

Laat je niet Interneppen

*Kwantitatief onderzoek naar
herkenning van online oplichting*

Rapportage

Onderzoek in opdracht van het Ministerie van Justitie en Veiligheid

Joyce van Brecht & Lars Bolwerk

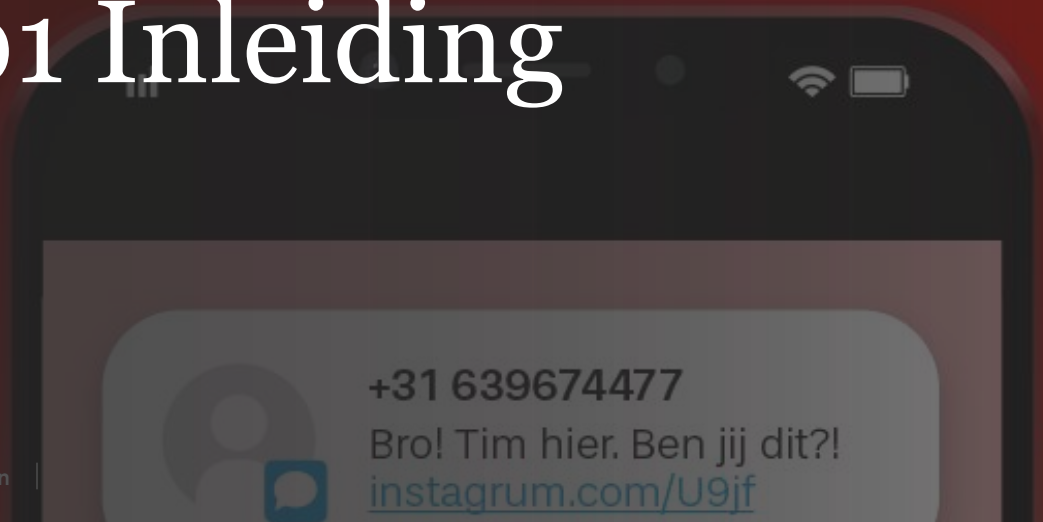
20 november 2025



Laat je niet
interneppen.

Check de afzender en
bij twijfel: **swipe weg!**

01 Inleiding





01

CONTEXT

Online oplichting, vaak via e-mail, WhatsApp of andere digitale kanalen, is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Criminelen maken daarbij gebruik van social engineering-technieken die inspelen op vertrouwen, angst of urgentie, waardoor hun uitingen nauwelijks nog van echt te onderscheiden zijn. Het Ministerie van Justitie en Veiligheid (JenV) wil Nederlanders weerbaarder maken tegen deze vormen van online oplichting. Binnen de campagne *Laat je niet interneppen* is duidelijke en geloofwaardige communicatie cruciaal om mensen bewust te maken van de risico's en hen te helpen nep van echt te onderscheiden. In dit kader wil JenV beter begrijpen in hoeverre Nederlanders in staat zijn online oplichting te herkennen, en hoe zij hun eigen kennis en vaardigheden daarin inschatten

02

ONDERZOEKSDOEL

Hagens PR, het bureau dat verantwoordelijk is voor de PR-campagne, wenst met dit onderzoek actuele en representatieve inzichten te verzamelen over hoe Nederlanders omgaan met digitale uitingen die zowel echt als nep kunnen zijn. Deze inzichten zullen ingezet worden voor de PR rondom de campagne *Laat je niet interneppen*.

03

VRAGENLIJST: EXPERIMENTELE OPZET

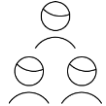
Om te onderzoeken in hoeverre Nederlanders in staat zijn om online uitingen te beoordelen op betrouwbaarheid is in dit onderzoek een experimentele opzet gebruikt op basis van een a/b test. Respondenten werden random verdeeld over twee condities: echt en nep. In conditie 'echt' kregen de respondenten 5 betrouwbare digitale uitingen te zien, terwijl de respondenten in conditie 'nep' 5 vergelijkbare neppe digitale uitingen te zien kregen die als doel hadden om mensen te misleiden. De uitingen bestonden uit een webshop, Whatsapp, SMS, e-mail en een videobericht, en worden in het rapport ook wel aangeduid als *stimuli*.

Onderzoeksverantwoording



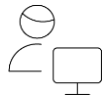
Doelgroep

Nederlanders van 16 jaar en ouder.



Steekproefbron

De steekproef is getrokken uit ons consumentenpanel NIPObase.



Respons

In totaal hebben n=1805 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld. De steekproef is vergeleken met de daadwerkelijke samenstelling van de doelgroep op de kenmerken geslacht, leeftijd, opleiding en regio. Voor afwijkingen is gecorrigeerd door middel van herweging. De uitkomsten kunnen hiermee als representatief worden beschouwd.



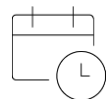
Online methode

Voor dit onderzoek is gebruikt gemaakt van een online vragenlijst (CAWI: computer assisted web interviewing). Respondenten ontvingen een e-mail met daarin informatie over het onderzoek en een link naar de online vragenlijst.



Vragenlijst

De vragenlijst is opgezet door Verian in samenspraak met het Ministerie van Justitie en Veiligheid en Hagens. De invulduur bedroeg ca. 10 minuten.



Veldwerkperiode

Het veldwerk heeft gelopen van woensdag 29 oktober t/m dinsdag 4 november 2025.



Weergave percentages in rapport

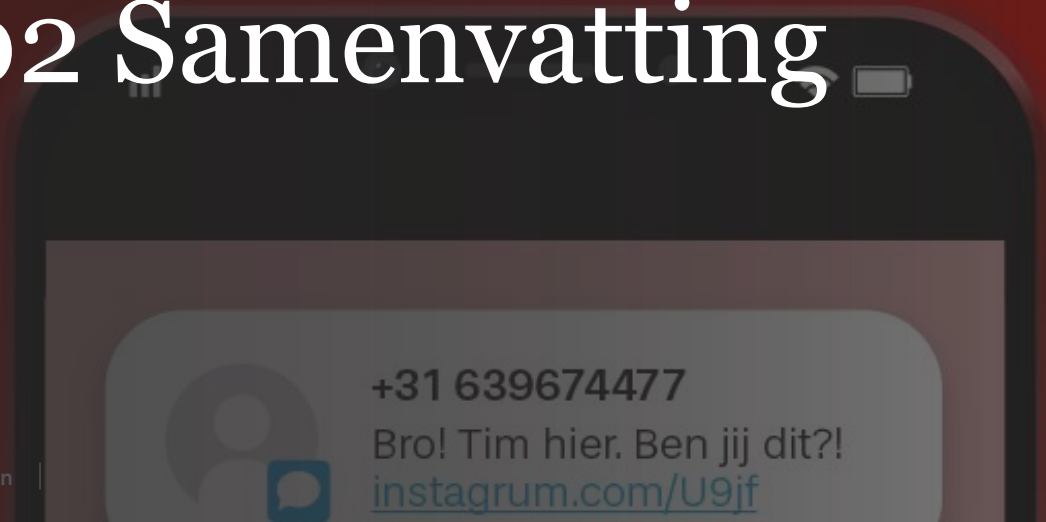
In sommige grafieken telt het totaal niet op tot 100%. Dit kan veroorzaakt worden door afrondingsverschillen, doordat respondenten meerdere antwoorden konden selecteren, of doordat bepaalde waarden zijn weggelaten om de leesbaarheid te vergroten (Bijv. percentages <5% en 'weet ik niet').



Laat je niet
interneppen.

Check de afzender en
bij twijfel: **swipe weg!**

02 Samenvatting



Samenvatting

Doelstelling en belangrijkste uitkomsten

Doelstelling onderzoek

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in:

- de mate waarin Nederlanders kunnen herkennen of digitale uitingen zoals e-mails, webshops, WhatsApp-berichten en video's echt of nep zijn bedoeld om te misleiden;
- de inschatting van Nederlanders van eigen kennis en vaardigheden op dit vlak.

De resultaten bieden het Ministerie van Justitie en Veiligheid en PR-bureau HAGENS input voor de campagne Laat je niet Interneppen. Deze campagne helpt zo bij het vergroten van bewustwording en het versterken van de maatschappelijke weerbaarheid tegen online oplichting.

Belangrijkste uitkomsten:

- De helft van de Nederlanders denkt dat ze online oplichting goed kunnen herkennen.
- Circa 1 op de 3 geeft zelf aan het beoordelen van de neppe uitingen (heel) moeilijk te vinden.
- Dit blijkt anders uit de vragen over het beoordelen van de uitingen. Mensen blijken moeite te hebben met het inschatten van hun beoordeling van de echtheid of nepheid van de getoonde stimuli: de meesten hebben meer of minder juist dan dat ze zelf dachten.
- De oudere groep vindt de misleidende stimuli minder betrouwbaar dan de andere groepen
- Een groot gedeelte Nederlanders denkt dat online oplichting vaker voor gaat komen in de toekomst.
- Meer dan 7 op de 10 Nederlanders verwachten dat online oplichting een groter probleem wordt dat moeilijker is te herkennen.
- Bijna een derde van de Nederlanders is een keer online opgelicht.
- Ongeveer 1 op de 10 Nederlanders schat de kans groot in dat ze komend jaar slachtoffer worden van online oplichting.
- Nederlanders letten vooral op taalgebruik, de afzender en onlogische verzoeken wanneer ze beoordelen of een bericht of website betrouwbaar is.
- Ruim 4 op de 10 Nederlanders schat hun eigen vermogen om onderscheid te maken tussen echt en nep te hoog in.

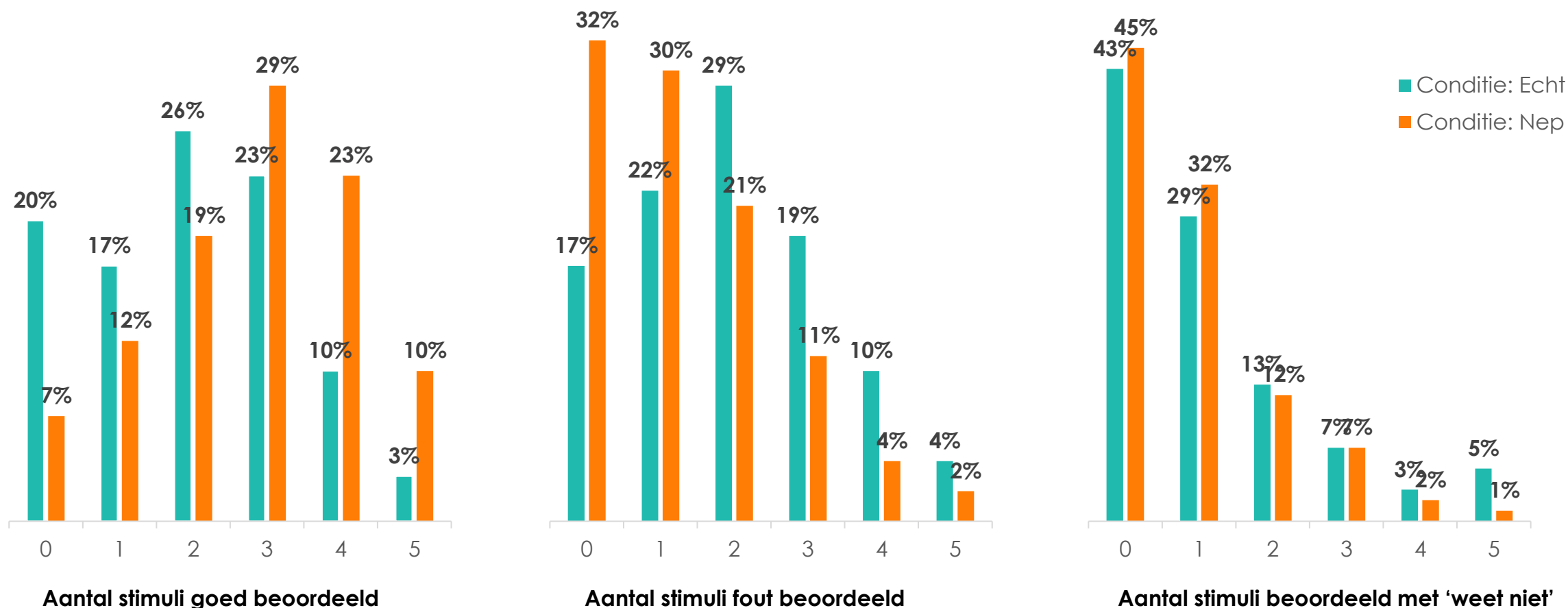


Laat je niet
interneppen.

Check de afzender en
bij twijfel: **swipe weg!**

03 Resultaten: beoordeling van
getoonde vijf stimuli

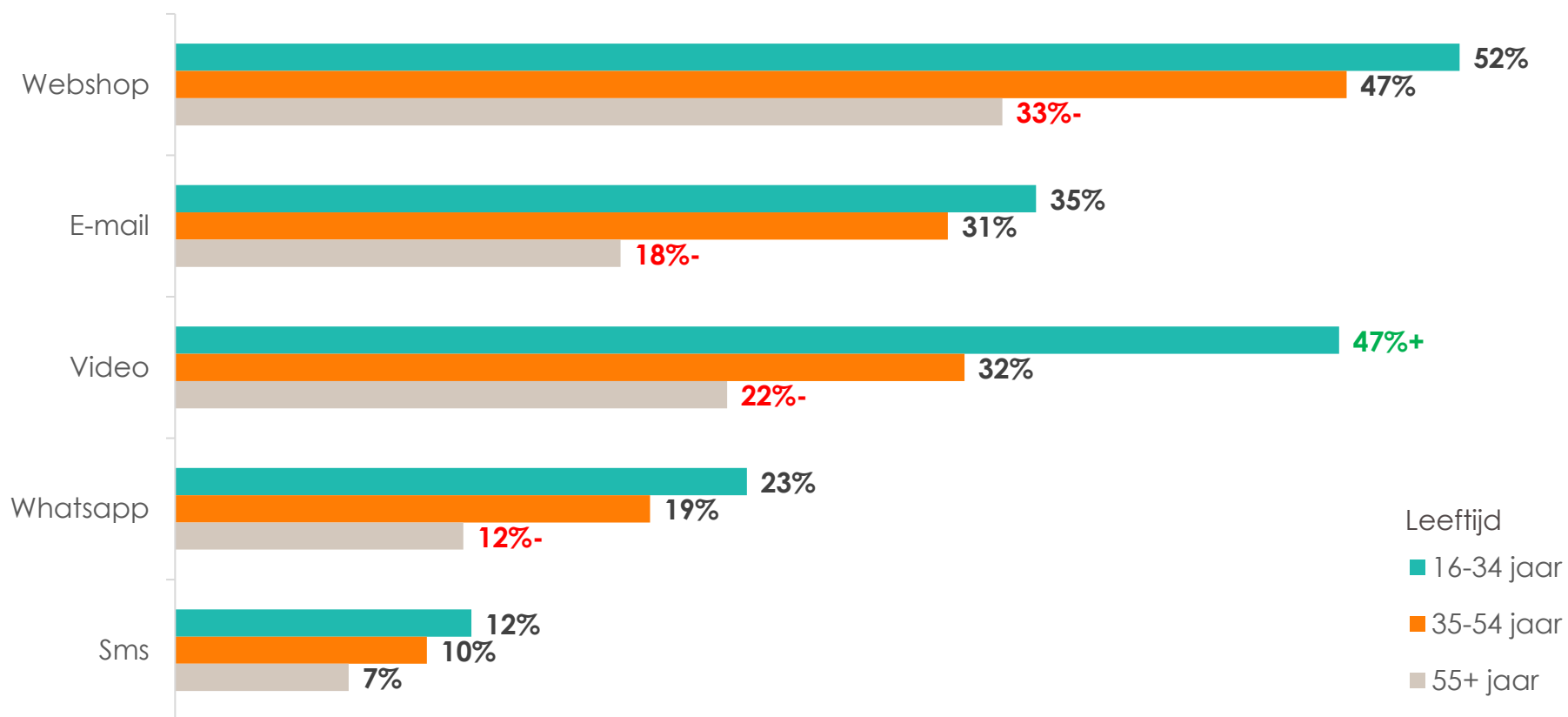
Slechts 1 op de 10 Nederlanders heeft alle misleidende stimuli correct beoordeeld als nep



