#Woninginbraak

Sociale Media & Woninginbraak. Een onderzoek naar de bruikbaarheid van Sociale Media bij Woninginbraken.

Linda Nagelhout
Criminologie, VU Amsterdam
1892274

#Woninginbraak

Sociale media & Woninginbraak. Een onderzoek naar de bruikbaarheid van Sociale Media bij woninginbraken.

Begeleiders:

Scriptie begeleider: Henk Elffers
Onderzoeker bij NSCR & Professor op de VU
h.elffers@vu.nl

Stage begeleider: Roy Johannink
Senior adviseur Beleid en Onderzoek VDMMP
johannink@vdmmp.nl

Begeleider vanuit de Politie Academie: Rodney Bos
Coördinator Woninginbraken bij de Nederlandse Politie.
rodney.bos@politieacademie.nl

Tweede beoordelaar: Joris Beijers
Onderzoeker bij NSCR
j.beijers@vu.nl

Onderzoeker:
Linda Nagelhout
lindanagelhout@gmail.com
1892274

Studie:
Criminologie, Master Strafrechtelijke Handhaving in de Praktijk
Vrije Universiteit, Amsterdam

Datum: 1-7-2013

Abstract

Er wordt veel gewaarschuwd voor uitingen op sociale media van afwezigheid van huis omdat de inbreker zogenaamd ook mee zou kijken. Dit is nog nooit wetenschappelijk onderbouwd en daarom wordt in dit onderzoek gekeken naar het gebruik van sociale media met betrekking tot doelwitselectie bij woninginbraak. Door middel van een enquête onder sociale mediagebruikers en een experiment met agenten in opleiding wordt hier antwoord op gegeven. Door middel van de enquête wordt duidelijk hoe de sociale mediagebruiker denkt over inbrekers op sociale media en hoe zij hierop reageert. Met het experiment wordt duidelijk welke methode (de straat op of gebruik van sociale media) het meest rendabel is. Uit de enquête komt naar voren dat de sociale mediagebruiker zeer bewust is van de risico's van sociale media en zij ook bang is voor het feit dat inbrekers hiervan gebruik maken. Daarom schermt het merendeel van de respondenten hun gegevens en updates ook redelijk goed af, wat het moeilijker maakt voor de inbreker om hun gegevens in te zien. Uit het experiment komt duidelijk naar voren dat de ouderwetse methode veel rendabeler is (en blijft?) dan het gebruik van sociale media. Bovendien vinden de respondenten die wel sociale media gebruikten, dit niet eens heel handig. De extra waarde van sociale media met betrekking tot doelwit selectie is vrij gering. Wat via de sociale media gevonden kan worden, kan bijna allemaal op straat ook en vaak beter. Bovendien blijft deze methode (de straat op) nog altijd meer rendabel. Daarbij komt uit de enquête dat men de gegevens goed afschermt en dus niet snel bang hoeft te zijn dat een 'vreemde' hun updates kan lezen. Uit dit onderzoek komt naar voren dat inbrekers dus waarschijnlijk (nog) niet veel gebruik maken van sociale media met betrekking tot doelwitselectie bij woningbraak. De 'bange' sociale mediagebruiker kan beter opletten wie hij toelaat tot zijn gegevens en updates dan het achterwege laten van vakantie tweets.

Voorwoord

Dit voorwoord wil ik gebruiken om hen te bedanken die hebben bijgedragen aan het tot stand komen van dit onderzoek. Ten eerste wil ik VDMMP bedanken dat ik vanaf januari altijd welkom was om op kantoor de scriptie te schrijven. In het bijzonder wil ik daar Roy Johannink bedanken voor de hulp en de bruikbare contacten die mij daar gegeven zijn. Ook gaat mijn dank uit naar Rodney Bos. Dankzij hem heb ik veel informatie over woninginbraak ontvangen. Bovendien heeft Rodney mij geïntroduceerd op de politieacademie. Dankzij hem is het mogelijk geworden om respondenten te werven op de academie. Vanuit de Vrije Universiteit Amsterdam ben ik begeleid door Henk Elffers. Deze begeleiding heb ik als zeer prettig ervaren. Dankzij zijn expertise, enthousiasme en kijk op het onderwerp was de begeleiding zeer fijn. Hartelijk dank allemaal!

Linda Nagelhout
Amersfoort, juni 2013

Inhoudsopgave

Inleiding

Als we de media, politie en burgers moeten geloven, is er een nieuwe trend op inbraakgebied: sociale media. Een tegenwoordig veelvoudig terugkomende tip (niet alleen van de politie) is de volgende: 'Vermeld niet op sociale media (bijvoorbeeld op Twitter of Facebook) dat u weg bent. Ook dieven kijken mee' (www.kleinemeierij.nl, 2013). Veel mensen gebruiken tegenwoordig sociale media. Sociale media is een verzamelnaam voor alle internettoepassingen waarmee het mogelijk is om informatie met elkaar te delen. Dit gebeurt vaak op een leuke wijze en is handig voor het maken en onderhouden van contacten en voor reclame van bedrijven. Sociale media worden door zowel particulieren als bedrijven gebruikt. De bekendste voorbeelden van sociale media zijn Facebook, Twitter, LinkedIN, Hyves en Foursquare. Via deze sites is het mogelijk om een bericht te plaatsen over bepaalde activiteiten van die dag, leuke tips, weetjes, reclame en dergelijke. Er zitten echter ook negatieve punten aan deze sociale media. Alle 'volgers' zien immers de update en niet iedereen heeft goede bedoelingen. Sociale media worden daarom vaak gekoppeld aan het delict woninginbraak. Er wordt vaak gesuggereerd dat inbrekers tegenwoordig gebruik maken van sociale media om hun doelwit te selecteren. Maar bewijs voor deze veronderstelling is er (nog) niet.
In dit onderzoek zal getracht worden deze veronderstelling wetenschappelijk te onderbouwen of te weerleggen. De hoofdvraag van dit onderzoek is dan ook: *''in hoeverre kunnen inbrekers sociale media gebruiken bij het selecteren van hun doelwit?"*. In dit onderzoek wordt nagegaan of sociale media gebruikt kunnen worden bij doelwitselectie; hoe die gebruikt kunnen worden en of dit rendabeler is dan de ''ouderwetse'' methode: op straat op zoek naar een geschikt doelwit. Er wordt hierbij specifiek gekeken naar woninginbraak omdat dit type delict op nummer één zou staan in de top 10 van misdrijven die door sociale media worden gefaciliteerd (www.frankwatching.com, 2013) .

Het onderzoek is tweeledig. Ten eerste is er een enquête verspreid onder sociale mediagebruikers. Het doel van de enquête is de volgende vraag te beantwoorden: hoe bewust is de sociale mediagebruiker van de gevaren van sociale media en hoe beschermen zij zich er tegen? Daarnaast wordt er een algemene achtergrond geschetst van de sociale mediagebruiker. Ten tweede wordt middels een experiment, waarbij politiestudenten de rol van inbreker op zich nemen, getracht antwoord te geven op de hoofdvraag. Het doel van het experiment is te achterhalen of gebruik van sociale media met betrekking tot het selecteren van een geschikt doelwit voor inbreken, rendabeler is dan het niet gebruiken van sociale media. De

respondenten zijn in twee groepen verdeeld. De controlegroep zal op de ouderwetse methode de straat op gaan om zoveel mogelijk geschikte doelwitten te vinden. De experimentele groep zal via sociale media op zoek gaan naar zoveel mogelijk geschikte doelwitten. De groep die de meeste geschikte doelwitten heeft gevonden, gebruikt de meest rendabele methode. Die methode zou dan wellicht ook in de praktijk het meest gebruikt worden door inbrekers. Daarnaast wordt duidelijk op welke kenmerken 'daders' kunnen letten als zij sociale media gebruiken en in hoeverre die verschillen of overeenkomen met de 'ouderwetse' manier.

Om na te gaan of inbrekers met succes sociale media gebruiken zouden we henzelf aan het woord moeten laten. In het bestek van deze scriptie is dit niet haalbaar gebleken. We nemen daarom de indirecte weg door na te gaan of er reden is te veronderstellen dat sociale media voor inbrekers nuttig zouden kunnen zijn. Dat doe ik dus langs twee lijnen. Enerzijds door onder sociale mediagebruikers na te gaan hoezeer ze eigenlijk voor inbrekers relevante berichten posten. Anderzijds door, experimenteel, na te gaan of een potentiële inbrekers iets denkt te hebben aan de geposte berichten. We gebruiken daarbij agenten in de rol van potentiële inbrekers.
Dit onderzoek gaat dus geen antwoord geven op de vraag óf inbrekers daadwerkelijk sociale media gebruiken. Dit onderzoek richt zich specifiek op de bruikbaarheid van sociale media. Met het experiment wordt duidelijk gemaakt welke methode de meeste inbraakmogelijkheden oplevert. Die methode is het meest rendabel en zal dus (het meest) gebruikt worden door inbrekers. De vraag die eigenlijk beantwoord wordt, is dus: is gebruik van sociale media een rendabele methode om in te breken? Wordt die vraag negatief beantwoord, zullen inbrekers in de praktijk waarschijnlijk ook geen sociale media gebruiken.

Dit onderzoek maakt ten eerste duidelijk wat wordt verstaan onder woninginbraak, wat de meest gangbare theorieën hierover zijn en wat vanuit de literatuur bekend is over doelwitselectie van inbrekers. Vervolgens wordt in het hoofdstuk 'Methoden Algemeen' duidelijk welke participanten, materialen en procedures ten grondslag van dit onderzoek liggen. Hierna worden respectievelijk de Enquête en het Experiment besproken. In deze hoofdstukken komen achtereenvolgens de participanten, materialen, resultaten en conclusies naar voren. Vervolgens komt de algehele conclusie met discussie aan bod. Hierin wordt een samenvatting gegeven van de resultaten en uitgelegd wat dit betekent. Overigens wordt hier ook een reflectie gegeven op het onderzoek en suggesties voor verder onderzoek. Ter afsluiting is er ook een hoofdstuk met aanbevelingen voor de sociale mediagebruiker.

Theoretisch kader

Woninginbraak is in het wetboek van strafrecht te vinden onder artikel 311, lid 3 en 5 (Wetboek van Strafrecht, art. 311, lid 3; 5): *Met gevangenisstraf van ten hoogste zes jaren of geldboete van de vierde categorie wordt gestraft: 3. diefstal gedurende de voor de nachtrust bestemde tijd, in een woning of op een besloten erf waarop een woning staat, door iemand die zich aldaar buiten weten of tegen de wil van de rechthebbende bevindt; 5. diefstal waarbij de schuldige zich de toegang tot de plaats van het misdrijf heeft verschaft of het weg te nemen goed onder zijn bereik heeft gebracht door middel van braak, verbreking of inklimming e.v.* In lid 2 staat dat indien sub 5 vergezeld gaat met sub 3, de gevangenisstraf ten hoogste negen jaren is of een geldboete van de vijfde categorie wordt opgelegd.
Van alle vermogensdelicten bestaat 56% uit diefstal/verduistering en inbraak (www.cbs.nl, 2013). In totaal zijn er in 2011 in Nederland bijna 90.000 woninginbraken gepleegd (Klein Haneveld & Kop, 2012).

