

Spesialiseringsrevolusjonen i norsk forsikring, 1914-1960

"Siden 1914", skrev administrerende direktør i forsikringselskapet Storebrand, Christian Hansson, i en introduserende leder til det nyetablerte internbladet *Kontakt* våren 1934. "har Storebrand gjennomgått en utvikling som er verd å minnes [...] I dette år var virksomheten i det vesentlige begrenset til Norge med brandforsikring som eneste branche, men nu omspenner den her hjemme de fleste arter av skadeforsikring."¹ Endringene selskapet hadde gjennomgått siden utbruddet av første verdenskrig hadde definitivt vært omfattende. I 1935 var Storebrand direkte eller indirekte representert i 12 av i alt 15 registrerte bransjer i norsk skadeforsikring.² Trenden fortsatte også i de neste to tiårene som fulgte. I 1960 var ytterligere 3 bransjer kommet til. På dette tidspunktet stod spesialbransjene alene for en tredjedel av Storebrands samlede brutto premieinntekter, mens premier fra brannforsikring utgjorde 40 prosent. Disse tallene inkluderte imidlertid premier fra såkalt reassuransevirkosomhet i utlandet – altså premier fra forsikring av andre, utenlandske selskapers forsikringer. Ser vi isolert på den direkte forsikringsvirksomheten i Norge, det vil si kun premier fra avtaler inngått direkte med kunder i Norge, utgjorde spesialbransjenes andel mer enn 40 prosent, mens brannforsikring stod for en femtedel.³

Denne sterke ekspansjonen inn i nye, såkalte spesialbransjer, var ikke særegen for Storebrand, men preget hele det norsk – og det internasjonale – forsikringsmarkedet. Denne artikkelen skal presentere bakgrunnen for denne sterke diversifiseringsprosessen – eller spesialiseringsrevolusjonen – i norsk forsikringsbransje fra perioden rundt første verdenskrig og fram til midten av 1960-tallet, med en spesiell vekt på Storebrands utvikling. Storebrand var i 1914 blant landets største brannforsikringselskaper, men selskapet svært lite involvert i andre bransjer. I 1912 ble det ført statistikk for tretten ulike forsikringsbransjer i Norge, men Storebrand hadde på det tidspunkt bare registret virksomhet i en av dem.⁴ Av de totale brutto premieinntekter generert av norske skadeforsikringselskaper innen de nye spesialsegmentene stod Storebrand for kun 0,2 prosent. I mange av bransjene som utviklet seg gjennom 1920- og 1930-årene var selskapet sent ute med å

¹ C. Hansson, 1914-1933, *Kontakt* 1934, 1: 1

² Der ikke annet er nevnt er alle tall i dette og neste avsnitt estimert fra Forsikringsrådet, *Beretning fra Forsikringsrådet*, Norges Offisielle Statistikk (Oslo: Statistisk sentralbyrå): utvalgte år. Tallene inkluderer både aksjeselskaper og gjensidige selskaper og også utenlandske selskaper med virksomhet i Norge. *Tallene inkluderer ikke Norges Brannkasse.*

³ Bruttotallene inkluderer Storebrands utenlandsvirkosomhet, som på dette tidspunktet var betydelig og svært orientert mot tradisjonell brannforsikring. Disse tallene inneholder også såkalt indirekte forretning, det vil si premieinntekter skaffet gjennom reassuransevirkosomhet. Ekspansjonen i utenlandsvirkosomheten er behandlet i kapittel 9.

⁴ Forsikringsrådet, *Forsikringselskaper 1913*, vol. VI. 48, Norges Offiselle Statistikk (Kristiania: Statistisk Sentralbyrå, 1915).

etablere seg – de var en “latecomer” snarere enn en “first mover” for å bruke faglig sjargong. Til tross for dette ble Storebrand raskt ledende i de fleste av de bransjene de involverte seg. I 1960 kontrollerte selskapet gjerne mer enn 20, og i enkelte bransjer mer enn 30 prosent av det norske direktemarkedet. Samlet generte Storebrand i 1960 alene mer enn en fjerdedel av de totale brutto premieinntektene innen det norske “spesial-segmentet”. Kort sagt, Storebrand var en av de sentrale drivkreftene for den spesialiseringsrevolusjonen som preget norsk forsikring i den aktuelle perioden og et særlig blikk å dette selskapets virksomhet vil gi et godt inntak til å forstå hvordan denne utviklingen fant sted.

Den første delen av artikkelen presenterer spesialiseringsprosessen i norsk forsikring mer allment. Store deler av denne prosessen foregikk i en periode preget av sterke økonomiske uroligheter. Gjentatte, dype økonomiske kriser, betydelig gjeldsproblemer, særlig i landbruket, deflasjon og ikke minst svært høy arbeidsledighet preget norsk økonomi i perioden mellom første og andre verdenskrig. Problemene i det norske bankvesenet på 1920-tallet var blant de verste i Europa og fra 1920 gikk også norsk forsikring inn i en betydelig krisetid.⁵ Det var i hovedsak skadeforsikringsbransjen som ble rammet. Etter en topp i 1919 begynte antallet private skadeforsikringsselskaper i Norge å synke, en trend som ikke stoppet før inngangen til andre verdenskrig. Det var særlig aksjeselskapene som kom opp i problemer. I 1920-årene alene forsvant om lag 100 selskaper, enten gjennom frivillig likvidasjon eller regelrett konkurs. Anslått samlet tap for aksjonærene var minimum 55 millioner kroner i datidens pengeverdi, eller om lag en tredjedel av den totale aksjekapitalen i næringen i 1920.⁶ De samlede premieinntektene falt i perioder også dramatisk. Til tross for dette fant altså selskapene det regningsvarende å utvikle stadig nye forsikringsprodukter. Hva var grunnlaget for denne utviklingen og hvordan fant den sted?

Det andre sentrale spørsmålet blir hvordan Storebrand som selskap håndterte denne utviklingen. Hvordan klarte Storebrand seg gjennom krisen og hvilke strategiske overveielser lå bak utviklingen av de nye forsikringsformene innen selskapet? Hvordan ble de nye forsikringstypene utformet og markedsført og hvordan påvirket den økte satsingen på spesialbransjer selskapets organisasjon og drift?

Krise og nye forsikringsformer

Den interne jubileumsberetningen skrevet til Forsikringsrådet 50 års jubileum i 1962 konkluderte med at “den svære nedgangsperioden som fulgte krigen er [...] det mørkeste kapittel i skadeforsikringens historie i Norge, i hvert fall i dette århundre.”⁷ Krigen forfatterne her sikter til er selvsagt første verdenskrig, og nedgangsperioden han omtaler er den omfattende krisen som slo inn i norsk økonomi i 1920, og som også rammet norsk skadeforsikring hardt. I motsetning til bankkrisen har denne krisen vært lite omtalt. Som vi alt har vært inne på innebar den imidlertid betydelige tap for bransjens aksjonærer og den innebar en sterk sanering av skadeforsikringsnæringen i form av

⁵ For en generell gjennomgang av den økonomiske utviklingen i mellomkrigsårene, se C. H. Feinstein, Peter Temin, og Gianni Toniolo, *The European economy between the wars* (Oxford: Oxford University Press, 1997); Peter Temin og Gianni Toniolo, *The World Economy between the Wars* (Oxford University Press, USA, 2008).

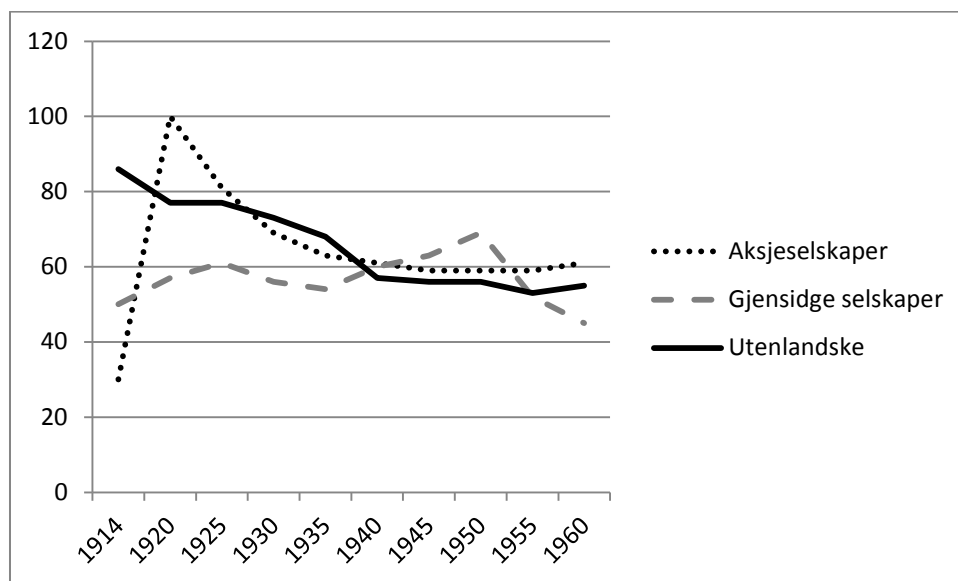
⁶ Et beløp som tilsvarer drøye 1 milliard i dagens kroner. Tall fra Forsikringsrådet, *Forsikringsrådet 1912-1962* (Oslo: Forsikringsrådet, 1961): 126.

⁷ Forsikringsrådet, *Forsikringsrådet 1912-1962*: 121.

konkurser, frivillig likvidasjon og styrte sammenslåinger. Mens det var registrert i alt 234 private skadeforsikringsselskaper i Norge i 1920 var antallet 20 år senere redusert til 178. Ytterligere 20 år senere var antallet 131.

Disse tallene forteller imidlertid ikke hele sannheten om omfanget av krisen, og de gir oss lite detaljert innsikt i hvordan krisen må forstås. Her er det derfor behov for en mer detaljert analyse. Figur 1 gir et første inntak og viser utviklingen i antallet skadeforsikringsselskaper i perioden fra 1914 til og med 1960, fordelt på aksjeselskaper, gjensidige selskaper og utenlandske selskaper.

Figur 8.1: Antall private skadeforsikringsselskaper og utenlandske agenturer i Norge 1914-1960⁸



Det mest slående funnet er opplagt den meget sterke veksten i antallet aksjeselskaper fram mot 1920, og den tilsvarende sterke reduksjon i årene etter. Til sammenligning viser antallet gjensidige selskaper en langt mer stabil utvikling. Også disse selskapene opplevde vekst i antall fram mot 1920, men denne var langt mer moderat, og som det fremkommer var også tilbakegangen gjennom 1920 årene tilsvarende begrenset. Den store tilbakegangen for de gjensidige selskapene kom i perioden etter andre verdenskrig, men bakgrunnen for dette er ikke tema her. Når det gjelder de utenlandske selskapene opplevde disse en jevn og stabil tilbakegang gjennom perioden som helhet. En viktig årsak var at tyske såkalte generalagenturer, som representerte en tredjedel av totalen i 1914, forsvant helt ut i løpet av mellomkrigsårene. Det generelt høye antallet utenlandske selskaper må ikke forlede noen til å tro at denne typen selskaper hadde en sterk posisjon i norsk skadeforsikring. Alle disse selskapene var uten unntak svært små, og de stod i 1914 for kun om lag en femtedel av totale inntektsførte premier. I 1960 var denne andelen blitt redusert til under 5 prosent.⁹

⁸ Kilde: *Forsikringsrådet 1912-1962: 124-5; Forsikringsselskaper 1960*, vol. XII 75, Norges Offisielle Statistikk (Oslo: Statistisk sentralbyrå, 1962). Kun selskaper under Forsikringsrådets tilsyn. Tallene inkluderer derfor ikke Norges Brannkasse, lokale brannkasser og små gjensidige brannvernforeninger.

⁹ Beregnet etter Forsikringsrådet, *Beretning fra Forsikringsrådet: utvalgte år*. Var ikke "selskaper" men "agenturer". Men det er jo et litt fremmed begrep kanskje?