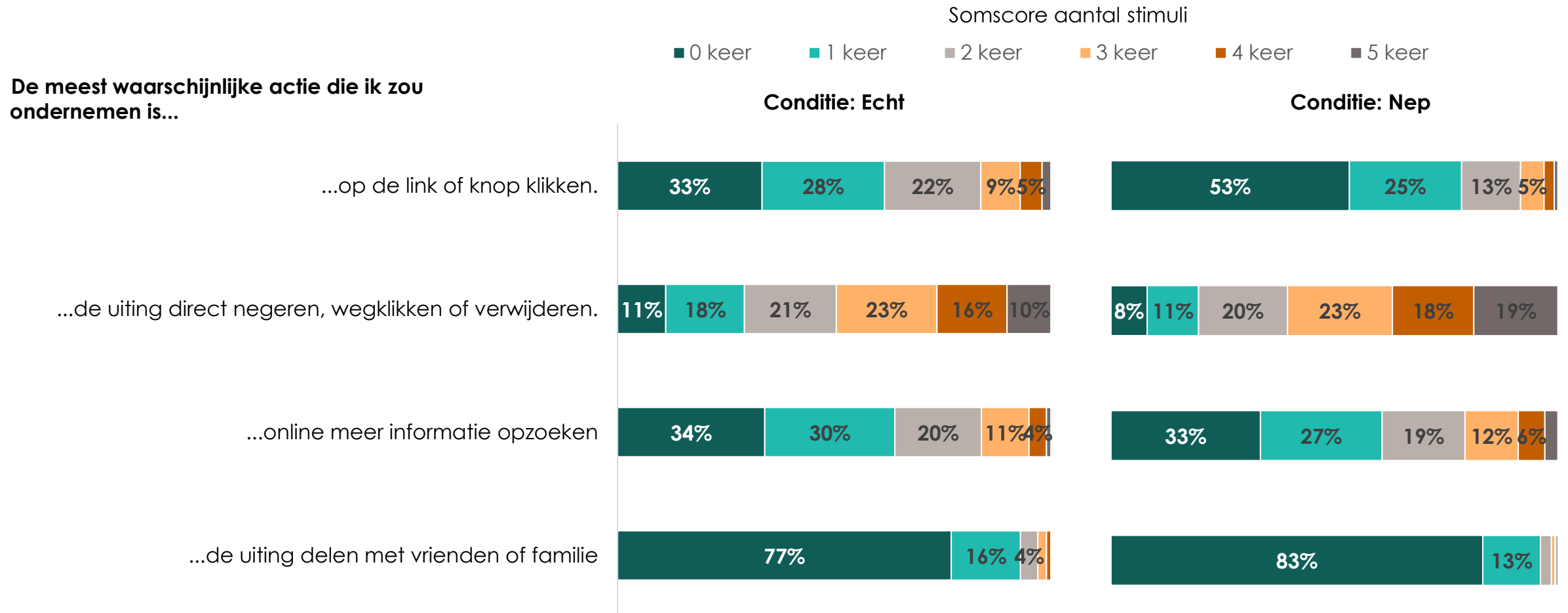
Ouderen vinden de getoonde misleidende stimuli minder vaak betrouwbaar

Conditie: Nep
Antwoord: Betrouwbaar

Denk je dat de [stimuli] betrouwbaar is of nep is en bedoeld om mensen op te lichten?



In de conditie met misleidende stimuli zou bijna de helft minstens één keer op de misleidende link of knop klikken

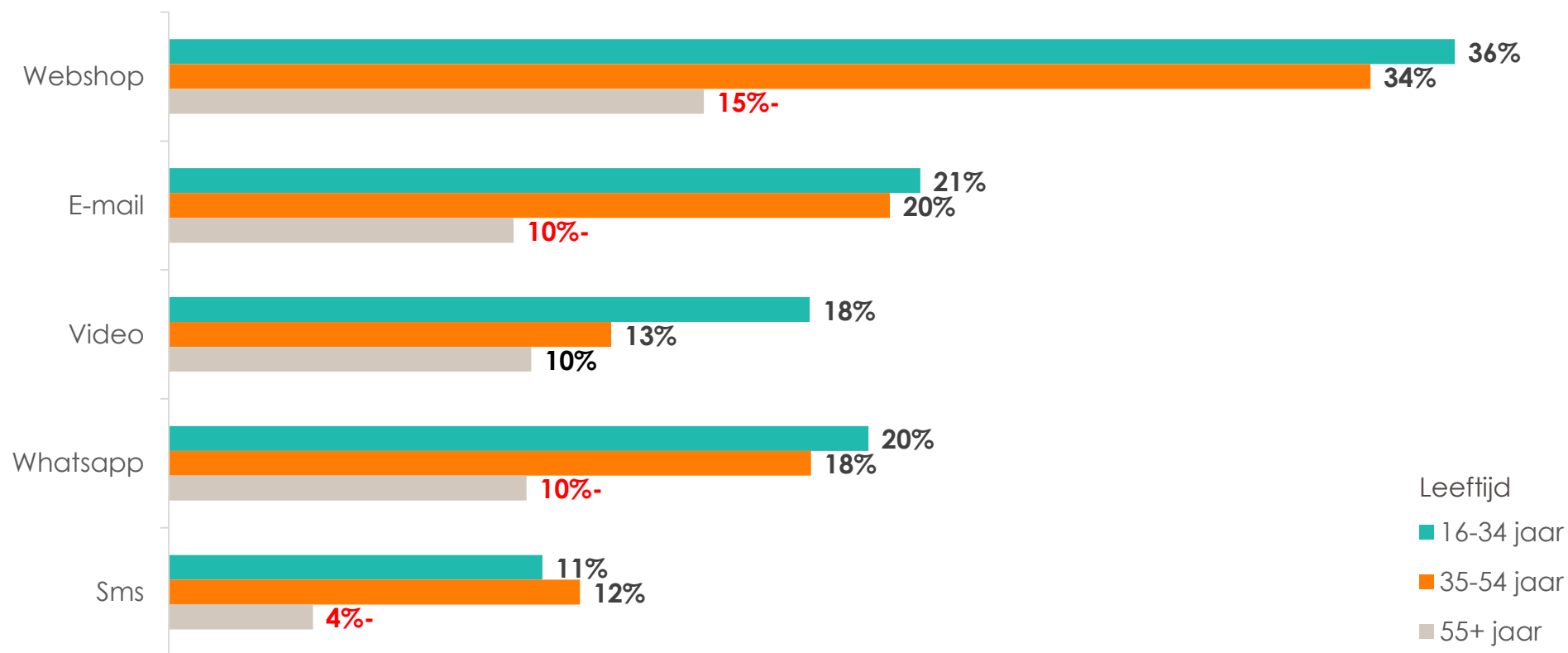


Ouderen zouden in de getoonde misleidende stimuli minder snel op de link of knop klikken

Geef hieronder aan wat het meest voor je van toepassing is na het zien van de uiting.

Conditie: Nep

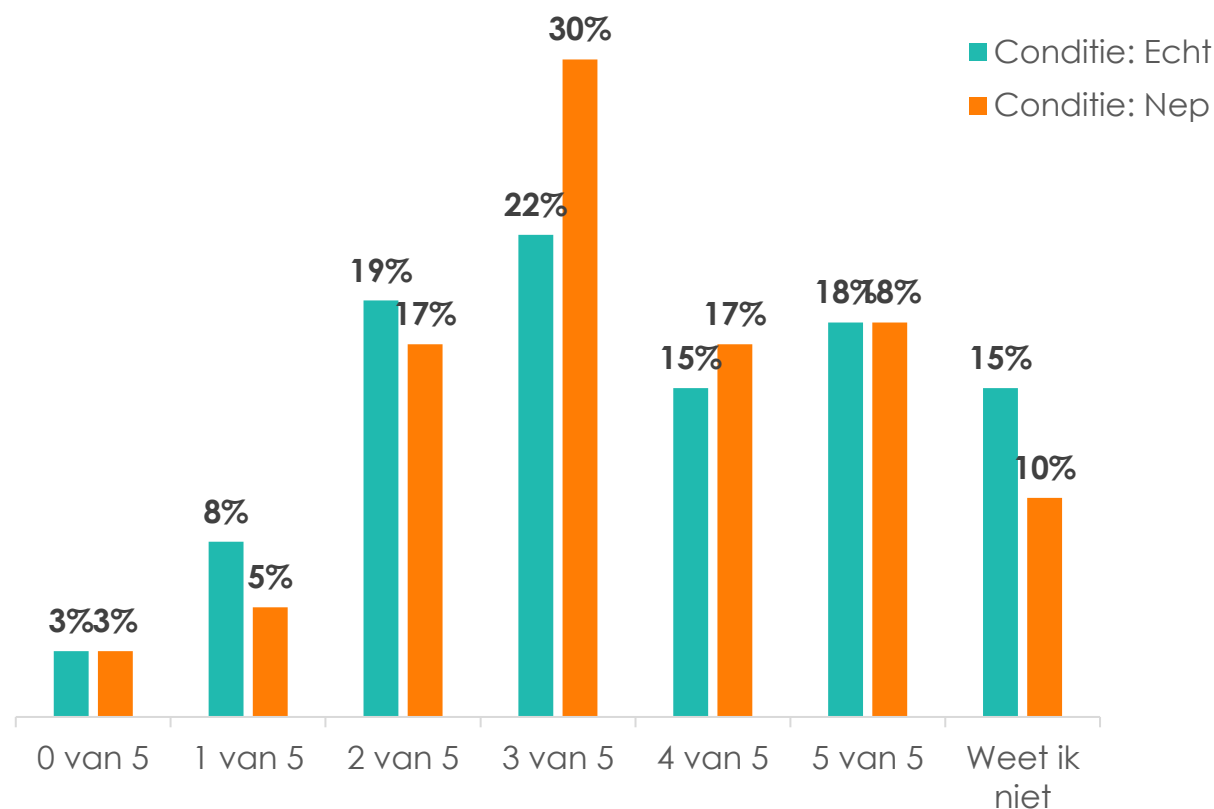
Antwoord: De meest waarschijnlijke actie die ik zou ondernemen is op de link of knop klikken.



^{Rood}: = significant minder ten opzichte van andere leeftijdsgroepen

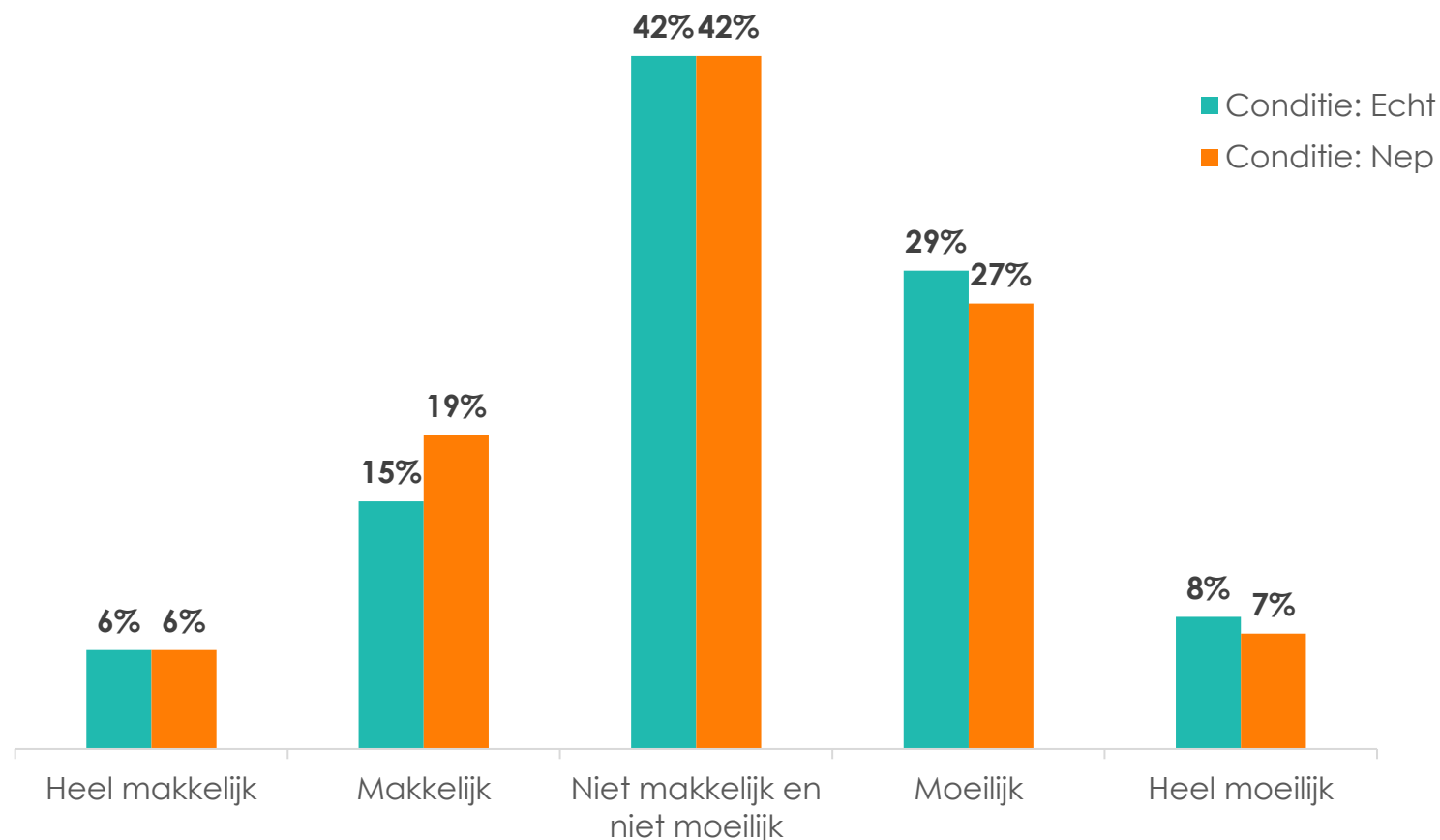
Bijna een vijfde van de Nederlanders in zowel de echte als misleidende conditie denkt dat ze alle uitingen goed beoordeeld hebben

Hoeveel van de vijf uitingen heb je juist beoordeeld denk je?