Kleemans (1996) stelt dat een woninginbraak een opeenstapeling is van beslissingen. De eerste beslissing is de beslissing om in te breken, deze vindt plaats op tijdstip 1 (T1). Op T2 vindt de gebied- en doelwitselectie plaats. Vervolgens vindt op T3 de daadwerkelijke uitvoering van de inbraak plaats. Deze beslissingen vallen per type delict op andere tijdstippen. Door onderscheid te maken tussen deze beslissingen en tijdstippen wordt helder dat er vier type delicten zijn (zie Tabel 1). Elk met een andere tijdsvolgorde. Deze volgorde bepaalt of het een zuiver gelegenheidsdelict (1), een gepland gelegenheidsdelict (2), een zoekdelict (3) of een zuiver planningsdelict is (4) (Bennet & Wright, 1984). De types zoek- en zuiver planningsdelict zijn planningsdelicten. De types geheel gelegenheid- en gepland gelegenheidsdelict vallen onder gelegenheidsdelicten. Bij het zuivere gelegenheidsdelict worden de drie beslissingen tegelijkertijd gemaakt. De inbreker besluit in te breken bij het zien van een geschikt doelwit en pleegt de inbraak meteen. Bij het andere type gelegenheidsdelict vallen de eerste twee beslissingen ook samen, maar vindt de inbraak later plaats. Hierbij komt de inbreker bijvoorbeeld tijdens zijn dagelijkse activiteiten een geschikt doelwit tegen, maar besluit om later in te breken. De planningsdelicten worden onderverdeeld in zoek- en zuivere planningsdelicten. Bij het zoekdelict heeft de dader al voordat hij een geschikt doelwit zag, besloten in te breken. Hij start nadat hij de beslissing heeft gemaakt een zoektocht naar een geschikt target. Bij het zuivere planningsdelict beslist de dader ook vooraf om in te breken maar besluit dit pas later uit te voeren, op dat tijdstip vindt ook pas doelwitselectie plaats. Het verschil tussen deze twee types zit hem in de tijd tussen de eerste

en tweede beslissing. Bij een zoekdelict besluit de inbreker te gaan inbreken en gaat vervolgens gelijk de straat op om in te breken zodra hij een geschikt doelwit vindt. Bij het zuivere planningsdelict besluit de dader bijvoorbeeld ’s ochtends dat hij ’s avonds gaat inbreken. Vervolgens pleegt hij ’s avonds, zodra hij een geschikt doelwit heeft gevonden, de inbraak. Deze laatste twee typen delicten worden vooral gepleegd door professionele inbrekers en/of bendes die bewust op zoek gaan naar geschikte doelwitten. Terwijl de gelegenheidsdelicten vooral gepleegd worden door gelegenheidsdaders, die op min of meer toevallige wijze de geschikte doelwitten tegen komen.

	T1 + T3 zeer dicht bij elkaar	T1 veel eerder dan T3
Gelegenheidsdelict	Zuiver gelegenheidsdelict (1) T1+ T2+T3 = zelfde	Gepland Gelegenheidsdelict (2) T1 + T2 -> T3
Planningsdelict	Zoekdelict (3) T1 ...-> T2+ T3	Zuiver Planningsdelict (4) T1 + T2...-> T3

Tabel 1: Soorten delicten Kleemans, 1996

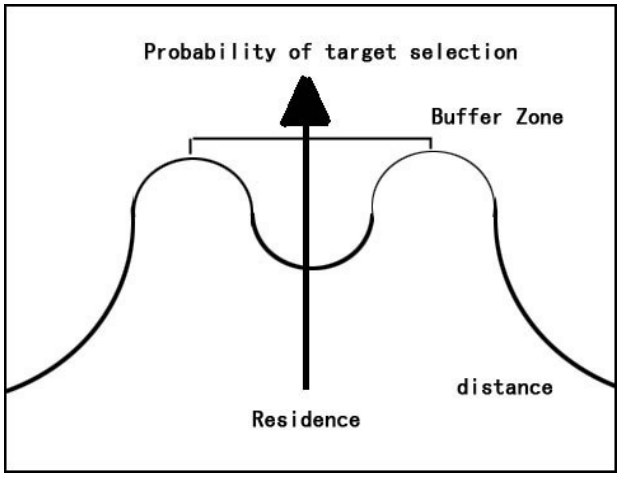
Uit het boek 'Inbreken is mijn vak' (Verwee, Ponsaers en Enhus, 2007) komt naar voren dat 92% van de respondenten (inbrekers) op zoek gaat naar een target of de inbraak plant. Ook Nee en Meenaghan (2006) stellen dat ongeveer driekwart de beslissing om in te breken eerst maakt en vervolgens op zoek gaat een geschikt doelwit. Deze inbrekers vallen dus onder het 'planningsdelict' van Kleemans.

Bij elke woninginbraak, ongeacht of die gepland is, komt doelwitselectie voor. De uiterlijke kenmerken van een huis bepalen of de inbreker besluit in dat huis in te breken. Afhankelijk van de tijd die de inbreker steekt in het observeren, kunnen ook kenmerken van de buurt mee spelen in de doelwitselectie (Verwee, Ponsaers en Enhus, 2007). Nee & Taylor (1988) stellen dat er vier 'cues' zijn waar inbrekers op letten:

1. *layout cues*: kenmerken van het terras, positie van terras, toegang van de achterkant etc.
2. *wealth cues*: kenmerken van een aantrekkelijk decor, de staat van de tuin, zichtbare buit, auto, kledij slachtoffers etc.
3. *occupancy cues*: kenmerken waaraan te zien is dat de bewoners thuis zijn zoals ramen open/dicht, gordijnen open/dicht, auto voor de deur, post zichtbaar etc.
4. *security cues*: kenmerken van (geen) beveiliging zoals een trap, alarm, sloten, struiken etc.

Ook uit het onderzoek van Verwee e.a. (2007) komt naar voren dat uiterlijke kenmerken van een huis een belangrijke rol spelen in het beslissingsproces. Ook stellen zij dat bepaalde rijkdomkenmerken, het afgelegen karakter van een huis en de beveiligingsmaatregelen een rol spelen. Rijke of residentiële buurten zijn voor sommige inbrekers bewust een doelwit omdat daar veel te halen is. Andere inbrekers stellen dat in die wijken juist de beveiliging te goed is om in te breken zonder gepakt te worden. Deze pakkans wordt ook verhoogd als de bewoners aanwezig zijn. Een belangrijke voorwaarde voor het overgrote deel van de inbrekers is dan ook dat de bewoners niet thuis zijn. Om te voorkomen dat de inbrekers gesnapt worden doordat de bewoners thuiskomen, bereiden zij vaak een vluchtroute voor. Tijdens de doelwitselectie wordt dus ook gelet op mogelijke vluchtroutes. Het soort huis (een vrijstaande woning, rijtjeshuis e.d.) en de mogelijkheden om binnen te komen zijn ook van belang tijdens doelwitselectie. Eengezinswoningen worden erg aantrekkelijk gevonden door inbrekers. Dit zijn vrijstaande huizen, rijtjes- en hoekhuizen en twee-onder-een-kap woningen. Deze huizen zijn via de straat toegankelijk en hebben snelle vluchtroutes, waardoor zij een aantrekkelijk doelwit zijn. Oude huizen, huizen met hoge hekken en/of struiken rondom het huis en meer verscholen huizen zijn ook aantrekkelijke doelwitten. Daarnaast kijken inbrekers naar de mogelijkheden om binnen te komen. Hierbij let men op openstaande deuren en ramen, maar ook op mogelijke trappen, hekjes of vuilnisbakken waarop men kan klimmen. De bekende ‘verstop’-plek voor sleutels (onder de mat of plant bij de deur) wordt ook gebruikt. Als er geen open ramen of deuren aanwezig zijn, kijkt men naar de deur. Belangrijke kenmerken hierbij zijn de kwaliteit van het hang- en sluitwerk en de sterkte van de deur. Ook ramen worden gecontroleerd door inbrekers. Kleine ramen met een aluminium of houten omlijsting en enkel glas hebben de voorkeur (Dennis Stijf, 2012).

De *Distance Decay* theorie is ook van belang bij doelwitselectie (zie afbeelding 1). Deze houdt in dat er minder criminaliteit (inbraken) worden gepleegd door de dader, naarmate de dader verder moet reizen. Zoals te zien op de afbeelding neemt de waarschijnlijkheid van doelwitselectie toe als de afstand tot eigen woonplek (*residence)* van de dader zelf kleiner wordt. Op basis van de rationele keuzetheorie is dit te verklaren omdat (ver) reizen kosten met zich mee brengt. Daarnaast ‘werken’ inbrekers liever in buurten die zij kennen omdat zij daar de (vlucht)routes kennen en omdat ze daar niet opvallen (Klein



Afbeelding 1: Distance Decay theory en Bufferzone

Haneveld & Kop, 2012; Bernasco & Nieuwbeerta, 2005). Kortom: hoe meer kilometers de dader moet rijden, hoe minder delicten er daar zullen plaatsvinden. Het aantal delicten verminderd niet, maar de dader blijft op relatief kleine afstand van zijn eigen woonplaats. Inbrekers breken echter ook niet op hele korte afstand van hun eigen huis in omdat de kans op herkenning dan weer te groot is. Er is sprake van een soort bufferzone (Rossmo, 2000). Ook dit is te zien in de afbeelding. Er ontstaat een bufferzone rondom het huis van de dader waarin het waarschijnlijk is dat hij geen delicten (inbraken) pleegt.

Voor de bovengenoemde kenmerken geldt dat alleen door observatie vast te stellen is of deze kenmerken aanwezig zijn. Dit kan de inbreker zelf doen, maar het kan ook voorkomen dat hij een tip krijgt van een ander (Verwee e.a. 2007). Ongeveer 49% van de inbrekers in hun onderzoek geeft aan dit zij soms tips krijgen van familie, vrienden of kennissen. Een deel van de inbrekers zegt op deze tips in te gaan omwille van de zekerheid van de buit. Een ander deel is echter bang dat het een val is en vertrouwt de tipgever niet (genoeg). Als zij echter wel de tip opvolgen, beperken de inbrekers zich tot dat huis en zal dat dus het enige huis zijn waar zij inbreken die avond. In tegenstelling tot inbrekers zonder tips waarbij 2 tot 4 huizen op een dag/nacht gemiddeld is.

Dit zijn theorieën die bekend zijn over woninginbraak. Geen van deze theorieën gaan in op het gebruik van sociale media. Dit huidige onderzoek richt zich daarom op een nog onbekend terrein van inbraken: het gebruik van sociale media bij woninginbraken. Hierover is nog weinig tot geen literatuur geschreven. In Engeland komt uit een onderzoek van Honeywell naar voren dat 78% van de ex-inbrekers – net zoals andere mensen - denkt dat de nieuwe generatie inbrekers gebruik maakt van sociale media. Dat onderzoek bewijst dus nog niet dat inbrekers hiervan gebruik maken (www.frankwatching.com, 2013). In december is er in Australië door de Universiteit van Perth wel een link gelegd tussen inbraak en sociale media (https://www.ecu.edu.au, 2013). Hier betrof het echter een routineonderzoek onder drugsgebruikers. Onder de drugsgebruikers werd gevraagd of zij wel eens hadden ingebroken (N=69). Onder deze inbrekers werd gevraagd of zij gebruik hadden gemaakt van sociale media. Slechts een paar hebben toegegeven dit gebruikt te hebben, maar het overgrote gedeelte niet. Daarnaast stelden de inbrekers die wel gebruik hadden gemaakt van sociale media dat zij toevalligerwijs het berichtje tegen kwamen en dat het berichtje van vrienden of familie was. Ze zijn dus niet op zoek gegaan naar een doelwit via sociale media. Het gehele onderzoek is nog niet gepubliceerd, dus er valt nog niet al te veel waarde aan toe te kennen. Er is wel onderzoek gedaan naar het gebruik van Google Maps en Google Street View voor

het zoeken van geschikte doelwitten (Van Daele, Peeters, Vandeviver, Ledure & Vander Beken, 2012). Uit dit onderzoek komt naar voren dat het gebruik van deze media niet heel handig zijn met betrekking tot doelwitselectie. Deze middelen zijn te beperkt om een definitief besluit te maken bij bepaald doelwit in te breken. Doelwitselectie op straat lijkt nog altijd rendabeler te zijn volgens Van Daele e.a. (2012).

