



Forsikringsbransjen i Norge

En kvalitativ studie av forsikringsbransjen i Norge

Henrik Winnes og Herman Hoseth

Veileder: Jørgen Haug

Selvstendig arbeid innen masterstudiet i økonomi og administrasjon,
hovedprofil – finansiell økonomi

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Dette selvstendige arbeidet er gjennomført som ledd i masterstudiet i økonomi- og administrasjon ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at Høyskolen eller sensorer innestår for de metoder som er anvendt, resultater som er fremkommet eller konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Forord

Masteroppgaven er skrevet som en del av masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Norges Handelshøyskole (NHH). Oppgaven er skrevet under hovedprofilen finansiell økonomi og tilsvarer 30 studiepoeng. Studiet ble påbegynt i august 2023 og ferdigstilt i desember samme år. Prosessen har vært svært lærerik og gitt oss et unikt innsyn i en spennende bransje. Tanken bak valget av tema var et ønske om et dagsaktuelt tema, noe som kunne gi oss innsikt i dagens situasjon, samt danne tanker om den videre utviklingen.

Vi har gjennom arbeidet med oppgaven hatt solide støttespillere som vi ønsker å utrekke en takk til. Hans Christian Von Krogh som både har utfordret våre tanker og bidratt med gode innspill gjennom hele prosessen. Vår veileder Jørgen Haug for tilbakemeldinger før og underveis i prosessen. Vi ønsker også å rette en takk til alle bransjeekspertene som har stilt til intervju, det dannet et avgjørende grunnlag for vår analyse. Uten disse støttespillerne hadde ikke denne oppgaven vært mulig å gjennomføre.

Bergen, 09. desember 2023

Henrik Winnes

Herman Hoseth

Sammendrag

I vår masteroppgave analyserer vi den norske forsikringsbransjen med en kvalitativ tilnærming primært gjennom semistrukturerte intervjuer. Mer presist har vi undersøkt hvordan den norske forsikringsbransjen tilpasser seg dagens teknologiske utvikling, og hvilke implikasjoner dette har for bransjen fremover. Sentralt i vår analyse har vært reguleringer, samt teknologisk utvikling særlig innen kunstig intelligens og maskinlæring.

Gjennom vårt arbeid har vi identifisert flere nøkkelfaktorer som påvirker bransjens utvikling. For det første ser vi at digitaliseringen driver en stor endring i forsikringsbransjen. Merkekjennskap og tillit til leverandøren er fortsatt viktig for forbrukeren, men utviklingen i bransjen gir forbrukerne mer makt enn tidligere. Dette er i stor grad drevet av regulatoriske tiltak som Open Finance som åpner opp for nye muligheter og aktører i bransjen. Dette kan redusere inngangsbarrierer for nye selskaper, noe som igjen kan forandre hvordan bransjen konkurrerer om markedsandeler. Samtidig står forsikringsbransjen overfor betydelige muligheter og utfordringer gjennom bruk av avanserte dataanalyser og algoritmer. Dette kan føre til mer nøyaktig risikovurdering og prisfastsetting, men også potensielle utfordringer relatert til personvern og risikoen for å diskriminere risikoutsatte individer. Videre forskning og utvikling sammen med ansvarlig regulering, er nødvendig for å balansere disse aspektene. Våre analyser indikerer også at det er et suboptimalt samarbeid mellom offentlige instanser og forsikringsbransjen i Norge. Dette kan virke hemmende på teknologisk utvikling og innovasjon. Spesielt er det en oppfatning i bransjen om at den ikke blir tilstrekkelig hørt av regulatoriske myndigheter, og at det norske regulatoriske landskapet kan virke som en brems for videre utvikling. Vi argumenterer derfor for at det er behov for et bedre samarbeid og en mer effektiv implementering av regelverk som fremmer heller enn hindrer innovasjon.

Til slutt ser vi at forsikringsbransjen i Norge står overfor en omfattende utvikling hvor integreringen av ny teknologi og en ansvarlig tilnærming til reguleringer vil være avgjørende for dens fremtidige retning. Dette innebærer en balansegang mellom å utnytte teknologiens muligheter og ivareta etiske og juridiske forpliktelser. Vår forskning understreker viktigheten av kontinuerlig dialog og samarbeid mellom bransjeaktører, regulatoriske myndigheter og teknologileverandører for å sikre en bærekraftig og innovativ forsikringssektor i Norge.

Innholdsfortegnelse

Forord	2
Sammendrag	3
Innholdsfortegnelse	4
1. Introduksjon.....	7
1.1 Oppgavens disposisjon	9
1.2 Bakgrunn og motivasjon	9
2. Litteratur.....	10
2.1 Kunstig intelligens og Maskinlæring	10
2.1.1 Fremtidens KI og dens rolle.....	11
2.2 Prinsipal-agent teori.....	12
2.3 “First mover advantage”	13
2.3.1 Teknologiske fordeler.....	14
2.3.2 Knappe ressurser.....	14
2.3.3 Byttekostnader.....	15
2.4 Konkurransefortrinn.....	15
2.5 Inngangsbarrierer.....	17
2.6 Plattform- og nettverkseffekter	18
2.7 Reguleringer	19
2.7.1 AML - HVD – Hvitvaskingsdirektivet.....	20
2.7.2 GDPR	21
2.7.3 DORA – Digital operasjonell motstandsdyktighet	22
2.7.4 AI-act	23
2.7.5 IDD – Insurance Distribution Directive	24
3. Bransjen.....	25
3.1 Hva er et forsikringsselskap?	25
3.2 Forsikringsbransjen i Norge i dag.	25
3.3 Nåværende situasjon av kunstig intelligens og maskinlæring i den Norske forsikringsbransjen.....	27

4. Metode	29
4.1 Forskningstilnærming	29
4.1.1 Forskningsdesign.....	30
4.1.2 Metode for datainnsamling	30
4.2 Datainnsamling	31
4.2.1 Intervjuforberedelser	31
4.2.2 Datakilder.....	32
4.2.3 Intervjuutførelse	33
4.2.4 Dataanalyse.....	34
4.3 Forskningskvalitet	35
4.3.1 Reliabilitet	35
4.3.2 Validitet.....	36
5. Funn.....	37
5.1 Reguleringer.....	37
5.1.1 GDPR	39
5.1.2 AI-act.....	41
5.1.3 Open Finance	42
5.2 Teknologisk utvikling.....	44
5.3 Kundelojalitet	49
5.4 Konkurransesituasjonen i dag	51
6. Diskusjon.....	55
6.1 Kan den norske fortolkningen av EU-regelverk bremse den teknologiske utviklingen i forsikringsbransjen?	55
6.2 Har Open Finance åpnet døren for nye aktører og muligheter i forsikringsbransjen? ..	57
6.3 Fører utviklingen innenfor KI og ML til en reduksjon av prinspal-agent problemer i den norske forsikringsbransjen?	59
7. Konklusjon.....	63
8. Litteraturliste	65
9. Vedlegg.....	71
9.1 Vedlegg 1 – Intervjuguide	71

9.2	Vedlegg 2 - Informasjonsskriv	75
-----	-------------------------------------	----

1. Introduksjon

Forsikringsbransjen i dag er et aktuelt og dynamisk studiefelt. I en verden hvor fokuset er digitalisering, kraftig akselerert ved introduksjonen av kunstig intelligens og maskinlæring. Denne oppgaven tar for seg hvordan forsikringsbransjen har utviklet seg, og hvordan den vil videreutvikles i et moderne finansielt landskap. Det er et særlig fokus på den pågående digitaliseringen, hvordan den påvirker og blir innført i bransjen i dag.

Forsikring har siden tidens morgen vært en bærebjelke i det moderne samfunn, hvor behovet for risikofordeling har vært fremtredende. Forsikring er en integrert del av et samfunn med økonomisk og sosial stabilitet som har til hensikt å beskytte individer, bedrifter og samfunn mot økonomiske tap som følge av uforutsette hendelser.

Dagsaktuelle temaer som klimaendringer, cybertrusler og kunstig intelligens stiller nye krav til dagens forsikringsbransje. Disse globale endringene krever at forsikringsbransjen ser til nye løsninger på hvordan forsikringsprodukter utarbeides og presenteres til forbrukere som stiller større krav til sin forsikringsleverandør. Ved innføringen av kunstig intelligens og maskinlæring presenterer det et mulighetsområde for forsikringsselskapene å omstille hvordan de behandler risiko og beskyttelse.

Det stadig økende fokuset på innovasjon og teknologi har medført en fremvekst av finansiell teknologi (FinTech), dette fører med seg innovasjoner i finansielle markeder. Dette krever at tradisjonelle forretningsmodeller er nødt til å tilpasses et marked som er i større endring enn noen gang tidligere. Innføringen av Open Finance som har til hensikt å bryte opp eksisterende datamonopoler har medført en drastisk endring i konkurranselandskapet for forsikringsselskap.

I dag står finansielle markeder overfor en regulatorisk omstilling i tråd med den moderne digitaliserte økonomien. Fellesnevneren for det nye regulatoriske landskapet er økt forbrukerbeskyttelse og forbrukerrettigheter. Dette øker kravene til etterlevelse av blant annet databehandling og personvern. Denne innføringen er først og fremst en påvirkning for bransjen i form av hvordan selskapene behandler og samler inn data, med et større fokus på transparens.

Følgelig står forsikringsbransjen overfor en konkurransesituasjon preget av et omfattende regulatorisk landskap og en fremvekst av teknologiske løsninger som utfordrer det tradisjonelle forretningslandskapet. I denne oppgaven ønsker vi å studere fremtidsutsiktene og

utfordringer i bransjen. Dette ønsker vi å gjøre ved å danne oss et bilde av bransjen i dag, hvordan de tilpasser seg endringer og hvordan de ser på fremtidsutsiktene. Dette ønsker vi å gjøre ved å besvare følgende problemstilling:

Hvordan tilpasser den norske forsikringsbransjen seg dagens teknologiske utvikling og hvordan vil det påvirke forsikringsbransjen fremover?

For å danne innsikt i bransjen har vi intervjuet en rekke nøye utvalgte eksperter hvorav tre jobber direkte mot den teknologiske utviklingen i forsikringsbransjen, en advokat som jobber mot finansielle markeder og en konsulent med overordnet fagansvar mot forsikringsbransjen i Norge. Ved å selektivt velge ut eksperter som er sterkt tilknyttet problemstillingen og bransjen har vi fått en dyp innsikt i problemstillingen vi ønsker å besvare.

Vi utforsket økonomisk teori før vi knyttet dette opp mot innsikten opparbeidet fra informasjonen vi fikk fra intervju av ekspertene for å danne grunnlag for sentrale spørsmål i bransjen i dag. De tre diskusjonene vi har trukket frem er:

- Kan den norske fortolkningen av EU-regelverk bremse den teknologiske utviklingen i den norske forsikringsbransjen?
- Har Open Finance åpnet døren for nye aktører og muligheter i forsikringsbransjen?
- Fører utviklingen innen KI og ML til en reduksjon av prinsipal-agent problemer i den norske forsikringsbransjen?

Disse diskusjonene basert på relevant litteratur, ekspertintervjuer og mediebildet i dag dannet grunnlaget for interessante funn. Hva vi ser gjennom vår analyse er en forsikringsbransje i omfattende endring. Dette fører med seg lavere inngangsbarrierer for nye aktører, et krevende regulatorisk landskap og et forretningslandskap som står ovenfor store endringer. Vi argumenterer for at det vil være behov for et tettere samarbeid mellom innovasjon og reguleringer for å utnytte det teknologiske potensialet bransjen har.

Forbrukeren vil sannsynligvis stå ovenfor store endringer i både hvilke forsikringsprodukter som tilbys i markedet, samt en mer effektiv bransje i alle ledd. Det er fremdeles et stort fokus på kundeopplevelse i bransjen, og det tyder på at det fremdeles vil være et marked som er tilpasset alle kundebehov. I en bransje med økende fokus på innovasjon og effektivitet i eksisterende produkter er det forbrukeren som kommer best ut. Dette kommer frem både av

hvordan reguleringer blir utformet, samt hvordan innovasjon vil prege konkurranselandskapet og produktutvikling.

1.1 Oppgavens disposisjon

Masteroppgaven er bygget opp så leseren skal kunne få den nødvendige kunnskapen om teorien og innsikten i bransjen for å effektivt kunne ta stilling til diskusjonene og problemstillingen vi presenterer. Vi vil innledende presentere litteratur og en overordnet fremstilling av bransjen i dag. Videre beveger vi oss mot ekspertuttalelser som presenterer hvordan nøkkelpersoner i bransjen ser på dagens og morgendagens forsikringsbransje, både utfordringer og muligheter. Vi avslutter med å presentere de mest sentrale diskusjonene som oppstår med tanke på litteraturen og uttalelsene presentert, før vi avslutningsvis konkluderer og besvarer vår problemstilling.

1.2 Bakgrunn og motivasjon

Vi ønsket begge å opparbeide oss et bilde på hvordan nåsituasjonen i finansielle markeder er, og vi tok derfor kontakt med KPMG som en av de ledende rådgiverne til bank- og finanssektoren. Her kom vi i kontakt med Hans Christan Von Krogh, direktør for «Technology and transformation» i KPMG. Vi presenterte våre tanker om en masteroppgave innen teknologisk påvirkning i finansielle markeder og etter gode innspill ble vi gjort oppmerksom på forsikringsbransjen. Her fikk vi et inntrykk av at det er en bransje som vil få stor påvirkning de kommende årene av den teknologiske utviklingen.

Vi benyttet videre vårt nettverk for å høre deres tanker om problemstillingen. Dette forsterket ytterligere vårt ønske om å dykke inn i forsikringsbransjen og den teknologiske utviklingen. Gjennom samtaler med Henrik Nygård, advokat i DNB, ble vi oppmerksomme på et komplekst regulatorisk landskap som presenterte utfordringer for bransjen. Dette gjorde at vi fant problemstillingen høyst relevant og interessant, da bransjen sto ovenfor en kompleks teknologisk omstilling.

2. Litteratur

I denne delen av oppgaven vil vi presentere aktuell teori knyttet til vår problemstilling. Vi vil først begynne med å presentere kunstig intelligens og maskinlæring. Deretter vil vi ta for oss prinsippal-agent teori, "first mover advantage", konkurransefortrinn, samt plattform- og nettverkseffekter. Til slutt vil vi presentere regulatoriske forhold som har og kan ha påvirkning på forsikringsbransjen. Teorien vi her presenterer vil senere bli anvendt i forbindelse med diskusjon av våre funn i forsikringsbransjen.

2.1 Kunstig intelligens og Maskinlæring

Betydningen av kunstig intelligens og maskinlæring for fremtidens teknologiske utvikling

Kunstig intelligens (KI) og maskinlæring (ML) er kritiske elementer i fremtidens teknologiske landskap. Disse teknologiene markerer en revolusjonerende endring i måten vi håndterer, analyserer og drar nytte av store datamengder på. I en verden med økende data fra "Internet of Things" (IoT)-enheter, sosiale medier og andre kilder, blir det avgjørende for selskapene å opparbeide metoder som håndterer en økende datamengde.

Maskinlæring, en undergren av KI, muliggjør autonom læring fra data, noe som fører til forbedret prediksjon og beslutningstaking uten menneskelig intervensjon (Laurent, Chollet og Herzberg 2015). Dette har dype implikasjoner for sektorer som helse, transport og finans hvor KI og ML driver banebrytende innovasjoner. Disse kan potensielt endre hvordan vi lever, arbeider og kommuniserer (Russell & Norvig, 2010).

Maskinlæring og KI – et dypdykk

KI er et felt innen informatikk som fokuserer på oppgaver som typisk krever menneskelig intelligens, som problemløsning, tolkning av naturlig språk og mønstergjenkjenning (Russell & Norvig, 2010). Maskinlæring lar datamaskiner "lære" fra data. I motsetning til tradisjonelle programmeringsmetoder bruker ML algoritmer, data og statistiske metoder for å "lære" oppgaver, enten det er å forutsi fremtidige hendelser, kategorisere data, eller gjenkjenne mønstre (Goodfellow et al., 2016). I denne konteksten er ML kjernen i mange moderne KI-anvendelser, som selvkjørende biler og automatiserte chatbots. Samlet sett fremstår KI og ML

som transformative teknologier for vår tid, med potensial til å påvirke nesten alle samfunnsområder.

2.1.1 Fremtidens KI og dens rolle

KI har allerede vist seg som en viktig aktør innen teknologi og industri. Til nå har KI's primære bruk vært å løse spesifikke, forhåndsdefinerte utfordringer. En av de mest spennende utviklingene er KI's evne til å forbedre seg over tid, og muligheten til å trene den utfra behovet til oppgaven den skal løse.

En anerkjent test for å vurdere kapasiteten til KI er dens evne til å etterligne menneskelig kommunikasjon så overbevisende at mennesker ikke oppdager at de samhandler med en KI, kjent som en "Turing-test". Med den nyeste utviklingen, spesielt i språkmodeller som ChatGPT, beveger vi oss nærmere dette målet. Disse modellene kan tolke og svare på forespørsler med en forbedret forståelse av naturlig språk, noe som gjør interaksjoner mer menneskelige (Computas, 2023).

I økende grad viser KI sin relevans over et bredt spekter av industrier, inkludert forsikringssektoren. Dens nåværende innflytelse er særlig tydelig innen tre kjerneområder: risikovurdering, kundeservice og svindeldeteksjon. Innen risikovurdering har KI, utstyrt med store datasett og maskinlæring, muliggjort mer nøyaktige og individualiserte priser. Dette avviker fra forsikringsselskaperens tidligere avhengighet av faste parametere og aktuarvurderinger (KPMG, 2019).

Når det gjelder kundeservice har KI-drevne chatbots og automatiserte systemer blitt stadig mer utbredt. Disse verktøyene kan effektivt håndtere kundehenvendelser i sanntid, tilby råd om forsikringspakker og støtte kunder gjennom kravprosessen (Accenture, 2022). KI spiller også en betydelig rolle i å bekjempe svindel, et stadig økende problem i forsikringsbransjen. Ved å analysere store mengder transaksjonsdata kan KI identifisere mønstre som kan tyde på svindel, noe som kan resultere i lavere kostnader for både selskaper og forsikringstakere (Deloitte, 2019).

I takt med teknologiske fremskritt forventes det at KI vil innta en stadig større rolle i forsikringssektoren. Et særlig spennende område er konseptet "tilpasset forsikring", hvor KI, integrert med "IoT" enheter som smarte hjemmealarmer og bærbare helsemonitører, kan ha potensialet til å overvåke og justere forsikringspriser i sanntid basert på endringer i risiko

(McKinsey, 2021). Det er i midlertidig viktig å anerkjenne at selv om slik teknologi er tilgjengelig reiser den betydelige juridiske og etiske spørsmål, spesielt tilknyttet personvern og datahåndtering. Dette aspektet blir ytterligere utforsket i analysedelen senere i oppgaven.

Teknologisk utvikling kan også bringe betydelige forbedringer i effektiviteten og brukeropplevelsen i forsikringsbransjen gjennom KI og ML. Forsikringsselskaper kan i fremtiden være i stand til å behandle og godkjenne krav nesten umiddelbart ved hjelp av KI, en endring fra dagens ofte langvarige og byråkratiske kravprosess (McKinsey, 2021). Videre vil kontinuerlig utvikling innen KI forbedre evnen til å forutsi risiko. Dette kan lede til en endring av hvordan forsikringspremier beregnes, ved å muliggjøre mer nøyaktig og proaktive risikovurderinger (Gartner, 2021). Denne utviklingen er også betinget av juridiske og etiske spørsmål som vil bli analysert videre senere i oppgaven.

