

FORENKLET MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

MELLOM

STOREBRAND ASA

OG

KNIF TRYGGHET FORSIKRING AS

17. juli 2026

Inneholder konfidensiell informasjon

1 KONTAKTINFORMASJON

1.1 Melder

Navn: Storebrand ASA
Organisasjonsnummer: 916300484
Adresse: Professor Kohts vei 9, 1366 Lysaker
Postadresse: Postboks 500, 1327 Lysaker

Kontaktperson(er) for melder: Advokatfirmaet Thommessen AS
v/advokat Trine Siri Dahl | Karin Johanne Nordby
Adresse: Ruseløkkveien 38, 0251 Oslo
Postadresse: Postboks 1484 Vika, 0116 Oslo
Telefonnummer: 971 09 224 | 907 07 648
E-postadresse: tsa@thommessen.no | kjn@thommessen.no

1.2 Øvrig involvert foretak

Navn: Knif Trygghet Forsikring AS
Organisasjonsnummer: 991206825
Adresse og postadresse: Møllergata 39, 0179 Oslo
Kontaktinformasjon: Se kontaktpersoner for Melder

2 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Den 28. januar 2026 inngikk Storebrand ASA ("**Storebrand**"), Knif AS ("**Knif**") og Knif Trygghet Forsikring AS ("**Knif Trygghet**") (samlet "**Partene**") en intensjonsavtale om å utforske en fusjon mellom Storebrand Forsikring AS ("**Storebrand Forsikring**") og Knif Trygghet, kombinert med et bredere strategisk partnerskap mellom Storebrand, Knif og Knifs tilknyttede partnere ("**Intensjonsavtalen**").

Den 3. juli 2026 ble det inngått avtale mellom Storebrand og eiere av Knif Trygghet om kjøp av minst [REDACTED] % av aksjene i Knif Trygghet ("**Transaksjonen**").¹ Transaksjonen innebærer at Storebrand oppnår enekontroll over Knif Trygghet og utgjør en foretakssammenslutning i henhold til konkurranseloven ("**krrl.**") § 17 første ledd bokstav a. Transaksjonen er meldepliktig, ettersom hvert av de involverte foretakene har årlig brutto forfalte premier som overstiger NOK 100 millioner i Norge, og Partenes samlede brutto forfalte premier overstiger NOK 1 milliard i Norge. Det inngis derfor melding etter krrl. § 18, jf. § 17.²

¹ [REDACTED]

² For forsikringsforetak beregnes meldeplikt basert på brutto forfalte premier, jf. EU-kommisjonens konsoliderte jurisdiksjonsmeddelelse avsnitt 214.

Gjennomføring av Transaksjonen er betinget av tillatelse fra Konkurransetilsynet og Finanstilsynet. Foretakssammenslutningen er ikke meldepliktig til andre konkurransemyndigheter. Transaksjonen planlegges gjennomført kort tid etter at nødvendige tillatelser og godkjenninger er gitt.

3 VILKÅRENE FOR Å INNGI FORENKLET MELDING ER OPPFYLT

Både Storebrand Forsikring og Knif Trygghet tilbyr en rekke ulike forsikringsprodukter, og har overlappende virksomhet innen skade- og livsforsikring til bedrifter og privatpersoner.

Som det fremgår av punkt 6 er overlappet begrenset, og uavhengig av hvilken markedsavgrensning som legges til grunn vil ikke Partenes samlede markedsandel overstige 20 % etter Transaksjonen. Videre har Partene verken enkeltvis eller samlet en markedsandel som overstiger 30 % i det potensielt vertikalt forbudne markedet, se punkt 7 under. Det inngis på bakgrunn av dette en forenklet melding, jf. forskrift om melding av foretakssammenslutninger § 3 nr. 3 bokstav b og c.

4 DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN

4.1 Storebrand ASA

Storebrand er et holdingselskap 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 omtrent 48 000 aksjonærer (herunder institusjonelle aksjonærer, selskaper og privatpersoner). De ti største aksjonærene i Storebrand utgjør rundt 36,4 % av eierandelen i de utestående aksjene. Folketrygdfondet er største aksjonær i Storebrand med en eierandel på ca. 11,2 %.³

De største operative datterselskapene i Norge er Storebrand Livsforsikring AS ("**Storebrand Livsforsikring**"), Storebrand Forsikring AS ("**Storebrand Forsikring**"), Storebrand Bank ASA og Storebrand Asset Management AS ("**SAM**"). Storebrand har hovedkontor på Lysaker, og hadde ved utgangen av 2025 ca. 2 541 ansatte. En oversikt over konsernets juridiske struktur er inntatt nedenfor.

