



Konkurransetrender i skade- og personforsikringsmarkedet

Jon Holtan, Fremtind Forsikring

Forsikringsforeningen 13. mars 2019

FREMTIND

Et forsikringselskap eiet av SpareBank 1 og DNB

- **Fusjon 1. januar 2019** mellom SpareBank 1 Skadeforsikring og DNB Forsikring
- **Skade- og personforsikring i privat- og bedriftsmarkedet**
- Samlet **markedsandel** per 1.1.2019 på drøyt 15 % - 3. størst etter Gjensidige og If
- Nest størst i privatmarkedet med drøyt 20 % markedsandel
- Nummer 5 i bedriftsmarkedet med ca 5 % markedsandel
- **Eierandeler** SpareBank 1 65 % og DNB 35 %
- **Distribusjon av forsikring** primært gjennom bank og LO/Sykepleierforbundet, men også gjennom bilforhandlere, rene digitale flater, meglere og andre partnerkanaler
- Enhetlige **produkter og priser** (etter hvert) som SB1 og DNB pakker inn og konseptualiserer i sine distribusjonsflater

Fremtind

Et dynamisk og volatilt forsikringsmarked

Høy kunderotasjon

- 15-16 % av kundene går i avgang og bytter selskap hvert år
- Snitt levetid for en bilforsikring er 2,5 år utløst av bilbytter
- Effektive distribusjonsløsninger, kvalitet i forsikringsoppgjør og pris er avgjørende faktorer

Volatile og store forskjeller i skadeerstatninger

- Skader og erstatninger inntreffer tilfeldig og med økende/synkende tendenser
- Store forskjeller i systematisk skaderisiko mellom kunder og forsikringsobjekter
- Prising av skaderisiko kombinert med prisposisjon i markedet er viktig faktor