2.2 Prinsipal-agent teori

Prinsipal-agent teorien, grundig utforsket i Bergen et al. (1992), spiller en kritisk rolle i forståelsen av forholdet mellom forsikringstakeren (agenten) og forsikringsselskapet (prinsipalen) i forsikringsbransjen. Denne teorien belyser de unike dynamikkene som oppstår grunnet ulikhet i informasjon og målsetninger mellom forsikringstaker og forsikringsselskap. En nøkkelutfordring er at forsikringstakeren ofte har tilgang til mer detaljert informasjon om sin egen risiko enn hva forsikringsselskapet har. Dette informasjonsgapet kan potensielt føre til utfordringer i forholdet mellom forsikringstaker og selskap, og påvirke måten forsikringsprodukter utformes og prises på.

Prinsipal-agent problemet, som diskutert i Hendrikse (2003) og Andresen (2014), kan manifestere seg i forsikringsbransjen når forsikringstakeren, bevæpnet med mer detaljert informasjon, tar beslutninger som ikke nødvendigvis er i samsvar med forsikringsselskapets beste interesser. Denne informasjonsasymmetrien kan skape et skjevt maktforhold hvor forsikringstakeren kan utnytte sin informasjonsfordel til egen vinning, potensielt på bekostning av forsikringsselskapet.

Moralsk hasard, et sentralt begrep i prinsipal-agent teorien og belyst av Chiappori & Selanie (2003), oppstår i forsikringsbransjen når forsikringstakeren endrer sin risikoadferd etter å ha inngått en forsikringsavtale. Et eksempel på dette er når en person etter å ha kjøpt en omfattende bilforsikring begynner å kjøre mer uforsiktig, i den tro at eventuelle skader vil bli

dekket av forsikringen. Denne endringen i atferd kan føre til høyere risiko for skader, noe som i sin tur kan medføre økte kostnader for forsikringsselskapet.

Ugunstig utvalg, ytterligere belyst i Dionne & Doherty (1994), refererer til en situasjon hvor individer med høyere risiko er mer tilbøyelige til å kjøpe forsikring enn de med lavere risiko. Et eksempel på dette kan være i helseforsikring, hvor personer med underliggende helseproblemer er mer sannsynlig å kjøpe forsikring enn friskere individer. Dette fører til en uforholdsmessig stor andel av høyrisikoindivider i forsikringsselskapets portefølje, og kan utfordre selskapets evne til å balansere risiko og beholde bærekraftige premienivåer.

For å møte utfordringene som prinsipal-agent problemet representerer, kan forsikringsselskaper implementere en rekke incentiver og strategier. Som diskutert i Baker & Siegelman (2013), inkluderer dette bruk av telematikk i bilforsikring for å spore og belønne forsiktig kjøreadferd, eller å tilby reduserte premier for kunder som ikke har gjort krav over en viss periode. Ved å bruke slike incentiver kan forsikringsselskapene oppmuntre til en atferd som er mer i tråd med deres egne risikostyringsmål.

Prinsipal-agent teorien gir et verdifullt rammeverk for å forstå og navigere de komplekse interaksjonene mellom forsikringstakere og forsikringsselskaper. Ved å adressere utfordringer som moralsk hasard og ugunstig utvalg, og implementere effektive incentiver kan forsikringsselskapene skape mer balanserte og bærekraftige forsikringsmodeller. Denne forståelsen er avgjørende for utviklingen av rettferdige og effektive forsikringsprodukter som tilfredsstillende behovene til både forsikringstakere og forsikringsselskaper.

2.3 “First mover advantage”

I dagens forsikringsbransje er det økende produkt- og tjenesteutvikling gjennom en stadig mer digitalisert hverdag, sterkt knyttet til utviklingen av KI og ML. Vi ønsker å se nærmere på hvordan nyutvikling kan utnyttes gjennom teorien om “first mover advantage”. I dette avsnittet vil vi derfor utforske “first mover-” og “fast mover advantage”, samt nøkkelfaktorene innenfor teorien.

Fordelen med å være først i markedet, kjent som “first mover advantage”, er en betydelig fordel som oppnås av bedrifter som først introduserer et nytt produkt, tjeneste eller teknologi.

Dette gir selskapet en unik mulighet til å bli markedsleder, skaffe seg viktige ressurser, bygge sterke merkevarer og skape hindringer for at konkurrenter skal kunne entre markedet effektivt (Markides, 2012). Selv om det å være å være den første innebærer visse fordeler, fremhever forskning at det ofte er de som raskt følger etter som høster fordelene av innovasjon og oppnår markedsdominans ved å lære av forgjengernes feil. Fenomenet "fast mover" indikerer viktigheten av vedvarende innovasjon og tilpasningsdyktighet for å opprettholde markedsdominans. (Markides, 2012).

Lieberman og Montgomery (2002) identifiserer tre nøkkelfaktorer som kan gi «first mover advantage». Disse inkluderer teknologiske fordeler, knappe ressurser og byttekostnader. Disse vil vi se nærmere på i de kommende underavsnittene.

2.3.1 Teknologiske fordeler

Teknologiske fortrinn utgjør en essensiell del av "first mover advantage". En bedrift som er først ute med å implementere en ny teknologi har mulighet til å etablere markedsstandarder, utnytte patentbeskyttelse og oppnå en dominerende markedsposisjon før konkurrentene. Dette gir aktøren mulighet til å forme kundenes forventninger, og utvikle bånd til leverandører og distributører (Porter, 1985).

Tidlige teknologiske aktører kan beskytte sin posisjon ved å etablere inngangsbarrierer gjennom patentsikring og dra nytte av fordelene ved den kumulative læringskurven (Lieberman & Montgomery, 1988). Det er viktig å påpeke at disse fordelene innebærer risiko, ved at de kan bli forbigått av nyere innovasjoner eller en "fast mover" aktør.

2.3.2 Knappe ressurser

Lieberman og Montgomery (2002) peker på viktigheten av knappe ressurser som en kritisk driver for «first mover advantages». De fremhever at selskaper som er tidlige inntredere ofte har en unik mulighet til å sikre seg verdifulle ressurser som er begrenset i antall eller tilgjengelighet. Når «first movers» har sikret seg disse ressursene, blir det betydelig vanskeligere for etterfølgende konkurrenter å skaffe tilsvarende ressurser uten å pådra seg betydelig høyere kostnader. Denne evnen til å monopolisere eller begrense tilgangen til knappe ressurser gir «first movers» en betydelig konkurransefordel. Det skaper barrierer for inntreden og kan begrense konkurransen, slik at de kan oppnå høyere avkastning og styrke sin posisjon i markedet. Over tid kan denne fordelene forsterkes, da akkumulering av ressurser kan bidra til

økt markedsdominans og ytterligere marginalisere nye aktører (Lieberman & Montgomery, 2002).

2.3.3 Byttekostnader

Byttekostnader er de kostnadene forbrukere opplever når de bytter fra en leverandør, produkt, eller tjeneste til en annen. Disse kan være monetære kostnader, men også tidsinvesteringer, innsats og psykologiske barrierer som oppleves ved å endre vante vaner (Porter, 1980).

For selskaper som har “first mover advantage”, kan byttekostnader tjene som en solid barriere mot inntreden for konkurrenter. Når forbrukere først har investert tid, penger og energi i et produkt eller tjeneste, kan den opplevde kostnaden ved å bytte være betydelig høyere enn den faktiske kostnaden. Noe som igjen gjør det mindre sannsynlig at de går over til en konkurrent (Lieberman & Montgomery, 2002).

For eksempel kan tidlige adoptører av teknologi oppleve tekniske vanskeligheter eller utfordringer med å integrere ny teknologi i eksisterende systemer. Et selskap som kan tilby løsninger på disse problemene først skaper høyere byttekostnader for forbrukerne, da de må veie fordelene ved en ny løsning mot utfordringene ved å endre (Shapiro & Varian, 1999).

For bedrifter som ønsker å maksimere sin “first mover advantage”, er det avgjørende å forstå og strategisk utnytte byttekostnader for å beskytte og vokse sin markedsandel. Dette innebærer å oppmuntre lojalitet, redusere risiko for kunder og tilby verdifull støtte som gjør overgangen til alternative løsninger mindre attraktiv (Kerin et al., 1992).

2.4 Konkurranseforrinn

Forsikringsbransjen har gjennomgått en betydelig utvikling i takt med den stadig endrende kundedferden. Etersom verden blir mer digital krever kunder at produkter også endres. Dette innebærer at selv selskaper med konkurranseforrinn i dag ikke nødvendigvis har det i fremtiden. Den digitale utviklingen gir rom for nye aktører å opparbeide seg konkurransefordeler. Vi presenterer først de konkurransefordelene som teorien viser til, før vi senere i oppgaven vil diskutere hvordan nye aktører kan utnytte dette.

Michael Porter (1985) mener konkurransefortrinn er kjernen i bedriftens ytelse i konkurranseutsatte markeder og er særlig essensielt for bransjer i teknologisk endring. Konkurransefortrinn handler om hvordan et firma klarer å skape merverdi overfor sine kunder. Dette kan være alt fra å sette en lavere pris i forhold til sine konkurrenter på et likt produkt eller tilby unike produkter/tjenester som tilbyr en høyere nytte til en høyere pris. Porter (1985) definerer to hovedkategorier av konkurransefortrinn: Kostnadslederskap og differensiering. De fører igjen til tre generiske strategier: Kostnadslederskap, differensiering og fokusering.

Kostnadslederskap fokuserer på å produsere produkter/tjenester til en lavere kostnad enn konkurrentene og samtidig holde kvaliteten på produktene/tjenestene gode (Porter, 1985). Denne strategien fokuserer på et bredt spekter og tar ofte for seg en rekke industrisegmenter. En essensiell del av strategien er at det er kun plass til en enkelt kostnadsleder i bransjen, noe som gjør at firmaet må slå til så effektivt at det ikke er mulig for konkurrenter å få innpass. Ved å være kostnadsledende i bransjen vil firmaet oppnå stordriftsfordeler som igjen vil redusere kostnadene til firmaet og gjøre det lettere å oppnå gunstige kontrakter i forhandlinger. En trussel for et kostnadsledende firma kan være ved teknologisk endring. Under teknologiske endringer har konkurrenter store muligheter til å endre sin kostnadsposisjon gjennom innovasjon og forbedringer av produkt/tjenester (Porter, 1985).

Differensieringsstrategien handler om å tilby produkter/tjenester som andre konkurrenter ikke kan tilby. Firmaet kan differensiere seg ved å tilby et produkt av høyere kvalitet, kortere leveringstid på produktene eller unik markedsføring tilnærming som appellerer til kunder. Differensieringsstrategien tar utgangspunkt i et eller flere behov som kundene anser som viktig, og prøver å dekke dette behovet alene. Dette fører til at de ofte kan ta høyere betaling for produktene/tjenestene sine (Porter, 1985).

Ved en fokuseringsstrategi må firmaet velge mellom kostnadsleder eller differensieringsfokus i sin strategi. Fokuseringsstrategi skiller seg fra de andre strategiene i at den fokuserer på et smalt konkurranseutvalg innenfor en bransje. Noe som igjen medfører at firmaet kan ta en høyere pris for sine tjenester. Det kan være alt fra en til flere segmenter i bransjen. Ved å optimalisere sin strategi mot et enkelt målsegment så vil de oppnå et konkurransefortrinn i det segmentet, selv om de ikke har et konkurransefortrinn totalt sett (Porter, 1985).

Konkurransefortrinnene presentert viser de overordnede målsetningene og strategiene både eksisterende og nye aktører ønsker å oppnå. I en tid med en akselererende digital utvikling

danner det utgangspunkt til å oppnå konkurransefortrinn for nye aktører, samt at etablerte aktører er nødt til å tilpasse sin strategi for å ikke miste eksisterende fortrinn.

2.5 Inngangsbarrierer

Inngangsbarrierer defineres som utfordringer som gjør det vanskelig for nye selskaper å etablere seg i et marked. Vi skiller mellom to hovedformer for inngangsbarrierer, strategiske og strukturelle. Strukturelle inngangsbarrierer referer til de iboende egenskapene ved et marked eller industri som naturlig skaper hindringer for nye selskaper som ønsker å entre et marked. Mens strategiske inngangsbarrierer referer til handlinger foretatt av etablerte selskaper for å hindre nye aktører å entre markedet (CFI Team, 2019). Vi ønsker å gå inn på to strukturelle og en strategisk inngangsbarriere(r) i forsikringsbransjen som vi anser som de mest betydningsfulle for bransjen i dag; kapitalbehov, reguleringer og merkenavn.

Kapitalbehovet utgjør en betydelig strukturell inngangsbarriere i forsikringsbransjen. Å etablere et forsikringsselskap krever betydelig startkapital for å sikre solvens, oppfylle regulatoriske reservekrav og dekke risikoer forbundet med forsikringsvirksomhet. Den høye økonomiske terskelen kan avskrekke eller hindre nye aktører fra å tre inn i markedet, spesielt mindre eller nyetablerte selskaper som kanskje ikke har tilgang til nødvendige finansielle ressurser. Slik representerer kapitalbehovet en sentral faktor som former konkurransedyktigheten og tilgjengeligheten i bransjen (CFI Team, 2019).

Forsikringsbransjen er i dag underlagt strenge lovmessige og regulatoriske krav. Kravene sikrer at selskaper opptrer ansvarlig og beskytter kundenes interesser, men de representerer også en betydelig hindring for nye aktører. Å oppfylle kravene krever omfattende juridisk og finansiell ekspertise, samt betydelige ressurser for å etablere og vedlikeholde samsvarende systemer. Et eksempel på dette er at en rekke små og mellomstore bedrifter (SMB) har uttrykt bekymring over anvendelsen av det nye direktivet Forsikringsdistribusjonsdirektivet (IDD). Da dette er mer belastende for mindre aktører, enn de etablerte (EIOPA, 2022). Direktivet vil bli tydeligere analysert senere i oppgaven.

Dagens forsikringsbransjen er i stor grad dominert av etablerte selskaper med sterke merkenavn. Forsikring er en tillitsbasert industri hvor kundenes valg ofte styres av selskapets

omdømme og troverdighet. Etablering av et merkenavn krever betydelig ressurser og markedsføring over lengre tid. Nykommere i bransjen står overfor utfordringer med å bygge sitt merkenavn i en bransje dominert av kjente selskaper med langvarig tilstedeværelse og kundelojalitet. Slik etablerer etablerte selskaper en strategisk inngangsbarriere for nye aktører i markedet.

Dette understreker at barrierer for å entre forsikringsmarkedet inkluderer flere strukturelle og strategiske utfordringer, som spenner fra regulatoriske krav og kapitalbehov til etablering av merkenavn. Å forstå disse hindringene er essensielt for enhver virksomhet som sikter mot å etablere seg i forsikringssektoren.

2.6 Plattform- og nettverkseffekter

Plattform- og nettverkseffekter er sentralt i forsikringsbransjen, da det tilbyr muligheter for vekst og innovasjon. Vi ønsker å analysere hvordan plattform- og nettverkseffekter spiller inn i forsikringsbransjen i dag, og hvorvidt det kan ha ytterligere innvirkning ved innføringen av Open Finance. Dette kommer vi nærmere inn på senere i oppgaven.

Plattformeffekter muliggjør verdiskapning gjennom reduksjon av transaksjonskostnader, ofte gjennom teknologiske løsninger (Hagiu & Wright, 2015). Dette skaper fordeler for forsikringsselskaper ved å forenkle kundetilgang og forbedre tjenestetilbud. I dagens bransje ser vi at det skaper plattformeffekter gjennom samarbeid med aktører hvor det er naturlig å ha behov for forsikring. Dette er eksempelvis samarbeidet mellom en bilprodusent og et forsikringsselskap som skaper muligheter til å tilby skreddersydde forsikringsprodukter så snart en kunde har kjøpt en bil.

Ved fremveksten av FinTech og sammenligningstjenester har det oppstått et større fokus på muligheten til å få flere produkter samlet på samme plattform. Dette samt fremveksten av Open Finance åpner for spennende muligheter for ytterligere utnyttelse av plattformeffekter i forsikringsbransjen fremover. Dette kommer vi som nevnt nærmere inn på senere i oppgaven.

Nettverkseffekter er avgjørende for forsikringsselskaper da verdien av tjenestene øker med antall brukere. (Evans & Gawer, 2016). Sentralt i oppbygningen av nettverkseffekter er tillit og trovedighet til merkevaren. Når forbrukere stoler på en merkevare er de mer tilbøyelige til å

ta i bruk tjenesten eller produktet, og enda viktigere, anbefale det videre. Forsikringsselskaper er avhengige av et større utvalg brukere for å effektivt kunne spre risiko.

Sammenfattende er både nettverks- og plattformeffekter avgjørende for forsikringsbransjen. De representerer en utvikling fra tradisjonelle forsikringsmodeller og tilbyr muligheter for innovasjon, større markedsadgang og bedre risikostyring. Denne dynamikken er spesielt relevant i dagens digitale utvikling, hvor reguleringer som Open Finance legger til rette for ytterligere utnyttelse av disse effektene.

2.7 Reguleringer

I dette avsnittet tar vi for oss en detaljert gjennomgang av EU-reguleringene som har en betydelig innvirkning på forsikringsbransjen. Vi vil utforske hensikten bak reguleringene og deres spesifikke anvendelse i norsk kontekst, gitt Norges forpliktelser under EØS-avtalen. Videre vil vi konsentrere oss om de mest relevante reglene for forsikringsbransjen, med en grundig gjennomgang i egne underavsnitt av “Anti-Money Laundering” (AML), “General Data Protection Regulation” (GDPR), Digital Operasjonell Motstandsdyktighet (DORA), AI-Act og “Insurance Distribution Directive” (IDD).

Formålet med EU reglene

EU-reguleringene har en sentral rolle i å sikre at forsikringsbransjen opererer på en rettferdig, transparent og stabil måte. Dette er viktig ikke bare for forbrukerbeskyttelse, men også for å bevare pålitelighetene i de finansielle systemene. Med den teknologiske fremgangen KI og ML har medført i bransjen, særlig i økningen av nye FinTech aktører, har det blitt stadig viktigere å regulere disse områdene for å ivareta kundenes rettigheter og interesser.

EØS-avtalen legger til rette for fri etablering på tvers av landegrenser innen EU, noe som fører til en standardisering av reglene og like konkurransevilkår. For å sikre samhandling anvender EU forordninger som direkte gjeldende lover i medlemslandene, hvilket betyr at landene ikke kan vedta strengere eller mildere regler enn det som er angitt, med mindre det er spesifisert i forordningen (NOU, 2017). Dette tillater for eksempel at et fransk selskap skal kunne etablere seg og konkurrere på samme vilkår i Norge som norske selskap. Dette vil også si at EU-reglene

sikrer at kundene får samme beskyttelsesnivå uavhengig om forsikringen er kjøpt fra et norsk eller et annet land i EU.

Hvordan EU-reglene innarbeides i Norge

Norge implementerer EU reglene gjennom sin lovprosess som en del av EØS-avtalen. Disse regelverkene er utformet for å styrke investorbeskyttelse, øke transparens i finansmarkedene og redusere risikoen for systemfeil. De inkluderer strengere krav til rådgivning og salg av finansielle instrumenter, økte rapporteringskrav og tiltak for å redusere systemrisiko.

I tillegg spiller “European Insurance and Occupational Pensions Authority” (EIOPA) en sentral rolle i reguleringen av forsikringsbransjen. Denne institusjonen fokuserer på å styrke forbrukerbeskyttelse og opprettholde finansiell stabilitet i EU, og er avgjørende for å tilpasse regelverket til nye utfordringer som fremveksten av KI og ML medfører (Hielkema, P. 2023).