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

- **Forsikring og pensjon:** Gjennom det heleide datterselskapet Storebrand Livsforsikring, har Storebrand virksomhet innen livsforsikring og pensjon, herunder tilbud av fondssparing med forsikringselement og IPS. Videre tilbyr Storebrands heleide datterselskap Storebrand Forsikring skadeforsikringer, verdiforsikringer m.m. 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

³ Kilde: Modular Finance

investeringsrådgivning og ordreformidling til personkunder og bedriftskunder drives av det heleide datterselskapet Storebrand Bank ASA. Selskapet 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, Cubera Private Equity AS og deres datterselskaper. Skagen AS og SPP Fonder AB er fusjonert inn i SAM. Virksomhet innen kapitalforvaltning i Norge, herunder fondssparing i ASK drives hovedsakelig av det heleide datterselskapet SAM, som er et forvaltningsselskap for verdipapirfond ("**fond**") og andre investeringsfond med gjeldende forvaltningskonsesjon.
- **Eiendom:** Storebrands eiendomsvirksomhet er samlet i det heleide datterselskapet Storebrand Real Estate AS, som er operativt organisert under SAM. Storebrand Real Estate AS har virksomhet i Norge, Sverige gjennom en svensk filial, der Storebrand Fastigheter AB er innfusjonert, og Danmark gjennom datterselskapet Capital Investment. Storebrands eiendomsportefølje omfatter blant annet eiendom i Vika og på Økern i Oslo, Holmen i Nesbru og City Syd i Trondheim. Storebrand-konsernet tilbyr også eiendom som investeringsklasse for institusjonelle kunder gjennom Storebrand Eiendomsfond Norge KS.

En overordnet oversikt over konsernets juridiske struktur pr. 31. desember 2025 er inntatt nedenfor.

Figur 1. Overordnet oversikt over Storebrand ASAs datterselskaper



En fullstendig oversikt over selskaper i Storebrandkonsernet er inntatt i vedlegg 1.⁴

Vedlegg 1: Oversikt over selskapene i Storebrandkonsernet

Det vil i det videre redegjøres nærmere for Storebrand Livsforsikring og Storebrand Forsikring. Konsernets øvrige virksomhet, herunder innenfor eiendom, kapitalforvaltning og tradisjonelle banktjenester, som boliglån og betalingstjenester, vil ikke beskrives nærmere.

⁴ Storebrand ASA årsrapport og årsregnskap for 2025, s. 45.

4.1.1 *Storebrand Forsikring AS*

Storebrand Forsikring har konsesjon som skadeforsikringsforetak og tilbyr standard skadeforsikringsprodukter til privatmarkedet i Norge, samt standard næringsforsikringer til bedriftsmarkedet, med fokus på små og mellomstore bedrifter. Ved utgangen av 2025 hadde selskapet ca. 285 000 kunder og 337 ansatte. Forsikringsprodukter som tilbys inkluderer reiseforsikring, ansvarsforsikring til næring, motorvognforsikring både til privat- og næring, tings- og eiendomsforsikring til privat- og næring, personforsikring (ulykkes- og barneforsikring), husforsikring, innboforsikring, hytteforsikring, båtforsikring, kjæledyrforsikring og sykkelforsikring m.m.

Storebrand Forsikring har i tillegg begrenset distribusjonsvirksomhet knyttet til helseforsikring fra ERGO (tidligere Storebrand Helseforsikring), som leverer helseforsikring til Storebrands kunder. Storebrand Livsforsikring AS har agentavtalen med ERGO, mens Storebrand Forsikring distribuerer helseforsikringen som underagent for Storebrand Livsforsikring. Storebrand Forsikrings agenter kan også opptre som underagenter for ERGO gjennom Storebrand Forsikring.

Storebrand Forsikring eier videre 25 % av Din Salgskonsulent AS, et agentforetak med ca. 300 ansatte som utelukkende distribuerer forsikringsprodukter på vegne av Storebrand Forsikring og Storebrand Livsforsikring. Din Salgskonsulent AS opptre også som underagent for ERGO.

4.1.2 *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 2025 hadde selskapet 1531 ansatte.

