

Profiteure der Klima-Panikindustrie: Die Versicherungswirtschaft

geschrieben von AR Göhring | 31. Januar 2026

Axel Bojanowski von der Welt berichtete kürzlich vom aktuellen Bericht der Münchener Rückversicherung (Marke: *Munich Re*), die jährlich eine Auflistung der zu bezahlenden Folgen von Naturkatastrophen liefert. Der Hauptgrund angeblich – von den Massenmedien ungeprüft übernommen: der Klimakollaps!

Eine Rückversicherung („Re“) versichert andere Versicherungsunternehmen, deren direkte Kunden die Bürger und Firmen sind. Die „Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft Aktiengesellschaft in München“ ist die größte ihrer Art auf der Welt. Somit verfügt die Münchener Rück über einen der größten Datensätze zu Katastrophenschäden. Nur – ist die Verknüpfung mit dem behaupteten menschlichen Klimawandel Tatsache oder Marketing?

Die großen Massenmedien jedenfalls lassen sich die übliche Katastrophenmeldung natürlich nicht entgehen. So schreibt der Spiegel:

Analyse von Rückversicherer Waldbrände in Los Angeles waren die teuerste Naturkatastrophe im Jahr 2025

Der Deutschlandfunk steht nicht zurück:

Munich Re: Klimawandel treibt Schäden durch Naturkatastrophen nach oben

n-TV mag auch nicht kleckern, sondern klotzt:

Klimawandel als Treiber – Naturkatastrophen verursachen Schäden von 224 Milliarden Dollar

Schlußendlich die Tagesschau:

Wetterextreme in Industrieländern Naturkatastrophen kosten immer mehr Wohlstand

Der Wissenschafts-Journalist Bojanowski ist bekannt für seine erhellenden zeithistorischen Hintergrund-Einsichten, die dem Tagesschau-

Seher entgehen. So erinnert er daran, daß die Versicherungswirtschaft schon recht früh das Klimathema als Marketing-Maßnahme entdeckte. 1988 wurde der Weltklimarat ins Leben gerufen, und 1995 fand die erste weltweit beachtete Klimakonferenz in Berlin statt. (Eigentlich gab es schon 1988 in Hamburg eine erste UN-Konferenz dazu, aber eher unbeachtet.)

Bojanowski dazu:

Vor 31 Jahren ging es los. Im März 1995, zwei Tage vor Beginn der ersten UN-Klimaverhandlungen in Berlin, trafen sich Manager großer Versicherungen mit den Vertretern von Banken, Umweltverbänden und Firmen der Solarenergiebranche, um die globale Erwärmung als Geschäftsfeld auszuloten. Sie witterten angesichts der aufgekommenen Klimadebatte ihre Chance.

Die Münchener Rück wurde trotz ihrer relativen Unbekanntheit beim Endverbraucher (Versicherungsnehmer) im *Spiegel* damals schon als „erstes Opfer des Treibhauseffekts“ bezeichnet. Man sieht – die Profiteurs- und Interessensgruppen aus Medien und Wirtschaft können sehr gut zusammenarbeiten.