2.7.1 AML - HVD – Hvitvaskingsdirektivet

Det fjerde “Anti-Money Laundering” (AML) direktivet, implementert for å motvirke hvitvasking og terrorfinansiering i EU, ble også iverksatt i Norge gjennom hvitvaskingsdirektivet (Regjeringen, 2019). Dette direktivet pålegger alle finansinstitusjoner, inkludert forsikringsbransjen, en forpliktelse til å rapportere mistenkelig aktiviteter. Hvitvaskingsloven som omtalt av Finanstilsynet (2023), krever at disse institusjonene gjennomfører grundig kundekontroll under visse betingelser, ved etablering av kundeforhold, større transaksjoner, mistenkelig transaksjoner eller når det er tvil ved tidligere innhentede kundeopplysninger.

Kontrollprosedyrene er risikobasert med særskilt forsterkede tiltak for politisk eksponerte personer (PEP), og innebærer strengere krav til innsamlingen av informasjon for kundeforholdet og opprinnelsen av midlene.

Videre fordrer hvitvaskingsloven at finansinstitusjoner, herunder forsikringsselskap, jevnlig oppdaterer kundeinformasjonen og overvåker transaksjonsmønstre. Dette understreker nødvendigheten av avanserte systemer som kan analysere store mengder data. Her vil KI og

ML kunne være en bidragsyter i opparbeidingen av systemene. Hvordan dette gjøres i dag og mulige anvendelser i fremtiden kommer vi tilbake til senere i analysen.

I lys av de stadig økende utfordringene knyttet til hvitvasking og terrorfinansiering er det klart at forsikringsbransjen, som en integrert del av finanssektoren, må ta en proaktiv rolle i å imøtekomme disse reguleringene. Dette er avgjørende både for å beskytte forbrukerne og for å opprettholde integriteten og stabiliteten i det samlede finanssystemet.

Med hensyn til kunstig intelligens er det viktig at forsikringsselskapene anvender KI-teknologi for å forsterke deres overvåkningssystemer, gjøre risikovurderinger mer nøyaktig og effektive. Dette representerer ikke bare en teknologisk forbedring, men også et strategisk steg mot en mer robust og sikker finansiell sektor.

2.7.2 GDPR

«General Data Protection Regulation» (GDPR), er et betydelig EU-initiativ for personvern, og senere implementert i Norge gjennom personopplysningsloven (Regjeringen, 2018). Hensikten med GDPR er å styrke personvernet for innbyggerne i EU og EØS, samtidig som det tilpasses en stadig mer teknologidrevet verden.

GDPR setter fokus på individets rett til kontroll over egne personopplysninger. Dette krever at forsikringsselskaper innhenter eksplisitt samtykke fra kundene før de behandler deres data. I tillegg gir GDPR enkeltpersoner retten til å bli glemt, noe som stiller nye krav til hvordan forsikringsselskapene håndterer og lagrer kundedata (Finanstilsynet, 2017).

For en bransje som forsikring, som er avhengig av kundedata for risikovurderinger og produktutvikling, innebærer GDPR en grundighet i innsamlingen av datainnsamling, lagring og behandling av denne informasjonen. Ved brudd på GDPR kan det medføre alvorlige økonomiske konsekvenser, med bøter opp til fire prosent av selskapets globale omsetning (GDPR.EU, u.å).

Den akselererende utviklingen innen teknologi, spesielt grunnet KI og ML, åpner for nye muligheter for forsikringsselskaper i deres analyse av kundedata. Samtidig introduserer det utfordringer knyttet til databeskyttelse. Forsikringsselskaper må finne en balanse mellom å

utnytte de nye teknologiske fremskrittene, men fremdeles etterleve de strenge kravene til databeskyttelse fastsatt av GDPR.

Et effektivt samarbeid mellom regulatoriske myndigheter og forsikringsbransjen er essensielt for å sikre at bransjen kan fortsette sin innovasjonsprosess, samtidig som den ivaretar og beskytter forbrukernes rettigheter. Hvordan bransjen håndterer dette i dag, samt hvordan de ser på utviklingspotensialet kommer vi tilbake til senere i oppgaven.

2.7.3 DORA – Digital operasjonell motstandsdyktighet

Reguleringer som Digital Operasjonell Motstandsdyktighet (DORA) er avgjørende for forsikringsbransjen, spesielt i en tid der digitalisering og teknologisk utvikling skjer i et raskt tempo. DORA, et EU-regelverk som ble implementert i Norge januar 2023, krever at forsikringsselskaper tilpasser seg de nye reglene (Deloitte, 2022). Denne reguleringen er av stor betydning, da forsikringsselskaper administrerer sensitive data og finansielle transaksjoner som er potensielle mål for cyberangrep. DORA's mandat om å forsterke digitale motstandskapasiteter bidrar til beskyttelse av både forsikringsselskaper og deres kunder.

DORA's primære mål er å etablere et omfattende rammeverk for håndtering av informasjons og kommunikasjonsteknologi (IKT)-risikoer innen EU, harmoniserende med «EU Cybersecurity Framework» (EUCS) og muligens obligatorisk for sektorer klassifisert som kritisk under «EU Networks and Information Systems Directive» (NIS2) fra 2024 (Bartram, 2023).

DORA har blitt kritisert for overdreven byråkratisering. Det er bekymringer knyttet til at finansielle enheter kan bli overbelastet med prosedyrer og datainnsamling, noe som kan undergrave hensikten (Linnea, 2022).

I Norge er finansinstitusjoner allerede pålagt å følge retningslinjer fastsatt av europeiske regulatoriske tilsyn. Selskaper med eksisterende systemer og prosedyrer for å overholde disse reglene forventes å være godt rustet til implementeringen av DORA (Deloitte, 2022).

Det som er viktig å påpeke ved implementeringen av DORA i Norge er både den potensielle anvendelsen av KI og ML for å forenkle prosedyrer og datainnsamling. Det er også viktig å påpeke her at til tross for at den er blitt sterkt kritisert i EU for overdreven byråkratisering, er

den i Norge i stor grad dekket av allerede eksisterende retningslinjer. Dette kan vise at den norske fortolkningen av regelverk er strengere enn i EU generelt. Dette kommer vi tilbake til senere i oppgaven.

2.7.4 AI-act

Kunstig intelligens er forventet å spille en nøkkelrolle i den digitale transformasjonen av forsikringssektoren. Allerede i 2018 brukte 31% av de deltakende europeiske forsikringselskapene KI i hele verdikjeden, og ytterligere 24% var på et «proof of concept»-stadiet. Dette ble bekreftet i en rapport om KI-styringsprinsipper fra EIOPAs interessegruppe for digital etikk i 2021 (Hielkema, P, 2023).

Det europeiske “artificial intelligence-direktivet” (AI-Act) har særlige konsekvenser for forsikringssektoren. Direktivet er utformet som en horisontal regulering for å omfatte alle relevante sektorer, inkludert forsikring. En utfordring her er å integrere regelverket og tilsynet effektivt i hver sektor, spesielt i sterkt regulerte og overvåkede sektorer som forsikring. Videre legger AI-Act opp til standardiserte retningslinjer utarbeidet av europeiske standardiseringsorganisasjoner, samt tilbyr veiledning og verktøy for etterlevelse for å støtte leverandører og brukere til å oppfylle kravene (Hielkema, P, 2023).

AI-Act følger en risikobasert tilnærming, der flertallet av kravene gjelder for KI-systemer er identifisert som høyrisiko. Det ser ut til at visse bruksområder innen livs- og helseforsikring vil bli ansett som høyrisiko, og det vil være en rekke andre potensielle bruksområder der spesifikke åpenhetsforpliktelser og adferdsskoder vil gjelde (Hielkema, P, 2023).

EIOPA anerkjenner at KI-feltet utvikler seg raskt og har som mål å være fremtidsrettet, slik at det kan tilpasses kommende utvikling. Dette inkluderer behovet for å tilpasse seg markedsendringer, som allerede har vist seg, da EIOPA introduserte krav for generative/grunnleggende modeller som ikke opprinnelig var forventet i det opprinnelige forslaget (Hielkema, P, 2023).

Kontinuerlig utvikling av KI og relaterte regulatoriske rammer indikerer en transformasjon i hvordan forsikringselskaper operer med et økt fokus på digitalisering, datasikkerhet og risikostyring. Med KI-integrering i hele verdikjeden får forsikringselskaper muligheten til å

forbedre sine tjenester, effektivisere prosesser og tilby mer skreddersydde og sikre løsninger til sine kunder.

2.7.5 IDD – Insurance Distribution Directive

«Insurance Distribution Directive» (IDD) ble etablert for å standardisere regelverket knyttet til distribusjon av forsikringsprodukter i EU (Springer, 2020). Dette direktivet har hatt en betydelig innflytelse på driftsmodeller i forsikringsbransjen, en bransje som i økende grad preges av digital transformasjon.

Selv om IDD ikke eksplisitt adresserer de nye teknologienes rolle i forsikringsdistribusjonen (MDPI, u.å), står forsikringsselskaper og formidlere overfor utfordringen med å integrere disse teknologiene samtidig som de overholder IDD-kravene.

KI-teknologi representerer en sentral teknologisk utvikling i forsikringsbransjen. IDD inkluderer en rekke regulatoriske retningslinjer som må følges ved implementering av KI-løsninger (Deloitte, u.å). IDD har også vakt bekymringer, spesielt blant forsikringsmeglere tilhørende små og mellomstore bedrifter (SMB). Noen SMB`er har uttrykt bekymring over anvendelsen av IDD, og frykter at direktivet kan være mer belastende for mindre aktører (EIOPA, 2022)

Sammenfattende har IDD hatt en betydelig innvirkning på integrering og anvendelse av teknologi i forsikringsbransjen. Direktivet gir tydelige retningslinjer for distribusjon av forsikringsprodukter, men åpner samtidig for tolkning i forhold til den digitale transformasjonen. Dette krever at forsikringsselskaper nøye vurderer både mulighetene og utfordringene som teknologiske fremskritt medfører, samtidig som de sikrer overholdelse av IDD-kravene.

3. Bransjen

I seksjonen "Forsikringsbransjen i Norge i dag", vil vi utforske bransjens nåværende tilstand, vekst og hvordan den håndterer både digitale og økonomiske endringer, samt klimatiske utfordringer. I "Nåværende situasjon av KI / ML i den norske forsikringsbransjen", vil vi undersøke hvordan kunstig intelligens og maskinlæring påvirker industrien fra operasjoner til kundeengasjement, og hvordan disse teknologiene blir anvendt i dag. Vi skal først gå igjennom hva et forsikringsselskap er.

3.1 Hva er et forsikringsselskap?

Et forsikringsselskap opererer ved å tilby finansiell beskyttelse mot ulike risikoer som individer og bedrifter kan møte. Ved å samle inn premie fra sine kunder skaper forsikringsselskapet en reserve som brukes til å dekke eventuelle krav eller tap som kundene måtte ha. Selskapene analyserer risikoer for å fastsette premien og dekkekravene. Målet er å balansere risikoen de tar på seg gjennom forsikringsavtaler og sikre økonomisk stabilitet for både selskapet og dets kunder (SNL, u.å).

Forsikringsselskaper spiller en grunnleggende rolle i økonomisk utvikling ved å beskytte liv og eiendom mot forsikringsmessige risikoer og fungerer som en buffer mot uønskede hendelser. De bidrar til økonomisk sikkerhet ved å tilby beskyttelse og støtte ved uventede hendelser, som økonomisk tap eller skade. (MAPFRE, 2022) For å utvide forsikringsmarkedene er finansiell opplæring og forståelse av risiko avgjørende, og det bør være et samarbeid mellom regjeringen og forsikringsindustrien for å forbedre offentlig forståelse av forsikringens rolle (MAPFRE, 2022).

Forsikringsprodukter må være enkle å forstå, uten ekskluderinger og komplekse klausuler, og prisingen må stemme overens med den økonomiske virkeligheten i et hvert marked for å bygge tillit.

3.2 Forsikringsbransjen i Norge i dag.

Forsikringsbransjen i Norge har gjennomgått betydelige endringer og vekst de siste årene, og er preget av en høy grad av digital modenhet. Per utgangen av 2022 opererte det elleve livsforsikringsforetak, femten skadeforsikringsforetak og fem sjøtrygdslag i Norge

(Finanstilsynet, 2022). Dette inkluderer også en betydelig tilstedeværelse av utenlandske forsikringsselskaper gjennom filialer og grensekryssende virksomhet.

Finanstilsynet i Norge har tilsynsansvar over forsikrings- og pensjonssektoren, og deres oppgave er å overvåke at bransjen overholder gjeldende lover og forskrifter. De omfattende reguleringene har til hensikt å sikre både økonomisk stabilitet og effektivitet i bransjen, samtidig som den beskytter kundenes rettigheter knyttet til forsikringsavtaler (Finanstilsynet, 2022). Datatilsynet i Norge har en aktiv rolle i å sikre etterlevelse av lover og premisser for KI-utvikling, og har etablert en regulatorisk sandkasse for å fremme innovasjon og hjelpe enkeltsselskaper, ofte i samarbeid med Finanstilsynet. Dette understreker viktigheten av regulering og tilsyn for ansvarlig bruk av KI i finansbransjen (PA, 2022).

Forsikringsbransjen i Norge, spesielt innen livsforsikring og pensjon, møter en økonomisk utfordring som følge av den markante økningen i den risikofrie markedsrenten i 2022, som er representert ved den 10-årige norske statsobligasjonsrenten. Dette har ført til nedgang i obligasjonsverdier og negativ avkastning i pensjonsinstitusjonene gjennom året. Dette eksemplifiserer en økonomisk påvirkning som påvirker forsikringsbransjen i Norge (Finanstilsynet, 2022).

Skadeforsikringssektoren har opplevd utfordrende resultater i de tre første kvartalene av 2022, delvis som følge av ugunstige forhold i finansmarkedene og en økning i skadeprosenten. Dette har økonomisk betydning og påvirker forsikringsselskapenes stabilitet. Samtidig står bransjen overfor en annen betydelig risikofaktor, nemlig klimarisiko. Skadeforsikringsselskaper er direkte eksponert for fysiske klimarisikoer som endringer i nedbør og vindforhold. Dette aspektet har blitt stadig mer relevant i forsikringssektoren og understreker behovet for tilpasning til miljøendringer (Finanstilsynet, 2022).

Kundetilfredsheten i forsikringsbransjen har også vært et viktig fokusområde. EPSI Rating har målt kundetilfredshet i bransjen siden 2004, og en undersøkelse fra 2023 viser at både privat- og bedriftskunder generelt er fornøyde med en samlet tilfredshetsscore på rundt 70. Dette antyder en høy grad av tillit til forsikringsselskapene. Imidlertid har det vært betydelige forskjeller i kundetilfredshet mellom ulike forsikringsselskaper i Norge, med JBF som leder i privatsegmentet, mens Frende Forsikring utmerker seg i skadeoppgjør (EPSI Norway, 2023).

Analyser av kundedadferd over 20 år viser at produktkvaliteten har blitt stadig viktigere for kundetilfredshet, mens pris og verdi for pengene har blitt relativt mindre betydningsfullt. Dette

indikerer en forskyvning i hva kundene vurderer som viktig i forsikringstjenestene de mottar (EPSI Norway, 2023). Denne endringen i kundepreferanser og vektleggingen på produktkvalitet over pris kan ha implikasjoner for hvordan forsikringsselskaper utvikler og markedsfører sine produkter fremover.

Den norske forsikringsbransjen står dermed overfor en rekke utfordringer og muligheter, fra økonomiske og klimatiske risikoer til skiftende kundepreferanser og en økende integrasjon av KI-teknologier. Regulatoriske rammeverk og tilsynsorganer spiller en avgjørende rolle i å veilede bransjens utvikling mot en mer bærekraftig og kundefokusert fremtid.

3.3 Nåværende situasjon av kunstig intelligens og maskinlæring i den Norske forsikringsbransjen

Resultatene fra en studie utført av PA consulting (2022) indikerer at den norske bank- og forsikringssektoren er ledende når det gjelder anvendelse av kunstig intelligens (KI) med en bruksrate på 85%. Dette står i kontrast til finansnæringen i Europa som helhet, der bruken av KI er 40%. Innenfor finanssektoren i Norge utmerker skadeforsikring seg som den delen som benytter mest avansert KI-teknologi. Nesten alle aktørene som opererer innen personmarkedet oppgir at de anvender KI i sine prosesser. Til tross for at bruken av kunstig intelligens vurderes som omfattende, virker det som om selskapene fortsatt befinner seg i en tidlig fase når det gjelder implementeringen av denne teknologien. Der bruken hovedsakelig er standardløsninger der KI er integrert som en del av løsningen. (PA, 2022).

Regjeringen i Norge har lagt stor vekt på KI, noe som har inspirert industrien til å prioritere disse teknologiene. Dette fokuset springer ut fra en forståelse av at KI er avgjørende for innovasjon, økonomisk vekst og samfunnsutvikling. Med sin nasjonale KI-strategi har Norge satt som mål å maksimere potensialet i KI og ML gjennom å styrke forskning, utvikle ansvarlig og etisk KI, etablere en robust digital infrastruktur og fremme digital kompetanse. Denne strategien, som vitner om en forpliktelse til teknologisk innovasjon og tilpasning til globale trender, har oppmuntret næringslivet til å omfavne KI i stor skala (Regjeringen, 2020).

Studiet viser til at det primært er datadrevne modeller (maskinlæring) som står bak de største teknologiske gjennombruddene de senere årene. Datadrevne modeller er der datamaskinen

selv utvikler regler basert på data, i motsetning til regelbaserte modeller hvor mennesker koder inn spesifikke regler (SNL b, u.å). Innen norsk forsikring brukes KI-teknologi til en rekke formål, inkludert generering av kundeanbefalinger, kundesegmentering, naturlig språkprosessering, sentimentanalyse, bildegjenkjenning, svindelavdekking, prising, og prosessautomatisering basert på robotisert prosessautomatisering (RPA) (PA, 2022).

Allerede i juni 2023 utførte Gjensidige tester på en ny datamodell for å avdekke svindel basert på maskinlæring som er opptrent mot 50 000 tidligere skadesaker (VG, 2023). Videre eksperimenterer Gjensidige med språkmodellen "ChatGPT" for interne prosesser (Finansfokus, 2023). IF Skadeforsikring anvender også KI-algoritmeverktøy i sin kundeføring der de analyserer kundeføring for å forsterke kundeføringen (IF skadeforsikring, u.å).

Norske forsikringselskaper er blant de fremste til å adoptere kunstig intelligens i sine operasjoner. Selv med en omfattende adopsjon er flere av de implementerte KI-systemene ennå på et tidlig stadium i sin utvikling. For å realisere det fulle potensialet av KI i forsikring kreves det en koordinert innsats som tar hensyn til både de teknologiske mulighetene og de regulatoriske rammene. Samarbeidet mellom myndigheter og private selskaper er nøkkelen til å oppnå en slik balanse, som vil være avgjørende for fremtidens forsikringsbransje.

4. Metode

Kapittelets mål er å grundig presentere metodevalget for å håndtere oppgavens problemstilling. Innledningsvis gir vi en helhetlig oversikt over forskningsprosessen. Deretter presenterer vi vår forskningsmetode og begrunnelsen bak vårt valg. Videre utforsker vi metoder for datainnsamling, introduksjon av intervjuobjekter og gir detaljer om dataanalysen. Avslutningsvis presenterer vi utførelsen av intervjuene og evaluerer studiens forskningskvalitet.

4.1 Forskningstilnærming

Siden vår hensikt er å få en grundigere innsikt i utviklingen innen forsikringsbransjen virker det hensiktsmessig å velge kvalitative undersøkelser. Slike studier har potensial til å gi en mer dyptgående forståelse av et tema, og ettersom vi vil trekke konklusjoner etter observasjoner og empirisk data så vil en induktiv forskningstilnærming være passende (Saunders, Lewis og Thornhill, 2023).