Den sterke veksten i antallet skadeforsikringsaksjeselskaper fram mot 1920 og det tilsvarende sterke fallet i årene etter indikerer at krisen i norsk forsikring i stor grad var en krise for denne typen selskaper spesielt, drevet fram av den spekulasjonsbølgen som preget krigen og de første etterkrigsårene. En nærmere analyse av statistikken over etablering og avvikling av selskaper i perioden understreker dette poenget ytterligere. I 1914 var det registret i alt 30 skadeforsikringsaksjeselskaper i Norge. Ved utgangen av 1920 var antallet kommet opp i 100, altså en økning på 70 selskaper. En svært høy andel av disse nyetablerte aksjeselskapene gikk imidlertid raskt overende. Om vi ser på statistikk fra Forsikringsrådet for stiftede og opphørte selskaper viser det seg at det faktisk ble etablert hele 89 skadeforsikringsaksjeselskaper i perioden fra 1915 til 1920. Sånn sett skulle det ha vært 119 selskaper i norsk skadeforsikring i 1920, og ikke 100. Med i den samme perioden ble 19 selskaper avviklet. Av disse 19 avviklingene kom 18 blant nystartede selskap.¹⁰

Denne tendensen til at det særlig var de nystartede selskapene som kom opp i problemer understrekes ytterligere om vi ser perioden fra 1914 til 1960 under ett, og skiller ut de selskapene som allerede var etablert i 1914. Av disse 30 selskapene var 20, eller to tredjedeler, fortsatt i virksomhet i 1960. Ser vi så på nyetableringene summerer disse seg til 121 selskaper. Av disse nystartede selskapene var det bare 41, eller om lag en tredjedel i virksomhet ved utgangen av 1959.¹¹ Det mest ekstreme utslaget av dette fenomenet finner vi for året 1918. Dette var toppåret for etablering av skadeforsikringsaksjeselskaper med til sammen 31 nye selskaper. Ingen av disse selskapene var i drift 40 år senere. Perioden sett under ett og for eksisterende og nyetablerte selskaper samlet hadde skadeforsikringsbransjen en frafallsprosent nær 60%.¹² Denne frafallsprosenten var i all hovedsak drevet av kollaps i de nyetablerte selskapene. Som Forsikringsrådet formulerte det i sitt jubileumsskrift: "det skal straks påpekes at dette uhyggelige tall først og fremst skyldes alle de lite solide selskaper som ble stiftet under første krig og som i løpet av den følgende depresjon hurtig gikk i oppløsning."¹³

Det var i disse omgivelsene av kriser og konkurser at norske forsikringselskaper ekspanderte sin virksomhet inn i stadig nye forsikringsområder. Hvordan kunne denne ekspansjonen skje når skadeforsikringsbransjen som helhet gjennomlevde "det mørkeste kapittel i skadeforsikringens historie i Norge"? En viktig forklaring ligger i tallmaterialet alene. Det var som vi har sett i hovedsak nyetablerte selskaper som ble rammet av krisen. De aller fleste av disse involverte seg i liten grad i de nye spesialbransjene, men var sterkt konsentrert innen de tradisjonelle bransjene brann- og transportforsikring. Som tabell 1 viser, i perioden fra 1915 til 1920 økte antallet aksjeselskaper innen

¹⁰ *Forsikringsrådet 1912-1962*: 126-28. Men XX, Det er noe muffens med tallene Forsikringsrådet opererer med i tabell for antall selskaper og tabell for bevegelser i antall, mulig noe forvirring ift antall målt ved inngangen til eller ved utgang av året. Enten er det 18 avviklinger og 101 selskap i 1920 eller så er det 19 avviklinger og 100 selskap i 1920. XXsjekk

¹¹ I tillegg kommer 9 selskap som ble etablert i den aktuelle perioden, men aldri kom i drift før de igjen ble avviklet. Xx men Merk at S. Knutsens avhandling (s. 214) har enda større tall, , bla. a for avviklinger, med henvisning til Brev fra Forsikringsrådet av 1936. disse samme tallene brukes også i Gunhild J. Ecklund og Sverre Knutsen, *Vern mot kriser?: norsk finanstilsyn gjennom 100 år* (Bergen: Fagbokforl., 2000): 138-9.

¹² I perioden som helhet var det 151 (30+121) skadeforsikringsaksjeselskaper som kom i drift, av disse var 90 ikke lenger i virksomhet i 1960.

¹³ Forsikringsrådet, *Forsikringsrådet 1912-1962*: 128.

brannforsikring fra 17 til 64 mens det økte fra 18 til 89 innen sjøtransportsegmentet.¹⁴ I 1920 stod disse to bransjene samlet for mer enn 90 prosent av de samlede brutto premieinntektene i norsk forsikring.

Tabell 8.1: Antall selskap, bruttopremier ('000) og konsentrasjon (%) i norske forsikring, 1915-1925¹⁵

Forsikrings- type	1915			1920			1925		
	Antall selskap	Brutto- premie	Tre største	Antall selskap	Brutto- premie	Tre største	Antall selskap	Brutto- premie	Tre største
Brann	17	10511	56,1	64	179264	43,4	53	65638	55,7
Transport	18	26298	53	89	330486	20,2	65	47614	30,2
Ulykke	3	285	100	18	13525	89,9	22	1783	65,5
Tyveri	9	150	78,7	39	10722	85	30	1629	57,3
Garanti	1	101	100	13	10529	97	14	721	88,8
Husdyr	5	459	95,9	20	4216	74,9	17	993	73,7
Ansvar	4	178	99,6	19	4267	79,3	19	3740	81,4
Maskin	0	-	-	6	1594	94,6	8	254	92,5

Dette betyr ikke at det ikke også var spekulasjonsdrevne aktiviteter i spesialbransjene. Relativt sett var veksten i antallet selskaper her faktisk større enn i de tradisjonelle bransjene. Men veksten var fra svært lave nivåer slik at i absolutte tall var den langt mer beskjeden. I enkelte bransjer var det også sterk premievekst. Ettersom tallene i tabellen ikke tar hensyn til prisutviklingen må de fortolkes forsiktig, men det er opplagt at det, uavhengig av inflasjonen mellom 1915 og 1920, var en betydelig reell premievekst i de fleste av spesialbransjene i den aktuelle perioden. Av tabellen fremkommer det samtidig at denne premieveksten var svært konsentrert. Til tross for vekst i antallet selskaper forble konsentrasjonsgraden i alle spesialsegmentene høy. I tabellen er dette illustrert gjennom andelen av de totale brutto premieinntektene kontrollert av de tre største selskapene. Selv om denne andelen sank noe i enkelte bransjer kom den ingen steder nor særlig under 75 prosent. I flere bransjer var den nær, og over, 90 prosent. Det var med andre ord kun et fåtall selskaper som stod for en stor andel av premieveksten i disse bransjene.

En ytterligere spesifisering av tallene viser også at ikke bare var premieinntektene sterkt konsentrert på noen få selskaper internt i hver spesialbransje, også spesialbransjen som helhet var sterkt konsentrert. Dette kommer tydelig fram i tabell 2 som viser de tre største selskapene i de 6 største spesialbransjene i 1920, målt etter samlet bruttopremie.

Tabell 8.2: Største selskaper i 6 største spesialbransjer (bruttopremie), 1920.

Ulykke	Tyveri	Garanti	Husdyr	Ansvar	Maskin
Norske Globus	Norske Globus	Norske Globus	Odin	Norske Globus	Norske Globus

¹⁴ Når disse tallene summerer seg til langt over det totale antall skadeforsikringsaksjeselskaper skyldes dette selvsagt mange av selskapene var involvert i flere bransjer.

¹⁵ Tall estimert fra Forsikringsrådet, *Beretning fra Forsikringsrådet: utvalgte år*. Kun norske selskaper. Både norsk, utenlandsk, direkte og indirekte forretning.

(58,9%)	(57,6%)	(67,4%)	(32,8%)	(32,9%)	(56,7%)
Norske Lloyd (17,3%)	Norske Lloyd (15,3%)	Norske Lloyd (15,3%)	Norske Globus (29,7%)	Storebrand (16,2%)	Norske Assuranceunion (19,8%)
Norske Assuranceunion (13,7%)	Norske Assuranceunion (12,1%)	Norske Assuranceunion (12,1%)	Storebrand (12,4%)	Sigyn (13,5%)	Norske Lloyd (18,1%)

Som tabellen viser var spesialbransjene i 1920 etter dette målet sterkt dominert av kun 3 selskaper: Norske Globus, Norske Lloyd og Norske Assuranceunion. Unntaket var husdyrforsikring, der det gjensidige selskapet Odin var det dominerende og der Storebrand hadde en betydelig andel i 1920. Tilsvarende stod Storebrand på dette tidspunktet relativt sterkt i ansvarsforsikring, men også dette segmentet var dominert av Norske Globus.

Hvem var så disse tre selskapene som hadde en slik sterk posisjon i norsk spesialskadeforsikring ved inngangen til 1920-tallet og hva var bakgrunnen for deres sterke dominans? Norske Lloyd er opplagt det mest kjente, ettersom det stod for den mest spektakulære *kollapsen* i norsk forsikring i mellomkrigstiden da selskapet ble slått konkurs høsten 1922.¹⁶ Selskapet var blitt etablert i 1905, og var dermed ikke noe direkte barn av spekulasjonsbølgen under og etter krigen. Opprinnelig hadde selskapet vært eksklusivt rettet mot sjøforsikring men i 1910 tok det også opp brannforsikring og ble således et av de første selskapene i Norge som kombinerte ulike forsikringstyper. Selskapet hadde på det tidspunkt også etablert en svært omfattende reassuranssevirkosomhet internasjonalt, og virksomheten ble etterhvert også spredt på stadig nye bransjer. Ved inngangen til 1920-tallet generert Norske Lloyd premieinntekter fra 11 ulike typer skadeforsikring. Det var imidlertid engasjementene i den tradisjonelle sjøforsikringen, og da særlig internasjonal sjøforsikring, som tok knekken på selskapet. Som historikeren Sverre Knutsen har påpekt grep selskapet "begjærlig sjansen til å få del i de eventyrlige krigsprofitter som bød seg i sjøforsikring og krigsforsikring, og satset friskt i disse bransjene."¹⁷ I løpet av årene fra 1914 til toppåret 1917 økte selskapets samlede premieinntekter fra 7 til 70 millioner nominelt. Kontrollert for inflasjon innbar dette nær en seksdobling på tre år.¹⁸ 59 millioner, eller nær 85 prosent kom fra sjøforsikring, hvorav en svært stor andel fra internasjonal reassuranse.¹⁹ Men, som det er blitt omtalt var veksten i betydelig utstrekning

¹⁶ Det følgende etter Ecklund og Knutsen, *Vern mot kriser?: norsk finanstilsyn gjennom 100 år*; Sverre Knutsen, "Staten og kapitalen i det 20. århundre: regulering, kriser og endring i det norske finanssystemet 1900-2005" (Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo, 2007). XXSkal også sjekke Granskingskomisjonens rapport. XXSjekk også Christian Sommerschild, *Revisionsberetning i A/S Norske Lloyds konkursbo* (Kristiania: [C. Sommerschild], 1923).

¹⁷ Knutsen, "Staten og kapitalen i det 20. århundre: regulering, kriser og endring i det norske finanssystemet 1900-2005."

¹⁸ Ved prisjustering har jeg benyttet KPI indeksen presentert i Ola Honningdal Grytten, "A Consumer Price Index for Norway 1516–2003," i *Historical monetary statistics for Norway, 1819-2003*, ed. Øyvind Eitheim, Jan T. Klovland, and Jan F. Qvigstad, *Norges Banks Skriftserie/Occasional Papers* (Oslo: Norges Bank, 2004).

¹⁹ Av det totale bruttobeløpet i sjøforsikringssegmentet på 59 millioner kom 14 millioner fra direkte forsikringer overtatt i Norge. Forsikringsrådet, *Forsikringselskaper 1917*, vol. VI. 156, Norges Offisielle Statistikk (Kristiania: Statistisk Sentralbyrå, 1919).

basert på "tvilsomme forretningsmetoder og kaotisk bokføring".²⁰ Selskapet hadde ekspandert svært raskt, uten tilstrekkelig kontroll; det samme var tilfelle med selskapets reassurandører. I følge granskingskommisjonens rapport hadde selskapet generelt vært preget av "ukyndig forretningsledelse og uheldige dispositioner".²¹ Våren 1921 kom selskapet i likvidetsvansker og alle betalinger måtte innstilles. Utpå høsten ble det besluttet fra selskapet å forsøke en styrt avvikling, men denne mislyktes og om lag ett år senere forlangte kreditorene at selskapet skulle settes under ordinær konkursbehandling.

