

Versicherungsforen Leipzig

Gemeinschaftsstudie

Psychologie des Gelegenheitsbetrugs: Verhaltensmuster, Betrugsrisiken und wirksame Hebel für Versicherer

Franz Gündel, Philipp Schumann

Leipzig, Oktober 2026

Wer Gelegenheitsbetrug verhindern will, muss verstehen, warum Kunden die Grenze überschreiten

Ziel der Studie ist es, die psychologischen Einflussfaktoren von Gelegenheitsbetrug bei Privatkunden besser zu verstehen und daraus konkrete Handlungsempfehlungen für Versicherer abzuleiten.

Die Ergebnisse sollen Versicherern helfen, Betrugsprävention nicht nur technisch und prozessual, sondern auch verhaltenswissenschaftlich fundiert weiterzuentwickeln.

Wirtschaftliche Relevanz

> 6 Mrd. €

geschätzter jährlicher Schaden durch Versicherungsbetrug in der Schaden- und Unfallversicherung.

Rund 10 % der Schadenmeldungen gelten als verdächtig und prüfwürdig

Situativer Entscheidungsmoment

Gelegenheitsbetrug ist häufig nicht langfristig geplant. Aus einem realen Schaden kann im Verlauf der Schadenmeldung die Gelegenheit entstehen, Angaben zu überhöhen, anzupassen oder zusätzliche Positionen geltend zu machen.

Ob Versicherte diese Grenze überschreiten, wird unter anderem durch **Fairnesswahrnehmung, moralische Rechtfertigungen, soziale Normen und das wahrgenommene Entdeckungsrisiko** beeinflusst.

Psychologischer blinder Fleck

Bisherige Betrachtung im Markt ist fragmentiert:

Der Schwerpunkt vieler Ansätze liegt auf der Erkennung auffälliger Fälle. Die psychologische Endkundenperspektive und ihre Übersetzung in konkrete Präventionsmaßnahmen sind dagegen vergleichsweise wenig erschlossen.



Zielbild der Studie

1

Verständnis schaffen: Verständnis zentraler psychologischer Treiber von Gelegenheitsbetrug bei Privatpersonen und Analyse moralischer Bewertungen und Rechtfertigungsmuster aus Sicht von Endkunden.

2

Status quo analysieren: Identifikation relevanter Situationen im Versicherungsprozess, in denen Betrugsbereitschaft entsteht.

3

Gemeinsam mehr erreichen: Eine Gemeinschaftsstudie bietet klare Orientierung, bündelt die gemeinsame Expertise, fördert das Voneinanderlernen und steigert zugleich die Kosteneffizienz.

4

Orientierung geben: Die Gemeinschaftsstudie zeigt, wie Versicherer Gelegenheitsbetrug nicht nur erkennen, sondern gezielt vorbeugen können, indem konkreter Präventions- und Erkennungsansätze abgeleitet werden.

Kernfragen und Dimensionen der Untersuchung

Welche psychologischen Mechanismen treiben Gelegenheitsbetrug bei Privatkunden, wie verändert generative KI die Spielregeln und welche Hebel können Versicherer zur wirksamen Prävention und Erkennung einsetzen?

1



Betrugsverhalten verstehen

- **Lagebild & Tätertypologie**
  Welche Formen des Gelegenheitsbetrugs treten entlang des Versicherungsprozesses auf? Welche Situationen und Kundentypen sind besonders relevant?
- **Psychologische Mechanik**
  Welche moralischen Bewertungen, Rechtfertigungsmuster, Emotionen und situativen Auslöser beeinflussen die Betrugsbereitschaft

2



Betrug präventiv beeinflussen

- **Produkthebel**
  Welche Produktmerkmale, Deckungen und Leistungsbedingungen begünstigen oder begrenzen opportunistisches Verhalten?
- **Kommunikationshebel**
  Wie wirken Sprache, Transparenz und Kundenansprache auf Fairnesswahrnehmung, Normverständnis und Betrugsneigung?

