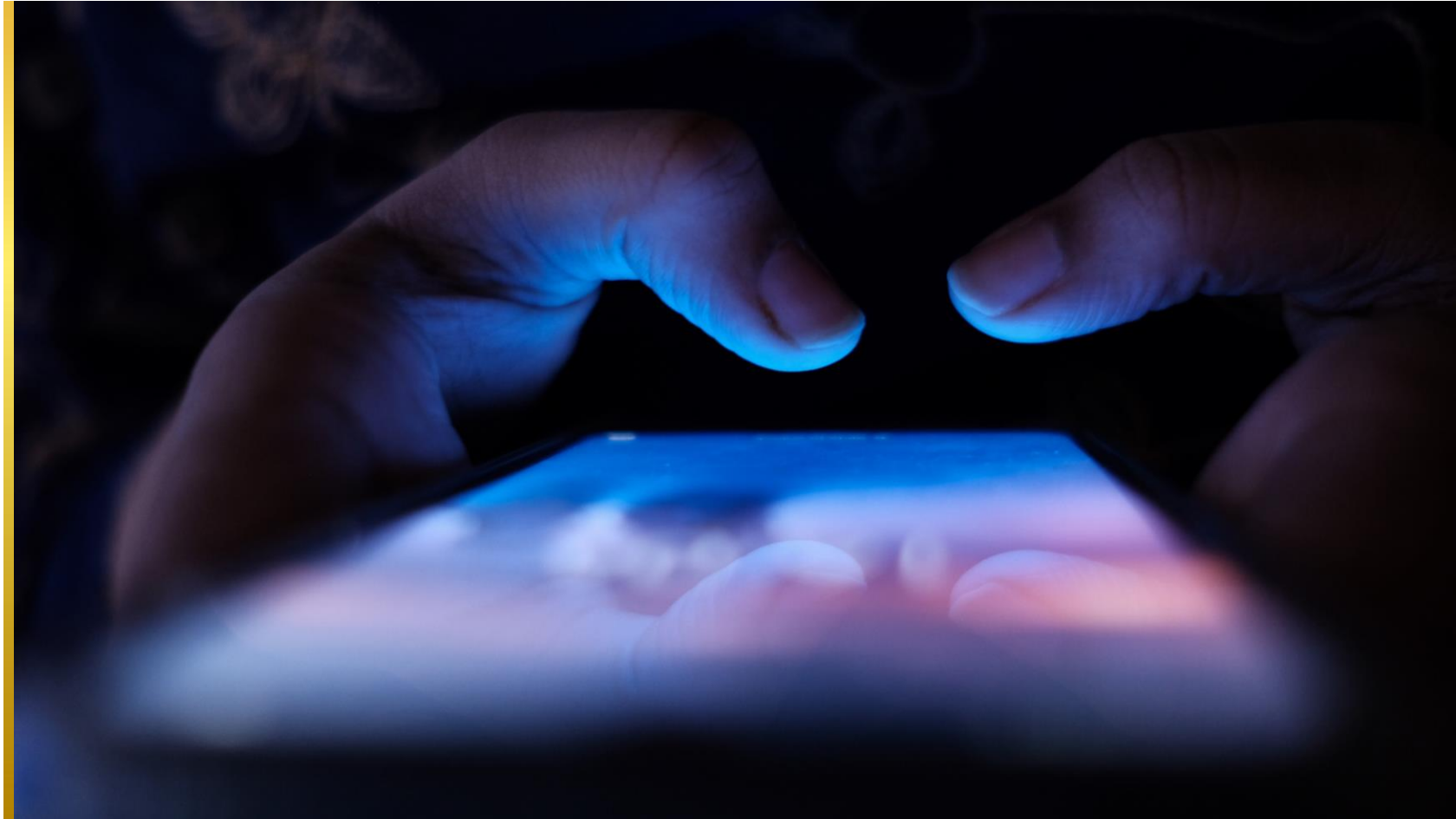


KANTAR PUBLIC

Misleidende online
berichtgeving

Rijksoverheid

Joyce van Brecht & Jilske Schotanus
6 december 2023



Inhoud

1	Onderzoeksvragen, leeswijzer en onderzoeksverantwoording	3
2	Samenvatting	6
3	Resultaten	17
4	Bijlage	27

Centrale vraag en deelvragen

Dit onderzoek richtte zich op de volgende vragen:

In hoeverre krijgen Nederlanders te maken met misleidende online berichten?

Wat voor type misleidende berichten ontvangen mensen?

- o.a. van pakketbezorgers

Hoe gaan mensen met misleidende berichten om?

- o.a. van pakketbezorgers

Op welke momenten en in welke situaties zijn mensen het meest geneigd om zich te laten misleiden door online nepberichten?

- o.a. rondom online bestellingen en pakketbezorging

Leeswijzer

01

De data zijn gewogen op basis van de volgende achtergrondkenmerken van de populatie: geslacht, leeftijd, huishoudgrootte, regio en opleidingsniveau. De resultaten kunnen daarmee worden beschouwd als representatief.

02

Met misleidende online berichten worden e-mail, sms, of app-berichten bedoeld die lijken te komen van een betrouwbare afzender, maar in werkelijkheid afkomstig zijn van een oplichter.

In het onderzoek is onder andere uitgevraagd of mensen ooit misleid zijn door een online nepbericht, door op een link in een nepbericht te klikken. In dit rapport worden Nederlanders die ooit op een link in een nepbericht hebben geklikt aangeduid als *'misleide Nederlanders.'*

03

Voor verschillende vragen zijn de antwoorden van de gehele steekproef uitgesplitst voor geslacht en leeftijdscategorieën. Wanneer verschillende groepen met elkaar zijn vergeleken en er is getoetst op significantie, staat dit op de pagina aangegeven.

Statistisch significante verschillen ($p < .05$) zijn aangegeven met een +/-.

04

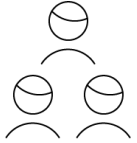
Door afronding van decimalen kunnen percentages in grafieken afwijken van 100%.

Onderzoeksverantwoording



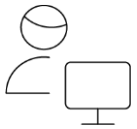
Doelgroep

Nederlanders van 18 jaar en ouder.



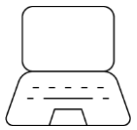
Steekproefbron

De steekproefbron is getrokken uit ons consumentenpanel NIPObase.



Respons

In totaal hebben 1033 respondenten de vragenlijst ingevuld, waarvan 877 respondenten (85%) wel eens misleidende online berichten hebben ontvangen. De steekproef is vergeleken met de daadwerkelijke samenstelling van de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder op de kenmerken geslacht, leeftijd, huishoudgrootte, opleidingsniveau en regio. Voor afwijkingen is gecorrigeerd door middel van herweging. De uitkomsten kunnen hiermee als representatief worden beschouwd.



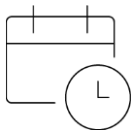
Online methode

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



Vragenlijst

De vragenlijst is opgesteld door Kantar Public in samenspraak met Hagens PR. De invulduur bedroeg ca. 5 minuten.



Veldwerkperiode

Het veldwerk heeft gelopen van 18 t/m 26 november 2023.

A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The phone's screen is illuminated with a bright blue light, and the person's fingers are also lit with this blue glow. The background is dark, making the light from the phone stand out. The text '2. Samenvatting' is overlaid on the left side of the image.

2. Samenvatting

Samenvatting resultaten (1/2)

Ontvangst van misleidende online berichten

- 85% van de Nederlanders zegt weleens misleidende online berichten te ontvangen. De frequentie waarin dit gebeurt wisselt: 34% van de Nederlanders geeft aan één tot enkele keren per jaar nepberichten te ontvangen, hetzelfde aantal Nederlanders (34%) meerdere keren per maand. 17% van de Nederlanders zegt online nepberichten één keer per maand te ontvangen.
- Misleidende online berichten worden het vaakst via e-mail ontvangen: bijna 9 op de 10 Nederlanders die wel eens nepberichten ontvangen, krijgen dit via e-mail (86%). Verder worden berichten ontvangen via WhatsApp (47%), via SMS (34%) en via social media (21%).
- De meeste misleidende online berichten worden uit naam van een bezorgdienst verstuurd: 69% van de Nederlanders die nepberichten ontvangen, hebben dit soort berichten uit naam van een bezorgdienst gehad. Verder worden nepberichten ontvangen uit naam van banken (58%), winkels/supermarkten (39%), overheidsinstanties (38%), telecom/internetproviders of streamingdiensten (26%) en energie- en waterleveranciers (17%).