Storebrand Livsforsikring har flere heleide datterselskaper, hvorav de sentrale norske er Storebrand Infrastruktur AS, Storebrand Pensjonstjenester AS, Storebrand Hjemmel AS, Storebrand Eiendom Trygg AS, Storebrand Eiendom Vekst AS, Storebrand Eiendomsfond Invest AS og Storebrand Eiendom Utvikling AS.

Storebrand Livsforsikring har i tillegg eierandeler på 31,10 % 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.

En oversikt over sentrale datterselskaper er inntatt nedenfor:

Figur 2. Oversikt over Storebrand Livsforsikring AS datterselskaper



4.2 Knif Trygghet Forsikring AS

Knif Trygghet er et norsk forsikringsselskap som tilbyr forsikringsløsninger primært rettet mot ideelle organisasjoner, menigheter, kirkesamfunn og tilknyttede virksomheter i Norge. Selskapet har lang tradisjon for å betjene den kristne og ideelle sektoren i Norge. Selskapet tilbyr et bredt spekter av forsikringsprodukter, herunder eiendomsforsikring, ansvarsforsikring, motorvognforsikring og ulykkesforsikring. Knif Trygghet har spesialisert seg på de særskilte behovene til ideelle aktører og religiøse organisasjoner, og tilbyr skreddersydde forsikringsløsninger for denne kundegruppen. Knif Trygghet har også noe virksomhet i Sverige, gjennom datterselskapet Vitea Life AB.

Produktene selges av Knif Trygghet selv, samt av utvalgte eksterne forsikringsagenter: Ibis Forsikring (Forsikring 1 AS, Gimnes Forsikringspartner AS og Wille & Sand Forsikringspartner AS) og Toten Forsikring.

Som en del av Knif Trygghets produkttilbud inngår i begrenset omfang også forsikring fra VIS Forsikring AS (tidligere Norsk Hussopp Forsikring) og ERGO (tidligere Storebrand Helseforsikring). Disse produktene kan ikke kjøpes separat fra Knif Trygghet, men inngår som en integrert del av Knif Trygghets egne produkter. Knif Trygghet er følgelig ikke en distributør av forsikring i tradisjonell forstand.

Knif Trygghet er lokalisert i Oslo og har omtrent 70 ansatte.

5 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE SISTE REGNSKAPSÅR (2025)

Navn	Omsetning (i NOK 1000)	Driftsresultat (i NOK 1000)
Storebrand ASA	34 600 000 ⁵	3 975 000

⁵ Det vises til særreglene som gjelder for beregning av relevant omsetning for forsikringsforetak, som fremgår av EU-kommisjonens konsoliderte jurisdiksjonsmeddelelse avsnitt 214. Storebrand ASA rapporterer etter regnskapsstandarden IFRS 17, og rapporterer derfor ikke brutto forfalte premier på konsernnivå. Omsetningstallet oppgitt i tabellen er summen av brutto forfalte premier for Storebrand Livsforsikring AS (NOK mill. 28 594, se Storebrand Livsforsikring Årsrapport 2025 s. 176) og brutto forfalte premier for Storebrand Forsikring AS (NOK mill. 6 006, se Storebrand ASA – Rapport om solvens og finansiell stilling 2025 s. 7). For fullstendighetens skyld gjør Storebrand oppmerksom på at omsetningstallet som fremgår av Storebrand ASAs årsrapport

Knif Trygghet Forsikring AS	792 404 ⁶	26 154
-----------------------------	----------------------	--------

6 FORSIKRINGSMARKEDET

6.1 Innledning

Partene er ikke kjent med at Konkurransetilsynet har definert relevante markeder for forsikringsprodukter i nyere praksis. EU-kommisjonen ("**Kommisjonen**") har i sin praksis skilt mellom tre segmenter innen markedet for forsikring: (i) livsforsikring; (ii) skadeforsikring og (iii) reassuranse/gjenforsikring.⁷ I tillegg har Kommisjonen avgrenset et separat marked for distribusjon av forsikring.⁸

Som redegjort for i punkt 4, tilbyr begge Parter en rekke ulike produkter innenfor skadeforsikring og livsforsikring til private og bedrifter. Innenfor skadeforsikring tilbyr Partene blant annet tings- og eiendomsforsikring, ansvarsforsikring, motorvognforsikring og reiseforsikring. Innenfor livsforsikring tilbyr Partene blant annet gruppelivsforsikring.