3



Betrugsrisiken erkennen & steuern

- **Erkennungshebel**
  Welche Verhaltenssignale, Datenpunkte und Prüfmechanismen ermöglichen eine frühzeitige Erkennung verdächtiger Konstellationen?
- **Segmentierung & Risikosteuerung**
  Wie können Risikomerkmale, Kundensegmente und Zeichnungslogiken genutzt werden, um Betrugsrisiken differenziert zu steuern?

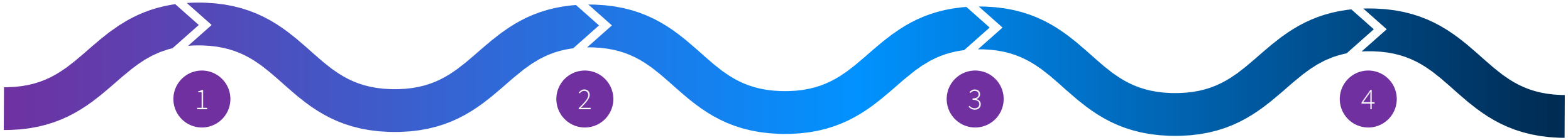
4



Zukunftsfähige Lösungsansätze entwickeln

- **Technologie & KI**
  Wie verändert generative KI die Möglichkeiten zur Begehung und Erkennung von Betrug auf Kunden- und Versichererseite?
- **Hebelsynthese**
  Welche Maßnahmen zur Prävention sind besonders wirksam und umsetzbar, und wie lassen sie sich zu konkreten Handlungs-empfehlungen bündeln?

Methodisches Vorgehen



1 DESK RESEARCH & STUDIENMANAGEMENT

- **Konzeptionelle & organisatorische Vorbereitung der Studie**
- **Recherche bereits veröffentlichter Studien und Analyse, um die Studieninhalte abzugrenzen**
- **Schärfen der Ziele und Forschungsfrage**
- **Virtueller Kick-Off**

2 DATENERHEBUNG

- **Online-Befragung Endkunden, Privatkunden (DACH):**
  - Entwicklung, Programmierung, Review, Pre-Test und Durchführung
- **Online-Befragung Versicherer:**
  - Entwicklung, Programmierung, Review, Pre-Test und Durchführung
- **Experteninterviews:**
  - Entwicklung des Interviewleitfaden & Durchführung
  - Zielgruppe: Schaden- und SIU-Verantwortliche sowie KI- und Bildforensik-Spezialisten

3 AUSWERTUNG & ERGEBNISWORKSHOP

- **Systematische Auswertung der Experteninterviews und Online-Befragungen**
- **Ableitung konkreter Präventions- und Erkennungshebel für Versicherer der zentralen Studienerkenntnisse**
- **Vorstellung der Studienergebnisse in einem virtuellen Ergebnisworkshop**

4 ERSTELLUNG STUDIENDOKUMENT

- **Zusammenführung aller Auswertungsergebnisse und Erkenntnisse in ein umfassendes Rohdokument der Studie**
- **Erstellung von Grafiken und Visualisierungen der erhobenen Daten (ohne Layout) in PPT**
- **Dokumentation der methodischen Herleitung sowie der zentralen Handlungsempfehlungen (ohne finales Layout).**

Zeitlicher Rahmen & Umfang

Übersicht zum Umfang der einzelnen Arbeitspakete der Studie und aktuell geplanter zeitlicher Ablauf.



DESK RESEARCH, VORBEREITUNG & AKQUISE

Umfasst die konzeptionelle und organisatorische Vorbereitung der Studie, inkl. Vorabrecherche sowie die Identifikation der Schwerpunktthemen für die Interviews und die Befragung.

KICK-OFF (VIRTUELL ~2H)

Dieser Posten umfasst die Durchführung und Dokumentation des Kick-off-Workshops, welcher zum Kennenlernen und zum gemeinsamen Projektverständnis dient.

ENTWICKLUNG DER BEFRAGUNGEN

Dieser Punkt deckt die Entwicklung der Fragebögen und die technische Umsetzung ab. Dies umfasst die Programmierung und die Durchführung von Pre-Tests.*

DURCHFÜHRUNG DER BEFRAGUNGEN

Dies umfasst das Feldmanagement der Befragungen. Die Einladung der Teilnehmenden wird von den Versicherungsforen gesteuert.

