

# Scam/OFF

**Digital kampagne:** Forebyggende informationskampagne mod økonomisk kriminalitet i computerspil

**TrygFonden**

Center for  
Digital Pædagogik



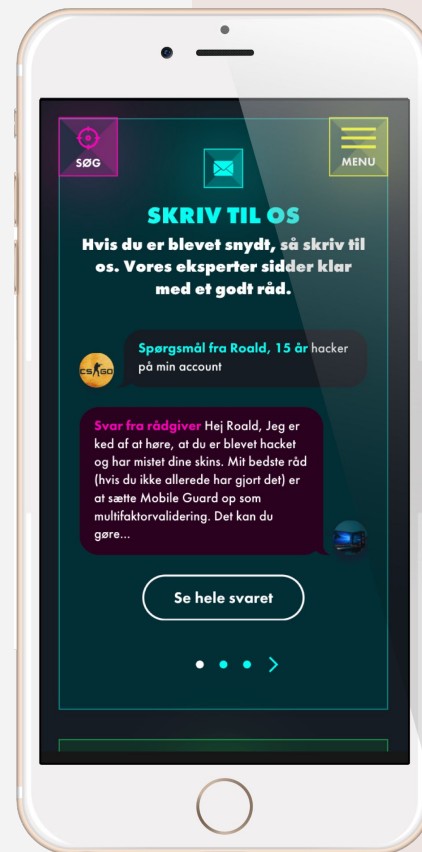
**Med en to-årig kampagne har Scammed.dk øget tryghed og refleksion omkring svindel i computerspilshandler gennem visuelle, digitale reklamer og infovideoer samt opsøgende fysisk tilstedeværelse.**

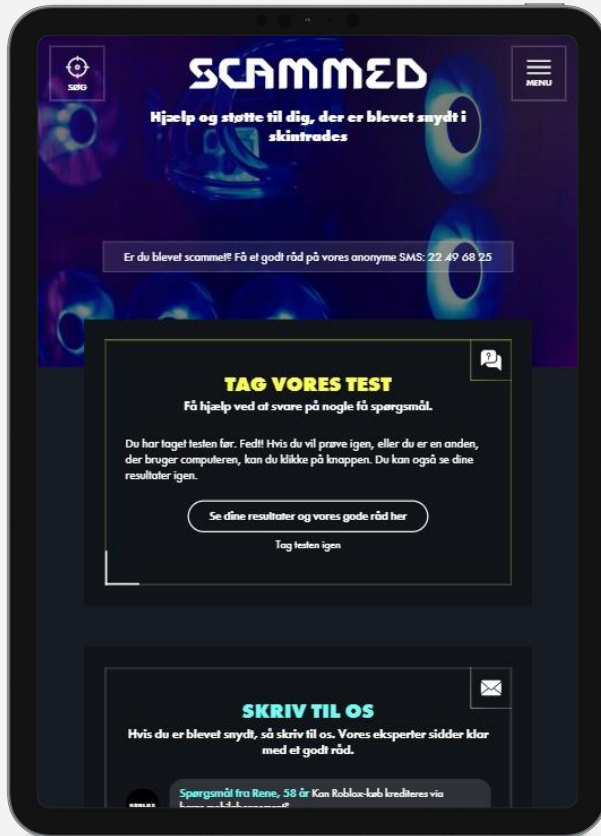
Målgruppe : **unge 10-25 år**

## I 2019 så vi et hul i rådgivningslandskabet

Unge gamere blev snydt i spilhandler men havde ikke noget sted at henvende sig med deres frygt, deres skam og deres vrede. Nogle havde mistet, hvad der svarede til deres konfirmationspenge og var bange for at sige det til far og mor.

Vi inddrog unge, relevante afdelinger ved politiet, psykologer og specialister fra gaming-miljøet og skabte scammed.dk, hvor unge den dag i dag kan få hjælp og støtte til at løse, hvad der kan føles som en helt uoverskuelig situation.





## Direkte SMS-rådgivning

Teknisk, juridisk og følelsesmæssig støtte i forbindelse med kriminalitet

## Anonym brevkasse

Mulighed for at læse andres breve og opbygge viden om scams

## Guides og artikler

Videndeling og håndbøger til at beskytte sig selv og anmelde

# Informationskampagnens primære elementer

## Digital kampagne

Vi har gennemført en digital kampagne i øjenhøjde på tværs af de mest populære platforme med inddragelse af politiets NCIK enhed.

