

---

# Melding av foretakssammenslutning

---

## **Storebrand Forsikring AS'**

ervert av kontroll over

## **Din Salgskonsulent AS**

---

24. november 2023

OFFENTLIG VERSJON

## 1 OPPSUMMERING

Foretakssammenslutningen gjelder Storebrand Forsikring AS (heretter omtalt som "**Storebrand Forsikring**") sitt planlagte erverv av enekontroll over forsikringsagenten Din Salgskonsulent AS, (heretter omtalt som "**DS**") ("**Transaksjonen**"). Storebrand Forsikring har konsesjon som skadeforsikringsforetak og tilbyr skadeforsikringsprodukter til privatmarkedet i Norge, samt enkelte næringsforsikringer til små og mellomstore bedrifter. DS er en forsikringsagent som formidler produkter innenfor skade- og livsforsikring i Norge som agent for Storebrand Forsikring og andre selskaper i Storebrand-konsernet (heretter omtalt som "**Storebrand**").

Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

Storebrand produserer og selger ulike typer forsikring som nærmere beskrevet i kapittel 4, og er aktiv i de relevante forsikringsmarkedene som nærmere beskrevet i kapittel 5.

DS er en forsikringsagent som formidler forsikringsprodukter der Storebrand er forsikringsgiver. Som forsikringsagent handler DS fullt og helt på Storebrands ansvar for de forsikringene som formidles. Sluttkundene inngår forsikringsavtale direkte med Storebrand, ikke med DS. Dette innebærer at DS ikke har noen omsetning eller tilstedeværelse i de forsikringsmarkedene der Storebrand operer. DS har kun omsetning knyttet til salg av formidlingstjenester til Storebrand, og opererer i et oppstrømsmarked i forhold til Storebrand.

Foretakssammenslutningen medfører følgelig en vertikal integrasjon mellom Storebrand som produsent av forsikringsprodukter, og DS som leverandør av forsikringsformidlingstjenester.

Storebrand tilbyr ikke forsikringsformidlingstjenester i markedet, og det foreligger derfor ingen horisontalt overlappende relevante markeder i Transaksjonen. Omsetning i forsikringsmarkedene generert gjennom DS' formidlingstjenester må allerede før gjennomføring av Transaksjonen tilskrives Storebrands omsetning og markedsandeler i forsikringsmarkedene.

Det oppstår heller ingen vertikale effekter som følge av Transaksjonen.

Forsikringsformidling er et lite konsentrert marked med en rekke aktører og lave etableringshindringer. DS' andel av et marked snevert avgrenset til kun å omfatte forsikringsagenter estimeres til maksimalt å være ■■■ prosent. Tilgangen til aktører som tilbyr slike tjenester er god, og Storebrand Forsikrings overtagelse av kontroll over DS vil derfor ikke forhindre Storebrands konkurrenter i forsikringsmarkedene i å skaffe seg de formidlingstjenester de måtte ha behov for. Det oppstår derfor ingen nedstrøms utestengende effekter.

Det oppstår heller ingen oppstrøms utestengende effekter. Både før og etter gjennomføring av Transaksjonen formidler DS kun produkter fra Storebrand, og Transaksjonen vil derfor ikke ha noen praktisk innvirkning på andre forsikringsagenters tilgang til forsikringssselskaper som potensielle kunder for agentenes tjenester. Storebrand benytter for øvrig også flere andre forsikringsagenter enn DS.

Videre er Storebrands markedsandeler innen både skadeforsikring og livsforsikring i hovedsak beskjedne til moderate, og ingen forsikringsformidlere er derfor avhengige av å være agent for Storebrand for å drive sin virksomhet. Det alt vesentlige av DS' virksomhet gjelder formidling av

skadeforsikring til personkunder, der Storebrand kun har beskjedne markedsandeler. Kun innenfor ett av en rekke snevert avgrensede hypotetiske markeder har Storebrand en andel på over 30 prosent. Det gjelder produktet kollektiv skadeforsikring av kritisk sykdom, som tilbys til bedriftskunder, en forsikringstype som Storebrand i det alt vesentlige selger gjennom eget salgsapparat (ikke gjennom DS eller andre agenter). Dette produktet har derfor begrenset relevans for vurderingen av den vertikale relasjonen til DS.

Foretakssammenslutningen vil på denne bakgrunn ikke virke konkurransebegrensende i noe relevant marked.

## 2 KONTAKTINFORMASJON

### 2.1 Foretak som erverver kontroll

Navn: Storebrand Forsikring AS  
Org.nr.: 930 553 506  
Adresse: Postboks 500, 1327 Lysaker

### 2.2 Representant

Navn: Wikborg Rein Advokatfirma AS  
Kontaktperson: Eivind Stage  
Adresse: Postboks 1233 Sentrum, 5811 Bergen  
Telefonnummer: +47 55 21 52 15  
E-post: est@wr.no

### 2.3 Målvirksomhet

Navn: Din Salgskonsulent AS  
Org.nr.: 918 859 985  
Adresse: Fossegrenda 7, 7038 Trondheim

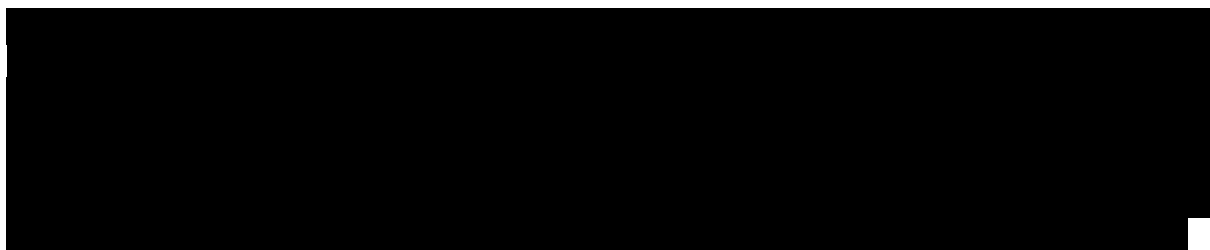
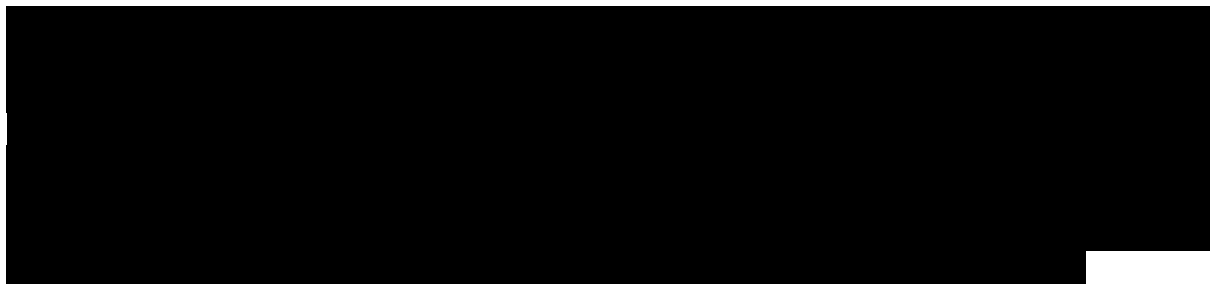
## 3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMENSLUTNINGEN

### 3.1 Nærmere om Transaksjonen

Storebrand Forsikring og eierne av DS (heretter omtalt som "**Selgerne**") inngikk 9. juni 2023 avtale om at Storebrand Forsikring skal erverve kontroll over DS gjennom kjøp av aksjer i selskapet.

Transaksjonsavtalen følger vedlagt som:

**Bilag 1:** Aksjekjøpsavtale datert 9. Juni 2023 med vedlegg



Transaksjonen er planlagt gjennomført så snart DS har avlagt årsregnskap for 2023, tentativt i februar/mars 2024.