Omgaan met misleidende online berichten

- Bijna 2 op de 10 Nederlanders (17%) die weleens misleidende berichten ontvangen is ooit door zo'n bericht misleid en heeft op een link in het bericht geklikt. Kijkend naar alle Nederlanders, betekent dit dat ongeveer 1 op de 10 mensen weleens op een link in een misleidend bericht heeft geklikt.
- *Misleide Nederlanders** rapporteren verschillende gevolgen na het klikken op een link uit een nepbericht, namelijk:
 - Een apparaat geïnfecteerd met een virus, malware of spyware (30%);

- Een bankaccount gehackt (26%);
 - Een bestelling geplaatst op een website waarna er geld is verloren (25%);
 - Vertrouwelijke persoonlijke gegevens op een website ingevuld (23%);
 - Schade ondervonden door het klikken op een link en daardoor aangifte moeten doen (22%);
 - Geld verloren na het klikken op een betaallink (12%);
 - Een webaccount (bijv. e-mail, social media, overig account) gehackt (10%)
- Ongeveer de helft van alle Nederlanders zegt niet te weten wat ze moeten doen wanneer blijkt dat ze op een link in een online misleidend bericht hebben geklikt (52%).

Herkennen en controleren online nepberichten

- Voor veel mensen is twijfel aan de betrouwbaarheid van een bericht reden om een bericht te controleren: bijna 9 op de 10 Nederlanders (86%) zeggen de afzender te controleren wanneer ze twijfelen aan de betrouwbaarheid van het ontvangen bericht.
- 3 op de 10 Nederlanders (31%) vinden het moeilijk om te beoordelen of een online bericht te vertrouwen is.
- Mensen lijken met name moeite te hebben met berichten die worden verstuurd uit naam van bekende of verwachte afzenders:
 - Circa 4 op de 10 Nederlanders (42%) besteden minder aandacht aan het controleren van berichten wanneer op dat moment een bericht wordt verwacht uit naam van die afzender.
 - Circa 7 op de 10 Nederlanders (74%) vinden het lastiger om te herkennen of een online bericht betrouwbaar is als ze wel eens met de afzender te maken hebben gehad.

**Nederlanders die wel eens op een link in een online nepbericht hebben geklikt*

Samenvatting resultaten (2/2)

- Meer dan de helft van alle Nederlanders twijfelt altijd aan de betrouwbaarheid van online berichten uit naam van een bank (61% mee eens, 23% neutraal). Voor 56% (mee eens) geldt dit bij berichten uit naam van de overheid (26% neutraal). Voor berichten uit naam van bedrijven geldt dit voor 39% (mee eens) van de Nederlanders (37% neutraal).

Op welke momenten en in welke situaties lopen mensen risico om te worden misleid door een online nepbericht?

- De meest genoemde reden voor het klikken op een link in een online nepbericht is vanwege de betrouwbare indruk van het bericht en het ontbreken van een gevoel van wantrouwen: voor 61% van de misleide Nederlanders was dit de reden voor het klikken op een link uit een nepbericht. 60% van de misleide Nederlanders geeft aan dat het nepbericht op dat moment van toepassing leek.
- 37% van de misleide Nederlanders geeft aan dat het klikken op een link en het niet controleren van de afzender kwam door het hebben van te weinig tijd en het op dat moment druk hebben. 35% geeft aan dat ze nieuwsgierig waren naar de aangeboden informatie, 30% vanwege een verwacht pakket, en 27% vanwege nieuwsgierigheid naar het genoemde pakket in het bericht. 22% van de misleide Nederlanders zegt dat ze onder druk werden gezet en daardoor op het nepbericht klikte, en 13% vanwege dreigingen voor sancties.
- Het lijkt erop dat emoties een rol spelen bij het klikken op links uit misleidende online berichten. Misleide Nederlanders die wel eens nepberichten uit naam van bezorgdiensten krijgen ervaren vaker wel dan geen emoties bij het lezen van (nep)berichten van bezorgdiensten (res. 21% en 11%).

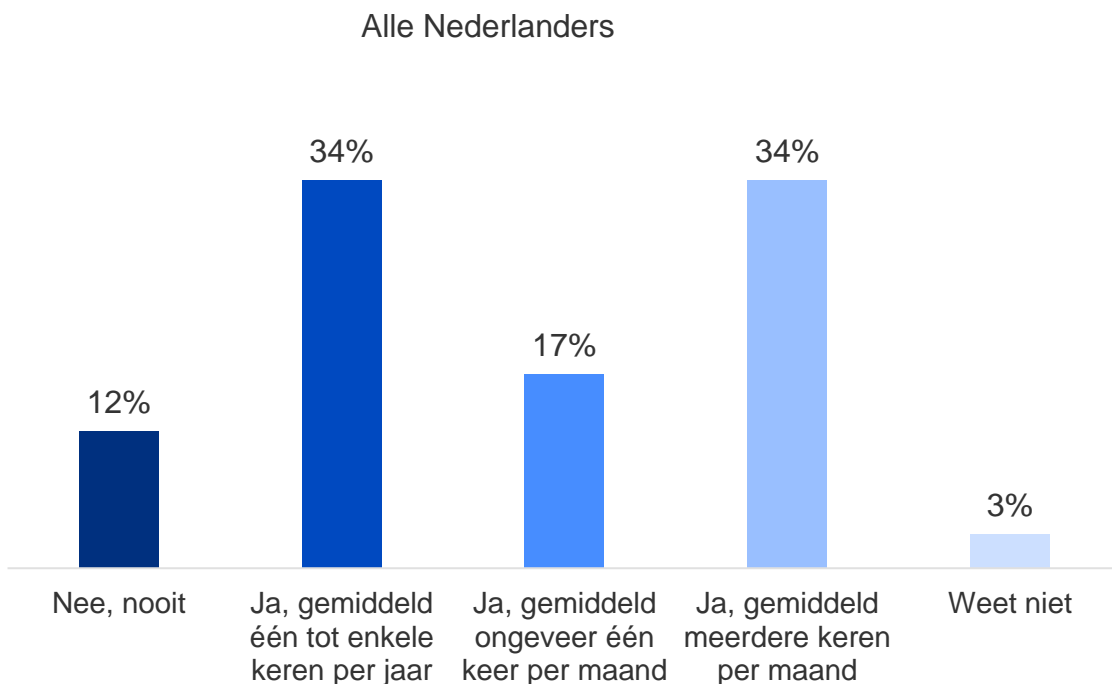
A close-up photograph of several hands assembling wooden puzzle pieces. The puzzle pieces are light-colored wood and are being fitted together. The background is bright and out of focus, suggesting an indoor setting with natural light. The text is overlaid on the left side of the image.

3. Resultaten

Misleiding door online
nepberichten

Ruim acht op de tien Nederlanders hebben weleens een misleidend online bericht gekregen. Nepberichten worden vooral via e-mail ontvangen.

