



”

Aufgrund unseres Datenuniversums erkennen wir erfundene Identitäten und abweichende Lieferadressen.

Gerald Sebastian Eder

“

”

Eine gute Betrugsprävention erhöht das Kundenvertrauen – und ist daher sehr wirkungsvoll für die Kundenbindung.

Christoph Nissl

“



”

Kein Betrüger möchte sein Gesicht zeigen, kein Betrüger möchte sein Gesicht gespeichert wissen. Daher ist die Video-Legitimation generell gut.

Doris Brandt Kalla

“



© medianet/Joë Haider (7)

der Mensch, weil der Mensch einfach nicht alle Ausweismerkmale erkennen kann. Das schafft das System sehr viel einfacher. Der Mensch ist überfordert, wenn er einen ihm unbekannten Ausweis sieht. Der Mensch ist auch überfordert, das Bild im Ausweis mit dem Antragsteller zu vergleichen. Wir verändern uns, werden älter, das kann das System besser abgleichen“, sagt Doris Brandt-Kalla, Fraud Risk Manager bei der Raiffeisen Bank International.

Die Video-Identifikation allein sei auch schon Abschreckung genug, sagt Recsey. Dieses Feedback hat Brandt-Kalla auch schon bekommen: „Kein Betrüger möchte sein Gesicht zeigen, kein Betrüger möchte sein Gesicht gespeichert wissen. Daher ist die Video-Legitimation generell gut zur Betrugsprävention.“

Kunden glücklich machen

„Eine gute Betrugsprävention über eine Auskunft, wie zum Beispiel CRIF oder auch über andere Wege, verhindert ja nicht nur den Schaden, sondern macht auch unsere Kunden glücklich“, bringt Christoph Nissl, Leiter der Abteilung Be-

trugsprävention und -management der BAWAG P.S.K., eine weitere Facette in die Diskussion ein. „Wenn ich das gut mache, wenn ich das ‚trennscharf‘ und zielsicher mache, dann haben meine Kunden bei mir ein gutes Gefühl. Wir schauen bei uns ganz genau, dass wir, wenn wir Betrugsprävention einsetzen, eine gute Balance zwischen erfolgreicher Prävention und geringer Kundeneinschränkung haben.“

Schließlich ginge es auch darum, dass der ehrliche Kunde *rasch* zu seiner Dienstleistung kommt, erinnert Boris Recsey, oder auch gute Konditionen bekäme.

Zwischen Betrug und Geschäft

Von allen Seiten hat es die Versicherungsbranche mit Betrug zu tun: als Assekuranz, aber auch bei den Schadensfällen – sowohl vom Versicherten als auch vom Vertragspartner und von Dritten. „Wir haben da keine validen Zahlen, aber es gibt Schätzungen, die besagen, dass bis zu 20 Prozent der Schadensfälle zumindest teilweise Betrug beinhalten“, meint Alexander Gorth, Leiter Kfz der ERGO Versicherung; es sei des öfteren der Fall, dass echte Schäden