I vår forskning har vi brukt intervju som en primær datakilde. Vi er oppmerksomme på at intervjuobjektene perspektiver kan gi en begrenset innsikt og at det er risiko for subjektivitet. Imidlertid har vi valgt denne tilnærmingen med en forståelse av at detaljerte, dyptgående samtaler kan avdekke verdifulle innsikter som ellers ikke ville kommet frem. Selv om det er viktig å være forsiktig med å generalisere disse funnene til å representere hele bransjen, mener vi at intervjuene kan gi viktige indikasjoner på sentrale trender og holdninger innen feltet. Vi har forsøkt å balansere dette ved å velge en variert gruppe av intervjuobjekter.

Vi underbygger funnene våre ved å benytte informasjon fra relevant teori og nyere kilder, som konsulentrapporter, direktiver, forskrifter, artikler og studier. Kun de dokumentene som vi anså å være pålitelige og troverdige ble inkludert i vårt arbeid. Vi tok utgangspunktet i kriteriene som fremkommer på SokogSkriv.no (u.å) som blant annet opplastningstidspunkt, kildetype og relevans. Målet med å utforske nåværende litteratur og utføre intervjuer er å oppnå en grundig innsikt i forsikringssektoren, sette seg inn i diverse reguleringer og forstå effekten av KI og ML på denne bransjen.

4.1.1 Forskningsdesign

Forskningsdesignet gir en detaljert oversikt over de konkrete metoder som er brukt for å samle inn og analysere data med det formål å besvare oppgavens problemstilling (Saunders et al., 2023). Det er tre primære forskningsdesign: eksplorerende studier, deskriptive studier og forklarende studier. Der en deskriptiv studie er utformet for å gi en presis fremstilling av hendelser, individer eller forhold. Hvor en forklarende studie er opptatt av å etablere årsakssammenhenger mellom ulike variabler og eksplorerende studier er nyttig når man ønsker å dykke dypere inn i et emne med begrenset tidligere forskning, for å få en dypere forståelse (Saunders et al., 2023).

Ved å tilpasse en eksplorativ forskningsmetode ønsker vi å fremme åpenhet rundt bransjen og avdekke nye utfordringer som ikke tidligere har vært forventet. Saunders et al. (2023) påpeker også at en eksplorativ tilnærming til forskning er egnet når man studerer en bransje som gjennomgår endringer. Selv om vi har adoptert denne tilnærmingen, har vi anvendt eksisterende litteratur for å skaffe oss en fundamental forståelse av forsikringsbransjen i Norge. Gjennomgangen av litteraturen hjalp oss også til å identifisere hva som ytterligere bør utforskes, og tilbød et solid akademisk grunnlag før vi startet innsamlingen av data.

Sammenfattet gjennomfører vi en undersøkelse av en bransje som er i omstilling ved å benytte oss av en utforskende forskningsmetode. Målet vårt er å kartlegge den nåværende situasjonen og fremtidige prospekter, og deretter drøfte våre resultater i konteksten av det teoretiske fundamentet.

4.1.2 Metode for datainnsamling

Ekspertintervju setter søkelys på individer med spesialkompetanse hvor intervjuobjektet betraktes som en ekspert på grunn av deres spesialiserte kunnskap og dyktighet innenfor sitt fagfelt og yrke (SNL c, u.å.). Ved utførelsen av ekspertintervjuene valgte vi en semistrukturert tilnærming, som ofte er den primære datakilden i kvalitativ forskning (Saunders et al. 2023). Semistrukturerte intervjuer karakteriseres som en hybrid mellom åpne og lukkede intervjuer, altså en hybrid mellom åpne samtaler og forhåndsbestemte spørsmål (Saunders et al. 2023). Dette betyr at selv om det er forhåndsbestemte spørsmål så gir formatet rom for avvik når det kommer til intervjuobjektets svar. Særlig når det kommer fram ny eller uventet informasjon.

Det vil med andre ord åpne for oppfølgingsspørsmål dersom informasjonen som blir presentert anses som ny. Siden vi intervjuer eksperter innenfor forskjellige felt anser vi semistrukturerte intervjuer som mest hensiktsmessig når ikke alle spørsmål er like relevant for hver ekspert.

4.2 Datainnsamling

I det følgende kapittelet vil vi utføre en detaljert gjennomgang av vår metodikk for datainnsamling. Vi vil innledningsvis beskrive forberedelsesfasen til våre intervjuer, etterfulgt av en kort presentasjon av intervjuobjektene. Deretter vil prosessen for gjennomføring av intervjuene bli grundig undersøkt. Avslutningsvis vil vi diskutere vår tilnærming til dataanalyse, som inkluderer transkribering og analyse av de innhentede funnene.

4.2.1 Intervjuforberedelser

Det eksisterer varierte meninger om det ideelle antallet intervjuobjekter i kvalitativ forskning. Johannessen, Tufte & Christoffersen (2021) anbefaler at oppmerksomheten heller skal rettes mot å velge ut intervjuobjekter som er relevante for problemstillingen istedenfor å rette fokus på antall. Vi har derfor valgt å fokusere på å gi dybde og innsikt i emnet gjennom intervju av svært relevante intervjuobjekter.

Gjennom samarbeid med KPMG Bergen og bruk av vårt eget nettverk fikk vi en oversikt over relevante intervjuobjekter for studiet, som vi tok kontakt med over e-post i starten av oktober. Alle intervjuobjektene fikk en skriftlig henvendelse over e-post med en intervjuguide og et informasjonsskriv. Etter godkjenning fra intervjuobjektene om å delta i studie ble hvert intervju planlagt cirka en uke fram i tid. Dette gjorde vi for å gi intervjuobjektene tid til å forberede seg til intervjuet og dermed gi gode svar. Intervjuene ble gjennomført fra slutten av oktober til tidlig november. Vi meldte også inn forskningsprosjektet til Norsk senter for forskningsdata (NSD) for å sikre oss at vi håndterte intervjuene og informasjon riktig.

Intervjuguide

Saunders et al. (2023) framhever viktigheten av en intervjuguide i forkant av intervjuutførelsen. Ved bruk av en intervjuguide vil intervjuobjektene bli informert om hvilken informasjon vi er ute etter og gir dem mulighet til å forberede seg til intervjuet. Intervjuguiden vil også hjelpe intervjuet med en følelse av retning og formål. For å sikre relevans og fokus var guiden organisert i tre hoveddeler: bransje, reguleringer og teknologi. Basert på de enkelte

intervjuobjektene spisskompetanse ble det tilpasset hvor mye tid som ble dedikert til hver kategori. For en oversikt over intervjuguiden som ble anvendt henvises det til vedlegg 1.

Informasjonsskriv

Det ble også utarbeidet et informasjonsskriv i forkant av intervjuene som ble sendt sammen med intervju-søknaden til hvert intervjuobjekt. Her ble det formidlet litt om oppgavens formål, samt retningslinjene som hvert intervjuobjekt måtte se igjennom. I dette dokumentet fremmet vi også forespørselen om å benytte lydopptak under intervjuene, samt å anvende intervjuobjektene navn, tittel og arbeidssted i vår forskning. Dette ble også nevnt muntlig i starten av hvert intervju. Se vedlegg 2 for informasjonsskrivet.

4.2.2 Datakilder

Her vil intervjuobjektene bli presentert kort, med navn, stilling og arbeidsted.

Henrik Nygård, DNB – Intervjuet 26.10.2023

Henrik Nygård har over 9 års erfaring fra Advokatfirmaet Thommesen, før han byttet over til DNB. Han har opparbeidet seg solid erfaring fra bank og finanssektoren gjennom en lang karriere hos Thommesen og DNB. Han er gjennom sin stilling i DNB kontinuerlig oppdatert på endringer i det regulatoriske landskapet i sektoren.

Elisabeth Falck, IF – Intervjuet 26.10.2023

Elisabeth Falcks rolle som “Digital Business Enablers” i IF og hennes ansvar for “Application Programming Interface” (API-er) og “Identity Access Management” (IAM), plasserer henne i kjernen av digitale transformasjoner. Hennes tekniske bakgrunn og erfaring med digitalt salg og kundeservice er direkte relevant for hvordan forsikringsselskaper kan benytte KI og ML for å forbedre kundeopplevelser og interne prosesser.

Jaakko Mikkonen, IF – Intervjuet 26.10.2023

Som leder for “Customer Analytics and Data Management” i IF styrer Jaakko Mikkonen et team som fokuserer på dataanalyse, en nøkkelkomponent i KI og ML-applikasjoner. Hans

arbeid med å integrere dataanalyse og teknologi i forsikringsprosesser er sentralt for forståelsen av hvordan KI og ML kan brukes til å drive beslutningstaking og forbedre tjenester i forsikringsbransjen.

Erlend Willand-Evensen, Gjensidige – Intervjuet 02.11.2023

Erlend Willands ekspertise i prisstrategi og analyse hos Gjensidige Forsikring, kombinert med hans bakgrunn som samfunnsøkonom, gjør ham til en verdifull kilde for å forstå hvordan KI og ML påvirker prissetting og risikovurdering i forsikringsbransjen. Hans rolle i å lede prisstrategi både på nasjonalt og konsernnivå gir ham innsikt i hvordan KI og ML kan brukes for å forbedre effektiviteten og nøyaktigheten i forsikringsmodeller.

Nicolai Cappelen, KPMG – Intervjuet 15.11.2023

Nicolai Cappelen leder “Financial Services” (FS) teamet innen tjenestområdet «Risk & Regulatory» og er fagansvarlig for KPMG sine tjenester mot forsikringsmarkedet. Nicolais kompetanseområder inkluderer bl.a. håndtering av regulatorisk transformasjon, virksomhetsstyring- og organisering, finansiell risikostyring og internkontroll, kvantitativ analyse og modellering.

4.2.3 Intervjuutførelse

Alle intervjuene ble gjort rundt samme tid, for å få en relativ lik nåsituasjon for alle intervjuobjektene. Samtlige av intervjuene ble gjennomført over nettet via Teams. Dette ble gjort på grunn av geografisk beliggenhet av objektene og mer effektiv bruk av tid, samt et ønske om å holde alle intervjuene relativt like for å ikke endre intervjusituasjonen. Det er også svært viktig at intervjuobjektene er komfortable under intervjusituasjonen, noe som video-samtale over nett hjalp til med tanke på at hvert intervjuobjekt selv kunne velge hvor han/hun ville være (Saunders et al. 2023). Samtlige intervjuer hadde en varighet på 60 til 75 minutter.

Vi startet hvert intervju med å gi en kort beskrivelse av oss og oppgaven vår, samt retningslinjene rundt oppgaven som var gitt i informasjonsskrivet i god tid før intervjuet. Selv om denne informasjonen var gitt før anså vi det som nyttig å bekrefte at intervjuobjektene var innforstått med retningslinjene, og for å styrke vår egen troverdighet for intervjuobjektene (Saunders et al. 2023). Før intervjuene bestemte vi at en skulle være ordstyrer, mens den andre

skulle stille oppfølgingsspørsmål underveis. Dette gjorde at intervjuene ble mer ryddig og oversiktlig.

Under intervjuet tok vi i bruk både åpne og mer spesifikke spørsmål. Saunders et al. (2023) definerer åpne spørsmål som; spørsmål som oppmuntrer intervjuobjektene til å gi omfattende og utviklede svar. Bruken av disse åpne spørsmålene førte regelmessig til muligheten for å stille oppfølgingsspørsmål som ga oss ny forståelse og presenterte nye perspektiver på emnet. Vi oppfordret ofte intervjuobjektene til å utbrodere sine synspunkter eller forklare spesifikke ideer som kom frem under diskusjonen. De mer spesifikke spørsmålene ble brukt for å avdekke mer konkret informasjon.

Vi avsluttet hvert intervju med å høre om intervjuobjektene hadde noen temaer eller emner som manglet rundt vår oppgave som ikke hadde blitt tatt opp under intervjuet. Deretter gjentok vi kjapt retningslinjene til oppgaven og hvordan vår prosedyre rundt godkjenning av sitater ville bli gjort.

4.2.4 Dataanalyse

Transkribering

Etter hvert intervju satt vi i gang med å transkribere intervjuene slik at vi fortsatt hadde intervjuet friskt i minnet. Under intervjuet oppsto det livlige dialoger hvor flere av objektene aktivt benyttet mimikk og kroppsspråk for å understreke poengene sine. Disse nonverbale formene for kommunikasjon stiller utfordring for transkriberingsprosessen. Saunders et al. (2023) ytrer at transkribering er svært tidkrevende, i at det må fremkomme hvordan intervjuobjektet sa det på, samt den nonverbale kommunikasjonen som blir brukt. Transkribering er med andre ord et forsøk å gå fra muntlig til skriftlig språk. Dette gjorde det vanskelig å bevare hele meningen med det som ble sagt, men med bruk av god tid og støtte i videoopptaket fikk vi transkribert intervjuene nøyaktige.

Sortering og analyse

Etter at vi hadde transkribert alle intervjuene gikk vi systematisk gjennom hvert sitat, for å så sorterte de etter emne og relevans for oppgaven. Dette gjorde vi ved å lage kategorier for funn for å dermed sortere sitatene under hver kategori. Da alle sitatene var kategorisert gikk vi

gjennom hvert sitat for å finne hvilke vi ville bruke i oppgaven og hvilke vi anså som viktig for vår analyse. Dette gjorde vi for å få en bedre oversikt over tilgjengelige sitater, noe som gjorde arbeidet med funn raskere og mer effektivt.

Etter at det første utkastet til analysen var ferdigstilt lagde vi en detaljert oversikt for hvert intervjuobjekt. I denne oversikten inkluderte vi de sitatene vi planla å bruke i analysen og sendte deretter oversikten til intervjuobjektene for å få deres godkjenning. For å sikre at presentasjonen av våre funn var i tråd med intervjuobjektene oppfatninger, ga vi dem muligheten til å få informasjon om konteksten sitatene ville bli brukt i dersom de ønsket det.

4.3 Forskningskvalitet

I dette avsnittet skal vi vurdere studiens kvalitet for å sikre dens legitimitet og troverdighet. Vi vil bruke kriterier for pålitelighet og validitet for å forsikre oss om at de dataene som analysen bygger på, nøyaktig gjenspeiler virkeligheten.

4.3.1 Reliabilitet

Begrepet reliabilitet refererer til replisering og konsistens. Med andre ord om en forsker som bruker samme metode klarer å gjenskape de samme resultatene. Dersom dette er oppnåelig anser vi forskningen som pålitelig (Saunders et al., 2023). Dag Ingvar Jacobsen (2022, s.252) korter det ned mot «trekk ved selve undersøkelsen som har skapt de resultatene vi har kommet fram til». Det er med andre ord selve forholdet mellom intervjuer og de som blir intervjuet.

Når vi brukte semistrukturerte intervjuer var det opprinnelig ikke hensiktsmessig å sette strenge krav til høy pålitelighet. Dette skyldes at resultatene gjenspeiler situasjonen på markedet på det tidspunktet intervjuene ble gjennomført, og dette antas å endre seg over tid. Derfor kan det være at de samme intervjuobjektene gir andre svar hvis de blir intervjuet på et senere tidspunkt. Når det kommer til punktet om forholdet mellom intervjuer og objekt er det også lite sannsynlighet for å gjenskape de samme resultatene. Jacobsen (2022) refererer til hvordan forskerne har mulighet til å påvirke resultatene. Dette gjennom andre oppfølgings spørsmål eller ulike kontekst effekter. Dersom intervjuobjektet får mindre tid til å forberede seg til intervjuet kan det føre til komprimerte svar eller i verste fall feilsvar (Jacobsen, 2022).

Før selve intervjuene brukte vi god tid i utarbeidelsen av intervjuguiden, der samtlige spørsmål ble gjennomgått og vurdert imot hvert intervjuobjekt. Vi brukte også god tid på å transkribere intervjuene i etterkant for å minimere slurv i nedtegningen og analyse av data. Dette er noe Jacobsen anser som svært viktig for å styrke påliteligheten til oppgaven (Jacobsen, 2022).

4.3.2 Validitet

Validitet eller gyldighet handler om tolkningen og innhenting av data. Vi skiller validitet inn i intern validitet og ekstern validitet. Enkelt sagt skal vi svare på to spørsmål:

1. *Har vi fått tak i det vi ønsket å få tak i?*
2. *Kan vi overføre det vi har funnet til andre sammenhenger?*

(Jacobsen, 2022, s.239).

Intern validitet

Intern validitet oppnås når din forskning på en presis måte viser en årsakssammenheng mellom to variabler. Det handler om i hvilken grad resultatene kan tilskrives endringen du forsker på, snarere enn feil i forskningsdesignet ditt (Saunders et al. 2023). I vårt tilfelle vil jo intern validitet innebære hvorvidt intervjuobjektene sier sannheten, og når vi gjennomførte intervjuene for å få tilgang på dataen. Ettersom vi valgte å bruke navn, stilling og arbeidssted for intervjuobjektene kan vi anta at svarene objektene ga vil inneholde en viss bias for sitt arbeidssted, men ettersom vår intensjon var å ta forsikringsbransjen som en helhet så anser vi ikke det som en negativ faktor.

Ekstern validitet

Ekstern validitet er i hvilken grad resultatet for forskningen også kan være gyldig i andre sammenhenger (Saunders et al. 2023). Med andre ord om muligheten til å generalisere funnene. Det er uklart om ekstern validitet er sterk i oppgaven. Denne oppgaven handler om forsikringsbransjen i Norge, så det er uklart hvorvidt funnene vil være aktuelle eller gyldige i andre land. Dette har med alt fra ulike reguleringer sin virkning innad i landene og generell risiko tilknyttet ulike segmenter i hvert land.

5. Funn

I dette kapitelet presenterer vi våre kvalitative funn basert på fem ekspertintervjuer som vi har gjennomført innen forsikringsbransjen. Vi vil fremstille funnene ved hjelp av direkte sitater fra våre intervjuobjekter og organisere dem i ulike kategorier. De viktigste kategoriene inkluderer reguleringer, Open Finance, kundelojalitet, konkurransesituasjonen i dag, samt teknologiske utsikter. Disse hovedkategoriene kan videre deles inn i underkategorier for å gi en grundigere forståelse av dataen samlet inn.

Hensikten med å presentere disse funnene er å gi innsikt i de utfordringene forsikringsbransjen står overfor i dag, samt belyse hvordan bransjen arbeider for å møte disse utfordringene. Informasjonen som er samlet inn vil hjelpe oss med å utvikle en innsikt i de ulike utfordringene og mulighetene som forsikringssektoren møter, og hvordan bransjen tilpasser seg for å takle disse mulighetene og utfordringene.

5.1 Reguleringer

Reguleringer i forsikringsbransjen spiller en kritisk rolle i å forme både dagens og fremtidens landskap. Med stadige teknologiske fremskritt, økende datahåndtering og skiftende markedsdynamikk, blir reguleringer en stadig viktigere faktor som forsikringsselskaper må forholde seg til.

Hovedfokuset for reguleringer i bransjen sentrerer seg rundt databeskyttelse, cybersikkerhet og overholdelse av regulatoriske standarder. Som Elisabeth Falck (IF) bemerker, er det essensielt for forsikringsselskaper å ha robuste interne kontroller og overvåkningssystemer for å sikre «compliance» og beskyttelse mot cybertrusler.

«Vi har overvåkning og security plattformer, vi gjør testing og vi prøver å etterleve alle lover og reguleringer som finnes der ute. Alt fra GDPR til EIOPA til DORA som kommer, det er veldig mye fokus på informasjonssikkerhet.» -Elisabeth Falck, IF.

General Data Protection Regulation (GDPR) er en sentral regulering som påvirker hvordan forsikringsselskaper håndterer persondata. Dette inkluderer krav om tydelig samtykke for datainnsamling og strenge retningslinjer for datalagring og -behandling. Overholdelse av disse reglene er avgjørende både for kundens tillit og sikre personvernet.

Det kommende “Digital Operational Resilience Act” (DORA-regelverket) vil ytterligere styrke kravene til digital motstandsdyktighet og cybersikkerhet. Gitt den økende avhengigheten av digitale teknologier i bransjen vil DORA kreve at forsikringselskapene har robuste systemer for å motstå og reagere på digitale trusler.