Frequentie ontvangst misleidende online berichten



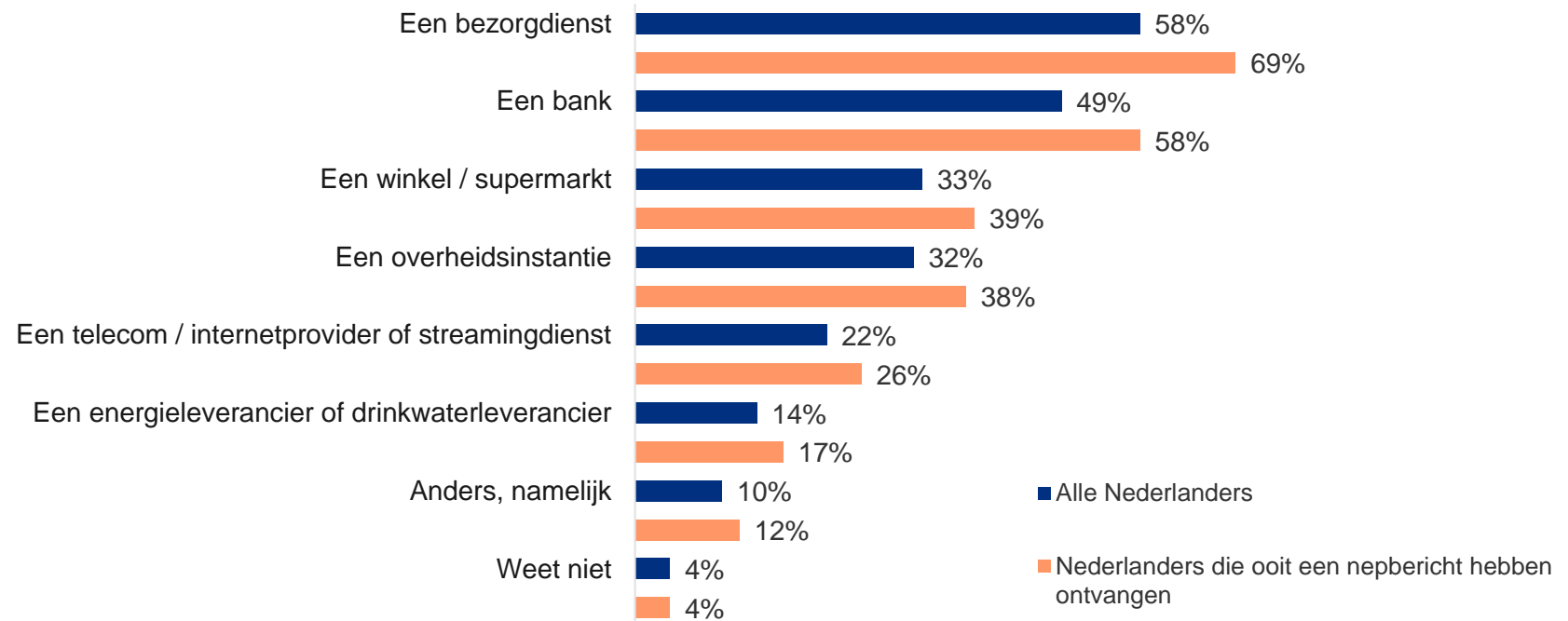
Kanalen ontvangst misleidende online berichten



Vraag Q1 en Q2: Ontvang je weleens een online bericht (zoals e-mails, sms- en WhatsApp-berichten, en berichten via social media) dat in eerste instantie lijkt te komen van een betrouwbare organisatie of instantie, maar die in werkelijkheid door iemand anders is verstuurd (alle Nederlanders n=1033) | Via welk kanaal of kanalen ontvang je die misleidende online berichten? (indien ooit een nepbericht ontvangen n=877)

Misleidende online berichten worden met name vanuit naam van een bezorgdienst verstuurd.

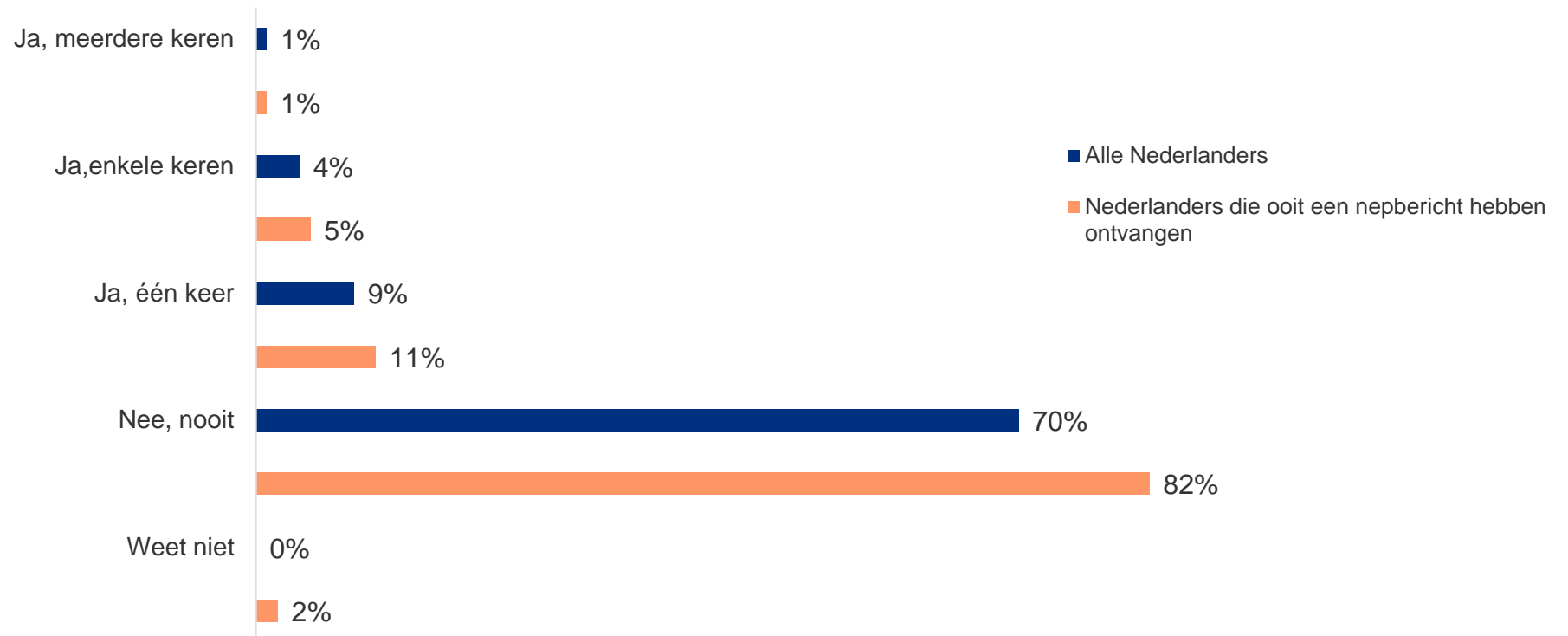
Afzenders misleidende online berichten



Vraag Q3: Uit naam van welke soort bedrijven en/of instanties heb je weleens misleidende online berichten ontvangen? *Meerdere antwoorden mogelijk* (alle Nederlanders n=1033; indien ooit een nepbericht ontvangen n=877)

Ongeveer 1 op de 10 Nederlanders heeft weleens op een link uit een online nepbericht geklikt.

Frequentie klikken link in een online nepbericht

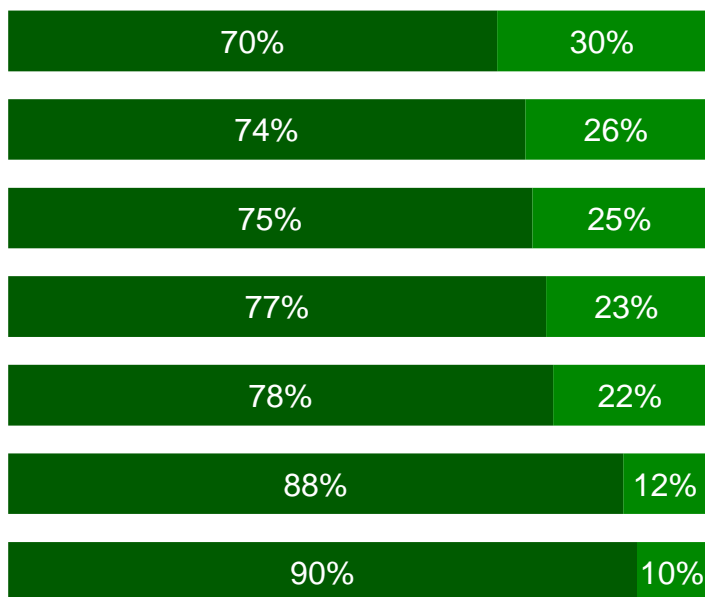


Vraag Q4: Heb je wel eens op een link in zo'n online nepbericht geklikt? (alle Nederlanders n=1033; indien ooit een nepbericht ontvangen n=877)

Verschillen getoetst voor geslacht en leeftijdsgroepen: geen significante verschillen.