Norske Lloyd forsvant altså ut av norsk skadeforsikring i starten av 1920-årene. Den samme skjebnen led Norske Globus, som i 1920 var det klart største norske forsikringsselskapet innen spesialsegmentet. De to selskapene hadde mer til felles. De var begge etablert av forsikringsmannen Alf Larsen Whist, og Whist satt også i selskapets styre. Koplingene mellom de to bedriftene var også ellers meget sterke. Selskapene opererte ut i fra felles lokaler i Prinsensgt. 7, 9 og 12 i Kristiania, og selve forretningsdriften var tidvis tett sammenblandet. Direkte premieinntekter hos Norske Globus gikk igjen som reassurans hos Norske Lloyd.²² Som Norske Lloyd ekspanderte Norske Globus meget kraftig gjennom krigen og i de første etterkrigsårene. Selskapet hadde blitt etablert i 1911. I 1912 var premieinntektene på drøye 17 000, fra sjøforsikring alene. Året før selskapet kollapset, i 1920 hadde selskapet inntekter fra i alt 10 bransjer. Brutto premieinntekter hadde nå nådd utrolige 37,5 millioner²³ Mer enn to tredjedeler av dette kom fra spesialbransjene, og selskapet var sånn sett langt mindre eksponert for kollapsen i sjøforsikringsmarkedet enn det Norske Lloyd hadde vært. Men også ekspansjonen i *Norske Globus* hadde vært ukontrollert. En svært stor andel av premieinntektene kom fra reassuransvirksomhet i utlandet. Store deler av denne utenlandsvirksomheten var organisert gjennom bransjespesifikke "Fælleskontorer" som også involverte Norske Lloyd. Disse "Fælleskontorene" opererte i stor grad utenfor samarbeidsselskapenes direkte styring. Snarere var, som Knutsen og Ecklund har formulert det "kontrollen med og styringen av virksomhetene i form av oppfølging, regnskapsmessig kontroll osv. [...] preget av kaos."²⁴ Det er derfor ikke tilfeldig at, samme år som det var klart at Norske Lloyd ikke hadde midler til å fortsette driften, led Norske Globus samme skjebne.

De bransjespesifikke "Fælleskontorene" som tok hånd om utlandsvirksomheten til *Norske Lloyd* og *Norske Globus* involverte også to andre selskaper. Det første av disse, *Norsk Alliance*, var også blitt etablert i 1911, og var i starten ledet av Whist. Selskapet fikk imidlertid etter hvert ny ledelse, utviklet en mer selvstendig innenlandsk forretning og brøt etterhvert også ut av det internasjonale samarbeidet.²⁵ Det fjerde selskapet i gruppen var *Norsk Assuranceunion*, etablert i 1917. Som tabell 2 viser, var dette det tredje store spesialforsikringsselskapet i 1920. Også i dette selskapet satt Alf

²⁰ Hans Fredrik Dahl, "Alf L. Whist," i *Norsk Biografisk Leksikon* (2005).

²¹ Sitert etter Ecklund og Knutsen, *Vern mot kriser?: norsk finanstilsyn gjennom 100 år*: 141.

²² Basert på opplysninger hentet fra J. Ødegaard, ed. *Norsk Forsikrings Aarbok* (Kristiania: Den norske Forsikringsforening), utvalgte år

²³ Forsikringsrådet, *Beretning fra Forsikringsrådet*: utvalgte år.

²⁴ Ecklund og Knutsen, *Vern mot kriser?: norsk finanstilsyn gjennom 100 år*: 141.

²⁵ Selskapet overlevde krisen og fusjonerte i 1970-årene med *Norden*, som i 1983 fusjonerte med Storebrand, RA/PA-0915, Norsk Alliance, 1913-1926.

Whist som administrerende direktør, selskapet hadde forretningsadresse i Prinsensgate, og ekspanderte svært raskt til å bli et av de største norske selskapene innen skadeforsikring. I 1920, 3 år etter det var etablert, genererte selskapet brutto premieinntekter på 26 millioner fra ti ulike bransjer.²⁶ Som for Norske Lloyd og Norske Globus skapte imidlertid utbredt reassuransevirkosomhet i utlandet, og ikke minst i Russland, betydelige problemer også for dette selskapet. Men i motsetning til Norske Lloyd og Norske Globus ble selskapet reddet, og det fortsatt å operere inne norsk skadeforsikring gjennom mellomkrigsårene, om enn i en kraftig forminsknet utgave.²⁷ I forsikringsstatistikken for 1925 hadde selskapet forsvunnet fra alle de store spesialbransjene og stod, i tillegg til beskjedne premieinntekter fra brann- og transportforsikring, oppført med en samlet premieinntekt fra "diverse" spesialbransjer på 178 000.²⁸

Situasjonen ved starten av 1920-årene var således at spesialbransjene innen norsk skadeforsikring var fullstendig dominert at tre bedrifter, som gjennom sitt tette samarbeid, felles ledelse og felles forretningsadresse i realiteten var å betrakte som ett selskap. Sogar ble de omtalt som "søsterselskaper" av den den Norske Forsikringsforening.²⁹ Felles for alle disse selskapene var dessuten at deres vei til toppen av norsk skadeforsikring hadde vært preget av svært rask, ukontrollert og spekulasjonsdrevet vekst. Og da den spekulasjonsrevne boomen som hadde preget norsk og internasjonal økonomi under og etter første verdenskrig slo over i nedgang og krise ved inngangen til 1920 årene ble alle tre selskapene slått overende.

Det som også viser seg om man ser nærmere på den offisielle forsikringsstatistikken er at en svært stor andel av bruttopremiene fra disse selskapene var generert gjennom spekulative involveringer i utenlandsk reassuranse. Faktisk var deres direkte forsikringsvirkosomhet i det norske markedet relativt begrenset. Krisen og den påfølgende kollapsen i disse selskapene, som preger forsikringsstatistikken sterkt, hadde dermed begrenset betydning for dette markedet. Denne situasjonen fremkommer tydelig i tabell 3, som viser, på samme måte som tabell 2, de tre største selskapene i de 6 største spesialbransjene i norsk forsikring 1920, men denne gangen målt med basis i totalpremiene for direkte forsikringer avsluttet i Norge. Det bildet som tegnes her er ganske annerledes enn det som fremkom i tabell 2.

Tabell 8.3: Største selskaper i 6 største spesialbransjer (direkte norsk) 1920.

Ulykke	Tyveri	Garanti	Husdyr	Ansvar	Maskin
Sigyn (35,5%)	Norden (17,4)	Det norske Garantiselskab (56,2%)	Odin (43,8%)	Sigyn (26,8%)	Norske Globus (81 %)
Norske Globus	Heimdal	Norske Globus	Norske Globus	Storebrand	Sigyn (19%)

²⁶ Forsikringsrådet, *Forsikringsselskaper 1920*, vol. VII. 54, Norges Offisielle Statistikk (Kristiania: Statistisk Sentralbyrå, 1922).

²⁷ Mens brutto premieinntekter hadde vært 27 millioner i 1920 og premier for egen regning 12 millioner, var Bruttopremien fem år senere redusert til de tilsvarende tallene i 1925

²⁸ Siden vokste selskapet gradvis slik at det i 1960 var registret i Forsikringsrådets statistikk med totale brutto premieinntekter på 5. 5 millioner, fra en rekke ulike bransjer. Av disse inntektene kom imidlertid bare snau 150 000 fra direkte forsikringsvirkosomhet i Norge, se Forsikringsrådet, *Forsikringsselskaper 1960*, XII 75.

²⁹ J. Ødegaard, ed. *Norsk Forsikrings Aarbok 1917-18* (Kristiania: Den norske Forsikringsforening, 1919), 54.

(26,4%)	(16,9%)	(36,8)	(37,5%)	(16 %)	
Dovre (25,2%)	Storebrand (15,7%)	Sigyn (5,1%)	Tyr (5,5%)	Norden (12,6%)	

For det første er dominansen til de tre selskapene Norske Lloyd, Norske Globus og Norske Assuranceunion her ikke lenger en realitet. Faktisk er det bare norske Globus som er igjen på listen. Verken Norske Assuranceunion eller Norske Lloyd hadde altså på noe tidspunkt noen sentral posisjon i det norske markedet for direkte spesialforsikringer. For det andre viser tabellen mye større variasjon i hvilke selskaper som er de største innen ulike bransjer. Det er ikke lenger tre selskaper som dominerer spesialforsikringsfeltet som helhet. Snarer er hele 9 selskaper kommet med på listen. For det tredje og siste er de alle fleste av disse selskapene etablerte aktører med lang historie i norsk skadeforsikring. I tillegg til Storebrand var både Sigyn (1885), Norden (1867), Det norske Garantiselskab (1891), Odin (1897) etablert på 1800-tallet, mens Tyr (1902), Heimdal (1906) og Dovre (1910) kom til tidlig på 1900-tallet.

Poenget med denne lange utledning er at det var disse mer etablerte selskapene som skulle stå for den videre veksten i spesialbransjene gjennom mellomkrigsårene. De hadde bygget opp sin portefølje av spesialforsikringer sakte men sikkert og lot seg i liten grad rive med av den spekulasjonsbølgen som preget krigen og de første etterkrigsårene. Dette var derfor også selskaper som i mindre grad ble rammet av forsikringskrisen. Dette er da også den viktigste forklaringen på at diversifiseringsprosessen i norsk forsikring kunne fortsette gjennom 1920- og 1930-årene, til tross for den krisen som tilsynelatende forelå. Selv om *bransjen* var i krise, var den økonomiske situasjonen i mange *selskaper* relativt god. Eller man kunne kanskje si det motsatt. Den krisen som bransjen synes å ha vært i ved inngangen til 1920-årene var i betydelig grad konsentrert om på den ene siden et lite antall svært store selskaper, og på den andre siden et stort antall små spekulasjonsforetagende. Den etablerte kjernen av selskaper i bransjen var imidlertid intakt. Vilårene for og lysten til å ekspandere næringen ytterligere var dermed fortsatt tilstede.

Hovedtrekk i spesialbransjenes fremvekst i norsk forsikring

Som vi har sett i tidligere kapitler var utviklingen av forsikringsbransjen både i Norge og internasjonalt lenge begrenset til å håndtere et fåtall typer risiko. Primært dreide det seg om risikoen for brann, om forlis og om død. Denne situasjonen hadde i sin tur gitt opphav til etableringen av tre distinkte typer av forsikringselskaper og gjensidige forsikringsforeninger relatert til brannforsikring, sjøforsikring og livsforsikring. Fra slutten av 1800-tallet og ut over 1900-tallet endret denne situasjonen seg på to måter. For det første ble stadig nye typer risiko innlemmet i forsikringsbransjens virkeområde. For det andre involverte forsikringselskapene seg stadig oftere i mer enn en bransje, og de klare bransjeskillene som hadde eksistert smuldret delvis opp. Tradisjonelle brannforsikringselskaper startet opp med sjøforsikring mens sjøforsikringselskapene startet med brannforsikring. I tillegg innlemmet disse selskapene etter hvert også flere av de nye forsikringsformene som vokste frem, så som tyveriforsikring, ulykkesforsikring, glassforsikring og garantiforsikring. Men denne utviklingen gikk relativt sakte. I 1912 var det bare fire av i alt 79 private norske skadeforsikringselskaper som kombinerte tradisjonell brann- og sjøforsikringsvirksomhet med en eller flere typer spesialforsikring. Selskapene det dreide seg om var *Norden*, *Vesta* og *Storebrand*, som alle hadde tatt opp tyveriforsikring, og *Trondhjems Forsikringselskap*, som både

hadde tatt opp tyveri og såkalt “værdigjenstandsforsikring”.³⁰ Det var således nye selskaper, som kun involverte seg i de nye typene forsikring, som var de drivende entreprenørene når det gjaldt å lansere nye typer skadeforsikring. Et typisk eksempel er *Forsikringsselskabet Sigyn* som ble etablert allerede i 1885 med ulykkes- og sykeforsikring som kjernevirksomhet. Selskapet utviklet seg etter hvert til et betydelig spesialselskap og drev i 1912 med så vel ulykkesforsikring som kombinert ulykkes- og sykeforsikring, ansvarsforsikring og maskinforsikring.³¹ Tilsvarende drev *Det norske Forsikringsaktieselskabet “Heimdal”*, etablert i 1906, fra starten utelukkende tyveriforsikring og vannledningsskadeforsikring mens *Forsikringsaktieselskabet Dovre* ble stiftet i 1910 og håndterte et bredt spekter av spesialforsikringer. Blant annet var selskapet lenge alene om å tilby reiseforsikring i det norske markedet. Det eneste klare skillet som ble beholdt, i hvert fall formelt, var mellom de ulike typene skadeforsikring på den ene siden og livsforsikring på den andre. Forsikringsloven av 1911 forbød som vi har sett at disse to forsikringsformene ble opererte innenfor ett og samme selskap. Dette forhindret imidlertid ikke tette reelle koplinger i selve driften av livs- og skadeforsikringsvirksomhet. Som vi har sett samarbeidet Storebrand og livsforsikringsselskapet Idun fra starten tett. Selve økonomien i selskapene var separat, men de opererte fra starten i samme lokaler og hadde felles ledelse, styre og representantskap. I starten delte selskapene også funksjonærer og agenter. Det var flere eksempler på tilsvarende konstellasjoner. Kontorlokalene til skadeforsikringsselskapet Sigyn og livsforsikringsselskapet Brage illustrerer situasjonen slik den typisk så ut på slutten av 1800-tallet.³²



