Meer dan de helft van de basisschoolkinderen ziet online filmpjes over makkelijk rijk worden

Blijkt uit meting van MediaMasters, UNICEF Nederland en De Kindertelefoon



Hilversum, 13 november 2026 - Meer dan de helft van de kinderen in groep 5 en 6 komt online video's tegen waarin het lijkt alsof je makkelijk rijk kunt worden. Dat blijkt uit een meting van MediaMasters, UNICEF Nederland en De Kindertelefoon onder 91.443 leerlingen die de stelling hierover hebben beantwoord tijdens de serious game MediaMasters tijdens de Week van de Mediawijsheid.

Uit de 91.443 gegeven antwoorden blijkt dat bijna 56 procent deze video's weleens voorbij ziet komen. Dat laat zien dat content met advies over snel geld verdienen en makkelijk rijk worden, al heel jonge kinderen bereikt.

Het merendeel van de kinderen die deze video's zien, zegt niet te geloven dat ze daardoor rijk kunnen worden.

Sarah Hijmans, eindredacteur MediaMasters: *"Dat is positief. Maar als je keer op keer dit soort video's tegenkomt, kunnen ze toch invloed hebben op hoe je denkt over geld en succes".*
Ook bij De Kindertelefoon horen ze regelmatig van jonge kinderen die online content tegenkomen die niet geschikt is voor hun leeftijd. Dat gaat bijvoorbeeld om misleidende berichten, zoals scam-berichten waarin geld of andere beloningen worden beloofd. Maar ook om beelden die niet geschikt zijn voor hun leeftijd, zoals seksuele beelden of (extreem) geweld. Kinderen komen deze content via verschillende online kanalen tegen, zoals YouTube, TikTok, WhatsApp en Snapchat.

Roline de Wilde, directeur De Kindertelefoon: *"Wat kinderen online tegenkomen, kan veel indruk maken en misleidend zijn. Daarom is het belangrijk dat we als volwassenen betrokken blijven bij hun online leefwereld. Dat begint met oprechte interesse, open gesprekken over wat ze tegenkomen en wat het met ze doet. Daarmee help je kinderen hun weerbaarheid te vergroten, ook in het geval van mogelijke misleiding. En bouw je aan het vertrouwen om ook in de toekomst te delen over wat ze online meemaken."*

MediaMasters, UNICEF Nederland en De Kindertelefoon vinden het belangrijk dat kinderen ook online veilig kunnen opgroeien. Ze moedigen ouders en leraren aan om met kinderen in gesprek te gaan over hun online ervaringen. Van adviezen over snel geld verdienen tot berichten die ze krijgen van onbekenden. Zo helpen zij kinderen om kritisch te kijken naar wat ze online zien, informatie op waarde te schatten en te herkennen welke belangen er achter bepaalde adviezen kunnen zitten. Ook kunnen kinderen zo leren hoe ze met ongepaste content kunnen omgaan en deze waar mogelijk in de toekomst kunnen vermijden.

Sabine de Jong, woordvoerder UNICEF Nederland: *"Het is belangrijk dat kinderen weten wat wel en niet betrouwbaar is, en welke belangen er achter adviezen kunnen zitten. Maar we kunnen die verantwoordelijkheid niet bij kinderen leggen, zeker niet bij zulke jonge kinderen. Techplatforms moeten de digitale omgeving zo inrichten dat kinderen beschermd worden tegen misleidende en schadelijke informatie."*

MediaMasters, UNICEF Nederland en De Kindertelefoon legden verschillende stellingen, onder meer over finfluencers, voor aan leerlingen in groep 5/6 en groep 7/8 die meededen aan MediaMasters., de serious game van Netwerk Mediawijsheid. De

game wordt jaarlijks tijdens de Week van de Mediawijsheid (6 t/m 13 november) gespeeld door 14.000 klassen. Dit jaar deden 315.000 leerlingen mee aan de wedstrijd.

Netwerk Mediawijsheid heeft de missie: ‘Nederland mediawijs’. Met meer dan 1000 aangesloten organisaties, bedrijven, zelfstandig professionals en instellingen werkt het netwerk aan een Nederland waarin iedereen mediawijs is - of bezig is dat te worden. Want mensen die mediawijs zijn, kunnen zich gemakkelijker en zekerder bewegen in een samenleving waarin (online) media een steeds grotere rol spelen.

Birgitte van Boven
(Freelance) PR & Communicatie
birgitte@prvanboven.com
06-33972220

Netwerk Mediawijsheid
Media Parkboulevard 1
1217WE Hilversum

www.netwerkmediawijsheid.nl

Geen berichten meer ontvangen van ons? Klik hier