Die beliebtesten Kfz-Versicherer



Porsche-Modell: Der Versicherungsschutz des eigenen Autos ist elementar. Das Renommee der Policen-Anbieter wird immer wichtiger

Günstige Tarife allein reichen nicht mehr aus. Das Ansehen einer Marke spielt bei der Wahl der **Kfz-Versicherung** eine immer größere Rolle. €uro zeigt die beliebtesten Anbieter

Die Kfz-Versicherung entwickelt sich für viele Autofahrer zunehmend zum spürbaren Kostenfaktor. Laut Vergleichsportals Verivox lagen die Beiträge Anfang 2026 im Durchschnitt 16 Prozent über dem Vorjahresniveau. Innerhalb von nur drei Jahren summiert sich der Anstieg sogar auf rund 50 Prozent. Besonders stark verteuerte sich die Vollkaskoversicherung, aber auch Haftpflicht- und Teilkaskotarife wurden erneut deutlich teurer.

Dabei scheint der Höhepunkt der Preiswelle zwar überschritten, von einer Rückkehr zu früheren Beiträgen kann jedoch keine Rede sein. Bemerkenswert ist diese Entwicklung vor allem deshalb, weil die Versicherer zuletzt deutlich geringere Belastungen durch Naturereignisse verkraften mussten. Nach Angaben des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft zahlten sie 2025 rund 650 Millionen Euro für Schäden an Kraftfahrzeugen durch Sturm, Hagel, Blitz und Überschwemmung. Ein Jahr zuvor lag dieser Wert noch bei etwa 1,2 Milliarden Euro. Bundesweit wurden rund 190.000 Unwetterschäden gemeldet. Der Versicherer-Dachverband mahnt aber zur Vorsicht. Ein einziges schweres Unwetter könne die Schadenbilanz jederzeit verändern.

Preistreiber Ersatzteil. Die eigentlichen Kostentreiber liegen ohnehin an anderer Stelle. Werkstattrechnungen steigen seit Jahren, Ersatzteile werden immer teurer, und Reparaturen verlangen wegen moderner Fahrzeugtechnik deutlich mehr Arbeitsaufwand. Nach Angaben des Gesamtverbands der Versicherer GDV stiegen die Preise für Ersatzteile seit 2015 um mehr als 80 Prozent und damit wesentlich stärker als die allgemeine Verbraucherpreisentwicklung.

BILD: PORSCHE AG

Verivox verweist zusätzlich darauf, dass diese Belastungen die Kfz-Versicherer über mehrere Jahre tief in die Verlustzone gedrückt haben. Die jüngsten Beitragserhöhungen dienten deshalb vor allem dazu, die wirtschaftliche Basis der Sparte wieder zu stabilisieren.

Wer einen Tarif auswählt, sollte zunächst den grundlegenden Versicherungsschutz kennen. Die Kfz-Haftpflicht bildet die gesetzlich vorgeschriebene Basis. Ohne sie erhält kein Fahrzeug eine Zulassung. Sie übernimmt Schäden, die beim Gebrauch des Fahrzeugs anderen Personen oder deren Eigentum entstehen. Dazu zählen Sachschäden ebenso wie Personenschäden und bestimmte Vermögensschäden. Schäden am eigenen Fahrzeug deckt sie dagegen nicht ab.

Dafür gibt es die Kaskoversicherung, die sich in Teilkasko und Vollkasko aufteilt. Die Teilkasko springt unter anderem bei Diebstahl, Glasbruch, Wildunfällen, Brand, Explosion, Tierbissen sowie Schäden durch Sturm, Hagel, Blitz oder Überschwemmung ein. Die Prämie hängt unter anderem von Fahrzeug, Wohnort und der vereinbarten Selbstbeteiligung ab. Die Vollkasko umfasst sämtliche Leistungen der Teilkasko und erweitert den Schutz zusätzlich auf selbst verschuldete Unfälle, Vandalismus sowie Schäden nach Fahrerflucht. Ihre Beiträge orientieren sich außerdem an der Schadenfreiheitsklasse. Gerade bei hochwertigen, neuen oder finanzierten Fahrzeugen spielt dieser zusätzliche Schutz häufig eine wichtige Rolle.

Kosten senken. Ob die Prämien im weiteren Jahresverlauf wieder etwas nachgeben, hängt wesentlich von den Reparaturkosten ab. Genau dort setzt eine neue Initiative der Allianz an. Der Versicherer fordert gemeinsam mit der Politik und den Herstellern mehr Möglichkeiten, beschädigte Fahrzeugteile zu reparieren, statt sie auszutauschen. Außerdem sollen gebrauchte Ersatzteile stärker genutzt werden können. Als Beispiel nennt die Allianz Scheinwerfer, deren Durchschnittspreis innerhalb weniger Jahre von 708 auf 1.251 Euro gestiegen ist. Gleichzeitig verhindern bestehende Vorschriften vielfach Reparaturen selbst dann, wenn sie technisch möglich wären. Nach Einschätzung der Branche könnten einfachere Reparaturen und der stärkere Einsatz gebrauchter Teile die Kosten spürbar senken. Ob sich daraus Entlastungen bei den Prämien ergeben, bleibt jedoch offen.