Om een antwoord te kunnen geven op de vraag *'gebruiken inbrekers sociale media met betrekking tot doelwit selectie?'*, zal eerst duidelijk moeten worden hoe via sociale media gezocht kan worden naar mogelijke doelwitten. Uit de bovenstaande theorieën komt naar voren waar inbrekers op letten tijdens het selecteren van een doelwit. Aangezien dit onderzoek zich richt op het gebruik van sociale media bij doelwitselectie, zal per kenmerk gekeken worden hoe dit gecontroleerd kan worden met behulp van sociale media. Zie tabel 2.

Tabel 2: Kenmerk & Sociale media

Kenmerk	Literatuur	Sociale Media gebruik?
Layout cues	Nee & Taylor, 1988	Niet optimaal. Dit zou gecheckt kunnen worden door gebruik te maken van Google Street View en het huis te bekijken. De foto waarop GSV is gebaseerd is echter al gedateerd en is mogelijk niet meer correct. 'Live' controleren moet op moment van inbraak dan alsnog.
Wealth cues	Nee & Taylor, 1988	Nee. Dit kan slechts 'live' gecontroleerd worden.
Occupancy cues	Nee & Taylor, 1988	Ja. Als de inwoners een update hebben geplaatst dat ze weg zijn.
Security cues	Nee & Taylor, 1988	Niet optimaal. Dit kan gecheckt worden door gebruik te maken van Google Street View en het huis te bekijken. 'Live' controleren moet op moment van inbraak dan alsnog.
Rijkdom van het huis	Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Ja. Via GSV kan het huis worden bekeken. Het huis zelf zal niet snel zo erg verschillen. Ook kan via Funda gekeken worden naar de waarde van het huis. Maar daar staan alleen huizen op die te koop staan.
Afgelegen huis	Verwee, Ponsaers & Enhus,	Ja. Via GSV en/of Google Maps

	2007	kan het huis op een kaart bekeken worden. Zo kan gekeken worden of deze afgelegen ligt.
Beveiliging (alarm, hond, camera, lichtbron, meerpuntslot)	Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Nee. Dit kan slechts 'live' gecontroleerd worden.
Rijke buurt	Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Niet goed. Er zou informatie gezocht kunnen worden over de welvaart van de buurt. Dit kost wel moeite en kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.
Aanwezigheid inwoners	Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Ja. Als de inwoners een update hebben geplaatst dat ze weg zijn.
Vlucht routes	Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Nee. Kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.
Mogelijke grootte van de buit	Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Nee. Kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.
Mogelijke getuigen	Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Nee. Kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.
Afstand van eigen huis tot doelwit	Bernasco & Nieuwbeerta, 2005, Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Ja. Via GSV/GM is dit heel makkelijk te berekenen.
Soort huis	Dennis Stijf, 2012	Ja, dit kan gecheckt worden door gebruik te maken van GSV.
Mogelijkheden tot binnentreden	Dennis Stijf, 2012	Nee. Kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.
Informatie vooraf	Verwee, Ponsaers & Enhus, 2007	Ja. Als de inwoners een update hebben geplaatst.

Hieruit komt naar voren dat sociale media voor een aantal belangrijke kenmerken wel degelijk gebruikt zouden kunnen worden. Men kan via Google Street View het huis van te voren al checken en als de inwoners een bericht geplaatst hebben dat zij weg zijn, is een inbraak in principe zo gedaan. Echter zal er altijd op plaats delict nog een doelwitselectie gehouden moeten worden. Op het moment van inbraak zal de inbreker nogmaals het huis moeten scannen voor afwezigheid van bewaking, mogelijke getuigen, buit, vluchtroutes etc.
Het is dus mogelijk om via sociale media een aantal belangrijke kenmerken te verzamelen, maar hoe gaat dat precies in zijn werk?

Via sociale media kan er gezocht worden op bepaalde termen zoals ‘vakantie’, (‘weekend’) ‘weg’, of ‘avondje uit’. Indien mensen deze woorden vervolgens in hun update plaatsen, worden deze zichtbaar voor de zoekende.
Stap 1: de zoekende (inbreker) zoekt naar bovenstaande termen. Stap 2: hij klikt op een tweet/update waarin staat vermeld dat die persoon op een bepaald tijdstip weg is. De biografie van/informatie over die persoon komt dan ook naar voren. Daarin staan soms de achternaam en de woonplaats van de persoon vermeld. Stap 3: de eerste beslissing die een mogelijke inbreker dan waarschijnlijk zal nemen, is de beslissing of de woonplaats aantrekkelijk is. Is deze te ver, zal de kans kleiner worden dat de inbreker daarheen gaat (zie: *distance decay* theorie). Stap 4: nu is het doel om het adres van deze persoon te achterhalen. Via sites als wieowie.nl, 123people en telefoonboek.nl kan gezocht worden naar alle informatie op internet over die persoon. Op telefoonboek.nl kan zelfs het adres gevonden worden indien voor- en achternaam en woonplaats bekend zijn. Komt er helemaal geen adres naar voren dan loopt het spoor dood. Dit alles kost wel (veel) tijd, wat als vertragend werkt en als mogelijke ‘kosten’ kan worden gezien in een kosten/baten analyse.

Het is ook mogelijk dat de dader niet bewust op zoek gaat naar een geschikt doelwit, maar dat hij er toevalligerwijs één tegenkomt (de gelegenheidsdader). Hij zit bijvoorbeeld op internet te surfen en één van zijn ‘vrienden’ of ‘volgers’ updates dat hij die avond weg gaat. De dader weet wie de persoon is; hij kent hem immers, en weet wellicht ook waar hij woont. Op die manier hoeft hij niet meer op zoek naar het adres en kan hij besluiten later die avond in zijn huis in te breken. Respondenten (inbrekers) uit het onderzoek uit Perth gaven aan - indien zij sociale media gebruikten- hun ‘vrienden’/volgers te beroven.

Het is duidelijk dat het in principe mogelijk is om sociale media te gebruiken met betrekking tot doelwitselectie bij een woninginbraak. Echter zal op plaats delict alsnog de laatste 'check' gehouden worden. De zuivere gelegenheidsdader (1) (dader ziet een geschikt doelwit en breekt meteen in), valt dus af als men kijkt naar het gebruik van sociale media. Er zit immers een tijdsperiode tussen het zien van een update op sociale media en zich naar het huis begeven om in te breken. Een aantal daders valt dus bij voorbaat al af. Ook een aantal slachtoffers vallen bij voorbaat al af: de niet-sociale mediagebruikers. Immers, gebruikt men geen sociale media, kan men ook geen interessante updates plaatsen en kan er vervolgens door die update niet bij hen ingebroken worden. In 2012 zitten acht van de tien internetgebruikers op sociale media. Dit betekent dat ten eerste de niet-internetgebruikers (indien die er nog zijn) afvallen als mogelijke slachtoffers. Van de internetgebruikers valt vervolgens 1/5e af als mogelijke

slachtoffer omdat zij niet op sociale media zit.

De vraag die nu rijst, is of het gebruik van sociale media wel rendabel is met betrekking tot woninginbraak. Dat is dan ook de vraag die met dit onderzoek beantwoord gaat worden. Door middel van de enquête wordt duidelijk hoe de sociale mediagebruiker denkt over inbrekers op sociale media en hoe zij hierop reageert. Met het experiment wordt duidelijk welke methode (de straat op of gebruik van sociale media) het meest rendabel is.

Methoden algemeen

Participanten

Voor dit onderzoek zijn twee groepen participanten geworven; een groep voor de enquête en een groep voor het experiment. Deze groepen worden uitgebreider besproken in de hierop volgende hoofdstukken.

Materialen

In dit onderzoek wordt gemeten of gebruik maken van sociale media rendabel is met betrekking tot doelwitselectie bij woninginbraak. De experimentele variabele is sociale mediagebruik. De afhankelijke variabele is het aantal gevonden geschikte doelwitten. Door te kijken naar het aantal gevonden geschikte doelwitten bij beide groepen kan antwoord gegeven worden op de hoofdvraag. Worden er met behulp van sociale media meer of minder geschikte doelwitten gevonden?

Er wordt bij dit onderzoek één meting gehouden en gebruik gemaakt van een experimentele en een controlegroep. Daarom is dit onderzoek een quasi experimenteel onderzoek met kwantitatieve gegevens. De data worden verzameld op één tijdstip. Er zijn twee verschillende uitkomst maten: de enquête en het experiment. De materialen per methode worden elk afzonderlijk beschreven in de hierop volgende hoofdstukken.

Procedure

Op 25 maart 2013 is de link voor de enquête het internet op gegaan. Respondenten hadden vervolgens vijf weken om de enquête te voltooien. De enquête werd via *surveymonkey* ingevuld en duurde ongeveer vijf á tien minuten. De respondenten konden zich aan het einde van de enquête ook aanmelden om de uitkomst van het onderzoek te ontvangen.

Het idee was eerst om meerdere klassen tegelijk het experiment te laten uitvoeren op de Politie Academie en onder lestijd. De studenten zouden hiervoor een studiepunt krijgen. De directie van de Academie vond dit uiteindelijk toch niet geschikt en er moest worden over gegaan op plan B. Via meerdere presentaties in verschillende klassen werd vervolgens getracht de respondenten binnen te halen. In deze presentatie is vermeld waar dit onderzoek over gaat en werden de studenten enthousiast gemaakt om mee te doen aan het experiment. De respondenten konden zich dan meteen aanmelden en zij kregen 26 april te horen in welke groep zij ingedeeld waren. Met die e-mail kregen zij ook de uitleg en/of handleiding gestuurd. Het experiment vond vervolgens binnen twee weken plaats op een door de respondenten gekozen tijdstip (27 april – 12 mei). Na afloop van het experiment werden de respondenten gevraagd een vragenlijst in te vullen die hen via internet aangeboden werd. Dit had helaas

minder effect dan het eerste plan. Uiteindelijk hebben zich vijftig respondenten aangemeld. Dit was al minder dan gehoopt, maar dit zou nog acceptabel zijn. Nadat de week van het experiment was afgelopen, bleek echter dat slechts vijftien van de vijftig respondenten het experiment hebben voltooid. Deze lage ‘opkomst’ was zeer teleurstellend. Na enig overleg is uiteindelijk toch besloten door te gaan met de uitkomsten van deze respondenten. De respondenten die het experiment wel voltooid hebben, hebben hier duidelijk hun best voor gedaan en hebben goede, interessante antwoorden gegeven.

