

Echt-Nep

Van wetenschappelijk onderzoek naar
mediacampagne



De VeiligheidsAlliantie regio Rotterdam (VAR) en de gemeente Rotterdam hebben gezamenlijk een mediacampagne ontwikkeld met als doel jongeren (specifiek jongere vrouwen) meer bewust te maken van de risico's van cybercrime in het algemeen en specifiek van phishing. Deze mediacampagne is gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek van Hogeschool Saxion en de Haagse Hogeschool.

Cybercriminaliteit

Cybercriminaliteit is een serieus en urgent maatschappelijk probleem. De winst in het tegengaan van cybercriminaliteit zal op korte termijn niet liggen in het opsporen van daders of het vergroten van toezicht op internet, maar eerder in het verbeteren van de cyberweerbaarheid van internetgebruikers. Het gedrag van mensen heeft invloed op de kans slachtoffer te worden van cybercriminaliteit zoals phishing en ransomware.

Risicocommunicatie

Effectieve risicocommunicatie en voorlichting kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan het zelfbeschermend en voorbereidend gedrag van internetgebruikers, en daarmee hun capaciteit om zichzelf en/of hun organisatie te beschermen tegen de mogelijke risico's en effecten. Risicocommunicatie is maatwerk en is idealiter gebaseerd op de beleving en percepties van de doelgroep. Daarom is het van belang voor iedere doelgroep de communicatiestrategie te laten aanpassen aan hun kenmerken, percepties en gedragingen.

Wetenschappelijk onderzoek

Aangezien vooral jongeren en mkb'ers relatief vaak slachtoffer zijn van verschillende vormen van cybercriminaliteit, heeft de VAR aan de lectoraten Maatschappelijke Veiligheid (Hogeschool Saxion) en Cybersecurity in het mkb (Haagse Hogeschool) opdracht gegeven onderzoek te doen naar de beleving en het gedrag van deze groepen met betrekking tot cybercriminaliteit en hoe zelfbeschermend gedrag door middel van effectieve risicocommunicatie kan worden gestimuleerd. Naar aanleiding van dit onderzoek is het rapport 'Cyberweerbaarheid. Risicobewustzijn en zelfbeschermend gedrag rondom cybercriminaliteit onder jongeren en mkb'ers' uitgebracht.

Jongeren

De resultaten laten zien dat het zelfbeschermend gedrag van jongeren vooral wordt ingegeven door persoonlijke kenmerken (opleidingsniveau, leeftijd, geslacht en risicogevoeligheid), effectiviteitsverwachtingen, ervaring met slachtofferschap en de perceptie van eigen verantwoordelijkheid om jezelf te beschermen. Daarnaast blijkt dat de intenties om in de

toekomst aanvullende zelfbeschermende maatregelen te nemen samenhangen met leeftijd en geslacht, waarbij jongere vrouwen de laagste intenties hebben om zichzelf (beter) te gaan beschermen tegen cybercriminaliteit. Uit het onderzoek blijkt dat men denkt dat vooral anderen een grote kans lopen om slachtoffer te worden terwijl men de eigen kans op slachtofferschap als (zeer) klein inschat. Om de risicoperceptie effectief te veranderen en zelfbeschermend gedrag te stimuleren is een trigger nodig, die de doelgroep bewust maakt dat ook zij slachtoffer kunnen worden van phishing.



Bewustwordingscampagne Echt-Nep

Naar aanleiding van het onderzoek en het bijbehorende rapport hebben de VAR en de gemeente Rotterdam gezamenlijk een online bewustwordingscampagne laten ontwikkelen met als doel jongeren (specifiek jonge vrouwen) meer bewust te maken van de risico's van cybercrime in het algemeen en specifiek van phishing. Deze 'Echt-Nep campagne', waarbij de jonge vrouwen in een 'fuik' worden gelokt, is op 2 maart 2020 gelanceerd in Rotterdam en de overige 24 gemeenten binnen de Politie-Eenheid Rotterdam.

De campagne is op maat gemaakt en sluit aan bij de belevingswereld van de jonge vrouwen. Via nepadvertenties op social media worden de jonge vrouwen verleid tot het klikken op een link. Nadat zij hierop geklikt hebben volgt een 'glitch'; een kort filmpje (3 seconden) waarbij het lijkt alsof hun telefoon is gehackt. Vervolgens worden zij doorgeleid naar de Echt-Nep website (<http://echt-nep.nl/home>). Deze methode met een 'fuik' is eerder gebruikt in een communicatiecampagne van de politie. Deze campagne werd als zeer succesvol beschouwd.

Op de Echt-Nep website staat een quiz waar jonge vrouwen hun kennis over phishing kunnen testen om zo te leren hoe je nepmails, nepadvertenties en andere nepcontent op internet kan herkennen. Ook bevat de website algemene tips hoe zij hun online veiligheid kunnen vergroten en wordt doorverwezen naar relevante partners voor meer informatie of als zij slachtoffer zijn geworden van cybercrime.

De campagne is vier weken online geweest, waarbij tijdens de eerste twee weken gebruik gemaakt is van de nepadvertentie op social media die specifiek getarget is op de doelgroep. Na deze periode is overgegaan naar een informatieve campagne over phishing, die eveneens volledig gericht is op deze doelgroep. Gedurende deze vier weken is gebruik gemaakt van de website <http://echt-nep.nl/home>.



WAT IS ECHT?
WAT IS NEP?

Word baas over je online informatie
Blijf scherp & check voor je klikt



#FREESHOPPINGMONEY #FREESHOPPINGMONEY

GRATIS SHOPPEN?
FREE SHOPPING MONEY!

#FREESHOPPINGMONEY #FREESHOPPINGMONEY #FREESHOPPINGMONEY #FREESHOPPINGMONEY

KLIK & WIN!

#FREESHOPPINGMONEY #FREESHOPPINGMONEY

INTERESSE?

Wil je meer weten over het wetenschappelijk onderzoek? Neem dan contact op met: r.spithoven@saxion.nl of e.r.leukfeldt@hhs.nl. Wil je meer weten over de campagne? Of wil je deze campagne ook in jouw gemeente of regio gebruiken? Neem dan contact op met de VAR via var.rotterdam@politie.nl of Cyber Resilience gemeente Rotterdam via cyber@rotterdam.nl.



DE HAAGSE
HOGESCHOOL



Gemeente Rotterdam