## Fysiske oplæg

På trods af corona og nedlagte LAN-events, har vi holdt 14 oplæg med stor geografisk spredning for en bred vifte af relevante interessenter.

## Fællesskaber

Vi har afholdt gruppechats samt har etableret en YouTube kanal, dog uden at få udfoldet et egentligt fællesskab i projektperioden.

1

### Oplæg og feedback

Opkvalificering af og feedback fra skoler, klubber og faggrupper

2

### Revidering af indhold på site

Bl.a. med baggrund i feedback og politisamarbejde er hele sitets indhold opdateret

3

### Produktion af explainers og reklamer

Øget videoproduktion til vidensbase samt reklameproduktion til indledende opsporing

4

### Digital kampagne

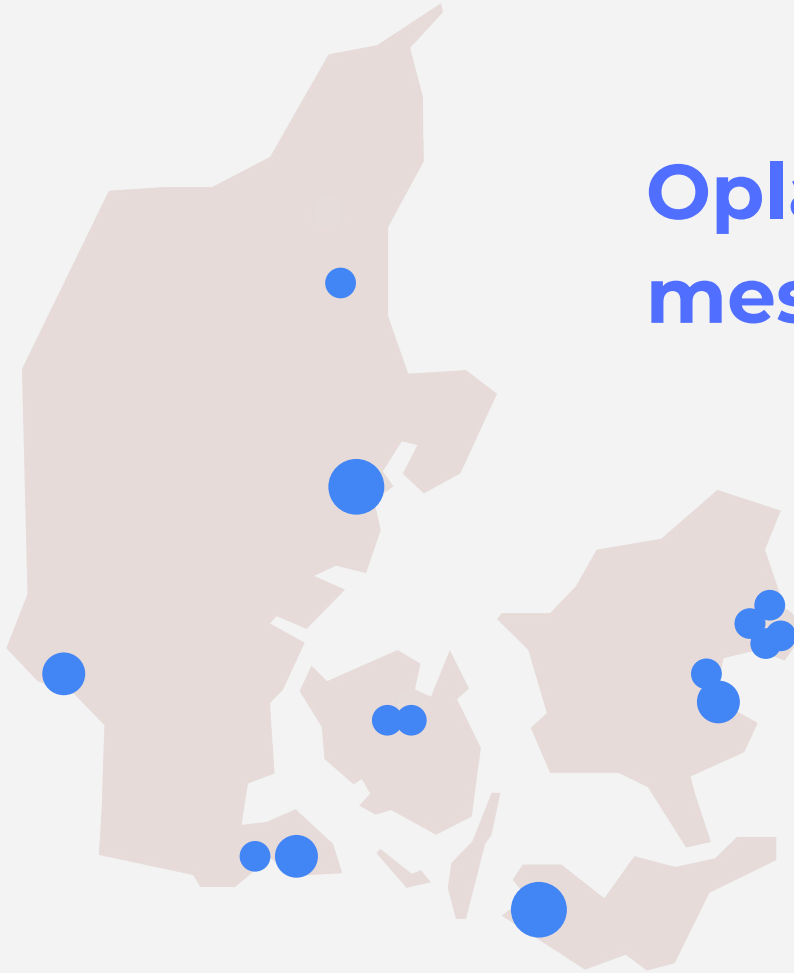
Nøje segmenteret annoncering på tværs af sociale medieplatforme