Hoofdstuk Enquête

Participanten

Voor de enquête waren zoveel mogelijk sociale mediagebruikers nodig. Voorwaarden voor deelname zaten er niet aan, slechts het serieus invullen. De participanten voor de enquête werden via sociale media geworven. Op 25 maart 2013 is via Facebook, Twitter en LinkedIn de link naar de enquête verspreid. Twee weken later is dit op dezelfde wijze nogmaals gedaan. Deze is door meerdere mensen geretweet of gedeeld en zo is er een sneeuwbal effect ontstaan. Op deze manier zijn veel mensen bereikt en in totaal zijn 348 mensen aan de enquête begonnen. Hiervan hebben 302 de gehele enquête voltooid. Waarvan 50% vrouwen en 50% mannen. De gemiddelde leeftijd is 35 jaar en HBO is de meest voorkomende hoogst genoten opleiding.

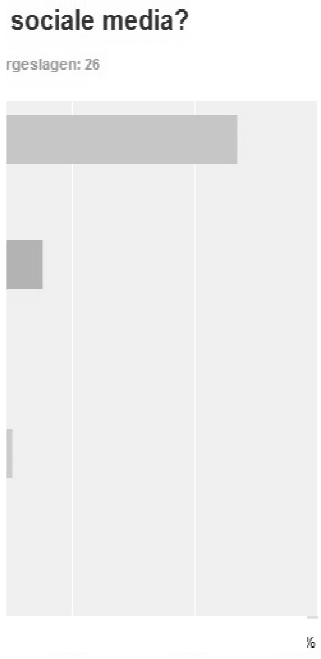
Materialen

De enquête bestaat uit 36 vragen en vraagt naar het sociale mediagebruik van de respondent. Het doel van deze enquête is om een heldere achtergrond te krijgen van sociale mediagebruikers, hoe zij de risico's van sociale media inschatten en wat zij daartegen doen. Hierbij is van belang het gemiddelde gebruik van een sociale mediagebruiker en waarvoor zij sociale media zoal gebruiken. Vervolgens is het doel om duidelijk te krijgen of en hoe gebruikers hun privacy beschermen. Als laatste kan er mogelijk een koppeling gemaakt worden tussen de slachtoffers van woninginbraak en hun gebruik van de sociale media. De enquête is als bijlage 4 te vinden in de bijlagesectie.

Resultaten

Van de 348 respondenten, hebben 302 de enquête voltooid. Sommige vragen aan het begin zijn dus wel door 'afhakers' ingevuld. Dit maakt dat het aantal antwoorden voor een vraag hoger kan liggen dan bij latere vragen, waar de afhakers zijn afgehaakt. Onder de respondenten was Facebook duidelijk het meest populair; 86% gebruikt Facebook. Gevolgd door Twitter (74%), LinkedIN (66%) en Youtube (51%). Deze percentages liggen in dit onderzoek een stuk hoger dan het landelijk gemiddelde. De vier populairste sociale media in Nederland zijn Facebook (66% gebruikt dit), Hyves (33%), LinkedIN (29%) en Twitter (24%) (www.volkskrant.nl, 2013).Van alle respondenten zegt 55% 1 tot 5 keer per dag op (al) zijn sociale media te kijken. Vervolgens geeft 23% aan 6-10 keer per dag te kijken en 9% geeft aan dat zij meer dan 20 keer per dag op sociale media kijken. De respondenten blijken vaker op sociale media te kijken dan er daadwerkelijk wat op te posten, 33% geeft namelijk aan dat zij een aantal keer per week iets updaten, maar niet elke dag. Drieëntwintig procent geeft aan een aantal keer per maand wat te posten en 19 % geeft aan 1 tot 4 keer per dag wat te posten. Een

kleine groep van 8% is een fanatieke poster, deze mensen updaten meer dan 5 keer per dag. Van de respondenten geeft 18% aan vrijwel nooit tot nooit iets te updaten.



Op de vraag waarvoor u sociale media gebruikt, is vooral geantwoord dat men dat doet om contacten te onderhouden en/of te maken (87%). Maar ook ontspanning (55%) en voor werk (50%) zijn goede redenen om sociale media te gebruiken, zie afbeelding 2.

Facebook

Berichten op Facebook zijn met een ruime meerderheid (70%) slechts zichtbaar voor vrienden, 7% geeft aan dat hun profiel openbaar is en dat iedereen zijn of haar berichten kan lezen en 7% geeft aan dat vrienden van vrienden zijn of haar berichten ook kunnen lezen. Van alle Facebook-gebruikers zegt 55% dat zijn geotag bij Facebook uit staat; zodra iemand een update plaatst komt er niet te staan vanaf waar die geplaatst is, 37% geeft aan dat dit soms of altijd wél het geval is.

Twitter

Het is bij Twitter mogelijk om de volgende instellingen aan te kruisen: 'Protect my tweets' (mijn tweets afschermen) en 'add a location to my tweets' (een locatie aan mijn tweets toevoegen). Bij de eerste kunnen alleen 'volgers' jouw tweets zien en moeten mensen vragen of zij jou mogen volgen. Bij de tweede wordt er automatisch bij elke tweet een locatie mee verzonden. Volgers kunnen dus direct zien waarvandaan wordt getweet. Van de respondenten geeft 38% aan geen locatie mee te verzenden maar ook niet zijn tweets te beschermen, 18% geeft aan tweets te beschermen en geen locatie mee te verzenden. Een kleine groep van 5% geeft aan wel een locatie mee te verzenden en niet zijn tweets af te schermen. Bij deze groep kan iedereen hun locatie dus zien.

Onder twittergebruikers is van 64% zowel zijn voor- als achternaam zichtbaar. Een kleinere groep (17%) geeft aan dat alleen zijn voornaam zichtbaar is. Bovendien is bij 40% ook de woonplaats zichtbaar.

Foursquare

Een groot deel van de respondenten gebruikt geen Foursquare. De helft van de gebruikers stelt dat ook hier zijn voor- en achternaam zichtbaar zijn. Van de respondenten geeft 45% aan dat zijn woonplaats niet zichtbaar is, bij 40% is dit wel het geval. De overige 15% kon hier geen

antwoord op geven.

Specifieke vragen

Op de vraag *'Denkt u dat inbrekers gebruik maken van sociale media?'* heeft een overgroot deel (86%) '*ja*' geantwoord, 8% vindt van niet en 6% weet het niet. Vervolgens houdt 72% ook rekening met de mogelijkheid dat inbrekers op sociale media zitten, 23% doet dit niet. Op de vragen *'heeft u wel eens iets gepost als: ...?'* stelt steeds meer dan 60% dat hij dat nog nooit heeft gedaan. Deze updates waren zo gesteld dat uit de updates duidelijk werd dat zij niet thuis waren die avond of dag. Daarbij zegt 78% dat zijn geotag uit staat. Er wordt dus niet door middel van Gps duidelijk vanaf welke locatie hij of zij de update plaatst. Van de respondenten heeft 13% dit wel aan staan en 10% weet het niet.

Van de respondenten zegt 73% altijd rekening te houden met het feit dat al zijn volgers de update kunnen zien als hij iets update, 16% zegt hier soms rekening mee te houden en 9% zegt hier niet over te na te denken of kan het niet zoveel schelen.

Een heel groot deel van de respondenten (97%) is zich een beetje tot heel bewust van de risico's van sociale media. Echter maakt niet iedereen zich daar dan ook meteen druk om: 55% wel en 45% niet (echt). Van alle respondenten neemt 77% vervolgens wel maatregelen tegen deze risico's. Van de respondenten geeft 56% aan dat zij niet bang is om slachtoffer te worden van inbraak door zijn gebruik van sociale media, 31% is hier enigszins bang voor en 8% stelt dat zij wel risico lopen om slachtoffer te worden. Op de vraag of de volgende tweet risicovol is, antwoordde 85% dat dat het geval is (redelijk tot erg risicovol), 15% vond deze tweet niet (heel) risicovol. *@Onderzoekster: ''Drukke dag gehad, maar nu in de auto voor een lekker weekendje weg!" Bio: Naam: Grietje van Dorp. Locatie: Vathorst."*. Met behulp van de Spearmans Rho is gekeken of er een verband is tussen bepaalde vragen, zie tabel 3. De volgende vragen zijn met elkaar vergeleken: *1. Denkt u dat inbrekers gebruik maken van sociale media? 2. Houdt u rekening met de mogelijkheid dat inbrekers op sociale media zitten? 3. Houdt u er rekening mee dat uw volgers uw update kunnen zien? 4. Bent u zich bewust van de risico's? 5. Maakt u zich zorgen over de risico's? 6. Bent u bang om slachtoffer te worden? En 7. In hoeverre is dit een risicovolle tweet?* Er is een positief significant verband tussen vraag 1 en 2, 6 en 7. Dit betekent dat mensen die denken dat inbrekers sociale media gebruiken, 1. ook rekening houden met deze mogelijkheid als zij hun status updaten; 2. zij sneller denken slachtoffer te worden van inbraak door hun sociale mediagebruik en 3; de tweet sneller risicovol vinden dan mensen die niet denken dat inbrekers gebruik maken van sociale media. Tussen variabele 2 en 3, 4, 5, 6 en 7 zit ook een significant positief verband. Dit houdt in dat mensen die rekening houden met de mogelijkheid dat inbrekers op sociale media zitten als zij een update opstellen, 1. ook rekening houden met het feit dat iedereen de

status update kan zien, 2.zich bewust zijn van de risico's van sociale media, 3. zij zich zorgen maken over de risico's, 4. zij sneller bang zijn om slachtoffer te worden van inbraak en 5. zij de tweet sneller risicovol vinden. Daarnaast zijn mensen die rekening houden met het feit dat iedereen de status update kan lezen (3), zich bewust van de risico's van sociale media (4). De respondenten die stellen zich bewust te zijn van de risico's (4) , maken zich ook meer zorgen over de risico's (5) en vinden de tweet ook risicovoller (7). Respondenten die zich zorgen maken over de risico's van sociale media (5) zijn sneller bang om slachtoffer te worden van

Correlations

	Denkt u dat inbrekers gebruik maken van sociale media?	Houdt u rekening met de mogelijkheid dat inbrekers op sociale media zitten als u uw status update?	Indien u uw status update, houdt u er dan rekening mee dat al uw volgers (en indien u niks afgeschermd heeft, iedereen) uw update kunnen zien?	Bent u zich bewust van de risico's van sociale media?	Maakt u zich zorgen over de risico's van sociale media?	Denkt u dat u door uw sociale media gebruik risico loopt om slachtoffer van inbraak te worden?	Deze gebruikster heeft haar twitter ge-update met de bovenstaande tweet. In hoeverre vindt u deze tweet risicovol?
Denkt u dat inbrekers gebruik maken van sociale media?	1,000						
Houdt u rekening met de mogelijkheid dat inbrekers op sociale media zitten als u uw status update?	,196**	1,000					
Indien u uw status update, houdt u er dan rekening mee dat al uw volgers (en indien u niks afgeschermd heeft, iedereen) uw update kunnen zien?	,005	,292**	1,000				
Bent u zich bewust van de risico's van sociale media?	,071	,342**	,339**	1,000			
Maakt u zich zorgen over de risico's van sociale media?	,102	,212**	,076	,256**	1,000		
Denkt u dat u door uw sociale media gebruik risico loopt om slachtoffer van inbraak te worden?	,214**	,239**	,087	,038	,217**	1,000	
Deze gebruikster heeft haar twitter ge-update met de bovenstaande tweet. In hoeverre vindt u deze tweet risicol?	,241**	,321**	,063	,219**	,239**	,252**	1,000

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 3: Spearmans Rho

inbraak en vinden de tweet ook sneller risicovol (6&7).