Til tross for at det fra slutten av 1800-tallet og fremover utviklet seg et bredt spekter av nye skadeforsikringsformene forble disse bransjene lenge marginale fenomener i skadeforsikringen samlet sett. Det sier mye om posisjonen til den tradisjonelle brann- og transportforsikringen at alle nye forsikringsformer lenge ble omtalt som spesialforsikringer, mens brann og transport forble de “normale” typene forsikring. Som tidligere nevnt var det i 1912 – det første året det nyetablerte Forsikringsrådet publiserte sin samlede statistikk for norsk forsikring – registrert i alt tolv spesialbransjer i norsk forsikring. Men samlet stod disse bare for 2 prosent av de samlede brutto premieinntektene i norsk skadeforsikring, og snau 4 prosent av den direkte forsikringsvirksomheten i det norske markedet.³³ Fra nå av vokste imidlertid den relative betydningen av spesialbransjen jevnt og trutt. I 1920 var antallet spesialbransjer kommet opp i femten. 20 år senere var antallet atten. Det faktiske antallet spesialbransjer som ble forsøkt etablert var imidlertid større ettersom enkelte bransjer kun eksisterte i korte perioder, mens noen forble såpass marginale i størrelse at de av statistikerne i Forsikringsrådet ble samlet i en egen “diverse”-kategori.

³⁰ Forsikringsrådet, *Forsikringsselskaper 1912*, vol. VI. 41, Norges Offisielle Statistikk (Kristiania: Statistisk Sentralebyrå, 1914).

³¹ *Forsikringsselskapet Sigyn 50 år: 1885 - 1935*, ([Oslo: Selskapet, 1935]; *Forsikringsselskaper 1912*, VI. 41. Norsk Forsikrings Aarbok, 1911: 72.

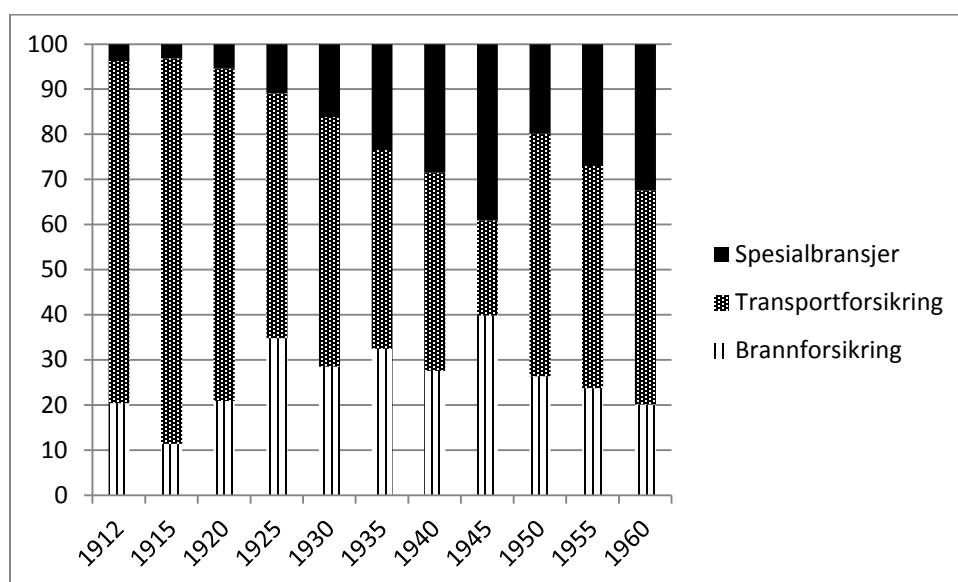
³² Bilde hentet fra www.digitaltmuseum.no.

³³ Estimert etter Forsikringsrådet, *Forsikringsselskaper 1912*, VI. 41.

Flere og flere selskaper involverte seg også i spesialbransjene. I 1912 opererte en fjerdedel av alle norsk skadeselskaper i en eller flere spesialbransjer. Tretten år senere, i 1925, var andelen nær 50 prosent, mens den hadde steget til mer enn to tredjedeler i 1960.³⁴ Med noen få unntak opererte alle registrert aksjeselskaper dette året innen spesialforsikring og det store flertallet av dem var, enten direkte eller indirekte, engasjert i flere slike bransjer. Blant de gjensidige skadeselskapene derimot var spesialforsikring lite utbredt. Det fleste av de gjensidige foreningene forble også involvert kun i en bransje og da gjerne enten brann-, transport eller sjøforsikring. Unntaket var husdyrforsikring som var dominert av gjensidige selskaper, og bilforsikring der gjensidige selskaper etter hvert også gjorde seg gjeldende.³⁵

Veksten i spesialforsikring gjenspeilte seg også i premieinntektene. Figur 2 viser fordelingen av de totale premieinntektene for direkte forsikringer i Norge og hvordan disse utviklet seg i perioden fra 1912 til 1960.

Figur 8.2: Fordelingen av premieinntekt (%) norsk direkte skadeforsikring, 1912-1960³⁶



Til tross for enkelte fluktasjoner er trenden klar: gjennom perioden som helhet økte spesialbransjene sakte men sikkert sin andel av premieinntektene. Et foreløpig toppunkt ble nådd i 1945 da spesialbransjene alene stod for nær 40 prosent. Kraftig vekst i sjøforsikringspremien i de første tiårene etter krigen reduserte denne andelen ganske betydelig, men mot slutten av perioden var den på ny på vei oppover.

Hvilke spesialbransjer har så vært de viktigste? Den påfølgende tabellen viser fordelingen av premieinntekter i norsk direkte forsikring blant utvalgte spesialbransjer.

³⁴ Tall beregnet på basis av Det Statistiske Centralbyrå, *Den private forsikringsvirksomheten i Norge, 1913-1925*, vol. VIII. 52ibid. (1928); Forsikringsrådet, *Beretning fra Forsikringsrådet* ibid. (Oslo: Statistisk sentralbyrå): utvalgte år.

³⁵ Harald Espeli, "Husdyrforsikringsforeningene - et lite omtalt lokahistorisk fenomen," *Heimen* 50 (2013).

³⁶ Beregnet etter Forsikringsrådet, *Beretning fra Forsikringsrådet*: utvalgte år.

Tabell 8.4: Andel av premieinntekter (%) i norsk direkte spesialforsikring, 1912-1960

	1912	1915	1920	1925	1930	1935	1940	1945	1950	1955	1960
Ansvarsforsikring	10,3	14,3	20,4	28,0	10,0	5,1	4,4	4,8	5,6	4,8	4,2
Garantiforsikring	5,8	4,4	3,3	5,7	7,8	9,5	5,6	2,8	2,6	1,6	1,2
Glassforsikring	5,4	4,2	0,9	4,4	2,6	2,8	2,3	2,2	2,2	1,5	1,2
Husdyrforsikring	22,9	21,8	32,7	8,9	4,3	2,7	3,2	8,6	4,0	2,3	2,1
Husleieforsikring	0,0	3,0	0,2	0,2	0,2	0,5	3,2	0,2	0,1	0,0	0,0
Tyveriforsikring	7,5	10,0	13,3	12,6	9,9	8,4	5,1	8,2	6,8	3,8	1,8
Maskinforsikring	0,8	0,7	4,4	4,1	2,7	3,0	2,6	2,4	5,4	4,6	3,6
Ulykkesforsikring	47,0	41,3	19,9	18,2	13,2	12,2	8,6	13,6	14,6	10,4	8,7
Bilforsikring	0,0	0,0	3,4	17,1	48,6	53,8	27,4	24,6	50,8	62,9	70,6
Andre ³⁷	0,1	3,0	1,2	0,5	0,6	1,2	38,9	30,1	4,9	5,6	5,6

Som vi kan se har ulike bransjer hatt dominerende posisjoner i ulike deler av perioden, og få bransjer har holdt en stabil stilling. La oss se litt nærmere på noen av dem. Den første store spesialbransjen som utviklet seg var ulykkesforsikring. I 1912 stod denne for nær halvparten av de totale premieinntektene i spesialsegmentet. Som andel av de totale premieinntektene i norsk direkte skadeforsikring stod den for 2 prosent. Ulykkesforsikring, etterhvert også kombinert ulykkes- og sykeforsikring, dukket for første gang opp i det norske markedet i 1885. Som det lød i de "almindelige forsikringsvilkår", slik disse ble referert i *Norsk Forsikrings Aarbok* dekket denne typen forsikring "ulykkestilfælde, som beviselig indene et aars forløp uten medvirkning av sykdom eller andre omstændigheder, direkte har foraarsaket den forsikredes død eller tap av eller innskærkning i hans erhvervsdyktighet."³⁸ Pioneren bak etableringen av denne typen forsikring i det norske markedet var det før nevnte selskapet Sigyn. Sigyn var ikke bare det første selskapet til å drive ulykkesforsikring, det var det første norske forsikringselskapet overhodet som ble etablert for å drive med noe annet enn tradisjonell livs-, brann eller sjøforsikring. Foruten en del utenlandske agenturer som drev en begrenset virksomhet innenfor bransjen, forble selskapet enerådende innen ulykkesforsikring fram til etableringen av *Forsikringsaktieselskabet Dovre* i 1910. Etter hvert som andre spesialbransjer kom til mistet ulykkesforsikringen sin dominerende posisjon men bransjen forble en av de viktigste spesialgrenene inne norsk skadeforsikring helt fram til 1960.

En annen forsikringsgren som hadde en betydningsfull plass i en tidlig fase var husdyrforsikring.³⁹ Gjennomslaget kom i 1890-årene og var foranlediget av en vedvarende vekst i husdyrbestanden og

³⁷ Denne samlekategorien inkluderer mindre bransjer som bare sjelden eller aldri har nådd over 1 prosent av de totale premiene, eller bransjer som først fikk betydning mot slutten av perioden. Typiske eksempler på det første er husleieforsikring, vannledningskadeforsikring, hussoppforsikring, regnværsforsikring, skiforsikring, sykkeforsikring og smykkeforsikring. Typiske eksempler på det siste er kredittforsikring og luftfarsforsikring. Kategorien inkluderer i tillegg varelagerkrigsforsikring, som forklarer den sterke men kortvarige veksten i andeler for årene 1940 og 1945.

³⁸ Norsk Forsikrings Aarbok, 1911: 93 .

³⁹ Dette avsnittet baserer seg i stor grad på Espeli, "Husdyrforsikringsforeningene - et lite omtalt lokahistorisk fenomen."

tilsvarende økte muligheter for tap av store verdier. Selv om husdyrene i noen grad var dekket av brannforsikringen var det behov for å sikre seg mot virkningen av andre typer tap, forårsaket av skader eller smittsomme dyresykdommer. I motsetning til de fleste andre bransjer var dette en forsikringsgren som forble dominert av gjensidige selskaper. Disse var av to typer, små lokale foreninger og mer profesjonelt drevne regionale foretak. De to mest sentrale av de sistnevnte var *Det Norske Husdyrforsikringselskab Odin*, stiftet i 1897 og *Tyr*, stiftet 1902. Bransjen vokste jevnt og trutt og var tidlig i 1920-årene den største spesialgrenen i norsk forsikring og dermed også den tredje største skadeforsikringsgrenen overhode, etter brann- og transport. Nå hadde også enkelte aksjeselskaper kommet på banen, inkludert før omtalte Norske Globus, som i løpet av få år ble markedsledende. Men etter kollapsen i 1921 var det igjen de gjensidige foreningene som tok over lederrollen, selv om enkelte aksjeselskaper, inkludert Storebrand, forble aktive. I midten av 20-årene var Storebrand det tredje største innen Norsk direkte husdyrforsikring, med en andel av totalpremiene på drøye 10 prosent. Inkluderer vi reassuransse var selskapet nummer to. Med unntak for et oppsving under andre verdenskrig falt imidlertid markedsgrunnlaget for denne typen forsikring sakte men sikkert bort gjennom 1930-, 1940- og 1950-tallet. Økt bruk av selvassuransse reduserte etterspørselen allerede fra midten av 1920-tallet og fremover. Traktorens gjennomslag etter krigen reduserte behovet for hester som trekraft, mens forsikring av kyr i økende grad ble integrert i meierienes drift som kollektive ordninger. I 1960 var husdyrforsikringens andel av spesialforsikringsbransjen redusert til 2 prosent.

