser en viss forskyvning mellom de største aktørene. Markedsandelene representerer bare tall for netto flytting mellom selskapene, tallene for brutto flytting er antageligvis betydelig større. TNS Gallup og Finansnæringen Hovedorganisasjon (FNH) har nylig presentert utvalgsundersøkelsen Norsk finansbarometer 2006, hvor det fremgår at 14 prosent av privatkundene har byttet skadeforsikringsselskap det siste året. Til sammenligning har 5 prosent byttet bank og 8 prosent startet å bruke en ny bank, mens 4 prosent har byttet livsforsikringsselskap. Kundemobiliteten synes ikke å være spesielt lav for privatkundene i skadeforsikringsmarkedet.

Kundene kan oppnå lojalitetsrabatter på opptil 20 prosent dersom de samler ulike forsikringer i ett selskap.⁶ Slike rabatter gjør det mindre attraktivt å skifte leverandør for enkeltforsikringer, og fører til at relevante prissammenligninger må trekke inn totalkostnaden for samtlige forsikringer. Lojalitetsrabatter kompliserer dermed kundenes prissammenligninger.

Lojalitetsrabatter kan som tidligere nevnt representere en reell etableringshindring for nye spesialiserte aktører. Dette er ikke opplagt dersom lojalitetsrabattene er større enn de underliggende kostnadsbesparelsene. Forutsatt at selskapene oppnår tilfredsstillende lønnsomhet etter de store lojalitetsrabattene, indikerer dette at prisene på enkeltproduktene er for høye. I så fall vil de spesialiserte aktørene fremstå som mer attraktive for kunder som kun skal kjøpe enkeltforsikringer. Det bør imidlertid bemerkes at lojalitetsrabatter som er større enn de underliggende kostnadsbesparelsene ikke er tillatt i henhold til forskrift om produktpakker mv.

Med virkning fra 1. januar 2006 har forsikringskundene rett til å bytte selskap underveis i kontraksperioden med en måneds varsel. Det er grunn til å tro at dette gjør det lettere for kundene å utnytte gunstige pristilbud som ikke faller sammen med hovedforfall. Samtidig gir

⁶ I Norsk finansbarometer 2006 fra TNS Gallup og FNH fremgår det at 56 prosent av privatkundene bruker bare ett skadeforsikringsselskap.

det kundene mulighet til å flytte samtlige forsikringer på samme tid, og dermed umiddelbart oppnå lojalitetsrabatt hos den nye forsikringsgiveren.

Kostnadene ved flytting underveis i kontraktperioden bæres av forsikringsselskapene. I den grad selskapene kan dekke inn de økte kostnadene hos forsikringstakerne, blir de dermed fordelt likt på alle forsikringstakere. Dette innebærer altså en viss subsidiering av kunder som flytter mye til ugunst for mer stabile kunder. De samlede kostnadene kan bli betydelige dersom flytting utenom kontraktsforfall får et stort omfang, og det kan synes noe usikkert om en eventuell økning i konkurransen er tilstrekkelig til å oppveie de økte kostnadene, slik at premienivået faller.

6. Oppsummering

I kapittel 4 er det vist hvordan resultatene til skadeforsikringsselskapene har variert kraftig gjennom de siste 10-20 årene, og spesielt de siste 5 årene. Det er ingen tvil om at skadeforsikringsselskapene har hatt meget god lønnsomhet i 2005 og de to foregående årene. På den annen side er det også udiskutabelt at resultatene var meget svake i årene 2000-2002.

En forklaring på de varierende resultatene de siste årene kan være at selskapene var usikre på om den sterke veksten i erstatningskostnadene fra 1999 var en varig økning, og at denne usikkerheten forsinket vedtak om premiepåslag. Tilsvarende kan den lave veksten i erstatningene fra 2002 ha skapt usikkerhet om dette var en varig tendens, og forsinket beslutninger om lavere premievekst. I tillegg kommer det faktum at det tar en viss tid før vedtak om premieendringer får fullt innslag i selskapenes regnskaper. Denne forklaringen bygger altså på at uventede sjokk i erstatningskostnadene er opphav til sykliske variasjoner i skadeprosent, som følge av at endringen i premienivået ligger etter endringen i erstatningsnivået. I så fall vil de gode resultatene i dag kun representere en overgangsperiode før premienivået har tilpasset seg den lavere veksten i erstatningskostnadene.