Disse reguleringene påvirker hvordan forsikringselskaper opererer med økt søkelys på datasikkerhet, personvern og etisk bruk av teknologi. Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) bemerker hvordan reguleringer påvirker forsikringsbransjen allerede i dag.

«Vi bruker nå 10-15 årsverk på et prosjekt som bygger opp rammeverk for å svare på den kommende AI-act.» - Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Henrik Nygård (DNB) deler oppfatningen om at det er betydelige ressurser som brukes på å følge opp et endrende regulatorisk landskap.

«DNB advokatene har en egen oppgave der vi overvåker, så vi er ofte inne og leser så vi kan bringe det til de relevante avdelingene. Så vi er blitt mye mer bevisst på at regulatoriske ting kan gi rom for både bedre bruk av KI og hvis man må endre systemer for å være compliant.» - Henrik Nygård, DNB.

Henrik Nygård (DNB) deler også bekymringer for involveringer fra bransjen når det kommer til de regulatoriske tilsynet. Han forklarer at det er avgjørende at bransjen har kontakt med tilsynet for at tilsynet skal få bedre forutsetninger i utformingen av reguleringene. Han påpeker at finanstilsynet ikke har tilgang til datasystemene bransjen benytter, noe som er en forutsetning for at finanstilsynet skal kunne forsikre at dette er trygt. Han etterlyser mer tilstedeværelse fra bransjen direkte mot tilsynet.

«Det er helt essensielt at du bruker muligheter som regulatorisk sandkasse som er ment å ha tett dialog med finanstilsynet for å få løsninger som er fornuftige. Så jeg er egentlig skuffet over at forsikringselskapene benytter det i liten grad.» -Henrik Nygård, DNB.

Intervjuobjektene forklarer samstemt at det er et vesentlig fokus på det regulatoriske landskapet i forsikringsbransjen i dag. Det brukes store ressurser på å overholde alle eksisterende og kommende regulatoriske forhold i bransjen. Det vises også til at samarbeidet mellom bransjen og tilsynet ikke er tilstrekkelig per i dag.

5.1.1 GDPR

“General Data Protection Regulation” (GDPR) har hatt en markant innvirkning på forsikringsbransjen, noe som reflekteres i uttalelsene fra bransjeeksperter. GDPR har introdusert strengere regler for behandling av personopplysninger, noe som krever omfattende tilpasninger fra forsikringsselskaper.

Elisabeth Falck og Jaakko Mikkonen fra IF poengterer viktigheten av å ha kontroll over dataprosesseringen for å sikre at KI-modellene overholder GDPR.

«De som eier user casene og eier prosesseringen må ha kontroll over datainnhentingene.» -

Elisabeth Falck, IF.

Dette innebærer at selskaper må ha robuste prosedyrer for dokumentasjon og overvåkning av dataprosesser, samt en grundig forståelse av hvordan data brukes i ulike forretningskontekster.

Henrik Nygård (DNB) poengterer at GDPR er noe som tas veldig alvorlig i dag og at konsekvensene er såpass alvorlig at selskaper er nødt til å være veldig bevisste på GDPR i sine prosesser.

«Det er en vanvittig risiko ved å bryte GDPR. Man er veldig bevisste på GDPR regelverket ved opprettelse av automatiserte systemer og derfor burde risikoen for GDPR brudd være

minimal.» -Henrik Nygård, DNB.

Den omfattende påvirkningen av GDPR i forsikringsbransjen strekker seg utover bare datatilsynets tolkning. Selskapene må navigere i et miljø hvor de balanserer mellom å utnytte de nye teknologiske mulighetene, spesielt innen kunstig intelligens (KI), og å overholde de strenge personvernreglene som GDPR pålegger. Dette komplekse forholdet fremhever en voksende utfordring i bransjen - å utnytte innovasjon samtidig som man overholder regelverket.

Henrik Nygård (DNB) påpeker også betydningen av en proaktiv tilnærming til regulatoriske endringer. Med tanke på GDPR og andre reguleringer, understreker han behovet for å være forutseende:

"For å være i forkant av regulatoriske endringer er det viktig å ha interne prosesser som tidlig fanger opp nye lovendringer. Dette krever en grundig forståelse av både juss og lovgivning." -Henrik Nygård, DNB.

Dette påpeker viktigheten av å ha en dyp innsikt i hvordan lovendringer potensielt kan påvirke selskapets drift og beslutningsprosesser.

Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) fremhever ytterligere aspekter ved GDPRs påvirkning, spesielt i forhold til den kommende AI-act og dens potensielle effekter på forsikringsbransjen. Han diskuterer hvordan Gjensidige forbereder seg på å møte disse nye utfordringene:

"Vi jobber med å bygge et nytt rammeverk for å svare på AI-act, noe som krever betydelige ressurser og innsats." -Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Dette viser en erkjennelse av at fremtidige reguleringer, som AI-act, vil kreve enda mer avanserte strategier og løsninger for å forbli «compliant».

I tillegg til disse utfordringene understreker Nicolai Cappelen (KPMG) også den potensielle effekten av GDPR på bransjens evne til å utnytte KI. Han uttrykker bekymringer:

"En gal tolkning av personvernregelverket kan føre til at forsikringsbransjen går glipp av mange muligheter. Skandinaviske land med mildere tolkning av GDPR vil ha et konkurransefortrinn." -Nicolai Cappelen, KPMG.

Dette antyder at forskjeller i tolkning og implementering av GDPR på tvers av land kan skape ulike konkurranseforhold innen bransjen.

Han trekker frem et eksempel rundt problemstillingen rundt bruk av KI-modeller basert på data fra kreftregisteret som illustrer en vesentlig utfordring i skjæringspunktet mellom teknologisk innovasjon og personvernregelverket. Selv om disse KI-modeller har potensialet til å avdekke kreft tidligere og mer effektivt står de overfor et juridisk hinder i form av manglende individuell godkjenning fra alle registrerte i kreftregisteret. Dette utgjør en begrensning på grunn av strenge personvernlover som krever eksplisitt samtykke for bruk av persondata.

«Beste eksempelet er jo de gode KI-modellene som er laget basert på norsk kreftsregister, som nå kan avdekke kreft i mye større omfang på et mye tidligere tidspunkt. Men fordi man

ikke har innhentet individuelt ordkjenning for alle som er registrerte i kreftsregisteret, så kan man ikke sette disse modellene ut i produksjon.» - Nicolai Cappelen, KPMG.

Nicolai Cappelen (KPMG) etterlyser tiltak fra politikere for å skape konkurranseforhold i Norge som gir insentiver for norske selskap å ha sitt hovedkontor i Norge. Han viser til at det er blitt tatt opp, men at det i dag oppleves en motvilje til endringer. Han etterlyser videre større kompetanse rundt regelverket i bransjen generelt, samt at lovgivende makter ser til praksisen ellers i Europa for å utjevne konkurranseforhold som i dag gjør det mindre attraktivt å ha hovedkontor i Norge.

«Dessverre skjønner ikke politikerne, eventuelt skjønner de det, men tviler på at den generelle befolkningen forstår det og dermed tør de heller ikke fronte en endring på det» - Nicolai Cappelen, KPMG

Samlet sett viser disse uttalelsene en bransje som er i en kontinuerlig tilpasningsprosess for å navigere i et stadig mer komplekst regulatorisk landskap. Mens GDPR utvilsomt har medført utfordringer, har det også åpnet for strategisk tenkning og innovasjon i forsøk på å balansere mellom «compliance» og utnyttelse av ny teknologi. Forsikringsselskapenes evne til å tilpasse seg disse endringene vil være avgjørende for deres langsiktige suksess og bærekraft i et stadig mer digitalisert og regulert forretningslandskap.

5.1.2 AI-act

AI-Act, en kommende regulering innen forsikringsbransjen, er et sentralt tema for fremtidens forsikringsbransje. Denne lovgivningen er ment å styre og regulere bruken av KI og er av stor betydning for bransjen.

Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) understreker betydningen av AI-Act ved å påpeke at det vil kreve betydelig innsats og ressurser for å tilpasse eksisterende og nye operasjoner til de nye kravene:

«Vi jobber med å bygge et nytt rammeverk for å svare på AI-Act» -Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Henrik Nygård (DNB) peker på en betydelig økning av reguleringer ved innføringen av KI og maskinlæring. Han fremhever at automatiserte prosesser må skannes mot finanstilsynet, og at klarering fra datatilsynet er nødvendig for å håndtere personopplysninger i tråd med AI-Act. Han presiserer behovet for gode interne prosesser for å kunne håndtere regulatoriske endringer i bransjen.

«Interne prosesser, når det kommer nye regler så burde mann fange opp disse tingene veldig tidlig. Kunnskap er makt, dette gjelder også juss så det kan gjøre at du kan utvikle systemer i forkant og komme med ting som konkurrenten din ikke har.» -Henrik Nygård, DNB.

Elisabeth Falck og Jaakko Mikkonen fra IF påpeker at de er aktivt engasjert i å forstå hva AI-Act vil bety i praksis for deres virksomhet. Erlend Willand-Evensen anser AI-Act som en positiv utvikling, da den er risikobasert og krever at selskapene selv må vurdere og sørge for "compliance" i sine AI-systemer.

«I forhold til GDPR og AI ACT er det ikke noen konsesjoner eller noe forhåndsgodkjenning. Du bare har å være compliant.» -Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Det understrekes at mange av de KI-systemene som brukes i dag, spesielt i finanssektoren, er klassifisert som høyrisiko, noe som medfører strenge regulatoriske krav. Dette reflekteres i Falck og Mikkonen (IF) sin uttalelse om at de ønsker å ha full kontroll på kundeautentisering og samtykke før data deles i samsvar med en «no-trust policy».

«Vi ønsker å ha kontroll på hvordan kunden er autentisert, og at kunden har gitt samtykke før man deler data.» -Elisabeth Falck, IF.

Det vi ser fra bransjen er at det er vesentlig ressurser tilknyttet tolkningen og den kommende implementeringen av AI-Act. AI-Act har blitt omtalt som en omfattende regulering og aktørene påpeker at de er nødt til å etterkjenne seg de kommende kravene. Det antas at det vil kreve gode og "compliant" systemer for å kunne etterkomme AI-Act, og utviklingen av disse er allerede i gang hos de store aktørene på markedet.

5.1.3 Open Finance

Open Finance representerer en betydelig endring i hvordan finansielle tjenester inkludert forsikring opererer, spesielt med tanke på datadeling og kundesentrisitet. Nicolai Cappelen

(KPMG) påpeker at FIDA-regelverket, en del av Open Finance, vil ha stor påvirkning på forsikringsbransjen da det krever deling av betydelige mengder data med konkurrenter og tredjeparter. Open Finance er ikke isolert til finanssektoren, men er en del av EUs bredere datastrategi som har som mål å bli den mest dynamiske dataøkonomien i verden innen 2030. Denne endringen innebærer en overgang fra tradisjonell finansvirksomhet til et mer åpent og gjennomsiktig økosystem. Noe som er i tråd med målsetningen til FIDA.

«Det er det de lager regelverk for, med det uttalte målet om å bryte opp ethvert datamonopol i EU» -Nicolai Cappelen, KPMG.

Elisabeth Falck og Jaakko Mikkonen fra IF belyser hvordan Open Finance påvirker forsikringsbransjen. De advarer om at økt deling av data kan føre til at forsikringsselskaper blir mer sårbare for raske endringer og økt konkurranse. Dette gjelder spesielt i forhold til kundenes evne til raskt å bytte forsikringsselskap, noe som kan føre til mer volatilitet i markedet.

«Open Finance vil tvinge oss til å åpne opp mer kundedata, noe som gjør oss sårbare for hurtigere endringer og bytteprosesser» -Elisabeth Falck, IF.

Dette støttes av Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) som forteller at regelverket er utformet fra et forbrukervernsperspektiv, der kunder kan gi samtykke til forsikringsselskaper om å hente ut deres forsikringsdata fra tidligere leverandører. Dette gjør markedet mer effektivt for forbrukeren ved å øke tilgjengelighet og transparens av personlig forsikringsdata. Willand-Evensen påpeker at dette ikke innebærer at forsikringsselskaper må dele alle sine interne data, noe som er avgjørende for å bevare konkurransefordeler og forhindre konkurransevidning. Dette vil føre til endringer i tilgangen av kundedata og vil fremprovosere et skifte mot større forbrukermakt og effektivisering av forsikringsmarkedet.

«De interne dataene som vi har bygget opp og de polisene vi har solgt, det er det jo ingen andre som har. Det er vårt gull. Så det ville vært ekstremt konkurransevidende om vi blir pålagt å dele disse dataene. Da ville Google vinne om dette skjer, de ville vært mye større og sterkere.» -Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Elisabeth Falck (IF) påpeker at et viktig aspekt ved Open Finance er dens påvirkning på kundeservice. Hun understreker at tross åpenhet og deling av data må fokus på kundeservice og riktig forsikringsdekning opprettholdes.

«Det er viktig å ikke bare fokusere på pris når man deler data gjennom Open Finance. God kundeservice handler om mer enn bare økonomisk kompensasjon; det handler også om å sikre at kundene er riktig forsikret og får nødvendig støtte.» -Elisabeth Falck, IF.

I sum reflekterer disse synspunktene at Open Finance bringer både utfordringer og muligheter for forsikringsbransjen. Det krever en balanse mellom innovasjon, kundesentrering og overholdelse av personvernlovgivning. Open Finance er en drivkraft for endring i forsikringsbransjen, og selskaper må tilpasse seg for å overleve og trives i dette nye landskapet.

5.2 Teknologisk utvikling

Den stadig økende teknologiske utviklingen på verdensbasis har ført til økt oppmerksomhet omkring behovet for rask teknologisk transformasjon innenfor forsikringsbransjen. Mange eksperter er enige i at kunstig intelligens (KI) utgjør et sentralt verktøy for bransjen som helhet, og det er bred enighet om at implementeringen av KI-teknologi vil spille en avgjørende rolle i bransjens fremtid.

«Det er mye mer potensiale i kunstig intelligens enn i blockchain. Innenfor KI er det helt tydelige ting som vi kan gjøre og vi har brukt KI i mange år allerede. Innføringen er ikke nytt, men utviklingen går veldig fort.» -Jaakko Mikkonen, IF.

"I dag benytter vi kunstig intelligens mest intensivt innen prising, og dette området utgjør kjernen av vår virksomhet. I tillegg bruker vi også kunstig intelligens for å oppdage svindel, i markedsføring, i kundekommunikasjon og i prosesser knyttet til skadehåndtering."- Jaakko Mikkonen, IF.

Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) støtter dette perspektivet ved å fremheve den nåværende bruken av KI i forsikringsbransjen som svært effektiv. Dette omfatter en bred rekke funksjoner, fra risikovurdering, "underwriting" og skadevurdering til kundeservice. Ved å utnytte etablerte modeller som er i stand til å analysere omfattende datasett for å bedømme risiko mer presist, bidrar KI til å muliggjøre forsikringsselskaperens tilbud av presise priser og gir en mer inngående forståelse av risikoen de står overfor.

“Det er åpenbart en del bekymringer knyttet til KI modeller. Jeg synes den største utfordringen går på det med eierskap til data og privacy security. Det er veldig vanskelig å se hvilke data ChatGPT for eksempel er trent på.” -Elisabeth Falck, IF.

Elisabeth Falck (IF) mener at forsiktighet er nødvendig i implementeringen av KI i forsikringssektoren. Denne bekymringen reflekterer den voksende bevisstheten om behovet for å håndtere utfordringer knyttet til innsamling, lagring og bruk av data, spesielt når det gjelder avanserte KI-modeller.

«All data som skal samles inn, skal ha et bestemt formål. Man har ikke mulighet til å hente inn data man ikke har grunnlag for.» - Henrik Nygård, DNB.

Henrik Nygård (DNB) støtter Falcks bekymring, og anser opplæringen av KI modellene som et risikoobjekt. Med økende avhengighet av kundedata for å drive KI-systemer blir det kritisk å sikre at disse dataene håndteres på en etisk og lovlig måte. Dette inkluderer å sikre at kundenes personvern blir respektert og at dataene brukes på en måte som er i tråd med gjeldende personvernlover. Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) trekker også inn problemer rundt diskriminering og hvordan KI modeller ikke alltid kan korrigere for dette:

“Maskinlæringsmodellen har muligheter til å identifisere mønstre, hvis det er differensierende, selv om vi har tatt ut variabelen fra modellen». -Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Sitatet beskriver et eksisterende problem i arbeidet rundt KI-modellene. Der variabler som ikke skal diskrimineres for kommer med under beregningene, selv om de i utgangspunktet er fjernet. Willand-Evensen kommenterer dette problemet som uløst og et viktig problem å løse for videreutviklingen av modellene.

Nicolai Cappelen (KPMG) og Henrik Nygård (DNB) deler en felles oppfatning når det gjelder automatiserte prosesser knyttet til flytting av informasjon mellom forsikringsselskaper, en praksis som mulig kan oppmuntre kunder til å bytte forsikringsselskaper mer regelmessig:

«Hvis du kunne ha automatiserte prosesser som til enhver tid flytter til banken med best vilkår ville kundelojaliteten bare forsvunnet. Den nye generasjonen driter i om vi heter DNB eller annet. Det er klart du har noen gode kundeopplevelser, men vilkårene vil være viktigst.» -Henrik Nygård, DNB.

«Den som greier å garantere at du får lavest pris til enhver tid, uten at du egentlig trenger å gjøre noe, er et såpass sterkt insentiv, og det tror jeg vil passe godt for den generasjonen som kommer opp nå. Denne generasjonen har mye dårligere økonomiske utsikter enn generasjonene tidligere, samtidig som de er mye mer teknisk kyndige.» - Nicolai Cappelen, KPMG.

For den yngre generasjonen, som er mer vant til teknologisk integrasjon i hverdagen, representerer dette en automatisk og kontinuerlig tilgang til den laveste prisen en tiltalende tilnærming. Denne gruppen har ofte begrenset tid og ønsker effektive, automatiserte løsninger.

«De yngre markedsandelene har et større fokus på at ting skal skje raskt og sømløst, uten at mann skal ha behov for å sitte 20 minutter i kø for å snakke med en kundebehandler hos selskapet.» -Henrik Nygård, DNB.

Samtidig reflekterer dette insentivet den økende betydningen av teknologiske fremskritt i å løse økonomiske utfordringer. Den yngre generasjonens tekniske kompetanse gjør dem mer komfortable med å delegere slike økonomiske oppgaver til automatiserte systemer. Dette illustrerer en endring i forbrukerverder der teknologiske løsninger ikke bare tilbyr bekvemmelighet, men også adresserer økonomiske bekymringer.

«Jeg tror at et område i bilindustrien er teknologiutvikling. Det går relativt fort også og den påvirker hvordan våre tjenester brukes. Både hvordan vi vurderer risikoen, men også hvordan våre produkter integreres med biler i større grad. Det er det jeg tenker er et område som kommer til å påvirke oss.»- Elisabeth Falck, IF.

Dette reflekteres også internt i bransjen. Med økende teknologisk utvikling endres også risikobildet for produktene. Forsikringsbransjen må ikke bare følge teknologiske fremskritt internt, men også i alle markedene de opererer i. Dette medfører nødvendigheten av kontinuerlig fornyelse av modeller eller systemer for å holde tritt. Et eksempel som Elisabeth Falck (IF) nevner, er et eksperiment i London med "pay-how-you-drive," der de ved hjelp av "Telematics" får innsikt i kjøremønstre og kunden betaler basert på faktisk kjørte distanser. Dette har utløst varierte reaksjoner, spesielt knyttet til personvernsaspekter.