# Oplæg og fysiske events

påvirket af corona

## Oplæg fordelt over det meste af landet

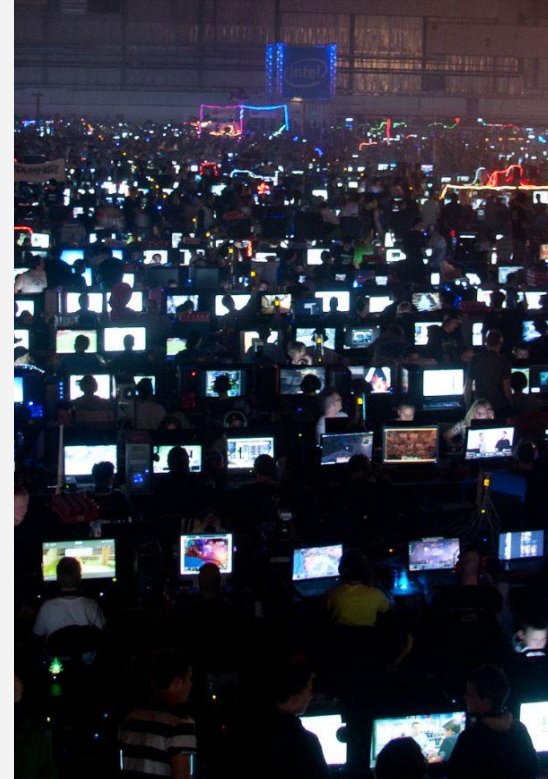


Kampagnens **14 fysiske oplæg** er blevet afholdt for i alt 725 deltagere på tværs af landet, og for en bred modtagerskare. Fortrinsvis efterskoler, men også klubber, folkeskoler, en FGU, SSP-teams, en politienhed og en e-sportsklub.



## Svær tid for LAN-events

Som en del af projektet var der planlagt besøg på en række LAN-events, men corona førte store konsekvenser med sig for også LAN-kulturen i Danmark, der primært drives af frivillige kræfter. Mange blev aflyst, og de enkelte, der er blevet afholdt, havde ikke ressourcer til at sige ja til endnu et samarbejde.



# SCAMMED



Scammed

@scammeddk  
5 subscribers

HOME

VIDEOS

PLAYLISTS

COMMUNITY

CHANNEL

Recently uploaded

Popular

**FORTNITE 101**

4:02

Sådan handler du sikkert i Fortnite

68 views · 3 months ago

**ROBLOX 101**

2:12

Sådan handler du sikkert i Roblox

67 views · 3 months ago

Gode råd før

16 views · 3 m

**SNAK MED DIT  
BARN OM SKINS**

2:53

Hvordan taler jeg med mit barn?

**SCAMS ER  
NEDEREN**

1:46

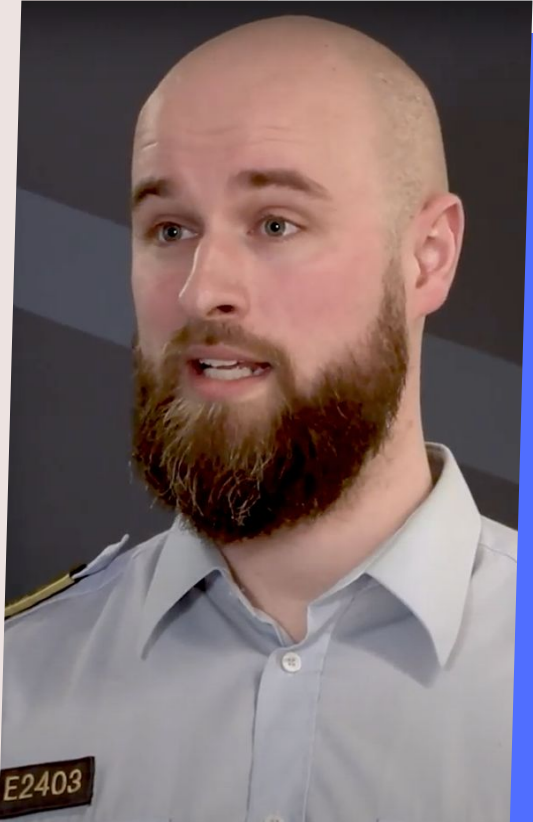
Det er nederen at blive scammet

**ER DET  
AT SC**

Hvad siger l

# Digital kampagne

Tre kampagnespor  
på tværs af sociale  
medie platforme



Den digitale kampagne har været projektets hovedspor. De vigtigste aktiviteter er foregået som annoncering på TikTok, YouTube, Snapchat og Meta (fb/insta).

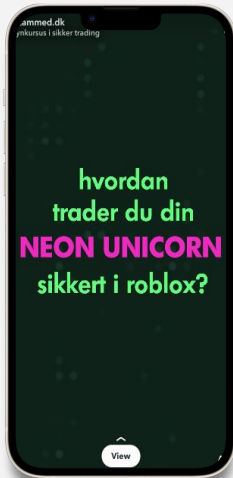
Vi har kørt tre kampagne-spor med hvert sit formål:

- Positionering af scammed.dk indenfor de tre mest populære spil med trading
- Brandsamarbejde mellem politiets nationale center for IT-relateret kriminalitet (NCIK) og scammed.dk
- Rekruttering til gruppechat om emnet

## Digital kampagne Scamming i DIT spil

Scammed.dk henvender sig til vidt forskellige brugergrupper, og vi har vækket hver brugergruppes interesse ved at koble os på de **forskellige konkrete varer**, der knytter sig til de specifikke spil.

