

Die Zukunft des Versicherungsmarkts in DACH: Vertrauen, Transparenz und KI erfolgreich steuern

Die Assekuranz in der DACH-Region steht vor einer tiefgreifenden technologischen und kulturellen Transformation. Dieser Report zeigt die fünf zentralen Markttrends für 2026 – basierend auf der KI-Analyse eines proprietären Datensatzes mit über 85.000 authentischen Verbraucherstimmen auf Trustpilot.

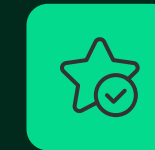


Mit 350 Millionen aktiven Bewertungen und über 60 Millionen monatlich aktiven Nutzern ist Trustpilot die weltweit größte offene Plattform für Kundenfeedback.



Methodik des Reports

- Die Analyse basiert auf über 85.000 Verbraucherbewertungen, die im Jahr 2025 auf Trustpilot für Versicherungsunternehmen in der DACH-Region verfasst wurden.
- Der Erhebungszeitraum der Metadaten umfasst Februar 2026.
- Das eingesetzte Sentiment-Modell analysiert Kundenfeedback bis ins Detail. Statt lediglich einen pauschalen Gesamtscore zu vergeben, erfasst es emotionale Nuancen und Kontexte einzelner Aussagen differenziert.
- Ein spezialisiertes, mehrsprachiges KI-Modell kategorisiert Feedback nach Themen und ermöglicht so eine detaillierte Analyse der Bewertungsinhalte.



Key Takeaways



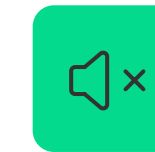
Kfz-Versicherung als Vertrauensanker für das Portfolio:

+1,23 Sterne (auf 3,1) zeigen die stärkste Bewertungsverbesserung im DACH-Raum; sie schafft als Einstiegsprodukt Vertrauen und Cross-Selling-Potenzial.



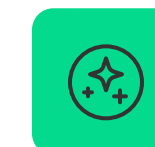
Hausterversicherungen auf dem Vormarsch:

Ein Wachstum des Feedback-Volumens von 319 % macht sie zur Versicherungskategorie mit den meisten Bewertungen im DACH-Raum – bei nur rund 2 % Marktdurchdringung in Deutschland.



Saisonale Hochphasen als Stresstest:

Der Stichtag am 30. November (Kfz-Wechsel in Deutschland, Krankenkassen-Welle in der Schweiz) sorgt für sprunghaft steigendes Feedback-Volumen, das operative Schwachstellen radikal offenlegt.



KI-Skepsis & EU AI Act:

Mit einem Sentiment von –0,31 ist der DACH-Raum besonders skeptisch gegenüber KI; ab August 2026 erhöhen fehlende menschliche Kontroll- und Eskalationspfade das Compliance-Risiko deutlich.



Schweigen kostet Vertrauen und Umsatz:

Ausbleibende Antworten führen zu negativen Bewertungen, mehrfachem Kundenkontakt und steigenden Verwaltungskosten – mit direktem Effekt auf die Combined Ratio.



Inhalt

**Einleitung:
Ein Markt im
strukturellen Wandel**

5

Kfz-Versicherung als
Vertrauensanker fürs Portfolio

7

Hausterversicherungen auf
dem Vormarsch

8

Saisonale Hochphasen
als Stresstest

10

KI-Skepsis & EU AI Act

11

Schweigen kostet
Vertrauen und Umsatz

12

**Strategische
Handlungsempfehlungen
für DACH-Versicherer**

13

Fazit

14

Einleitung: Ein Markt im strukturellen Wandel

Der DACH-Versicherungsmarkt befindet sich an einem Wendepunkt: Digitalisierungsdruck, regulatorische Anforderungen und veränderte Verbrauchererwartungen treffen aufeinander – mit direkten Auswirkungen auf Reputation, Kundenbindung und operative Effizienz.