«Vi lever jo av å ta over risiko, og vi er en av veldig få bransjer hvor man ikke vet "cost of goods sold" når vi setter prisen. Kostnaden for å lage en forsikring har vi modeller for. Så

det er klart, at når risikobildet endrer seg mye, så utfordres de modellene vi har. Dette påvirker selskapet når det er snakk om mange tusen modeller.» - Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Denne dynamikken kan påvirke hvordan forsikringsbransjen tilpasser seg og håndterer risiko på lang sikt. Å erkjenne og håndtere endringer i risikobildet blir dermed en avgjørende faktor for bransjens langsiktige bærekraft og suksess. Det som skiller dagens situasjon fra tidligere, er at man ikke har tid til å bruke to år på å utvikle en ny prismodell. Nødvendige endringer bør gjennomføres raskt, helst i forkant når det er mulig.

«Absolutt alt kan forsikres, mange bedrifter sitter jo på immaterielle eiendeler som merkevare, IT-systemer, logistikknettverk og så videre. Alle disse delene kan også forsikres. Du må tenke på en annen måte når du skal prise det og hvordan du skal håndtere vilkår og skadeoppgjør på det. Og alle de bitene vil kunstig intelligens kunne hjelpe med.» - Nicolai Cappelen, KPMG.

«For et konsulentselskap, som KPMG, er immaterielle eiendeler som de ansattes kunnskap en stor del av verdien. Det kan forsikres mot, for eksempel hvis det skjer et trendskifte i bransjen som krever en annen type kompetanse, og dette fører til fall i omsetning.» - Nicolai Cappelen, KPMG.

Samtidig med endringer i risikobildet vil det også oppstå og vokse frem nye produkter som blir ansett som verdifulle. Vi observerer allerede i dag at flere har betydningsfulle eiendeler på nettet. Dette underbygger behovet for en ny tilnærming når man skal evaluere prisingen og administrasjonen av forsikring for immaterielle eiendeler. Dette involverer utvikling av avanserte prismodeller, mer effektiv og rask håndtering av vilkår, samt optimalisering av skadeoppgjør. Nicolai Cappelen (KPMG) sitt synspunkt antyder derfor at kunstig intelligens ikke bare kan være en støttefunksjon, men også en essensiell komponent for å forbedre forsikringsbransjens tilnærming til de stadig mer varierte og verdifulle eiendelene som bedrifter eier.

«Jeg ser det kun som en mulighet for vekst og effektivisering. Fordi at KI først og fremst skal være et hjelpemiddel så de ansatte skal kunne videreutvikle sine ferdigheter. For min del ville jo dette være hvis en KI-modell kan hjelpe meg med å bearbeide store datamengder på en mer effektiv måte.» - Henrik Nygård, DNB.

«Ved innføring av KI innad er det selvfølgelig noen kompetanseområder som kanskje må omstille seg, lære seg litt nye ting, men jeg ser på det som en fordel. Det har jo vært sånn bestandig, at man har utviklet arbeidslivet med den teknologien man har hatt tilgjengelig.» -

Elisabeth Falck, IF.

Samtlige eksperter anser kunstig intelligens som et verktøy for å øke effektiviteten i selskapenes interne arbeidsoppgaver. De ser også på KI som en assistent som kan håndtere enkle og repetitive oppgaver slik at ansatte kan fokusere på mer utfordrende og interessante arbeidsoppgaver. På denne måten bidrar kunstig intelligens til å optimalisere arbeidsflyten, øke produktiviteten og skape et mer dynamisk arbeidsmiljø der menneskelig innsats kan rettes mot oppgaver som gir større verdi og bidrar til innovasjon.

“Jeg tror at fokuset skifter, og det er helt naturlig. Men jeg tror vi ganske lenge har behov for mennesker i første linje, mye grunnet komplekse saker.” -Jaakko Mikkonen, IF.

IF- og Gjensidige-ekspertene delte felles synspunkter om betydningen av menneskelig tilstedeværelse i førstelinjen, da de vurderte kunderelasjoner som svært viktige. De var klare på at KI-modeller som chatbots ikke ville utgjøre en trussel mot de eksisterende kunderådgiverne, men heller fungere som støtte. Bruken av chatbots er for tiden begrenset i kundekommunikasjonen i forsikringsbransjen i Norge, hvor både Gjensidige og IF tilbyr kundeservice over telefon. Nicolai Cappelen (KPMG) ser dette som en mulighet til å effektivisere informasjonsflyten ved å implementere chatbots som kan håndtere enkle situasjoner eller veilede videre til kunderådgivere i mer komplekse situasjoner .

«Jeg tenker vi allerede har fått et hav av teknologier i dag som finnes som bransjen ikke har greid å ta i bruk enda.» -Nicolai Cappelen, KPMG.

«KI og mer tradisjonelle verktøy hadde vært utrolig komplisert og dyrt. Nå trenger du egentlig bare å kjøpe en koblet tilgang til OpenAI og så har du all den funksjonaliteten.» -

Nicolai Cappelen, KPMG.

Ekspertene enes om de betydelige mulighetene i teknologiske fremskritt i forsikringsbransjen. De fremhever nødvendigheten av kompetanse for å opprettholde konkurransekraft, da den raskt utviklende teknologien ikke bare representerer en utfordring, men også en nødvendighet for forretningsstrategier.

Samlet sett fremhever funnene betydningen av kunstig intelligens i forsikringssektoren, spesielt med tanke på dens bidrag til forbedringer i prissetting, svindeldeteksjon og kundeservice. Bekymringer omkring KI, som datahåndtering og personvern, er også belyst. Utviklingen krever en balanse mellom teknologisk innovasjon og tradisjonell menneskelig ekspertise, hvor kontinuerlig tilpasning og effektiv risikohåndtering er nøkkel til suksess. Dette avspeiler en bransje i endring, preget av både mulighetene og utfordringene som teknologien medfører.

5.3 Kundelojalitet

I forsikringsbransjen er tillit en grunnleggende byggestein, og omdømmet til et forsikringsselskap spiller en avgjørende rolle i å etablere og opprettholde denne tilliten. Kundene forventer at forsikringsselskapene vil stå ved deres side i krisetider, og et sterkt omdømme er ofte synonymt med en slik pålitelighet. Når et selskap har et godt omdømme signaliserer det til kundene at de kan stole på selskapet for å få den nødvendige støtten og hjelpen når de trenger det mest.

"Kundene er relativt lojale. Vi har ganske høye fornyelsesrater i Norden generelt, og selve merkevare og omdømme rundt selskapet er ekstremt viktig." -Jaako Mikkonen, IF.

Ekspertene fra nordiske forsikringsselskaper understreker at en sterk merkevare og et godt omdømme er avgjørende for å opprettholde høye fornyelsesrater. Dette tyder på at kunder i Norden verdsetter pålitelighet og stabilitet i forsikringsselskapene de velger.

«Vi ser gjennom kundetesting at unge folk er ofte mer usikre og vil gjerne ha hjelp og veiledning for å kjøpe riktig forsikring». -Espen Willand-Evensen, Gjensidige.

Videre er det viktig å anerkjenne at ulike kundegrupper har forskjellige behov. Henrik Nygård (DNB) understreker dette ved å referere til den yngre generasjon som mer utålmodige og de har ofte fokus på at ting skal skje raskt. Dette indikerer et behov for mer skreddersydde tjenester for å imøtekomme denne demografien.

«KI brukes jo for å bedre kundereiser, så det bør jo oppleves positivt. Det bør ikke være at kunden tenker «Å, her er det KI». Det må jo heller være sånn at kunden tenker «Å, her var det en god kundeopplevelse». – Elisabeth Falck, IF.

«Men KI kan støtte deg, så du får en bedre fysisk opplevelse. Det er det vi jobber med, for å finne den perfekte balansen» - Elisabeth Falck, IF.

Teknologiens rolle, spesielt KI, blir stadig mer sentral i å forme kundeopplevelser. Det er imidlertid viktig å finne en balanse der teknologien støtter uten å dominere kundeopplevelsen, slik at kundene føler at de får personlig og effektiv service. Uten tilstedeværelse av gode relasjoner kan det være vanskelig å holde på kundene over tid.

«Man kan digitalisere mye rundt prosessene, men noen ganger, si om du opplever en brann i huset ditt, er det ikke bare en «cash payout» du er ute etter. Du ønsker hjelp og støtte til å komme deg gjennom de relativt dramatiske opplevelsene og få hjelp til gjenoppbygging». - Elisabeth Falck, IF.

Selv om det er en økende tendens til å digitalisere mange prosesser for effektivitet og bekvemmelighet, er det situasjoner der menneskelig støtte og empati er uerstattelig. Dette blir spesielt tydelig i tilfeller av alvorlige hendelser. Når det kommer til prosesser der kunder trenger støtte eller hjelp til å bearbeide dramatiske handlinger vil en fysisk kundefrådgiver føles mer støttende. Dette er svært viktig for forsikringsselskaper fordi kunder som føler seg godt ivaretatt i vanskelige tider er mer sannsynlig å utvikle en dypere tillit og lojalitet til sitt forsikringsselskap.

«Jeg tror det er mer at det er lavinteresse rundt forsikring, som gjør at få bytter, i forhold til at du er lojal mot forsikringsselskapet ditt. Jeg tror det er ytterst få som har et forhold til forsikringsselskapet, utover de som eventuelt har hatt en skade med enten en positiv eller negativ opplevelse». - Nicolai Cappelen, KPMG.

En interessant observasjon er at kundelojalitet ikke alltid er et resultat av sterk tilknytning til et forsikringsselskap. I noen tilfeller kan det være mangel på interesse eller kunnskap om forsikring som fører til at kunder forblir hos deres nåværende leverandører. Dette antyder at lojalitet i noen tilfeller kan være mer passiv enn aktiv.

«Kundelojaliteten vil gå betydelig ned så lenge de prosessen ved å bytte er enkel og oversiktlig». - Henrik Nygård, DNB.

Videre kan prosessen ved å bytte forsikringsselskap spille en stor rolle i kundelojaliteten. En enkel og oversiktlig bytteprosess kan potensielt senke kundelojaliteten, da det reduserer

barrierene for å skifte leverandør. Ved slike løsninger vil kunden ofte være klar over hvilken pris hvert selskap tilbyr, og om kunden er passiv kan dette være driveren for å bytte selskap.

Samlet sett viser disse perspektivene at kundelojalitet i forsikringsbransjen er et flerdimensjonalt konsept påvirket av både tradisjonelle faktorer som merkevare og omdømme, samt moderne elementer som teknologi og tilpasning til kundens behov. For å opprettholde og styrke kundelojaliteten må forsikringsselskaper derfor være oppmerksomme på ulike aspekter og kontinuerlig tilpasning av sine strategier og tjenester.

5.4 Konkurransesituasjonen i dag

Konkurransesituasjonen i dagens forsikringsbransje har gjennomgått markante endringer drevet frem av digitaliseringen av økonomien. Som Nicolai Cappelen (KPMG) påpeker har den tradisjonelle regelen om at skadeforsikring vokser i takt med brutto nasjonalprodukt blitt brutt, noe som kan forklares av den økende digitaliseringen og dens innvirkning på konkurransesituasjonen.

«Så blir det jo mer komplisert regulatorisk landskap og finansielt landskap samtidig som trusselen fra alle disse oppstartselskapene fikk jo de tradisjonelle selskapene til å skjerpe seg.» -Nicolai Cappelen, KPMG.

Han påpeker videre at dette har sørget for at de etablerte selskapene er nødt til å respondere ved å tenke utover tradisjonelle vekstmodeller og i stedet fokusere på å utvikle robuste distribusjonsnettverk og dyrke et bredt spekter av partnerskap for å opprettholde og styrke sin konkurranseevne.

«Det viktigste for et forsikringsselskap og for skadeselskapene er å ha god distribusjon. Så det er inngå avtaler med flest mulig, lokallag, fagforeninger, bilforhandlere, strømleverandører, "you name it".» -Nicolai Cappelen, KPMG.

Konkurransen fra nye teknologidrevne aktører representerer en signifikant og økende kraft i forsikringsbransjen. Elisabeth Falck (IF) understreker hvordan insurtech-selskaper tar seg inn i bransjen med spesialiserte tilnærminger og påpeker potensialet for samarbeid som kan øke den samlede verdien eller «paien» i markedet, i stedet for å kun erobre markedsandeler fra etablerte selskaper.

«Så jeg ser at vi også kan få den berømte paien til å bli større, samarbeidet med en insurtech, i stedet for at det nødvendigvis er at de tar av den etablerte paien.» -Elisabeth Falck, IF.

Uttalelsen viser at Falck (IF) ser potensielle synergier i samarbeidet mellom insurtech og etablerte selskaper og ikke kun direkte konkurrenter. Samtidig påpeker hun viktigheten av å tilpasse seg raskt skiftende trender og økt konkurranse, spesielt med tanke på sammenligningstjenester og Open Finance.

«Da har det blitt mer fokus på pris. Ta for eksempel reisindustrien, telekomindustrien. Du har disse store sammenligningstjenestene som kanskje vil påvirke vår industri i fremtiden.» - Elisabeth Falck, IF.

Henrik Nygård (DNB) påpeker hvordan KI kan forbedre konkurransesituasjonen gjennom mer forutsigbare premier og målrettet prissetting. Dette omfatter bruk av KI i hele prosessen fra kundesegmentering til produktutvikling, salg og kundebetjening, noe som indikerer en storstilt integrasjon av teknologi i hele verdikjeden.

«Vi ser en veldig stor påvirkning av KI hvis du tar i bruk dette på en fornuftig måte, i hele prosessen. Fra hvilke kundegrupper du skal ha til du går i gang med produktutvikling, salgsfasen, kundebetjening og ved oppgjør.» -Henrik Nygård, DNB.

Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) understøtter dette ved å fortelle om hvordan teknologiske endringer og nye aktører øker konkurransen i markedet. Han understreker behovet for å være datadrevne og bruke avansert analyse for å konkurrere og raskt tilpasse seg endringer. Videre understreker han viktigheten av å fremdeles anerkjenne verdien av trygghet og omfattende ressurser, spesielt i håndteringen av store skadesituasjoner – et område der etablerte selskaper ofte har en fordel.

«Jeg tror vi alltid kommer til å trenge folk i situasjoner hvor huset har brent ned eller du har blitt ufør. Da vil du ikke snakke med en chatbot, så vi setter det beste mennesket til å være i en empatisk støttespiller en vanskelig situasjon.» -Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Dette støttes av Jaakko Mikkonen (IF) som påpeker at til tross for digitalisering og effektivisering vil det være behov for et stort apparat, da kundene fremdeles foretrekker å ringe inn om skaden inntreffer.

«Forsikring er ganske krevende med tanke på at man har behov for et stort apparat med tanke på skadehåndtering, og kundene liker å ringe inn fortsatt, så man må ha et ganske stort apparat for kundeservice også.» -Jaakko Mikkonen, IF.

Både Falck (IF) og Willand-Evensen (Gjensidige) påpeker trusselen fra Big Tech-selskaper. Her påpeker de at inntreden av store teknologiselskaper, som har tilgang til enorme datamengder, kan påvirke forsikringsbransjen.

«Tesla sa selv at de skal eie hele økosystemet, så i hvilken grad lokale små forsikringsselskaper i som er til stede i 3, 4 eller 5 land et eller annet sted i verden får en plass i det eller ikke. Det er vanskelig å vite.» -Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Nicolai Cappelen (KPMG) mener denne trusselen ikke er like pressende og viser til at de regulatoriske kravene ved å drive et forsikringsselskap fungerer som en barriere for Big Tech-selskapene i dag.

«Big Tech har prøvd i USA å starte forsikringsselskaper og opplevd, som alle andre, at det å overholde alle de regulatoriske kravene er beintøft.» -Nicolai Cappelen, KPMG.

En annen viktig trend som påvirker konkurransesituasjonen, er den økende bruken av KI og avansert dataanalyse. Henrik Nygård (DNB) poengterte hvordan KI kan forbedre risikovurdering og prissetting. Ved å analysere store mengder data kan forsikringsselskaper bedre forstå kundedadferd og risiko, noe som igjen kan medføre mer nøyaktige premier og mer lønnsomme forretninger.

«Ved innføring av KI og automatisering vil mann i stor grad kunne minimere den operasjonelle risikoen ved menneskelige feil. Dette vil jo medføre at selskapet kommer mye bedre ut av det.» -Henrik Nygård, DNB.

Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) understreker behovet Gjensidige som en av de største aktørene i markedet har for å være datadrevne og fleksible for å møte konkurranse fra nye aktører. Teknologiske endringer har gitt opphav til insurtech-selskaper som tar sikte på å forstyrre bransjen med innovative tilnærminger. Det er viktig for Gjensidige og de andre store aktørene i markedet å holde tritt med disse endringene og være villige til å samarbeide der det gir mening.

For å trives i denne nye konkurransesituasjonen må forsikringsselskaper være villige til å omfavne teknologiske endringer, tilby en mer moderne kundeopplevelse og samarbeide med nye aktører. Samtidig må de opprettholde sine tradisjonelle styrker som evnen til å håndtere store skadesituasjoner og tilby en personlig service som kundene fremdeles verdsetter. Evnen til å finne den rette balansen mellom tradisjonelle verdier og innovasjon vil være avgjørende for suksess i dagens konkurransepregede forsikringsmarked.

«Det er så utrolig mange ting du må henge med på nå. Og det endrer seg fortere enn før, noe som gjør at du må jobbe annerledes.» -Erlend Willand-Evensen, Gjensidige.

Det vi ser fra konkurransesituasjonen i dag er et landskap i stor endring grunnet en vesentlig påvirkning fra digitalisering. Etablerte selskaper må tenke utover tradisjonelle modeller og ha stor tilpasningsdyktighet. Sammenligningstjenester og Open Finance har åpnet opp et mulighetsområde fra nye aktører i langt større grad en tidligere. Evnen til å finne en balanse mellom innovasjon og tradisjonelle verdier er viktig i et raskt skiftende landskap.

6. Diskusjon

I diskusjonsdelen av denne oppgaven vil vi grundig utforske tre aspekter av våre funn som vi finner særlig interessante. Basert på disse funnene har vi formulert tre sentrale spørsmål som vil danne fundamentet for vår diskusjon. For å adressere disse spørsmålene vil vi trekke på relevant litteratur som er omtalt i kapittel 2, i tillegg til andre passende kilder. Gjennom denne diskusjonen av nevnte aspekter sikter vi mot å gi svar på vår problemstilling:

Hvordan tilpasser den norske forsikringsbransjen seg dagens teknologiske utvikling og hvordan vil det påvirke forsikringsbransjen fremover?

6.1 Kan den norske fortolkningen av EU-regelverk bremse den teknologiske utviklingen i forsikringsbransjen?

I oppgavens kapittel 2 presenterte vi det regulatoriske landskapet for forsikringsbransjen i Norge og hvordan dette går fra EU-regelverk til implementering i Norge. Det vi ser er et omfattende regulatorisk landskap som er i stadig endring. Gjennom ekspertintervjuer har vi presentert hvordan bransjen ser på dette i dag, både tilknyttet dagens problemstillinger og morgendagens. Basert på våre funn og dagens regulatoriske landskap ønsker vi å se nærmere på hvorvidt det regulatoriske landskapet i Norge er hemmende for teknologisk utvikling i forsikringsbransjen i Norge. Vi ønsker også å knytte denne diskusjonen opp mot eksisterende diskusjoner i mediebildet i dag.

Det regulatoriske landskapet i Norge i dag er sterkt tilknyttet implementeringen fra EU som Norge er bundet til å følge gjennom EØS-avtalen. Her fremkommer det at det ikke skal tolkes verken strengere eller mildere enn det foreslåtte regelverket fra EU (NOU, 2017). I praksis så løses dette i Norge i dag gjennom forhandlinger mellom EU og EØS-landene før det blir implementert i Norge gjennom direktiver og forordninger. Finanstilsynet, samt datatilsynet er ansvarlig for tilsyn og gjennomføring av de aktuelle reguleringene i Norge, her kan det fremkomme tilpasninger og endringer ved behov.