I reklamen skifter teksten i pink mellem forskellige handelsvarer.



### Roblox

Til de mindre børn, største scam-volumen - mindste beløb



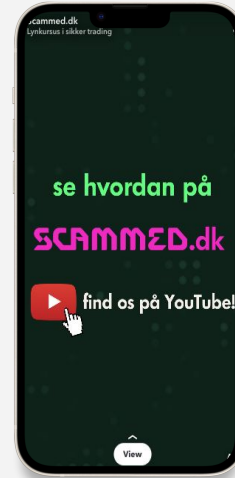
### Fortnite

Til de lidt ældre



### CS:GO

Til de ældste, hvor der handles for større beløb



### Henvisning til YouTube

Vi har bl.a. her forsøgt at rekruttere følgere til YouTube kanal

**SPIL-reklamerne** leder til hver sin landingside, fx [scammed.dk/roblox](https://scammed.dk/roblox)

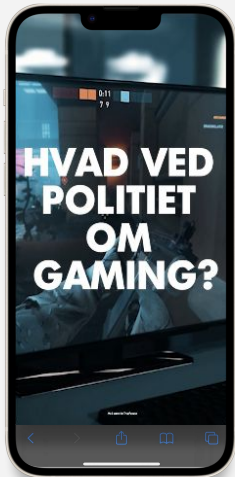


Her finder man en guide og explainer, hvor scammed's eksperter forklarer de vigtigste tips til at undgå scams

## Digital kampagne Brug politiet

Som del af den digitale kampagne inviterede vi politiet (repræsenteret ved gamer og efterforsker Anders Klixbull fra NCIK) til at deltage i kampagnens reklamevideoer og imødekomme typiske fordomme.

Samspelet med politiet og NCIK har i kampagnen lånt tyngde til scammed.dk og legitimerer samtidig politiet som troværdig i gamingverdenen.



### Til de skeptiske

Måske er politiet ikke alle så boomer-agtige



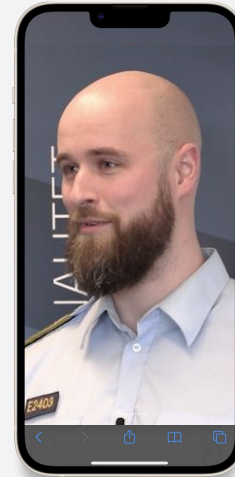
### De undrende

De fleste stationer har deres egne hold



### De der søger bekræftelse

Bare lige for at få det vigtigste på plads



### Og dem der foretrækker et venligt ansigt

Anders Klixbull er gamer og efterforsker ved NCIK. Han er blevet ansigtet på politiets gamere i kampagnen.

Alle fire  
NCIK-spots  
leder til

[scammed.dk/politi](https://scammed.dk/politi)



Her ligger flere  
explainers, hvor  
Anders Klixbull  
forklarer politiets  
håndtering af  
scams

Gruppechatten var et led i kampagnens fællesskabsspor.

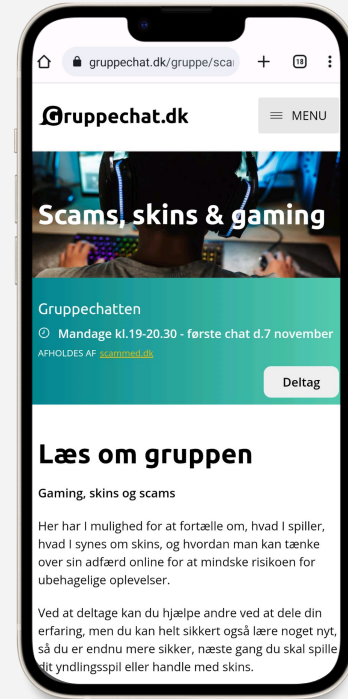
Her kunne de unge være anonyme, og vi havde på forhånd rammesat samtalen omkring nogle af de mest basale spørgsmål om skins og scams.