En alternativ forklaring på de varierende resultatene kan være at konkurranseintensiteten har endret seg de senere årene. Kredittilsynet fikk i 2000 signaler fra noen av selskapene om at de var klar over at premienivået var for lavt i forhold til forventede erstatningskostnader, men at hensynet til konkurranseintensiteten gjorde det umulig å gjennomføre så store premieøkninger som ønskelig for å oppnå en tilfredsstillende lønnsomhet. Selv om dette var mest uttalt innen sjøforsikringsmarkedet, er det en indikasjon på at den samlede premieveksten til en viss grad ble holdt nede som følge av kamp om markedsandeler.

I dagens situasjon kan det tilsvarende argumenteres for at selskapene godt kan leve med lavere premier på en del produkter, og likevel oppnå tilfredsstillende lønnsomhet. Det kan også tenkes at den svekkede soliditeten som følge av de store underskuddene t.o.m. 2002 har gjort det nødvendig å operere med høyere sikkerhetsmarginer i premienivået i en periode.

Mens Kredittilsynet i sine rapporter og pressemeldinger i underskuddsårene ga uttrykk for at premieøkninger framsto som nødvendige, har en i de senere år gitt uttrykk for at resultatene er så gode at det ikke lenger synes å være behov for generelle premieøkninger. Selskapene har selv gitt uttrykk for at de venter sterkere vekst i erstatningskostnadene i tiden fremover, samtidig som det ventes økt konkurranse.

De sykliske trekkene i skadeforsikringsmarkedet tilsier at resultatene og lønnsomheten må vurderes over tid. Det skal i den sammenheng bemerkes at de fleste landene i Europa for tiden opplever svært gode resultater innen skadeforsikring. Sett over en lengre periode synes det ikke som om resultatene i det norske skadeforsikringsmarkedet preges av en spesielt høy egenkapitalavkastning.

Av mer strukturelle forhold som påvirker konkurranseintensiteten, er den høye markedskonsentrasjonen som følge av posisjonen til de fire største aktørene allerede nevnt. Det har imidlertid ikke vært vesentlige strukturendringer de senere årene som isolert sett tilsier en endret konkurransesituasjon, og som kan forklare den sterke resultatfremgangen. De største aktørene som har meget god lønnsomhet i dag er således de samme selskapene som gikk med store underskudd for få år siden.

Det er imidlertid indikasjoner på at andre aktører i større grad enn tidligere nå kan tenkes å utfordre de fire største aktørenes markedsandeler. Bortfallet av den strategiske samarbeidsavtalen mellom Gjensidige og DnB NOR har gitt DnB NOR større frihet til å kunne vurdere andre løsninger på skadeforsikringsområdet, og en kan forvente en sterkere satsing på salg gjennom Vital Skade. Tilsvarende har Storebrand etter salget av eierandelen i If fått større frihet til igjen å kunne vurdere å satse på skadeforsikring i Norge. Den nye aktøren YA Bank og Forsikring, som starter sin virksomhet i 2006, har uttalte ambisjoner om å bli en av de største leverandørene av skadeforsikringer til privatkunder. Generelt vil de gode resultatene i dagens skadeforsikringsmarked gi bedre muligheter for potensielle nye aktører.

Det er få formelle krav som kan betraktes som etableringshindringer. For potensielle små selskaper er den viktigste av disse antageligvis minstekravet til ansvarlig kapital på 35,6 mill. kroner. Generelt kan stordriftsfordeler muligens utgjøre en reell etableringshindring. Andre etableringshindringer kan være de innarbeidede merkenavnene til de største aktørene, innføringen av moms på tjenester, samt risikoen for at nye aktører overtar høyrisikokunder fra de andre selskapene. Det kan likevel diskuteres om etableringshindringene er høyere i skadeforsikringsmarkedet enn i flere andre markeder.