Circa een derde van de Nederlanders in de conditie met misleidende stimuli vond het beoordelen van de stimuli (heel) moeilijk

Hoe makkelijk of moeilijk vond je het om te beoordelen of de getoonde digitale uitingen betrouwbaar of oplichting waren?



Circa 2 op de 5 Nederlanders schat hun eigen vermogen om onderscheid te maken tussen echt en nep te hoog in

Hoeveel van de vijf uitingen heb je juist beoordeeld denk je?

Aantal stimuli daadwerkelijk juist beoordeeld (somscore)	Hoeveel van de vijf uitingen heb je juist beoordeeld denk je?							
	Totaal	0 van 5	1 van 5	2 van 5	3 van 5	4 van 5	5 van 5	Weet ik niet
Totaal	100% n=1806	100% n=54	100% n=120	100% n=323	100% n=471	100% n=291	100% n=322	100% n=225
0 van 5	13%	24%	8%	7%	10%	13%	13%	31%
1 van 5	15%	30%	33%	15%	14%	11%	10%	16%
2 van 5	23%	2%	23%	36%	21%	19%	17%	23%
3 van 5	26%	22%	25%	27%	33%	24%	23%	21%
4 van 5	16%	17%	10%	12%	18%	26%	18%	6%
5 van 5	6%	6%	1%	4%	4%	7%	18%	2%

Groen = juist beoordeeld
Rood = zichzelf overschat

In totaal heeft **42% (n=750)** zichzelf overschat: zij dachten meer stimuli juist beoordeeld te hebben dan ze daadwerkelijk gedaan hebben

Hoeveel stimuli daadwerkelijk juist beoordeeld. Vraag: Denk je dat [uiting] betrouwbaar is of nep is en bedoeld om mensen op te lichten? (somscore n=1805)

Hoeveel van de vijf uitingen heb je juist beoordeeld denk je? (n=1805)

Het totaal van de percentages is door afronding mogelijk niet 100%.



Laat je niet
interneppen.

Check de afzender en
Dij twijfel: **swipe weg!**

03 Resultaten vaardigheid, kennis
en verwachtingen



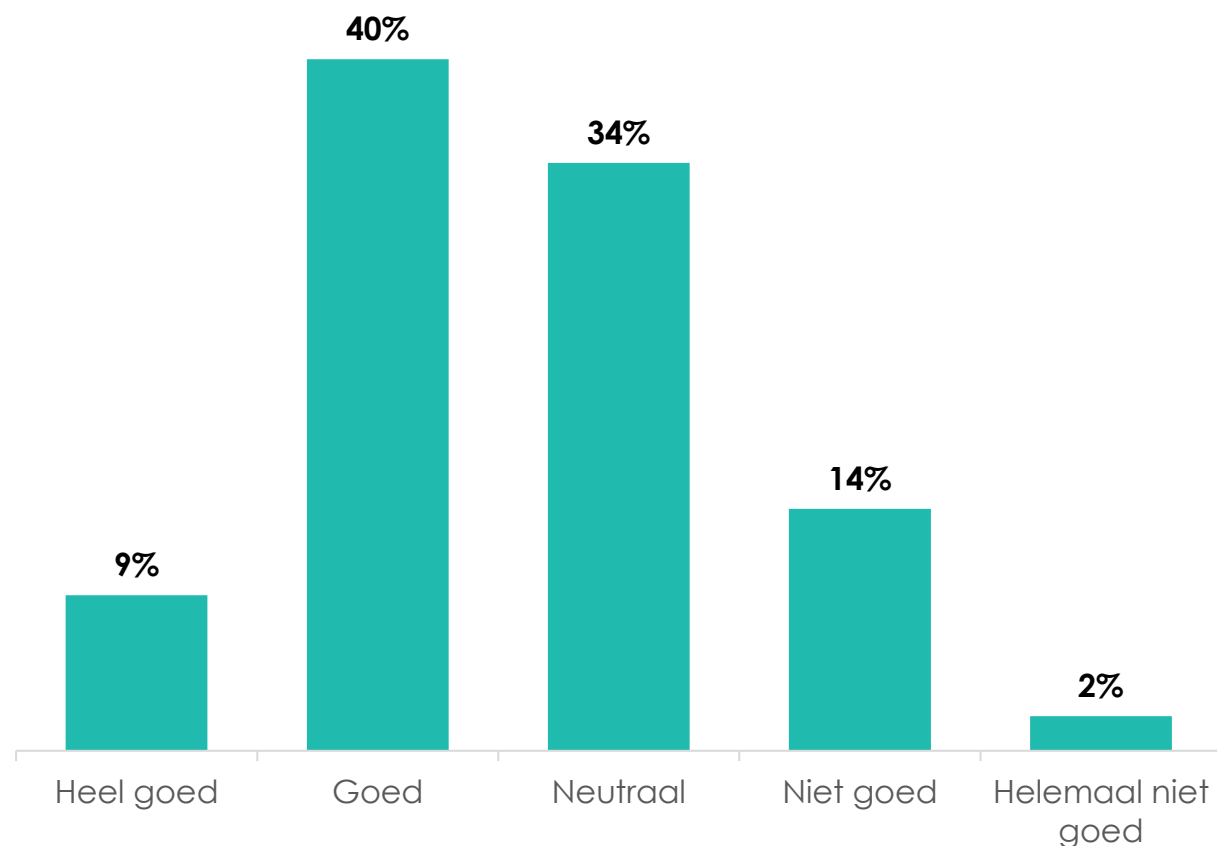
+31 639674477

Bro! Tim hier. Ben jij dit?!

[instagram.com/U9jf](https://www.instagram.com/U9jf)

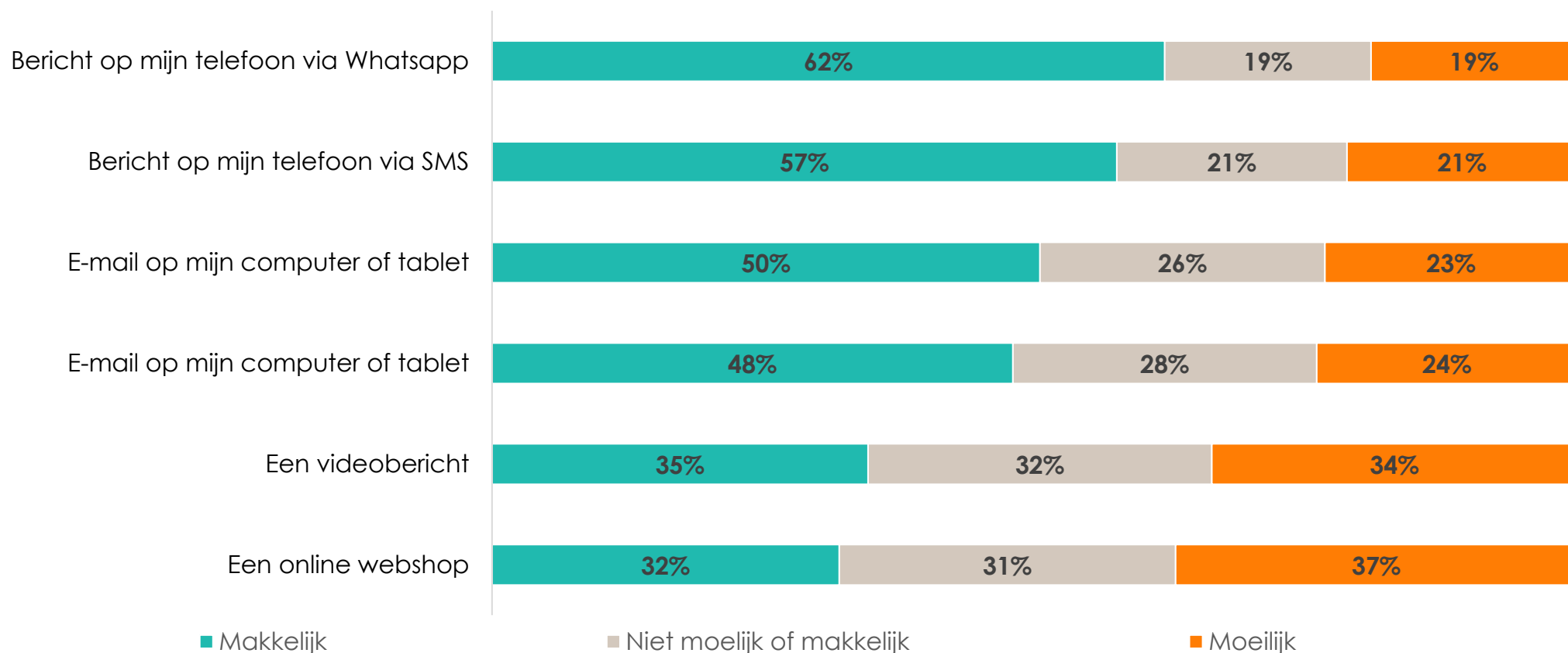
De helft van de Nederlanders denkt dat ze online oplichting (heel) goed kunnen herkennen

Hoe goed denk je dat het je over het algemeen lukt om online oplichting te herkennen?



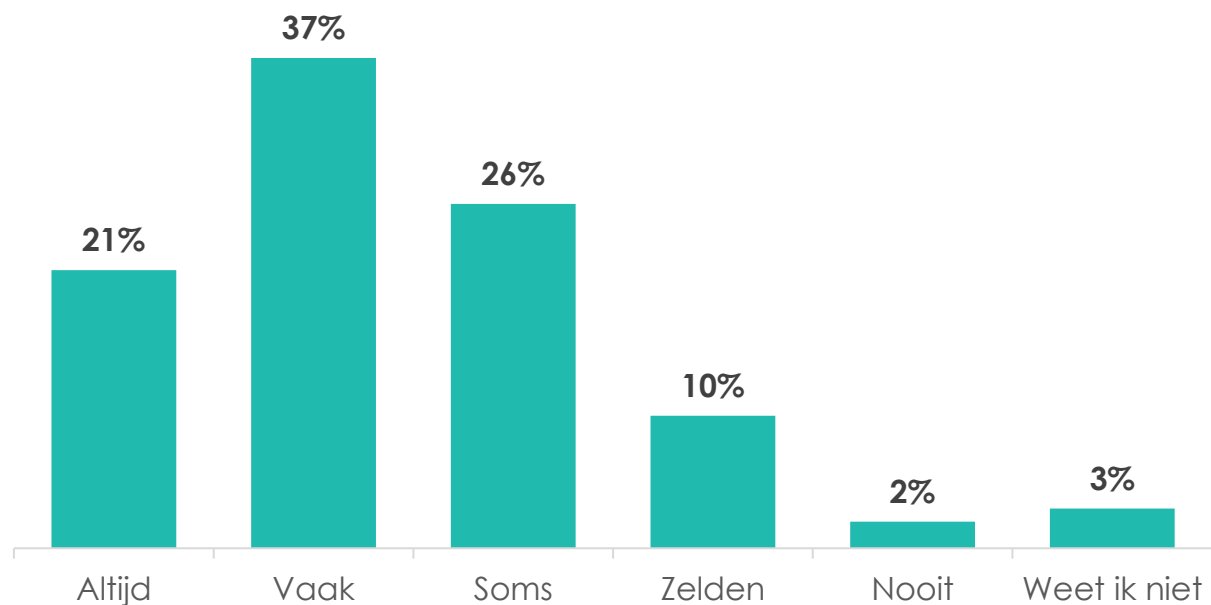
Nederlanders vinden een webshop en videobericht het moeilijkst om te beoordelen op echtheid

Vind je het makkelijk of moeilijk om te beoordelen of een bericht of website nep is met de bedoeling om op te lichten?



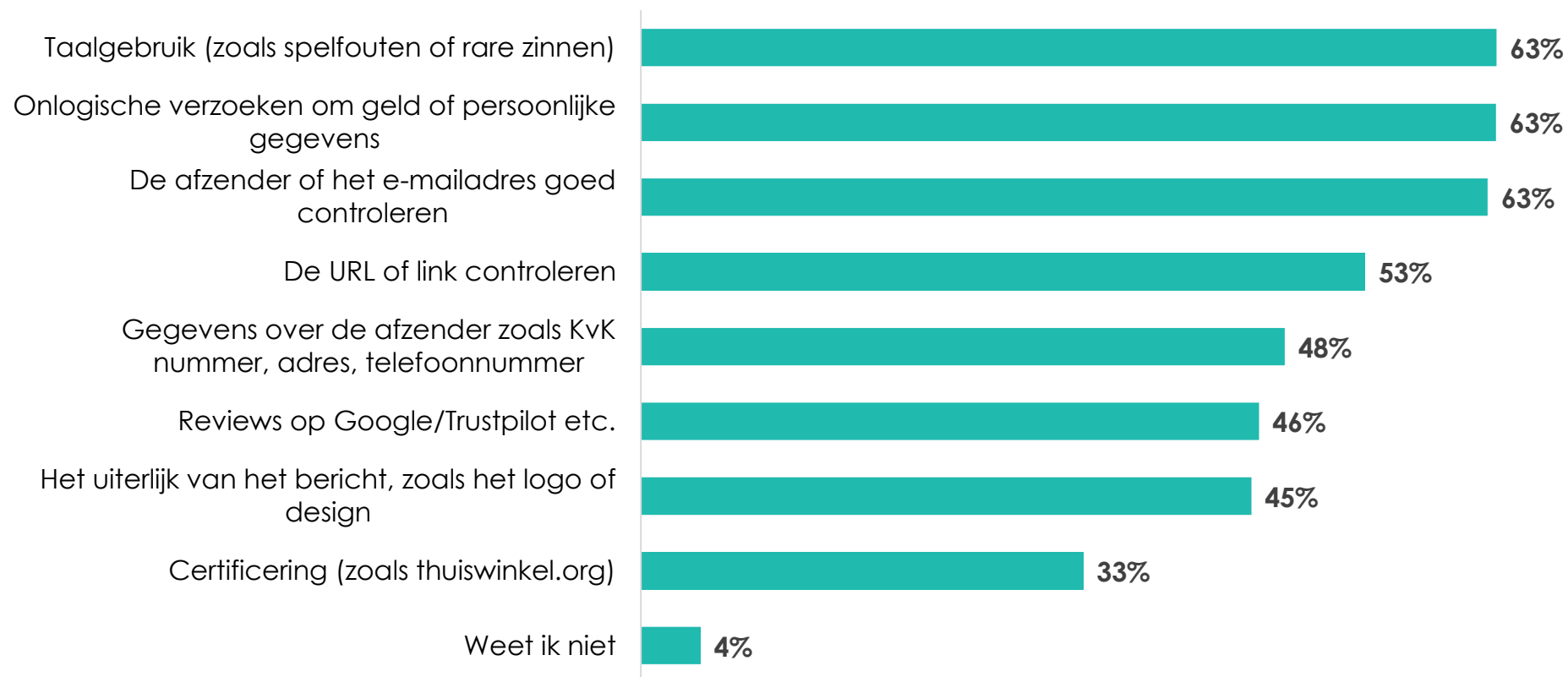
Meer dan de helft van de Nederlanders checkt altijd of vaak of websites of berichten betrouwbaar zijn

Hoe vaak controleer je in de praktijk of digitale berichten of websites betrouwbaar zijn voordat je erop klikt of actie onderneemt?



