



LAAT JE NIET INTERNEPPEN

Een campagne van het ministerie
van Justitie en Veiligheid en het ministerie van
Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

Inleiding

Zo'n 2,2 miljoen mensen kregen vorig jaar te maken met online criminaliteit. Door de slimme manieren van online misleiding kan iedereen in de val trappen. Interneppers ofwel internetcriminelen doen zich voor als iemand anders om jouw gegevens te stelen of om je op te lichten via mail, sms of WhatsApp. Het bericht of de mail is op het eerste gezicht van iemand die je vertrouwt. Zoals een vriend, een medewerker van een winkel met een mooie aanbieding of zelfs van je bank. Als ze voor je staan trap je er misschien niet zo snel in, maar online is dat een stuk lastiger. De beste manier om hiermee om te gaan? De afzender checken en als je het niet vertrouwt of twijfelt: wegklikken.

Een internepper doet aan Social Engineering. 'Social Engineering' is een term voor wisselende trucjes waarmee mensen online worden bedrogen. Door zich voor te doen als iemand anders en door handig in te spelen op persoonlijke situaties, krijgen internetcriminelen het voor elkaar om je op het verkeerde been te zetten. Engineering betekent eigenlijk 'iets bouwen'. Bij social engineering bouwen criminelen als het ware een omgeving of situatie waarin ze jou zo manipuleren dat je gevoelige informatie deelt of geld betaalt. Ze doen dit door gebruik te maken van eigenschappen die we allemaal hebben zoals nieuwsgierigheid, hebberigheid, behulpzaamheid of angst.



Doel

Het doel van de campagne is om mensen online misleiding helpen te herkennen en te voorkomen. De campagne roept mensen op om te controleren van wie het bericht afkomstig is en bij twijfel het bericht weg te klikken.

Om zoveel mogelijk mensen te bereiken wordt aan gemeenten gevraagd om deze campagne uit te zetten in de regio. In deze factsheet geven we voorbeelden hoe de campagne in te zetten is.

Bekijk [hier](#) de campagnewebsite met de beschikbare campagnematerialen.

Alle campagnematerialen zijn beschikbaar tot **25 oktober 2024**. Het is aan iedere gemeente zelf om te beslissen welke campagnematerialen er ingezet worden.



Uiteenzetting campagnelijnen

Campagnelijn 1: Bro! Ben jij dit?

Criminelen worden steeds slimmer. Op slinkse wijze wordt ingespeeld op menselijke eigenschappen zoals behulpzaamheid, hebberigheid, nieuwsgierigheid en angst. Zo doen criminelen zich bijvoorbeeld voor als een goede vriend of familielid. In het echt trap je hier niet snel in, maar via een Appje, sms'je of e-mail is dat een stuk lastiger. Wanneer je dan op de link klikt, kunnen criminelen toegang verkrijgen tot jouw persoonsgegevens.

Er is veel campagnemateriaal zoals filmpjes, flyers, social media berichten beschikbaar. Via [deze link](#) komt u terecht bij de toolbox waar het materiaal gratis is te verkrijgen.

Campagnelijn 2: Pap, ik ben mijn telefoon kwijt

Je krijgt een bericht van een vreemd nummer. Pap... help, ik ben mijn telefoon en bankpas kwijt en ik moet van de huurbaas vandaag nog mijn huur betalen. Wil je alsjeblieft zo snel mogelijk 500 euro overmaken via deze link anders kom ik in de problemen.

Dit is een voorbeeld van hoe criminelen proberen, door zich voor te doen als een ander, jouw geld afhandig te maken. Door in te spelen op je gevoel wordt geprobeerd je argwaan de kop in te drukken. Je denkt iemand te helpen maar wordt uiteindelijk slachtoffer van online oplichting.

Campagnelijn 3: Alleen dit uur 60% korting

Winkels proberen hun klanten vaak te verleiden met mooie aanbiedingen voor een nieuwe telefoon of een paar nieuwe sneakers. Criminelen spelen hier slim op in door zelf nepwebwinkels op te zetten. Ze proberen je te verleiden met absurd hoge kortingen die maar een beperkte tijd geldig zijn. Te mooi om waar te zijn.

Handelen

Hoe herken je een nep- bericht?

- Vaak zit er een dwingende toon aan het bericht. Ze willen dat je iets betaalt of dat je op een bepaalde link klikt. Je wordt aangespoord om een handeling te verrichten.
- Er zit tijdsdruk achter. De crimineel wil dat je direct handelt. Er is geen tijd te verliezen. Het moet zo snel mogelijk gebeuren.
- De situatie loopt uit de hand. Er is altijd nood aan de man. Het is vaak een kreet om hulp.

Wat kan je zelf doen?

- Check de afzender! Valse email-adressen bevatten vaak vreemde tekens of een afwijkende naam.
- Neem bij twijfel contact op via het bij jou bekende telefoonnummer van de persoon.
- Klik bij vreemde telefoonnummers of e-mailadressen nooit gelijk op een link.
- Ga voorzichtig om met persoonsgegevens op sociale media.
- Volg je gevoel. Bij twijfel, klik weg.

