

# Memo

**Van** : Programma Digitale Veiligheid en Cybercrime  
**Aan** : OOV & communicatiemedewerkers  
**Datum** : 14 november 2023  
**Onderwerp** : Landelijke communicatiecampagne 'Laat je niet interneppen!'

## Aanleiding

Het ministerie van Justitie en Veiligheid en het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties hebben gezamenlijk een communicatiecampagne ontwikkeld, onder de titel: Laat je niet interneppen! Vanuit het ministerie wordt de campagne uitgezet via onder meer sociale media advertenties. Om een groter bereik te creëren, worden ook gemeenten gevraagd de campagne uit te zetten in hun regio.

## Doel

Deze memo heeft tot doel gemeenten te helpen de campagne op een eenvoudige manier verder uit te zetten. Daartoe bevat dit memo:

1. Achtergrondinformatie over de communicatiecampagne;
2. Een advies welke campagnematerialen te gebruiken via welke partners;
3. Een voorstel hoe de campagne weg te zetten in de tijd;
4. Enkele voorbeelden.

### 1. Achtergrondinformatie communicatiecampagne 'Laat je niet interneppen!'

Het doel van deze communicatiecampagne is om mensen te helpen online misleiding te herkennen én te voorkomen. De campagne roept mensen op om te controleren van wie het bericht afkomstig is en bij twijfel het bericht weg te klikken. Controleer de afzender en klik weg als je twijfelt! Kortom: laat je niet interneppen!

De communicatiecampagne richt zich niet op één doelgroep. Er zijn drie voorbeelden gebruikt in de campagne, waarin er rekening mee is gehouden dat het ene voorbeeld meer aansprekend is voor jongeren en de andere meer voor ouderen. De drie voorbeelden (hierna: campagnelijnen) zijn:

1. Bro! Ben jij dit? *Verleiden om een filmpje te bekijken (en op een valse link te klikken)*
2. Pap, ik ben mijn telefoon kwijt! *Om hulp vragen (en daardoor op een valse link laten klikken).*
3. Alleen dit uur 60% korting. *Een aanbieding die te mooi is om waar te zijn (en een valse link bevat)*

Klik [hier voor de campagnewebsite](#). Op [deze website](#) zijn alle campagnematerialen te vinden.

### 2. Campagnematerialen

Alle campagnematerialen zijn [beschikbaar tot 25 oktober 2024](#). Uiteraard is het aan iedere gemeente zelf om te beslissen welke campagnematerialen wel/niet in te zetten. Met onderstaande handreiking proberen we de keus uit een grote hoeveelheid opties in de toolkit wat gemakkelijker te maken.

Naast de campagnematerialen die aangeleverd zijn vanuit de campagne, hebben wij in dit document ook enkele voorbeeld persberichten geschreven die geplaatst kunnen worden in huis-aan-huisbladen.

Hier volgt per campagnelijn een advies van hoe deze ingezet kan worden.

### Bro! Ben jij dit?

Voor deze campagnelijn zijn beschikbaar:

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

Wij adviseren om deze campagnelijn bij de volgende partners onder de aandacht te brengen:

Partners	Communicatiemiddel
Jongerenwerkers	Via sociale media de animaties voor socials delen.
Middelbare scholen	- Via sociale media de animaties voor socials delen. - Losse beelden uitprinten en ophangen op prikborden.
Sportverenigingen	- Via sociale media de animaties voor socials delen. - Losse beelden als poster ophangen op prikborden.
Jeugdagenten en digitale wijkagenten	Via sociale media de animaties voor socials delen.
Communicatieteam gemeente	Digitale posters zijn (op aanvraag) beschikbaar. Deze kunnen in het stadscentrum en/of in bushokjes getoond kunnen worden voor algemeen publiek.