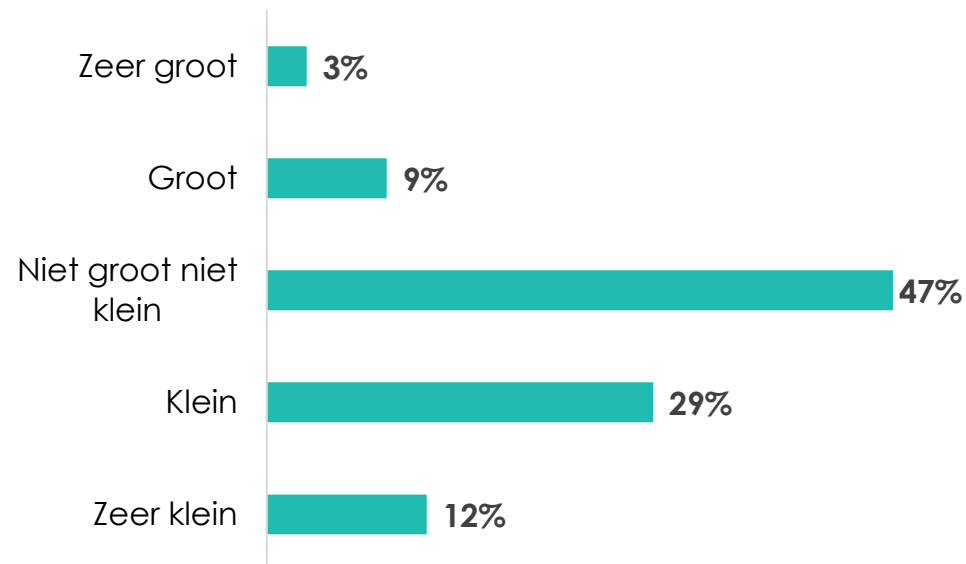
Nederlanders letten vooral op taalgebruik, de afzender en onlogische verzoeken wanneer ze beoordelen of een bericht of website betrouwbaar is

Op welke van de volgende dingen kun je letten om te beoordelen of een bericht of website mogelijk onbetrouwbaar is?

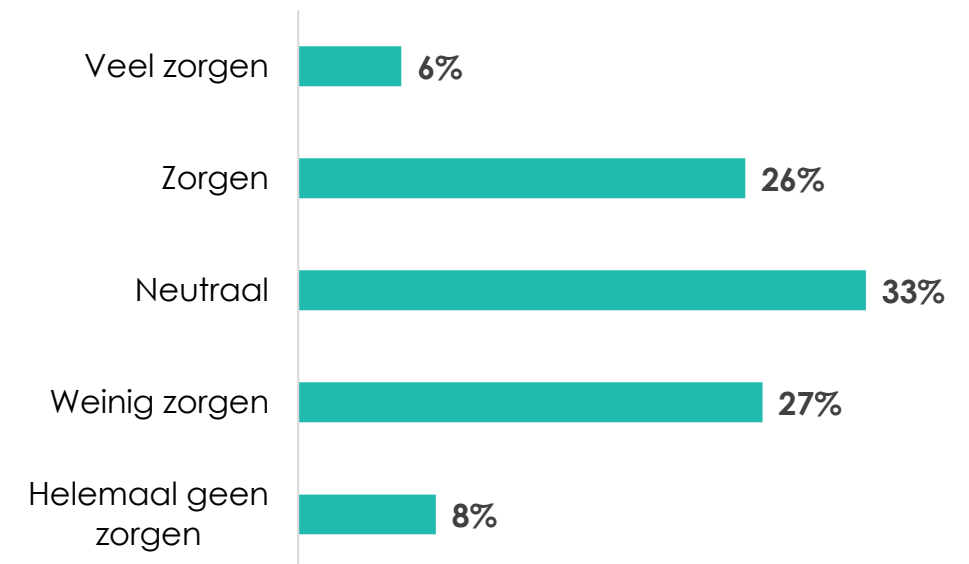


Bijna een derde van de Nederlanders maakt zich (veel) zorgen om zelf slachtoffer te worden van online oplichting

Hoe groot schat je de kans in dat je het komende jaar slachtoffer wordt van online oplichting?

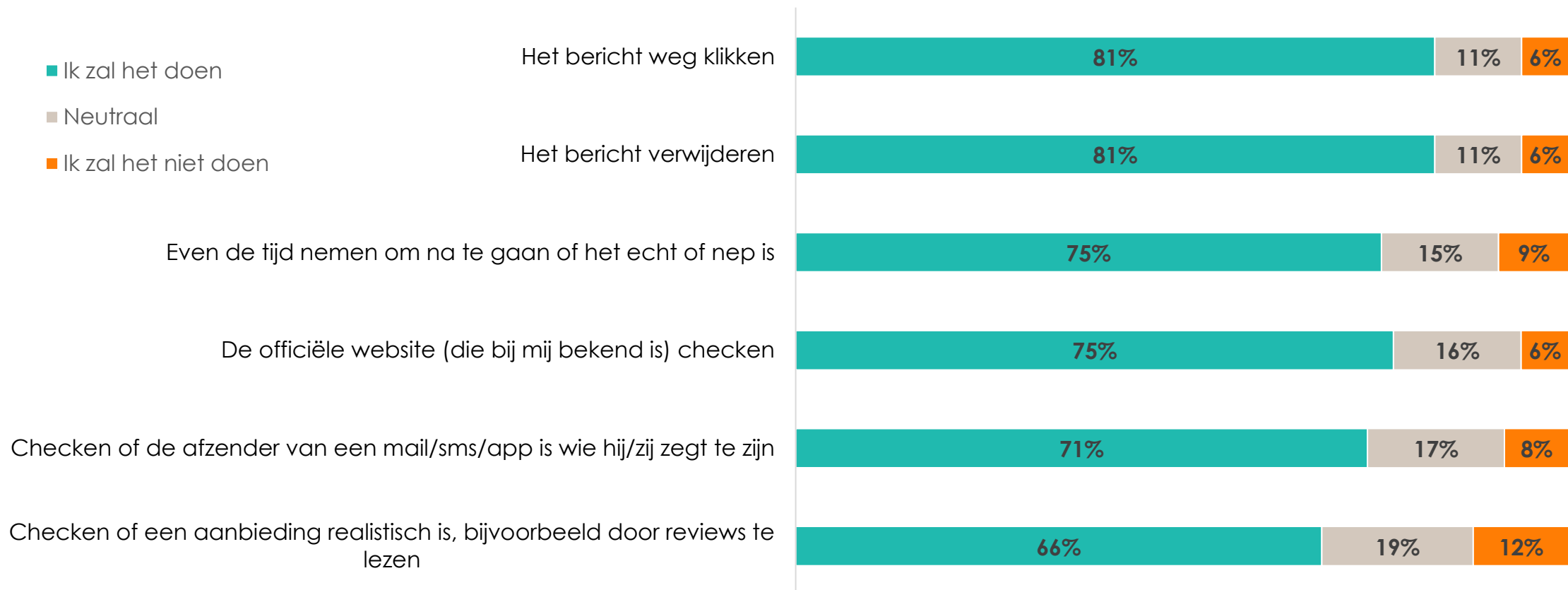


Hoeveel zorgen maak je je om zelf slachtoffer te worden van online oplichting?



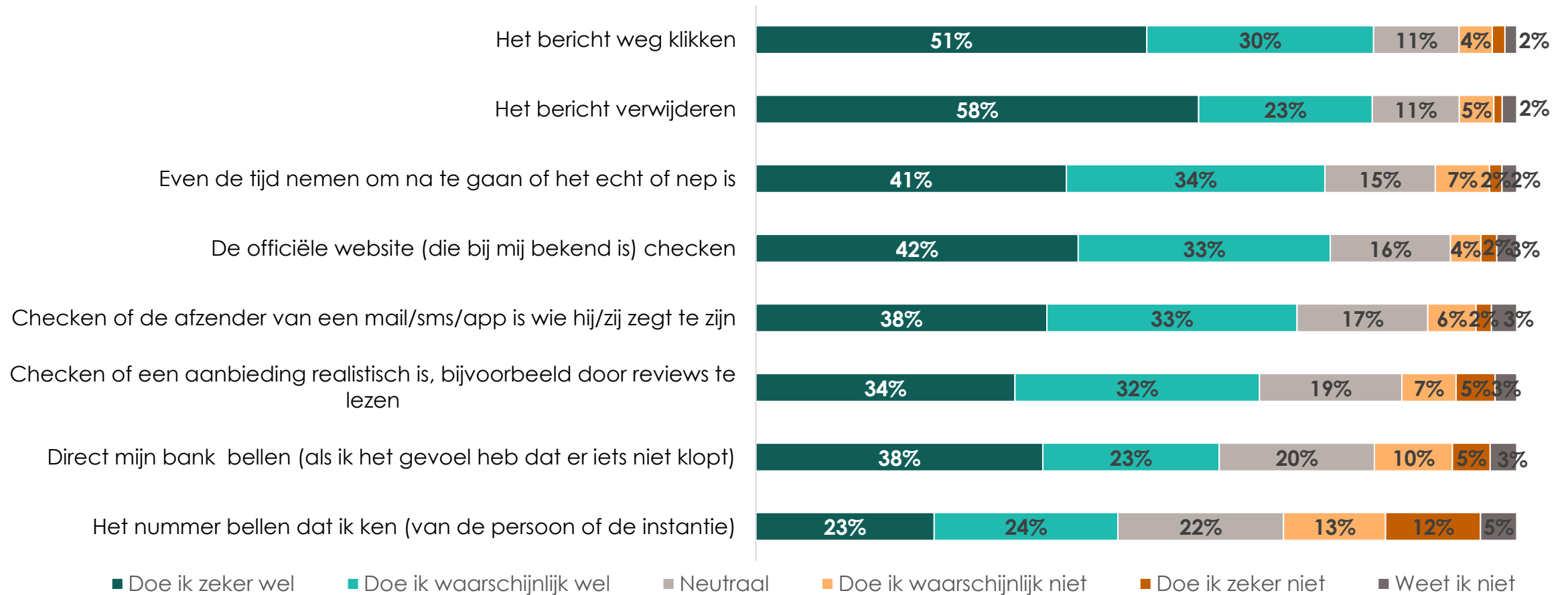
Van de handelingen bij een verdacht bericht, wordt bellen het minst ondernomen

Als je een verdacht bericht denkt te herkennen, in hoeverre zou je de onderstaande handelingen dan ondernemen?



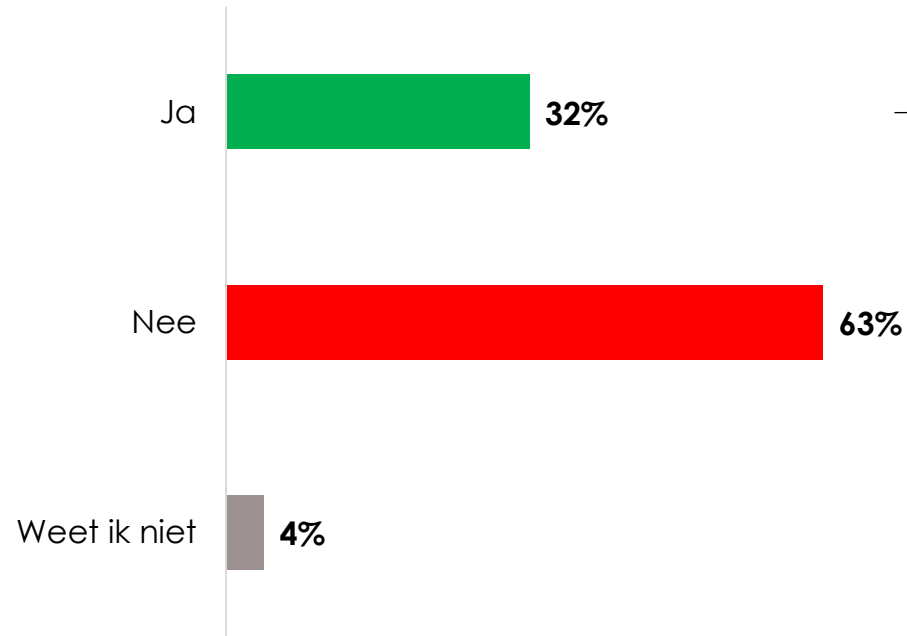
Meer dan 4 op de 5 Nederlanders zegt dat die een verdacht bericht zou verwijderen en wegklikken

Als je een verdacht bericht denkt te herkennen, in hoeverre zou je de onderstaande handelingen dan ondernemen?

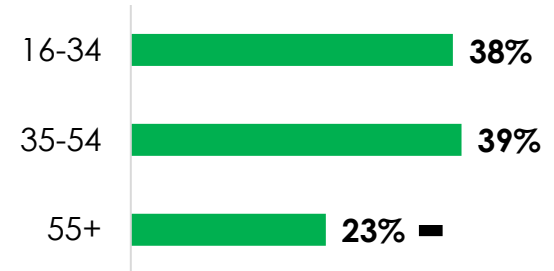


Bijna een derde van de Nederlanders is een keer online opgelicht. Meer jongeren geven aan ooit opgelicht te zijn.

Ben je ooit opgelicht via online oplichting?

