

# EEN INTERVENTIE GERICHT OP GELDEZELS

## Doel

Het verhogen van het bewustzijn en de risicoperceptie van jongeren op Instagram met betrekking tot geldezels.

## Beschrijving van de interventie

De interventie bestaat uit twee delen: nagmaakte ronseladvertenties en landingspagina's. De advertenties stellen dat jongeren geld kunnen verdienen met hun bankpas. Als jongeren op een advertentie klikken, komen ze terecht op één van twee externe websites. Die bevatten informatie over het fenomeen geldezels.



Advertentie A



Advertentie B



Advertentie C



Afschrikpagina



Hulppagina



## Effectmeting

In hoeverre bereikt de interventie de doelgroep en verhoogd de interventie het bewustzijn van jongeren omtrent geldezels? En met welke instellingen, advertenties en landingspagina lukt dat het beste?

De advertenties zijn in twee campagnes meer dan een maand lang getoond aan Nederlandse Instagram gebruikers tussen de 18 en 25 jaar aan de hand van een quasi-experimenteel design.

## Bevindingen

- In totaal zijn bijna 100.000 verschillende Instagram gebruikers bereikt met de advertenties.
- Daarvan hebben 906 personen op een advertentie geklikt.
- In het algemeen lijkt dus ongeveer 1% van de jongeren op Instagram geïnteresseerd in het verdienen van geld met hun bankpas.
- Het klikpercentage per conditie verschilt van 0.16% tot 2.36% en is dus sterk afhankelijk van het type advertentie en de campagne-instellingen:
  - o Het klikpercentage is hoger wanneer jongeren een advertentie meerdere keren te zien krijgen.
  - o Jongeren klikken vaker op advertenties die veel en snel geld in het voortuitzicht stellen (advertentietype A).
- Jongeren interacteren vooral met de content op de hulppagina. Zo scrolt ongeveer de helft van de jongeren tot onderaan die pagina, terwijl op de afschrikpagina slechts een kwart naar beneden scrolt.

## Conclusies

- Instagram biedt een unieke mogelijkheid om risicovolle jongeren te bereiken voor interventiedoeleinden en voor criminologisch onderzoek.
- Onbekend is nog of de interventie voorkomt dat jongeren optreden als geldezel, maar met de juiste campagne-instellingen, advertenties en landingspagina en lukt om een groot aantal jongeren te informeren over het fenomeen.
- Gemeenten kunnen de interventie relatief makkelijk en goedkoop zelf toepassen via het advertentiebeheer van Instagram.