16

Prozent über dem Vorjahresniveau lagen die Prämien in der Kfz-Versicherung Anfang dieses Jahres.

Quelle: Verivox

Langfristiger Ausblick. Noch weiter reicht der Blick des GDV bis ins Jahr 2040. Eine Studie erwartet, dass Fahrerassistenzsysteme die Zahl der Unfälle Schritt für Schritt verringern werden. Besonders Park- und Rangierassistenten, Notbrems- und Spurwechselassistenten entfalten dabei eine spürbare Wirkung. Gleichzeitig zeigt die Analyse, dass moderne Technik keineswegs automatisch zu niedrigeren Reparaturkosten führt. Sensoren, Kameras und ihre Kalibrierung verteuern viele Instandsetzungen zusätzlich. Hinzu kommt die fortschreitende Elektromobilität. Reparaturen an Elektrofahrzeugen liegen derzeit über dem Niveau vergleichbarer Verbrenner. Zwar dürfte sich dieser Abstand mit wachsender Erfahrung der Werkstätten verkleinern, vollständig verschwindet er laut Studie jedoch nicht.

Den größten Einfluss sieht der GDV dennoch bei einem anderen Faktor. Selbst wenn Assistenzsysteme mehr Unfälle verhindern, und neue Technik langfristig für mehr Sicherheit sorgt, überlagert die Inflation sämtliche Fortschritte deutlich. Steigende Ersatzteilpreise sowie höhere Kosten für Wartung und Reparaturen bleiben damit auch in den kommenden Jahren der entscheidende Treiber des Schadenaufwands.

Wichtige Reputation. Bei der Wahl des passenden Tarifs achten Verbraucher zwar weiterhin in erster Linie auf Preis und Leistungsumfang. Gleichzeitig gewinnt jedoch das Ansehen einer Marke immer stärker an Gewicht. Etablierte Marktführer profitieren insbesondere bei langjährigen und eher traditionellen Kunden von ihrem hohen Bekanntheitsgrad. Jüngere, digital ausgerichtete Anbieter setzen dagegen auf unkomplizierte Online-Abschlüsse und richten sich vor allem an preisbewusste sowie internetaffine Versicherte.

Gleichzeitig ist die Bereitschaft hoch, den Anbieter zu wechseln. Laut einer ADAC-Umfrage vom September 2024 konnte sich jeder Zweite vorstellen, seine Autoversicherung zu wechseln – und seither sind die Prämien noch einmal deutlich gestiegen. In diesem Wettbewerbsumfeld wird die Attraktivität einer Marke zu einem immer wichtigeren Erfolgsfaktor. €uro ist deshalb der Frage nachgegangen, welche Kfz-Versicherer bei den Verbrauchern derzeit die höchste Beliebtheit genießen, und hat dazu beim Analysehaus SWI eine aufwendige Untersuchung in Auftrag gegeben (siehe Kasten Seite 124). Ergebnis: Bei den klassischen Serviceversicherern weist die DEVK die höchsten Zufriedenheitswerte unter den Kfz-Versicherern auf, bei den digitalen Direktversicherern siegt die GVV Direkt. →

So aufwendig haben wir getestet

Die Untersuchung der beliebtesten Kfz-Versicherer beruht auch in diesem Jahr auf einer Social-Listening-Analyse, der systematischen Auswertung öffentlicher Online-Äußerungen durch das Sozialwissenschaftliche Institut Schad (SWI). Sie erfasst die Online-Reputation ausgewählter Anbieter anhand der Zahl von Erwähnungen und ihrer Tonalität.

In die Untersuchung gelangten nur Kfz-Versicherer, die im Wettbewerb stehen, aus Kundensicht vergleichbare Leistungen anbieten und mindestens 50 relevante Online-Beiträge erreichten. Ausgewertet wurden rund 22.000 Beiträge vom 1. Juni 2024 bis zum 30. Mai 2026. Der Zeitraum soll eine breite Datenbasis schaffen.

Berücksichtigt wurden ausschließlich deutschsprachige und frei zugängliche Inhalte mit erkennbarem Marktbezug. Damit bleiben Beiträge hinter Bezahlschranken oder in geschützten Bereichen außen vor.

Die Datenerhebung erfolgte mit dem Social-Listening-Tool Brandwatch. Die Plattform durchsucht laut Institut mehr als 100 Millionen Quellen und erfasst über Suchabfragen öffentliche Onlinekonversationen. Einbezogen hat das SWI soziale Netzwerke, Blogs, Bewertungsportale, Foren und offene Kommentarbereiche.

