

25. september 2018

FORSIKRING

Her er de mest lønsomme forsikringselskaber

Flere små forsikringselskaber er fanget i et vækstdilemma. For mens de har brug for volumen til at stå imod med, når de store skader indtræffer, kører mange af dem også med voldsomt høje omkostninger. Det presser lønsomheden i bund. InsideBusiness afdækker den intense konkurrencesituation i forsikringsbranchen.

Der er fuld damp under kedlerne i forsikringsbranchen. Kampen om markedsandele er intens, og det er begyndt at gøre ondt på flere af især de mindre forsikringselskaber. For mens store spillere har travlt med at konsolidere branchen og underbyde konkurrenterne, må mange mindre spillere nu sætte penge til for at erobre eller blot bevare deres markedsandele.

InsideBusiness kortlægger den danske forsikringsbranche med tre nøgletal, som tilsammen tegner et billede af branchens vindere og tabere.

En klar tendens er, at de store spillere som Tryg, Alka og Topdanmark er ved at få væksten op i gear efter en periode, hvor lønsomheden har været i højsædet. Nu kaster de sig frådende ind i kampen om kunderne.

Omvendt har de mindre, lokalt forankrede selskaber i en lang periode givet køb på lønsomheden for at finde nye præmieindtægter, og omkostningsniveauet er flere steder blevet voldsomt højt. Købstædernes Forsikring, Thisted Forsikring og Sønderjysk Forsikring har alle præsteret tocifrede vækstrater i det seneste halvår sammenlignet med året før, mens NEM Forsikring, Vestjylland Forsikring og GF Forsikring følger skarpt efter med vækstrater tæt på 10 procent.

Men prisen for præmieveksten er, at mellem en femtedel og en tredjedel af selskabernes omsætning bliver spist af omkostninger, og flere af dem bruger i dag flere penge på administration og udbetaling af erstatning, end de får ind gennem præmieindtægter.

Ekstremt pres på små spillere

Hos Forsikringselskabet Vendsyssel melder man om en voldsom konkurrencesituation i øjeblikket, hvor især de store spillere aggressivt går ud og skambyder for at få fingrene i de mindre konkurrenters kunder.

”Det er en fuldstændig sindssyg konkurrencesituation. Hvis vi stjæler en kunde fra en af de store selskaber, og de er vant til at give 20.000, så kan det godt være vi kan lande den til 18.000. Men så går de store selskaber bare ned til 16.000. Det er helt ekstremt,” siger Klavs Birkelund, der er administrerende direktør i Forsikringselskabet Vendsyssel.

Her går næsten 30 procent af indtægterne i dag til at dække salgs- og administrationsomkostninger. Det er mere end sidste år, og samtidig er væksten i det seneste halvår faldet med omkring 1 procentpoint.

”Jeg har været i branchen i 30 år, og jeg har aldrig set noget lignende. Men vi synger med, så længe vi mener, det er forsvarligt, og ellers gør vi ikke. Men hvis man har givet 20.000 for en police den ene dag, og selskabet dagen efter pludselig kan tilbyde 16.000, fordi man har fået et andet tilbud fra et andet selskab, så er det da mærkeligt,” siger Klavs Birkelund, der ikke ønsker at nævne navne på de pågældende konkurrenter.

Til trods for konkurrencen og de høje omkostninger er det indtil videre lykkedes direktøren at navigere selskabet igennem højvandet, så der stadig er overskud i forretningen. For hver omsætningskrone kan Klavs Birkelund lægge 5 øre på bundlinjen.

Tryg presser omkostninger i bund

Hører man til i kategorien af mindre forsikringselskaber, bliver man for tiden sat under massivt pres af især de store konkurrenter, der som Tryg Forsikring nu er så langt i digitaliseringen, at det er en reel udfordring for de mindre digitaliserede spillere.

Det suverænt bedste forsikringselskab, når det kommer til lønsomhed, er Tryg Forsikring, og især efter det bebudede køb af Alka, også den suverænt største spiller herhjemme, og her har man investeret massivt i digitalisering over de seneste år.

Ved et oplæg på investordagen i København 18. september udpenslede administrerende direktør i Tryg Morten Hübbe blandt andet fordelene ved selskabets storstilede sats på digitalisering, som især har skåret omkostningerne voldsomt ned. Efter seks år med fokus på omkostningsreduktion har Tryg nu rundet de 14 procent og er dermed markedets mest omkostningseffektive spillere kun overgået af specialistselskabet Popermo. Samtidig er væksten steget til 4,9 procent i seneste halvår.