Gjennom uttalelser fra bransjeeksperter finner vi ut at det brukes betydelige ressurser på å tilpasse seg eksisterende og kommende reguleringer i bransjen. Bransjen påpeker at det er stort fokus på at modeller som brukes i dag må etterleve det regulatoriske landskapet til enhver tid. Samt at nye modeller som utvikles må utvikles i henhold til de regulatoriske kravene som

stilles. I kapittel 2 ser vi at reguleringer som IDD kan være mer hemmende for små og mellomstore aktører da det krever betydelige systemer og rutiner for å overholde kravene (EIOPA, 2022). Det har også blitt uttrykt misnøye mot hvordan tilsynene i Norge utarbeider de regulatoriske vilkårene. “Finance Innovation” påpekte tilbake i 2018 hvordan FinTech aktører flytter sine utviklingsprosjekt grunnet dårlige forutsetninger under dagens regulatoriske rammevilkår (Finance Innovation, 2018). Her trekker debattinnlegget videre inn et behov for en regulatorisk sandkasse for å bedre dialog mellom aktører og offentlige instanser.

Videre forteller både Nicolai Cappelen (KPMG) og Henrik Nygård (DNB) at det er et kunnskapsgap mellom lovgivere og bransjen. KI og ML representerer teknologi med enormt potensiale og som er i en enorm utvikling, derfor vil det være avgjørende at tilsynene som skal implementere reguleringer har nødvendig kompetanse om teknologien de skal regulere. Et debattinnlegg i Aftenposten fra en masterstudent i robotikk og intelligente systemer påpeker hvordan det er problematisk at regulerende tilsyn ikke sitter på nødvendig kunnskap og hvordan dette potensielt kan være skadende (Aftenposten, 2023). Nicolai Cappelen (KPMG) argumenterer for at den norske fortolkningen av regelverket er for strengt, mens vi ser at det etterlyses strengere reguleringer gjennom debattinnlegget i Aftenposten.

Det kommer frem både gjennom debattinnlegget, samt våre funn at det er nødvendig med gode reguleringer av KI og ML for å sikre etisk og sikker utvikling. Henrik Nygård (DNB) påpeker at det er nødvendig med kommunikasjon mellom aktørene og tilsynene, og at denne kommunikasjonen i dag ikke er god nok. Tilsynet har gjennomført tiltak som regulatorisk sandkasse, som tidligere er blitt etterspurt, og åpnet for dialog direkte med bransjen ved utarbeidelse av reguleringer. Her retter Henrik Nygård (DNB) kritikk mot bransjen for at de i liten grad utnytter dette.

Nicolai Cappelen (KPMG) viser til at problemstillingen rundt det regulatoriske landskapet er løftet til et politisk nivå, men at det er manglende vilje fra politikere til å gjøre endringer. Han viser til at det allerede eksisterer teknologiske produkter som ikke kan gjennomføres på grunn av strenge regulatoriske forhold som setter en stopper for det.

Teorien forteller oss at det er avgjørende med et sterkt samarbeid mellom finansielle aktører og myndighetene for at det skal kunne opprettholdes innovasjonsprosesser, samt opprettholde en rettferdig og transparent bransje. Det er avgjørende at reguleringer klarer å balansere

mellom behovet for kontroll med muligheten til videreutvikling. Dersom en særnorsk fortolkning gjør at Norge er dårligere stilt for innovasjon sammenlignet med resten av EU vil det være skadelig for forsikringsbransjen i Norge.

Det vi ser er at det i dag er en liten grad av samarbeid mellom offentlige instanser og bransjen, noe som kan være med å hindre teknologisk utvikling. En bransje som ønsker et regulatorisk landskap som ikke er hemmende sammenlignet med øvrige land. Bransjen mener de ikke blir hørt og at dagens regulatoriske landskap fungerer som en brems for videreutvikling. Tiltak fra tilsynene som regulatorisk sandkasse blir i for liten grad benyttet av bransjen. Vi argumenterer derfor for at den norske fortolkningen av det regulatoriske landskapet i dag er suboptimalt, og det er sterkt knyttet mot et dårlig samarbeid mellom aktører og tilsyn.

6.2 Har Open Finance åpnet døren for nye aktører og muligheter i forsikringsbransjen?

Open Banking har gjennom PSD2 ført til en stor omveltning for bankene i deres krav til å dele kundeinformasjon. Med PSD3 vil dette gå fra Open Banking til Open Finance. Dette vil følgelig ha stor påvirkning på kravene som stilles til alle finansforetak, følgelig forsikringsbransjen. Det er naturlig å tenke at dette vil ha stor påvirkning på hvordan kundene opererer ved at det nå blir langt enklere å bytte mellom leverandører av tjenester.

I kapittel 2.6 trekker vi frem teorien rundt plattform- og nettverkeffekter, i en stadig digitaliserende bransje er dette viktig for både eksisterende og nye aktører. Plattformeffekter muliggjør verdiskapning gjennom reduksjon av transaksjonskostnader ofte gjennom teknologiske løsninger (Hagiu & Wright, 2015). Som Elisabeth Falck (IF) forteller gjør denne endringen de etablerte aktørene mer sårbare for hurtigere endringer. Endringene vil følgelig forsterke forbrukermakten i markedet, noe som vil gjøre konkurranselandskapet tøffere for aktørene.

Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) uttalte at han frykter at dersom de etablerte selskapene er nødt til å dele all data de har bygget opp vil dette gjøre "BigTech" selskapene til den store vinneren. Han viser til at "BigTech" selskapene er langt større og sterkere, og dersom de får tilgang på dataen bygget opp av aktørene vil dette være konkurransevridende. Han viser videre til uttalelser fra Tesla hvor de oppgir at de ønsker å eie hele økosystemet. Om det skjer frykter han at det ikke er plass til mindre forsikringsselskap, noe som vil ta betydelige

markedsandeler. Mens Elisabeth Falck (IF) heller påpeker at nye aktører muligens kan gjøre den berømte paien større fremfor å ta eksisterende markedsandeler. Dette forteller oss at aktører ser for seg nye forsikringsprodukter gjennom FinTech, fremfor at det skal ta de eksisterende markedsandelene.

Videre viser Nicolai Cappelen (KPMG) til at det er lite sannsynlig at norske forbrukere vil flytte sine finansielle tjenester til merkevarer med lav merkekjennskap. I henhold til teorien presentert i kapittel 2 er det avgjørende for at selskapene skal kunne oppnå plattform- og nettverkseffekter. Dette vil bryte med teorien om nettverkeffekter hvor aktørene er avhengig av tillit og troverdighet i markedet. Dette presenterer en inngangsbarriere for nye aktører å opprette seg den nødvendige tilliten og troverdigheten i markedet. Nicolai Cappelen (KPMG) mener heller at trusselen til de eksisterende markedene ligger hos plattformer som allerede innehar denne tilliten i det norske markedet. Her viser han til eksempler som Finn.no, som den norske befolkning allerede er godt kjent med.

I teorien omtaler vi “First mover advantage” her vises det til nøkkelfaktorer for hvordan aktører som er først ute med å tilby en tjeneste opprettholder denne fordelene. En av disse nøkkelfaktorene er byttekostnader som viser til at den opplevde kostnaden ved bytte av leverandør er høyere enn den faktiske for forbrukere (Lieberman & Montgomery, 2002). Dette grunnet at det ofte medfører en kostnad eller tidsbruk ved bytte fra en leverandør til en annen. Open Finance har potensialet til å redusere ressursene som kreves av forbrukere for å bytte leverandør. Vi ser fra våre intervjuer at både Henrik Nygård (DNB) og Nicolai Cappelen (KPMG) påpeker at de forventer lavere kundelojalitet dersom prosessen med å bytte blir enklere for forbrukeren.

Petter Nybakk (Cicero) hevdet allerede før Open Finance at forsikringsbransjen henger etter bankbransjen når det kommer til digitale tjenester til forbrukerne. Han peker videre på hva han mener er en uutnyttet verdi for forsikringselskapene med et bredere verdenssyn (Cicero.no, u.å). Han påpekte her at det ikke hadde kommet direktiver som krevde handlinger fra forsikringsbransjen, de har nå kommet gjennom Open Finance.

Det vi ser gjennom funn og teori er en forsikringsbransje som er i stor endring gjennom digitalisering. Det er tydelig at merkekjennskap og tillit til leverandøren er viktig for en forbruker. Det er likevel en utvikling i bransjen som gir forbrukeren langt mer makt enn tidligere. Dette er sterkt drevet av et regulatorisk fokus gjennom tiltak som Open Finance. Vi

argumenterer derfor for at det er en endring i hvordan finansbransjen vil konkurrere om markedsandeler. Videre ser vi at det fremdeles finnes inngangsbarrierer i markedets merkenavn, men også at Open Finance vil redusere inngangsbarrierer for nye aktører. Dette vil gjøre at nye aktører har bedre forutsetninger til å etablere seg i markedet ved implementering av Open Finance.

6.3 Fører utviklingen innenfor KI og ML til en reduksjon av prinsipal-agent problemer i den norske forsikringsbransjen?

I det andre kapitlet av studien gjennomgikk vi relevant litteratur om prinsipal-agent og dens betydning for forsikringssektoren. Transaksjoner innen forsikring involverer ofte forsikringstakeren (agenten) som påvirker forsikringsselskapet (prinsipalen) for å oppnå gunstige vilkår og priser. Vi vil utforske kjerneteoriene knyttet til prinsipal-agent teorien som informasjonsasymmetri, moralsk hasard og ugunstig utvalg. Til slutt vil vi bruke innsikt fra våre ekspertintervjuer for å drøfte om kunstig intelligens og maskinlæring kan redusere prinsipal-agent utfordringene i forsikringsbransjen.

Tar vi for oss transaksjonen over med hensyn på forsikringstageren ser vi at ved å tilbakeholde relevant informasjon kan det føre til en økonomisk gevinst for forsikringstageren. Det vil med andre ord si at forsikringstakeren ofte besitter mer detaljert informasjon om sin egen risiko enn hva forsikringsselskapet har tilgang til. Dette er en typisk prinsipal-agent problem i forsikringsbransjen og denne informasjonsasymmetrien kan føre til et skjevt maktforhold. Vi trekker også fram teorien om moralsk hasard og ugunstig utvalg som et undergrep av prinsipal-agent teori i kapittel to. I forsikringsbransjen er moralsk hasard svært sentralt, der det i praksis går ut på at risikoadferden til en forsikringstager endres etter avtaleinngåelse (Chiappori & Selanie, 2003). Dette har med tanken om at eventuelle skader vil bli dekket og man trenger derfor ikke ta hensyn. Ugunstig utvalg er også svært relevant, hvor teorien går ut på at individer med høy risiko er mer tilbøyelige til å kjøpe forsikring enn de med lavere risiko (Dionne & Doherty, 1994).

Tradisjonelle forsikringsmodeller baserer seg ofte på faste parametere og aktuarvurderinger som kan være svært generelle og ikke reflekter den individuelle risikoen. Gjennom våre funn har vi kommet frem til at forsikringsbransjen i stor grad benytter seg av kunstig intelligens og maskinlæring, hovedsakelig i arbeid med å forbedre prisberegninger og svindeldeteksjon

gjennom dataanalyse og -behandling. KI-drevne modeller som har tilgang til omfattende datasett har potensiale til å generere forsikringspriser som er mer presise og tilpasset den enkelte kunde. Samtidig kan de utarbeide en mer nøyaktig vurdering av risikoprofilen, noe som bidrar til en mer balansert informasjonsfordeling mellom forsikringstakeren og forsikringsselskapet.

Et eksempel på dette er tanken om dynamisk prissetting i forsikringsmarkedet. Dynamisk prising refererer til evnen til å justere forsikringspremier basert på løpende risikovurderinger hvor KI og ML kontinuerlig analyserer ny data og justerer premiene tilsvarende. Som et utfall av denne tilnærmingen vil det være mulig å tilby rimeligere forsikringspoliser til kunder med lav risiko, mens kunder med høy risiko vil være underlagt en annen premiemodell. Dette innebærer en evaluering av den reelle risikoen hver kunde utgjør, med tanke på faktorer som brukermønstre og risikotaking i atferden, slik at prisene kan tilpasses etter disse forholdene (IT-Digital, 2022). Utfra våre funn har denne tilnærmingen lenge vært et kjent fenomen i forsikringsbransjen, men har vært vanskelig å gjennomføre i praksis på grunn av tung regulering rundt data og personvern. Dette vil i midlertidig redusere prinsipal-agent problem mellom kunde og selskap på bekostning av høyere grad av overvåking og større deling av data.

Elisabeth Falck (IF) refererte til et eksperiment i London relatert til "pay-how-you-drive" konseptet. Her benyttet et forsikringsselskap telematikk for å overvåke kundenes kjøreadferd, og samlet inn detaljert informasjon om deres kjøremønstre. Forsikringspremien ble deretter justert basert på den faktiske kjørte distansen, slik at kundene betalte for nøyaktig det de kjørte. Med implementeringen av denne teknologien vil forsikringsselskapene kunne ha fullstendig overvåkning av kundenes atferd, selv etter at avtalen er inngått og som et resultat redusere moralsk hasard.

Gjennom uttalelser fra ekspertene kommer det fram at slike KI-drevne modeller allerede er i bruk og utviklingen går fort. De har derimot sett problemene knyttet til regulering når det kommer til testing av mer avanserte modeller hvor Nicolai Cappelen understreker det som en vanskelig del for videreutviklingen av modellene. Som et resultat av strenge reguleringer er modellene trent opp på relativt generell data. De er med andre ord ikke så effektive de har mulighet til å være. Samtidig er det enighet om at modellene i bruk er svært viktige for driften og de er svært skalerbare. Modellene er derfor svært tilpasningsdyktige for endring. Det er også felles enighet hos ekspertene at modellene de bruker i dag har bedre nøyaktighet for å

identifisere risiko og prissetting, som igjen reduserer informasjonsgapet mellom kunde og selskap.

Henrik Nygård (DNB) har pekt på en utfordring som kan oppstå innen forsikringsbransjen ved implementeringen av mer presise KI-modeller, noe som kan anses som problematisk i forhold til ugunstig utvalg. Han understreker at et sentralt prinsipp i forsikringsbransjen er å spre risiko, ofte omtalt som "pulverisering" av risiko, hvor man forsøker å fordele risikoen jevnt blant et stort antall kunder. Han uttrykker bekymring for om bruk av KI-teknologi kan føre til en selektiv kundevalgprosess, der personer med høyere risiko enten ekskluderes eller pålegges urimelig høye forsikringspremier. Dette strider imot forsikringsbransjens grunnleggende prinsipp om solidaritet og felles ansvar for risikodeling. Dette vil også være i kontrast til ugunstig utvalg, der personer med høy risiko ofte er mer tilbøyelige til å kjøpe forsikring. Erlend Willand-Evensen (Gjensidige) har også ytret at selv om visse diskriminerende mønstre og variabler utelates fra KI-modeller vil modellene likevel identifisere og utnytte de dersom de er differensierende. Dette indikerer at det kan være utfordrende å unngå diskriminering når modellene er avanserte nok til å oppdage slike forskjeller. Dette reiser spørsmål om hvor pålitelige fullt automatiserte modeller er i dagens sammenheng, og det kan også påvirke teorien om ugunstig utvalg innen forsikringsbransjen.

Forsikringsbransjen i dag står overfor betydelige muligheter og utfordringer. Bruken av avanserte dataanalyser og algoritmer tilbyr en mer nøyaktig risikovurdering og prisfastsetting som reduserer informasjonsasymmetrien mellom forsikringsselskaper og kunder. Innovasjoner som dynamisk prissetting og telematikkbaserte forsikringsmodeller viser hvordan teknologi kan skreddersys for å speile den enkelte kundes risikoprofil. Dette kan redusere både mulighetene for moralsk hasard og problemet med ugunstig utvalg gjennom dypere innsikt i kundenes faktiske risikoatferd. Samtidig stiller det potensielle utfordringer som følger med økt bruk av KI og ML slik som personvern og risikoen for å diskriminere risikoutsatte individer. Teknologiene kan medføre at individer med høy risiko utestenges eller belastes med urimelig høye premier, noe som strider mot forsikringens prinsipp om risikodeling.

For å løse prinsippal-agent-problemet og adressere utfordringene knyttet til ugunstig utvalg, benytter forsikringsbransjen i økende grad kunstig intelligens og maskinlæring. Disse teknologiene gir muligheten til å analysere store mengder data raskt og nøyaktig, slik at forsikringsselskapene kan tilby mer presise priser og bedre vurdering av risikoprofilen til hver

kunde. Dette bidrar til å jevne ut informasjonsasymmetrien og kan redusere problemene knyttet til prinsipal-agent-teorien i forsikringsbransjen.

7. Konklusjon

Hensikten med masteroppgaven har vært å danne et teoretisk grunnlag om relevant litteratur, samt innsikt i bransjen for å kunne utforske utfordringer og muligheter for den norske forsikringsbransjen. Omfattende regulatorisk landskap og innovasjoner presset frem av teknologisk utvikling, viser til en bransje som står overfor store endringer. Det tradisjonelle forsikringsmarkedet blir utfordret og presser frem nytenkning og innovasjon fra markedet. Det er tydelig at regulatoriske endringer tar til sikte å styrke forbrukerens posisjon. Vi har derfor dannet oss et bilde av utsiktene i bransjen fremover med mål om å besvare vår problemstilling:

Hvordan tilpasser den norske forsikringsbransjen seg dagens teknologiske utvikling og hvordan vil det påvirke forsikringsbransjen fremover?

For å danne den nødvendige teoretiske tyngden for å besvare problemstillingen har vi gjennom økonomisk teori og nyere artikler dannet et teoretisk grunnlag. Videre har vi gjennom nøye utvalgte eksperter i bransjen, som representerer de sentrale temaene i oppgaven, satt oss inn i dagens forsikringsbransje og dens dynamikk. Vi ønsket en åpen dialog med intervjuobjektene for å kunne få deres innsikt uten å lede de i en spesifikk retning.

Ekspertene ga oss et solid innblikk og interessante tanker om hvordan bransjen blir påvirket av den teknologiske utviklingen. Dette ga oss innsikt og et grunnlag for å diskutere hvordan den teknologiske utviklingen blir gjennomført. Forsikringsbransjen viser seg å befinne seg i et regulatorisk landskap som er suboptimalt for innovasjon, samtidig som det regulatoriske landskapet legger til rette for forbrukermakt og nye aktører.

Bransjen sin største utfordring ligger i regulatoriske krav som setter et større fokus på at interne systemer hos bransjen skal være transparente og følge strenge personvernlover. Samtidig som reguleringen gir forbrukeren økt makt danner den inngangsbarrierer for aktører som ønsker å introdusere innovasjon. Kunstig intelligens vil av den grunn i større grad brukes til å løse eksisterende og kommende problemstillinger i form av reguleringer, fremfor å kunne utvikle nye forsikringsprodukter. Det viser seg at et samarbeid mellom aktørene i markedet og offentlige instanser er nødvendig for å kunne danne et regulatorisk landskap som fremmer innovasjon. Mens vi ser at det er blitt opprettet tiltak for å bedre denne kommunikasjonen mellom aktørene og tilsynet, har det i liten grad vært til nytte.

Vi ser at innovasjoner og reguleringer kan potensielt løse problemer tilknyttet prinsipal-agent teorien, samt åpne dører for nye aktører. Teknologien presenterer muligheter til å i større grad skreddersy løsninger tilpasset den enkelte kunde, noe som vil endre hvordan bransjen i dag vurderer risiko. Ny teknologi er i henhold til teorien en mulighet for nye aktører å etablere seg i markedet. Dersom samarbeidet mellom aktører og tilsyn bedres og reduserer inngangsbarrieren reguleringer i dag representerer vil vi anta at det vil forekomme store endringer i bransjen. Noe som vil tilrettelegge for innovasjon fra eksisterende og nye aktører. Dette vil igjen medføre en forsikringsbransje som ikke bare vil utbedre eksisterende praksis, men introdusere nye forsikringsprodukter til forbrukerne.