Für jeden Versicherer wurde eine eigene Suchabfrage angelegt. Sie folgte für alle Anbieter derselben Logik und enthielt den offiziellen Namen, gebräuchliche Schreibweisen und Abkürzungen sowie Produkt- oder Leistungsbezeichnungen. Ergänzend kamen Ausschlussbegriffe zum Einsatz. Sie sollte passende Erwähnungen erfassen und irrelevante Treffer verringern.

Gewertet wurden nur Beiträge mit eindeutiger Anbieternennung und Bezug zu Wahrnehmung, Bewertung oder Erfahrungen. Nicht berücksichtigt wurden Beiträge ohne inhaltlichen Bezug sowie rein informierende Inhalte, etwa Nachrichten oder Gewinnspiele. Auch Inhalte auf firmeneigenen Social-Media-Kanälen wurden grundsätzlich ausgeschlossen.

Nach der Erhebung prüfte und bereinigte das Institut die Daten. Doppelte Beiträge und Spam wurden entfernt. Stichproben wurden manuell auf Fehlzuordnungen und unpassende Treffer kontrolliert. Potenzielle Fake-Bewertungen sollten automatisierte Regeln und KI-gestützte Textanalysen erkennen. Als Indikatoren nennt das Institut auffällige Aktivitätsmuster, Textähnlichkeiten und sprachliche Anomalien. Ausgeschlossen wurden solche Beiträge, wenn mehrere Verdachtsindikatoren vorlagen. Beiträge, in denen mehrere Versicherer genannt waren, betrachtete das Institut gesondert. Je nach inhaltlichem Bezug wurden sie einem, mehreren oder allen erwähnten Anbietern zugeordnet.

Die Tonalität wurde mit einer KI-gestützten Sentiment-Analyse ermittelt, mit der Einordnung von Aussagen als positiv, neutral oder negativ. Berücksichtigt wurden Textelemente und auch Emojis. Die automatisierten Zuordnungen unterzog das Institut einer manuellen Nachkontrolle, insbesondere um mögliche Fehlbewertungen bei Ironie oder Sarkasmus zu vermeiden.

Das Gesamtergebnis setzt sich zu 90 Prozent aus der Tonalität und zu zehn Prozent aus der Reichweite zusammen. Reichweite ist in dieser Untersuchung die Zahl relevanter Beiträge eines Anbieters im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern. Für die Tonalität wird das Verhältnis positiver und negativer Beiträge herangezogen. Beide Kennzahlen wurden einheitlich berechnet und im Benchmarking, dem direkten Vergleich, gegenübergestellt.

Der Anbieter mit dem höchsten Wert erhielt 100 Punkte. Die übrigen Anbieter wurden auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten eingeordnet. 100 Punkte erhielten jeweils die beliebtesten Kfz-Versicherer in den Sparten Service- und Direktanbieter. Ab 85 Punkten vergab das Institut die Bewertung „Top“, ab 75 Punkten „Sehr gut“ und ab 65 Punkten „Gut“.

BEWERTUNGSSCHEMA

Beliebtester	100 Punkte
Top	ab 85 Punkten
Sehr gut	ab 75 Punkten
Gut	ab 65 Punkten



Serviceversicherer Stark im traditionellen Kfz-Geschäft

Unternehmen	Punkte	Bewertung
DEVK	100,0	**Beliebtester**
WGV	93,5	**Top**
R+V	93,0	**Top**
BGV Badische Versicherungen	90,3	**Top**
ADAC Autoversicherung	90,2	**Top**
AXA	87,4	**Top**
KRAVAG	86,1	**Top**
Württembergische	85,5	**Top**
VGH	83,8	**Sehr gut**
Debeka	83,8	**Sehr gut**
Signal Iduna	83,0	**Sehr gut**
Die Bayerische	79,5	**Sehr gut**
HDI	78,0	**Sehr gut**
HUK-Coburg	75,3	**Sehr gut**
BarmeniaGothaer	73,8	**Gut**
HanseMerkur	72,1	**Gut**
Provinzial Versicherung	69,5	**Gut**
Ergo	69,4	**Gut**
Allianz	68,3	**Gut**

Direktversicherer Digitale Anbieter im Internet

Unternehmen	Punkte	Bewertung
GVV Direkt	100,0	**Beliebtester**
HUK24	97,2	**Top**
Allianz Direct	91,3	**Top**
Europa	90,9	**Top**
CosmosDirekt	89,7	**Top**
Inshared	88,7	**Top**
Sparkassen DirektVersicherung	82,0	**Sehr gut**
Neodigital Versicherung	79,1	**Sehr gut**
DA Direkt	78,6	**Sehr gut**
Verti	78,2	**Sehr gut**
BavariaDirekt	71,0	**Gut**
Europa-go	68,0	**Gut**

Quelle: SWI Sozialwissenschaftliches Institut Schad