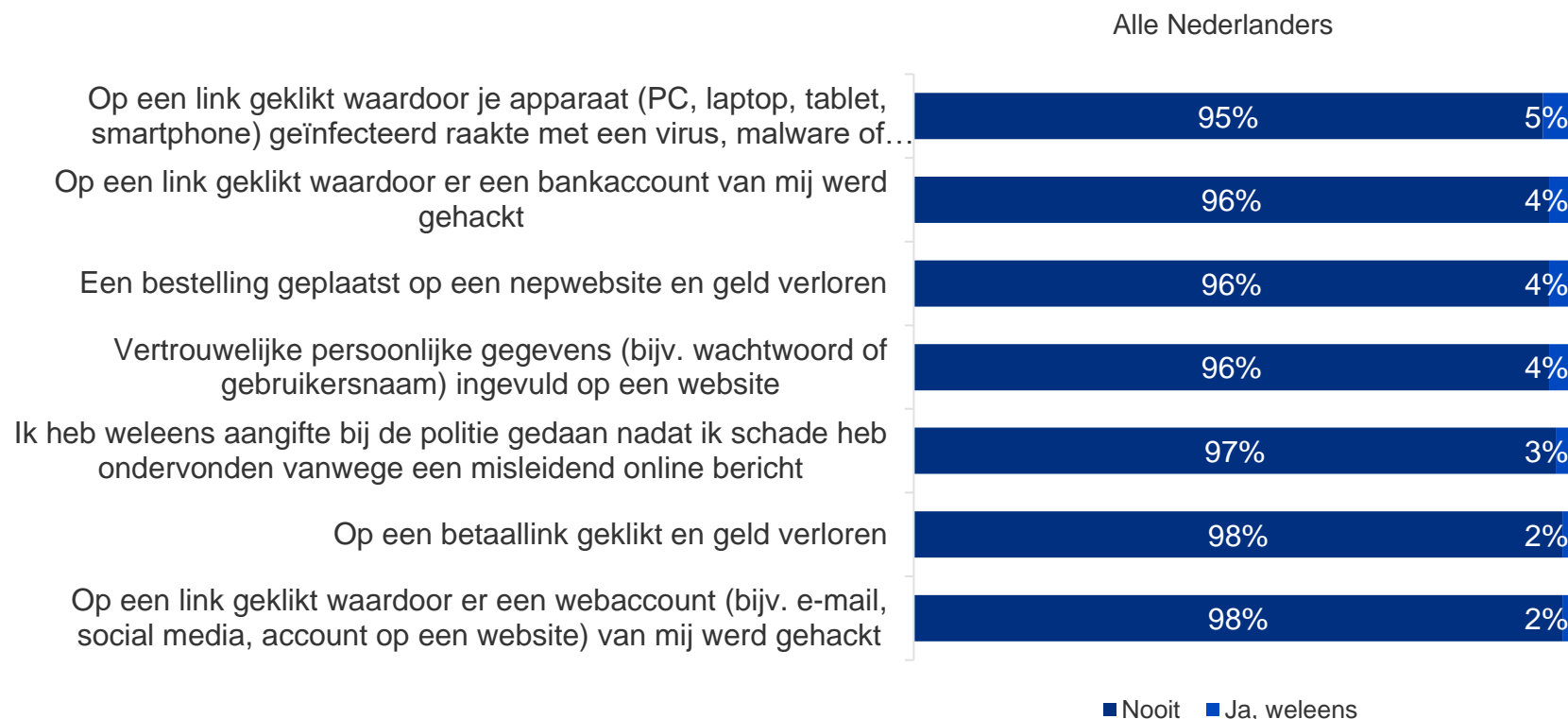
4% van de Nederlanders heeft wel eens op een link geklikt waardoor er een bankaccount werd gehackt

Nederlanders die ooit op een misleidend nepbericht hebben geklikt



■ Nooit ■ Ja, weleens

Gevolgen misleiding online nepbericht



■ Nooit ■ Ja, weleens

Vraag Q5: In hoeverre heb je vanwege een misleidend online bericht weleens... (indien geklikt op misleidend online nepbericht n=162; alle Nederlanders n=1033)

Toetsen significante verschillen subgroepen niet mogelijk vanwege te kleine aantallen.

6 op de 10 misleide Nederlanders klikten op link omdat het bericht er geloofwaardig uitzag en er geen reden leek voor wantrouwen.

Redenen klikken link misleidend online bericht (1/2)

Ooit geklikt op een nepbericht



Vraag Q6: In hoeverre zijn de onderstaande stellingen voor jou van toepassing? Ik heb weleens op een link uit een misleidend online nepbericht geklikt: ... (indien geklikt op misleidend online nepbericht n=162)

Toetsen significante verschillen subgroepen niet mogelijk vanwege te kleine aantallen.

Drie op de tien misleide Nederlanders klikten op een link omdat ze een pakket verwachtte.

Redenen klikken link misleidend online bericht (2/2)

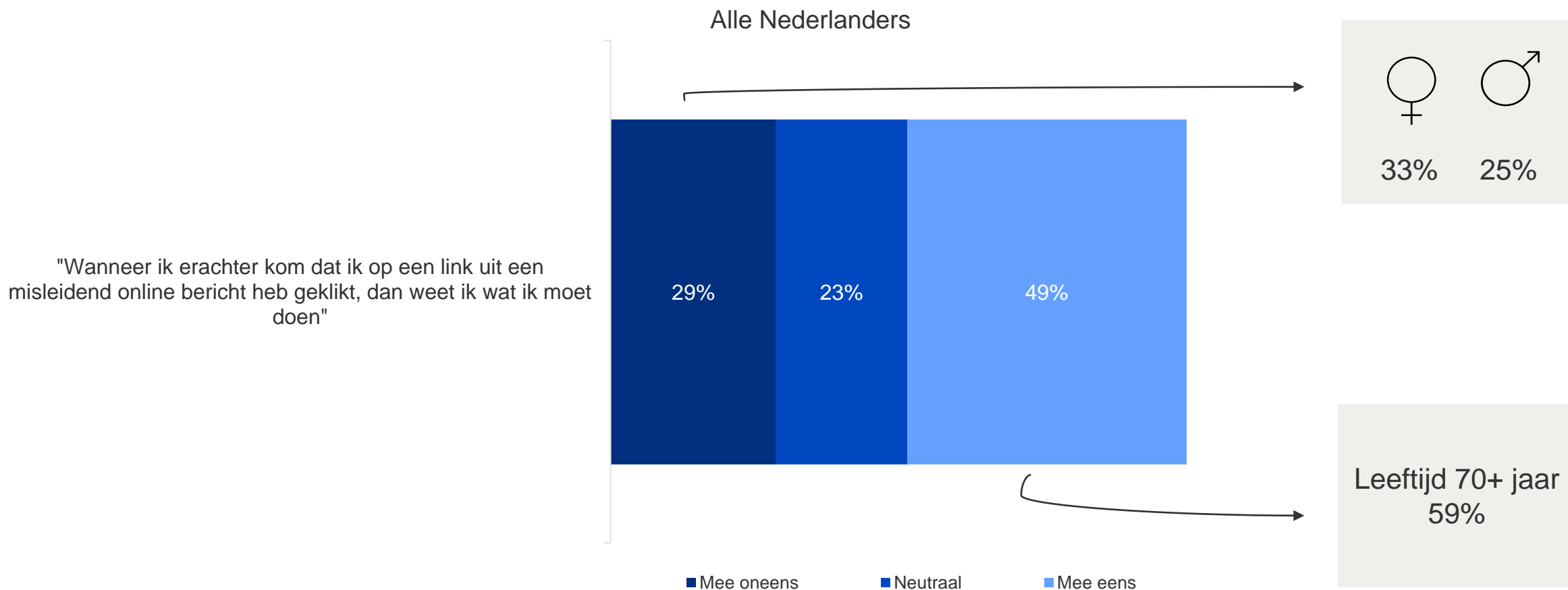
Ooit geklikt op een nepbericht



Vraag Q6: In hoeverre zijn de onderstaande stellingen voor jou van toepassing? Ik heb weleens op een link uit een misleidend online nepbericht geklikt: ... (indien geklikt op misleidend online nepbericht n=162)

Toetsen significante verschillen subgroepen niet mogelijk vanwege te kleine aantallen.