Woninginbraak

Van alle respondenten is er bij 7% de laatste vijf jaren ingebroken (1,4% per jaar). Dit percentage is lager dan het landelijke percentage slachtoffers van woninginbraak in 2012: 2,9% (www.cbs.nl, 2012). Van deze slachtoffers was 56% op het moment van inbraak niet thuis en 80% heeft voorafgaand aan de inbraak niks op sociale media gezet. De vijf respondenten (20%) die wel iets op sociale media hedden geplaatst, hebben het volgende geplaatst: 1. *" een blog over een bezoek aan bibliotheek, twee weken voorafgaand aan de*

inbraak", 2. *" mijn zoon dat hij naar de tandarts was"*, 3. *"feest van ouders"*, 4. *" foto's vanuit vakantieland geüpload"* en 5. *" algemene zaken, niet privé"*. Van deze vijf updates, zouden er wellicht drie mogelijk gelezen en gebruikt kunnen zijn door inbrekers (1, 3 & 4). Echter is hierover niks bekend omdat 84% aangeeft dat de politie niet vraagt naar sociale media activiteiten wanneer zij aangifte komen doen. Van de slachtoffers geeft 28% wel aan bewuster te zijn geworden met zijn of haar sociale mediagebruik na de inbraak.

Conclusie

De enquête maakt duidelijk dat een groot deel van de gebruikers denkt dat inbrekers gebruik maken van sociale media (86%). Het merendeel van de respondenten beschermt zijn gegevens (redelijk) goed en zet geen risicovolle informatie op internet, 97% is zich dan ook bewust van de gevaren van sociale media. Een kleine 40% is bang om slachtoffer te worden van woninginbraak door hun sociale mediagebruik. De respondenten die denken dat inbrekers gebruik maken van sociale media, houden hier ook significant meer rekening mee met hun updates en zijn sneller bang om slachtoffer te worden van inbraak. Respondenten die aangeven zich bewust te zijn van de risico's van sociale media, maken zich ook significant meer zorgen om deze gevaren en 7% van de respondenten is binnen de laatste vijf jaar slachtoffer geworden van woninginbraak. Van deze slachtoffers heeft 20% iets op internet geplaatst voorafgaande aan de woninginbraak. Van de in totaal slechts vijf updates, zouden drie updates gebruikt kunnen zijn door inbrekers. Er kan echter geen direct verband gelegd worden tussen deze woninginbraken en de updates op sociale media van de slachtoffers.

Kortom: de sociale mediagebruiker is zich bewust van de risico's van sociale media en beschermt zijn gegevens redelijk goed.

Hoofdstuk Experiment

Participanten

Het experiment bestaat uit twee groepen: de sociale mediagroep en de ‘’normale’’ groep. Er waren in totaal 50 respondenten benaderd voor het experiment. Uiteindelijk hebben 15 respondenten het experiment voltooid, waarvan 9 respondenten uit de sociale mediagroep en 6 respondenten uit de controlegroep. De gemiddelde leeftijd in deze groepen waren respectievelijk 23 en 25 jaar. Deze participanten zijn geworven op de politieacademie te Apeldoorn. Er is gekozen voor politiestudenten omdat zij verstand hebben van de wet en vaker te maken hebben gehad met delicten als inbraak. Daarnaast leren zij te denken als een crimineel. Omdat het niet mogelijk is om inbrekers het experiment te laten volbrengen, komen deze studenten het dichtst bij de mogelijke denkwijze die een inbreker ook zou hebben.

Materiaal

Het doel van het experiment is te achterhalen of gebruik van sociale media, met betrekking tot het selecteren van een geschikt doelwit voor inbreken, rendabeler is dan het niet gebruiken. De respondenten worden gevraagd zich in te leven in een inbreker en binnen twee uur zoveel mogelijk geschikte huizen te vinden om in te breken. Het experiment bestaat uit twee groepen: de controle en de experimentele.

1. De controlegroep wordt geïnstrueerd om in zijn/haar omgeving 2 uur lang een wijk te zoeken naar geschikte huizen om in te breken. Zij zullen aan de hand van een checklist (zie bijlage 3) op zoek moeten gaan naar geschikte doelwitten om in te breken. Hen is gevraagd na afloop hun bevindingen nauwkeurig te beschrijven. De bedoeling is te weten te komen hoeveel geschikte huizen zij gevonden hebben en waar zij vooral op gelet hebben.
2. De experimentele groep wordt geïnstrueerd om met behulp van sociale media in 2 uur zoveel mogelijke geschikte huizen te vinden om in te breken. Zij zullen met behulp van een draaiboek (bijlage 1) en een checklist (bijlage 2) op zoek moeten gaan naar adressen die in hun (nauwe) omgeving te vinden zijn. Ook deze respondenten wordt gevraagd hun bevindingen na afloop nauwkeurig te beschrijven. Deze vragenlijsten zijn te vinden in de bijlagesectie als bijlage 5.

Resultaten

De controlegroep

De controlegroep bestond uit 6 respondenten met een gemiddelde leeftijd van 25 jaar. In deze sectie spreek ik verder in procenten. Dit kan echter wel een vertekent beeld geven omdat de groep uit 6 personen bestaat, percentages zullen dan snel grote verschillen tonen. Zij hadden allemaal tussen de drie en zeventien geschikte huizen gevonden om in te breken tijdens het

experiment. Dat zijn 8,5 huizen per persoon binnen twee uur. De meeste respondenten gingen onvoorbereid op pad en letten vooral op openstaande ramen waar zij eventueel doorheen konden klimmen. Over het algemeen vond men een huis geschikt om in te breken als het een rustige straat of buurt was, als deze uit het zicht of beschut was, en of deze op een makkelijke manier binnen te treden was. Twee respondenten vonden het erg belangrijk als er geen hond aanwezig was. Het meest geschikte huis was makkelijk te betreden, lag beschut zodat je niet heel zichtbaar was als inbreker en had genoeg vluchtwegen. Een huis was extra geschikt om in te breken als er niemand thuis was en als het makkelijk was om in dat huis in te breken. Logischerwijs werd een huis minder geschikt gevonden indien men dacht dat de bewoners (of een hond) thuis waren of als de respondent dacht dat de buren ook opletten. Één respondent stelt dat een huis minder geschikt is als het (te) goed beveiligd is met camera's. Twee respondenten melden dat een huis minder geschikt wordt geacht als de vluchtroutes te gering waren. Speciale redenen om een huis minder geschikt te vinden, zijn veel levendigheid in de buurt, een hond, te zichtbaar en teveel bewaking. De kenmerken van de buurt die ervoor zorgden dat een huis ongeschikt werd gevonden, waren vooral dat de buren elkaar in de gaten (kunnen) houden en het druk is op straat. Sociale cohesie is dus een reden om niet in te breken. Een respondent stelt dat grote en dure huizen in de omgeving maken dat er veel beveiliging is en dat dat minder geschikt is. Door alle respondenten wordt vermeld dat een drukke straat een grote afknapper is en ook de beschutting in de straat speelt mee.
Op de vraag of de respondenten deze manier van 'inbreken' nuttig vonden, antwoordden alle respondenten *'ja*'. Bovendien geeft 83% aan dat dit de beste manier is om op te zoek te gaan naar geschikte huizen. Één respondent geeft aan dat hij wellicht beter 's nachts had kunnen gaan, maar dat deze manier wel nuttig was. Één van de respondenten die deze manier nuttig vond, maakt ook meteen de link met sociale media: *"qua aanwezigheid van de bewoners is sociale media misschien wel handig maar ik denk dat je daar ook wel snel genoeg achter komt als je eventjes gaat posten bij een geschikt huis".* Vervolgens geeft 67% aan dat sociale media (totaal) niet nuttig zouden zijn geweest. Één respondent geeft aan dat hij dit niet zo goed weet; *"zou kunnen maar denk het niet"* en een andere respondent denkt zeker van wel: "*sociale media is echt van de tijd van nu. Veel info gaat via de sociale media".*

De experimentele groep

De experimentele groep bestaat uit 9 respondenten met een gemiddelde leeftijd van 23 jaar. In deze sectie spreek ik verder in procenten. Dit kan echter wel een vertekent beeld geven omdat de groep uit 9 personen bestaat, percentages zullen dan snel grote verschillen tonen. In onderstaande tabel is te zien hoeveel interessante updates zij hebben gevonden, hoeveel adressen zij daarvan hebben gezocht, hoeveel adressen zij daar vervolgens van gevonden

hebben en hoeveel adressen zij uiteindelijk geschikt achtten.

Respondent Nr:	# interessante updates	# adressen gezocht	#adressen gevonden	# geschikte adressen
1	92	28	8	0
2	80	44	16	5
3	30	25	2	2
4	20	7	1	0
5	16	10	2	2
6	10	26	35	5
7	8	3	1	1
8	6	6	2	0
9	4	4	3	1
Totaal:	266	125	62	16
Gemiddeld per persoon:	29,5	13,8	6,9	1,8

Tabel 4: resultaten experimentele groep

Wat hier duidelijk naar voren komt, is dat er veel updates te vinden zijn die interessant zijn. Hierbij valt te denken aan statussen waarin kernwoorden staan als ‘’vanavond naar de bioscoop’’, ‘’weekendje weg’’ en ‘’ op vakantie’’. Er zijn dus veel mensen die een update plaatsen waarin zij vermelden dat ze op een bepaald tijdstip weg zijn. Echter zijn de adressen blijkbaar moeilijk te vinden waardoor er weinig echt geschikte adressen zijn gevonden. Slechts van 6% van alle interessante updates is uiteindelijk een geschikt adres gevonden. Twitter en Facebook zijn de meest gebruikte sociale media (elke respondent geeft aan deze te gebruiken). Een aantal respondenten heeft ook nog Hootsuite, Google maps, LinkedIn, Hyves, Tweetgrid, Seekatweet en/of Iwitness gebruikt. De laatste drie zijn programma’s waarmee het extra makkelijk is om op bepaalde woorden te zoeken en staan beschreven in het draaiboek (zie bijlage 1). De meest gebruikte zoektermen waren: *'(op) vakantie'* (6 x), *('weekend/vandaag/vanavond/lekker/dagje) weg'* (6x), *('avond) 'uit' (eten')* (4x). Één respondent geeft aan geen zoektermen te hebben gebruikt en alleen te hebben gescrold in het nieuwsoverzicht van zijn eigen Facebook. Een andere respondent geeft aan zijn eigen kennis te hebben gebruikt en wieowie.nl en telefoonboek.nl. En één respondent heeft de volgende zoektermen gebruikt: '*Nieuwsoverzicht*', '*BSC quick Amersfoort'*, '*Dance experience XL*', '*Wasted Festival*', maar waarom juist deze zoektermen is onduidelijk. Er werd overgegaan op