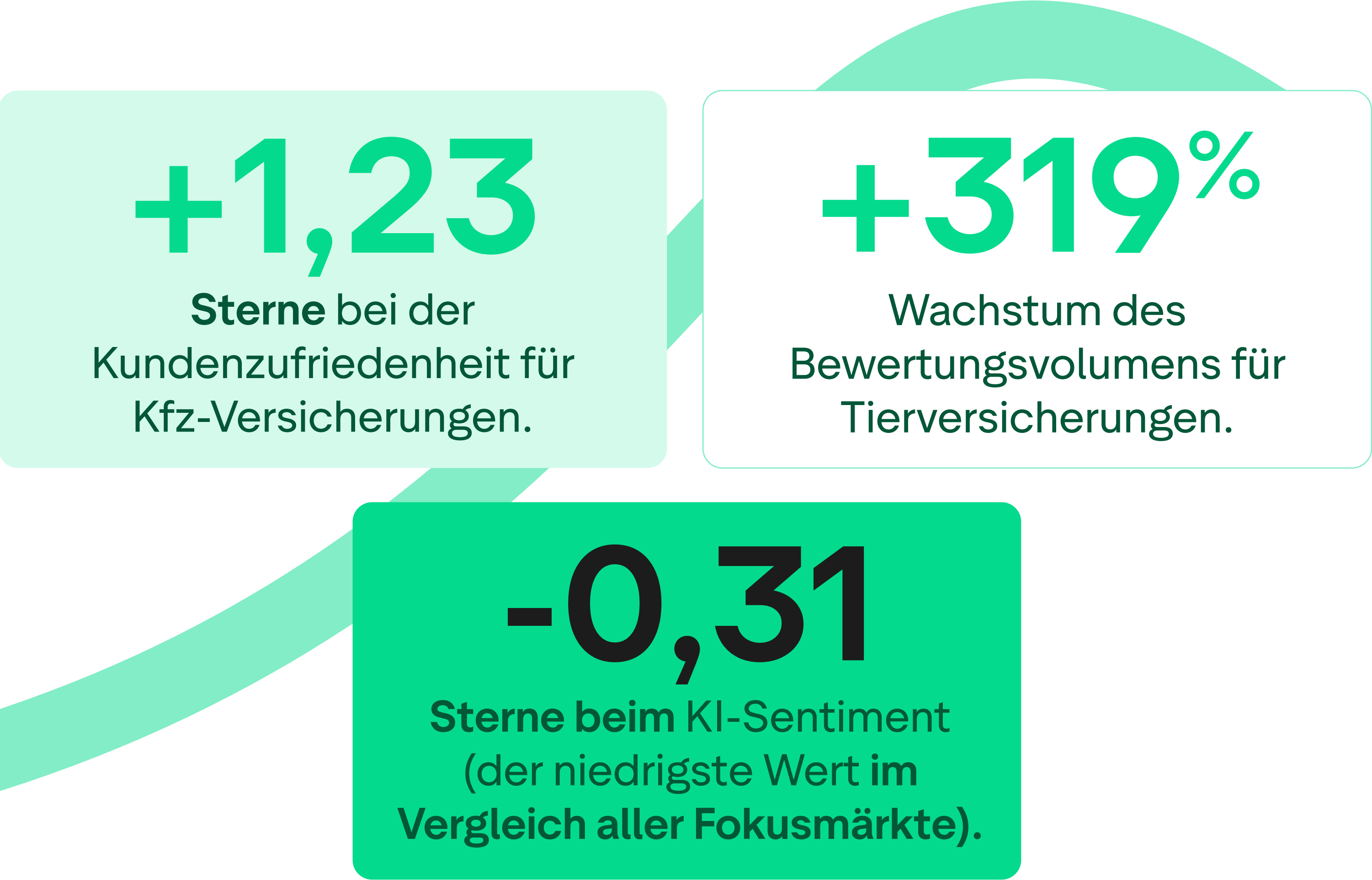
Die digitale Transformation schreitet voran: Laut GDV stiegen die IT-Ausgaben von 5,9 Mrd. Euro im Jahr 2022 auf 6,2 Mrd. Euro im Jahr 2023 - und sie bewegen sich weiterhin auf einem hohen Niveau. Die IT-Kostenquote lag im Jahr 2022 bei 2,8 % der Bruttobeitragseinnahmen und erreichte damit einen neuen Höchststand. Diese Kennzahl misst den Anteil der IT-Kosten am Prämienvolumen und macht die steigende Kostenlast der Digitalisierung sichtbar. Zudem wurden 2024 bereits 22 % aller Versicherungsverträge digital abgeschlossen.

Dieser Digitalisierungsschub prägte auch den InsurTech-Markt der Jahre 2024 und 2025. Das Investitionsvolumen im DACH-Raum verschob sich spürbar weg von risikoreichem B2C-Wachstum hin zu profitablen B2B-SaaS-Lösungen. Der Fokus liegt heute massiv auf künstlicher Intelligenz, um Prozesse radikal zu automatisieren, Kosten zu dämpfen und die Dunkerverarbeitung zu maximieren.



Vertrauen hält mit dieser Entwicklung jedoch nicht automatisch Schritt. Je stärker Versicherungsunternehmen auf KI-gestützte Prozesse setzen, desto kritischer wird die Fähigkeit, menschliche Nähe skalierbar zu erhalten. Für Entscheider in Deutschland, Österreich und der Schweiz gilt: Wettbewerbsvorteile entstehen nicht mehr allein durch günstige Prämien, sondern durch nachweisliche Verlässlichkeit in entscheidenden Momenten – dem Schadenfall, dem Vertragswechsel, dem Erstkontakt.

Die Trustpilot-Daten ermöglichen dabei einen seltenen Einblick: Sie machen die Kundenwahrnehmung auf Satzebene operationalisierbar – als Frühindikator für steigende Combined Ratios, als Benchmark für Kommunikationsqualität und als strategisches Signal für Produktentwicklung.