Gjennomsiktighet for forsikringskunden er også en problemstilling som vedrører konkurransesituasjonen. Premiene er avhengig av individuelle forhold hos forsikringstaker, og for en kunde som vurderer ulike forsikringsleverandører er det vanskelig å oppnå full oversikt over alle forhold som påvirker kvaliteten på produktet. Kunden kan hente inn pristilbud og studere forskjeller i vilkår, men kan ikke på forhånd skaffe seg full informasjon om hvordan et eventuelt skadeoppgjør vil forløpe. Dette er imidlertid ikke noe særtrekk for skadeforsikringsmarkedet. I svært mange markeder vil produktets eller tjenestens kvalitet først bli fullt ut klarlagt lenge etter at kjøpsbeslutningen er tatt, uten at dette nødvendigvis tilsier at konkurransen er svak.

Flyttekostnader i form av tid og penger brukt på å hente inn pristilbud, samt lojalitetsrabatter er faktorer som virker dempende på kundemobiliteten. Kundemobiliteten synes ikke å være spesielt lav for privatkundene i skadeforsikringsmarkedet.

Den nye adgangen for kunder til å flytte forsikringer underveis i kontraksperioden vil antageligvis øke kundemobiliteten. Det er grunn til å tro at dette gjør det lettere for kundene å utnytte gunstige pristilbud som ikke faller sammen med hovedforfall. Samtidig gir det kundene mulighet til å flytte samtlige forsikringer på samme tid, og dermed umiddelbart oppnå lojalitetsrabatt hos den nye forsikringsgiveren.

Mange næringslivskunder vil kunne innhente pristilbud via forsikringsmeglere, mens privatkundene selv må kontakte ulike forsikringsleverandører. Generelt vil store næringslivskunder kunne ha bedre forutsetninger for å hente inn og vurdere alternative tilbud, enten via forsikringsmeglere eller ved å benytte interne ressurser. De vil dermed kunne ha tilgang på et større antall potensielle forsikringsleverandører. Dette kan isolert sett tilsi at konkurransen er noe sterkere for de store kundene i næringslivsmarkedet. Resultatutviklingen de senere årene indikerer imidlertid ikke at lønnsomheten i de viktigste bransjene i privatmarkedet er høyere enn lønnsomheten i tilsvarende bransjer i næringslivsmarkedet.

Kredittilsynet har vært opptatt av å sikre en tilfredsstillende konkurranse i skadeforsikringsmarkedet. Blant annet ble det lagt vekt på at gjennomføringen av EUs direktiv for forsikringsformidling i norske lover og forskrifter ikke skulle gjøre det vanskeligere å selge bilforsikring og reiseforsikring hos bilforhandlere og i reisebyråer, jf. forskrift om aksessorisk forsikringsformidlingsvirksomhet utarbeidet av Kredittilsynet.

Det er vanskelig å konkludere om de strukturelle forholdene i skadeforsikringsmarkedet tilsier at konkurransen er svak, sammenlignet med andre markeder. Det er imidlertid ingen vesentlige strukturelle forhold som skulle tilsi at konkurransen har blitt svakere de siste 5 årene. Samlet sett gir ikke resultatene over tid grunnlag for å hevde at aktørene i skadeforsikringsmarkedet i Norge har en spesielt høy egenkapitalavkastning, eller at konkurransen over tid har vært for svak. Det synes derfor nødvendig å avvente den videre resultatutviklingen for å kunne gi en sikrere vurdering av konkurransesituasjonen. Dersom de gode resultatene selskapene oppnår i dag fortsetter over en lengre periode, vil dette være en klar indikasjon på svak konkurranse i markedet. Hvis resultatene fremover derimot blir stadig svakere, er det en klar indikasjon på at dagens gode resultater gjenspeiler sykliske trekk i skadeforsikringsmarkedet, og ikke skyldes svak konkurranse.

Selv om Kredittilsynet har grunn til å tro at både sykliske forhold og forhold som medvirker til en sterkere konkurranse vil føre til at fortjenesten innen skadeforsikring etter hvert vil bli mindre gunstig enn de siste par årene, vil tilsynet ta sikte på å følge utviklingen nøye i sitt analyse- og rapportarbeid.