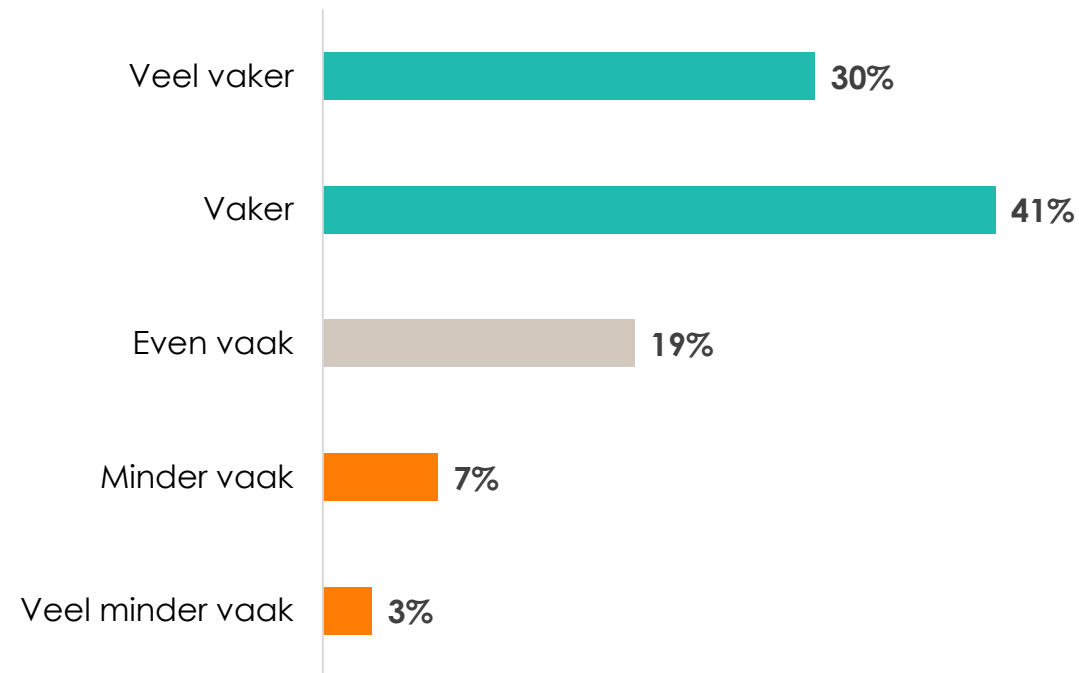


Leeftijd



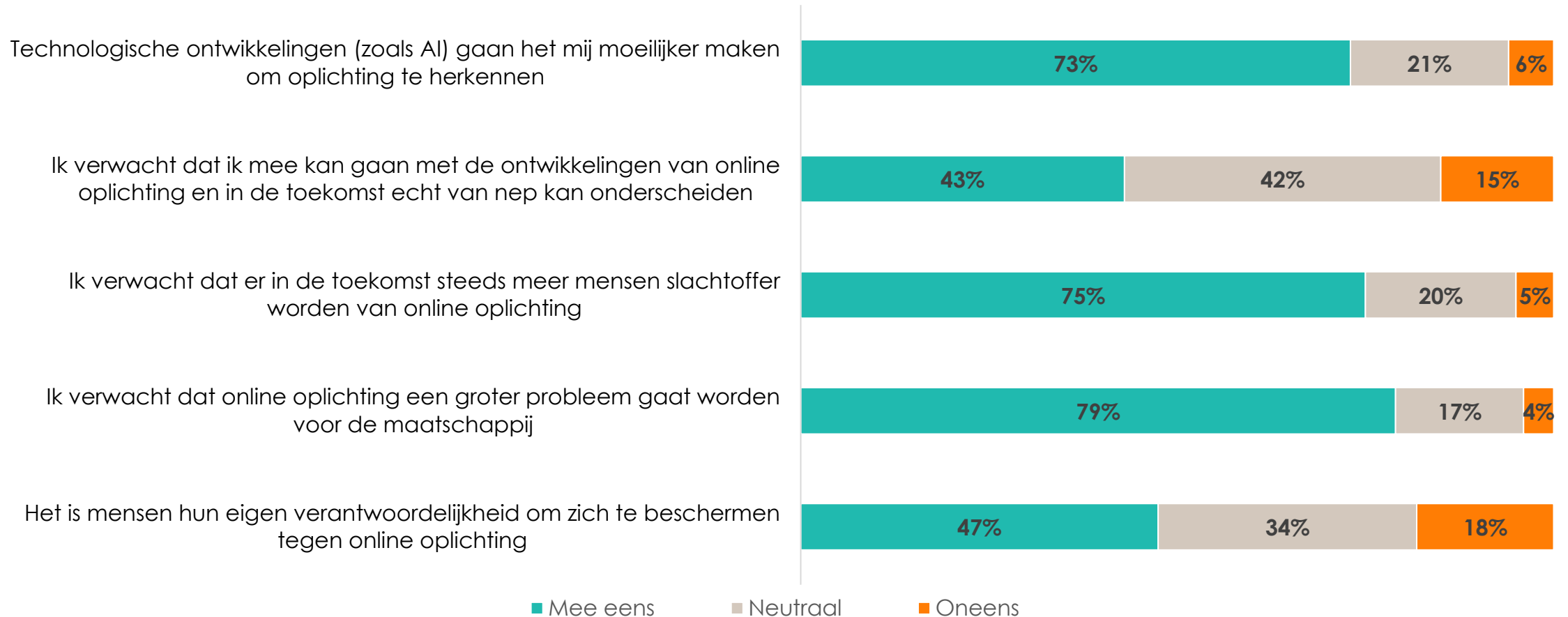
7 op de 10 Nederlanders denken dat online oplichting vaker voor gaat komen in de toekomst

Verwacht je dat digitale berichten, websites of video's die bedoeld zijn om mensen te bedriegen in de toekomst vaker zal voorkomen dan nu?



Meer dan 7 op de 10 Nederlanders verwachten dat technologische ontwikkelingen het moeilijker gaan maken om oplichting te herkennen

Ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?

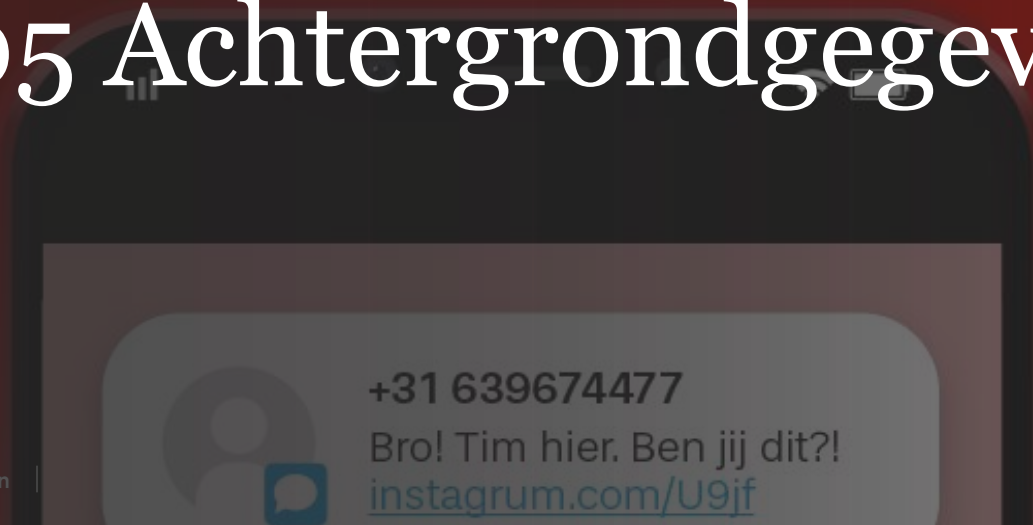




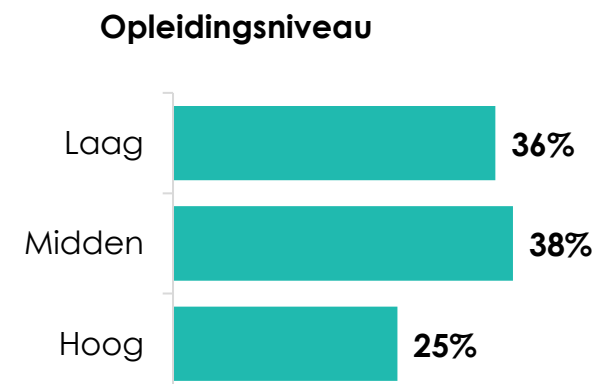
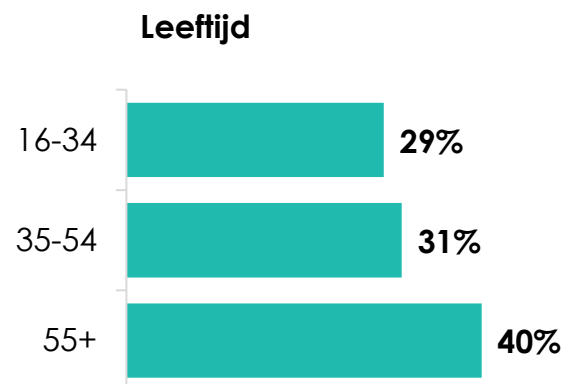
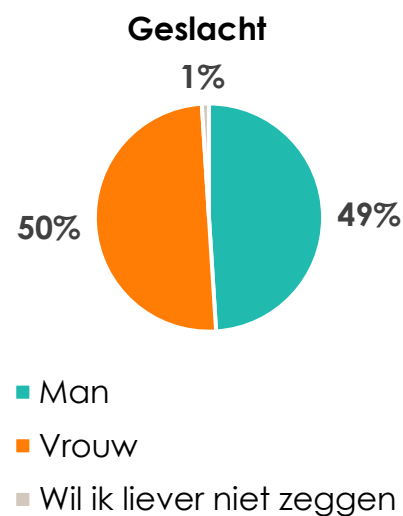
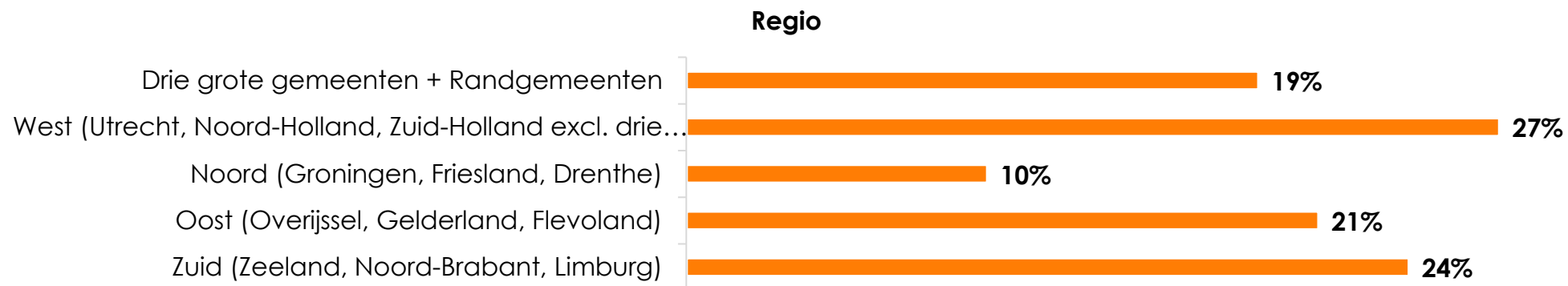
Laat je niet
interneppen.

Check de afzender en
bij twijfel: **swipe weg!**

05 Achtergrondgegevens



Achtergrondkenmerken (n=1805)



Regio West is excl. de Drie grote gemeenten + Randgemeenten

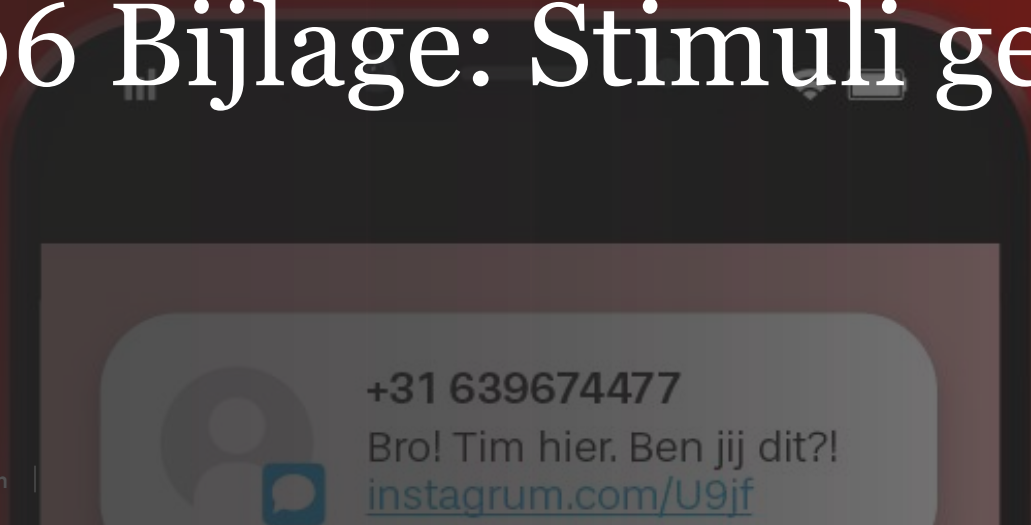
Drie grote gemeenten: Amsterdam, Rotterdam en Den Haag. Randgemeenten: Amstelveen, Diemen, Landsmeer, Ouder-Amstel, Ridderkerk, Barendrecht, Albrandswaard, Krimpen a/d IJssel, Capelle a/d IJssel, Schiedam, Westland, Rijswijk, Leidschendam-Voorburg, Wassenaar



Laat je niet
interneppen.

Check de afzender en
bij twijfel: **swipe weg!**

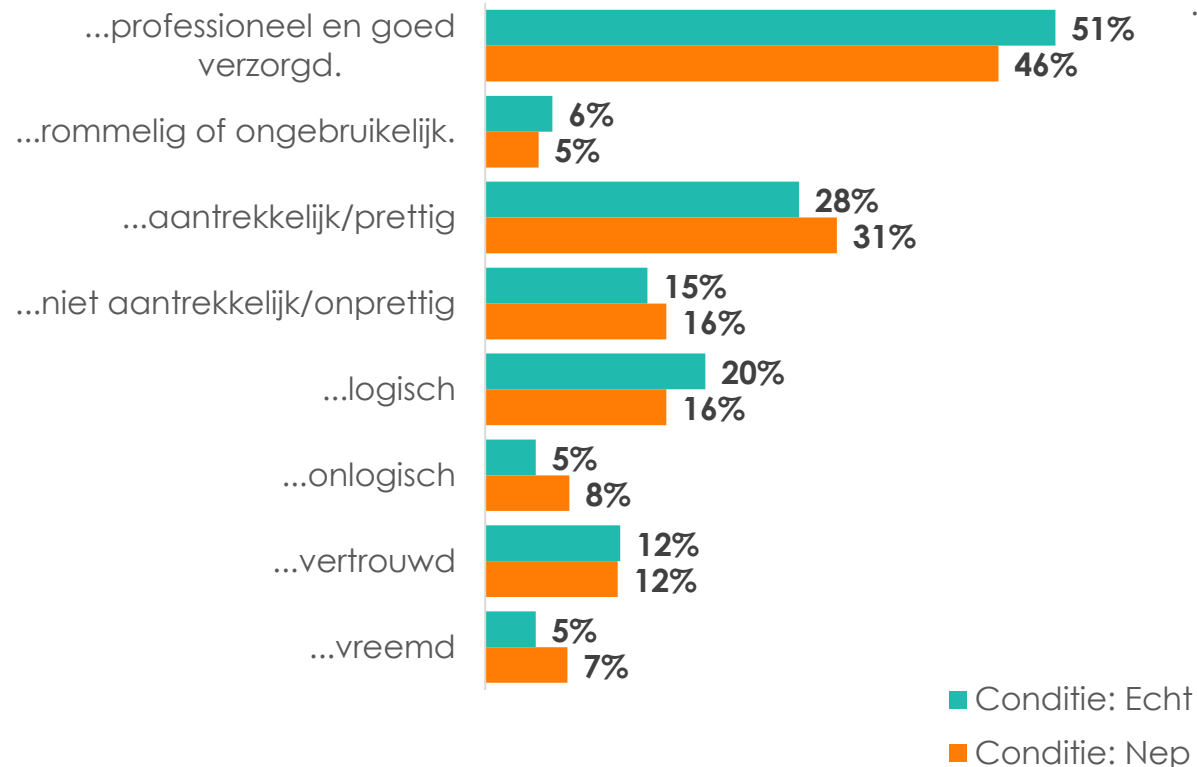
06 Bijlage: Stimuli gedetailleerd



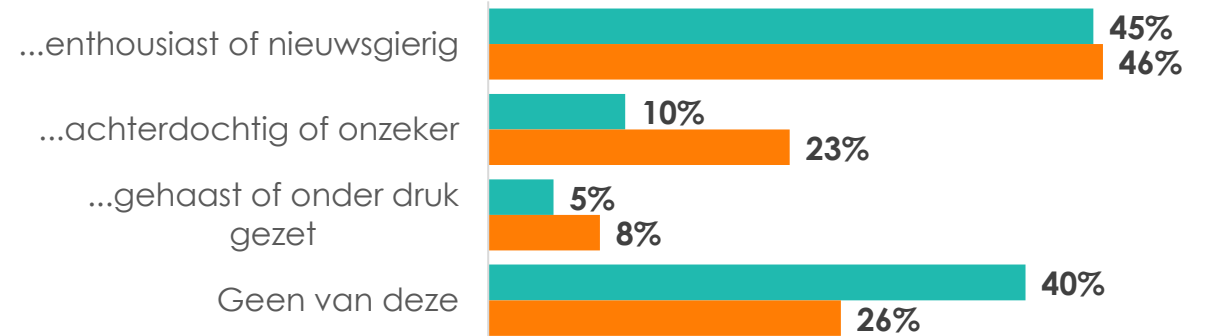
Webshop: effect en acties

Webshop: Geef hieronder aan wat het meest voor je van toepassing is na het zien van de uiting.

