
Vorwort

Von Logik und Psycho-Logik: Neue Wege für ein ehrlicheres Miteinander von Versicherern und ihren Kunden

Betrug am Versicherer scheint allgegenwärtig – und ist zugleich ein Betrug am Kollektiv der beitragszahlenden Versicherten. Viel schwerer als die großen Fälle wiegen dabei die vielen kleinen Betrügereien, die vielfach schon als Massenphänomen oder gar als Kavaliersdelikt bezeichnet werden.

Der Kampf der Versicherungsbranche gegen dieses Phänomen erschien bisher fast ebenso aussichtslos wie der sprichwörtliche Kampf Don Quichotes gegen die Windmühlenflügel. Trotz Expertenwissen und Computerunterstützung kann nach wie vor nur ein sehr kleiner Teil dieser Betrügereien aufgedeckt werden. Aufwand und Kosten der Verfolgung stehen gerade bei Kleindelikten oft in keinem Verhältnis zum Ergebnis.

Und ebenso wie bei Don Quichote gilt auch dieser Kampf vielfach einem eingebildeten Gegner – zumindest was die Suche nach grundsätzlich betrügerisch eingestellten Kunden betrifft. Denn die gibt es, wie die Autoren zeigen, nur selten. Stattdessen handelt es sich meist um „normale“ Kunden, die aufgrund einer bestimmten Situation zum opportunistischen Gelegenheitsbetrüger werden. Täterprofile lassen sich dadurch für die Masse der Delikte kaum erstellen.

Daher ergänzen die Autoren die bisherigen, vor allem auf die Aufdeckung von Betrugsfällen ausgerichteten Bekämpfungsansätze um eine neue, psychologisch geprägte Perspektive, die die Prävention in den Mittelpunkt stellt.

Wie im ersten Teil des Buches nach einer umfassenden Bestandsaufnahme des Phänomens Versicherungsbetrug deutlich wird, folgen Versicherungsbetrüger meist weniger einer rationalen Logik der Habgier als vielmehr einer „Psychologik“ der Gerechtigkeit, die auch in anderen Lebensbereichen zu finden ist. Es ist erstaunlich, wie sehr man sich als Leser in vielen Schilderungen dieses Buches wiederfindet und wie sehr ein Versicherungsbetrug (oder zumindest die Versuchung zum Betrug) teilweise nur allzu menschlich und verständlich erscheint, wenn man einmal genauer hinschaut. Aha-Effekte sind garantiert.

Auf Grundlage des Verständnisses der Motive und situativen Einflussfaktoren zum Versicherungsbetrug skizzieren die Autoren im zweiten Buchteil Maßnahmen zur Betrugsbekämpfung, die vor allem der Vorbeugung dienen. Das heißt insbesondere, Betrugsanlässe erst gar nicht entstehen zu lassen oder die moralische Schwelle zum Betrug zu erhöhen. In vielen Fällen reichen dazu schon kleine Maßnahmen im Kundenkontakt aus. In manchen Fällen braucht es aber auch ein Umdenken der Versicherer, sei es im Vertrieb, in der Kundenbeziehung oder in der Vertragsgestaltung.

Die Welt besteht nicht nur aus Schwarz und Weiß. In meiner eigenen langjährigen Erfahrung als Richter und danach als Ombudsmann für Versicherungen habe ich zahlreiche Fälle erlebt, die zwischen Recht und Unrecht, zwischen Delikt und Gerechtigkeit, zwischen vertraglicher Logik und gegenläufiger psycho-logischer Erwartung der Kunden liegen. Es wäre sehr wünschenswert, wenn die Anregungen aus diesem Buch breite Aufnahme bei den Versicherern fänden. Sie können nicht nur dazu beitragen, das Ausmaß des Versicherungsbetruges zu mindern. Sondern sie helfen auch, die vielfach beklagte Vertrauenslücke zwischen Versicherer und Kunde ein Stück weiter zu schließen.

Prof. Wolfgang Römer

Richter am Bundesgerichtshof a. D., von 2001 bis 2008 der erste Ombudsmann für Versicherungen

Versicherungsbetrug verstehen und verhindern

Köneke, V.; Müller-Peters, H.; Fetchenhauer, D.

2015, XVII, 414 S. 37 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-3138-2