Som nevnt i punkt 4.1.1, har Storebrand helt begrenset aktivitet knyttet til distribusjon av forsikring, ved at Storebrand distribuerer ERGO Forsikring (tidligere Storebrand Helseforsikring). Storebrand har også egendistribusjon gjennom Din Salgskonsulent AS. Ettersom Knif Trygghet ikke driver virksomhet innen distribusjon av forsikring i tradisjonell forstand,⁹ er Partene av den oppfatning at det ikke foreligger et horisontalt overlapp mellom Partene i markedet for distribusjon av forsikring.

I punkt 6.2 og 6.3 nedenfor gis en kort beskrivelse av markedene for skadeforsikring og livsforsikring, Partenes markedsandeler samt Transaksjonens virkninger på markedene.

6.2 Markedet for skadeforsikring

6.2.1 Markedsavgrensning

Kommisjonen har tidligere vurdert om det er grunnlag for å definere separate produktmarkeder for ulike segmenter innenfor skadeforsikring, herunder ulykke og sykdom,¹⁰ da de enkelte segmentene dekker ulike hendelser og derfor ikke er substituerbare fra et etterspørselsperspektiv. Kommisjonen har samtidig pekt på at det foreligger betydelig tilbudssidesubstitusjon i skadeforsikring, ettersom betingelsene for de ulike forsikringsformene er sammenlignbare, de fleste forsikringsselskaper tilbyr

2025 (NOK mill. 14 588) er konsernets totale driftsinntekter for regnskapsåret 2025, som omfatter netto forsikringsresultat, inntekter fra investeringskontrakter, kapitalforvaltning og bankvirksomhet.

⁶ Omsetningen til Knif Trygghet er oppgitt som brutto forfalt premie i Norge.

⁷ Se f.eks. sak M.8617 *Allianz/LV General Insurance Businesses*, avsnitt 8 med videre henvisninger.

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

⁹ Som redegjort for i punkt 4.2, tilbyr Knif Trygghet forsikring fra VIS Forsikring AS (tidligere Norsk Hussopp Forsikring) og ERGO (tidligere Storebrand Helseforsikring) som del av egne produkter, ikke som separate produkter.

¹⁰ COMP/M.8617 *Allianz/LV General Insurance Business*, avsnitt 9 med videre henvisninger, der f.eks. "accident and sickness" vises til som mulige segmenter.

flere typer forsikring, og produktene ofte selges samlet. Kommisjonen har imidlertid latt den endelige markedsavgrensningen stå åpen.¹¹

Konkurransetilsynet har i en tidligere sak lagt til grunn at det må skilles mellom skadeforsikring til private husholdninger og skadeforsikring til bedrifter.¹² Tilsynet har videre identifisert mulige produktmarkeder avgrenset etter forsikringstype og kundegruppe, herunder motorvognforsikringer, brann og kombinert samt yrkesskadeforsikringer, fordelt på privat og næring.¹³ Det kan i prinsippet tenkes et eget relevant marked for hvert objekt som kan forsikres, innenfor hver kundegruppe, ettersom det normalt ikke foreligger etterspørselssubstitusjon mellom ulike forsikringsprodukter. En innboforsikring er for eksempel ikke et substitutt for en motorvognforsikring. Tilbudssidesubstitusjon kan imidlertid tilsi en videre avgrensning, særlig for større aktører.¹⁴

Det regulatoriske rammeverket for skadeforsikring skiller mellom ulike forsikringsklasser, herunder tingsskade, ansvar og personforsikring, og konsesjon gis per klasse eller gruppe av klasser.¹⁵ Partene er likevel av den oppfatning at markedet for skadeforsikring omfatter alle typer skaderisiko. Dette bygger på at forsikringsvilkårene i det alt vesentlige er like, og at et bredt spekter av aktører i markedet, uavhengig av størrelse, tilbyr et mangfold av forsikringsprodukter. Skadeforsikringer omsettes dessuten i betydelig utstrekning som samlede løsninger. Partene er av den oppfatning at konkurransen mellom forsikringsselskapene dreier seg i stor grad om å vinne hele kundeforholdet, i tillegg til konkurranse om salg av enkeltforsikringer. Dette tilsier at det foreligger et overordnet marked for skadeforsikring, uavhengig av den underliggende risikotypen.

Partene oppfatter videre at selv om de ulike forsikringstypene ikke er substituerbare fra etterspørselssiden, foreligger det betydelig tilbudssubstitusjon. De fleste aktører i markedet har konsesjon for et bredt spekter av forsikringsprodukter, og det kan derfor foreligge en viss grad av tilpasning på tilbudssiden over tid basert på eksisterende konsesjoner og produktporteføljer.