+1,23

Sterne bei der Kundenzufriedenheit für Kfz-Versicherungen.

+319%

Wachstum des Bewertungsvolumens für Tierversicherungen.

-0,31

Sterne beim KI-Sentiment (der niedrigste Wert im Vergleich aller Fokusbereiche).

Kfz- Versicherung als Vertrauensanker für das Portfolio

Die Erholung der Kfz-Sparte um 1,23 Sterne beweist, dass optimierter Service auch in kritischen Märkten wirkt – und macht die Autoversicherung zum perfekten Vertrauensanker für Cross-Selling.

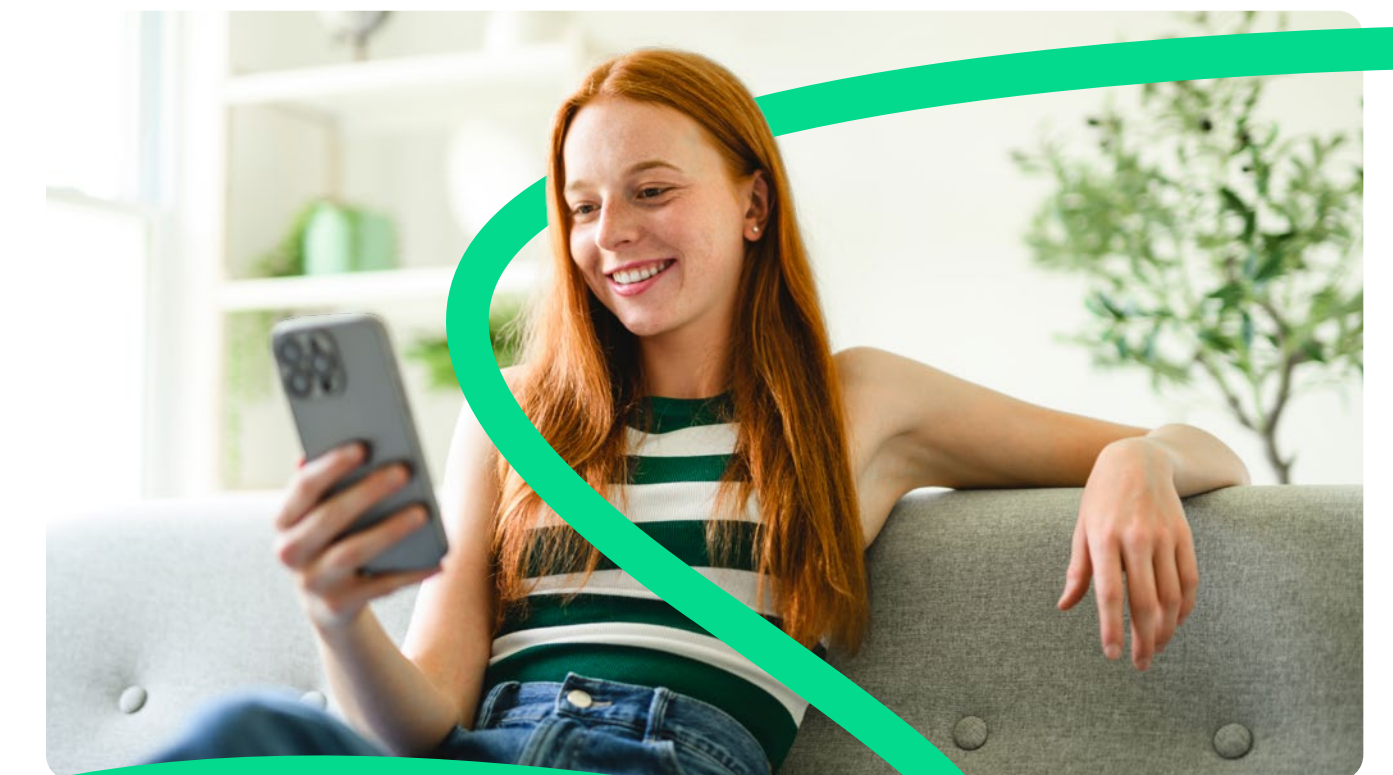
Der DACH-Markt hat historisch die niedrigsten Durchschnittsbewertungen unter allen analysierten Regionen verzeichnet. Das ist nicht allein auf Servicedefizite zurückzuführen. Vielmehr prägt eine spezifische Bewertungskultur das Bild: In Deutschland, Österreich und der Schweiz vergeben Verbraucher traditionell weitaus seltener Vorschusslorbeeren oder extreme Bestnoten. Während Kunden in den USA oder Lateinamerika schnell zur Höchstnote greifen, neigen Verbraucher in DACH kulturell dazu, primär das Mittelfeld einer Bewertungsskala zu nutzen – selbst dann, wenn sie mit dem Service eigentlich zufrieden sind. Versicherungsführungskräfte sollten interne Vergleiche daher nicht gegen globale Absolutwerte anstellen, sondern gegen DACH-interne Benchmarks und Trendverläufe.