### **3.2 Rasjonalet for Transaksjonen**



### **3.3 Myndighetsgodkjenning**

Gjennomføring av foretakssammenslutningen er blant annet betinget av godkjenning fra Konkurransetilsynet. Transaksjonen er ikke meldepliktig til andre konkurransemyndigheter.

## **4 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAK**

### **4.1 Storebrand ASA og Storebrand Forsikring AS**

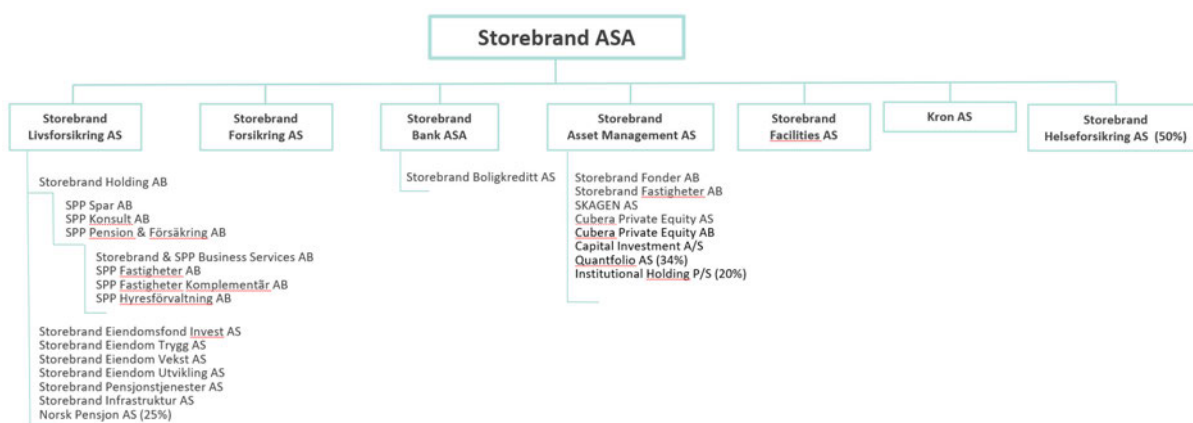
#### *4.1.1 Storebrand ASA*

Storebrand ASA ("**Storebrand**") er holdingselskapet i Storebrand-konsernet, som tilbyr pensjons-, kapitalforvaltnings-, spare-, forsikrings- og bankprodukter til privatpersoner, bedrifter og offentlige virksomheter. Storebrand er notert på Oslo Børs og har en spredt aksjonærstruktur. Selskapet eies av tilnærmet i overkant av 40 000 aksjonærer (herunder institusjonelle aksjonærer, selskaper og

privatpersoner). De ti største aksjonærene i Storebrand utgjør rundt 32 % av eierandelen i aksjene. Folketrygdfondet er største aksjonær i Storebrand med en eierandel på ca. 10 %.<sup>1</sup>

De største operative datterselskapene i Norge er Storebrand Livsforsikring AS, Storebrand Forsikring AS, Storebrand Bank ASA, Storebrand Asset Management AS ("SAM"), Storebrand Facilities AS, og Storebrand Helseforsikring AS (50% eierandel).<sup>2</sup> Storebrand har hovedkontor på Lysaker i Bærum, og hadde ved utgangen av 2022 omtrent 2 161 ansatte. Storebrand er medlem av bransjeorganisasjonen FNO.

En overordnet oversikt over konsernets juridiske struktur pr. 1. september 2023 er inntatt nedenfor:



Storebrand har virksomhet innen pensjon, livsforsikring, skadeforsikring, bank og kapitalforvaltning. Virksomhetsområdene er organisert i egne datterselskaper:

- **Forsikring og pensjon:** Gjennom det heleide datterselskapet Storebrand Livsforsikring AS, har Storebrand virksomhet innen livsforsikring og pensjon, herunder tilbud om fondssparing med forsikringselement og IPS. Videre tilbyr Storebrands heleide datterselskap Storebrand Forsikring AS skadeforsikringer, verdiforsikringer m.m., og Storebrand Helseforsikring AS (50% eierandel) behandlingsforsikring i bedrifts- og privatmarkedet i Norge og Sverige. Gjennom det heleide datterselskapet SPP Pension & Försäkring AB har Storebrand virksomhet innen livsforsikring og pensjon i Sverige.
- **Banktjenester:** Konsernets virksomhet innen banktjenester, herunder boliglån, kontoprodukter, betalingstjenester og usikrede lån til personkunder, samt investeringsrådgivning og ordreforvaltning til personkunder og bedriftskunder drives av det heleide datterselskapet Storebrand Bank ASA. Storebrand Bank ASA distribuerer fond gjennom ASK og handlekonto på vegne av Storebrand Asset Management AS i tillegg til spareprodukter med forsikringselement, inkludert IPS, på vegne av Storebrand Livsforsikring AS.
- **Kapitalforvaltning:** Storebrands kapitalforvaltningsvirksomhet omfatter selskapene SAM, Skagen AS, Cubera Private Equity AS, Storebrand Fonder AB, Storebrand Fastigheter AB,

<sup>1</sup> Storebrand ASA, Årsrapport 2022, side 102.

<sup>2</sup> Storebrand Helseforsikring AS er eid med 50 % hver av henholdsvis Storebrand ASA og Ergo International AG. For ordens skyld gjøres oppmerksom på at Storebrands 50 % andel er avtalt solgt til den andre eieren, Ergo International AG, se forenklet melding til Konkurransetilsynet, datert 5. oktober 2023. Etter planen vil Storebrand fortsette som distributør av selskapets forsikringer etter salget er gjennomført (tentativt i første kvartal 2024).

Capital Investment A/S, og deres datterselskaper . Virksomhet innen kapitalforvaltning i Norge, herunder fondssparing i ASK drives hovedsakelig av det heleide datterselskapet SAM,<sup>3</sup> som er et forvaltningsselskap for verdipapirfond ("fond") og andre investeringsfond med gjeldende forvaltningskonsesjon. SAM forvalter også visse pensjonsmidler for Storebrand Livsforsikring AS. Virksomheten innenfor kapitalforsikring omfatter også utvikling og utleie av eiendom gjennom Storebrand Eiendom, som er en del av SAM. Storebrands eiendomsportefølje omfatter blant annet eiendom i Vika og på Økern i Oslo, Holmen i Nesbru og City Syd i Trondheim. Storebrand tilbyr også eiendom som investeringsklasse for institusjonelle kunder gjennom Storebrand Eiendomsfond Norge KS.

En komplett oversikt over selskaper i Storebrand er tatt inn som **Bilag 2**.

Den foreliggende foretakssammenslutningen berører kun virksomheten innen forsikring (skadeforsikring og rene risikoprodukter innen livsforsikring) i Norge. Det vil i det videre følgelig redegjøres nærmere for Storebrand Forsikring AS, Storebrand Livsforsikring AS og Storebrand Helseforsikring AS. Konsernets øvrige virksomhet, herunder innenfor tradisjonelle banktjenester og kapitalforvaltningsvirksomhet, vil ikke beskrives nærmere.

Nærmere informasjon om Storebrand finnes på <https://www.storebrand.no/om-storebrand/>.

#### 4.1.2 Storebrand Forsikring AS

Storebrand Forsikring har konsesjon som skadeforsikringsforetak og tilbyr standard skadeforsikringsprodukter til privatmarkedet i Norge, samt enkelte næringsforsikringer til små og mellomstore bedrifter. Forsikringsproduktene som tilbys inkluderer reiseforsikring, ansvarsforsikring til næring (primært SMB), motorvognforsikring både til privat- og næring, tings- og eiendomsforsikring til privat- og næring og personforsikring (primært ulykkesforsikring).