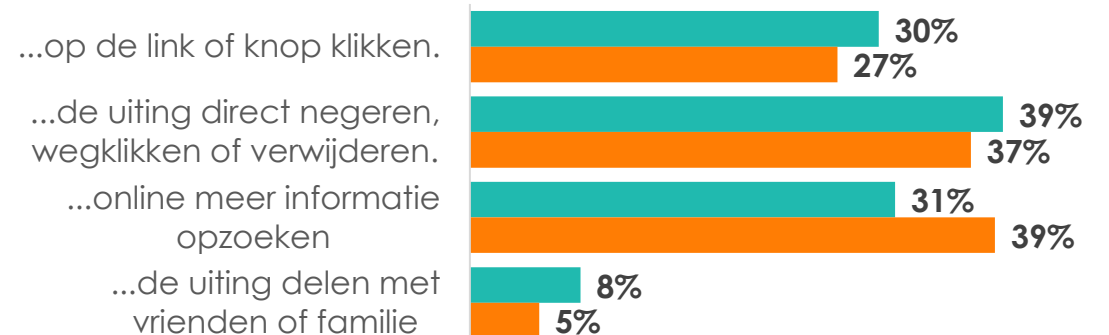
De uiting voelt voor mij...



Door de uiting voel ik mij...

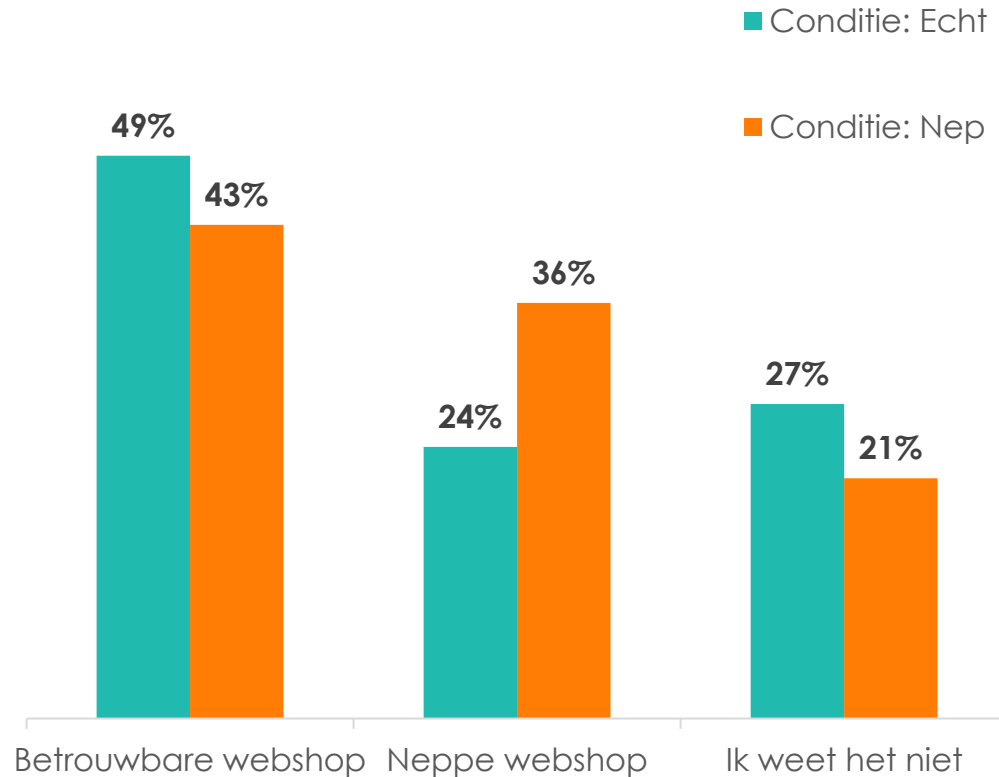


De meest waarschijnlijke actie die ik zou ondernemen is...

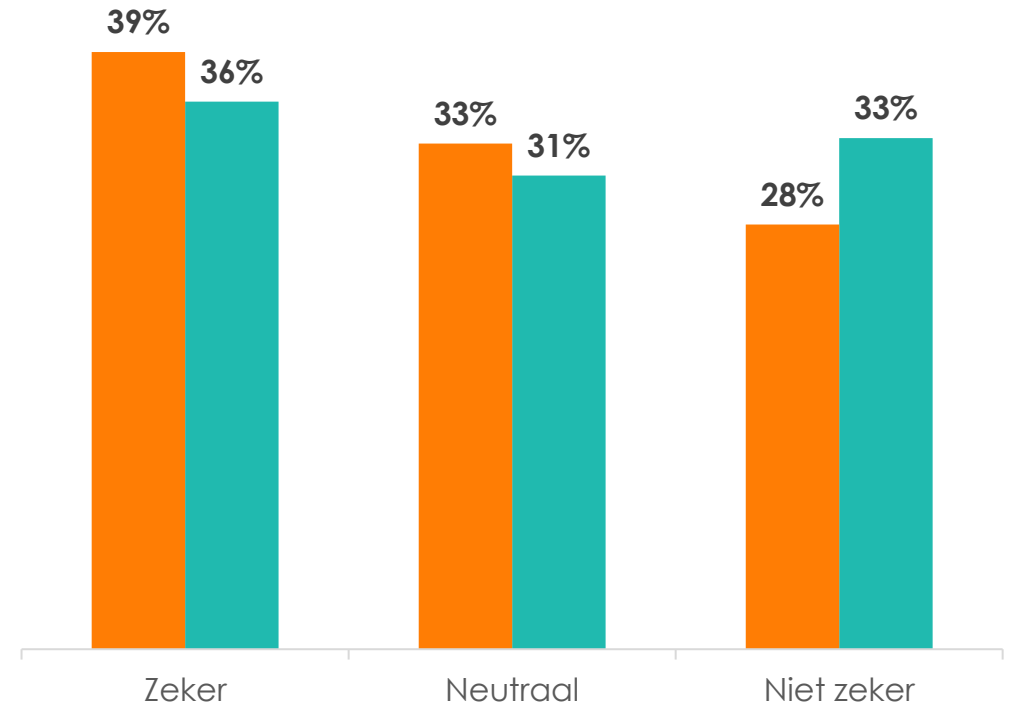


Webshop: inschatting betrouwbaarheid

Denk je dat de webshop betrouwbaar is of nep is en bedoeld om mensen op te lichten?



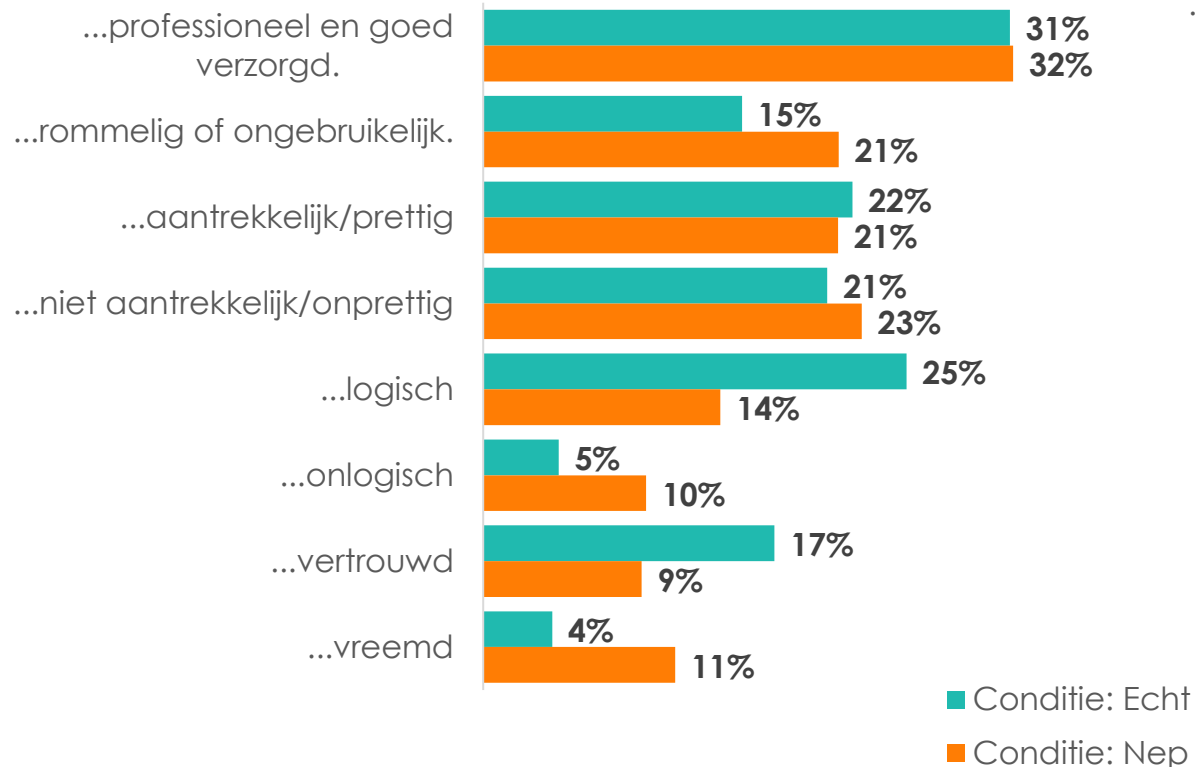
Hoe zeker ben je van je antwoord?



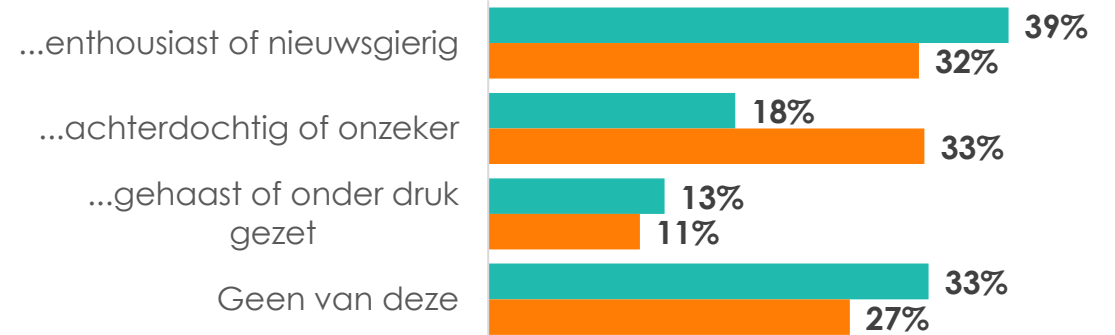
E-mail: effect en acties

E-mail: Geef hieronder aan wat het meest voor je van toepassing is na het zien van de uiting.

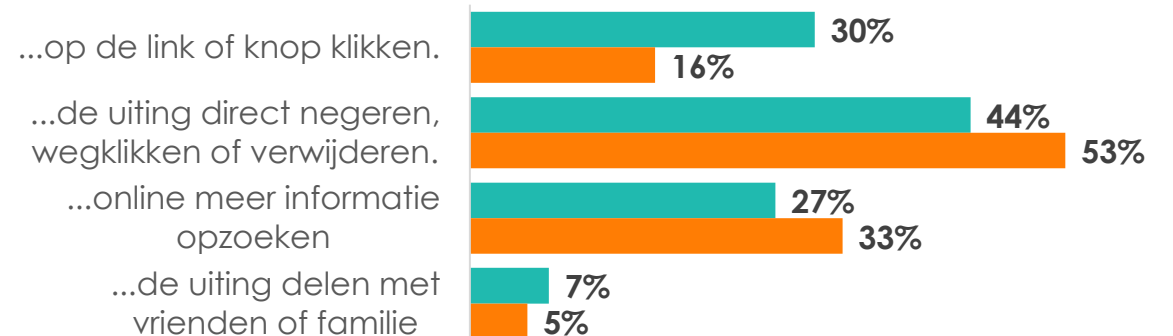
De uiting voelt voor mij...



Door de uiting voel ik mij...



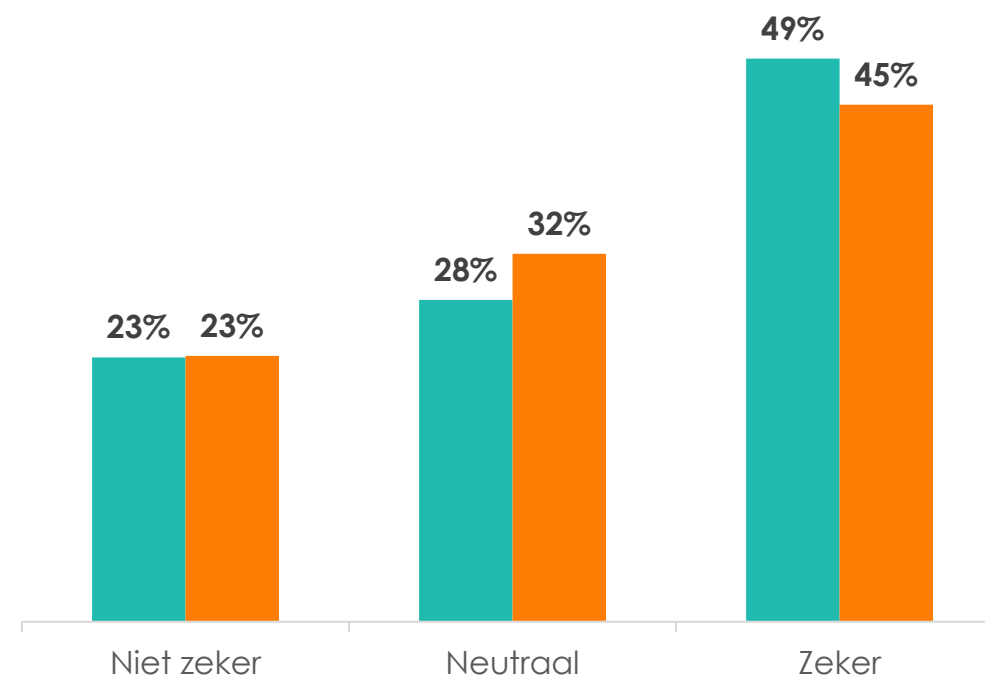
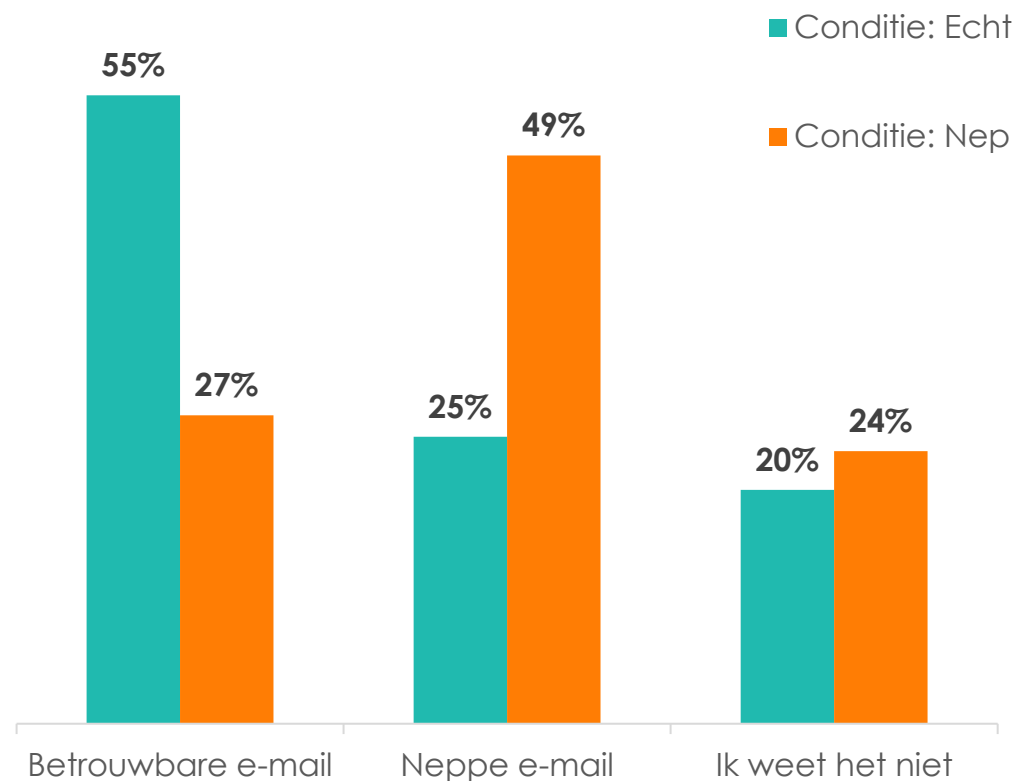
De meest waarschijnlijke actie die ik zou ondernemen is...