DIE SIGNALWIRKUNG DER KFZ-SPARTE

Vor diesem Hintergrund ist die gemessene Erholung besonders bemerkenswert: Die Kfz-Versicherungen, die einst bei 1,86 Sternen lagen, haben sich bei 3,1 Sternen stabilisiert – ein Anstieg von 1,23 Sternen. Dieser Trend belegt: Wenn Unternehmen Kundenfeedback systematisch auswerten und in konkrete Prozessverbesserungen überführen, reagieren Verbraucher messbar positiv.

Als klassisches Einstiegsprodukt kommt der Autoversicherung dabei eine entscheidende Rolle zu: Überzeugt der Service hier beim Erstkontakt oder im Schadensfall, strahlt dieses Vertrauen positiv auf den gesamten Sektor ab. Die Kfz-Sparte fungiert somit als strategischer Hebel, der das Markenimage nachhaltig stärkt und die Tür für erfolgreiches Cross-Selling öffnet.

Dennoch bleibt Handlungsbedarf bestehen: Kein zentrales Produktsegment im DACH-Markt hat die Marke von 4,5 Sternen überschritten. Das bietet ein enormes Potenzial: Wer sich hier – ausgehend vom wichtigen Einstiegsprodukt Kfz – positiv abhebt, sichert sich als Vorreiter einen gewaltigen Wettbewerbsvorteil für sein gesamtes Portfolio.



Haustier- versicherungen auf dem Vormarsch

Ein Wachstum von 319 % in zwei Jahren ist kein Plattformeffekt – es ist ein struktureller Marktwandel, der differenziert bewertet werden muss.

Der Anstieg des Bewertungsvolumens in der Tierversicherung – von 5.261 auf über 22.000 Bewertungen innerhalb von zwei Jahren, was einem explosiven Wachstum von über 319 % entspricht, ist kein isoliertes Phänomen. Er spiegelt den globalen Trend zur „Humanisierung von Haustieren“ wider: Tiere werden zunehmend als Familienmitglieder wahrgenommen, was zu steigender Zahlungsbereitschaft für präventive und kurative Tiergesundheitsleistungen führt. Dies bestätigen auch die Analysen des [Europe Pet Insurance Market Reports](#) sowie globale Strukturdaten von [Grand View Research](#), die den emotionalen Wandel vom „Nutztier zum Familienmitglied“ als den zentralen, strukturellen Wachstumstreiber des Versicherungssegments identifizieren.

Gleichzeitig ist der DACH-Markt im internationalen Vergleich strukturell unterversorgt: Während in Großbritannien bereits ein signifikanter Anteil der Haustierbesitzer eine Krankenversicherung für ihr Tier abgeschlossen hat – die Penetrationsrate liegt dort bei rund 25 % –, liegt die Durchdringung in Deutschland bei schätzungsweise gerade einmal 2 %. Wenn eine minimale Marktdurchdringung bereits einen massiven Anstieg beim digitalen Kundenfeedback auslöst, zeichnet sich aller Voraussicht nach nicht nur ein Trend, sondern einer der

größten Wachstumsmärkte der kommenden Jahre ab.

EIN HOCHEMOTIONALES WAHLPRODUKT STATT EINFACH NUR PFLICHT

Die Haustierversicherung hat die Krankenversicherung als volumenstärkste Kategorie in der Region offiziell überholt. Dieser steile Anstieg des Bewertungsvolumens erklärt sich vor allem durch die Natur des Produkts: Während die traditionelle Krankenversicherung im DACH-Raum eine gesetzliche Pflicht ist und vom Kunden eher passiv konsumiert wird, ist die Tierversicherung ein freiwilliges Produkt. Versicherungspflichtige Produkte haben fundamental andere Touchpoint-Frequenzen und Engagement-Treiber als Wahlprodukte. Weil die Anbieter auf eine sehr aktive, digitale Kundenansprache setzen, ist die Zielgruppe überdurchschnittlich reaktionsschnell. Ein direkter Volumenvergleich mit klassischen Sparten greift daher zu kurz – die Tierversicherung markiert ein völlig neues, hochengagiertes Kundensegment mit ganz eigenem Loyalty-Profil.

Haustier- versicherungen auf dem Vormarsch

OPERATIVES PROFIL DER TIER- VERSICHERUNGSKUNDEN

Diese Dynamik zeigt sich auch im Alltag: Tierbesitzer honorieren kompetenten telefonischen Support. Die Zielgruppe ist überdurchschnittlich mitteilungsfreudig und reaktionsschnell, reagiert jedoch besonders sensibel auf wahrgenommenen Upselling-Druck – etwa wenn sie das Gefühl hat, zu ‘Premium-Behandlungspaketen’ gedrängt zu werden. Vertrauensaufbau und Preistransparenz sind in diesem Segment kritische Erfolgsfaktoren.

