



Wenn der Urlaubs-Post zum Versicherungsrisiko wird

Michael Fiedler

Luxusuhr am Handgelenk, Standortmarkierung aus Saint-Tropez und gleichzeitig der sichtbare Hinweis, dass zu Hause niemand ist: Was in sozialen Netzwerken selbstverständlich erscheint, kann für Versicherer Teil der Risikobewertung werden. Hiscox beobachtet entsprechende Konstellationen bereits in Schadenfällen – zieht zwischen Social-Media-Post und Einbruch aber eine wichtige Grenze.

Social Media kann Hinweise für Täter liefern

Einen einfachen Zusammenhang nach dem Muster „Urlaubsfoto veröffentlicht, anschließend wurde eingebrochen“ kann Hiscox aus seinen Schadenfällen allerdings nicht ableiten. Die Ursache eines Einbruchs lasse sich im Nachhinein häufig nicht eindeutig feststellen. „Wir sehen Zusammenhänge, aber es ist nicht bei jedem Schadenfall eins zu eins nachweisbar, dass das dann der Grund war“, sagt Sucker-Kastl. Beobachtet würden jedoch Schadenfälle, bei denen öffentlich bekannt gewesen sei, dass der Versicherungsnehmer nicht zu Hause war. Social Media sei dabei nur eine mögliche Informationsquelle. Auch öffentliche Auftritte, berufliche Termine oder beispielsweise ein Fußballspiel könnten erkennen lassen, dass eine Person ihre Wohnung oder ihr Haus gerade nicht nutzt. Damit verschiebt sich die Fragestellung: Nicht der einzelne Instagram-Post ist zwangsläufig das Problem. Entscheidend ist, wie viele Informationen öffentlich miteinander verknüpft werden können.

Underwriter schauen auch auf Social-Media-Aktivitäten

Bei höheren Wertgegenstands- oder Schmucksummen prüfen Hiscox-Underwriter deshalb nach Angaben von Sucker-Kastl auch die Social-Media-Aktivität eines potenziellen Kunden. Problematisch könne es etwa werden, wenn jemand nicht nur seinen aktuellen Aufenthaltsort nahezu live veröffentlicht, sondern zugleich hochwertige Besitztümer präsentiert, deren Wert nennt oder Einblicke in die eigene Wohnung gibt. Besonders kritisch wird die Kombination mehrerer Informationen. Sucker-Kastl nennt beispielsweise Bilder aus dem Kleiderschrank oder sogar vom Safe. Auch Aufnahmen, auf denen Details der Sicherungstechnik eines Hauses erkennbar sind, können für die Risikobewertung relevant werden. Im Extremfall kann die öffentliche Selbstdarstellung sogar Einfluss darauf haben, ob Hiscox ein Risiko zeichnen möchte. Wer regelmäßig besonders wertvolle Gegenstände präsentiert, deren Preise öffentlich macht und zugleich fortlaufend seinen Aufenthaltsort veröffentlicht, könne aus Sicht des Underwritings ein

zu hohes Risiko darstellen. Damit wird Social-Media-Verhalten bei exponierten Kunden zu einem Faktor, der über klassische Merkmale wie Versicherungssumme, Vorschäden oder Sicherungstechnik hinausgeht.

Zeitversetzt posten statt live aus dem Urlaub

Die Konsequenz daraus muss nach Einschätzung von Hiscox allerdings nicht der vollständige Verzicht auf soziale Netzwerke sein. Bei sehr aktiven Kunden empfiehlt der Versicherer, Reisebilder zeitversetzt zu veröffentlichen. Statt während des Aufenthalts zu zeigen, wo man sich gerade befindet, könne ein Bild beispielsweise erst einige Tage später online gestellt werden. Damit lasse sich zumindest vermeiden, dass ein öffentliches Profil zum laufenden Aufenthaltskalender wird. Dabei geht es nicht allein um das Verhalten des Versicherungsnehmers. Auch Familienmitglieder können unbeabsichtigt Informationen preisgeben. Hiscox weist deshalb nach Angaben Sucker-Kastls bei exponierten Familien darauf hin, die Social-Media-Nutzung gemeinsam zu betrachten – einschließlich der Privatsphäre-Einstellungen und des Verhaltens von Kindern und Jugendlichen. Für besonders exponierte Kunden können darüber hinaus individuelle Trainings zur sicheren Social-Media-Nutzung über einen Dienstleister infrage kommen. Diese gehören laut Sucker-Kastl allerdings nicht zur regulären Versicherungsleistung.

Nicht nur Social Media: Hiscox beobachtet Schäden nach der Anreise

Die Schadenpraxis zeigt zugleich, warum eine Konzentration allein auf Instagram, TikTok oder andere Plattformen zu kurz greifen würde. Hiscox beobachtet nach Angaben Sucker-Kastls derzeit insbesondere in Südfrankreich gehäufte Vorfälle rund um hochwertige Wertgegenstände. Auffällig sei, dass Überfälle teilweise kurz nach der Anreise erfolgten. „Gerade bei der Ankunft am Flughafen ist es ratsam, eine teure Uhr nicht zu offensichtlich am Handgelenk zu tragen“, sagt Sucker-Kastl. Nach Erkenntnissen aus Schadenfällen und Gesprächen mit der Polizei könne an solchen Orten gezielt darauf geachtet werden, wer hochwertige Uhren oder Schmuck trägt. Im Anschluss könne das ausgewählte Opfer verfolgt werden. Die Beobachtung beschränkt sich nach Angaben des Versicherers allerdings weder auf Urlaubsregionen noch auf das Ausland. Raubüberfälle auf Besitzer hochwertiger Gegenstände registrierte Hiscox beispielsweise auch in deutschen Großstädten. Hinzu

kommen weiterhin klassische Einbrüche sowie der Verlust kleinerer Wertgegenstände wie Ohringe.

Prävention beginnt vor dem Schaden

Für Vermittler erweitert sich damit das klassische Gespräch über Versicherungssummen und Sicherungsmaßnahmen um einen weiteren Punkt: Bei Kunden mit hochwertigen Wertgegenständen kann auch die öffentliche Sichtbarkeit zum Risikoprofil gehören. Dabei ist die Differenzierung entscheidend. Die von Hiscox geschilderten Erfahrungen belegen nicht, dass öffentlich geteilte Urlaubsbilder generell zu Einbrüchen oder Raubüberfällen führen. Sie zeigen aber, dass Informationen über Aufenthaltsort, Abwesenheit und Besitz aus Sicht eines Versicherers bei besonders exponierten Risiken relevant werden können. Für Sucker-Kastl gehört deshalb auch die Sensibilisierung der Kunden zur Prävention. Versicherer und Vermittler könnten aus bereits eingetretenen Schäden ableiten, welche Verhaltensweisen zusätzliche Risiken erzeugen – selbst wenn sich der finanzielle Erfolg einer verhinderten Tat naturgemäß nur schwer messen lässt.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4952046/Wenn-der-Urlaubs-Post-zum-Versicherungsrisiko-wird/>