Bijna de helft van de Nederlanders weet hoe er gehandeld moet worden als er op een link uit een misleidend online nepbericht geklikt is.



Vraag Q12: In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen: ... (alle Nederlanders, n=1033)

Significante verschillen geslacht en leeftijd gerapporteerd

A close-up photograph of several hands assembling large wooden puzzle pieces. The puzzle is partially completed, with several pieces already in place. The hands are positioned around the puzzle, some holding pieces in place while others are in the process of fitting them together. The background is a bright, out-of-focus window, suggesting a well-lit indoor environment. The overall tone is warm and collaborative.

3. Resultaten

Voorkomen misleiding
door online nepberichten

Ruim vier op de tien Nederlanders controleren een bericht minder wanneer ze een bericht uit naam van die afzender verwachten.

Alle Nederlanders



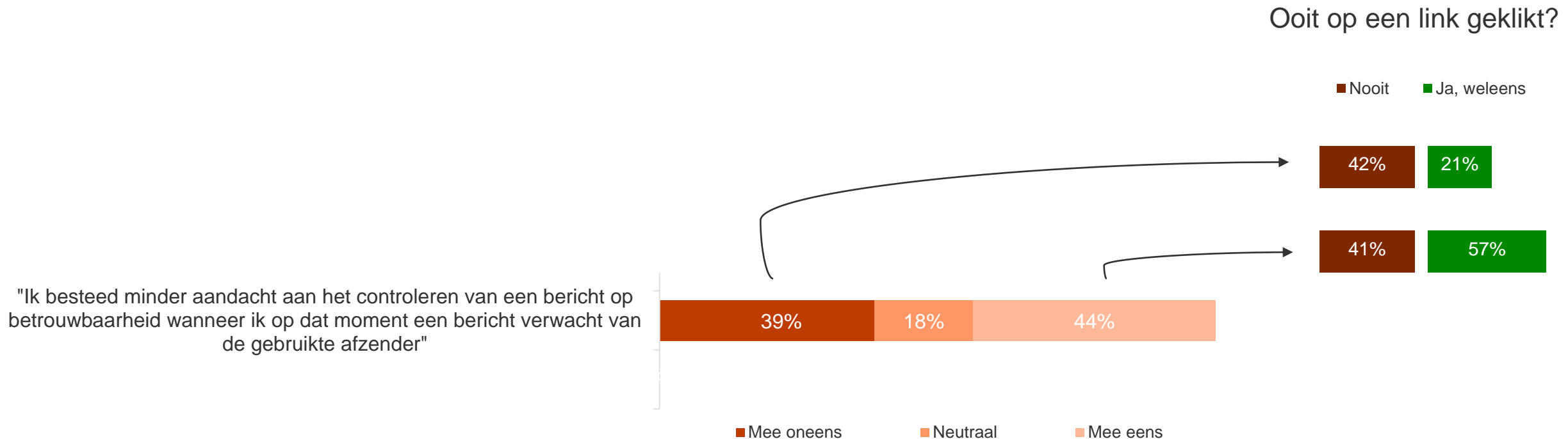
Vraag Q12: In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen: ... (alle Nederlanders n=1033)

Zie bijlage voor significante verschillen geslacht en leeftijd.

Ruim vier op de tien Nederlanders die wel eens een nepbericht ontvangen controleren een bericht minder wanneer ze een bericht uit naam van die afzender verwachten.

Nederlanders die weleens een nepbericht ontvangen

Ooit op een link geklikt?



Vraag Q12: In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen: ... (indien ooit nepbericht ontvangen=877)

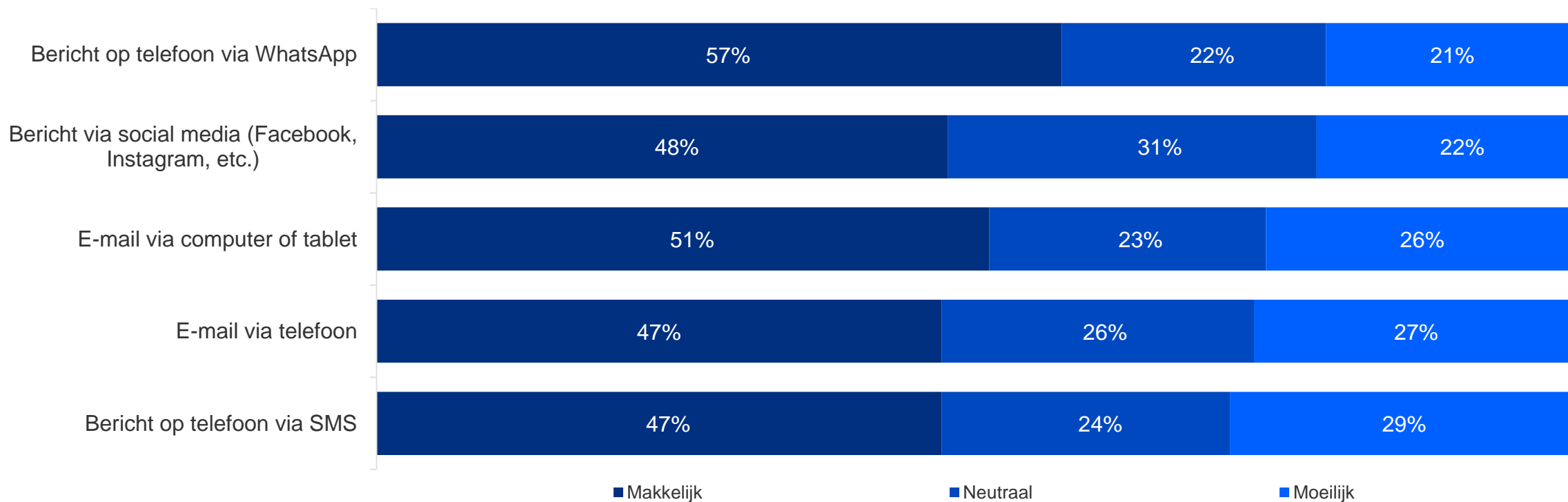
Vraag Q4: Heb je weleens op een link in zo'n nepbericht geklikt (indien ooit nepbericht ontvangen n=877)

Zie bijlage voor significante verschillen geslacht en leeftijd.

Nederlanders vinden een nepbericht via WhatsApp het makkelijkst en een nepbericht via SMS het moeilijkst te herkennen.