HAUSTIERVERSICHERUNGEN

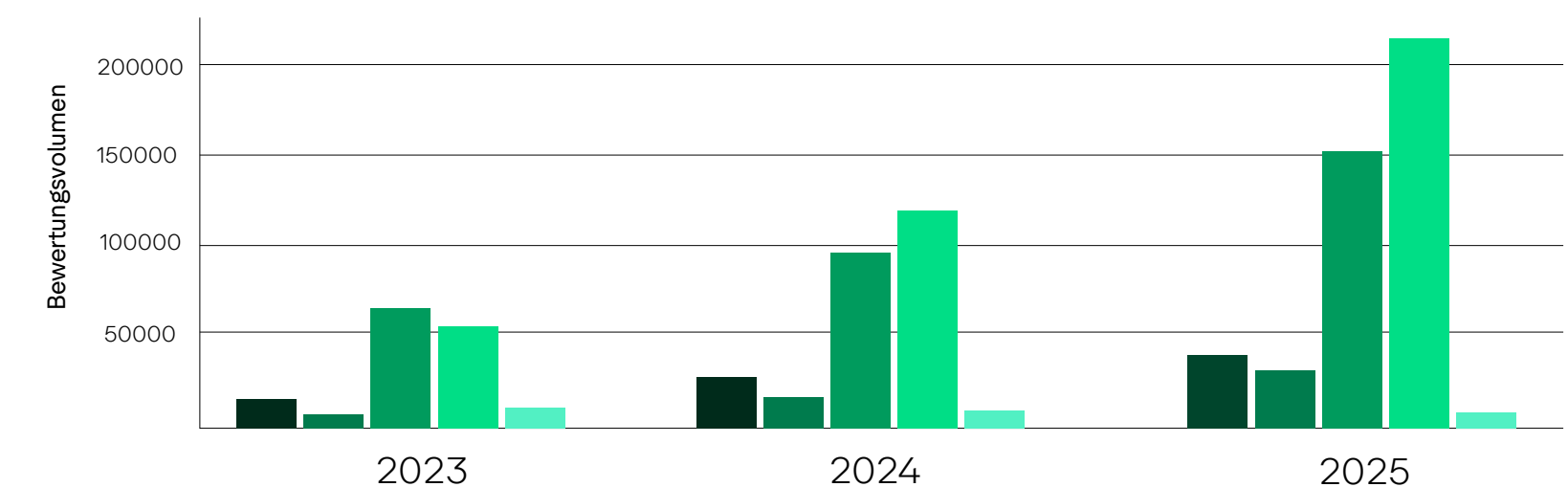
22.038

Bewertungen

Die Nummer 1 im DACH-Markt 2025

DACH: Jährliches Bewertungsvolumen nach Versicherungstyp

● Reiseversicherung ● Kfz-Versicherung ● Krankenversicherung
● Haustierversicherung ● Lebensversicherung



Bewertungsjahr	Reiseversicherung	Kfz-Versicherung	Krankenversicherung	Haustierversicherung	Lebensversicherung
2023	1.712	856	6.485	5.261	1.046
2024	2.682	2.025	9.583	11.848	871
2025	3.430	3.065	15.206	22.038	658