Det er imidlertid ikke nødvendig for Konkurransetilsynet å ta stilling til den endelige avgrensningen av produktmarkedet for å vurdere Transaksjonen. Som det vil fremgå nedenfor, vil Transaksjonen ikke ha noen negative konkurransemessige virkninger, uavhengig av den konkrete markedsavgrensningen.

Når det gjelder den geografiske avgrensningen av markedet, har Konkurransetilsynet uttalt at markedet for de fleste forsikringsprodukter er nasjonalt.¹⁶ Kommisjonen har også konsekvent ansett markedet for skadeforsikring som nasjonalt i utstrekning.¹⁷ Denne avgrensningen er begrunnet i blant

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

¹² Konkurransetilsynets brev til If Skadeforsikring av 12. mars 2004, sak 2002/1003. Se også Konkurransetilsynet Skriftserie 2/2006 – Rapport om skadeforsikring s. 11.

¹³ Konkurransetilsynet Skriftserie 2/2006 – Rapport om skadeforsikring s. 15.

¹⁴ Op. cit., s. 13.

¹⁵ Finansforetaksforskriften § 2-12, jf. § 2-13, jf. § 2-15.

¹⁶ Konkurransetilsynets rapport om skadeforsikring 2/2006.

¹⁷ Se f.eks. sak M.8617 – *Allianz / LV General Insurance Businesses*, avsnitt 12, med videre henvisninger.

annet regulatoriske ulikheter, samt behovet for nasjonale salgsnettverk og oppgjørsfunksjoner.¹⁸ Nasjonal tilstedeværelse er av særlig betydning i privatsegmentet, der kundene normalt ikke benytter meglere og det er lite sannsynlig at de på egen hånd vil hente forsikringer fra utlandet.¹⁹

Basert på tidligere praksis, samt Partenes erfaring med at produkter som tilbys i Norge er tilpasset og rettet mot kunder i Norge, er Partene av den oppfatning at det for denne meldingens formål må legges til grunn et nasjonalt marked for skadeforsikring.

6.2.2 Transaksjonens virkninger på markedet for skadeforsikring

For å belyse Partenes markedsandeler i markedet for skadeforsikring og relevante segmenter har Partene tatt utgangspunkt i premiestatistikken til Finans Norge for 2025. Partene vil etter Transaksjonen ha en samlet markedsandel på 6,5 % i markedet for skadeforsikring, hvorav Storebrand står for 5,9 % og Knif Trygghet 0,6 %. Fordelt på kundegrupper har Storebrand en markedsandel på 7,91 % innen privatsegmentet og 2,3 % innen bedriftssegmentet, mens Knif Trygghet har en markedsandel på 0,3 % innen privatsegmentet og 1,0 % innen bedriftssegmentet.

En oversikt over Partenes samlede markedsandeler i de ulike undersegmentene Finans Norge rapporterer på er inntatt i tabell 1 nedenfor.²⁰

Tabell 1. Partenes markedsandeler fordelt på ulike segmenter og kundegrupper i skadeforsikringsmarkedet

Undersegment	Storebrand			Knif Trygghet			Samlet markedsandel		
	Totalt	Privat	Bedrift	Totalt	Privat	Bedrift	Totalt	Privat	Bedrift
Motorvogn	7,4 %	8,7 %	2,8 %	0,5 %	0,4 %	0,9 %	7,9 %	9,1 %	3,7 %
Person- og varebil	8,4 %	N/A	N/A	0,6 %	N/A	N/A	9 %	N/A	N/A
Brann	4,3 %	6,4 %	1,3 %	0,5 %	0,6 %	1,1 %	4,8 %	7 %	2,4 %
Ulykke	2,6 %	3,7 %	0,4 %	0,5 %	0,5 %	1,1 %	3,1 %	4,2 %	1,5 %
Yrkesskade	7,0 %	N/A	7,0 %	1,4 %	N/A	1,4 %	8,4 %	N/A	8,4 %
Ansvar	1,1 %	N/A	N/A	0,4 %	N/A	N/A	1,5 %	N/A	N/A

¹⁸ Se f.eks. sak COMP/M.5925 – *Metlife/Alico/Delam*, avsnitt 15, med videre henvisninger.

¹⁹ Konkurransetilsynet Skriftserie 2/2006 – Rapport om skadeforsikring s. 14.