Selskapet har hovedkontor i Professor Kohts vei 9 på Lysaker i Bærum. Ved utgangen av 2022 hadde selskapet rundt 230 000 kunder, 680 000 poliser, en bestandspremie på 2,9 milliarder kroner og 243 ansatte.

#### 4.1.3 Storebrand Livsforsikring AS

Storebrand Livsforsikring AS ("**Storebrand Livsforsikring**") har konsesjon som livsforsikringsforetak og leverer livsforsikring i Norge. Selskapet tilbyr et vidt spekter av produkter innenfor tjenstepensjon, privat pensjonssparing, personrelaterte skadeforsikringer (dekning ved ulykke og sykdom) og livsforsikring (dekning ved død og uførhet) til bedrifter, kommuner, offentlige virksomheter og privatpersoner.

Selskapet har hovedkontor på Lysaker i Bærum, og kontorer i Bergen, Stavanger, Trondheim og Kristiansand. Ved utgangen av 2022 hadde selskapet 869 ansatte.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> SAM tilbyr også ASK gjennom sitt datterselskap Skagen AS. Til informasjon er Skagen AS besluttet innfusjonert i SAM.

<sup>4</sup> Storebrand Livsforsikring AS, Årsrapport 2022, side 35.

Storebrand Livsforsikring har flere heleide datterselskaper, hvorav de sentrale norske er Storebrand Infrastruktur AS, Storebrand Pensjonstjenester AS, Storebrand Eiendom Trygg AS, Storebrand Eiendom Vekst AS, Storebrand Eiendomsfond Invest AS og Storebrand Eiendom Utvikling AS.<sup>5</sup>

Storebrand Livsforsikring har i tillegg eierandeler på 31,1 % og 27 % i henholdsvis Pensjonskontoregisteret AS og i Norsk Pensjon AS. Selskapene eies og drives av aktørene i bransjen, og har som formål å samle informasjon om pensjonssparing for pensjonskundene og forenkle flytt av pensjonssparing mellom ulike aktører. I tillegg eier Storebrand Livsforsikring 34 prosent i Storebrand Eiendomsfond Norge KS ved direkte eierandeler, samt gjennom sitt heleide datterselskap Storebrand Eiendomsfond Invest AS.

#### 4.1.4 Storebrand Helseforsikring AS

Storebrand Helseforsikring AS ("**Storebrand Helseforsikring**") er 50 prosent eid av henholdsvis Storebrand ASA og Ergo International AG. Selskapet tilbyr forsikring mot kostnader til medisinsk behandling i bedrifts- og privatmarkedet i Norge og Sverige, og har sitt hovedkontor i Professor Kohts vei 9 på Lysaker i Bærum. Selskapet driver sin virksomhet gjennom hovedkontoret i Norge og via filialen i Sverige.

For ordens skyld gjøres oppmerksom på at Storebrands 50 % andel er avtalt solgt til den andre eieren, Ergo International AG, se forenklet melding til Konkurransetilsynet, datert 5. oktober 2023. Konkurransetilsynet har avsluttet behandlingen av den transaksjonen uten inngrep. Etter planen vil Storebrand fortsette som distributør av selskapets forsikringer etter salget er gjennomført (tentativt i første kvartal 2024).

## 4.2 Din Salgskonsulent

Din Salgskonsulent er et norsk forsikringsagentforetak stiftet i 2008. Selskapet innehar konsesjon til å drive forsikringsformidling (som forsikringsagent, jf. forsikringsformidlingsloven § 3-4) og er registrert som forsikringsagentforetak i Finanstilsynets virksomhetsregister. Som forsikringsagent for Storebrand Forsikring, Storebrand Livsforsikring, og Storebrand Helseforsikring omfatter Selskapets virksomhet formidling av skade- og livsforsikring til privatpersoner og bedrifter i Norge, utelukkende på vegne av Storebrand. DS opererer som en ekte agent i konkurranselovens forstand, hvilket innebærer at Selskapet handler fullt og helt på Storebrands ansvar for de forsikringene som formidles. I alle tilfeller der DS formidler Storebrand-produkter til kunder inngår kunden avtale direkte med Storebrand.

Selskapet formidler en rekke ulike typer skade- og livsforsikring. Det vesentlige av forsikringene DS formidler er skadeforsikringer, mens livsforsikring kun utgjør en liten del. DS formidler ingen pensjonsprodukter eller spareprodukter.

I "privatmarkedet" (individuelle forsikringer til privatpersoner) formidler DS de fleste alminnelige skadeforsikringer samt personforsikringene kritisk sykdom og barneforsikring. I tillegg formidler DS livsforsikring (dødsfalls- og uføreforsikring). I "bedriftsmarkedet" inngår ulike næringsforsikringer knyttet til tingsskade og -ansvar, personrelaterte skadeforsikringer knyttet til ulykke, sykdom og behandling, samt livsforsikring (bla. gruppeliv).

---

<sup>5</sup> Storebrand Livsforsikring AS, Årsrapport 2022, side 8 og 140.



Selskapets hovedkontor er lokalisert i Trondheim. I tillegg har selskapet avdelingskontor lokalisert i Tromsø, Gjøvik, Bergen og Oslo. Ved utgangen av 2022 var det registrert 131 ansatte.<sup>6</sup> Din Salgskonsulent har ingen datterselskaper.

Din Salgskonsulent er ikke medlem av noen bransjeorganisasjoner.

#### 4.3 Omsetning og driftsresultat

Nedenfor følger en oversikt over partenes omsetning og driftsresultat i Norge for 2022:

Involverte foretak	Omsetning (MNOK)	Driftsresultat (MNOK)
Storebrand ASA <sup>7</sup>	34 892	2 390
Din Salgskonsulent AS	115	12

Omsetning og driftsresultat for 2022 er hentet fra konsernregnskapet til Storebrand og årsregnskapet til Din Salgskonsulent, se hhv. **Bilag 3** og **Bilag 4**.

## 5 RELEVANTE MARKEDER

### 5.1 Innledning og oversikt over relevant markeder – ingen overlappende virksomhet

EU-kommisjonen ("Kommisjonen") har i tidligere praksis fra forsikringssektoren skilt mellom tre overordnede kategorier innen markedet for forsikring; (i) livsforsikring; (ii) skadeforsikring; og (iii) reassurans/gjenforsikring.<sup>8</sup> Som nevnt ovenfor er Storebrand et fullsortiments skade- og livsforsikringsselskap. Storebrand har således virksomhet innen de to førstnevnte delmarkedene.

På sin side produserer imidlertid ikke DS egne forsikringsprodukter. Virksomheten går utelukkende ut på å formidle forsikringsprodukter på vegne av Storebrand og selskapet handler fullt og helt på Storebrands ansvar for de forsikringene som formidles, slik at forsikringsavtalene inngås direkte mellom kunden og Storebrand. Følgelig er det ingen horisontalt overlappende virksomhet mellom partene på det overordnede markedet for forsikring, heller ikke i noen av de nevnte delmarkedene.

Innen forsikringssektoren har Kommisjonen også identifisert et eget marked for *formidling av forsikring*.<sup>9</sup> Markedet for forsikringsformidling omfatter formidlingsvirksomhet foretatt av eksterne salgskanaler slik som forsikringsagenter og forsikringsmeglere, dvs. henholdsvis, formidling av forsikring på vegne av forsikringsselskaper, og rådgivning overfor kunder om forsikringsløsningene som er tilgjengelige i markedet. Kommisjonen la til grunn at forsikringsselskapenes egen salgs- og distribusjonsvirksomhet, som selger direkte til sluttkundene, faller utenfor formidlingsmarkedet, ettersom denne virksomheten

<sup>6</sup> Din Salgskonsulent, Årsrapport 2022, side 15.