### Pap, ik ben mijn telefoon kwijt!

Voor deze campagnelijn zijn beschikbaar:

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

Wij adviseren om deze campagnelijn bij de volgende partners onder de aandacht te brengen:

Partners	Communicatiemiddel
Bibliotheken	- De poster ophangen op prikborden in de bibliotheek. - Boekenleggers neerleggen bij inleveren/lenen
Wijkteams	- De poster ophangen op prikborden in de wijk- en buurtcentra. - Flyers neerleggen en uitdelen.
Supermarkten	Losse beelden uitprinten en ophangen op prikborden.
Huis-aan-huisbladen	Bericht publiceren in lokale huis-aan-huisbladen (zie persbericht variant 2)
Communicatieteam gemeente	Digitale posters zijn (op aanvraag) beschikbaar. Deze kunnen in het stadscentrum en/of in bushokjes getoond kunnen worden voor algemeen publiek.

### Alleen dit uur 60% korting

Voor deze campagnelijn zijn beschikbaar:

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

Wij adviseren om deze campagnelijnen bij de volgende partners onder de aandacht te brengen:

Partners	Communicatiemiddel
Huis-aan-huisblad	Bericht publiceren in lokale huis-aan-huisbladen (zie persbericht variant 3).
(Digitale) Wijkagenten	Via sociale media de animaties voor socials delen.
Gemeentelijke social media kanalen	De losse afbeeldingen waarbij de captions aan de post kunnen worden toegevoegd.
Ondernemersverenigingen	Via sociale media de animaties voor socials delen.
Communicatieteam gemeente	Digitale posters zijn (op aanvraag) beschikbaar. Deze kunnen in het stadscentrum en/of in bushokjes getoond kunnen worden voor algemeen publiek.

### 3. Tijdsplanning

Om te voorkomen dat de campagne eenmalig wordt weggezet, hierbij een suggestie voor momenten die aanleiding kunnen zijn om weer aandacht te vestigen op de campagne.

Wanneer	Campagnelijnen	Hoofdboodschap
(in aanloop naar) <b>24 november 2023</b> <b>Black Friday 2023</b>	Alleen dit uur 60% korting	Laat je niet oplichten door nepwinkels! Een aanbod dat te mooi lijkt om waar te zijn, is dat vaak ook.
(in aanloop naar) <b>27 november 2023</b> <b>Cyber Monday</b>	Alleen dit uur 60% korting	Laat je niet oplichten door nepwinkels! Een aanbod dat te mooi lijkt om waar te zijn, is dat vaak ook.
<b>Feestdagen in december</b>	Alleen dit uur 60% korting	Let op dat je niets koopt bij nepwinkels.
<b>28 januari 2024</b> <b>Privacydag</b>	Bro! Ben jij dit?	Wees zuinig met je gegevens, deel ze niet zomaar.
(in aanloop naar) <b>14 februari 2024</b> <b>Valentijnsdag</b>	Alleen dit uur 60% korting	Let op waar je je cadeau voor je geliefde koopt.
<b>April 2024</b> <b>Seniorenmaand</b>	Pap, ik ben mijn telefoon kwijt!	Aan alle (groot)ouders: verwijder deze berichten en zoek op een andere manier contact met je (klein)kind voordat je dergelijke berichten gelooft.
(in aanloop naar) <b>12 mei 2024</b> <b>Moederdag</b>	Pap, ik ben mijn telefoon kwijt!	Aan alle moeders: verwijder deze berichten en zoek op een andere manier contact met je kind voordat je dergelijke berichten gelooft.
(in aanloop naar) <b>16 juni 2024</b> <b>Vaderdag</b>	Pap, ik ben mijn telefoon kwijt!	Aan alle vaders: verwijder deze berichten en zoek op een andere manier contact met je kind voordat je dergelijke berichten gelooft.
<b>30 juni 2024</b> <b>Dag van de sociale media</b>	Bro! Ben jij dit?	Let op, sociale media wordt ook gebruikt voor oplichting.