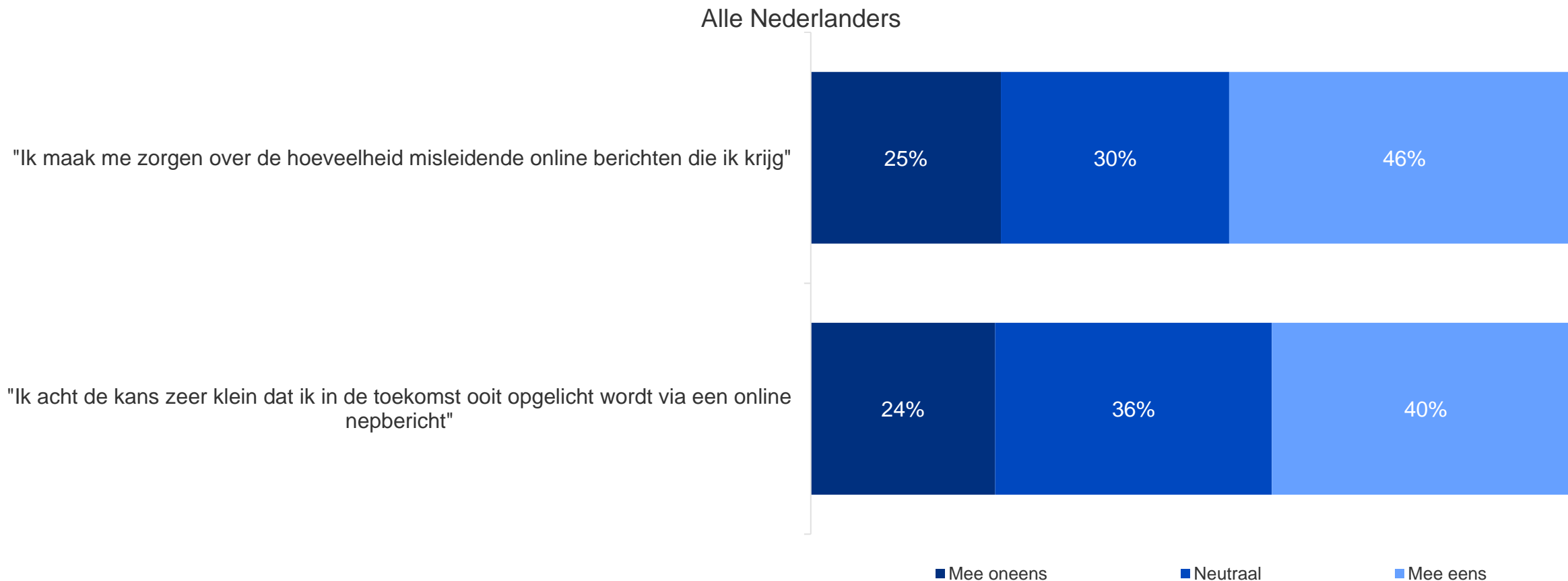
Moeite met beoordelen echtheid online bericht

Alle Nederlanders



Vraag Q13: In hoeverre vind je het makkelijk of moeilijk om te beoordelen of een bericht echt of nep is: ... (alle Nederlanders n=1033)

Vier op de tien Nederlanders schatten de kans zeer klein in ooit opgelicht te worden door een online nepbericht.



Vraag Q12: In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen: ... (alle Nederlanders n=1033)

A close-up photograph of several hands assembling wooden puzzle pieces. The puzzle pieces are light-colored wood and are being fitted together. The background is bright and out of focus, suggesting an indoor setting with natural light. The text is overlaid on the left side of the image.

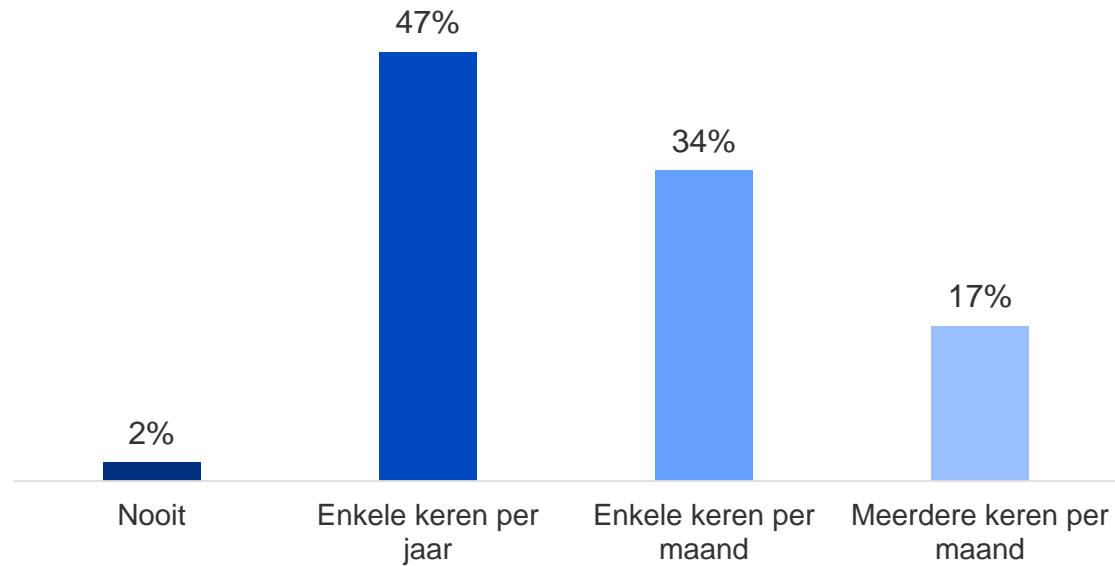
3. Resultaten

Online bestellen en
misleidende berichtgeving

Bijna de helft van de Nederlanders doet enkele keren per jaar een online bestelling