<sup>7</sup> Omsetning er oppgitt som brutto forfalt premie i Norge. Det vises til særreglene som gjelder for beregning av relevant omsetning for forsikringsselskaper, som fremgår av EU-kommisjonens konsoliderte jurisdiksjonsmeddelelse avsnitt 214. Meddelelsen gir anvisning på at tegnede bruttopremier anses som relevant omsetning. Driftsresultat er oppgitt som resultat av teknisk regnskap. Storebrand hadde i tillegg annen omsetning (utleie av eiendom og bankvirksomhet) på MNOK 5 626.

<sup>8</sup> Se f.eks. sak M.8617 – *Allianz / LV General Insurance Businesses*, avsnitt 8, med videre henvisninger.

<sup>9</sup> *Ibid.*, avsnitt 22.



utgjør en uatskillelig del av forsikringsselskapenes alminnelige virksomhet.<sup>10</sup> Som skissert ovenfor opptrer DS som forsikringsagent, og tilbyr tjenester innen markedet for formidling av forsikring.

På sin side tilbyr ikke Storebrand forsikringsformidlingstjenester slik som tilbys av DS. Konserninterne selskaper i Storebrand som rent forsikringsteknisk er agent for Storebrands forsikringsselskaper, for eksempel Storebrand Bank ASA, tilbyr ikke agenttjenester i markedet, og må i tråd med Kommisjonens praksis anses som en del av forsikringsselskapenes alminnelige virksomhet. Følgelig er det heller ingen horisontal overlapp mellom partene på markedet for forsikringsformidling. I lys av forholdet mellom Storebrand som produsent av forsikringsprodukter og DS som leverandør av forsikringsformidlingstjenester til Storebrand, har partene aktivitet i markeder som er vertikalt forbundet med hverandre. Hvert av markedene gjøres nærmere rede for i det følgende.

## 5.2 Forsikringsmarkedet

### 5.2.1 Markedet for skadeforsikring

Kommisjonen har behandlet en rekke saker innenfor det overordnede skadeforsikringsmarkedet, og lagt til grunn at det i utgangspunktet kan eksistere et eget produktmarked for hver ulik type skadeforsikring, som følge av manglende etterspørselssubstitusjon mellom forsikring av ulike typer risiko. Kommisjonen har imidlertid også anerkjent at det er sterk tilbudssidesubstitusjon i forsikringssektoren, herunder i markedet for skadeforsikring, ettersom betingelsene for forsikring av forskjellige typer risiko er relativt like og de fleste store forsikringsselskaper tilbyr flere typer produkter.<sup>11</sup> På denne bakgrunn har Kommisjonen gitt uttrykk for at det vil kunne være mer korrekt å avgrense videre markeder, men har holdt den endelige markedsavgrensningen åpen. Den nøyaktige avgrensningen av skadeforsikringsmarkedet er også blitt vurdert ulikt fra sak til sak, ettersom det er sett hen til segmentering i henhold til nasjonale forsikringsklasser og praksis fra nasjonale regulatoriske myndigheter.

Konkurransetilsynet har i sin tidligere praksis gitt uttrykk for at det må skilles mellom skadeforsikring til private husholdninger og bedrifter.<sup>12</sup> I likhet med Kommisjonen har tilsynet videre uttalt at det vil være naturlig å avgrense et eget relevant marked for hver ulik type skadeforsikring, men viser også til at det eksisterer tilbudssubstitusjon, særlig for de store selskapene.<sup>13</sup> På denne bakgrunn har tilsynet identifisert følgende mulige produktmarkeder:

- Motorvognforsikringer privat
- Motorvognforsikringer næringsliv
- Brann/kombinert privat
- Brann/kombinert næringsliv
- Yrkesskadeforsikringer

---

<sup>10</sup> Se sak M.4284 - AXA/Winterthur, avsnitt 15.

<sup>11</sup> Se f.eks. sak M.8617 – Allianz / LV General Insurance Businesses, avsnitt 9, med videre henvisninger.

<sup>12</sup> Konkurransetilsynets brev til If Skadeforsikring av 12. mars 2004, sak 2002/1003, se også Konkurransetilsynet Skriftserie 2/2006 – Rapport om skadeforsikring Konkurransetilsynet Skriftserie 2/2006 – Rapport om skadeforsikring, side 11 (tilgjengelig her: <https://konkurransetilsynet.no/wp-content/uploads/2018/08/rapport-om-skadeforsikring.pdf>)

<sup>13</sup> Konkurransetilsynet Skriftserie 2/2006 – Rapport om skadeforsikring Konkurransetilsynet Skriftserie 2/2006 – Rapport om skadeforsikring, side 11.

Storebrand er av den oppfatning at markedet for skadeforsikring omfatter alle typer skaderisiko, herunder tingsskade, ansvar og personskade og -sykdom. Dette fordi forsikringsvilkårene er forholdsvis like, og fordi en rekke aktører i markedet, både store og små, tilbyr en rekke ulike forsikringsprodukter. Skadeforsikringer selges også i stor grad samlet, og konkurransen mellom selskapene handler dermed også i en viss grad om å vinne kunden snarere enn om salg av enkeltforsikringer. Dette indikerer at det eksisterer et overordnet marked for skadeforsikring, uavhengig av risikotype. En aktør som ikke tilbyr et bestemt forsikringsprodukt vil også forholdsvis enkelt kunne fremskaffe nødvendig kompetanse og ressurser for å utvide sitt tilbud til andre skadeforsikringsprodukter som reaksjon på en varig prisøkning. Selv om de ulike forsikringstypene ikke er substituerbare fra forbrukernes perspektiv, er det således en betydelig grad av tilbudssubstitusjon i markedet.

Det er imidlertid ikke nødvendig for Konkurransetilsynet å ta endelig stilling til markedsavgrensningen for å vurdere denne Transaksjonen. Som det vil fremgå nedenfor i kapittel 6, vil Transaksjonen uavhengig av den konkrete markedsavgrensning ikke ha noen negative konkurransemessige virkninger.

Hva gjelder den geografiske avgrensningen av skadeforsikringsmarkedet har Konkurransetilsynet tidligere funnet gode grunner til at markedet for de fleste forsikringsprodukter anses å være nasjonalt.<sup>14</sup> Kommisjonen har også konsekvent ansett markedet for skadeforsikring som nasjonalt i utstrekning.<sup>15</sup> Kommisjonen har begrunnet den nasjonale avgrensningen i bl.a. fiskale begrensninger som eksempelvis minstekrav til egenkapital og ulikheter knyttet til regulatoriske regelverk samt behovet for lokale salgsnettverk og oppgjørsfunksjoner.<sup>16</sup> Nasjonal tilstedeværelse vil særlig være av betydning i privatsegmentet. Ettersom Storebrand primært tilbyr skadeforsikringsprodukter til private, samt til små og mellomstore bedrifter i Norge, legges det for denne meldingen til grunn et nasjonalt marked.

### 5.2.2 *Markedet for livsforsikring*

Innenfor det overordnede markedet for livsforsikring har Kommisjonen ut fra et etterspørselsperspektiv vurdert å skille mellom følgende hovedsegmenter: i) rene risikoprodukter, ii) pensjonsprodukter, og iii) spare- og investeringsprodukter. Innen livsforsikringsprodukter er det også vurdert å skille mellom individuelle (solgt til privatpersoner) og kollektive (solgt til bedrifter), samt mellom produkter med og uten investeringsvalg. Imidlertid har Kommisjonen anerkjent at det er forholdsvis like rammevilkår for å tilby livsforsikring innen de ulike segmentene, og at de fleste større forsikringselskaper er aktive innen flere risikotyper. Dette tilsier ut fra et tilbudssubstitusjonsperspektiv at de ulike typene livsforsikring inngår i det samme relevante markedet.<sup>17</sup> Kommisjonen har derfor ikke trukket en endelig konklusjon om den eksakte produktmarkedsavgrensningen. Storebrand er heller ikke kjent med at Konkurransetilsynet i nyere praksis har endelig stilling til markedsavgrensningen innen livsforsikring.