En tredje betydningsfull forsikringsart i den tidlige fasen var ansvarsforsikring. I følge samtidige kilder var dette en forsikringsform som hadde sitt egentlige opphav i Tyskland, og fremveksten var relatert til "maskinens ibruktagen i det daglige liv" som økte "risikoen for at komme tilskade både ved fabrikkasjonen og ved trafikken".⁴⁰ Hensikten med forsikringen var, i følge den samme kilden, å dekke den "skadeerstatningspligt, som opstaar ved, at menneskers legeme, sundhed eller eiendom beskadiges." Til Norge ble ansvarsforsikring første gang introdusert i 1904 av selskapet med det lyriske navnet *Zürich, Allgemeine Unfall und Haftpflichtversicherungsgesellschaft*, som arbeidet gjennom generalagenten Alfred Aarberg. I 1907 lanserte Sigyn som det første Norske selskapet ansvarsforsikring, og fem år senere var selskapet fortsatt enerådende. Allerede i 1915 var imidlertid 5 nye selskaper kommet til og premieinntekten var nå i sterk vekst. I 1925 var ansvarsforsikring blitt landets desidert største spesialforsikringsgren, med mer enn en fjerdedel av premieinntektene. Den påfølgende perioden ble imidlertid preget av en kraftig tilbakegang, før ny vekst i premiene fra 1935 stabiliserte bransjens posisjon i norsk spesialskadeforsikring på rundt 4 prosent av totalen.

Tyveriforsikring var også en bransje som hadde en relativt betydelig posisjon i norsk spesialskadeforsikring i en tidlig fase. Bransjen styrket særlig sin posisjon fram til midten av 1920-årene før den gikk tilbake mot slutten av perioden. På samme måte som ved ulykkesforsikring ble tyveriforsikring lansert i det norske markedet gjennom etableringen av et eget, spesialisert selskap. *Det norske Forsikringsaktieselskabet "Heimdal"* åpnet sine kontorer i Akersgata 18 i Kristiania i 1906, og ble pionerselskapet innen norsk tyveriforsikring. Allerede seks år senere hadde ytterligere seks selskaper kommet til, alle aksjeselskaper. Fire av disse var tradisjonelle brann- og sjøforsikringselskaper som nå for første gang ekspanderte virksomheten inn i de nye spesialbransjene. Det ene av disse var Storebrand, som nettopp i 1912 hadde tatt et historisk steg

⁴⁰ O.F. Suenson, Ansvarsforsikring, *Norsk Forsikrings Aarbok* 1915, 5: 24.

ved å fjerne seg fra ren brannforsikring og lansere innbruddstyverforsikring som en andre gren i selskapet. Som antydte tidligere ble bransjen i årene som fulgte preget av at mange mindre selskaper var involvert og konsentrasjonsgraden var relativt lav. Som tabell 8.3 viste kontrollerte de tre største selskapene i bransjen kun omlag halvparten av den totale direkte forretningen i Norge, mot 80 til 90 prosent i mange av de andre bransjene. Denne trenden fortsatte i årene framover. I 1960 delte totalt 49 selskaper på en samlet direkte norske forretning som beløp seg til 3,5 millioner. De tre største selskapene kontrollerte nå bare en drøy tredjedel av markedet.⁴¹

En siste kategori vi ikke kommer utenom er bilforsikring – eller motorvognforsikring som den benevnes i statistikken. De første bilene kom til Norge rundt århundreskiftet. Utbredelsene var imidlertid liten, og bilen forble lenge et rent statussymbol for rikmenn.⁴² Først i 1915 dukket automobiler opp som en egen kategori i den offentlige statistikken. Den viste at det dette året var registret i alt 1290 personvogner i landet. I tillegg kom 191 lastevogner og 552 motorsykler, i alt 2033 kjøretøy.⁴³ Veksten de siste årene hadde opplagt vært betydelig for bare to år tidligere hadde antallet vært under halvparten. På dette tidspunkt var 4 selskaper i gang med å tilby såkalt auto-ansvarsforsikring.⁴⁴ Dette var i realiteten en spesifikk form for ansvarsforsikring som dreide seg om å dekke skader på “menneskers legeme, sundhed eller eiendom” forvoldt av ulike personbiler, lastevogner og motorsykler. I 1913 etablerte disse selskapene Auto-tarifforening, med formål “at indføre enstartede betingelser og præmier for ansvarsforsikring av motorkjøretøier i Norge.”⁴⁵ Deltagende selskaper var de utenlandske og norske pionerne innen ansvarsforsikring, *Zürich* og *Sigyn*, samt det tyske selskapet *Winterthur* og det veletablerte norske skadeforsikringsselskapet *Norden*. En viktig foranledning var Veitrafikkloven av 1912 som hadde skjerpet kravene til ansvarsforsikring for bilførere. Ettersom virksomheten var å betrakte som en ren ansvarsforsikring ble den imidlertid ikke fanget opp i statistikken som en spesifikk forsikring rettet mot biler – noe den da heller ikke var. Til tross for at den opplagt var et kostbart produkt var det fortsatt ingen som tilbød forsikring mot skader på kjøretøyet selv. Et unntak var faren for brann, som etter 1908 var mulig å få dekket gjennom brannforsikringen.

Denne situasjonen endret seg i 1915 da det britiske selskapet *Motor Union* lanserte en kombinert bilforsikringsordning som dekket ansvar, brann, transport, forsikring og vognskade. Denne forsikringsformen fikk navnet Motorvognforsikring. Etterspørselen etter denne typen forsikring virker imidlertid å ha vært nokså begrenset. I 1915 var *Motor Union* det eneste selskapet som tilbød motorvognforsikring og samlet premieinntekt for året var 1300 kroner, eller bare noen promille av de samlede premieinntektene i norsk spesialskadeforsikring.⁴⁶ *Motor Unions* kombinerte modell var

⁴¹ Forsikringsrådet, *Forsikringsselskaper 1960*, XII 75.

⁴² Knut Kjeldstadli, *Et splittet samfunn: 1905-1935* (2005).

⁴³ Statistisk Aarbok 1915, tabel 53 : 67.

⁴⁴ Dette og det neste avsnitte i stor grad etter Harald Espeli, *Private konkurransereguleringer innenfor forsikringsnæringen i Norge 1900-1985 og myndighetenes holdning til disse*, vol. nr 70 (Oslo: NORAS, 1995); K. Lorange, *Auto-Tarifforeningen 1913-1938: et bidrag til automobilforsikringens historie i Norge* (Oslo: Foreningen, 1938).

⁴⁵ Norsk Forsikrings Aarbok 1915. 53.

⁴⁶ Forsikringsrådet, *Forsikringsselskaper 1915*, vol. VI.. 106, Norges Offisielle Statistikk (Kristiania: Statistisk Sentralbyrå, 1917).

imidlertid ikke den eneste som nå ble prøvd ut. I andre halvdel av 1915 lanserte transportforsikringsselskapet *Viking* separat vognskadeforsikring, som dekket risikoen for skader, tyveri og, mot et lite tillegg i premien, brann – altså en form for utvidet kaskoforsikring. I 1917 publiserte Forsikringsrådet for første gang separat statistikk for norskeid motorvognforsikring. Fire selskaper var representert. Dette var foruten *Viking* de tre kjenningene *Norske Alliance*, *Norske Lloyd*, *Norske Assuranceunion*. Samlet premieinntekt for disse fire var nå kommet opp i snau 4500 kroner for den direkte norske virksomheten. Med tillegg av *Motor Unions* meget begrensede virksomhet utgjorde motorvognforsikring dermed fortsatt en svært liten andel av samlet norsk spesialskadeforsikring. Tallene fortalte imidlertid ikke hele sannheten, for mange selskaper fortsatt å føre sin motorvognstatistikk under kategorien ansvarsforsikring. I følge Lorange hadde Auto-Tarifforeningen starten av 1918 hele 15 medlemmer. “Denne forsikringsart”, skriver han “[blev] under krigsårene [...] optatt av stadig flere selskaper”.⁴⁷ Men flertallet av disse synes altså ikke å ha registret sine premier under motorvognforsikring. Denne situasjonen gir også mye av forklaringen på hvorfor den relative betydningen av motorvognforsikring i spesialbransjene samlet sett øker så dramatisk fra 1925 til 1930 – og hvorfor ansvarsforsikringsbransjens andel på samme tid reduseres så kraftig, slik dette fremkommer i tabell 8.4. I 1929 publiserte nemlig Forsikringsrådet en presisering om nettopp “regnskapsføring vedkommende motorvognforsikring og ansvarsforsikring”. Her ble det anmodet om at selskapene endret den praksisen som fortsatt var tilstede hos mange av dem, nemlig at man “i sine regnskaper under ansvarsforsikring også [har] opført autokaskoforsikring”. Denne typen forsikring skulle isteden føres under motorvognforsikring. “Under motorvognforsikring henføres forsikring så vel av autokasko som av ansvar, brand og tyveri vedkommende motorvogner [...] Under ansvarsforsikring henføres all ansvarsforsikring utenom autoansvarsforsikring.”⁴⁸

Det kan synes som at alle selskaper tok denne oppfordringen alvorlig og som vi ser av tabell 8.4 var motorvognforsikring i 1930 blitt landets desidert største bransje innen norsk direkte spesialforsikring. Bransjen genererte nå nesten like mye premieinntekter som alle de resterende spesialbransjene til sammen. Trenden fortsatte i tiårene som fulgte, slik at andelen av de totale premieinntektene i norsk direkte spesialskadeforsikring generert av motorvognforsikring alene hadde kommet opp i 70 prosent. Målt opp mot skadebransjen som helhet hadde bilforsikring nå, som den første og eneste spesialbransjen, passert brannforsikring og blitt landets nest største skadeforsikringsgren. Som vi skal se hadde denne utviklingen også semantiske konsekvenser. I flere sammenhenger ble ikke motorvognforsikring nå lenger omtalt bare som en spesialforsikring – den hadde kommet inn på listen over “normale” forsikringer, sammen med de tradisjonelle bransjene brann, transport og liv.⁴⁹

Som i de fleste andre spesialbransjen var det aksjeselskapene og ikke de gjensidige foreningene som involverte seg mest i motorvognforsikring. I 1924 etablerte imidlertid den gjensidige bilforsikringsforeningen *Østlandet* seg med base på Stange i Hedemark. Målet var å tilby ansvarsforsikring for bileiere tilhørende bygdene og de mindre byene på Østlandsområdet. Etableringen ble omtalt i lite flatterende vendinger i bransjetidsskriftet *Forsikringstidende* vinteren

⁴⁷ Lorange, *Auto-Tarifforeningen 1913-1938: et bidrag til automobilforsikringens historie i Norge*: 54.

⁴⁸ Forsikringsrådet, *Forsikringsselskaper 1929*, vol. VIII. 139, Norges Offisielle Statistikk (Oslo: Statistisk Sentralbyrå, 1930): 18.

⁴⁹ Se eksempelvis kap XX og hvordan motorvognforsikring fra 1960-tallet behandles statistisk.