het zoeken van een adres als de update duidelijk iets zei over de tijd wanneer het huis leeg zou zijn. De adressen zijn vooral gezocht via telefoonboek.nl, maar ook op Facebook zelf, via Google of met eigen kennis. Het adres werd geschikt gevonden indien men zeker wist dat er niemand thuis zou zijn en het huis dichtbij de eigen woonplaats stond. Twee respondenten geven aan het huis via Google Maps of Earth te hebben bekeken. Een andere respondent geeft aan het adres pas geschikt te vinden als de woning beschut was, geen mensen aanwezig waren, er genoeg vluchtmogelijkheden waren en als het een naïeve update was. De kenmerken van de updatende persoon die van belang waren, zijn vooral leeftijd, alleenstaand- of wonend en of hij meerdere naïeve berichten heeft geplaatst. Één respondent houdt er ook rekening mee of de persoon rijk is en of die vaak op vakantie gaat. Zodra er een duidelijk beeld was vanaf wanneer en tot hoe laat het huis leeg was, werd de update als erg geschikt gezien. De update wordt ook geschikt gevonden indien het huis dichtbij is. Dit wordt ook als belangrijkste kenmerk van de woonplaats gevonden. Daarnaast worden weinig (sociale) controle, veel vluchtwegen en een makkelijk te vinden huis ook als aantrekkelijke kenmerken genoemd. Een gevonden adres viel af als geschikt adres om in te breken zodra het huis te ver weg was of als het onduidelijk was waar het huis nou precies stond (bijvoorbeeld in een flat) en er toch niet helemaal zekerheid was of er echt niemand thuis was op dat moment. Er zouden bijvoorbeeld ook nog andere mensen in dat huis kunnen wonen die wel gewoon thuis zijn. Een politiebureau naast of in de buurt van het huis en veel buren blijken ook afschrikwekkende kenmerken te zijn. Een respondent geeft bovendien aan een foto van de bewoner te hebben gevonden en zou die *''niet graag tegen willen komen in het donker''* en haakt daarom af. Jonge en/of samenwonende mensen zijn kenmerken van ongeschikte doelwitten. Een update wordt als ongeschikt genoemd als er geen duidelijk tijdstip wordt vermeld wanneer iemand van huis is. De woonplaats wordt als ongeschikt verklaard indien dit te ver weg is van de eigen woonplaats maar ook als de ligging verkeerd is of als het een dorp betrof. In het laatste geval kent iedereen elkaar, stelde de respondent, en dat maakt het inbreken ook minder aantrekkelijk.

Van de respondenten geeft 44% aan dat het gebruik van sociale media bij doelwitselectie zinvol is, 34% geeft aan van niet en 22% weet het niet. Op de vraag of dit de meest rendabele manier is om op zoek te gaan naar geschikte huizen om in te breken, reageert 67% dat dit niet het geval is. Respondenten die aangeven dat dit niet de meest rendabele manier is, zeggen dat dit vooral komt door de tijd en het werk dat je er in moet steken om iets te vinden. Bovendien geeft 78% aan dat zij denken op straat meer geschikte huizen te vinden. Een respondent geeft overigens aan het gebruik van sociale media totaal verkeerd ingeschat te hebben: *''ik dacht dat dit een makkelijke manier was, maar ik vond het aardig lastig''*.

In onderstaande tabel zijn de belangrijkste bevindingen uit de controle – en experimentele groep tegenover elkaar gezet.

	Controle groep	**Experimentele groep**
Aantal geschikte huizen	3-17 huizen	0-5 adressen
Aantal gemiddeld p.p.	8,5	1,8
Kenmerken van geschikt huis/adres	Rustige straat/buurt, beschutting, makkelijk te betreden	Dichtbij en zekerheid dat er niemand is.
Kenmerken van een minder geschikt huis/adres	Iemand thuis, buren opletten, geringe vluchtroutes, beveiliging en/of een hond	Te ver weg, niet zeker of er niemand thuis zou zijn, de ligging en/of veel buren.
Nuttige methode?	Ja! 100%	44% Ja 34% Nee 22% Weet ik niet
Is de andere methode nuttiger?	67% Sociale media niet nuttig(er) 17% weet dit niet 16% denkt dat sociale media wel nuttiger zou kunnen zijn	56% zegt dat sociale media niet de rendabelste manier is. 22% weet dit niet 22% denkt dat sociale media wel rendabeler is, maar denkt toch dat inbrekers er geen gebruik van maken
Is deze methode de beste methode?	83% geeft aan dit de beste methode te vinden. 1 respondent geeft aan dat hij beter 's avonds had kunnen gaan, maar zegt niks over de methode.	78% denkt dat er op straat meer huizen gevonden zouden kunnen worden. 22% geeft aan van niet.
Conclusie	Meer huizen op deze manier gevonden, men let op andere dingen, het is een nuttige methode en men denkt over het algemeen dat sociale media niet extra zouden helpen	Veel updates maar weinig tot geen adressen om echt in te breken. Afhankelijk van veel factoren. Uiteindelijk alsnog een check uitvoeren op het huis. 77,8% geeft aan dat dit geen handige methode is en dat de ouderwetse manier meer oplevert.

Tabel 5: Controle vs Experimentele groep

Hieruit komt duidelijk naar voren dat er met de ouderwetse methode ("de straat op") meer geschikte doelwitten worden gevonden dan met het gebruik van sociale media. Het gebruik van sociale media met doelwitselectie voor inbreken is afhankelijk van veel factoren die niet op internet te vinden zijn. Uiteindelijk moet de echte 'check' alsnog gemaakt worden als de

inbreker voor het huis staat. Er komt bovendien ook meer werk bij kijken en het kost redelijk veel tijd om een goed adres te vinden. Er zijn genoeg updates te vinden waarin dubieuze teksten vermeld staan en die men wellicht zou kunnen gebruiken maar de moeilijkheid zit hem in het vinden van het adres. Bovendien is het niet mogelijk om naar updates in de nabije omgeving te zoeken. Heeft men dus een adres gevonden naar aanleiding van een interessante update, kan deze wel eens heel ver weg zijn. Ook dan valt zo'n adres af in verband met het *distance decay*. Alle respondenten uit de controlegroep geven aan de ouderwetse methode het meest rendabel te vinden. Over het gebruik van sociale media is men verdeeld, maar de meerderheid denkt dat dit niet nuttiger of zinvoller zou zijn.

Welke kenmerken lijken nuttig?

In het theoretische kader van dit onderzoek zijn een aantal kenmerken genoemd waar inbrekers doorgaans op letten alvorens zij de inbraak plegen. In dit kader werd de mogelijkheid van sociale media met betrekking tot deze kenmerken besproken. Na afloop van het experiment kunnen deze vermoedens vergeleken worden met de bevindingen. In de volgende tabel staan de vermoedens zoals deze in het theoretisch kader zijn besproken en de bevindingen uit dit onderzoek naast elkaar gezet.

Kenmerk	Vermoedens gebruik sociale media	Bevindingen gebruik sociale media
Layout cues	Niet optimaal. Dit kan gecheckt worden door gebruik te maken van Google Street View en het huis te bekijken. De foto waarop GSV is gebaseerd is echter al gedateerd en is mogelijk niet meer correct. 'Live' controleren moet op moment van inbraak dan alsnog.	Ja. 22% geeft aan het huis via Google Maps te hebben bekeken. Indien deze makkelijk te bereiken was en redelijk beschut vonden zij dit een reden om in te breken.
Wealth cues	Nee. Dit kan slechts 'live' gecontroleerd worden.	Nee. Hier wordt niks over gezegd/ is niet te zien via sociale media.
Occupancy cues	Ja. Als de inwoners een update hebben geplaatst dat ze weg zijn.	Ja. Aan de hand van de tweets kon men zien wanneer de inwoners van huis waren.
Security cues	Niet optimaal. Dit kan gecheckt worden door gebruik te maken van Google Street View en het huis te bekijken. 'Live' controleren moet op moment van inbraak dan alsnog.	Nee. Hier wordt niks over gezegd/ is niet te zien via sociale media.
Rijkdom van het huis	Ja. Via GSV kan het huis worden bekeken. Het huis zelf	Ja. 11% geeft aan rekening te houden met de rijkdom van de

	zal niet snel zo erg verschillen. Ook kan via Funda gekeken worden naar de waarde van het huis.	persoon en/of het huis
Afgelegen huis	Ja. Via GSV en/of Google Maps kan het huis op een kaart bekeken worden. Zo kan gekeken worden of deze afgelegen ligt.	Ja. Een vaakgenoemde reden om wel of niet in te breken is de ligging van het huis, de beschutting en de (mogelijke) vluchtroutes.
Beveiliging (alarm, hond, camera, lichtbron, meerpuntslot)	Nee. Dit kan slechts 'live' gecontroleerd worden.	Nee. Hier wordt niks over gezegd/ is niet te zien via sociale media.
Rijke buurt	Niet goed. Er zou informatie gezocht kunnen worden over de welvaart van de buurt. Dit kost wel moeite en kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.	Nee. Hier wordt niks over gezegd/ is niet te zien via sociale media.
Aanwezigheid inwoners	Ja. Als de inwoners een update hebben geplaatst dat ze weg zijn.	Ja. De afwezigheid van inwoners is een ‘must’ om in te breken.
Vlucht routes	Nee. Kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.	Ja. Vluchtroutes zijn –hoewel soms moeilijk- via GST/Earth te vinden.
Mogelijke grootte van de buit	Nee. Kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.	Nee. Hier wordt niks over gezegd/ is niet te zien via sociale media.
Mogelijke getuigen	Nee. Kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.	Nee. Hier wordt niks over gezegd/ is niet te zien via sociale media.
Afstand van eigen huis tot doelwit	Ja. Via GSV/GM is dit heel makkelijk te berekenen.	Ja. Bijna alle respondenten geven aan dat de reistijd van doorslaggevende waarde is.
Soort huis	Ja, dit kan gecheckt worden door gebruik te maken van GSV.	Ja. Er is via GSV gecheckt of het huis niet een flat is. Dit maakt het onaantrekkelijk om in te breken.
Mogelijkheden tot binnentreden	Nee. Kan het beste met eigen ogen ingeschat worden.	Nee. Hier wordt niks over gezegd/ is niet te zien via sociale media.
Informatie vooraf	Ja. Als de inwoners een update hebben geplaatst.	Soms. 22% geeft aan eerdere tweets en informatie van de inwoners op te zoeken.

Tabel 6: Theorie vs Praktijk

Deze zestien kenmerken zijn van belangrijke waarde voor inbrekers die de straat op gaan. Aan

de hand van (vooral) deze kenmerken besluiten zij of ze een huis inbreken of niet. Van deze zestien kenmerken kunnen negen kenmerken via sociale media al vooraf gecheckt worden, echter niet allemaal even optimaal en niet iedere respondent gaf aan dit te doen. De optie is er echter wel.

Bovendien kwam uit de literatuur naar voren dat 2 tot 4 huizen op een dag een gemiddelde is voor een inbreker om in te breken (Verwee e.a. 2007). Op de 'ouderwetse' manier in dit experiment kan dit gemiddelde makkelijk gehaald worden, daar was het gemiddelde immers 8,5. Met behulp van sociale media wordt dit gemiddeld echter niet gehaald: het gemiddelde ligt daar op 1,8 huizen per persoon. Dit is ook een teken dat het gebruik van sociale media niet rendabel is en zeker niet vergeleken met de 'ouderwetse' methode.

Uit het onderzoek uit Perth kwam naar voren dat inbrekers die wel gebruik hadden gemaakt van sociale media toevalligerwijs de update tegen kwamen. Dit is dan een berichtje van vrienden of familie. Deze inbrekers waren dus niet op zoek gegaan naar een doelwit via sociale media, maar zagen het verschijnen tussen de updates van vrienden en zijn toen in gaan breken. Dit zullen dan vooral de gelegenheidsdaders zijn. In dit onderzoek is vooral in gegaan op de planningsdelicten. Er is niet zozeer gekeken naar berichtgeving van eigen vrienden dus over dit fenomeen is niet zoveel te zeggen.