²⁰ Finans Norges premiestatistikk omfatter kun de nevnte undersegmentene innen det overordnede skadeforsikringsmarkedet. Partene har også overlappende virksomhet i segmenter som reise, båt og kjæledyr, hvor markedsandelsdata ikke er tilgjengelige. Enkelte kolonner er markert "N/A" fordi Finans Norge ikke oppgir markedsandeler fordelt på kundegrupper for de aktuelle segmentene.

Som det fremgår av Tabell 1 vil Transaksjonen medføre en helt begrenset konsentrasjonsøkning, uavhengig av om markedet for skadeforsikring vurderes som et samlet marked, om man ser på privat- eller bedriftssegmentet, eller om man vurderer konkurransen i ulike undersegmenter. Selv i de smaleste undersegmentene er den samlede markedsandelen under 10 %, og HHI-deltaet er under 25 i samtlige segmenter.²¹ Partene ligger dermed klart under relevante terskler for både markedsandeler og HHI.

Konkurransen i skadeforsikringsmarkedet er betydelig, og etter Transaksjonen vil den sammenslåtte enheten fremdeles møte sterkt konkurransepress fra en rekke etablerte aktører. De største aktørene i markedet for skadeforsikring er Gjensidige (26,2 %), If (20,6 %), Fremtind (18,6 %) og Tryg (12,4 %). I tillegg finnes det en rekke tilbydere som samlet står for om lag en fjerdedel av premievolumet, blant annet Frende Forsikring (3,7 %), KLP (2,5 %), Protector (1,9 %), JBF Forsikring Gjensidig (1,6 %), DnB Liv (1,5 %), i tillegg til en rekke mindre aktører.

Konkurransespalten mellom Partene er dessuten begrenset, ettersom virksomhetene i hovedsak er innrettet mot ulike kundegrupper. Knif Trygghet har som nevnt i punkt 4.2 et særlig fokus på kunder innen ideell og frivillig sektor, mens Storebrand Forsikrings skadeforsikringsvirksomhet i større grad er rettet mot privat- og bedriftskunder generelt. Storebrand har i begrenset grad vært aktiv overfor ideell og frivillig sektor, og møter Knif Trygghet og andre nisjeaktører kun i begrenset omfang.

Partene vil fortsatt møte konkurranse fra en rekke andre aktører etter gjennomføring av Transaksjonen. Partene er av den oppfatning at Transaksjonen derfor ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i et nasjonalt marked for skadeforsikring eller i relevante potensielle segmenter i dette markedet, jf. krrl § 16.

6.2.3 Partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i markedet for skadeforsikring

Nedenfor gis en oversikt over Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder et nasjonalt marked for skadeforsikring, jf. meldepliktsforskriften § 3 andre ledd bokstav d.

Tabell 2. Storebrands fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
Navn	Navn	Navn
[Redacted]		

²¹ Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner angir at konkurranseproblemer normalt ikke oppstår når partenes samlede markedsandel er under 25 %, eller når HHI-deltaet er under 150. Selv Partenes høyeste samlede markedsandel og høyeste HHI-delta ligger godt under begge terskler.

²² [Redacted]

Tabell 3. Knif Trygghets fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
Navn	Navn	Navn

6.3 Markedet for livsforsikring

6.3.1 Markedsavgrensning

Partene er ikke kjent med at Konkurransetilsynet har avgrenset av markedet for livsforsikring. Kommisjonen har imidlertid behandlet livsforsikringsmarkedet i en rekke avgjørelser. Kommisjonen har vurdert om markedet kan segmenteres basert på hvilket formål forsikringen har, herunder om det er livsforsikringsprodukter rettet mot (i) risiko, eller (ii) sparing og pensjon.²³ I en annen avgjørelse fant Kommisjonen støtte i markedsundersøkelser til å vurdere mulige separate markeder for undersegmentene (i) beskyttelsesprodukter, (ii) pensjonsprodukter og (iii) spare- og investeringsprodukter.²⁴ Innen livsforsikringsprodukter er det også vurdert å skille mellom individuelle produkter (produkter solgt til privatpersoner) og kollektive produkter (produkter solgt til bedrifter), samt mellom produkter med og uten investeringsvalg. Kommisjonen har imidlertid anerkjent at det er forholdsvis like rammevilkår for å tilby livsforsikring innen de ulike segmentene, og at de fleste større forsikringsselskaper selger produkter som omfatter flere risikotyper. Dette tilsier ut fra et

²³ COMP/M.5384 - BNP Paribas/Fortis, avsnitt 70.