1925. Holdningen var at gjensidighet var en svært lite egnet organiseringsform forsikring av biler og ander motorvogner. Som det het:

I aarets løp er der stiftet en gjensidig forening med hovedsæte i Stange hvis formaal det er at tegne ansvarsforsikring for motorvogneiere paa Oplandet og for øvrig i landdistrikterne og smaabyerne paa Østlandet. Det er en selvfølge, at denne forening lover sine medlemmer 'guld og grønne skove'. Imidlertid er det vel tvilsomt om glæden blir av en lang varighet. Auotomobilforsikringen er – som enhver fagmand vet – en farlig og høyst uberegnelig forsikringsbranche, som hyppig bringer de største overraskelser. Endvidere kræves det av de der befatter sig med den, en betydelig fagkunnskap, høstet gjennom aars praktisk arbeid. Det er derfor neppe en forsikringsbranche som mindre egner seg for gjensidighet end netop denne.⁵⁰

35 år senere var selskapet imidlertid fortsatt i virksomhet, selv om størrelsen var beskjeden. Ytterligere 6 gjensidige selskaper hadde imidlertid da kommet til. Det største av disse var foreningen *Norsk Bilforsikring*, som var blitt etablert i 1928. Foreningen var administrert av forsikringsforeningen *Samtrygd* og opplevde en betydelig vekst i tiårene som fulgte etableringen. I 1960 var selskapet blitt den nest største tilbyder av motorvognforsikring i det norske direktemarkedet. Den gjensidige organisasjonsformen hadde åpenbart ikke satt avgjørende begrensinger for selskapets vekst.

Det desidert største bilforsikringselskapet i norsk forsikring, og det desidert største forsikringselskapet overhodet i Norge på dette tidspunkt var imidlertid aksjeselskapet Storebrand. Ved inngangen til 1960 årene kontrollerte dette selskapet alene 14 prosent av det direkte norske skadeforsikringsmarkedet.⁵¹ Aller sterkest stod selskapet i spesialbransjene, hvor det kontrollerte 18 prosent av de totale premieinntektene. I enkelte bransjer var andelen godt over en fjerdedel. Med bruttoinntekter i det norske direktemarkedet for bilforsikring på nær 24 millioner var selskapet mer enn dobbelt så stort som neste på listen. Hvordan hadde selskapet oppnådd denne posisjonen? Den neste seksjonen gir et dypdykk inn i nettopp denne tematikken.

Storebrand spesial⁵²

I 1914 skjedde en liten, men historisk endring i Storebrands vedtekter. Mens selskapet siden etableringen i 1847 hadde drevet under navnet *Christiania almindelige Brandforsikringselskab*, ble dette navnet nå endret til *Christiania almindelige Forsikrings-aktieselskap*.⁵³ Tiden som et rent

⁵⁰ "Om forsikringsvirksomheten i Norge i 1924", *Forsikringstidende* vol 29 no. 4, 1925: 39.

⁵¹ Om vi inkluderer selskapets meget omfattende utenlands og reassuransvirksomhet var andelen 22 prosent. Om vi inkluderer heleide selskaper var andelen nærmere 30 prosent. Om vi tar bort de gjensidige selskapene var andelen nær 40 prosent. XX NB Må jf med tallen Sverre operer med i sitt kapittel. Ser *litt* annerledes ut.

⁵² XXXX Denne delen er noe uferdig. For mye basert på Gierløff. Trenger mer detaljer, mer drivkrefter, mer på strategi, tanken bak, kjøp av selskaper som ledd i vekst etc. Må innlemme mer om tarifforeningene

⁵³ Riktignok hadde dette navnet endret seg noe siden etableringen. I starten lød det *Christiania almindelige Brandforsikringselskab for varer og effekter*. Denne presiseringen ble etterhvert fjernet. I 1888 inkluderte man kallenavnet selskapet hadde hatt siden etableringen – "Storebrand" – i det formelle navnet, slik at selskapet ble hetende *Christiania almindelige Brandforsikringselskab "Storebrand"*. I følge Storebrands egne historiske oversikt på nett var det vedtektsfestede navnet fra 1915 *Christiania almindelige Forsikrings-aktieselskap*, altså at kallenavnet Storebrand ble fjernet igjen etter å ha blitt innlemmet i 1888, men at dette navnet så kom

brannforsikringselskap var over. To år tidligere hadde selskapet tatt opp tyveriforsikring. I 1913 startet selskapet en felles sjøforsikringsvirksomhet sammen med Vesta og "et par ar andre norske selskaper".⁵⁴ Forsikringsmiljøet i Kristiania hadde siden slutten av 1800-tallet sett fremveksten av flere nye skadeforsikringselskap og gjensidige skadeforsikringsforeninger som spesialiserte seg på nye forsikringsformer. Selskap og foreninger som *Sigyn*, *Det norske Garantiselskab*, *Odin*, *Tyr*, *Heimdal*, *Kristiania gjensidige Glasforsikringsselskab*, *Dovre* og det noe mer marginale *Skiforsikringen A/S* (som tilbød "forsikring mot bræk av ski") viste at det var et voksende marked for nye typer skadeforsikring.⁵⁵ Dette var markeder Storebrand ønsket å utforske. Etter mer enn 60 år med brannforsikringsdrift satt selskapet på unike organisasjons- og personalmessige ressurser og en betydelig forsikringskompetanse. Utfordringen var å gjøre disse ressursene anvendbare også på nye forsikringsområder. Hvordan foregikk denne prosessen i Storebrand? Hvordan foregikk spredningen av virksomheten inn i nye områder, hva var de strategiske begrunnelsene og hva ble det kommersielle utfallet?

Som vi har vært inne på var den norske forsikringsbransjen i starten av 1900-tallet preget av to sentrale endringstendenser. For det første en økende kompleksitet gjennom fremveksten av stadig nye spesialbransjer. For det andre en nedbygging av de etablerte bransjeskillene i bransjen, der stadig flere selskaper utviklet seg fra rene brann- eller transportforsikringselskaper til kombinerte forretninger. I fagtermer som gjerne forbeholdes produksjonsbedrifter, kan man si at man nå også i tjenestenæringen forsikring i økende grad så fordelene ved å utnytte breddefordeler – såkalt *economies of scope* – i produksjonen av forsikringstjenester. Tanken var at de eksisterende produksjonsressursene, i form av funksjonærer, agenter, rutiner og utstyr, kunne brukes til å lage flere, tilgrensende produkter. Slik kunne volumene økes uten en tilsvarende økning i kostnadene. I en risikopreget næring som forsikring innebar en vekst i bredden også at risikoeksponeringen ble spredt på flere bransjer. Nedgang i en bransje kunne oppveies av oppgang i en annen. Eggene ble lagt i flere kurver.

For Storebrand startet denne prosessen som nevnt i 1911 da brannavdeling begynte å imot tegning av innbruddsforsikring. I regnskapet for 1912 ble det for første gang i selskapets historie presentert spesifiserte premieinntekter, skadeerstatningsbeløp og reassuransepremier for to forsikringsbransjer. Den viste at innbruddsforsikringsvirksomheten hadde startet i det små, og med lav risiko. Totale premieinntekter beløp seg til 2336 kroner. Samtlige forsikringer var reassurert.⁵⁶ Til sammenligning hadde det ledende innbruddstyveriselskapet *Heimdal* premieinntekter på drøye 35 000, i sin helhet for egen regning. Fra sitt begrensede nivå vokste imidlertid virksomheten i Storebrand raskt. I 1917 ble tyveriforsikringen skilt ut fra brannavdeling og lagt til en nyetablert spesialavdeling.⁵⁷ Tre år

tilbake i 1925 og at selskapet etter dette og fram til 1971 het *Christiania almindelige Forsikrings aktieselskap.* "Storebrand", se <http://www.storebrand.no/site/stb.nsf/Pages/storebrandshistoriepop.html>. Men dette betyr i så fall at Selskapsnavnet på Årsberetningene er upresise, for her er Storebrand-navnet med også etter 1915, og ingen synlig endring skjer i 1925. Poenget her er alle tilfeller imidlertid at presiseringen "brandforsikring" fjernes

⁵⁴ Christiania Almindelige Forsikrings-Aktieselskap Storebrand, *Aarsberetning og regnskap for 1915*

⁵⁵ *Norsk Forsikrings Aarbok* 1912: 75.

⁵⁶ Christiania Almindelige Forsikrings-Aktieselskap Storebrand, *Aarsberetning og regnskap for 1919* .

⁵⁷ XX sjekkXX

senere var premieinntektene nær ved å passere 200 000 eller hundre ganger så mye som ved oppstarten. Justert for inflasjon var inntektene tretti ganger så store. Om man inkluderer utelandsvirksomhet og den indirekte forretningen hadde Storebrand nå passert entrepenørselskapet *Heimdal* i størrelse, og ser man bort fra de tre spekulasjonsselskapene *Norske Lloyd*, *Norske Globus* og *Norske Assuranceunion* var Storebrand blitt landets største tyveriforsikringsselskap. 5 år senere var denne posisjonen udiskutabel. I brutto premieinntekt var Storebrand nå nesten dobbelt så stor som nummer to, og også i den direkte norske forretning var selskapet det ledende i landet. Nesten 20 prosent av tyveriforsikringen i Norge var på Storebrands hender.

Hva forklarer denne positive utviklingen? Tyveriforsikring var som vi har sett den første store spesialbransjen i norskforsikring. Det vil være en betydelig overdrivelse å si at Storebrand spilte en ledende og innovativ rolle i utviklingen av denne bransjen i Norge. Det var som vi har sett Heimdal som hadde introdusert tyveriforsikring i det norske markedet i 1906. Da Storebrand kom på banen var det hele 13 andre selskaper i gang med tyveriforsikringsvirksomhet, syv av dem utenlandske og seks norske. Selskapet hadde således ingen "first mover advantages". Det selskapet satt på var imidlertid en unik kundebase innen brannforsikring. Selskapet var i 1912 blant landets største brannforsikrere med direkte premieinntekter i Norge på 900 000 kroner og anslagsvis XX unike kunder. Når selskapet uansett var i dialog med disse kundene var det ingenting i veien for at man også kunne forsøke å selge dem annen, relatert forsikring. Dette var noe av den samme tankegangen som bank- og forsikringsselskaper på 1990-tallet brukte da de argumenterte for det økonomiske potensiale i å etablere finansielle supermarkeder, der de kunne tilby totalkundepakker bestående av så vel banktjenester, forsikringstjenester som kapitalforvaltningstjenester. Man kunne bruke den eksisterende kundekontakten til å selge andre, relaterte finansielle tjenester.

Konkret i Storebrands tilfelle foregikk dette eksempelvis ved at egne pamfletter ble sendt ut til selskapets brannforsikringskunder, der behovet for å supplere brannforsikringen med en egen tyveriforsikring ble fremhevet. En av disse pamflettene ble referert i *Forsikringstidende* vinteren 1916. Her het det: "Forsikring mot indbrudstyveri heter et litet, smukt prospekt som Storebrand har utsendt. Det opplyses her at der i 1914 foregik 1642 indbrud i Kristiania, mens det samme aar indtraf 281 brande, altså 6 gange så mange inbrud som brande. [...] Med stor berettigelse fremholder derfor prospektet, at forsikring mot indbrudstyveri er likesaa nødvendig som brandforsikring."⁵⁸

Denne muligheten til å kommunisere direkte til en etablert kundebase var trolig en sentral årsak bak Storebrands raske vekst inne tyveriforsikringssegmentet. Dette underbygges av at et selskap som *Norden*, som var tilsvarende stort som Storebrand innen brannforsikring i 1912, og som også satset innen tyveriforsikring, opplevde en nær tilsvarende sterk vekst. Et etablert kundeforhold var en unik ressurs disse selskapene kunne ta med seg over i den nye forsikringsbransjen. På den andre siden, spesialselskapet *Heimdal* hadde ingen etablert kundebase å spille på da det startet opp, men holdt likevel relativt godt følge med de gamle brannselskapene Storebrand og Norden. Andre store, tradisjonelle brannselskaper, slike som *Vesta*, som også forsøkte seg vokste på sin side langt saktere enn Storebrand og Norden. Dermed er det klart at andre selskapsinterne faktorer så som spesifikk kunnskap om bransjen eller andre unike ressurser også må ha spilt inn. Manglende vekst, slik som i Vestas tilfelle, kan selvsagt også forklares med manglende vilje til vekst.

⁵⁸ *Forsikringstidende*, 1915, 2: 20.