#### 4. Voorbeeldberichten

Om de campagne via eigen middelen en lokale pers beter weg te zetten hebben we enkele voorbeeldberichten toegevoegd die naar eigen inzicht kunnen worden aangepast.

##### VARIANT 1: ALGEMEEN

#### **Laat je niet interneppen. Check de afzender en bij twijfel: klik weg!**

**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. Criminelen, ofwel interneppers doen zich voor als iemand anders om jouw gegevens te stelen of om je op te lichten via e-mail, sms of WhatsApp. Als ze voor je staan trap je er misschien niet zo snel in, maar online is dat een stuk lastiger. Check daarom altijd de afzender en als je twijfelt: klik weg.**

Door zich voor te doen als iemand anders en door handig in te spelen op persoonlijke situaties, krijgen criminelen het voor elkaar om je op het verkeerde been te zetten. Een internepper doet aan 'Social Engineering'. Dit is een term voor wisselende trucjes waarmee mensen online worden bedrogen.

#### **Hoe herken je nepberichten?**

- Je krijgt weinig bedenktijd: de internepper geeft je geen tijd om na te denken, dringt constant aan, blijft vriendelijk en benadrukt dat je direct moet handelen.
- Het bericht heeft een dwingende toon: de zogenaamde 'bekende' of 'instantie' verwacht dat je iets betaalt, je wordt gevraagd om op een link te klikken, of je wordt aangespoord om iets te downloaden.
- De situatie loopt uit de hand: je krijgt een aanbieding die te mooi is om waar te zijn, je bent nieuwsgierig naar een filmpje of er wordt dringend om jouw hulp gevraagd.

#### **Wat kan je zelf doen?**

- Check de afzender: controleer altijd van wie het bericht komt.
- Neem via het bij jou bekende telefoonnummer of e-mailadres contact op als je de afzender niet herkent.
- Let extra goed op bij vreemde e-mailadressen en links, nooit direct klikken.
- Deel niet te veel informatie op social media.
- Deel je wachtwoord niet met anderen.
- Bij twijfel: klik weg.

#### **laatjenietinterneppen.nl**

'Laat je niet interneppen' is een landelijke campagne die mensen helpt om online misleiding te herkennen én te voorkomen. Wil je meer lezen over hoe interneppers te werk gaat en wat jij kunt doen om dit te voorkomen? Bekijk de tips [laatjenietinterneppen.nl](http://laatjenietinterneppen.nl).

VARIANT 2: VRIEND-IN-NOOD-FRAUDE, passen bij campagnelijn 'pap, ik ben mijn telefoon kwijt'.

**Pap ik ben mijn telefoon kwijt: Laat je niet interneppen. Check de afzender en bij twijfel: klik weg!**

**Of je misschien even wat geld kunt overmaken, om bijvoorbeeld de huur of een nieuwe telefoon van te betalen. Of klik even op deze link om te zien waar ik mijn telefoon ben kwijtgeraakt. Het lijken berichtjes van een bekende, maar criminelen doen zich voor als iemand anders om jouw gegevens te stelen of om je op te lichten via e-mail, sms of WhatsApp. Check daarom altijd de afzender en als je twijfelt: klik weg.**

Door zich voor te doen als iemand anders en door handig in te spelen op persoonlijke situaties proberen criminelen, ofwel interneppers op slinkse wijze geld af te troggelen. Door gebruik te maken van emotie en spoed krijgen ze het voor elkaar om je op het verkeerde been te zetten. Ook ouders met kinderen zijn het doelwit. Ze denken bijvoorbeeld dat ze hun kind uit de brand helpen, maar raken ongewild slachtoffer van deze manier van oplichting

#### **Hoe herken je nepberichten?**

- Je krijgt weinig bedenktijd: de internepper geeft je geen tijd om na te denken, dringt constant aan, blijft vriendelijk en benadrukt dat je direct moet handelen.
- Het bericht heeft een dwingende toon: de zogenaamde 'bekende' of 'instantie' verwacht dat je iets betaalt, je wordt gevraagd om op een link te klikken, of je wordt aangespoord om iets te downloaden.
- De situatie loopt uit de hand: je krijgt een aanbieding die te mooi is om waar te zijn, je bent nieuwsgierig naar een filmpje of er wordt dringend om jouw hulp gevraagd.