²⁴ COMP/M.4701 - Generali/PPF Insurance Business, avsnitt 20.

tilbudssubstitusjonsperspektiv at de ulike typene livsforsikring inngår i det samme markedet.²⁵ Kommisjonen har derfor latt endelig markedsavgrensning innen livsforsikring stå åpen.²⁶

Kommisjonen har i sine tidligere avgjørelser lagt til grunn at markedet for livsforsikring er nasjonalt i utstrekning, blant annet som følge av nasjonalt regulatorisk rammeverk, minstekrav til egenkapital, behovet for nasjonale distribusjonskanaler, nasjonale oppgjørfunksjoner og etablerte merkevarer.²⁷ Basert på tidligere praksis, samt Partenes erfaring med at produkter som tilbys i Norge er tilpasset og rettet mot kunder i Norge, er Partene av den oppfatning at det for denne meldingens formål må legges til grunn et nasjonalt marked for livsforsikring.

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

6.3.2 Transaksjonens virkninger på markedet for livsforsikring

Knif Trygghet tilbyr livsforsikring (dødsfalldekning og uføreforsikring) til privatkunder, og gruppelivsforsikring for organisasjoner. Knif Trygghet tilbyr ikke pensjonsprodukter eller spare- og investeringsprodukter. Gjennom Storebrand Livsforsikring tilbyr Storebrand-konsernet tilsvarende livsforsikringer, i tillegg til et bredt spekter av pensjons-, spare og investeringsprodukter. På denne bakgrunn foreligger det overlapp mellom partene innen livsforsikring, både i privatsegmentet (individuell livsforsikring) og i organisasjonssegmentet (gruppelivsforsikring).

For å vurdere Partenes posisjon innen livsforsikring har Partene tatt utgangspunkt i Finans Norge sin statistikk for livsforsikring for Q4 2025,²⁸ Statistikkgrunnlaget viser at Storebrand og Knif Trygghet har en samlet markedsandel på 16,2 % , hvorav Storebrand har en markedsandel på 16,2 % og Knif Trygghet har en markedsandel på 0,0 % (<0,1%), slik at Transaksjonen vil medføre en helt marginal konsentrasjonsøkning. ²⁹ Finans Norge oppgir også markedsandeler i et marked for livsforsikringsprodukter uten investeringsvalg, der Storebrand har en markedsandel på 9 % og Knif Trygghet en markedsandel på 0,1 %. Finans Norge rapporterer ikke markedsandeler i hhv privat- og bedriftssegmentet, men oppgir markedsandeler på produktnivå.

²⁵ Se f.eks. sak M.4844 – *Fortis/ABN Amro Assets*, avsnitt 71.

²⁶ Se f.eks. COMP/M.5925 - *Metlife/Alico/Delam*, avsnitt 11 og COMP/M.6217 – *Baloise Holding/Nateus/Nateus Life*, avsnitt 15.

²⁷ COMP/M.6521 *Talanx International / Meiji Yasuda Life Insurance / Warta* avsnitt 54-55. Se også sakene COMP/M.5075 *Vienna Insurance Group/EBV* og COMP/M.5057 *Aviva/UBI Vita*.

²⁸ Markedsandeler beregnes her ved å se hen til brutto forfalt premie og ikke bestandpremie, slik tilfellet er for skadeforsikring. Det innebærer at man for livsforsikring ser hen til tallene ved årsslutt (Q4), da forfallsdatoen for kundene vil kunne påvirke statistikken i løpet av året.

²⁹ Informasjon om partenes markedsandeler er hentet fra Finans Norges statistikk via <https://www.finansnorge.no/tema/statistikk-og-analyse/statistikkgrunnlag/#part2>. For fullstendighetens skyld nevnes at Finans Norge-statistikk for Q1–Q4 2025 viser enkelte variasjoner i Partenes markedsandeler gjennom året, men at det er statistikk fra Q4 som er korrekt gitt at markedsandeler er basert på brutto forfalt premie og at forfallsdatoen for kundene vil kunne påvirke statistikken ilt året.

En oversikt over Partenes samlede markedsandeler i de sentrale undersegmentene Finans Norge rapporterer på er inntatt i tabell 4 nedenfor.