Det er lite som tyder på at Storebrand manglet vilje til vekst. Riktignok ble den amerikanske reassuransevirkomheten bevisst nedskalert i 1922, ettersom den "hadde vokst sig større end ønskelig var i forhold til selskapets øvrige forretning."⁵⁹ Men innen spesialsegmentet ble stadig nye forsikringstyper lansert og i de fleste av dem tok Storebrand raskt store markedsandeler. Det andre store satsingsområdet etter innbruddsforsikring var ansvarsforsikring. Når denne virksomheten kom i gang i Storebrand 1916 hadde, som Christian Gierløff formulerte det i sin jubileumsberetning, "andre selskaper her til lands i denne bransjen flere års forsprang."⁶⁰ Som vi husker var ansvarsforsikring første gang introdusert i det norske markedet av det utenlandske selskapet Zürich i 1904, og i 1906 kom det første initiativet fra et norsk selskap da ulykkesforsikringselskapet Sigyn lanserte ansvarsforsikring som sitt andre hovedsatsingsområde. Da Storebrand kom på banen i 1916 var 11 selskaper allerede etablert, åtte norske og tre utenlandske. Sigyn dominerte bransjen med premieinntekter godt over 200 000. Til sammenligning regnskapsførte Storebrand 14 000 i premieinntekter fra ansvarsforsikring det første året virksomheten var i drift. Som i tyveriforsikring tok det midlertid ikke lang tid før selskapet var blant de ledende i bransjen. Målt i bruttopremie var selskapet faktisk landets største allerede i 1920. I 1926 passerte så Storebrand Sigyn som landets største ansvarsforsikringselskap også i det norske direktemarkedet. Tre år senere stod selskapet alene for mer enn 40 prosent av premieinntektene i bransjen, mens Sigyn samme år stod for 35 prosent. Et tredje selskap, *Arendals Forsikringselskab*, stod for ytterligere ti prosent. Sammen stod de tre selskapene dermed for 85 prosent av markedet. De resterende 15 prosentene ble delt mellom i alt 16 selskaper.⁶¹

Bare ett år senere var imidlertid situasjonen en ganske annen. Fra 1929 til 1930 ble de samlede premieinntektene for direkte ansvarsforsikring i det norske markedet mer enn halvert. Ett år senere var de halvert igjen. Forklaringen var enkel, premieinntektene i de tre ledende selskapene falt dramatisk. I 1930 var Storebrands premieinntektene bare en tiendedel av hva de hadde vært ett år tidligere.⁶² I Sigyn ble premiene redusert til en fjerdedel fra 1930 til 1931, mens Arendals Forsikringselskab tilsynelatende hadde tapt alle sine premieinntekter året før. Mens selskapet hadde vært bransjens tredje største i 1929, var de ikke engang på listen over ansvarsforsikringselskaper året etter. I de andre selskapene var det bare mindre endringer.

Hvorfor falt premieinntektene så dramatisk i de tre største selskapene, inkludert Storebrand? Årsaken var rent regnskapsteknisk. Som vi husker var det regnskapsmessige forholdet mellom ansvarsforsikring og motorvognforsikring lenge uavklart, og mange selskaper førte sine bilforsikringer, også de som dreide seg om skader på bil, på kontoen for ansvarsforsikring. Etter anmodning fra Forsikringsrådet ble imidlertid denne praksisen lagt om ved årsskiftet 1929/1930. Resultatet var en kraftig og umiddelbar reduksjon i ansvarspremiene og en kraftig økning i motorvognpremiene. Dette kommer tydelig fram i statistikken. I 1929 var verken Storebrand, Sigyn eller Arendals forsikringselskap tilsynelatende involvert i motorvognforsikring. Året etter var Storebrand blitt landets ledende motorvognforsikrer, og også Arendal var kommet inn som en stor

⁵⁹ Christiania Almindelige Forsikrings-Aktieselskap Storebrand, *Aarsberetning og regnskap for 1922*.

⁶⁰ Christian Gierløff, *Storebrand gjennom 100 år: 1847-1947* (Dybwad, 1947): 241.

⁶¹ Alle tall Forsikringsrådet, *Beretning fra Forsikringsrådet: utvalgte år*.

⁶² XX Må sjekke dette nærmere. Hva skjedde??

aktør. I 1931 var Sigyn så for første gang inne i statistikken over norske selskap innen motorvognforsikring, med en andel av markedet på 10 prosent.

Det kraftige fallet i Storebrands premieinntekter innen ansvarsforsikring innebar altså ingen dramatisk krise i denne delen av selskapet, kun en regnskapsteknisk omplassering av premieinntektene. Fallet fikk da heller ikke noen dramatiske konsekvenser for avdelingens resultater. Fra starten hadde ansvarsavdelingen bidratt med små, men jevne overskudd. I følge Gierløff hadde ansvarsavdelingen, med ett unntak, faktisk produsert små overskudd i alle år fra etableringen og fram til utgangen av andre verdenskrig. Unntaksåret var 1927, "da Blåtrikken og Grøntrikken i Oslo kolliderte og Storebrands ansvarsavdeling enda var for svakt utviklet til ikke å føle denne kollisjonen som en rystelse."⁶³ Etter den kraftige omplasseringen av premieinntekter i årsskiftet 1929-30, begynte premiene i ansvarsavdelingen raskt å stige igjen, og de neste 30 årene så en gradvis vekst. Ved inngangen til 1960 årene hadde selskapet igjen arbeidet seg fram til en klar lederposisjon i bransjen, med kontroll over en fjerdedel av de totale premieinntektene. Avdelingens økonomiske betydning for Storebrand som selskap nådde imidlertid aldri nivåene fra 1920-årene. I 1960 kom 2,5 prosent av selskapets samlede premieinntekter fra det norske direktemarkedet fra ansvarsforsikring. I midten av 1920 årene hadde andelen vært over 8 prosent. Som andel av spesialbransjens inntekter isolert hadde ansvarsavdelingen alene stått for mer enn 50 prosent i toppårene på 1920-tallet. I 1960 var den redusert til 6 prosent. Den viktigste årsaken til denne utviklingen lå imidlertid ikke i ansvarsavdelingen selv, men i den tett beslektede bransjen motorvognforsikring.

Storebrand var et av de mange selskapene som tok opp motorvognforsikring under 1. verdenskrig. Samme år som selskapet etablerte sin ansvarsforsikringsvirksomhet begynte man å forsikre biler og andre motoriserte kjøretøy. I 1918 var selskapet en aktiv deltaker i auto-tarifforeningen, som ved årets slutt talte 15 selskaper.⁶⁴ Men som mange andre selskap valgte Storebrand å registrere denne aktiviteten som ansvarsforsikring, og ikke som motorvognforsikring. I følge den offisielle statistikken fra Forsikringsrådet hadde Storebrand derfor ingen inntekter fra motorvognforsikring på dette tidspunktet. Som Gierløff også påpekte fungerte "*automobilavdelingen* [...] først som et underbruk av ren ansvarsforsikring."⁶⁵ I starten av 1920-årene fikk avdelingen en mer selvstendig status og virksomheten ekspanderte gradvis ut over i 1920-årene. Erfaringene med denne type virksomhet var imidlertid begrenset. Auto-tarifforeningen kollapset allerede i 1919. En uløst konflikt om rabatter med Kongelig Norsk Automobilklubb (KNA), og den parallelle beslutningen til det nystartede bilforsikringsselskapet *Norske Atlas* om å stå utenfor foreningen, sparket bena under forsøkene på å etablere "enstartede betingelser og præmier" for norsk motorvognforsikring.⁶⁶ Få felles bestrebelser ble derfor gjort for å føre statistikk og utvikle robuste risikovurderinger. Samtidig var bilbransjen som sådan i sterk vekst. Antallet kjøretøy ble firedoblet fra 1920 til 1930.⁶⁷ Den parallelle økningen i antallet skader var trolig minst like store.⁶⁸ Det ble en utfordring å "holde premiesatsene i takt med

⁶³ Gierløff, *Storebrand gjennom 100 år: 1847-1947*: 241.

⁶⁴ XX Sjøkk, Lorange, *Auto-Tarifforeningen 1913-1938: et bidrag til automobilforsikringens historie i Norge*.

⁶⁵ Gierløff, *Storebrand gjennom 100 år: 1847-1947*: 240.

⁶⁶ Lorange, *Auto-Tarifforeningen 1913-1938: et bidrag til automobilforsikringens historie i Norge*: 61ff.

⁶⁷ Statistisk Sentralbyrå, *Statistiske oversikter 1948*

⁶⁸ XX sjekk. Har bare funnet statistikk over trafikkuulykker tilbake til 1939XX.

de stadig økende skadene”, og i Storebrand gikk driften ofte i underskudd.⁶⁹ Ettersom selskapet førte regnskapet for motorvognforsikring på ansvarsavdelingen er det også vanskelig å vurdere hvordan Storebrand utviklet seg sammenlignet med andre selskapet i samme bransje gjennom 1920-årene. Men som vi allerede har sett, da selskapet fra 1930 begynte å føre spesifikt regnskap for motorvognforsikring viste det seg at Storebrand hadde utviklet seg til å bli landets desidert største selskap innen denne bransjen. Målt i brutto premieinntekt var selskapet mer enn dobbelt så stort som det neste på listen, Norske Alliance. I det norske direktemarkedet var Storebrand mer enn halvannen gang så stort. En femtedel av de totale premieinntektene var på Storebrands hender. Veksten i motorvognforsikring hadde vært så sterk at den også var blitt den klart dominerende spesialbransjen innen Storebrand. I 1930 utgjorde den 60 prosent av spesialbransjenes samlede premieinntekter. Under og like etter krigen ble andelen redusert noe men i 1960 var den igjen økt til 65 prosent.

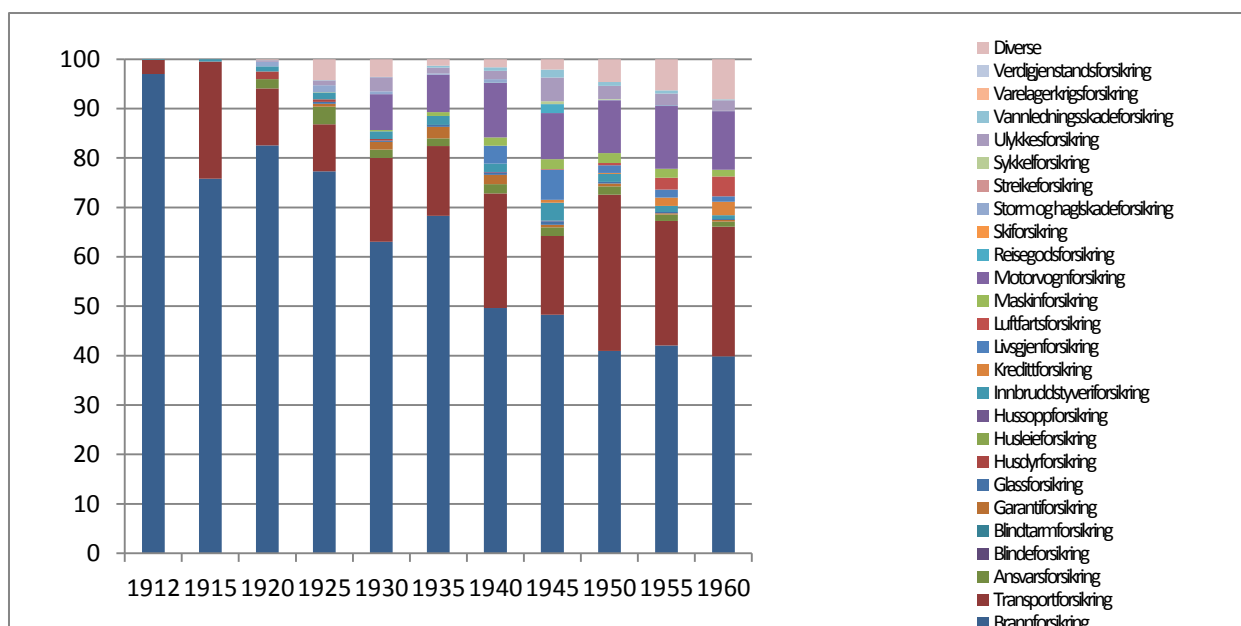
Hvorfor fikk motorvognforsikring denne dominerende posisjonen og hvordan ble salgsarbeidet organisert? Ettersom loven tilsa tvungen ansvarsforsikring for alle bileiere var veksten i premieinntekter tett sammenkopleet med veksten i biler. Så lenge antallet nyregistrerte biler økte, økte også premieinntektene.