Usikre finansinntekter

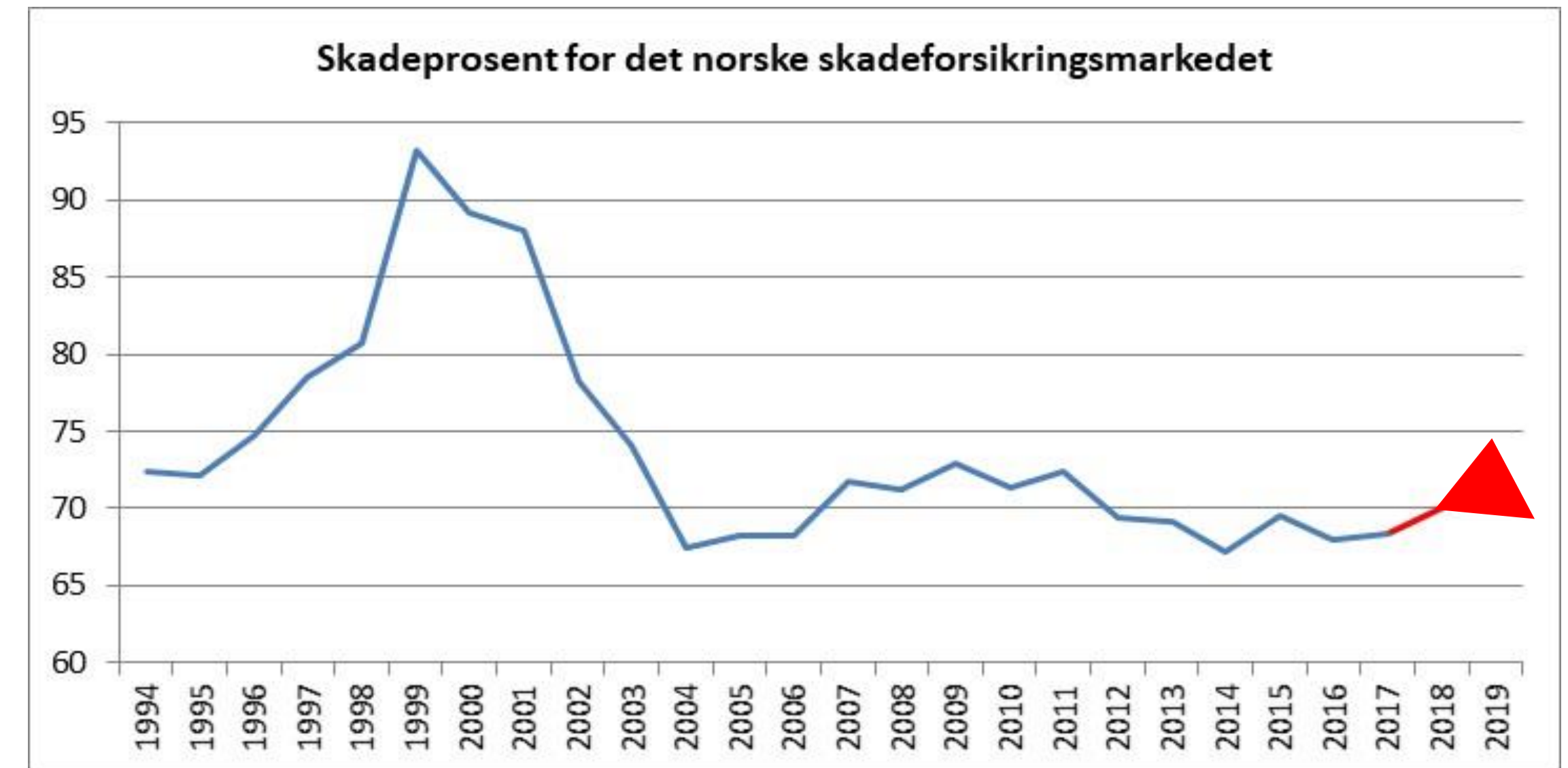
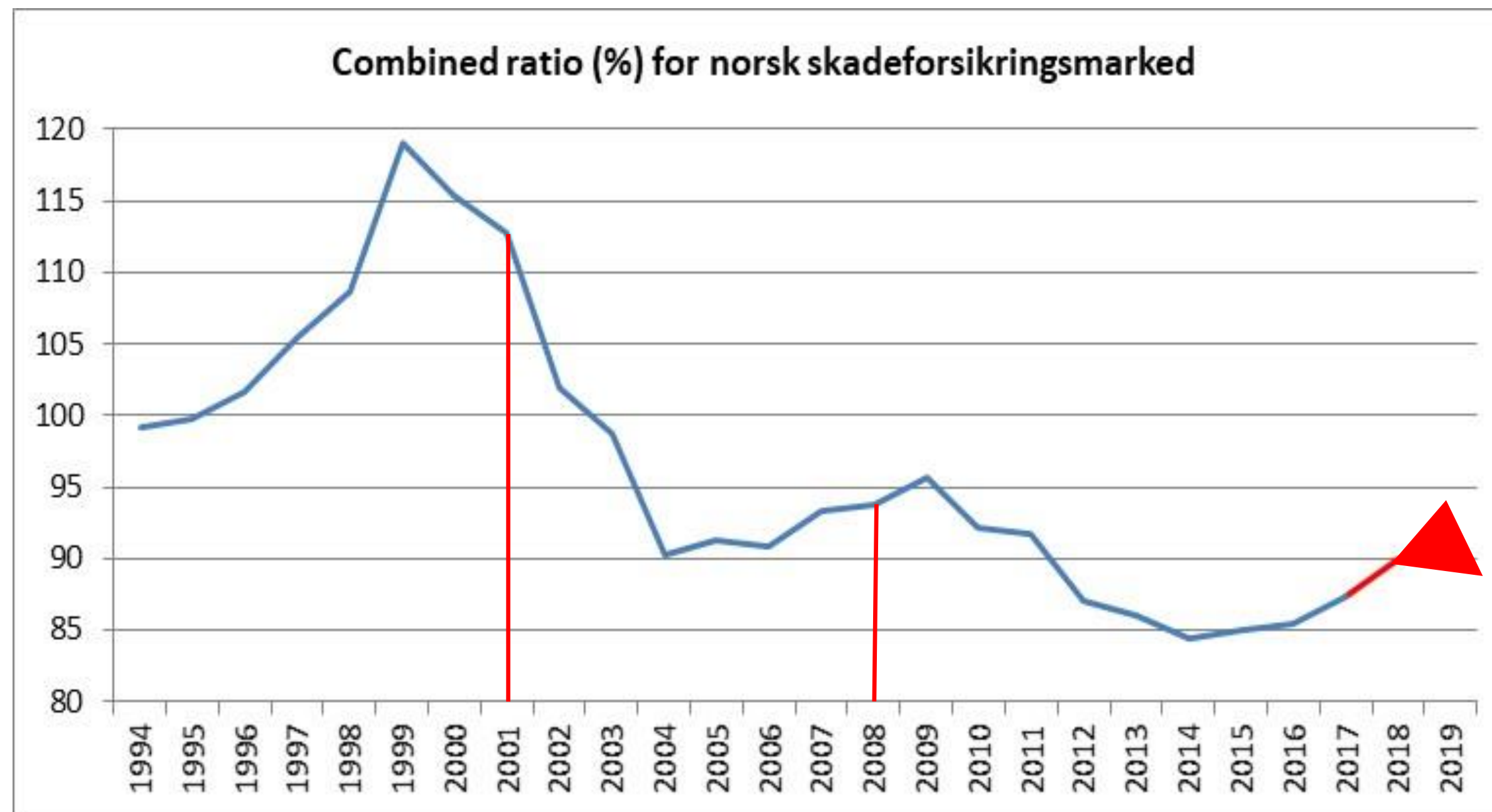
- Finansavkastning/-inntekter er volatile og usikre
- Investeringsstrategien må matche utbetalingsmønstre for erstatninger