Det er viktig å poengtere at vår fremgangsmåte kan representere visse begrensninger tilknyttet innsikten fra bransjen. Vi har intervjuet et lite antall eksperter og det er naturlig å stille spørsmål om hvorvidt dette utvalget representerer hele bransjen. Vi argumenterer for at utvalget er selektert basert på den innsikten vi er avhengig av i forhold til våre behov. Det er et utvalg som er eksperter innenfor de temaene vi ser som mest aktuelle for å besvare problemstillingen. En annen svakhet for oppgaven er den raske utviklingen i tematikken vi omtaler. Teknologisk utvikling har aldri vært så fremtredende som den er i dag, noe som er blitt tydeliggjort av ekspertene i våre funn. Det er derfor begrensninger i tidsrommet oppgaven vil være relevant. Det er viktig å påpeke at det ved kontinuerlig utvikling vil forekomme uforventet utvikling, og tematikken vil derfor være aktuell for ytterligere innsikt i fremtiden.

8. Litteraturliste

- Accenture. (2022). *How insurers can leverage AI to drive value in the cloud*. Hentet fra <https://insuranceblog.accenture.com/how-insurers-leverage-ai-to-drive-value-in-the-cloud>
- Aftenposten. (2023). *Teknologi og lovverk: Det ville vesten er tilbake*. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/4oXXzR/teknologi-og-lovverk-det-ville-vesten-er-tilbake>
- Andresen, M. E. (2014, 15. mai). Asymmetrisk informasjon. Store Norske Leksikon. Hentet fra: https://snl.no/asymmetrisk_informasjon
- Baker, T., & Siegelman, P. (2013). "You Want Insurance with That?" *Using Behavioral Economics to Protect Consumers from Add-on Insurance Products*. In All Faculty Scholarship. (441). Hentet fra https://scholarship.law.upenn.edu/faculty_scholarship/441
- Bartram, G. (2023). *DORA and its impact on data sovereignty*. CIO.com. Hentet fra <https://www.cio.com/article/652310/dora-and-its-impact-on-data-sovereignty.html>
- Bergen, M., Dutta, S., & Walker, O.C. (1992). *Agency relationships in marketing: A review of the implications and applications of agency and related theories*. *Journal of Marketing*, 56(3), 1-24.
- CFI Team. (2023). *Barriers to Entry*. Hentet fra <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/barriers-to-entry/>
- Chiappori, P.-A., & Salanie, B. (2002). *Testing Contract Theory: A Survey of Some Recent Work*. Hentet fra: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=318780
- Cicero.no. (U.å). *Forsikringsbransjen henger etter*. Hentet fra <https://www.cicero.no/forsikringsbransjen-henger-etter/>
- Computas. (2023). *Hva er egentlig kunstig intelligens*. Hentet fra <https://computas.com/artikkel/kunstig-intelligens-rolle-og-funksjon/>

- Deloitte. (2019). *AI-fueled organizations: Reaching AI's full potential in the enterprise*. Hentet fra <https://www.deloitte.com/za/en/insights/focus/tech-trends/2019/driving-ai-potential-organizations.html>
- Deloitte. (2022). *Digital Operational Resilience Act (DORA)*. Hentet fra <https://www2.deloitte.com/no/no/innsikt/teknologi/cyber/dora.html>
- Deloitte. (u.å). *Risk and Compliance Implications of AI in The Insurance Industry*. Hentet fra <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/risk/article-risk-and-compliance-implications-of-ai.pdf>
- Dionne, G., & Doherty, N. A. (1994). *Adverse Selection, Commitment, and Renegotiation: Extension to and Evidence from Insurance Markets*. *Journal of Political Economy*, 102(2), 209–235. Hentet fra <http://www.jstor.org/stable/2138659>
- EIOPA. (2022). *Report on the application of the Insurance Distribution Directive*. Hentet fra https://www.eiopa.europa.eu/publications/report-application-insurance-distribution-directive_en
- EPSI Norway. (2023). *Bransjestudier: Forsikring*. Hentet fra <https://www.epsi-norway.org/bransjestudier/forsikring/>
- European Commission, Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. (2020). *European enterprise survey on the use of technologies based on artificial intelligence: Final report*. Hentet fra <https://data.europa.eu/doi/10.2759/759368>
- Evans, P. C. & Gawer, A. (2016). *The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey*. Hentet fra https://www.thecge.net/app/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf
- Finance Innovation. (2018). *Regulering kan sinke innovasjon - Fintech*. Hentet fra <https://magasin.financeinnovation.no/regulering-kan-sinke-innovasjon/>
- Finansfokus. (2023). *GPT er et annet beist*. Hentet fra <https://www.finansfokus.no/2023/04/14/gpt-er-et-annet-beist/>

-
- Finanstilsynet (2017). *Personvern, cookies og tilgjengelighet*. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/om-finanstilsynet/personvern-og-cookies/>
- Finanstilsynet. (2022). *Årsrapport 2022. Forsikring og pensjon*. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/publikasjoner-og-analyser/arsrapport/arsrapport-2022/rapporter-fra-tilsynsomradene-for-2022/forsikring-og-pensjon/>
- Finanstilsynet. (2023). *Risikovurdering 2023 Hvitvasking og terrorfinansiering*. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/6de27c06627b490b9991c285a397cb1f/risikovurdering-2023-hvitvasking-og-terrorfinansiering.pdf>
- Gartner. (2021). *Infographic: Artificial intelligence use case prism for the P&C and life insurance industry*. Hentet fra <https://www.gartner.com/en/documents/3989873>
- GDPR.EU. (u.å). *What is GDPR, the EU's new data protection law?* Hentet fra <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep learning*. MIT Press.
- Hagiu, A., & Wright, J. (2015). *Multi-sided platforms*. *International Journal of Industrial Organization*, 43, 162-174.
- Hendrikse, G. (2003). *Economics and Management of Organizations: Co-ordination, Motivation and Strategy*. McGraw-Hill Education.
- Hielkema, P. (2023). *AI: Unleashing its potential in the finance*. *The EUROFI Magazine*. Hentet fra https://www.eiopa.europa.eu/system/files/2023-09/eurofi-magazine_septembre-2023-AI%20in%20the%20insurance%20sector%20industry%20adoption%20and%20regulatory%20developments.pdf
- If Skadeforsikring. (u.å.). *Behandling av personopplysninger*. Hentet fra <https://www.if.no/behandling-av-personopplysninger>
- IT-Digital. (2022). *What the future of dynamic pricing means for insurance*. Hentet fra <https://insurtechdigital.com/articles/what-the-future-of-dynamic-pricing-means-for-insurance>

Jacobsen, D. I. (2022). *Hvordan gjennomføre undersøkelser* (4. utg.). Cappelen Damm akademisk.

Johannessen, A., Tufte, P. A., & Christoffersen, L. (2021). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Abstrakt forlag.

Kerin, R. A., Varadarajan, P. R., & Peterson, R. A. (1992). *First-mover advantage: A synthesis, conceptual framework, and research propositions*. *Journal of Marketing*, 56(4), 33-52.

KPMG. (2019). *Insurtech: Infrastructure for new insurance*. Hentet fra <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2019/07/insurance-technology.pdf>

Laurent, Patrick, Thibault Chollet og Elsa Herzberg. (2015). “*Intelligent Automation Entering The Business World*”. Deloitte Inside Magasine, Hentet fra <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pt/Documents/strategy/2lu-intelligent-automation-business-world.pdf>

Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (1988). *First-mover advantages*. *Strategic Management Journal*, 9(S1), 41-58.

Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (2002). *First mover (dis)advantages: retrospective and link with the resource-based view*. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1111-1125.

Linna, L. (2022). *DORA moves on digital resilience*. Delano.lu. Hentet fra <https://delano.lu/article/dora-moves-digital-resilience->

MAPFRE. (2022). *Insurance as an Asset Protector*. Hentet fra <https://www.mapfre.com/en/insights/insurance/insurance-as-an-asset-protector/>

Markides, C. (2012). *Think again: Fine tuning your strategic thinking*. *Business Strategy Review*, 23(4), 80-85. Hentet fra <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8616.2012.00910.x>

-
- Mckinsey & Company. (2021). *The impact of AI on the future of insurance*. Hentet fra <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance-2030-the-impact-of-ai-on-the-future-of-insurance>
- MDPI. (u.å). *Management of Distribution Risks and Digital Transformation*. Hentet fra <https://www.mdpi.com/2227-9091/9/8/143>
- NOU. (2017). *NOU 2917:1*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/9ebf27029d044bceada2863722365ac4/no/pdfs/nou201720170001000dddpdfs.pdf>
- PA (2022). *Brytningstid: En studie av kunstig intelligens i norske banker og forsikringsselskap*. Hentet fra <https://www.finansforbundet.no/folk-og-fag/forbundsnytt/slik-bruker-norsk-finans-kunstig-intelligens/>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985b). *Competitive advantage: Creating and sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Regjeringen.no (2018). *Personvernforordningen (GDPR)*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2014/aug/forslag-til-personvernforordning/id2433856/>
- Regjeringen.no. (2019). *Fjerde hvitvaskingsdirektiv*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2013/mars/fjerde-hvitvaskingsdirektiv/id2433389/>
- Regjeringen. (2020). *National Strategy for Artificial Intelligence*. Hentet fra https://www.regjeringen.no/contentassets/1febbbb2c4fd4b7d92c67ddd353b6ae8/en-gb/pdfs/ki-strategi_en.pdf
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2010). *Artificial intelligence: A modern approach*. Prentice Hall.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research Methods for Business Students*. Eighth edition. Pearson.

Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). *Information rules: a strategic guide to the network economy*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

SNL. (u.å.). *Forsikring*. Hentet fra <https://snl.no/forsikring>

SNL b. (u.å.). *Kunstig intelligens*. Hentet fra https://snl.no/kunstig_intelligens

SNL c. (u.å.). *Ekspertise*. Hentet fra <https://snl.no/ekspertise>

Springer. (2020). *The IDD and Its Impact On Life Insurance Industry*. Hentet fra ???

Søk & Skriv. (u.å.). *Kjeldevurdering*. Hentet fra

<https://www.sokogskriv.no/kjeldebruk/kjeldevurdering.html#kjeldebruk>

VG. (2023). *Ny teknologi avslører mer forsikringsvindel: Toppen av isfjellet*. Hentet fra

<https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/onBJOj/ny-teknologi-avsloerer-mer-forsikringsvindel-toppen-av-isfjellet>

9. Vedlegg

9.1 Vedlegg 1 – Intervjuguide

Intervjuguide – Kunstig intellegens og maskinlæring sin påvirkning på fremtidens forsikringsbransje

Formalia

- Kort informasjon om masteroppgaven
- Opplyse om lydopptak
- Dersom du ikke ønsker å svare på spørsmålene er det helt greit
- Opplyse om at prosjektet meldes til NSD og avsluttes 20. desember 2023

Del 1 – Bakgrunn

Formål: Bli kjent med intervjuobjektet og deres kompetanse

Fortell om deg selv, selskapet du jobber i og din stilling

Del 2 – Bransje

Formål: Adressere bransjens muligheter og utfordringer fremover.

Hva anser dere som bransjens største utfordringer i dag

- Hvordan håndterer bransjen konkurransen fra nye aktører, spesielt fra teknologidrevne oppstartsselskaper og insurtech's?
- Hvordan kan forsikringsbransjen tilpasse seg og møte behovene til en aldrende befolkning?
- Hvordan håndterer forsikringsbransjen økende cybertrusler og risikoer knyttet til digitalisering?

Hvordan tror dere at fremtiden i forsikringsbransjen ser ut

- Hvordan kan forsikringsbransjen tilpasse seg og møte behovene til en aldrende befolkning?
- Hvordan kan forsikringsbransjen tilpasse seg og dra nytte av fremveksten av nye teknologier som IoT, KI og blockchain?

Hva mener dere må til for å tilpasse seg teknologiske endringer i bransjen

- Hvordan kan forsikringsbransjen utvikle talenter og ferdigheter for å møte de teknologiske kravene i fremtiden?

- Hvordan tilpasser forsikringsbransjen seg ikke digitale kunde.

Hvordan ser du på integrasjon av maskinlæring og KI i forsikringsbransjen i dag

- Hvilke spesifikke anvendelser av KI og maskinlæring har du kommet over i din stilling
- Hvordan tror du maskinlæring og KI vil forme forsikringsbransjen de neste 5-10 årene

Hva ser du på som de største fordelene med å implementere KI og maskinlæring i forsikringsbransjen

- Er det spesifikke bekymringer eller utfordringer du har knyttet til bruk av denne type teknologi i bransjen
- Hvordan tror du kundene vil reagere på ytterligere implementering av KI i forsikringsbransjen? Positivt eller negativt?

Hvilke andre teknologiske trender tror du vil påvirke forsikringsbransjen i fremtiden, i tillegg til KI?

- Hvordan kan forsikringsselskaper best forberede seg på disse endringene?
- Hva tror du vil være viktig for bransjen med tanke på den teknologiske utviklingen?

Del 3 – Reguleringer

Formål: Kartlegge hvilke effekter reguleringer har på forsikringsbransjen i Norge

På hvilken måte påvirker implementeringen av nye reguleringer deres arbeidshverdag, og hvilke ser dere som mest aktuelle for dere?

Hvordan har reguleringer i forsikringsbransjen endret seg med innføringen av KI og maskinlæring?

- Er det spesifikke regulatoriske rammeverk som adresserer bruk av KI i forsikring?
- Hvordan samarbeider forsikringsselskaper med regulatoriske organer for å sikre at KI implementeres på en sikker og rettferdig måte?

Fra et juridisk perspektiv, hvilke utfordringer kan oppstå ved økt bruk av KI i forsikringsbransjen?

- Hvordan kan forsikringsselskaper forsikre seg om at deres bruk av KI er etisk og i samsvar med gjeldende lovgivning?
- Ser du noen potensielle konflikter mellom tradisjonelle forsikringspraksiser og de nye metodene introdusert av teknologi?

Selv om MiFIIID og MiFIR primært adresserer finansmarkeder, har deres reguleringer hatt noen indirekte påvirkning på forsikringsbransjen, spesielt med tanke på produktstyring eller kundekommunikasjon?

- Hvordan forbereder forsikringsselskaper seg på eventuelle fremtidige endringer i MiFID eller MiFIR som kan påvirke bransjen?

Hvordan påvirker DORA forsikringsselskaperes tilnærming til digital operasjonell motstandskraft, spesielt med tanke på KI og maskinlæring?

- Hvordan forbereder ditt selskap seg på å overholde DORA-kravene knyttet til teknologiske risikoer?

Hvordan sikrer ditt selskap at KI-løsninger overholder GDPR, spesielt med tanke på databehandling og personvern?

- Har GDPR påvirket måten forsikringsselskaper samler inn og behandler data for KI-drevne løsninger?

Det er nærliggende å anta at ved videre utvikling av teknologien og hvordan den blir brukt. Hvordan vil bransjen respondere på stadig mer omfattende reguleringer?

- Gjør dere noen tiltak for dette allerede i dag?

Del 4 – Teknologi

Hvordan ser ditt selskap på automatisering av arbeidsoppgaver? Er det en trussel for tradisjonelle arbeidsplasser eller mulighet for vekst og effektivisering?

- Hvordan kan denne typen teknologi påvirke bransjen
- Hvordan vil økt teknologi påvirke arbeidsstyrken i forsikringsbransjen, og hvilke nye kompetanser vil bli etterspurt

Hvilke aspekter av forsikringsvirksomheten mener du er mest modnet for automatisering?

- Hvor stor del av driften kommer til å bli påvirket av KI og maskinlæring?

Hvordan kan teknologisk utvikling bidra til å løse noen av de nåværende utfordringene i forsikringsbransjen?

- Hvordan kan teknologi bidra til å forbedre datahåndtering og analyse i forsikringsbransjen?
- Hvordan kan teknologi bidra til å redusere svindel og forbedre risikostyringen i forsikringsbransjen?

Hvordan kan forsikringssektoren implementere robotisering uten å forverre kvaliteten på kundeinteraksjoner og relasjoner?

Avslutning

Formål: Hvorvidt intervjuobjektet ønsker å tilføye noe av relevans for oppgaven utover de forhåndsbestemte temaene.

Har du/dere ytterligere informasjon å tilføye som er av relevans for vår oppgave? Har du/dere noen spørsmål til oss?

Vi vil sende ut en liste over sitater som vil bli brukt i oppgaven ved avslutning av oppgaven så det kan bekreftes av objektet selv.

Takk for intervjuet!

9.2 Vedlegg 2 - Informasjonsskriv

Informasjonsskriv

Formål

Vi er to studenter fra Norges Handelshøyskole som dette semesteret skal skrive masteroppgave innenfor vår hovedprofil finansiell økonomi. Oppgaven skrives i samarbeid med KPMG, Bergen.

Vi har valgt å skrive om fremtidens forsikringsbransje i Norge. Her tenker vi å kartlegge relevante reguleringer som har en innvirkning på bransjen, samt endringer som kan forekomme ved bruk av maskinlæring og KI. Vi vil bruke teori fra finans- og strategifaget for å bygge opp under vår analyse.

Problemstilling: «*Hvordan tilpasser den norske forsikringsbransje seg dagens teknologiske utvikling, og hvordan vil det påvirke forsikringsbransjen fremover?*»

Gjennom intervju av sentrale nøkkelpersoner som besitter relevant og dyp kunnskap om bransjen, regulering og KI/ML ønsker vi å produsere en masteroppgave som gir et oversiktlig bilde over nåsituasjonen til bransjen, samt tanker om fremtidsutsikter.

I den forbindelse ønsker vi å intervju deg til vårt prosjekt.

Hva innebærer deltakelse?

Deltakelse i studien innebærer at du vil bli intervjuet en gang, og intervjuet vil ha en varighet på rundt en time. Vi ønsker å bruke lydopptak og ta notater underveis, da det gjør det lettere for oss å både kunne delta i samtalen, men samtidig være sikker på at vi ikke går glipp av viktig informasjon. Lydopptaket vil senere transkriberes, før vi sender til over til deg for godkjenning. Dette er for å sikre at vi tolket sitatene og utsagende korrekt.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Vi ønsker å benytte oss av ditt navn, arbeidssted og stilling i vår oppgave. Alle personopplysninger behandles konfidensielt. Både opptak og transkribert materiale vil lagres lokalt på en privat maskin med passordbeskyttelse. Alle deltakere har muligheten til å være

anonyme i utredningen dersom det er ønskelig. Prosjektet avsluttes 20.Des 2023, og alle opptak og personopplysninger er slettet innen den datoen.

Frivillig deltakelse

Det er selvfølgelig frivillig å delta i studien, og du har rett til å trekke deg fra intervjuet uten samtykke, og det uten å oppgi noen grunn. Om du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert.

Dersom du har spørsmål når det gjelder studien, ta gjerne kontakt med oss på mail eller telefon. Du kan også kontakte veilederen vår, Jørgen Haug (+47 55959426) hvis det er ønskelig.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning for NSD – Norsk senter for forskningsdata AS. Oppgaven vil publiseres i NHH Brage, som er det åpne institusjonelle arkiv ved Norges Handelshøyskole.

NHHs personvernombud kan kontaktes på e-post (personvernombud@nhh.no) og NSD på e-post (personverntjenester@nsd.no).

Vi ser fram til intervjuet!

Med vennlig hilsen,

Henrik Winnes

E-post: Henrik.Winnes@student.nhh.no

Herman Hoseth

E-post: Herman.Hoseth@student.nhh.no

Samtykke

Jeg har lest og forstått informasjonen om studien, og er villig til å delta på intervju

(Signatur prosjektdeltaker, dato)