## TEMAER

- Hvorfor er skins fede?
- Kan man stole på folk på nettet?
- Hvordan sikrer man sin konto?
- Hvad gør man hvis uheldet er ude?



Gruppechatten blev bl.a. annonceret via Snapchat.

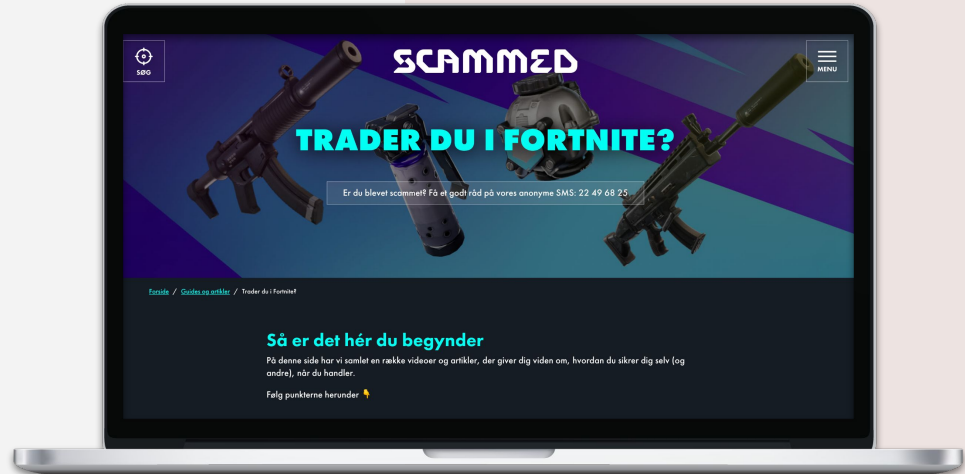


På gruppechat.dk fik scammed sin egen landingsside og samtalen er modereret af rådgiver.

## Landingsider for **Specifikke spil**

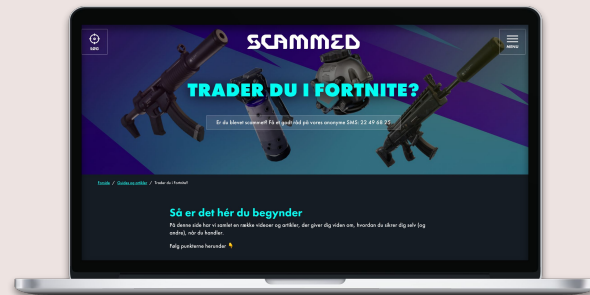
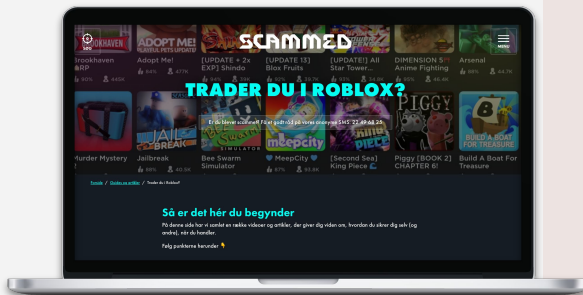
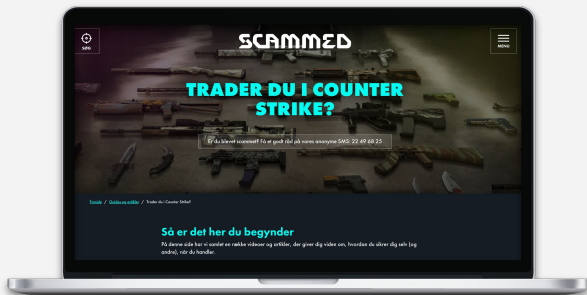
For at fænge de forskellige brugergrupper har projektet samlet de vigtigste råd omkring scamming fordelt på de tre mest populære spil hvor scamming er udbredt.

Landingsiderne er primært produceret til kampagnen, men vil også på sigt indgå i samlingen af guides på scammed.dk.



## Landingsider for Specifikke spil

Landingsiderne er bygget op i et personligt og hurtigt sprog med korte sætninger, der tiltaler brugeren i direkte form og i en relationskabende, tillidsfuld tone. Siderne er krydret med videoklip og henviser videre til psykologens råd og sitets brevkasse.