Nye aktører, nye partnere og ny teknologi

- Disruptive markedskrefter påvirker styring og utvikling

Fremtind

Markedet balanserer økt prispress, økt skadevolum og økt investeringsbehov



Et forsikringsmarked i endring

Konkurranse og kamp om kundene

Forventninger hos kundene

Utviklingshastighet

Smart skadeforebygging

Prispress og prisdifferensiering



Klimaskader

Bærekraft

Reguleringer, personvern, kundedata

Bil-/mobilitetsmarked i endring

Lønnsomhet i markedet

Kundelojalitet

Eierskap til kunderelasjonen



Fremtind

Skalafordelene øker

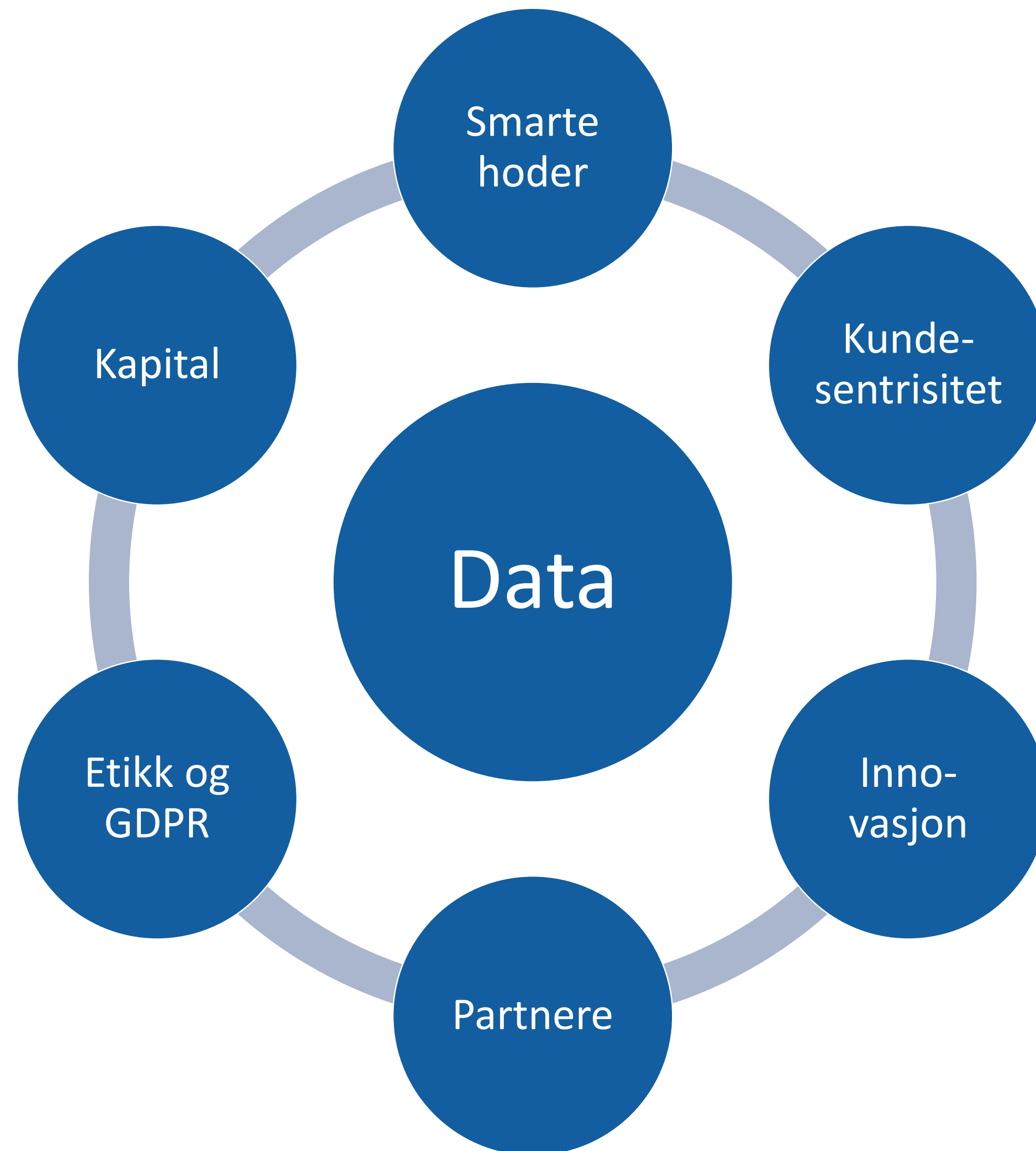
- **Data** stadig viktigere som konkurransefordel
- **Digital** og **intelligent** utviklingskraft og -evne
- **Kapital** for å matche økt skade- og finansvolatilitet
- **Reguleringer** hever terskelen for inntreden i markedet?