E-mail: inschatting betrouwbaarheid

Denk je dat de e-mail betrouwbaar is of nep is en bedoeld om mensen op te lichten?

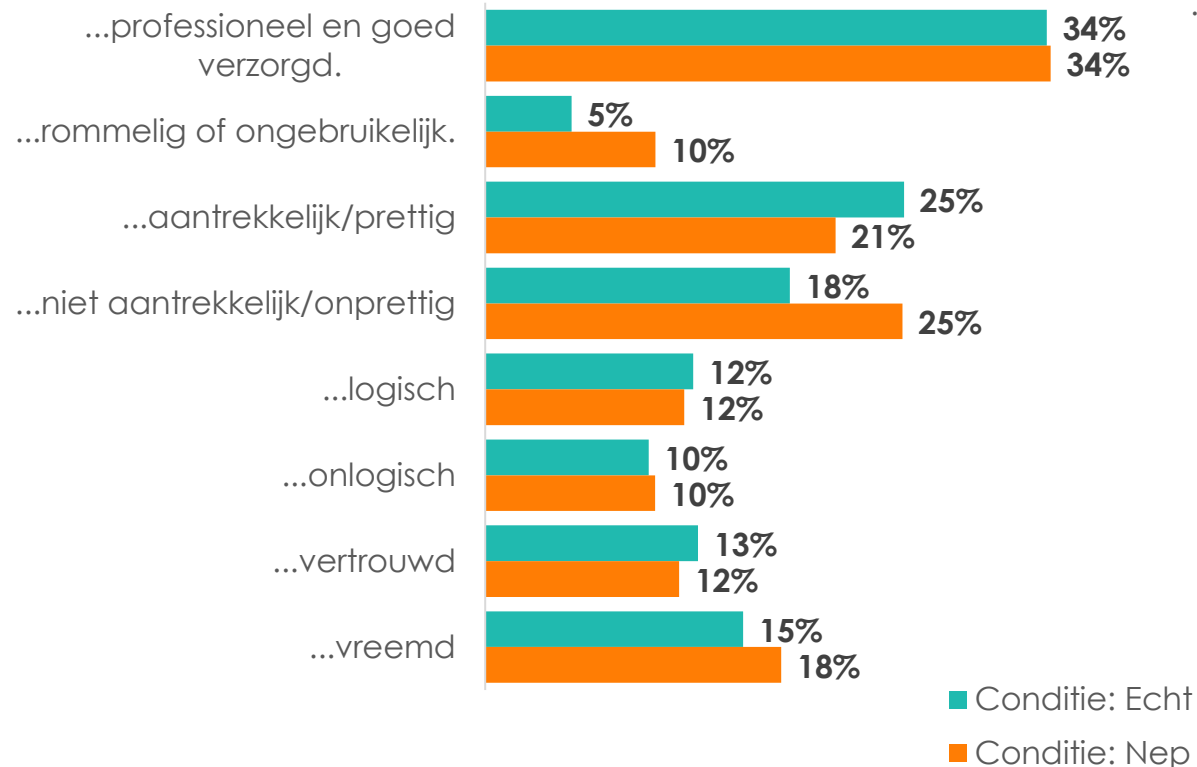
Hoe zeker ben je van je antwoord?



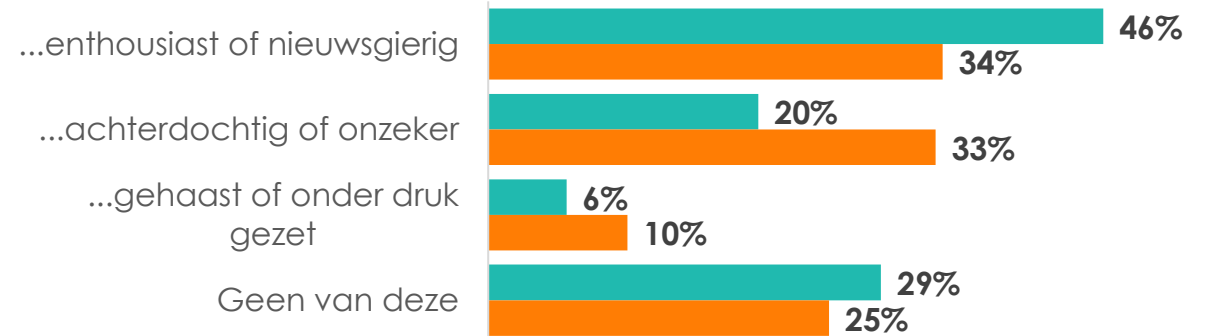
Videobericht: effect en acties

Videobericht: Geef hieronder aan wat het meest voor je van toepassing is na het zien van de uiting.

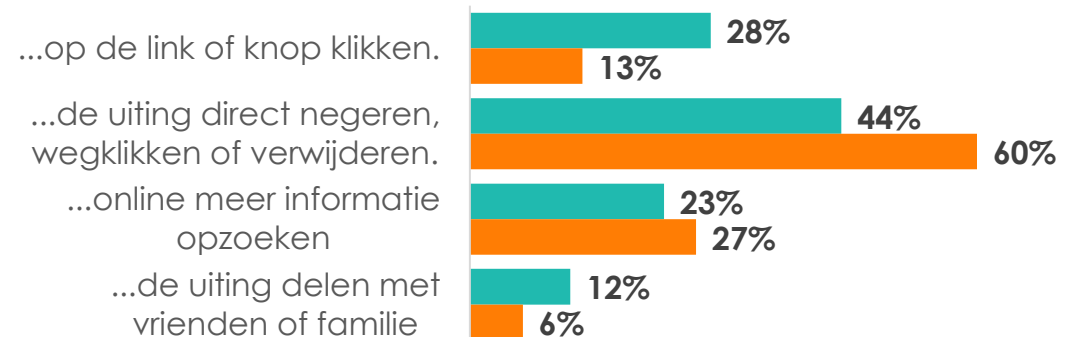
De uiting voelt voor mij...



Door de uiting voel ik mij...



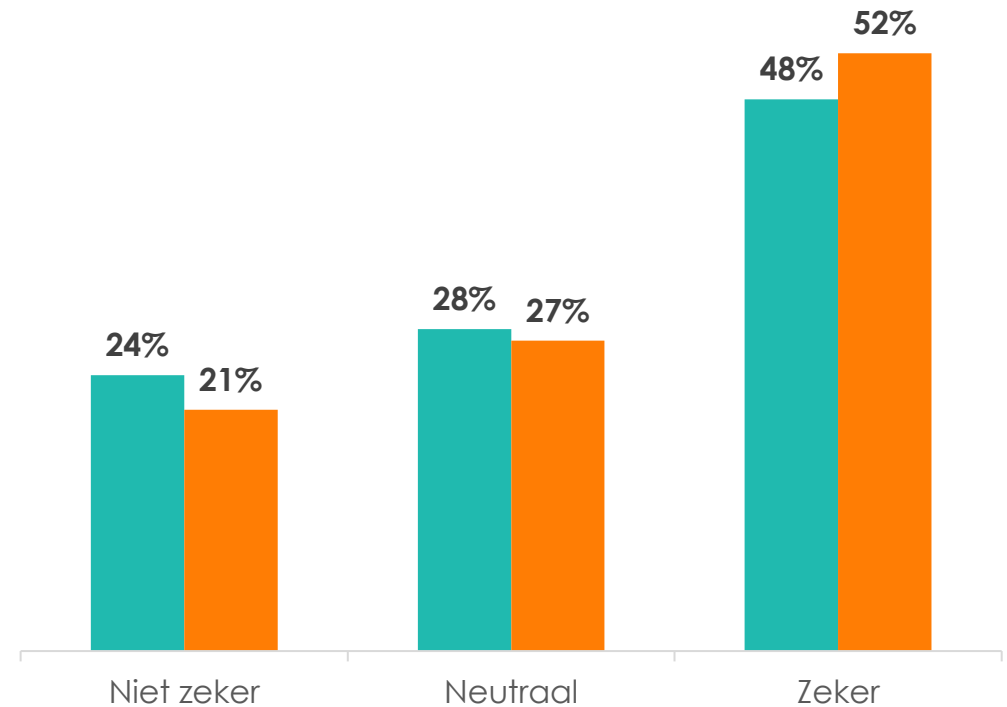
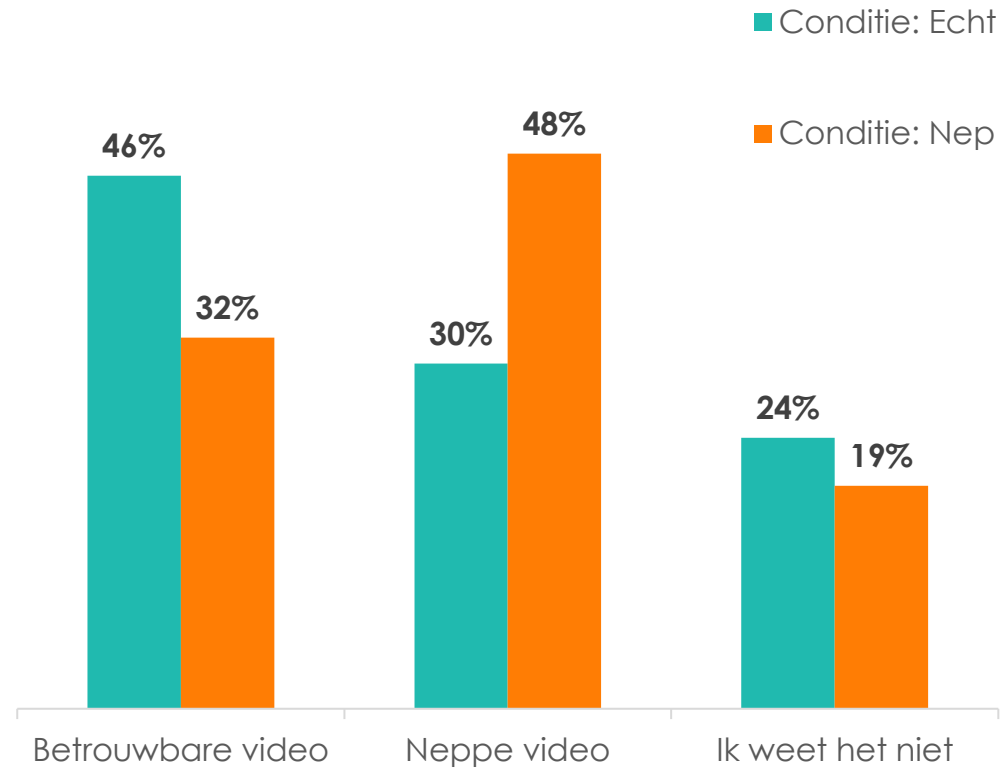
De meest waarschijnlijke actie die ik zou ondernemen is...



Videobericht: inschatting betrouwbaarheid

Denk je dat de video betrouwbaar is of nep is en bedoeld om mensen op te lichten?

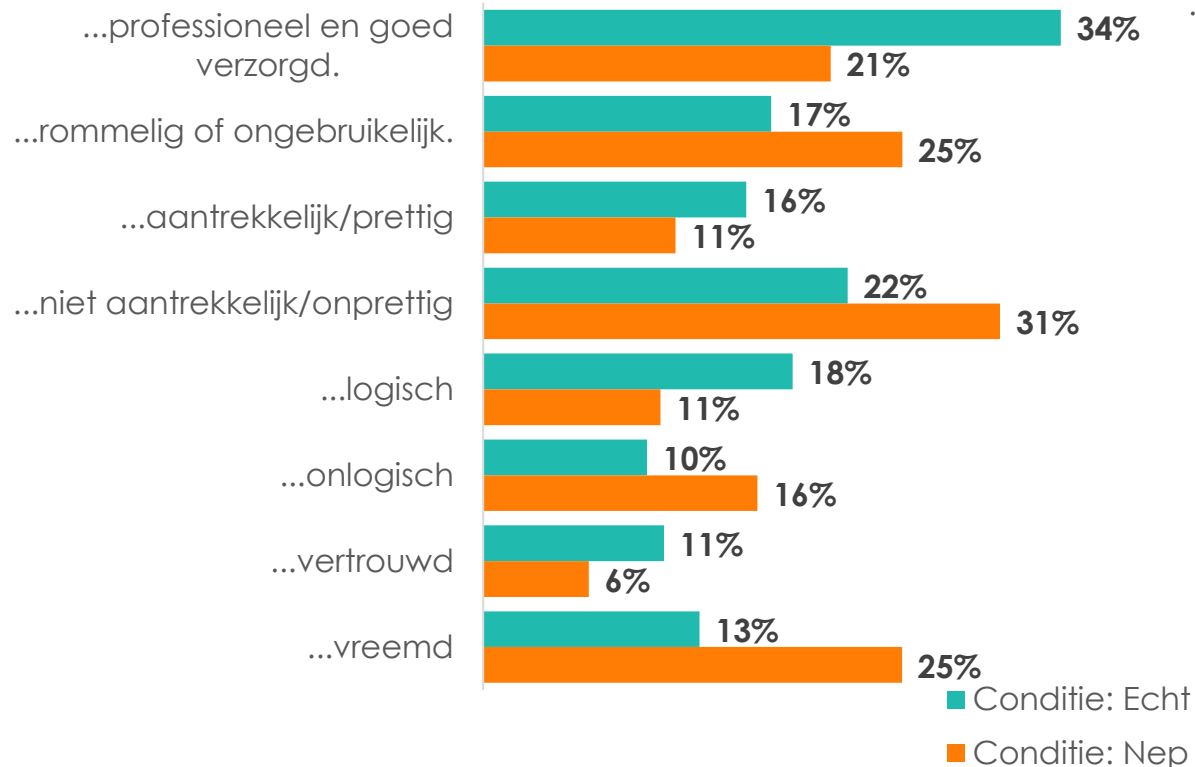
Hoe zeker ben je van je antwoord?