Saisonale Hochphasen als Stresstest

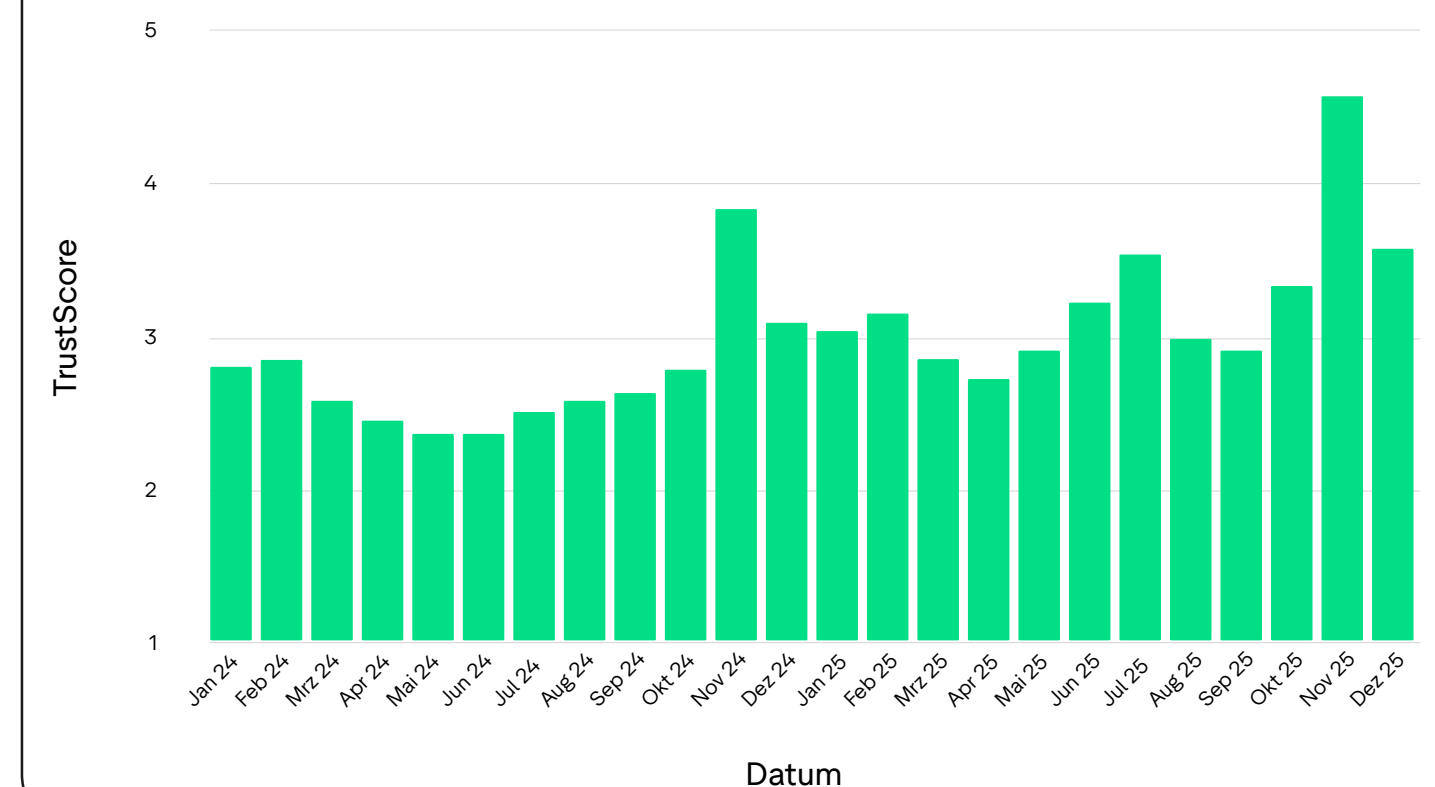
Der Kündigungstichtag 30. November ist nicht nur ein Marketing-Ereignis – er ist ein reputativer Stresstest mit direkten betrieblichen Konsequenzen.

In der DACH-Region markiert der Spätherbst die jährliche Hochphase der Versicherungswechsel: Während in Deutschland der 30. November als marktweiter Stichtag für die Kfz-Versicherung gilt, bricht in der Schweiz zum selben Datum die massive Wechselwelle der Krankenkassen aus. Diese gebündelte Dynamik erzeugt einen vorhersehbaren und messbaren Anstieg der Kundenaktivität im gesamten Markt. Trustpilot-Daten zeigen: Das Bewertungsvolumen steigt in diesem Zeitraum branchenweit signifikant – und damit auch die Sichtbarkeit operativer Schwachstellen.

Für Versicherungsführungskräfte ist diese Periode ein doppelter Stresstest: Zum einen auf Kapazitäts- und Prozessebene (Antragsbearbeitung, Policen-Ausstellung, Kündigungsbestätigungen), zum anderen auf Reputationsebene. Negative Bewertungen aus den Hochphasen wie der Wechselsaison sind öffentlich, dauerhaft sichtbar und werden von KI-gestützten Suchsystemen für Markenempfehlungen ausgewertet.

Wer Versicherungswechsel transparent, fehlerfrei und schnell abwickelt, gewinnt langfristige Kundenloyalität – und schützt seinen Reputationswert in einem Moment, in dem Millionen potenzielle Neukunden aktiv vergleichen.

DACH: Versicherungsunternehmen – monatlicher Trend



KI-Skepsis & EU AI Act

KI-Skepsis im DACH-Markt ist nicht nur eine Stimmungsfrage – sie ist ein Compliance-Risiko unter dem EU AI Act.

Mit einem Sentiment-Score von –0,31 zeigt der DACH-Raum die niedrigste KI-Akzeptanz aller analysierten Märkte. Während die USA und Großbritannien zunehmend positiv auf KI-gestützte Versicherungsprozesse reagieren, dominiert in Deutschland, Österreich und der Schweiz weiterhin Skepsis – und dies hat sowohl kulturelle als auch regulatorische Ursachen.

VERBRAUCHERPERSPEKTIVE: DAS GEFÜHL DER AUFGABE

Negatives Feedback konzentriert sich auf Szenarien, in denen automatisierte Systeme Fälle abrupt schließen, ohne einen menschlichen Eskalationsweg anzubieten. Beispiele umfassen technisch begründete Ablehnungen – etwa der Ausschluss von Starthilfe aus der Kfz-Haftpflicht –, die Kunden ohne nachvollziehbare Begründung und ohne Ansprechpartner zurücklassen. Die Wahrnehmung: KI wird als Schild eingesetzt, nicht als Werkzeug.

