

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Dok. 317688

11. december 2024

Att.: Sarah Céline Schannong (via e-mail til scs@kfst.dk)

Høring - Konkurrencen på markedet for skadesforsikringer til private

Tak for at have modtaget ovenstående rapport i faglig høring. Forbrugerrådet Tænk har gennemgået rapporten og finder, at der er tale om en gennemarbejdet rapport på et højt fagligt niveau. Rapporten kortlægger en række konkurrenceproblemer, der har den effekt, at det er vanskeligt at være kritisk forbruger på markedet for skadesforsikring. Nedenfor fremhæver vi de forhold fra rapporten, som Forbrugerrådet Tænk finder især bør være i fokus på ved kommende regulatoriske tiltag, der skal bidrage til at sikre et mere velfungerende og effektivt marked for skadesforsikringer.

Rapporten peger på, at markedet for skadesforsikring har en række klare konkurrencemæssige udfordringer, der er til ulempe for forbrugerne. De vigtigste er følgende:

- **Høje priser og stigende avancer:** Prisen på skadesforsikringer er steget markant mere end forbrugerpriserne og lønudviklingen i mange år, uden at dette er koblet til tilsvarende stigende omkostninger. Avancerne på det danske marked er også højere end gennemsnittet i sammenlignelige europæiske lande.
- **Loyalitetsbetaling og prisvandring:** Forsikringselskaber opnår højere marginer på loyale kunder, som ofte ikke er aktive på markedet. Prisvandring betyder, at eksisterende kunder oplever stigende præmier over tid, ofte uden at modtage bedre dækning eller service.
- **Høj koncentration:** Markedet er domineret af få store aktører, og koncentrationen er stigende, målt ved HHI-indekset. Danmark har en af de højeste koncentrationer i Europa sammenlignet med lignende lande, hvilket alt andet lige reducerer konkurrencen mellem selskaber.
- **Relativt stabile markedsandele:** Trods en relativt høj kundemobilitet på markedet skifter markedsandelene mellem selskaber meget lidt. Dette tyder på, at der ikke er et stærkt konkurrencepres, der tvinger selskaberne til at konkurrere om kunderne.
- **Højere priser for sårbare grupper:** Visse kundegrupper, såsom ældre, personer med korte uddannelser eller personer med lav finansiel forståelse, betaler systematisk højere marginer. Dette tyder på, at selskaber udnytter asymmetrisk information og kundernes ringere forhandlingsstyrke.

- **Utilstrækkelig gennemsigtighed:** Mange forbrugere oplever vanskeligheder med at forstå og sammenligne forsikringsprodukter. Selvom der findes værktøjer som prisportaler, bruges de sjældent, hvilket hæmmer forbrugernes evne til at presse priserne nedad.
- **Indeksregulering hæmmer konkurrence:** En branchenorm, hvor priserne årligt justeres med lønudviklingen, har virkning som en stiltiende form for priskoordinering. Dette gør det mindre nødvendigt for selskaberne at konkurrere aggressivt om priser.
- **Effektivitetsforskelle mellem selskaber:** Der er et betydeligt effektiviseringspotentiale i branchen, med forskelle på op til 15 % mellem de mest og mindst effektive selskaber. Dette tyder på, at der mangler konkurrencepres til at tvinge mindre effektive selskaber til at forbedre sig.

Forbrugerrådet Tænk finder, at det er vigtigt, at der iværksættes en proces der peger i retning af regulering, der adresserer ovennævnte konkurrenceproblemer og ulemper for forbrugerne. Der bør i den forbindelse især være fokus på følgende forhold i dette arbejde:

- **Styrket gennemsigtighed og information:** Udvidet funktionalitet på platforme som Forsikringsguiden.dk, så de i højere grad inkluderer dækningsomfang og vurderinger af produktkvalitet. Portalerne bør markedsføres endnu mere end pt. for at øge forbrugernes kendskab.
- **Yderligere standardisering af forsikringsvilkår:** Indførelse af standardiserede beskrivelser af vilkår, der letter sammenligning på tværs af selskaber. Dette bør ske under hensyntagen til, at der er rum for konkurrence på vilkår, da vilkår er et konkurrenceparameter ud over pris.
- **Regulering mod loyalitetsbetaling:** Begrænsning af prisvandring og indeksregulering kan ske ved, at det kræves, at selskaber informerer eksisterende og loyale kunder tydeligt om prisændringer og deres rettigheder til at skifte selskab, herunder undersøge mulighederne for at forbyde praksisser, der uforholdsmæssigt rammer loyale kunder.
- **Skabe incitamenter til at aktivere forbrugere, øget mobiliteten og konkurrencen:** Reducere skifteomkostninger ved at indføre digitale løsninger, der i endnu højere grad automatiserer skift af selskaber.
- **Fjern adgangsbarrierer for nye aktører:** Iværksætte yderligere analyse af adgangsbarrierer for nye selskaber og mulighederne for at reducere disse barrierer, eksempelvis ved at sænke krav til etablering og sikre lige adgang til markedsdata.

- **Hjælp til sårbare forbrugere:** Igangsætte kampagner, eksempelvis i samarbejde med brancheorganisationer og Forbrugerrådet Tænk, med oplysning og uddannelse i finansiel forståelse, så sårbare grupper bliver bedre rustet til at navigere på markedet.
- **Overvåg praksisser, der diskriminerer bestemte kundegrupper:** Overvej hvordan der kan indføres sanktioner mod uretfærdig prissætning og hvordan myndigheder kan føre et effektivt tilsyn med disse praksisser.

Forbrugerrådet Tænk står gerne til rådighed hvis der skulle være spørgsmål og behov for uddybning af ovennævnte.

Med venlig hilsen

Uffe Rabe Krag
Politisk chef

Morten Bruun Pedersen
Cheføkonom