DS formidler kun rene risikoprodukter, og har ingen salg av pensjonsprodukter eller spareprodukter. Det vil si at når DS selger slike rene risikodekninger gjøres det som "stand-alone"-salg, uten tilknytning til andre liv- og pensjonsprodukter som for eksempel innskuddspensjon og spareordninger med forsikringselement. For denne meldingens formål er det derfor mest hensiktsmessig å undersøke et

---

<sup>14</sup> Konkurransetilsynets rapport om skadeforsikring 2/2006.

<sup>15</sup> Se f.eks. sak M.8617 – *Allianz / LV General Insurance Businesses*, avsnitt 12, med videre henvisninger.

<sup>16</sup> Se f.eks. sak COMP/M.5925 – *Metlife/Alico/Delam*, avsnitt 15, med videre henvisninger.

<sup>17</sup> Se f.eks. sak M.4844 – *Fortis/ABN Amro Assets*, avsnitt 71.

hypotetisk marked for rene risikoprodukter innen livsforsikring, siden Storebrands øvrige virksomhet innen et overordnet marked for livsforsikring foregår uten noen relasjon til DS.

I segmentet for rene risikoprodukter inngår de individuelle livsforsikringene dødsforsikring og uføreforsikring, og bedriftsbetalte livsforsikringer (kollektive forsikringer), dvs. ulike typer gruppelivsforsikring.

Det kan også vurderes om slike livsforsikringer ut fra tilbudssubstitusjonsbetraktninger inngår i samme marked som skadeforsikring, ettersom selskaper med konsesjon til å tilby skadeforsikring på nærmere vilkår fastsatt i finansforetaksloven § 2-14 annet ledd kan levere personforsikringer som er rene risikoforsikringer, og som må regnes som livsforsikring. Det er imidlertid ikke nødvendig for Konkurransetilsynet å ta endelig stilling til markedsavgrensningen for å vurdere denne Transaksjonen. Som det vil fremgå nedenfor i kapittel 6, vil Transaksjonen uavhengig av den konkrete markedsavgrensning ikke ha noen negative konkurransemessige virkninger.

### 5.2.3 Oppsummering

Storebrand har virksomhet innen hovedsegmentene skadeforsikring og livsforsikring. Det er vertikal overlapp med DS for de fleste skadeforsikringsprodukter, samt for rene risikoprodukter innen livsforsikring. Som nevnt ovenfor kan det vurderes om sistnevnte kategori inngår i et videre skadeforsikringsmarked. Det har imidlertid ingen betydning for Konkurransetilsynets vurdering om disse vurderes som livsforsikring eller skadeforsikring, eller om Storebrands markedsposisjon vurderes i lys av en videre eller snevrere markedsavgrensning. For å opplyse saken vil det uansett oppgis markedsandeler for Storebrand innen de ulike aktuelle segmentene basert på tilgjengelige data fra Finans Norges ("**FNO**") premiestatistikk.

## 5.3 Markedet for forsikringsformidling

Kommisjonen har behandlet forsikringsformidlingsmarkedet i en rekke saker og har lagt til grunn at det i utgangspunktet kan eksistere et eget produktmarked for hver ulik hovedtype forsikring – herunder skadeforsikring, livsforsikring og gjenforsikring – avhengig av regulatoriske forskjeller fra land til land. Ifølge Kommisjonen kan de regulatoriske forskjellene tenkes å påvirke blant annet hvilke aktører som har konsesjon til å formidle de ulike typene forsikringsprodukter, samt hvilke kundegrupper de ulike aktørene har konsesjon til å formidle til (eller på vegne av), eksempelvis privatkunder eller bedriftskunder. Kommisjonen har imidlertid latt den endelige markedsavgrensningen stå åpen.

Storebrand er av den oppfatning at markedet for forsikringsformidling omfatter alle typer forsikring. Til forskjell fra tidligere saker hvor Kommisjonen har vurdert å segmentere markedet på bakgrunn av type forsikring, er det i Norge ingen regulatoriske forskjeller mellom formidling av eksempelvis skadeforsikring og livsforsikring. Aktører som innehar den nødvendige konsesjonen som forsikringsformidler etter forsikringsformidlingsloven, har konsesjon til å formidle samtlige typer forsikring.

Videre er det ingen regulatoriske forskjeller som gjelder for de ulike aktørene som driver formidlingsvirksomhet, heller ikke for salg av de ulike typer forsikring som selges til ulike kundegrupper (dvs. privatkunder vs. bedriftskunder). Selv om det er noe variasjon i hvilke aktører som typisk formidler de forskjellige forsikringstypene/forsikringsproduktene, samt noe variasjon i hvilken type kunder som typisk kjøper de forskjellige forsikringstypene/forsikringsproduktene, er det ingen regulatoriske hindre for at samtlige aktører registrert som forsikringsformidlere i Finanstilsynets virksomhetsregister står fritt til å formidle alle typer forsikring, til alle typer kunder.

I den grad ulike aktører formidler ulike typer forsikring synes det å bero på hvilket forsikringssselskap de har inngått avtale med – typen forsikringer agenten formidler speiler tilbudet til prinsipalen. Følgelig ser ikke melder grunn til å segmentere markedet etter type forsikring. Som nærmere beskrevet i kapittel 6 nedenfor foreligger det heller ikke offentlig tilgjengelig statistikk som viser hvilke hovedkategorier forsikring de ulike aktørene i markedet formidler. Melder legger således i utgangspunktet til grunn et vidt marked for forsikringsformidlingsvirksomhet som omfatter forsikringsformidling av alle typer forsikring.

Det kan videre vurderes om formidlingsvirksomhet foretatt av forsikringsmeglere bør skilles fra formidlingsvirksomhet foretatt av formidlingsagenter idet agenter og meglere yter formidlingstjenesten på vegne av henholdsvis forsikringsgiver og forsikringstaker. I tillegg kreves det forskjellige typer konsesjon for henholdsvis agenter og meglere, som ikke kan innehas av en og samme aktør samtidig. Imidlertid stiller forsikringsformidlingsloven vesentlig de samme kravene til både meglere og agents formidlingsvirksomhet. Med unntak av visse særlige krav til forsikringsmeglerforetak, stilles det samme kvalifikasjonskrav og virksomhetskrav til megler- og agentforetak.<sup>18</sup> Det gjelder dessuten samme forsikringsplikt for både meglere og agenter. Kjerneaktiviteten går i praksis ut på det samme (salg av forsikring) for begge typer forsikringsformidlere. Tilbudssubstitusjonsbetraktninger tilsier derfor at begge typer formidling inngår i samme relevante marked.

For behandlingen av denne foretakssammenslutningen er det ikke nødvendig for Konkurransetilsynet å ta endelig stilling til markedsavgrensningen, da saken ikke reiser konkurransemessige utfordringer, selv om markedet skulle avgrenses snevrest mulig til kun å omfatte forsikringsagenter. For å vise at Transaksjonen er konkurransemessig uproblematisk selv med en snever avgrensning av formidlingsmarkedet vil det for denne meldingens formål fokuseres på agentvirksomhet.

Hva gjelder den geografiske avgrensningen av skadeforsikringsmarkedet har Kommisjonen tidligere funnet gode grunner til at markedet for forsikringsformidling er nasjonalt i utstrekning, tatt i betraktning de regulatoriske forskjellene som foreligger fra land til land.