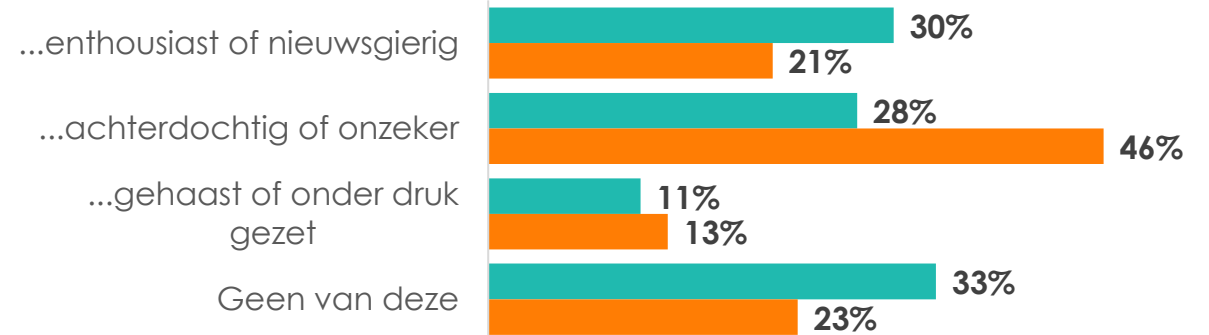
Whatsapp: effect en acties

Whatsapp: Geef hieronder aan wat het meest voor je van toepassing is na het zien van de uiting.

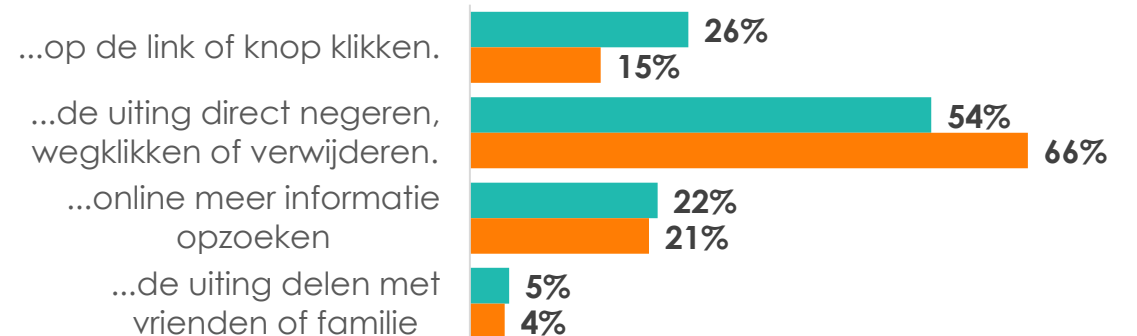
De uiting voelt voor mij...



Door de uiting voel ik mij...



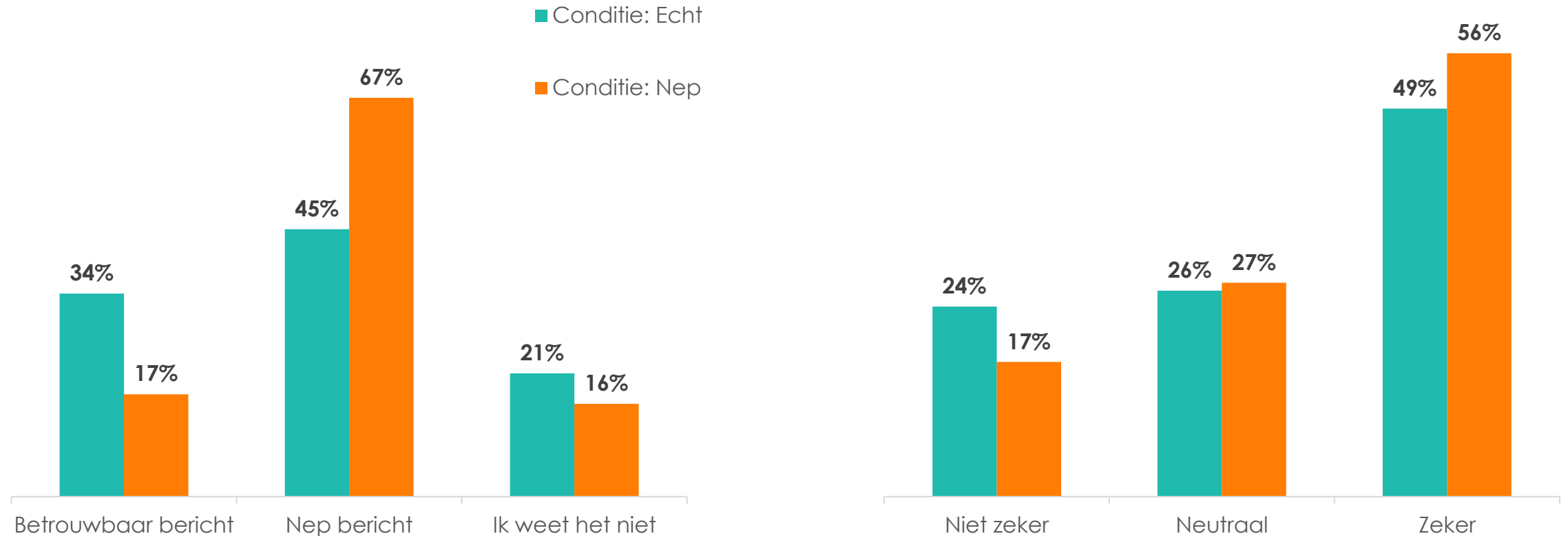
De meest waarschijnlijke actie die ik zou ondernemen is...



Whatsapp: inschatting betrouwbaarheid

Denk je dat dit Whatsapp bericht betrouwbaar is of nep is en bedoeld om mensen op te lichten?

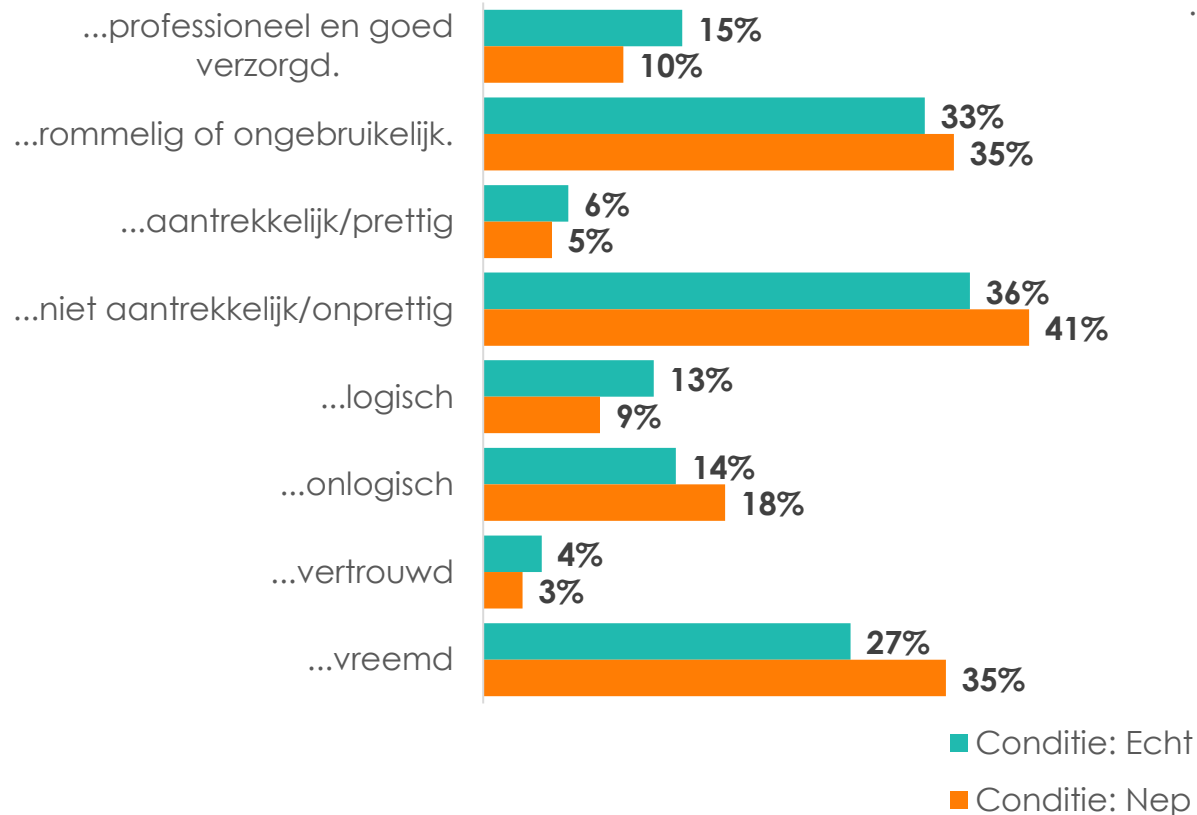
Hoe zeker ben je van je antwoord?



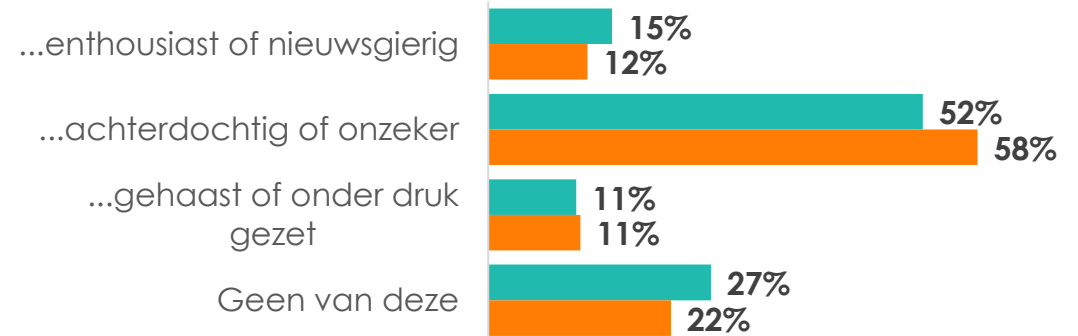
SMS: effect en acties

SMS: Geef hieronder aan wat het meest voor je van toepassing is na het zien van de uiting.

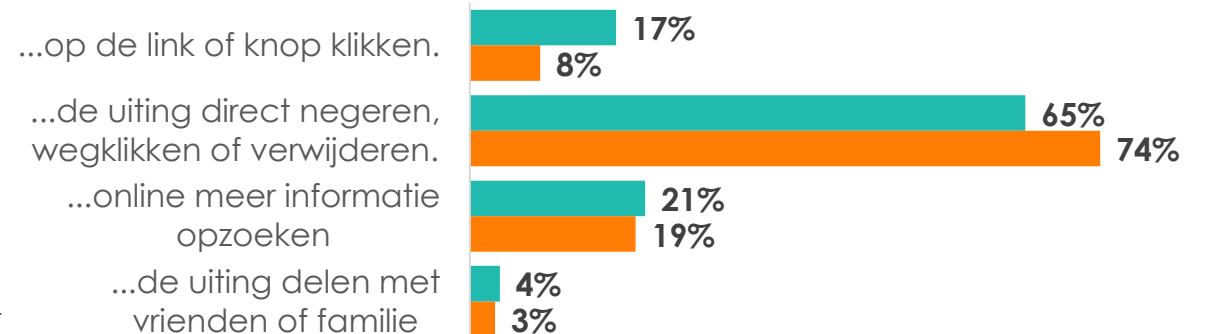
De uiting voelt voor mij...



Door de uiting voel ik mij...

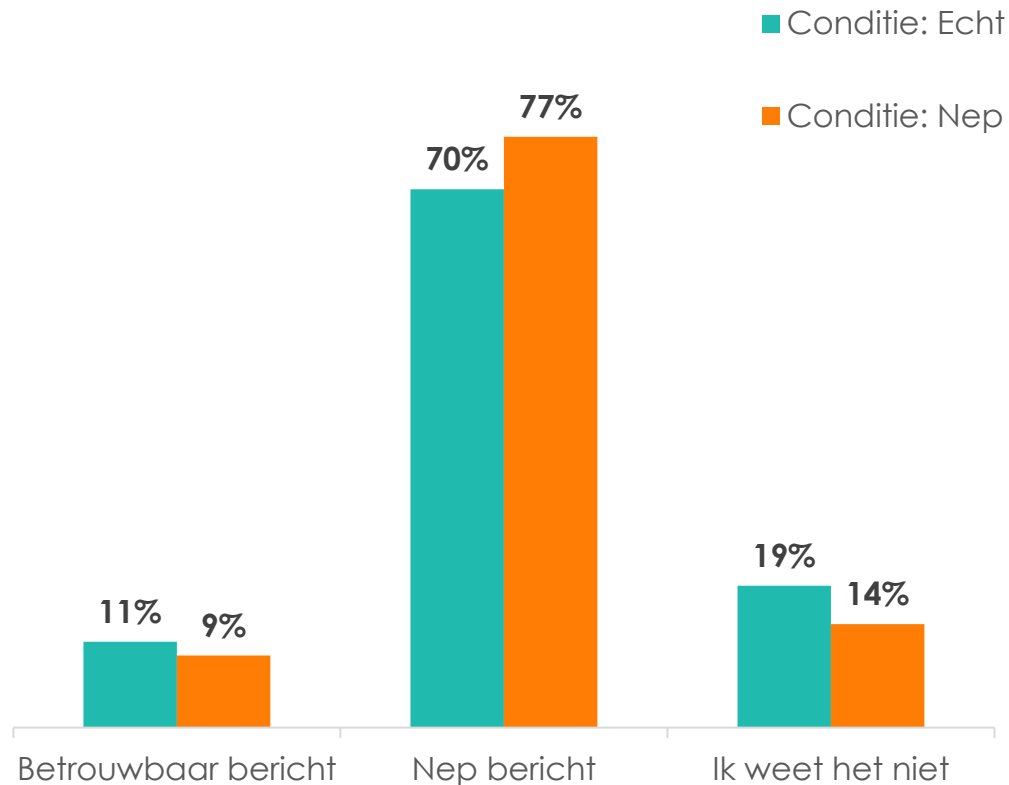


De meest waarschijnlijke actie die ik zou ondernemen is...



SMS: inschatting betrouwbaarheid

Denk je dat dit SMS bericht betrouwbaar is of nep is en bedoeld om mensen op te lichten?



Hoe zeker ben je van je antwoord?