REGULATORISCHE DIMENSION: EU AI ACT UND ‘HUMAN-IN-THE-LOOP’

Was Verbraucher als unbefriedigend erleben, ist für Versicherungsunternehmen zunehmend auch eine Compliance-Frage: Der EU AI Act klassifiziert bestimmte KI-gestützte Entscheidungsprozesse im Versicherungsbereich als hochriskant. Für diese Systeme gilt eine verpflichtende

‘Human-in-the-Loop’-Anforderung: Automatisierte Entscheidungen müssen durch menschliche Überprüfung validierbar sein.

Die negative KI-Stimmung in den Trustpilot-Daten ist mehr als bloßes Kundenfeedback. Versicherer, die keine klaren Eskalationspfade implementiert haben, erhöhen damit im Jahr 2026 sowohl ihre reputative Vulnerabilität als auch ihr Compliance-Risiko.



Schweigen kostet Vertrauen und Umsatz

Kommunikationsversagen ist nicht nur ein Serviceproblem – es ist ein betriebswirtschaftliches Problem mit messbaren Auswirkungen auf die Combined Ratio.

Die Phrase ‘keine Antwort’ ist eine der meistgenannten Ursachen für negative Bewertungen im DACH-Versicherungsmarkt. Verbraucher berichten von wochenlangem Warten auf E-Mail-Antworten, von Wartezeiten in Telefon-Hotlines und von Kontakten, die – wenn sie schließlich zustande kommen – als wertlos erlebt werden.