Kampagnesporer med NCIK fører til en lignende landingsside med uddybende informationsvideoer, hvor Anders fra NCIK fortæller om politiets arbejde.





# Kampagneresultater

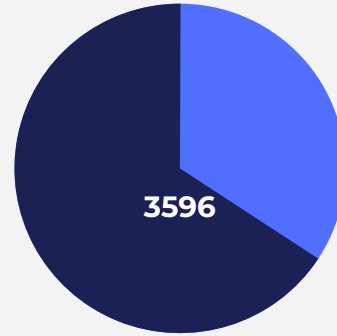
*Den digitale kampagne er kørt  
hen over efteråret 2022*

Kampagnen har skaffet klick til hjemmesiden, men særligt reklamerne med politiet har også fungeret oplysende i sig selv.

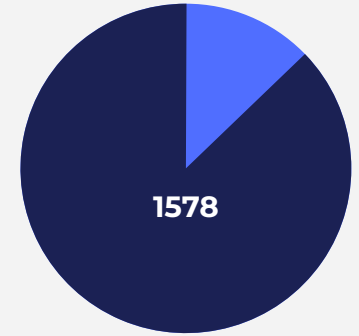
- **220.000** fuldlængde-visninger af kampagnens videoer
- **64.000** pageviews i projektperioden
- **705** visninger af lange explainervideoer

# Besøgsfordeling på kampagnens 4 landingssider

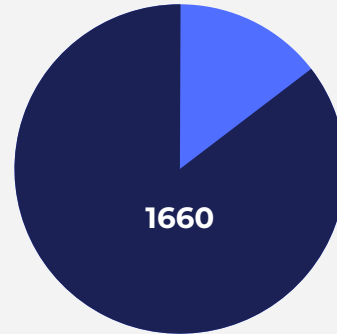
De unges interesse for politiets arbejde og for scams på roblox har været større end forventet. Det kan delvist tilskrives nyhedsværdien, idet vi ikke tidligere har beskæftiget os med disse to områder.



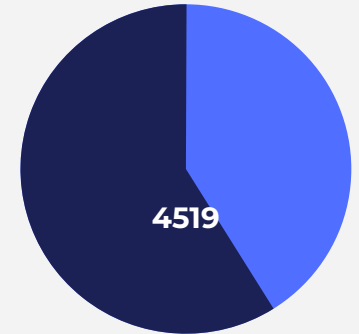
scammed.dk/roblox



scammed.dk/cs



scammed.dk/fortnite



scammed.dk/politi

# Explainers & opdateringer

Ny explainer-serie og  
bred revidering i  
forebyggelsens tegn



De bløde vinkler

# Det handler ikke kun om spilkendskab

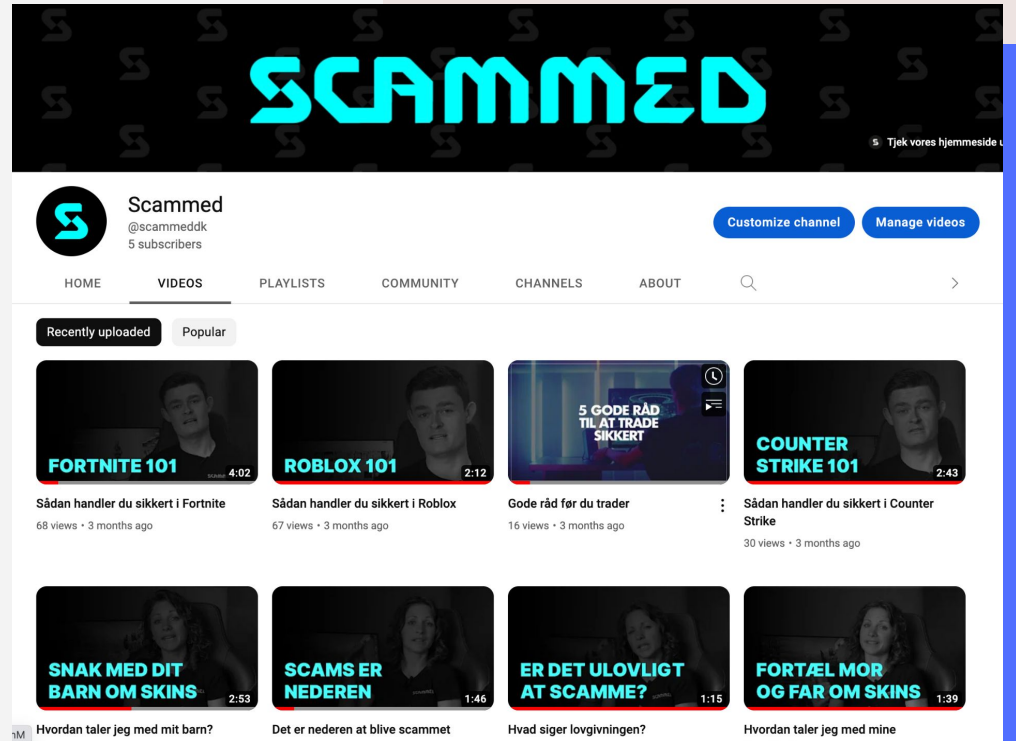
Som led i kampagnen har vi produceret en række uddybende oplysningsvideoer.

