

Kfz-Versicherungsmarkt: Rund 1,7 Mio. Verträge wurden im Jahresendgeschäft gewechselt

Versicherung KFZ

© Pixabay

1,5 Mio. Kfz-Versicherungsnehmer mit Hauptfälligkeit zum 1. Januar haben zum Jahresende 2025 im Durchschnitt 1,1 Verträge gekündigt und bei einem neuen Kfz-Versicherungsanbieter abgeschlossen. Die Ersparnis durch einen Anbieterwechsel ist um 14 Euro auf durchschnittlich 139 Euro gestiegen. Der durchschnittliche Kfz-Versicherungsbeitrag ist von 720 Euro im Vorjahr um 6,8 Prozent auf 769 Euro jährlich gestiegen. Damit sind rund 1,3 Mrd. Euro Versicherungsprämie zu einem neuen Kfz-Versicherungsanbieter gewandert.

Unter den Wechslern sind überdurchschnittlich häufig Kfz-Versicherungsnehmer im mittleren Alter zwischen 31 und 40 Jahren, Familien mit Kindern im Haushalt sowie selbstbewusst auftretende Optimierer und online-affine Eigenständige. Die zwei anderen Marktsegmente aus der Typologie zum Entscheidungsverhalten – Partner und Vorsichtige – sind wesentlich treuer und damit langfristig attraktivere Kunden für Versicherungsgesellschaften.

Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2025“, die unter 2048 Kfz-Versicherungsnehmern ab 18 Jahren vom 1. bis zum 11. Dezember 2025 durchgeführt wurde.

Reine Direktanbieter gewinnen rund ein Drittel

Das meiste Neugeschäft unter den Wechslern haben (in alphabetischer Reihenfolge) ADAC Versicherungen, Allianz, AXA, HUK24 und HUK-COBURG erzielen können. Gemeinsam gewinnen diese fünf Anbieter fast die Hälfte aller Neuabschlüsse (48%). Weitere Anbieter mit überdurchschnittlich viel Neugeschäft sind (in alphabetischer Reihenfolge für Rang 6 bis 10): Allianz Direkt, Barmenia Direkt, DA Direkt, DEVK und VHV. Sie erhalten insgesamt immerhin noch ein Fünftel des Neugeschäfts (20%). Gesellschaften mit hauptsächlichem Direkt- bzw. Onlinevertrieb gewinnen rund ein Drittel (30%) des Neugeschäfts. Neben den bereits erwähnten Direktanbietern werden in dem Top20-Ranking auch (in alphabetische Reihenfolge) CosmosDirekt, Europa, Neodigital, SparkassenVersicherung und Verti sichtbar. Abschlüsse bei Agenturen, direkt online oder telefonisch bei einer Gesellschaft oder über ein Vergleichsportal – meist Check24 oder Verivox – werden jeweils mit etwas mehr als einem Viertel ungefähr gleich häufig gewählt. „Erstaunlich ist eine gestiegene Nutzungsquote von KI-Suchmaschinen wie ChatGPT bei jungen Leuten. Nutzer sind häufig positiv beeindruckt von der Beratungsleistung der Künstlichen Intelligenz und finden darüber neue Tarife und Anbieter“, ergänzt Dr. Oliver Gaedeke, Gründer und Geschäftsführer.

Erwarteter Beitragsanstieg reduziert Wechselaktivität

Der Jahresbeitragsbrief mit einem wahrgenommenen Beitragsanstieg beim bisherigen Versicherer ist neben der Ansprache durch Vermittler und dem Geldsparmotiv ein häufiger und besonders wirksamer Treiber für einen Anbieterwechsel. Nur noch 43 Prozent der Kfz-Versicherungsnehmer erreicht ihr Jahresbeitragsbrief per Post (2020: 85%). Jeweils rund ein Drittel erhält ihn per Download aus dem Kundenportal oder als E-Mail per Anhang (2020: jeweils rund ein Zehntel). Die zunehmende digitale Kommunikation mit Kunden schützt jedoch nicht vor einer Wechselaktivität. Kunden im digitalen Kontakt mit ihren Versicherern sind sogar wechselaktiver.

Zwei Fünftel der Kfz-Versicherungsnehmer (42%) haben ihren Jahresbeitragsbrief genau oder sogar intensiv gelesen. Über die Hälfte (61%) haben dabei eine Beitragssteigerung festgestellt, im Jahr 2024 waren dies etwas weniger (58%). „Viele Kunden hatten bereits durch Vorinformationen ihrer Vermittler oder Versicherer mit einem Beitragsanstieg gerechnet, was die Wechselquote halbiert. Durch die Briefgestaltung kann die Wechselaktivität zusätzlich reduziert werden“, kommentiert Dr. Oliver Gaedeke, Gründer und Geschäftsführer der Sirius Campus GmbH.

Am 11. Februar 2026 lädt Sirius Campus zu der Online-Konferenz „Behavioral Pricing: Briefgestaltung bei Preis- und Beitragsanstieg“ ein. Darin wird ein Blick auf das Wechselverhalten und die experimentelle Wirkung unterschiedlicher Briefgestaltungen geworfen. Weitere Informationen und eine Anmeldemöglichkeit sind hier hinterlegt oder direkt bei Dr. Oliver Gaedeke (Kontakt: oliver.gaedeke@siriuscampus.de oder tel. 0152 38 24 66 40) zu erfragen.