Conclusie

Het experiment is voltooid door politieagenten in opleiding. Een deel van hen is 'ouderwets' de straat op gegaan en zocht naar geschikte doelwitten (huizen) om in te breken (controlegroep). Het andere deel is via sociale media op zoek gegaan naar geschikte adressen om in te breken naar aanleiding van een update waarin staat dat de bewoners van huis zijn (sociale mediagroep). Hieruit komt naar voren dat de groep die de straat op ging beduidend meer geschikte doelwitten vond dan de groep die via sociale media op zoek ging. De eerste groep vond gemiddeld 8,5 geschikte huizen per persoon tegenover 1,8 huizen per persoon door de sociale media groep. Bovendien vond 100% van de controlegroep deze methode nuttig om geschikte doelwitten te vinden, terwijl dit bij de sociale mediagroep slechts 44% is en 34% vindt dat dit geen nuttige methode is. Van de controlegroep denkt 67% dat sociale media geen nuttige bijdrage zouden leveren. Van de sociale mediagroep denkt 56% dat sociale media niet de rendabelste manier is om geschikte doelwitten te vinden. Dit komt vooral omdat er veel werk zit in het achterhalen van de adressen. Er zijn veel updates te vinden waarin staat dat de bewoner van huis is, maar vervolgens het eigenlijke adres achterhalen is lastig. Bovendien blijkt het lastig om in de nabije omgeving te zoeken naar

deze verdachte updates. Dit maakt dat een groot deel van de interessante updates en mogelijk gevonden huizen te ver weg liggen om hier daadwerkelijk in te breken.
Uit de literatuur zijn een zestiental kenmerken naar voren gekomen waar inbrekers op letten alvorens zij een beslissing nemen om een huis in te breken. Van deze zestien kenmerken zijn negen kenmerken ook via sociale media/internet te checken. Dit kan een hoop tijd schelen voor inbrekers, maar de echte 'check' zal alsnog bij het huis zelf uitgevoerd moeten worden.

Kortom: het gebruik van sociale media met betrekking tot doelwitselectie is niet rendabel en best lastig. De ouderwetse methode blijkt nog altijd rendabeler en bovendien handiger.

Conclusie & Discussie

In dit onderzoek is gekeken naar het gebruik van sociale media met betrekking tot doelwitselectie bij inbraak. De vraag die in deze thesis centraal staat, is de volgende: *''in hoeverre kunnen inbrekers sociale media gebruiken bij het selecteren van hun doelwit?"*. Er zijn twee methoden gebruikt om tot beantwoording te komen. Ten eerste is er een enquête verspreid onder sociale mediagebruikers. In deze enquête werd vooral gevraagd naar gebruik, bescherming, gevaren en mogelijkheden van sociale media. Ten tweede is er een experiment ontworpen. Het doel van het experiment was te achterhalen of gebruik van sociale media, met betrekking tot het selecteren van een geschikt doelwit voor inbreken, rendabeler is dan het niet gebruiken van sociale media. Uit de enquête kwam kort gezegd naar voren dat sociale mediagebruikers zich bewust zijn van mogelijke risico's van sociale media en hun gegevens (daarom) redelijk goed beschermen. Dit maakt het lastiger voor een inbreker om deze gegevens te vinden en in te lezen. Uit het experiment komt naar voren dat het gebruik van sociale media niet handig is met betrekking tot doelwitselectie. Vergeleken met de ouderwetse methode blijkt die ouderwetse methode vooralsnog het meest handigst en rendabel.

Verband tussen experiment en enquête

Wat vooral uit de enquête naar voren komt, is dat men over het algemeen denkt dat inbrekers sociale media gebruiken. Men houdt hier vervolgens ook vaak rekening mee door zijn sociale mediagebruik beter te beveiligen en op te letten wat men post. Dit maakt het voor de inbrekers lastiger om die gegevens te vinden, wat ook uit het experiment naar voren komt. Het gebruik van sociale media met betrekking tot inbreken is een stuk lastiger dan men vooraf denkt. Slechts 6% van alle gevonden updates werd als een geschikt doelwit gekenmerkt. Bovendien vond slechts 44% het gebruik van sociale media nuttig en zegt 56% dat deze methode niet nuttiger is dan de ouderwetse methode. Als dit ook voor inbrekers geldt, dan lijkt het er dus op dat er vooral een angst heerst onder de sociale mediagebruiker. Men denkt, wellicht omdat dit zo vaak wordt genoemd in de media, dat het gebruik van sociale media simpel en rendabel is en men is daarom van mening dat inbrekers het dan ook vaak gebruiken. Terwijl het experiment dit juist grotendeels tegenspreekt.

Antwoord

Al met al is men zeer bewust van de risico's van sociale media en is men ook bang voor het feit dat inbrekers hiervan gebruik maken. Uit het experiment komt duidelijk naar voren dat de ouderwetse methode veel rendabeler is (en blijft?) dan het gebruik van sociale media. Bovendien vinden degenen die wel sociale media gebruiken, dit niet eens heel handig. Het antwoord op de centrale vraag in deze thesis (*''in hoeverre kunnen inbrekers sociale media gebruiken bij het selecteren van hun doelwit?"*) is daarom dat de extra waarde van sociale

media met betrekking tot doelwitselectie vrij gering is. Wat via de sociale media gevonden kan worden, kan bijna allemaal op straat ook en meestal meer accuraat. Bovendien blijft deze methode (de straat op) nog altijd meer rendabel. Inbrekers maken dus waarschijnlijk (nog) niet veel gebruik van sociale media met betrekking tot doelwitselectie bij woningbraak.

Kanttekening en reflectie

Voorafgaand aan dit onderzoek is er weinig literatuur gevonden met betrekking tot sociale media en woninginbraak. Literatuur over woninginbraak is er ten overvloede, maar in combinatie met sociale media is er – waarschijnlijk omdat het een 'nieuw' onderwerp is - niet. Dit betekent dat er een literatuurstudie weinig inzicht bood. Bovendien is er nog geen goed onderzoek naar dit onderwerp gedaan, waardoor er geen voorbeeld beschikbaar was waarmee dit onderzoek verder kon gaan. Dit betekent overigens wel dat dit onderzoek erg vernieuwend is en daarmee een belangrijke bijdrage kan leveren aan de wetenschap én de maatschappij. Overigens kan wel worden gesteld dat dit onderzoek doorgaat in de lijn van Van Deale e.a. (2012). Zij onderzochten het gebruik van Google Street View met betrekking tot doelwitselectie. Het gebruik van deze (sociale) media is niet handig en doelwitselectie op straat is nog altijd effectiever volgens hen. Uit het huidige onderzoek komt dit ook naar voren. In dit onderzoek is bewust gekozen voor politieagenten als respondenten. Inbrekers waren als respondenten misschien sterker geweest. Hiervan is afgezien omdat deze respondenten ten eerste moeilijk bereikbaar zijn. Ook is het maar de vraag of hun verklaringen te vertrouwen zijn en of zij de onderzoeker vertrouwen. Bovendien zou het kunnen dat de inbrekers door dit onderzoek op ideeën komen en dat is het laatste waar dit onderzoek zich op richt. Agenten en gaan dagelijks om met criminelen. Zij leren hoe criminelen denken en kunnen zich daarom het beste inleven in inbrekers. Dat zijn de voornaamste redenen om voor agenten te kiezen in plaats van inbrekers. Bovendien is de kans op sociaal wenselijke antwoorden bij inbrekers een stuk hoger dan bij de respondentengroep in dit onderzoek. Taylor & Nee (1988) hebben een onderzoek uitgevoerd waarbij ze een groep inbrekers en een groep studenten als respondenten gebruiken. Hieruit komt naar voren dat inbrekers meer dezelfde antwoorden geven en dat de studenten meer diverse antwoorden geven. Dit kan erop duiden dat inbrekers dezelfde dingen leren en doen. Daarbij waren zij zich meer bewust waren van de zwakheid van een hoekhuis en de aanwezigheid van beveiliging, dan de studenten. Uiteindelijk zijn dit dus niet grote onoverkoombare verschillen. Het is maar de vraag of het niet gebruiken van inbrekers een negatief punt is.

Het aantal respondenten in dit onderzoek is helaas laag. Hoewel dit maakt dat de uitkomsten niet generaliseerbaar zijn, komen er toch interessante resultaten uit. Deze resultaten moeten we daarom niet zien als onomstotelijke resultaten, maar meer als voorlopige suggesties.

Daarmee is dit onderzoek een mooi opstapje voor een groter, uitgebreider wetenschappelijk onderzoek.
Een ander probleem is dat de respondenten uit de sociale mediagroep wellicht niet heel bekend waren met de sociale media. Het zou kunnen dat de resultaten vertekend zijn omdat men niet goed weet hoe sociale media te gebruiken voor doelwitselectie. Dit is geprobeerd tegen te gaan door een duidelijk handboek mee te sturen waarin stap voor stap is uitgelegd hoe elk sociale medium gebruikt kan worden (bijlage 1). Of deze is gebruikt, is echter de vraag.
Dit onderzoek is bovendien vooral ingegaan op geplande delicten. Er werd van uitgegaan dat inbrekers via sociale media hun slachtoffers uitzoeken en dan het delict plannen. Het zou ook mogelijk zijn dat inbrekers toevalligerwijs (in hun eigen nieuwsoverzicht) tegen interessante updates aanlopen en vervolgens besluiten in te breken, zoals een gelegenheidsinbreker betaamt. Dit zou echter wel betekenen dat men zijn eigen vrienden berooft. Een belangrijke waarschuwing zou dus wel getrokken kunnen worden: kijk uit wie je als vrienden toevoegt. Wellicht is het belangrijker om je vrienden te screenen dan om op te letten wat je op internet plaatst. Maar daarover geeft dit onderzoek geen gegevens. Dit zou in een volgend onderzoek wellicht duidelijker worden.

Implicaties voor verder onderzoek

Zoals vermeld zijn er in dit onderzoek - en dan specifiek in het experimentele gedeelte- te weinig respondenten gevonden. Het is daarom aan te raden om een substantieel grotere respondentengroep te vinden. Een grotere groep ‘inbrekers’ zullen aan de resultaten een stuk meer gewicht geven. De resultaten kunnen dan beter gegeneraliseerd worden.
Om een nog sterker onderzoek te maken, zou in een volgend onderzoek wellicht wel gebruik gemaakt kunnen worden van ‘echte’ inbrekers. Er zou bijvoorbeeld voorafgaand aan het onderzoek een enquête kunnen worden gehouden onder vastzittende inbrekers. De inbrekers die dan aangeven wel sociale media te gebruiken, kunnen dan in de experimentele groep gebruikt worden. De ‘ouderwetse’ inbrekers in de controle groep. Op die manier zal ook het probleem van aanzetten tot gebruik van sociale media verkleind worden. Bovendien weten deze inbrekers al hoe ze gebruik moeten maken van sociale media en zal dit dus niet extra uitgelegd hoeven te worden.
Zoals hierboven kort aangestipt, is het aan te raden om met een volgend onderzoek ook de gelegenheidsinbrekers erbij te betrekken. Het zou immers heel goed kunnen dat mensen sneller gaan inbreken nadat ze een update van een vriend hebben gezien waarin staat dat die weg is. Men weet immers waar die vriend woont en wat hij in huis heeft. Een inbraak is dan (waarschijnlijk) zo gedaan.