Wat moet je doen als je toch per ongeluk op een link klikt

- Neem altijd contact op met je bank. De bank is het eerste contactpunt als er in het betalingsverkeer mogelijk wat frauduleus gebeurt.
- Als er sprake is van fraude is het verstandig om contact op te nemen met de Politie. De politie biedt hulp en ondersteuning aan melders door het bieden van een (online) aangiftemogelijkheid en opsporing. De politie doet strafrechtelijk onderzoek en biedt een aantal opties voor schadeverhaal aan.
- Wanneer je slachtoffer van online fraude wordt kan dat een behoorlijke impact hebben. Slachtofferhulp Nederland biedt psychosociale, praktische en juridische hulp aan slachtoffers van online fraude.
- Naast deze bovengenoemde meldpunten zijn er nog meer meldpunten. Deze zijn in deze factsheet te vinden.





Bij wie breng je de campagne onder de aandacht?

De doelgroepen verschilt per campagnelijn. Zorg dus dat de campagne per doelgroep bij juiste partners in het netwerk wordt uitgezet. Onderstaand volgt een overzicht per campagnelijn. Ook wordt aangegeven welk medium.

Campagnelijn 1: Bro! Ben jij dit?

Campagnelijn 1: is vooral gericht op jongeren. Daarom is het verstandig om (in ieder geval) de volgende partners en ruimten te benutten:

- Middelbare scholen
- Jongerenwerkers
- Sportverenigingen
- Jeugdagenten / (digitale) wijkagenten
- Communicatieteam gemeente via publieke ruimtes (bushokjes, abri's)

Het volgende materiaal is beschikbaar voor deze campagnelijn:

- Losse beelden
- Video
- Animaties voor sociale media
- Bijschrift voor bij de beelden (captions)

Campagnelijn 2: Pap, ik ben mijn telefoon kwijt

Deze campagnelijn is gericht op volwassenen en ouderen. Daarom is het verstandig om (in ieder geval) de volgende partners en ruimten te benutten:

- Bibliotheken
- Wijkteams/Stadsmariniers
- Supermarkten
- Huis-aan-huisbladen
- Communicatieteam gemeente via publieke ruimtes (bushokjes, abri's)

Het volgende materiaal is beschikbaar voor deze campagnelijn:

- Losse afbeeldingen
- Boekenlegger
- Poster
- Flyer
- Bijschrift voor bij de beelden (captions)
- Bericht voor huis-aan-huisbladen

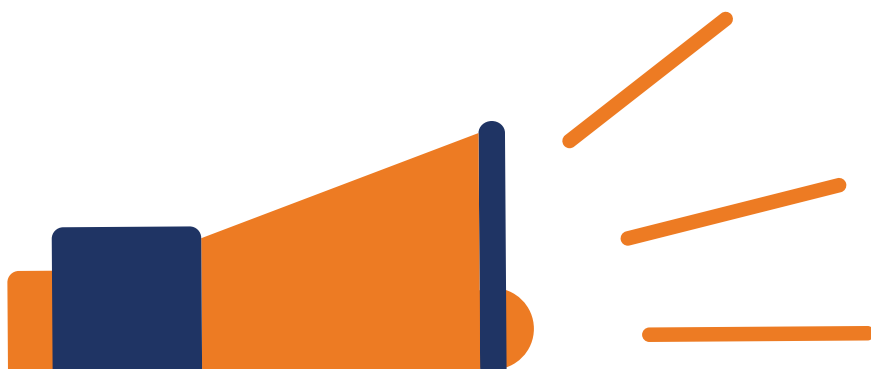
Campagnelijn 3: Alleen dit uur 60% korting

Deze campagnelijn is gericht op jongeren en (jong)volwassenen. Daarom is het verstandig om (in ieder geval) de volgende partners en ruimten te benutten:

- Huis-aan-huis blad
- Gemeentelijke social media kanalen
- Ondernemersverenigingen
- Communicatieteam gemeente
- Middelbare scholen
- Jongerenwerkers
- Sportverenigingen
- Jeugdagenten / (digitale) wijkagenten
- Bibliotheken
- Wijkteams/Stadsmariniers
- Supermarkten
- Communicatieteam gemeente via publieke ruimtes (bushokjes,abri's)

Het volgende materiaal is beschikbaar voor deze campagnelijn:

- Losse beelden
- Video
- Animaties
- Bijschrift voor bij de beelden (captions)
- Bericht voor huis-aan-huisbladen





Thema dagen koppelen

Ieder jaar wordt er een issuekalender vastgesteld met belangrijke dagen waar er aandacht gevraagd wordt voor een bepaald thema. Daarnaast zijn er andere dagen waarbij deze campagne onder de aandacht gebracht kan worden.

Deze dagen zijn:

| | |
|--|---|
| 6 februari: Safer Internet day | Alle drie de voorbeelden kunnen gebruikt worden |
| 14 februari: Valentijnsdag | 'Alleen dit uur 60% korting' |
| 11 - 15 maart: Week van het Geld | 'Alleen dit uur 60% korting' |
| 27 maart: Bewust veilig dag | Alle drie de voorbeelden kunnen gebruikt worden |
| Gehele maand oktober: European Cyber Security Maand, in de maand valt bijvoorbeeld ook de week van de Veiligheid (14 - 20 oktober) en de Internationale internetdag (29 oktober) | Alle drie de voorbeelden kunnen gebruikt worden |