

TOELICHTING BIJ DE RECLAMECAMPAGNE (2012) "AMAZING MIND READER REVEALS"

De reclamecampagne "Amazing mind reader reveals his gift" is een zeer bekende en effectieve bewustwordingscampagne die in België is gelanceerd door **Febelfin** (de Belgische Federatie van de Financiële Sector). De campagne is gemaakt door het reclamebureau **Duval Guillaume Modem**.

Doel van de Campagne: Privacy en Gegevens delen

Het hoofddoel van deze campagne was om mensen bewust te maken van **hoeveel persoonlijke informatie zij onbewust online delen** en welke risico's daaraan verbonden zijn. De focus lag met name op **financiële privacy** en de gevaren van het openbaar maken van details die door cybercriminelen kunnen worden misbruikt.

Hoe de Campagne Werkt (Het Concept):

De campagne draait om een man die zich voordoeft als een "verbazingwekkende gedachtenlezer" (Amazing Mind Reader). Hij benadert willekeurige mensen op straat en begint ogenschijnlijk hun gedachten te lezen. Hij "onthult" intieme en specifieke details over hun leven, zoals:

- Hoeveel geld er op hun bankrekening staat.
- Recente betalingen die ze hebben gedaan (bijv. voor alcohol, kleding).
- Details over hun kinderen, huisdieren, of vakanties.
- Zelfs bankrekeningnummers.

De reacties van de mensen variëren van verbazing en ongeloof tot angst en ongemak. Ze zijn duidelijk geschokt door hoe de "gedachtenlezer" zoveel persoonlijke informatie over hen weet.

Aan het einde van de video wordt de clou onthuld: de "gedachtenlezer" heeft helemaal geen bovennatuurlijke gaven. Alle informatie die hij 'onthulde', heeft hij simpelweg **online gevonden** door middel van openbare informatie op sociale media, openbare databases en andere online bronnen. De video eindigt met de boodschap dat je leven open en bloot ligt als je niet voorzichtig bent met wat je online deelt.

Belangrijke aspecten en impact:

- **Social Engineering:** De campagne illustreert op een krachtige manier het concept van **social engineering**. De "mind reader" gebruikt geen hackingtools, maar verzamelt gewoon informatie die mensen zelf openbaar maken. Deze informatie kan vervolgens worden gebruikt voor gerichte fraude.
- **Kwetsbaarheid van Persoonlijke Data:** Het benadrukt hoe schijnbaar onschuldige updates over je leven, foto's van je huisdieren, of discussies over je uitgaven, in verkeerde handen kunnen vallen en leiden tot financiële fraude of identiteitsdiefstal.
- **Brede Verspreiding:** De video is online viraal gegaan en heeft miljoenen views verzameld, wat heeft bijgedragen aan een breed bewustzijn over online privacy, niet alleen in België maar ook daarbuiten.



- **Relevantie voor Banken:** Febelfin, als de financiële sector, wilde hiermee benadrukken dat veilig bankieren niet alleen gaat over de beveiliging van de bank zelf, maar ook over de verantwoordelijkheid van de gebruiker om voorzichtig te zijn met het delen van informatie. De campagne is vaak gekoppeld aan de website [SafelInternetBanking.be](https://www.safelinternetbanking.be) (nu onderdeel van [Safeonweb.be](https://www.safeonweb.be)).
- **Onderwijsmateriaal:** Vanwege de duidelijke boodschap wordt de video vaak gebruikt in scholen en door organisaties die voorlichting geven over digitale geletterdheid en cyberveiligheid.

De campagne "Amazing mind reader reveals his gift" is een klassiek voorbeeld van hoe een creatieve en confronterende aanpak effectief kan zijn in het vergroten van het bewustzijn over cyberveiligheid en privacy.