DURCHFÜHRUNG DER INTERVIEWS

In dieser Phase erfolgt die Durchführung der Experten-interviews .**

ERGEBNIS-AUSWERTUNG & -WORKSHOP

Dieser Punkt umfasst die (gesamte) Analyse- und Auswertungsphase sowie den virtuellen Ergebnisworkshop inkl. Ergebnis-präsentation.

STUDIENDOKUMENT

Dieser Aufwands-posten umfasst die Aufbereitungsphase, die Synthese der Ergebnisse zu Kernaussagen und die Erstellung des finalen Studienpapers sowie das professionelle Lektorat.

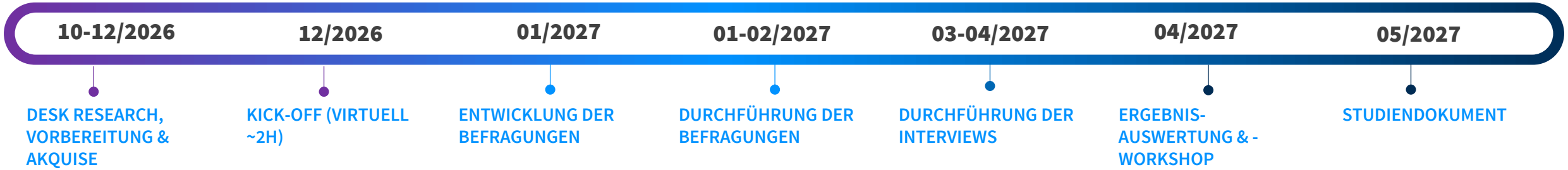
***ONLINE-BEFRAGUNG ENDKUNDEN (QUANTITATIV)**
- Entwicklung des Fragebogens
- quantitative repräsentative Erhebung (n > 1500)
- Zielgruppe: Privatkunden (DACH)

***ONLINE-BEFRAGUNG VERSICHERER**
- Entwicklung des Fragebogens
- Erhebung unter mind. 20 Versicherern zur Validierung und Außenabgleich
- Zielgruppe: Versicherer

****EXPERTENINTERVIEWS (QUALITATIV)**
- 6 Interviews mit Schaden- und SIU-Verantwortlichen
- 3 Interviews mit KI und Bildforensik Spezialisten
- qualitative Tiefe und Markt- und Technologieperspektive

Aufwand der Teilnehmenden & Kosten

Aktuell angenommener zeitlicher Rahmen für unser Studienvorhaben.



Gesamt: ca. 2 PT pro Versicherungs-unternehmen für Zuarbeit & Feedback

PROJEKTKOSTEN:

An der Studie können maximal zehn Versicherungsunternehmen teilnehmen. Grundsätzlich ist die Teilnahme von zwei Mitarbeitenden pro Versicherungsunternehmen an der Initiative inkludiert. Je nach Anzahl der teilnehmenden Unternehmen können die Kosten pro Unternehmen zwischen 11.500 € und 15.500 € variieren.

6 TN VU: 15.500 € pro Unternehmen
7 TN VU: 13.500 € pro Unternehmen
ab 8 TN VU: 11.500 € pro Unternehmen

[Preise verstehen sich zzgl. MwSt.]

Bereits zwei bis drei zusätzlich verhinderte oder aufgedeckte Gelegenheitsbetrugsfälle pro Haus decken den gesamten Teilnahmebeitrag.

Ihr Nutzen als teilnehmendes Haus









Franz Gündel

Leiter Schaden- und Betrugsmanagement

+49 341 98988234

Franz.Guendel@versicherungsforen.net



Philipp Schumann

Consultant - Research & Advisory

+49 176 84988995

Philipp.Schumann@versicherungsforen.net

Versicherungsforen Leipzig GmbH – ein Unternehmen der LF Gruppe

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | www.versicherungsforen.net