De dækker først og fremmest konkrete anvisninger til sikre handler i de forskellige spil, men de kommer også omkring mere bløde vinkler på eksempelvis forælderskab og skam i situationer hvor svindel kan opstå.



## Tilstedeværelse på YouTube

Projektet har som del af den digitale kampagne etableret sin egen youtube-kanal, hvor brugerne kan dykke længere ned i de grundige explainers og blive klædt godt på til at undgå svindel i handler.





The screenshot displays the YouTube channel page for 'Scammed' (@scammeddk), which has 5 subscribers. The channel banner features the word 'SCAMMED' in large, glowing cyan letters against a black background with faint dollar signs. Below the banner, the channel name and subscriber count are shown, along with buttons for 'Customize channel' and 'Manage videos'. The navigation menu includes 'HOME', 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'COMMUNITY', 'CHANNELS', and 'ABOUT'. The video grid is divided into 'Recently uploaded' and 'Popular' sections. The 'Recently uploaded' section contains eight video thumbnails with titles and view counts:

- FORTNITE 101** (4:02): Sådan handler du sikkert i Fortnite (68 views • 3 months ago)
- ROBLOX 101** (2:12): Sådan handler du sikkert i Roblox (67 views • 3 months ago)
- 5 GODE RÅD TIL AT TRADE SIKKERT** (16 views • 3 months ago)
- COUNTER STRIKE 101** (2:43): Sådan handler du sikkert i Counter Strike (30 views • 3 months ago)
- SNAK MED DIT BARN OM SKINS** (2:53): Hvordan taler jeg med mit barn?
- SCAMS ER NEDEREN** (1:46): Det er nederen at blive scammed
- ER DET ULOVLIGT AT SCAMME?** (1:15): Hvad siger lovgivningen?
- FORTÆL MOR OG FAR OM SKINS** (1:39): Hvordan taler jeg med mine...

## Revidering med fokus på **Forebyggelse**

Kampagnens forebyggende karakter har givet anledning til en bred revidering af indholdet på scammed, så også de mindre erfarne gamere og forældre kan få glæde af sitets guides.

Revideringen er foretaget primært med fokus på at gøre sitets indhold lettere forståeligt.




Handlen. Det, der gør medlemskabet til en person, nemlig Offeret (P3)

### Hvor kommer Offeret ind i billedet?

Når Sælgeren og Gerningspersonen har aftalt, at Sælgeren sender sin vare til Gerningspersonen, efter han har modtaget betalingen, bliver Offeret kontaktet. Sideløbende med handlen har Gerningspersonen nemlig bildt Offeret ind, at de skal til at handle for samme beløb. Når Offeret så er klar til at sende pengene, videregiver Gerningspersonen Sælgerens nummer, der så får pengene. I Sælgerens øjne har han modtaget sine penge, og derfor sender han glædeligt varen afsted til Gerningspersonen.

Tilbage står så Offeret, der har sendt pengene, og som herefter bliver blokeret alle vegne. Offeret vil ofte skrive til Sælgeren og forlange pengene tilbage, men det er altså ikke sådan, man bør gøre. Det kan du læse mere om længere nede.



# Prosjektteam



**Jonas Sindal Birk**  
Prosjektleder



**Emil Ludvigsen**  
Specialkonsulent



**Stine Rand**  
Psykolog



**Daniel Diaz**  
Videoredaktør

# Center for Digital Pædagogik

Med støtte fra

**TrygFonden**