## **6 KONKURRANSEANALYSE**

### **6.1 Innledning**

Som nevnt har partene i Transaksjonen aktivitet i markeder som er vertikalt forbundet med hverandre. Dette følger av forholdet mellom Storebrand som produsent av forsikringsprodukter og DS som leverandør av forsikringsformidlingstjenester. Selv om DS som agent har direkte kontakt med sluttkundene i forsikringsmarkedet, er agenttjenesten en innsatsfaktor i Storebrands virksomhet. Vi vil derfor behandle agentmarkedet som "oppstrøms" og forsikringsmarkedene som "nedstrøms" i konkurranseanalysen.

Som det vil fremgår nedenfor har ingen av partene en markedsandel som overstiger 30 prosent i de relevante markedene, jf. konkurranseloven § 18 a. bokstav e) og f). Kun innen et hypotetisk relevant marked innenfor skadeforsikring, segmentet for kollektiv skadeforsikring av kritisk sykdom, vil Storebrand ha en markedsandel på over 30 prosent (36,3 prosent). Med henvisning til beskrivelsen av skadeforsikringsmarkedet i punkt 5.2.1 ovenfor mener Storebrand at det ikke er grunnlag for å avgrense

---

<sup>18</sup> Forskringsformidlingslovens § 8-4.

det relevante markedet så snevert. Følgelig er det heller ingen risiko for at Transaksjonen vil kunne gi noen vertikale effekter, og følgelig heller ikke i betydelig grad vil kunne hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

I det følgende vil vi gi nærmere informasjon om konkurransesituasjonen i de relevante oppstrøms- og nedstrømsmarkedene, herunder om partenes respektive markedsposisjoner, samt deres viktigste konkurrenter, kunder og leverandører, jf. konkurranseloven § 18 a. bokstav f).

## 6.2 Nærmere om forsikringsmarkedet

### 6.2.1 Markedsandeler og markedsstruktur

For å belyse Storebrands markedsandeler innen de relevante forsikringsmarkedene har vi tatt utgangspunkt i FNOs premiestatistikk for 2022.

Innen skadeforsikring er Storebrand en relativt liten aktør, med en markedsandel på ca. 5 prosent i det overordnede markedet, og henholdsvis 6,5 og 2,8 prosent innen privat- og bedriftssegmentet. De største aktørene og deres markedsandeler er: Gjensidige (26 prosent), If Skadeforsikring (21 prosent), Tryg (14 prosent) og Fremtind (14 prosent). I tillegg er det en rekke andre aktører som til sammen utgjør en fjerdedel av omsetningen, deriblant Eika Forsikring (4 prosent), Frende Forsikring (3,3 prosent) KLP Skadeforsikring (2,4 prosent).

Innen skadeforsikring deler FNOs premiestatistikk markedet inn i følgende hovedgrupper<sup>19</sup> med videre undersegmenter for henholdsvis privat (individuell) og næring (kollektiv):

- Landbasert forsikring totalt
- Motorvogn totalt
- Person- og varebil < 3,5 t
- Brann-kombinert
- Person totalt
- Spesial totalt
- Spesial – herav ansvar

Hovedgruppen 'person' deles videre inn i følgende undergrupper:

- Ulykkesforsikring
- Yrkesskadeforsikring (kun næring)
- Barneforsikring
- Kritisk sykdom
- Behandlingsforsikring

---

<sup>19</sup> For en nærmere beskrivelse av hva som inngår i de enkelte hovedgruppene, se "Tab 3" i Finans Norges premiestatistikk for skadeforsikring, tilgjengelig her: [premiestatistikk.2022q4-2.xlsx \(live.com\)](https://premiestatistikk.2022q4-2.xlsx)



Tabellene nedenfor viser Storebrands samlede årlige omsetning i 2022<sup>20</sup> (bestandspremie<sup>21</sup>) og tilhørende andeler innen ulike segmenter av skadeforsikringsmarkedet.

**Tabell 1: Storebrands andel av omsetning – skadeforsikring – ting og ansvar**

Skadeforsikring - ting og ansvar	Andel omsetning (%)			
	Type forsikring	Totalt	Privat	Næring
Landbasert forsikring		5,1	6,5	2,8
Motorvogn		5,5	6,9	1,4
Person- og varebil < 3,5 t		6,4	-	-
Brann-kombinert		3,2	5,1	0,8
Spesial		2,7	4,1	0,3
Spesial - herav Ansvar		0,4	-	-

**Tabell 2: Storebrands andel av omsetning – skadeforsikring – personforsikring**

Skadeforsikring - person	Andel omsetning (%)			
	Type forsikring	Totalt	Individuell	Kollektiv
Personforsikring		10,1	12,5	8,5
Ulykke		2,4	3,2	0,4
Yrkesskade		3,7	-	-
Barn		14,1	14,0	24,1
Kritisk sykdom		14,8	13,4	36,3
Behandling		20,6	26,4	19,6

Storebrand vil bemerke at segmentene med de høyeste andelene er knyttet til kollektive ordninger. Kollektiv barneforsikring, kollektiv kritisk sykdom og kollektiv behandlingsforsikring er i hovedsak solgt i tilknytning til Storebrands kollektive pensjonsprodukter (som tilleggsprodukter kjøpt av bedriftskunder som også har valgt Storebrand som pensjonsleverandør for sine ansatte). Individuell behandlingsforsikring er i hovedsak solgt gjennom avtalen Storebrand har med Akademikerne, hvor medlemmene kollektivt har fremforhandlet gunstige betingelser. Verken DS eller andre av Storebrands tilknyttede agenter er involvert i slikt salg. Storebrands markedsposisjon innen disse segmentene har derfor mindre relevans for relasjonen med DS.

Det skal nevnes at skadeforsikring preges av relativt lave etableringshindre, noe også antall aktører på markedet samt fremveksten av mindre aktører viser. Dette tilsier også at de regulatoriske kravene som stilles til skadeforsikringsselskapene ikke er til vesentlig hinder for nyetablering. Fremveksten av salg av forsikring via internett og andre kanaler medfører at lokal fysisk tilstedeværelse i dag er av mindre betydning. Det antas derfor at selskapene ikke er avhengig av et lokalt distribusjonsnett for å kunne konkurrere om å tilby skadeforsikring. Videre vil ikke markedsføringskostnader være noe større

<sup>20</sup> Storebrand overtok Danica Pensjonsforsikring AS i 2022. Selskapet ble innfusjonert i Storebrand Livsforsikring AS 2. januar 2023. Tallene i tabellene omfatter også Danica Pensjonsforsikring AS' omsetning i 2022.

<sup>21</sup> For forsikringsselskap benyttes normalt brutto forfalt premie for å måle omsetning, jf. Kommisjonens jurisdiksjonsmeddelelse, avsnitt 214. For skadeforsikring foreligger imidlertid kun statistikk basert på bestandspremie. "Bestandspremie" er av FNO definert som "sum av premie for forsikringene i bestanden på betraktningstidspunktet for den avtaleperioden som da gjelder. Premien som summeres er premien for forsikringene som er i kraft slik de er på betraktningstidspunktet, men til den tariffpremie som gjaldt da avtaleperioden ble påbegynt." Bestandspremien er ifølge FNO velegnet til å studere endringer i markedsandeler. Ved årets slutt vil den som regel være ganske lik den forfalte premie, som er premie ved hovedforfall.



utfordring i skadeforsikringsmarkedet enn i andre bransjer. Risikovurdering, dvs. slik at selskapene kan foreta en presis kostnadsvurdering opp mot antatt ulykkeshyppighet, er trolig det viktigste etableringshinderet for nye aktører. Imidlertid er dette hinderet løselig ved rekruttering av relevant kompetanse.