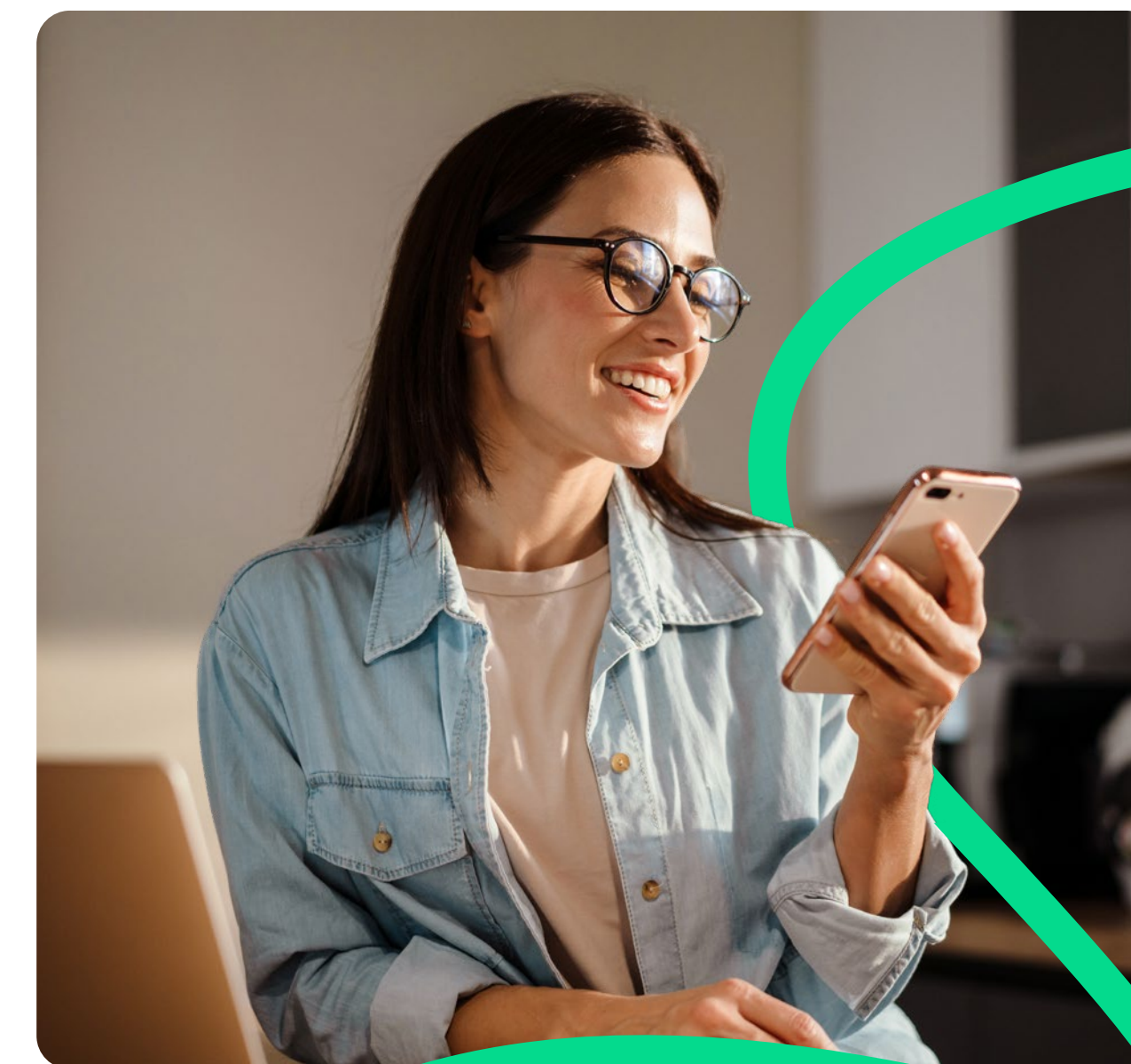
DER ROI-ZUSAMMENHANG

Jede negative ‘Keine Antwort’-Bewertung ist ein Symptom eines spezifischen operativen Problems: Ungelöste Anfragen erzeugen redundantes Kontaktvolumen. Ein Kunde, der keine Antwort erhält, ruft erneut an, schreibt eine zweite E-Mail, eskaliert über Social Media – und schreibt schließlich eine öffentliche Bewertung. Jeder dieser Schritte verursacht administrative Kosten.

Trustpilot-Daten können in diesem Kontext als Frühwarnsystem für steigende Bearbeitungskosten fungieren: Ein Cluster negativer ‘Keine Antwort’-Bewertungen in einem Produktsegment ist ein valider Indikator für strukturelle Prozessüberlastung – und deutet meist direkt auf eine spätere Belastung der Combined Ratio hin.

Versicherer, die diese Daten systematisch auswerten, erhalten einen operativen KPI, der über klassisches Reputationsmanagement hinausgeht.

In einem Markt, in dem Verlässlichkeit und Integrität die zentralen Vertrauensanker sind, wird Schweigen als Vertrauensbruch wahrgenommen – mit direkten Folgen für Vertragsverlängerungsraten und Neukundenakquise.



Strategische Handlungsempfehlungen für DACH-Versicherer

1

KOMMUNIKATIONSLÜCKE SCHLIEßEN:

Implementieren Sie eine verbindliche 24-Stunden-Erstreaktion auf Kundenanfragen. Jede negative 'Keine Antwort'-Bewertung repräsentiert nicht nur einen Reputationsschaden, sondern redundantes Kontaktvolumen mit messbaren administrativen Kosten.

2

KI MIT HUMAN-IN-THE-LOOP VERANKERN:

Nutzen Sie KI als Entscheidungsunterstützung, nicht als Abschirmung. Jede automatisierte Ablehnung oder Fallschließung muss einen klaren Eskalationspfad zu einem menschlichen Ansprechpartner bieten. Das stärkt die Kundenzufriedenheit und erfüllt die Vorgaben des EU AI Acts.

3

WECHSELSAISON OPERATIV VORBEREITEN:

Rüsten Sie Teams und Prozesse für die bewertungsintensivste Phase des Jahres und sichern Sie mit proaktiver Kommunikation Ihre Reputation. Nutzen Sie das Feedback gezielt, um Schwachstellen aufzudecken und Prozesse sowie Produkte zu optimieren.

4

PREISTRANSparenz DURCH SOCIAL PROOF STÜTZEN:

Nutzen Sie produktspezifische Bewertungen aktiv in vergleichsgetriebenen Customer Journeys. Drittanbieter-Bewertungen sind – insbesondere für KI-gestützte Suchsysteme – hochwertige Vertrauenssignale, die über den monatlichen Beitrag hinausgehende Wertargumentation ermöglichen.

Fazit

In einem Markt, in dem Vertrauen durch Beständigkeit verdient wird, werden diejenigen Versicherer erfolgreich sein, die die zwei Seiten der KI-Transformation meistern.

Erstens müssen Führungskräfte KI-gestützte Tools nutzen, um ihre Reaktionskapazitäten zu skalieren. So wird sichergestellt, dass kein Kunde mehr mit „keine Antwort“ abgespeist wird, während für komplexe Momente, die Maschinen nicht lösen können, weiterhin echte Mitarbeiter zur Verfügung stehen.

Zweitens müssen Unternehmen erkennen, dass KI heute der primäre Gatekeeper für das Entdecken von Marken ist. Durch ein solides Fundament aus transparenten Bewertungen auf Drittplattformen liefern DACH-Versicherer genau die vertrauenswürdigen Signale, die KI-Tools benötigen, um eine Marke weiterzuempfehlen.

Trustpilot unterstützt Versicherer dabei, Kundenfeedback so zu sammeln, zu strukturieren und zu nutzen, dass sowohl das Vertrauen als auch die Sichtbarkeit gestärkt werden. In einer Branche, in der das Vertrauen stark schwanken kann und der Vergleich an erster Stelle steht, ist dieser öffentliche Nachweis kein optionales Extra. Er entscheidet maßgeblich darüber, welche Versicherung gewählt wird.

Jetzt Demo vereinbaren