”Vi har været på en relativt lang rejse for at nå omkostningsniveau 14 og har blandt andet outsourcet og automatiseret en hel del. Men i slutningen af sidste år nåede vi milepælen,” siger Morten Hübbe til InsideBusiness.

Samtidig fører Tryg an i den stor konsolideringsbølge med købet af blandt andet Danmarks ottendestørste forsikringselskab, Alka, i december sidste år. Samme år blev også de to norske selskaber Obos og Troll lagt til Tryg-koncernen.

”Jeg tænker ikke, at fusionsbølgen er helt færdig. Der er stadig 35 skadesforsikringselskaber i Danmark. Det er klart, hvis jeg kigger på vores forretning, så kunne vi allerhelst tænke os at købe noget i Sverige, hvor vi kun har en markedsandel på 3 procent,” siger Morten Hübbe.

Her er forsikringsbranchens vindere og tabere

Selskab	Omkostningsprocent		Combined Ratio		Vækst i præmier		
	2018 H1	2017 H1	2018 H1	2017 H1	2018 H1	2017 H1	2017
Tryg	13,9	13,6	79,8	82,8	4,9	1,8	1,5
Alka	15,3	17	83,4	82,7	3,3	3,4	3,6
Topdanmark	17,4	17,3	85,5	81,8	2,34	0,99	1,47
IF Forsikring (*Sampo)	21,8	22	85,8	86,5	-1		2
Alm. Brand	17,7	18	86	84,1	2,5	2,2	2,6
Concordia Forsikring	14,6	16	88,4	88,3	-0,5	1,7	-0,1
Himmerlands Forsikring	24,7	24,9	89,5	82,9	4,2	2,4	2,6
GF Forsikring	27,4	23	89,9	87,4	8,4	5	5,8
Vestjylland Forsikring	18	18,5	90,4	82,9	9,3	5,6	7
Gjensidige*	14,6	14,7	93,9	97,4			
Vendsyssel A/S	29,7	27,8	95,3	93,8	3,1	4	3,1
ETU Forsikring	29,2	27,6	96,9	95,5	19,8	11,1	14
LB Forsikring	15	15,2	97	96,8	3,5	3,8	10,6
Thisted	25,2	24,1	97,4	92	11,1	5,6	7,7
Sønderjysk Forsikring	26,50	26,60	97,9	92,8	10,3	8,5	8,9
Lokal Forsikring	23,7	23,4	98,7	95,4	4,4	5	5,3
Popermo Forsikring	11,9	10,8	100,5	106,1	2,2	2,9	2,7
Aros	28	29,8	103,6	99,6	3,7	4,1	4
Købstædernes Forsikring	20	22,1	103,8	98	20	19,4	16,9
NEM Forsikring	21,8	21,6	104,8	102,5	8,5	20,3	16
Nykredit	-	-	-	-	-	-	
Codan	-	-	-	-	-	-	
Storstrøm Forsikring	-	-	-	-	-	-	

*Gjensidiges tal dækker hele Skandinavien og inkluderer Nykredit.

Opgørelsen tager udgangspunkt i selskabernes danske forretning.

Combined ratio er inkl. afløb.

De små spilleres vækstdilemma

Hos Nem Forsikring, der kom til verden efter en fusion mellem de to lokalt forankrede selskaber Forsikring Fyn og Midtjysk Forsikring, er væksten også faldet det seneste halvår, mens udgifterne derimod er forsat op. Det, kombineret med flere brandskader end almindeligt, har i det seneste halvår resulteret i, at selskabet placerer sig dårligst i opgørelsen, når man måler på combined ratio, som er mål for de samlede forsikringsudgifter som andel af præmieindtægterne. Nem Forsikring har en combined ratio på 104,8, og det betyder, at hver præmiekrone koster selskabet 4,8 øre.

"Jeg vil ikke sige, at det kører efter en plan, for efter budgettet skulle vi have lige omkring 100. Men vi har accepteret, at det skulle koste noget at vækste," siger Carsten Møller Pedersen, der er administrerende direktør i Nem Forsikring.