XXMER OM BILFORSIKRING HER

Veksten i spesialbransjene gjorde Storebrand til et langt mer komplekst selskap enn det det hadde vært ved inngangen til første verdenskrig. Vi har til nå omtalt utviklingen i 3 spesialbransjer, men i perioden fra 1912 og fram til utgangen av 1950 tallet lanserte selskapet et utall flere. I 1960 var det i den offisielle statistikken registrert premieinntekter fra hele 13 ulike spesialforsikringer. I tillegg drev selskapet reiseforsikring gjennom et eget selskap og var også involvert i enkelte mindre bransjer som ikke ble registrert separat i statistikken. Gjennom perioden ble det også lansert spesialbransjer som ikke overlevde fram til 1960 og derfor faller ut av statistikken. Et typisk eksempel er husdyrforsikring, som Storebrand kun var involverte i gjennom 1920-årene. Figur 8 illustrerer den økende kompleksiteten i selskapet tydelig. Den viser utviklingen i fordelingen av selskapets samlede bruttopremie på ulike bransjer.

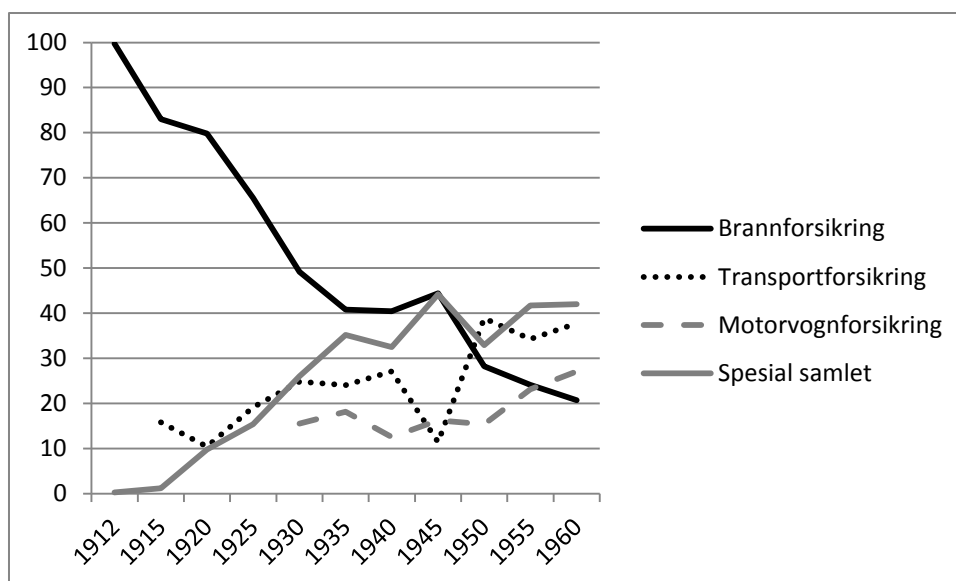
Figur 8.3: Bruttopremier i Storebrand fordelt på forsikringsbransjer, 1912-1960

⁶⁹ Gierløff, *Storebrand gjennom 100 år: 1847-1947*: 241.



I 1912 var Storebrand fortsatt å betrakte som et rent brannforsikringselskap. Riktignok hadde selskapet startet opp med noe indirekte transportforsikring i samarbeid med andre selskaper og også startet med å tilby nyverdiforsikring. Men fortsatt sto branninntektene for 97 prosent av de samlede premieinntektene. I tiårene som fulgte endret denne situasjonen seg dramatisk. Selskapet startet med å tilby stadig nye forsikringsformer, og avhengigheten av brannforsikring ble betydelig redusert. I 1960 var Storebrand blitt et diversifisert forsikringselskap med inntekter fra en hel serie spesialbransjer. I det norske markedet var brannforsikring ikke engang selskapets viktigste inntektskilde. Som figur 8.4 viser var det nå transportforsikring som dominerte med spesialbransjen motorvognforsikring som en god nummer to. Inntektene fra de andre spesialbransjene var begrenset hver for seg, men samlet sett utgjorde de nå den viktigste inntektskilden.

Figur 8.4. Ulike bransjers andel av Storebrands direkte norske forretning, 1912-1960



Et åpenbart viktig spørsmål er hva som drev denne utviklingen rent allment. Var det nye behov blant kundene skapt av økende velstand, kulturelle og sosiale endringer eller andre forhold som var den drivende kraften, og var selskapene bare et redskap for å tilfredsstille disse behovene? Eller var det næringen selv som gjennom innovasjon, produktutvikling og effektiv markedsføring på eget initiativ drev frem stadig nye forsikringsarter, og slik skapte seg sitt eget marked. fremover. Spørsmålet leder oppmerksomheten mot en klassisk debatt i norsk økonomisk historie. Var det etterspørselsiden – suget fra markedet – som skapte den økonomiske oppgangen i Norge gjennom andre halvdel av 1800-tallet, eller var det de innovative bedriftene – tilbudssiden – som var den viktigste bidragsyteren? Eller, hva bragte Norge ut av krisen på 1930-tallet? Var det den tiltagende etterspørselen i de norske eksportmarkedene eller var det de mange nye, innovative norske småbedriftene som vokste frem og som produserte for hjemmemarkedet? Svaret når det gjelder spesialbransjenes fremvekst i norsk forsikring generelt, og i Storebrand spesielt, er nok, som historieprofessor Eina Lie har konkludert, “nei takk, begge deler.”⁷⁰ Det var hverken bare en økt etterspørsel eller drivende dyktige og innovative selskaper som skapte veksten i spesialbransjene. Det var – selvsagt – en kombinasjon. Dette synes da også å være holdningen til direktøren i Storebrands spesialavdeling Olaf Smedal da han i det interne agentbladet *Kontakt* våren 1934 gav kort fremstilling av den avdelingen han ledet. For de første var Smedvig rask med å slå fast at grunnlaget for veksten i Storebrands spesialavdeling lå i en økt etterspørsel i markedet: “forsikringsbehovet [er] voksende og nye forsikringsbrancher og former *trenger seg stadig frem*.”⁷¹ Samtidig var det opplagt ikke slik at veksten kom av seg selv. Selv om behovet var der krevde det kompetanse og betydelig innsats fra selskapet og dets agenter for å realisere dette behovet: “Bare i de færreste tilfeller henvender en forsikrings søker sig til en agent for å dekke en forsikring. Den tegnede polise er som regel et resultat av et iherdig forberedende arbeid, ja ofte en kamp hvor den agent som har kunnet gi forsikringstageren de beste og mest omfattende opplysninger går av med

⁷⁰ Einar Lie, "Hjemmemarkedsledet eller eksportledet vekst på 1930-tallet? Nei takk, begge deler.," *Historisk Tidsskrift* 84, no. 3 (2005).

⁷¹ *Kontakt* 1934, 1: 5 (min utheving)

seieren.”⁷² Som en annonse i det samme bladet formulerte det: “folk kjøper ikke forsikring, – de må bringes til å kjøpe. Driv akkvisisjonen systematisk.”⁷³

XXBYGG UT

OVERGANGX

Avslutning

Den omfattende diversifiseringsprosessen som preget Storebrands utvikling gjennom mellomrigsårene utgjorde bare én av en serie betydningsfulle strategiske endringer i selskapet i perioden. Som administrerende direktør Christian Hansson påpekte i sin introduserende leder, referert i starten av kapitlet, var selskapets utvikling fra 1914 ikke bare karakterisert med en sterk vekst i antallet forsikringsbransjer, men også med en kraftig ekspansjon av virksomheten utenfor Norges grenser. Som han skrev: “dessuten har vi en meget betydelig reassuransforretning med utenlandske selskaper som bringer oss ca $\frac{3}{4}$ parter av vår premieinntekt.”⁷⁴ Mens selskapet i 1914 så godt som utelukkende opererte i det norske markedet kom hovedandelen av premieinntektene 20 år senere altså fra utlandet. En betydelig andel av denne virksomheten foregikk i det anglo-amerikanske markedet. I 1940-årene ble selskapets virksomhet i Storbritannia og USA reorganisert i heleide datterselskaper. Men særlig reassuransvirksomheten spredte seg også til nye markeder. I 1960 var Storebrand derfor i realiteten å betrakte som et globalt selskap. Hvordan denne internasjonaliseringen fant sted, og hvordan den kan forklares, vil være tema for neste kapittel.

⁷² *Kontakt* 1934, 1: 5

⁷³ *Kontakt* 1938, 1

⁷⁴ C. Hansson, 1914-1933, *Kontakt* 1934, 1: 1

Referanser

- Centralbyrå, Det Statistiske. *Den private forsikringsvirksomheten i Norge, 1913-1925*. Norges Offisielle Statistikk. Vol. VIII. 52, 1928.
- Dahl, Hans Fredrik "Alf L. Whist." In *Norsk Biografisk Leksikon*, 2005.
- Ecklund, Gunhild J., og Sverre Knutsen. *Vern mot kriser?: norsk finanstilsyn gjennom 100 år*. Bergen: Fagbokforl., 2000.
- Espeli, Harald. "Husdyrforsikringsforeningene - et lite omtalt lokahistorisk fenomen." *Heimen* 50 (2013): 25-44.
- . *Private konkurransereguleringer innenfor forsikringsnæringen i Norge 1900-1985 og myndighetenes holdning til disse*. Vol. nr 70, Oslo: NORAS, 1995.
- Feinstein, C. H., Peter Temin, og Gianni Toniolo. *The European economy between the wars*. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- Forsikringsrådet. *Beretning fra Forsikringsrådet*. Norges Offisielle Statistikk. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- . *Forsikringsrådet 1912-1962*. Oslo: Forsikringsrådet, 1961.
- . *Forsikringsselskaper 1912*. Norges Offisielle Statistikk. Vol. VI. 41, Kristiania: Statistisk Sentralebyrå, 1914.
- . *Forsikringsselskaper 1913*. Norges Offisielle Statistikk. Vol. VI. 48, Kristiania: Statistisk Sentralbyrå, 1915.
- . *Forsikringsselskaper 1915*. Norges Offisielle Statistikk. Vol. VI. 106, Kristiania: Statistisk Sentralbyrå, 1917.
- . *Forsikringsselskaper 1917*. Norges Offisielle Statistikk. Vol. VI. 156, Kristiania: Statistisk Sentralbyrå, 1919.
- . *Forsikringsselskaper 1920*. Norges Offisielle Statistikk. Vol. VII. 54, Kristiania: Statistisk Sentralbyrå, 1922.
- . *Forsikringsselskaper 1929*. Norges Offisielle Statistikk. Vol. VIII. 139, Oslo: Statistisk Sentralbyrå, 1930.
- . *Forsikringsselskaper 1960*. Norges Offisielle Statistikk. Vol. XII 75, Oslo: Statistisk sentralbyrå, 1962.
- Forsikringsselskapet Sigyn 50 år: 1885 - 1935*. [Oslo: Selskapet, 1935.
- Gierløff, Christian. *Storebrand gjennom 100 år: 1847-1947*. Dybwad, 1947.
- Grytten, Ola Honningdal. "A Consumer Price Index for Norway 1516–2003." In *Historical monetary statistics for Norway, 1819-2003*, edited by Øyvind Eitrheim, Jan T. Klovland and Jan F. Qvigstad. Norges Banks Skriftserie/Occasional Papers. Oslo: Norges Bank, 2004.
- Kjeldstadli, Knut. *Et splittet samfunn: 1905-1935*. 2005.
- Knutsen, Sverre. "Staten og kapitalen i det 20. århundre: regulering, kriser og endring i det norske finanssystemet 1900-2005." Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo, 2007.
- Lie, Einar. "Hjemmemarkedet eller eksportledet vekst på 1930-tallet? Nei takk, begge deler. ." *Historisk Tidsskrift* 84, no. 3 (2005): 487-94.
- Lorange, K. *Auto-Tarifforeningen 1913-1938: et bidrag til automobilforsikringens historie i Norge*. Oslo: Foreningen, 1938.
- Sommerschild, Christian. *Revisionsberetning i A/S Norske Lloyds konkursbo*. Kristiania: [C. Sommerschild], 1923.
- Temin, Peter, og Gianni Toniolo. *The World Economy between the Wars*. Oxford University Press, USA, 2008.
- Ødegaard, J., ed. *Norsk Forsikrings Aarbok*. Kristiania: Den norske Forsikringsforening.
- , ed. *Norsk Forsikrings Aarbok 1917-18*. Kristiania: Den norske Forsikringsforening, 1919.