Økt produkt- og priskonkurranse

- **Kundenes forventninger** styrt av erfaringer fra andre bransjer
- **Kundeeierskap til data** skaper større gjennomsiktighet
- **Nye behov og nye risikoer** utligner noe av dagens distribution game: å ta risikoer fra hverandre
- **Økosystemer, delingsøkonomi og InsurTechs** utvider mulighetene (og utfordringene)
- **Nytt mobilitetsmarked** gir endringer i kundeforhold (fra PM til BM) og (mulig) redusert premievolum
- **Bærekraftige** produkter, priser og oppgjør etterspørres stadig mer
- **Økt priskonkurranse og lavere marginer**

Viktige konkurransefaktorer

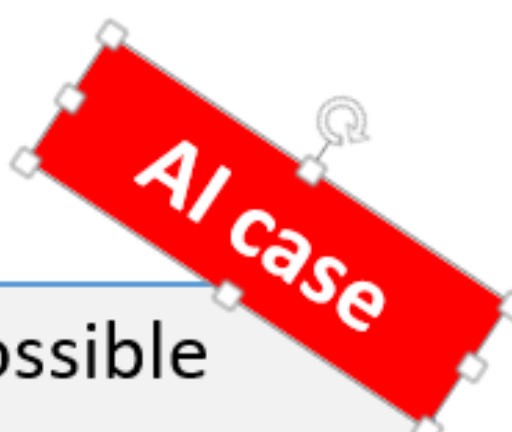
– hvor teknologi er tilgjengelig for alle



Vil forsikringsmarkedet en gang i fremtiden ende opp som et eget handelsmarked hvor risikoer selges og kjøpes?

AI dynamic real-time pricing

- **Fully automated self-learning** advanced analytics algorithms which price/underwrite **any or most risks** in **real-time** based on continuously updated **input data**
- Pricing/underwriting **strategy and tactics** are **built into the algorithms** and continuously evaluated and adjusted by human and machine

- 
- Is today technically possible
 - Most markets are not yet ready (for many years?)
 - Customers behaviour will influence
 - ML/AI models still don't outperform human based UW
 - Future DISRUPTION: A corner stone for a trade market of continuously buying/selling insurance risks/portfolios

Fremtind

Fremtind

TAKK FOR MEG 😊