

Till Neuhaus & Friederike Gödecke

Eine entscheidungspsychologische Perspektive auf digitale Varianten des Vorkassebetrugs

Keywords: Nigerian Scam, Nudge, Entscheidungspsychologie

Abstract:

Vorkassebetrug stellt eine der ältesten Arten des unpersönlichen Betrugs dar, die bereits im 16. Jhd. unter dem Titel 'Der spanische Gefangene' Menschen viktimisierte. Daher kann angenommen werden, dass die - von den Betrüger*innen ausgebeuteten - Mechanismen zu den Grundoperationen menschlichen Denkens und Entscheidens zählen. Auch im digitalen Raum findet Vorkassebetrug weiterhin statt und beinahe jeder Internetnutzer wurde bereits von einem hilfebedürftigen nigerianischen Prinzen adressiert; bis zum heutigen Tage generieren Betrugsmaschinen dieser Art knapp 3 Mrd. Dollar Schaden, wobei die Dunkelziffer vermutlich entschieden höher liegt.

Dieser Beitrag möchte in die Grundüberlegungen und Mechanismen des idealtypischen Vorkassebetrugs im digitalen Raum einführen. Dazu wird das Gesamtkonstrukt des Vorkassebetrugs via Email in vier Phasen unterteilt (Bait, Hook, Line, Sink), wobei jede Phase unter Zuhilfenahme entscheidungspsychologischer Effekte (besser bekannt als Nudges) beschrieben und diskutiert wird. Damit hofft dieser Beitrag anteilig zu erklären wieso der hier skizzierte Vorkassebetrug bis heute erfolgreich operieren kann; ebenso hofft dieser Beitrag - durch das Skizzieren der beteiligten Mechanismen - generellere Einsichten in Betrugsmaschinen zu generieren, die ebenso über den skizzierten Fall hinaus Verwendung finden können (bspw. den sog. Einzeltrick etc.). Die entscheidungspsychologische Reflexion des Nigerian Scams erlaubt es darüber hinaus zentrale Momente betrügerischer Inhalte, Gespräche sowie weiterer Formate zu identifizieren, die bspw. für Bürgerinformations- bzw. Schulungsmaßnahmen genutzt werden können.

Till Neuhaus, Universität Bielefeld

Friederike Gödecke, Universität Bielefeld