#### **Wat kan je zelf doen?**

- Check de afzender: controleer altijd van wie het bericht komt.
- Neem via het bij jou bekende telefoonnummer of e-mailadres contact op als je de afzender niet herkent.
- Let extra goed op bij vreemde e-mailadressen en links, nooit direct klikken.
- Deel niet te veel informatie op social media.
- Deel je wachtwoord niet met anderen.
- Bij twijfel: klik weg.

#### **laatjenietinterneppen.nl**

'Laat je niet interneppen' is een landelijke campagne die mensen helpt om online misleiding te herkennen én te voorkomen. Wil je meer lezen over hoe interneppers te werk gaat en wat jij kunt doen om dit te voorkomen? Bekijk de tips [laatjenietinterneppen.nl](http://laatjenietinterneppen.nl).

VARIANT 3: FEESTDAGEN WEBSHOPS, passend bij campagnelijn 'alleen dit uur 60% korting'.

**Aanbieding te goed om waar te zijn? Laat je niet interneppen. Check de afzender en bij twijfel: klik weg!**

**Rondom de feestdagen vliegen de aanbiedingen je om de oren. Criminelen, ofwel interneppers maken daar ook graag gebruik van. Ze doen zich voor als een bekende of een winkelmedewerker en schotelen je een prachtige korting voor van maar liefst 60 procent! Moet je wel binnen een uur reageren en even op een link van ze klikken. Laat je niet interneppen, check altijd de afzender en als je twijfelt: klik weg.**

Mensen kopen steeds meer en vaker online. Verkopers proberen jou op allerlei manieren te verleiden tot impulsaankopen. Vooral rondom de feestdagen maken criminelen, ofwel interneppers daar ook graag gebruik van. Door zich voor te doen als iemand anders en jou via e-mail, sms of WhatsApp te benaderen met een goede deal, krijgen criminelen het voor elkaar om je op het verkeerde been te zetten. Een internepper maakt daarbij gebruik van 'Social Engineering'. Dit is een term voor wisselende trucjes waarmee mensen online worden bedrogen.

Hoe herken je nepberichten?

- Je krijgt weinig bedenktijd: de internepper geeft je geen tijd om na te denken, dringt constant aan, blijft vriendelijk en benadrukt dat je direct moet handelen.
- Het bericht heeft een dwingende toon: de zogenaamde 'bekende' of 'instantie' verwacht dat je iets betaalt, je wordt gevraagd om op een link te klikken, of je wordt aangespoord om iets te downloaden.
- De situatie loopt uit de hand: je krijgt een aanbieding die te mooi is om waar te zijn, je bent nieuwsgierig naar een filmpje of er wordt dringend om jouw hulp gevraagd.

Wat kan je zelf doen?

- Check de afzender: controleer altijd van wie het bericht komt.
- Neem via het bij jou bekende telefoonnummer of e-mailadres contact op als je de afzender niet herkent.
- Let extra goed op bij vreemde e-mailadressen en links, nooit direct klikken.
- Deel niet te veel informatie op social media.
- Deel je wachtwoord niet met anderen.
- Bij twijfel: klik weg.

laatjenietinterneppen.nl

'Laat je niet interneppen' is een landelijke campagne die mensen helpt om online misleiding te herkennen én te voorkomen. Wil je meer lezen over hoe interneppers te werk gaat en wat jij kunt doen om dit te voorkomen? Bekijk de tips [laatjenietinterneppen.nl](http://laatjenietinterneppen.nl).