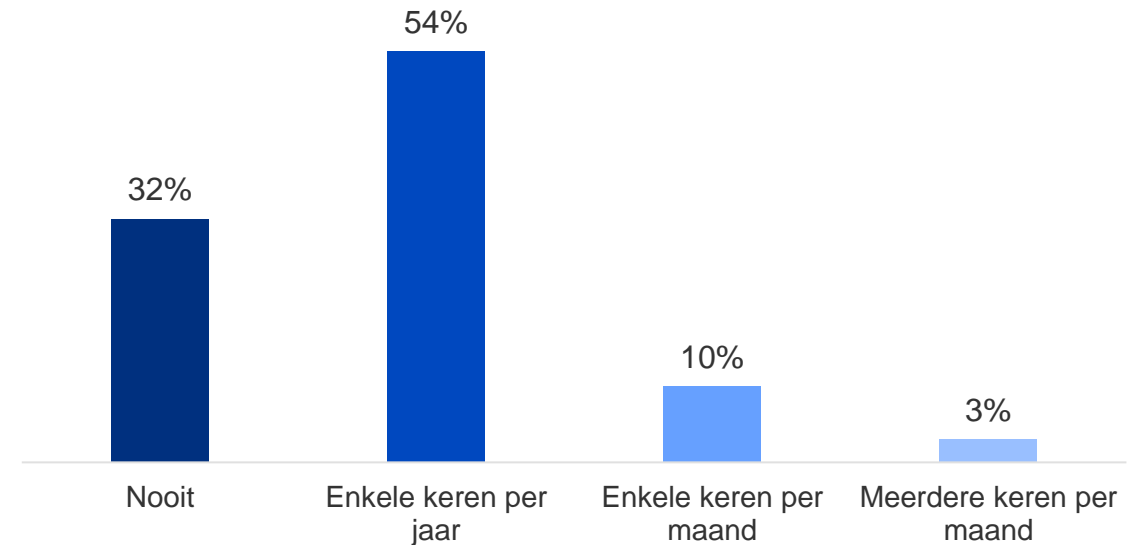
Frequentie online bestellingen

Alle Nederlanders



Frequentie online bestellingen voor anderen

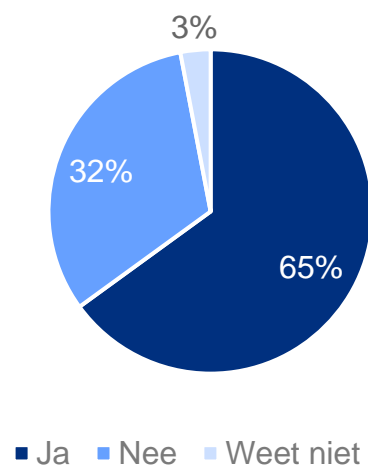
Alle Nederlanders



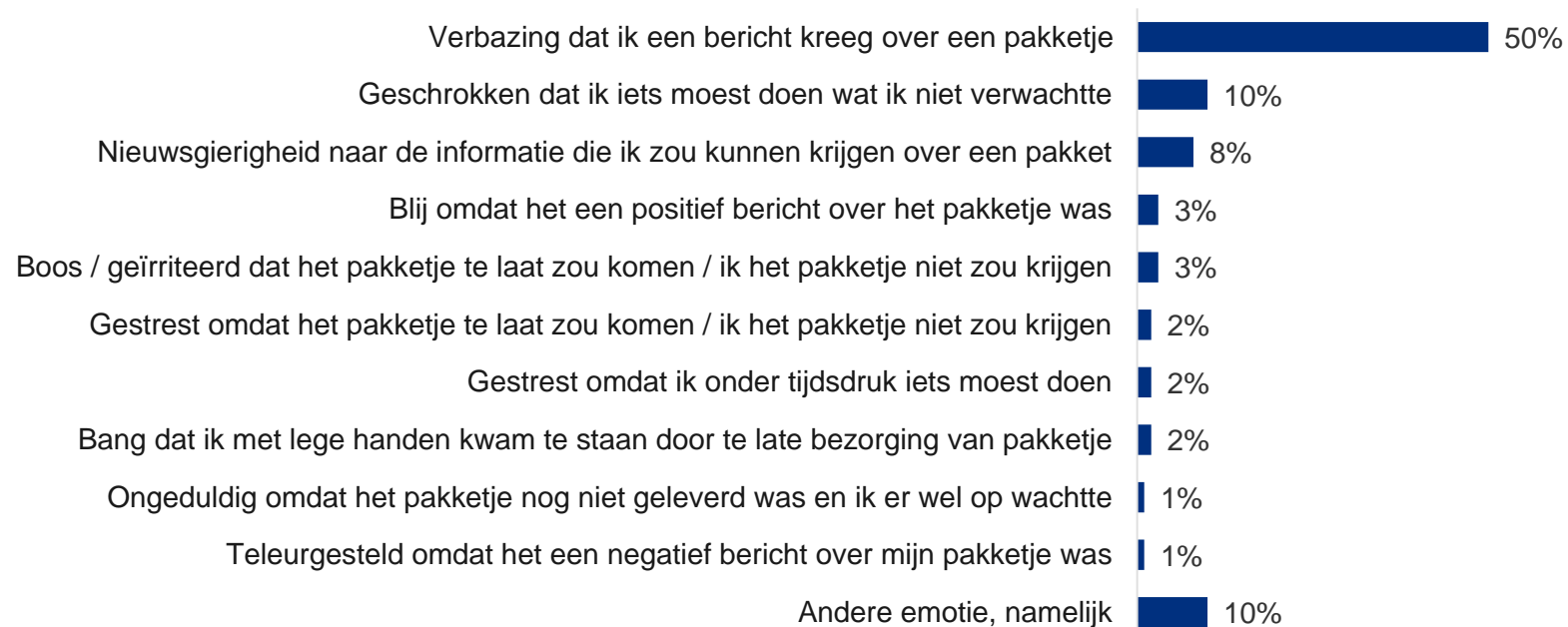
Vraag Q8 en Q9: Als je terugdenkt aan het afgelopen jaar, hoe vaak bestel je gemiddeld iets online? (alle Nederlanders n=1033) | Als je terugdenkt aan het afgelopen jaar, hoe vaak bestel je gemiddeld iets online voor iemand anders? (alle Nederlanders n=1033)

De helft van de Nederlanders ervaart verbazing direct na het lezen van een nepbericht dat uit naam van een bezorgdienst wordt verstuurd.

Emotie bij ontvangen nepbericht
bezorgdienst
Alle Nederlanders



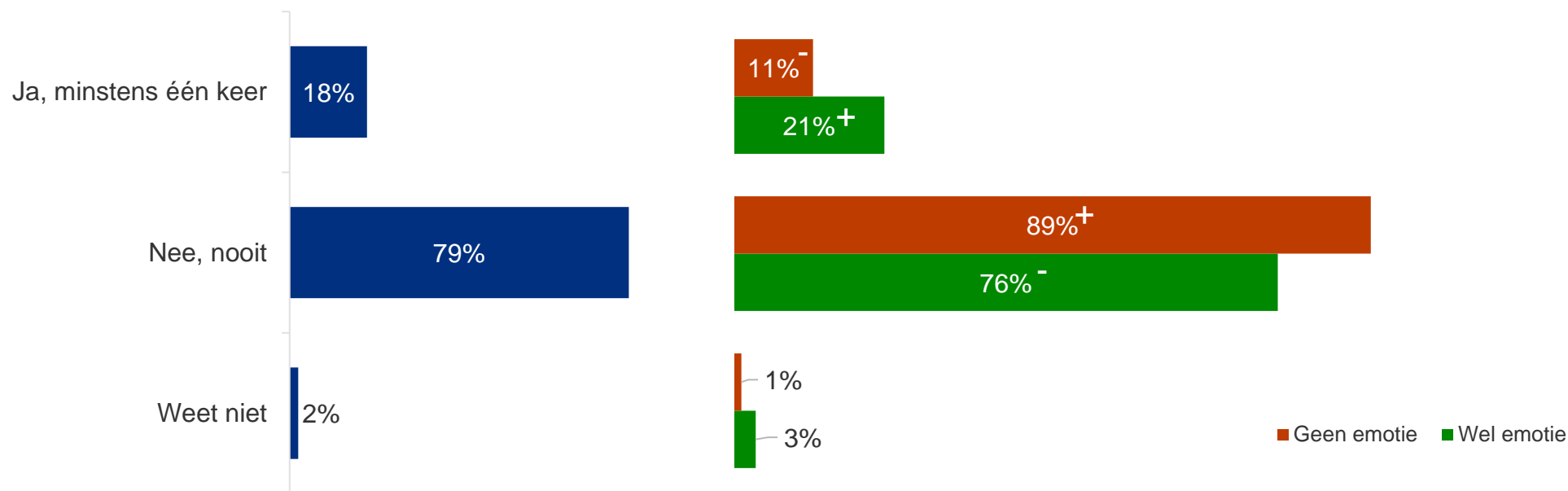
Gevoelens bij bericht van de bezorgdienst vóór de realisatie dat het een nepbericht was



Vraag Q10: Hoe voelde je je op het moment dat je een online nepbericht van een bezorgdienst las, voordat je doorhad dat het om een nepbericht ging? *Meerdere antwoorden mogelijk* (indien nepbericht van bezorgdienst ontvangen n=601)

Misleide Nederlanders ervaren vaker emoties bij het ontvangen van nepbericht bezorgdienst (voor realisatie nepbericht).

