



## **SAS Studie: 1,8 Billionen US-Dollar - Versicherer sehen sich bei der Schließung der weltweiten Versicherungslücke ethisch in der Pflicht**

*Branche betrachtet Technologien als wichtigsten Hebel gegen die Diskrepanz zwischen versicherten und unversicherten Risiken, zeigt eine Umfrage durch Economist Impact*

-- Branche betrachtet Technologien als wichtigsten Hebel gegen die Diskrepanz zwischen versicherten und unversicherten Risiken, zeigt eine Umfrage durch Economist Impact

-- Investition in verantwortungsvolle Innovation gegen mangelndes Vertrauen in den Sektor

Heidelberg, 11. März 2025 - 78 Prozent der Versicherer sehen die Verkleinerung der Billionen-Lücke beim globalen Versicherungsschutz als ethische Verpflichtung an - und fast ebenso viele als wirtschaftliche Chance. Dies belegt eine aktuelle Studie, die Economist Impact im Auftrag von SAS, einem der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Daten und künstliche Intelligenz (KI), durchgeführt hat. Gemeint ist damit die Differenz zwischen versicherten und nicht versicherten Risiken über alle Bereiche hinweg - von Lebens-, Kranken-, Naturkatastrophen bis zu Ernteversicherung -, die auf 1,8 Billionen US-Dollar weltweit geschätzt wird.

Die Brisanz des Faktors Klima zeigt sich an konkreten Zahlen: 2024 haben zunehmende Brandkatastrophen, Überflutungen, Stürme und Erdbeben Verluste in Höhe 368 Milliarden US-Dollar weltweit verursacht, davon waren 60 Prozent nicht versichert. In der Sach- und Unfallversicherung stammen diese nicht gedeckten Kosten hauptsächlich aus Hochrisikomärkten, denn dort machen die Effekte des Klimawandels für einen Großteil der Bevölkerung Versicherungspolice unbezahlbar. Die Versicherungslücke betrifft auch Kranken- und Lebensversicherungen bei historisch unterversorgten Bevölkerungsgruppen, die insbesondere den Risiken des Klimawandels wie extreme Hitze oder Kälte ausgesetzt sind. Versicherer stehen vor der Aufgabe, hier den Zugang zu Versicherungsschutz zu verbessern und erschwingliche Angebote zu machen.

the-future-of-insurance-transforming-risk-into-competitive-advantage\_Web

Die Ergebnisse im Einzelnen

Versicherungsexperten sehen hauptsächlich folgende interne Hürden, die ihre Organisation daran hindern, sich schnell auf branchenspezifische Entwicklungen einzustellen:

--mangelnde Kenntnis der Kundenbedürfnisse (76 Prozent)

-- Wissenslücken bzgl. externer Faktoren (75 Prozent)

-- überholte Technologiesysteme (75 Prozent)

-- Datensilos (74 Prozent)

-- geringes Innovationstempo (74 Prozent)

-- Ressourcenengpässe (73 Prozent)

Technologie sieht die Mehrheit dagegen als geeignet, gegen den sogenannten "Protection Gap" anzugehen, im Einzelnen werden folgende Maßnahmen genannt:

-- Einsatz von Technologien, um Versicherungsprodukte bezahlbar zu machen (48 Prozent); 40 Prozent der Versicherer implementieren diese bereits

-- Entwickeln innovativer Produkte wie parametrische oder Mikroversicherungen (42 Prozent)

--Datennutzung, um Risikobewertung und Produktdesign zu verbessern (39 Prozent)

Als externe Barriere wiederum identifiziert der Report ein mangelndes Vertrauen in den Versicherungssektor, das die Überbrückung der Diskrepanz beim Versicherungsschutz erschwert.

"Ein Schließen des Protection Gap kann Versicherern bessere Resilienz gegenüber geopolitischen, wirtschaftlichen und klimabedingten Risiken verschaffen - und damit eine Chance für mehr Geschäft. Diese lässt sich aber nur realisieren, wenn potenzielle Kunden den Anbietern vertrauen und sich die Produkte leisten können", erklärt Nicole Werner, verantwortlich für die Branche Versicherungen bei SAS in Deutschland. "Drei Viertel der Führungskräfte bei Versicherungen sagen, dass das Vertrauen in die Branche zurückgegangen ist. Deshalb ist es so wichtig, Datentransparenz zu schaffen, in verantwortungsvolle Innovation zu investieren und enger mit Regulierungsbehörden zusammenzuarbeiten. Auf diese Weise können Versicherer bei der Verbesserung ihres Images einen Riesenschritt vorwärts gehen und ihre Marke komplett neu aufstellen."

Informationen zur Studie

Befragt wurden für den quantitativen Teil des globalen Reports "Revealing the paths to 2040" insgesamt 500 Versicherungsexperten aus 17 Ländern. Neben der Diskrepanz beim Versicherungsschutz beleuchtet der Report aktuelle Themen wie die Klimakrise, Daten- und KI-getriebene Innovation sowie die steigenden Risiken im Hinblick auf Betrug und Cybersicherheit. Alle Informationen rund um die Studie gibt es hier. Zudem lassen sich die Ergebnisse über ein interaktives Data Dashboard filtern.

circa 3.800 Zeichen

### **Pressekontakt**

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauack

Karlstraße 42  
80333 München

haffapartner.de  
postbox@haffapartner.de

### **Firmenkontakt**

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier  
In der Neckarhelle 162  
69118 Heidelberg

[https://sas.com/de\\_de/home.html](https://sas.com/de_de/home.html)  
thomas.maier@sas.com

SAS ist ein weltweit führender Anbieter von Daten und künstlicher Intelligenz (KI), die auch als spezifische Lösungen für verschiedenste Branchen verfügbar sind. SAS macht aus Daten zuverlässige Informationen, mit denen Unternehmen schneller sichere Entscheidungen treffen können. So verschafft SAS seinen Kunden seit 1976 THE POWER TO KNOW.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg. Weitere Informationen unter [http://www.sas.com/de\\_de/company-information.html](http://www.sas.com/de_de/company-information.html).

# THE FUTURE OF INSURANCE: TRANSFORMING RISK INTO COMPETITIVE ADVANTAGE



## Revealing the Paths to 2040: Global Insurance Survey Report

A landmark survey of 500+ global insurance executives conducted by Economist Impact reveals a defining moment for the industry. Through 2040, unprecedented transformation will create extraordinary opportunities for insurers who act now. Leaders identify clear pathways to growth – and mounting costs of delay.

## Protection Gap: The \$1.8 Trillion Opportunity



## Technology: The Digital Imperative



**RISK**  
75% of insurers cite outdated systems and silos as barriers.

**REWARD**  
46% prioritize AI and automation for efficiency and innovation.

**COST OF INACTION**  
74% face reduced market opportunities due to organizational silos.

**OPPORTUNITY**  
Streamline claims, optimize underwriting and elevate customer experiences with AI.