"Dilemmaet i forsikringsbranchen er, at hvis man har relativt pæn vækst, så har man omkostningen med det samme, mens indtjeningen først kommer over det næste års tid. Er man et mindre selskab, kan sådan en vækst ses og mærkes på omkostningerne. Men de stigende krav til administration og governance gør bare, at man er nødt til at have noget topinje med. Det er det dilemma, man sidder med. Man tærer lidt på fremtiden for at få vækst her og nu. For selskaber i vores størrelse og nedefter, er det den balance, det handler om at ramme," siger Carsten Møller Pedersen.

Hos Købstædernes Forsikring (KF) er præmieindtægterne vokset med 20 procent i forhold til sidste år, og det er dermed det selskab, der er vokset mest. Men her udgør or

omsætningen, og kombineret med to store brandskader, som kostede selskabet et betydeligt millionbeløb i første halvår, endte KF med at bruge flere penge, end det fik ind gennem præmieindtægterne. Det illustreres af selskabets combined ratio for halvåret, som endte på 103,8 procent.

Ifølge selskabets administrerende direktør, Anders Hestbech, så det ellers en overgang ud til, at KF ville nå i hvert fald sin egen målsætning.

”Det klart, at når man har så voldsom en vækst, som vi har, så trækker det også nogle distributionsomkostninger. Men hvis det ikke havde været for de to store brande, så havde vi ligget inden for vores målsætning om en combined ratio på 95. Det er også derfor, vi gerne har villet vokse, så vi bedre kan absorbere den slags ulykker,” siger Anders Hestbech.

Det gælder generelt for de gensidige selskaber, at man ønsker at ligge så tæt på 95 som muligt i combined ratio, mens man øger forretningen mest muligt. For jo flere kunder, jo flere er der til at deles om omkostningerne.

Ifølge Anders Hestbech er det i de seneste år faktisk lykkedes at holde omkostningerne nogenlunde stabile, mens toplinejen er vokset, og det er blandt andet takket være automatisering og fordelagtige partnerskaber.

”Vi har taget nogle år med vækst for at nedbringe omkostningsprocenten. Vi har gjort det, som mange siger, man ikke kan: Vi har øget toplinejen mere, end vi har øget antallet af medarbejdere, og det er primært, fordi vi har haft succes med automatiseringen,” siger Anders Hestbech.

Fokuserede selskaber lever godt

Hos de specialiserede selskaber som Popermo Forsikring, der henvender sig til ansatte ved blandt andet politiet og domstolene, er der generelt både lav vækst og lave omkostninger.

Her er det en i dag en fordel, at man ikke behøver sit eget salgskorps, for når man ser på Popermos omkostninger, så er de lavest i branchen.

Efter en lille stigning i forhold til sidste år lander omkostningerne for Popermo på 11,9 procent, mens væksten til gengæld er tilsvarende lav.

”Vi holder priserne og omkostningerne lave, fordi vi ikke har et salgskorps ansat. Alt salg foregår fra kontoret selv, og så har vi medlemsgrupper, der gør det selvforstærkende. Vores to gode samarbejdspartnere gør, at vi er godt kendt hos politiet og hos domstolene,” siger John Rasmussen, der er administrerende direktør i Popermo.

Her holder man sig tæt på medlemsgruppen og går med lave omkostninger og ditto priser under radaren hos de store konkurrenter, som man lader slås indbyrdes.

”De faste aktører, som bytter kunder indbyrdes, holder hinanden i skak,” siger John Rasmussen.

Læs også [Hårde konkurrencefolk slår til: Usikkerhed stiger om Trygs køb af Alka](#)

LÆS MERE

[Trygs køb af Alka kan helt falde til jorden](#)

[Trygs storhed er tilbage. Hübbes store offensiv](#)

[Sagild afsat. Vi går bag om næste skridt i opgøret om Topdanmark](#)

[Mæglerhus kårer stærke forsikringselskaber og ryger i clinch med](#)

[Codan direktør ser endelig lys, men mæglermodel presser forsikringsbranchen](#)

[Skarpt angreb på pensionsmæglernes forretningsmodel](#)

[Her er vinderne og taberne i forsikringsbranchen](#)

[Her er de vigtigste nye forretningsområder for forsikring](#)

[Bilforsikring bliver teknologisk slagmark. Nu vil selskaberne holde øje med kørslen](#)

[Prisdumping, opgør, skilsmisse og store tab af markedsandele. Forsikringsbranchen ændrer sig hurtigt](#)