For livsforsikring har Kommisjonen som forklart ovenfor i punkt 5.2.2 vurdert å dele det overordnede markedet inn i tre hovedsegmenter. Det er kun en vertikal relasjon mellom partene knyttet til segmentet rene risikoprodukter, der Storebrand møter effektiv konkurranse særlig fra Fremtind, Gjensidige, Nordea, If, DNB, Tryg, Eika og Frende. For enkelte produkter også fra KLP og Protector.

FNOs premiestatistikk<sup>22</sup> gir ingen samlet markedsandel for rene risikoprodukter. For å belyse den vertikale relasjonen mellom partene har Storebrand identifisert følgende rene risikoprodukter i premiestatistikken, som også formidles av DS:

- Innen individuelle forsikringer
  - risikopremie død
  - risikopremie uførekapital
  - individuell uførepensjon
- Innen kollektive forsikringer
  - gruppeliv – bedrift
  - gruppeliv – privat

Tabellen nedenfor viser Storebrands samlede årlige omsetning i 2022 basert på brutto forfalt premie og tilhørende andeler innen de ulike relevante segmentene innenfor livsforsikringsmarkedet.<sup>23</sup>

**Tabell 3: Storebrands andel av omsetning – livsforsikring – rene risikoprodukter**

Livsforsikring - rene risikodekninger	Andel omsetning (%)
<i>Individuelle deknninger</i>	-
Risikopremie død	13,3
Risikopremie uførekapital	13,5
Individuell uførepensjon	10,6
<i>Kollektive forsikringer</i>	14,8
Gruppeliv – bedrift	9,6
Gruppeliv – privat	21,4

Det er noe variasjon i hvilke av produktene de ulike aktørene i markedet tilbyr, men Storebrand møter konkurranse for samtlige av disse produkttypene fra minst seks konkurrenter, med unntak av segmentet gruppeliv – privat, der kun Fremtind (44 prosent), Tryg (19,9 prosent) og Gjensidige (14,5 prosent) er til stede utenom Storebrand.

Storebrand vil også bemerke at segmentet gruppeliv – privat, der Storebrand har høyest andel, i det vesentlige kan tilskrives Storebrands avtale med foreningen Akademikerne. Salget av privat gruppelivsforsikring gjennom Akademikerne forestås Storebrand, og verken DS eller andre av

<sup>22</sup> Markedsandeler for livsforsikringsprodukter er i FNOs statistikk basert på brutto forfalt premie, jf. også fotnote 21. De rene risikoproduktene fremgår på linje 8, 9, 28 og 47-49 i statistikken, som er tilgjengelig her: [ma-2022-q4-1.xlsx \(live.com\)](#)

<sup>23</sup> Tallene inkluderer også Storebrand Danica Pensjon AS' omsetning i 2022.

Storebrands tilknyttede agenter er involvert i slikt salg. Storebrands markedsposisjon innen dette segmentet har derfor uansett mindre relevans for relasjonen med DS.

Av de øvrige segmentene er det ingen der Storebrand har størst andel av omsetningen. Topp tre aktører for de ulike risikoproduktene følger i tabellen nedenfor.<sup>24</sup>

**Tabell 4: Topp tre leverandører av rene risikoprodukter**

Livsforsikring - rene risikodekninger	Aktør (andel omsetning i %)		
<i>Individuelle deknings</i>	-	-	-
Risikopremie død	Fremtind (34,0)	Gjensidige (15,7)	Nordea (13,6)
Risikopremie uførekapital	Gjensidige (31,0)	Eika (18,0)	Storebrand (13,5)
Individuell uførepensjon	Fremtind (33,0)	Gjensidige (21,5)	Storebrand (10,6)
<i>Kollektive forsikringer</i>	Fremtind (22,0)	Gjensidige (21,7)	Storebrand (14,8)
Gruppeliv – bedrift	Gjensidige (27,6)	DNB (18,6)	Protector (11,5)
Gruppeliv – privat	Fremtind (44,0)	Storebrand (21,4)	Tryg (19,9)

Som nevnt kan rene risikoprodukter innen livsforsikring tilbys ikke bare av selskaper med livkonsesjon, også selskaper med konsesjon til å tilby skadeforsikring kan tilby disse forsikringene, jf. finansforetaksloven § 2-14 annet ledd. Eksempler på slik etablering er Gjensidige Forsikring, KLP Skadeforsikring og Protector Forsikring. Etter Storebrands oppfatning er etableringsbarrierene for å tilby rene risikoprodukter innen livsforsikring moderate.

#### 6.2.2 Viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Ettersom konkurransen innen både skadeforsikring og livsforsikring i stor grad er en konkurranse om å vinne kunden, snarere enn om salg av enkeltforsikringer, og rammevilkårene for produksjon av de ulike forsikringene er vesentlig likeartet, er det mest hensiktsmessig å oppgi de viktigste konkurrentene, kundene og leverandørene samlet for henholdsvis skadeforsikring og livsforsikring. Det oppgis kun de største kundene i bedriftssegmentet, da kundene i privatsegmentet er enkeltpersoner. For livsforsikring er det ikke mulig på en meningsfull måte å skille ut egne leverandører for rene risikoprodukter, og det oppgis derfor leverandører for livsforsikring generelt.

**Tabell 5: Storebrands viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innen skadeforsikring**

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
Gjensidige		
If Skadeforsikring		
Tryg		

<sup>24</sup> Markedsandeler er basert på FNOs premiestatistikk. Se også fotnote 22.



**Tabell 6: Storebrands viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innen livsforsikring –  
rene risikoprodukter**

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
Fremtind	[REDACTED]	[REDACTED]
Gjensidige	[REDACTED]	[REDACTED]
Nordea	[REDACTED]	[REDACTED]

### 6.3 Formidlingsmarkedet

#### 6.3.1 Markedsandeler og markedsstruktur

Forsikringsformidlingsmarkedet er meget fragmentert. Storebrand er ikke kjent med at det foreligger markedsstatistikk knyttet til formidlingsvirksomhet. Alle forsikringsformidlere er imidlertid registrert i Finanstilsynets register.<sup>25</sup> Det er registrert hele 372 foretak med konsesjon som forsikringsagentforetak, og 68 foretak med konsesjon som forsikringsmeglerforetak.<sup>26</sup> For denne meldingen vil vi fokusere på agentvirksomhet.

Basert på offentlig tilgjengelig informasjon har Storebrand estimert størrelsen på et hypotetisk marked for forsikringsagentvirksomhet. Av de 372 registrerte agentene er det nærmere 100 banker, som formidler forsikringer (såkalt "bankassuransse"). Det kan antas i det vesentlige at disse bankene formidler konserninterne forsikringer – på vegne av forsikringsselskaper i samme konsern, slik at det ikke er naturlig inkludere bankene som frie tilbydere av formidlingstjenester. Storebrand ser derfor bort fra disse agentene.

Av de ca. 275 agentene en står igjen med er ca. 240 aksjeselskaper, og ca. 35 formentlig enkeltpersonforetak. Det er stor variasjon i størrelsen på selskapene, med alt fra et par ansatte og omsetning på 2-3 millioner kroner til 65 ansatte og en omsetning på 50 millioner kroner. Det er en rekke agenter med omsetning på over 10 millioner kroner og mange med omsetning på mer enn 5 millioner kroner. Omsetning per ansatt varierer også betydelig. Mange foretak har en omsetning per ansatt på oppunder 1 million kroner, mens noen andre omsetter for flere millioner per ansatt.