Tabell 4. Partenes markedsandeler fordelt på ulike segmenter i livsforsikringsmarkedet

Undersegment	Storebrand	Knif Trygghet	Samlet markedsandel
Risikopremie død	10,2 %	N/A	10,2 %
Risikopremie uførekapital	15,3 %	1,7 %	17,0 %
Individuell uførepensjon	13,1%	N/A	13,1 %
Gruppeliv	15,2%	0,5 %	15,7%

Det følger av dette at Transaksjonen kun vil medføre en helt marginal økning i markedsandeler (<1% i et overordnet marked for livsforsikring, og svært begrenset økning i de ulike segmentene inntatt i tabell 2). Partene vil etter Transaksjonen møte konkurranse fra en rekke etablerte aktører.

Etter Partenes syn foreligger det ingen forhold som tilsier at foretakssammenslutningen vil hindre effektiv konkurranse i et nasjonalt marked for livsforsikring, jf. krrl § 16.

6.3.3 Partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i markedet for livsforsikring

Nedenfor gis en oversikt over Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder et nasjonalt marked for livsforsikring, jf. meldepliktsforskriften § 3 andre ledd bokstav d.

Tabell 5. Storebrands fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
Navn	Navn	Navn

Tabell 6. Knif Trygghets fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
Navn	Navn	Navn

7 VERTIKAL RELASJON

Som nevnt i punkt 4.1.1 er Storebrand både en tilbyder av skade- og livsforsikringsprodukter og har enkelte begrensede aktiviteter innen distribusjon av forsikring for ERGO Helseforsikring, samt egendistribusjon gjennom Din Salgskonsulent AS. Knif Trygghet tilbyr i likhet med Storebrand en rekke ulike skade- og livsforsikringsprodukter, primært rettet mot ideelle organisasjoner, menigheter, kirkesamfunn og tilknyttede virksomheter i Norge. Som redegjort for i punkt 4.2, tilbyr Knif Trygghet forsikring fra VIS (tidligere Norsk Hussopp Forsikring) og ERGO som en del av sitt eget forsikringstilbud, men tilbyr ikke disse forsikringene som separate forsikringer. Knif Trygghet er følgelig ikke en distributør av forsikring i tradisjonell forstand.

Ettersom Knif Trygghet er tilbyder av forsikringsprodukter og Storebrand har helt begrenset aktivitet innenfor distribusjon av forsikring, foreligger det en potensiell vertikal relasjon mellom Knif Trygghet som forsikringsgiver og Storebrand som distributør av forsikring. Denne er i beste fall hypotetisk. Uansett hvordan denne forbindelsen vurderes, vil den sammenslåtte enheten verken ha evne eller insentiv vil å utestenge sine konkurrenter oppstrøms eller nedstrøms. Storebrand distribuerer som tidligere nevnt kun forsikring på vegne av ERGO (tidligere Storebrand helseforsikring), utelukkende for å videreføre salg av et tidligere Storebrand-produkt. I tillegg har Storebrand egendistribusjon gjennom Din Salgskonsulent AS. Det foreligger uansett ikke noe vertikalt berørt marked all den tid markedsandelene ikke overstiger 30 % på noe relevant ledd, uavhengig av hvordan markedene avgrenses.

8 ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

Årsrapport og årsregnskap for siste regnskapsår (2025) er inntatt som vedlegg 2 og 3 til denne meldingen.

Vedlegg 2: Storebrand ASA – Årsrapport og årsregnskap 2025

Vedlegg 3: Knif Trygghet Forsikring AS – Årsrapport og årsregnskap 2025

9 KONFIDENSIALITET

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter, jf. konkurranse-loven § 18b. Forslag til offentlig versjon av meldingen og begrunnelse for unntak fra offentlighet er vedlagt meldingen.

Vedlegg 4: Forslag til offentlig versjon

Vedlegg 5: Begrunnelse for anmodning om unntak fra offentlighet

10 AVSLUTTENDE BEMERKNINGER

Melder anser at foretakssammenslutningen ikke under noen markedsavgrensning vil ha noen negativ virkning på konkurransen.

Vi ber om å bli kontaktet dersom det skulle være spørsmål til meldingen.

I den grad meldingen eller andre dokumenter i saken ikke er publisert på Konkurransetilsynets nettside, ber vi om å bli underrettet dersom Konkurransetilsynet mottar innsynsbe-gjæringer i meldingen eller andre dokumenter i saken.

Vennlig hilsen,

Advokatfirmaet Thommessen AS



Karin Johanne Nordby
Advokat