Klikken op link in nepbericht en ervaren van emotie bij ontvangen nepbericht van bezorgdienst (voor realisatie nepbericht)



Vraag Q2: Via welk kanaal of kanalen ontvang je die misleidende online berichten? (indien nepbericht van bezorgdienst ontvangen n = 601)

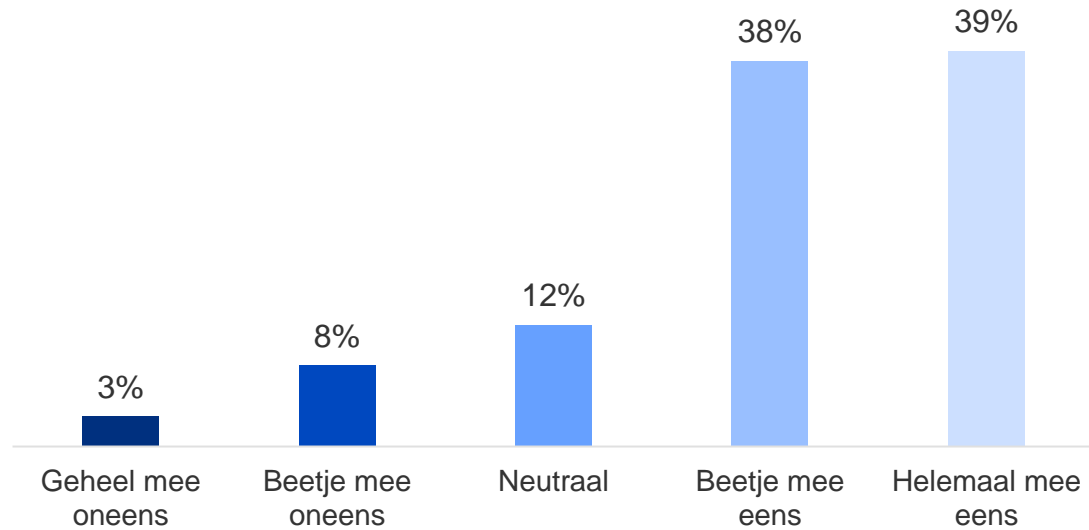
Vraag Q10: Hoe voelde je je op het moment dat je een online nepbericht van een bezorgdienst las, voordat je doorhad dat het om een nepbericht ging? (indien nepbericht van bezorgdienst ontvangen n=601)

Significante verschillen t.o.v. het gemiddelde aangegeven met +/-

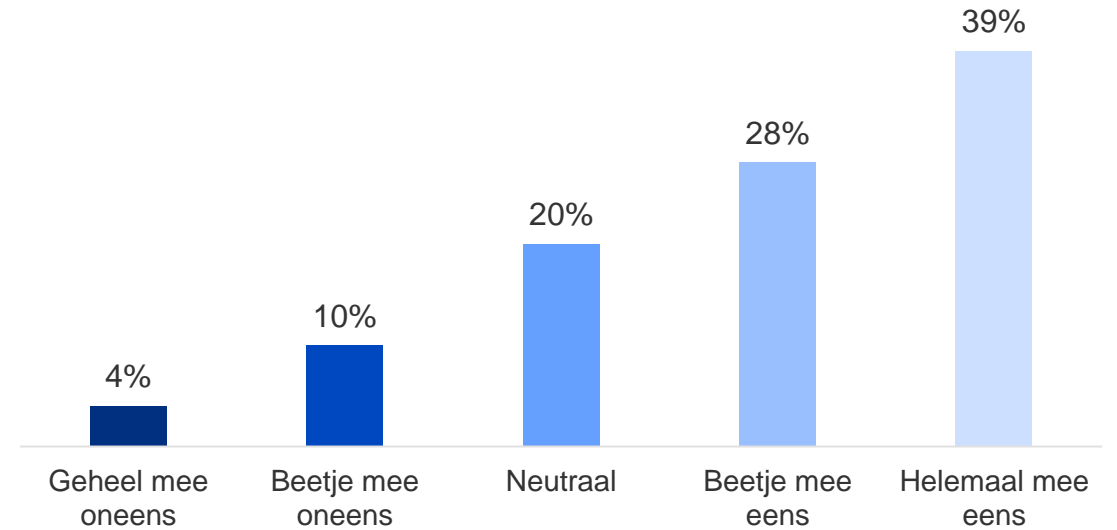
Ruim driekwart van de Nederlanders geeft aan altijd te weten met welke bezorgdienst een pakketje wordt afgeleverd.

Alle Nederlanders

“Als ik een online bestelling doe, weet ik altijd met welke bezorgdienst het pakketje wordt afgeleverd”



“Als ik een pakketje verwacht, klik ik altijd op de link in het online bericht van de bezorgdienst over het aflevermoment”



Vraag Q11: In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen: ... (alle Nederlanders n=1033)

4. Bijlage



Voorkomen online misleiding: Verschillen tussen subgroepen (1/3)

		Gemiddelde	Man	Vrouw	18-24 jr	25-34 jr	35-44 jr	45-54 jr	55-69 jr	70+ jr
"Ik vind het moeilijk om te beoordelen of een online bericht te vertrouwen is"	Mee oneens	42%	45%	40%	44%	43%	53%	52%	38%	27%
	Neutraal	26%	27%	26%	27%	32%	29%	22%	25%	25%
	Mee eens	31%	28%	34%	29%	25%	18%	27%	37%	47%
"Ik vind het lastiger om te herkennen of een online bericht van een bedrijf/organisatie betrouwbaar is, als ik wel eens met ze te maken heb (gehad)"	Mee oneens	3%	4%	2%	4%	2%	4%	2%	4%	3%
	Neutraal	10%	10%	11%	13%	17%	12%	8%	9%	6%
	Mee eens	86%	86%	86%	83%	82%	84%	90%	87%	91%
"Ik besteed minder aandacht aan het controleren van een bericht op betrouwbaarheid wanneer ik op dat moment een bericht verwacht van de gebruikte afzender"	Mee oneens	37%	38%	35%	19%	32%	38%	46%	40%	37%
	Neutraal	21%	23%	19%	22%	19%	24%	17%	19%	25%
	Mee eens	43%	39%	46%	59%	49%	38%	38%	41%	38%
"Ik twijfel altijd aan de betrouwbaarheid van een online bericht van een bedrijf"	Mee oneens	24%	23%	26%	32%	31%	25%	19%	25%	17%
	Neutraal	37%	40%	33%	39%	40%	48%	34%	28%	36%
	Mee eens	39%	37%	41%	29%	29%	27%	47%	46%	47%

Vraag Q12: In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen: ... (alle Nederlanders n=1033)

Voorkomen online misleiding: Verschillen tussen subgroepen (2/3)

		Gemiddelde	Man	Vrouw	18-24 jr	25-34 jr	35-44 jr	45-54 jr	55-69 jr	70+ jr
"Ik twijfel altijd aan de betrouwbaarheid van een online bericht van de overheid"	Mee oneens	19%	17%	20%	15%	22%	18%	15%	22%	18%
	Neutraal	26%	27%	24%	30%	35%	33%	25%	21%	16%
	Mee eens	56%	55%	56%	55%	44%	49%	60%	58%	65%
"Ik twijfel altijd aan de betrouwbaarheid van een online bericht van mijn bank"	Mee oneens	16%	16%	16%	8%	17%	15%	12%	21%	17%
	Neutraal	23%	27%	19%	34%	29%	25%	26%	17%	13%
	Mee eens	61%	58%	65%	57%	54%	60%	62%	62%	70%
"Als ik een online bericht ontvang, dan controleer ik de link altijd eerst voor ik erop klik"	Mee oneens	9%	7%	11%	11%	15%	8%	9%	7%	5%
	Neutraal	19%	17%	20%	29%	26%	20%	13%	17%	11%
	Mee eens	73%	76%	70%	60%	59%	72%	77%	76%	84%
"Als ik een online bericht ontvang waarvan ik twijfel aan de betrouwbaarheid, dan check ik de afzender"	Mee oneens	9%	7%	11%	11%	15%	8%	9%	7%	5%
	Neutraal	19%	17%	20%	29%	26%	20%	13%	17%	11%
	Mee eens	73%	76%	70%	60%	59%	72%	77%	76%	84%

Vraag Q12: In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen: ... (alle Nederlanders n=1033)

Voorkomen online misleiding: Verschillen tussen subgroepen (3/3)

		Gemiddelde	Man	Vrouw	18-24 jr	25-34 jr	35-44 jr	45-54 jr	55-69 jr	70+ jr
Ik vind het lastiger om te herkennen of een online bericht van een bedrijf of organisatie betrouwbaar is, als ik wel eens te maken heb (gehad) met dit bedrijf of deze organisatie.	Mee oneens	26%	29%	23%	25%	33%	32%	31%	23%	15%
	Neutraal	27%	28%	27%	28%	29%	29%	28%	27%	24%
	Mee eens	47%	43%	50%	47%	39%	39%	42%	50%	61%

Vraag Q12: In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen: ... (alle Nederlanders n=1033)