Basert på sin kjennskap til markedet og offentlig tilgjengelig informasjon estimerer Storebrand at den totale omsetningen til agentene (banker ikke inkludert) er på [REDACTED]

DS er ut fra omsetning det største agentforetaket. Selskapet hadde en omsetning i 2022 på 115 millioner kroner, som tilsier en markedsandel på maksimalt [REDACTED] prosent. Som en konservativ tilnærming kan det legges til grunn at DS neppe har en markedsandel over 15 prosent, og uansett langt under 30 prosent.

<sup>25</sup> Finanstilsynets virksomhetsregister er tilgjengelig her: [Rapporter - Finanstilsynet.no](https://www.finanstilsynet.no/rapporter)

<sup>26</sup> Registeret er sjekket 19. september 2023.

DS' høyere omsetning enn konkurrentene kan forklares med at DS som ett av relativt få selskap har etablert seg i flere byer.<sup>27</sup> Blant de øvrige agentforetakene er de fleste etablert med kun én lokasjon.

Denne markedsstrukturen er et utslag av hva kundene (forsikringselskapene) etterspør. Det er derfor en rimelig antagelse at minste effektive størrelse for forsikringsagenter er forholdsvis liten. Forsikringselskapene kan ha ulike strategier for i hvilken utstrekning de benytter agenter. Storebrand er et av selskapene som i forholdsvis stor grad har benyttet agenter som distribusjonskanal. [REDACTED] av nytegningene i Storebrand-konsernet skjer via agenter, og Storebrand har bidratt aktivt til DS' vekst og etablering på flere steder.

Andre forsikringselskaper, som for eksempel Gjensidige har tidligere benyttet agenter, men har etter det Storebrand kjenner til valgt å satse på andre former for distribusjon. If og Tryg er blant de større aktørene i forsikringsmarkedet som benytter agenter i stor utstrekning. [REDACTED]

Følgelig gir DS' relative størrelse sammenlignet med konkurrentene i seg selv ingen grunn til bekymring for konkurransen. Storebrand har ingen fullstendig oversikt over agentmarkedet, men vil fremholde at det også finnes flere andre agenter av en viss størrelse som vist i tabellen nedenfor. Ingen av disse formidler forsikringer for Storebrand.

**Tabell 7: Topp fem konkurrerende forsikringsagenter til DS**

Agentforetak	Antall ansatte	Omsetning (MNOK)	Andel (%)	Forsikringsgiver
Caval Gruppen <sup>28</sup>	65	50	[REDACTED] %	Tryg
Trondheim Forsikringscenter	36	39	[REDACTED] %	If
Nordland Forsikring	14	16	[REDACTED] %	Tryg
PS Assuranse	8	15	[REDACTED] %	If
Tromsø Forsikringscenter	25	13	[REDACTED] %	Tryg

Det er lave etableringshindringer i formidlingsmarkedet, hvilket den fragmenterte markedsstrukturen og størrelsen på aktørene også bærer tydelig preg av. Som påpekt ovenfor i punkt 5.3 gjelder vesentlig de samme regulatoriske kravene til forsikringsmeglere som til -agenter. Dersom en skulle vurdere markedet til kun å omfatte forsikringsagenter, vil forsikringsmeglingsforetak derfor representere særlig nærliggende potensiell konkurranse.

Forsikringsagenter er utsatt for betydelig kjøpermakt fra kundene, som de i egenskap av å være agent for står i et klart avhengighetsforhold til. De aller fleste agentene formidler kun forsikringer fra en forsikringsgiver, eventuelt for ett skadeforsikringselskap og et annet livsforsikringselskap. En viktig konkurranseparameter i formidlingsmarkedet er kvaliteten på formidlingstjenestene, som i det vesentlige handler om hvor godt agenten presterer i salgsarbeidet. Konkurransen om å selge forsikringer bidrar dermed også til ytterligere konkurransepress for agentene.

<sup>27</sup> Trondheim, Tromsø, Gjøvik, Bergen og Oslo.

<sup>28</sup> Eier av Sør Forsikring AS, Caval Øst AS og Caval Vest AS, med kontorer i henholdsvis Arendal og Risør, samt Oslo og Sandnes.



### 6.3.2 Viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Siden DS kun leverer sine tjenester til Storebrand er kun oppgitt én kunde.

**Tabell 8: DS' viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innen forsikringsformidling**

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
██████████	Storebrand	██████████
██████████	N/A	██████████
██████████	N/A	██████████

### 6.4 Oppsummering – ingen vertikale effekter

Som redegjort i de forutgående kapitlene har både Storebrand og DS begrensede markedsposisjoner i de aktuelle oppstrøms- og nedstrømsmarkedene. Dette tilsier i seg selv at Transaksjonen ikke medfører noen risiko for vertikale effekter. Videre skal det påpekes at med en korrekt markedsavgrensning foreligger det heller ingen vertikalt berørte markeder i henhold til konkurranseloven § 18 a første ledd bokstav e.

Forsikringsformidling er et lite konsentrert marked med en rekke aktører, lave etableringshindringer og betydelig kjøpermakt. DS' andel av et marked avgrenset til kun å omfatte forsikringsagenter estimeres til maksimalt å være ██████ prosent. Tilgangen til aktører som tilbyr slike tjenester er god, og Storebrand Forsikrings overtagelse av kontroll over DS vil derfor ikke forhindre Storebrands konkurrenter i forsikringsmarkedene i å skaffe seg de formidlingstjenester de måtte ha behov for. Det oppstår derfor ingen nedstrøms utestengende effekter.

Det oppstår heller ingen oppstrøms utestengende effekter. Både før og etter gjennomføring av Transaksjonen formidler DS kun produkter fra Storebrand, og Transaksjonen vil derfor ikke ha noen praktisk innvirkning på andre forsikringsagenters tilgang til forsikringsselskaper som potensielle kunder for agentenes tjenester. Storebrand benytter for øvrig også andre forsikringsagenter.

Videre er Storebrands markedsandeler innen både skadeforsikring og livsforsikring i hovedsak beskjedne til moderate, og ingen forsikringsformidlere er derfor avhengige av å være agent for Storebrand for å drive sin virksomhet. Videre gjelder det alt vesentlige av DS' virksomhet formidling av skadeforsikring til personkunder, der Storebrand kun har beskjedne markedsandeler. Kun innenfor ett av en rekke snevert avgrensede hypotetiske markeder har Storebrand en andel på over 30 prosent. Det gjelder produktet kollektiv skadeforsikring av kritisk sykdom, som tilbys til bedriftskunder, en forsikringstype som Storebrand i det alt vesentlig selger gjennom eget salgsapparat (ikke gjennom DS eller andre agenter). Dette produktet har derfor begrenset relevans for vurderingen av den vertikale relasjonen til DS.

Foretakssammenslutningen vil på denne bakgrunn ikke virke konkurransebegrensende i noe relevant marked.

## 7       EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Ettersom foretakssammenslutningen ikke vil kunne ha negative virkninger på konkurransen som effektivitetsgevinstene skal måles opp mot, gjøres det ikke nærmere rede for eventuelle effektivitetsgevinster.

## 8       ÅRBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

Årsberetning og årsregnskap for Storebrand ASA for 2022 følger vedlagt som **Bilag 3**.

Årsberetning og årsregnskap for Din Salgskonsulent AS for 2022 følger vedlagt som **Bilag 4**.

## 9       FORRETNINGSHEMMELIGHETER

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter. Forslag til offentlig versjon av meldingen, samt en begrunnelse for forslaget, følger vedlagt som:

**Bilag 5:**     Begrunnelse for forslag til offentlig versjon

**Bilag 6:**     Forslag til offentlig versjon av konkurransemeldingen

\*\*\*

Oslo, 24. november 2023  
**WIKBORG REIN ADVOKATFIRMA AS**



Eivind Stage  
Specialist Counsel