Aanbevelingen

Uit dit onderzoek komen een paar dingen naar voren. Ten eerste beschermt de meerderheid van de sociale mediagebruiker zich (al) redelijk goed. Dit maakt het voor de bewust zoekende inbreker lastig om gegevens van deze gebruikers te vinden en te gebruiken. Ten tweede komt naar voren dat het gebruik van sociale media met betrekking tot doelwitselectie niet rendabel is. Updates waarin staan vermeld dat de bewoner van huis is, zijn er genoeg maar het vervolgens achterhalen van dat bewuste adres is lastig. Zoeken naar updates in diens directe omgeving is eveneens lastig. Heeft de inbreker naar aanleiding van een verdachte update eenmaal het adres kunnen achterhalen, is de kans groot dat dit adres ook nog eens te ver weg is, waardoor het adres alsnog afvalt. Het duurt dus erg lang om via sociale media een geschikt doelwit te vinden. In diezelfde tijd zou eenzelfde inbreker bij wijze van spreken op de straat al twee huizen in kunnen breken. Bovendien gaat men ervan uit dat inbrekers dit allemaal kunnen en willen, terwijl het aannemelijker is te denken dat een inbreker zo min mogelijk moeite wil doen om een huis in te breken. Het is kortom niet verleidelijk voor (plannende) inbrekers om sociale media te gebruiken.

Bovendien blijkt ook uit dit onderzoek dat de inbreker op locatie nog een laatste check doet alvorens hij een huis inbreekt. Het belangrijkste blijft vooralsnog dat u uw huis goed afsluit, geen deuren of ramen open laat en een levendige indruk achterlaat. De preventieve maatregelen en/of tips die het Politie Keurmerk Veilig Wonen geven, zoals uw buren vragen uw woning in de gaten te houden en bekenden vragen uw post op te halen, zullen nog altijd meer effect hebben dan het achterwege laten van die leuke vakantie tweets.

Toch zou ik het Politie Keurmerk Veilig Wonen nog willen uitbreiden met de volgende tips. Er zullen immers altijd uitzonderingen op de regel zijn en in dat geval is voorkomen nog altijd beter dan genezen. Wat kunt u dan doen om te voorkomen dat inbrekers naar aanleiding van uw sociale mediagebruik achter uw adres komen én daar vervolgens ook gaan inbreken? Hieronder zullen een paar aanbevelingen gegeven worden die ervoor zorgen dat u het inbrekers in ieder geval lastiger maakt.

De beste preventie voor dit soort inbraak is radicaal: het algeheel stoppen van gebruik van sociale media of het niet meer plaatsen van gevoelige – maar wel leuke – informatie (zoals die tweet vanuit uw hotel kamer op vakantie). Voor de meeste sociale mediagebruikers is dit te radicaal en bovendien overbodig aangezien uit dit onderzoek naar voren komt dat inbrekers (waarschijnlijk) geen sociale media gebruiken.

Indien u die leuke vakantietweets/updates wil blijven plaatsen, is het aan te raden om ten eerste te kijken met wie u deze deelt. Zorg dat u uw gegevens goed afschermt. Dit maakt het lastiger voor ‘onbekenden’ om op uw profiel te kijken. Denk hierbij aan de instellingen ‘’alleen zichtbaar voor vrienden’’ op Facebook en ‘’protect my tweets’’ op Twitter. Dit betekent dat alleen vrienden of ‘followers’ uw updates kunnen zien.

Zorg er vervolgens voor dat u uw vrienden af en toe screent en/of verwijderd. Uit het onderzoek uit Perth kwam naar voren dat áls inbrekers sociale media gebruikten zij toevalligerwijs tegen een update van één van hun ‘vrienden’ aan liepen en die vervolgens gingen beroven. In navolging van dit onderzoek is het dan ook logischer te denken dat inbrekers toevalligerwijs tegen uw update aanlopen in hun eigen nieuwsoverzicht dan dat zij hier bewust naar op zoek gaan. Zorg dus dat u alleen uw goede, betrouwbare vrienden toelaat op uw pagina’s.

De voorgaande maatregelen zorgen ervoor dat u het bijna onmogelijk maakt voor onbekende inbrekers uw gegevens te vinden. Er zijn ook minder vergaande maatregelen waarmee u het in ieder geval lastiger maakt voor inbrekers om uw gegevens te vinden en te gebruiken. Zo is uit dit onderzoek gebleken dat het lastig is een adres te vinden indien er geen voor- en achternaam én woonplaats in de ‘bio’ van een persoon staat. Staan deze drie kenmerken er gezamenlijk in is via het telefoonboek uw adres makkelijk te vinden. Zorg dus dat u deze kenmerken niet in uw biografie heeft staan, of in ieder geval niet alle drie tezamen.

Een andere mogelijkheid is om uw adres niet meer bij het telefoonboek te laten registreren. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat veel respondenten www.telefoonboek.nl gebruikten om een adres te vinden. Staat uw adres hier niet op maakt u het de inbreker ook een stuk lastiger.

Ook het uitschakelen van uw geotag maakt het voor de inbreker lastiger om uw adres te vinden. Hoewel uit dit onderzoek niet veel gebruik is gemaakt van geotag, is het te veronderstellen dat geotags gebruikt kunnen worden om uw woonplaats te achterhalen.

Literatuurlijst

Bennet, T. & Wright, R. (1984). *Burglars on Burglary – Prevention and the offender.* Brookfield: Avebury Publishing Co.

Bernasco, W. (2007). Is woninginbraak besmettelijk? *Tijdschrift voor Criminologie, 49*(2), 137-152.

Bernasco, W., & Nieuwbeerta, P. (2005). How do residential Burglars Select Target Areas? A new approach to the Analysis of Criminal Location Choise. *The Britisch Journal of Criminology, 45*(3), 296-315.

Klein Haneveld, R.K., & Kop, N. (2012). *Stop de dief! Onderzoek naar een betere aanpak van woninginbraken.* Lectoraat Criminaliteitsbeheersing & Recherchekunde. Politieacademie, Apeldoorn.

Kleemans, E.R. (1996). Herhaald slachtofferschap van het delict woninginbraak. *Tijdschrift voor Criminologie, 38*(3), 232-244.

Nee, C. & Meenaghan, A. (2006). Expert Decision Making in Burglars. *The Britisch Journal of Criminology, 46*(5), 935-949.

Nee, C., & Taylor, M. (1988). Residential Burglary in the Republic of Ireland. in M. Tomlinson, T. Varley & C. McCullagh. (red). *Whose Law and Order*. Galway: The Sociological Association of Ireland, p. 82-103

Rossmo, D.K. (2000). *Geographic Profiling*. Boca Raton, Florida: CRC Press

Stijf, D. (2012, September). *Weest waakzaam: sluit deuren en ramen! Onderzoek naar het effect van een preventieactie op het inbraakpreventief gedrag van burgers.* Masterthesis Bestuurskunde Radboud Universiteit, Nijmegen.

Van Daele, S., Peeters, M., Vandeviver, C., Ledure, E., & Vander Beken, T. (2012). Technische hulpmiddelen en doelwitselectie bij woninginbraak: een experimenteel onderzoek naar de invloed van Google Maps en Google Street View. *Tijdschrift voor Criminologie, 54*(4), 362–373.

Verwee, I., Ponsaers, I., & Enhus, E. (2007). *'Inbreken is mijn vak'. Textuur en praktijk van woninginbraak.* Den Haag: Boom Juridische uitgevers.

Wetboek van Strafrecht, art. 311, lid 3; 5

Websites:

Centraal Bureau voor de Statistiek. *Geregistreerde criminaliteit; misdrijven en verdachten naar regio.* Geraadpleegd op 24 april 2013 via <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=80344NED&D1=0-1&D2=1-4,18-74&D3=0&D4=5-6&HDR=G2,T,G3&STB=G1&CHARTTYPE=1&VW=T >

Centraal Bureau voor de Statistiek. *Slachtoffers criminaliteit; politieregio.* Geraadpleegd op 13 juni 2013 via < http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=81930NED&D1=6-7&D2=0&D3=a&D4=l&HDR=G1,G3,G2&STB=T&VW=T >

ECU University. *Inside the mind of a burglar*. Geraadpleegd op 24 april 2013 via <https://www.ecu.edu.au/news/latest-news/2012/12/inside-the-mind-of-a-burglar >

Frankwatching. *Bescherm jezelf en je omgeving tegen cybercrime via social media*. Geraadpleegd op 24 april 2013 via < http://www.frankwatching.com/archive/2011/10/24/bescherm-jezelf-en-je-omgeving-tegen-cybercrime-via-social-media/ >

Kleine Meierije. *Voorkom inbraak in uw woning*. Geraadpleegd op 13 juni 2013 via < http://www.kleinemeierij.nl/Huurder/Huurinformatie/Voorkom-inbraak-in-uw-woning/ >

Volkskrant. *8 op de 10 Nederlandse internetgebruikers actief op sociale media.* Geraadpleegd op 13 juni 2013 via < http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2694/Tech-Media/article/detail/3321928/2012/09/25/8-op-10-Nederlandse-internetgebruikers-actief-op-sociale-media.dhtml >

Bijlagen

Bijlage 1: *Draaiboek Sociale media voor de Experimentele groep*

In dit draaiboek komen de meestvoorkomende sociale media aan de orde.

Handige site om te gebruiken bij het zoeken naar verdachte/interessante tweets/updates:

1. Whotalking: een site waarin je met bepaalde zoektermen zowel twitter als facebook scant.
2. Tweetgrid: een site waarin je met een bepaalde zoekterm alleen twitter scant. Iets makkelijker dan via twitter.com;
3. Twitter: een site waarin je met een bepaalde zoekterm alleen twitter scant.
4. Facebook: een site waarin je met een bepaalde zoekterm alleen Facebook scant. Hiervoor moet je zelf een Facebook account hebben.
5. Peoplemelt: Een site die rondom jouw woonplaats scant naar alle foto- tweets de laatste dagen. Hier kun je ook met je eigen zoekterm gericht zoeken. Zijn dus alleen tweets met foto's.
6. Seekatweet.com: Een site die rondom jouw woonplaats scant naar alle tweets de laatste dagen. Hier kun je ook met je eigen zoekterm gericht zoeken.
7. Iwitness.com: een site waarmee je kunt inzoomen op jouw woonplaats en daar alle tweets en flickr-updates kunt vinden. Ook kun je gericht met je zoekterm zoeken.
8. Hootsuite: een verzamel site waarin je tegelijk naar meerdere zoektermen kunt zoeken op verschillende sociale media. Wat lastiger dan bovenstaande en je moet zelf lid zijn van de sociale media sites die je wil gebruiken.

Na het vinden van een interessante tweet of update, ga je op zoek naar het adres. Mogelijke sites die je daarbij kunt gebruiken:

9. telefoonboek.nl: een site waarmee je het telefoonnummer en adres kunt vinden als je diens voor- en achternaam + woonplaats weet.
10. 123people.nl: Een site die het internet scant naar informatie over die gene (sociale media sites, gegevens, foto's e.d.). Hiervoor moet je wel diens voor- en achternaam weten.
11. Wieowie.nl: Een site die het internet scant naar informatie over die gene (sociale media sites, gegevens, foto's e.d.). Hiervoor moet je wel diens voor- en achternaam weten.
12. Overig

Maar heb jij een beter netwerk, gebruik die dan vooral en vermeld dit bij de vragenlijst.

Whotalking

1. Houd je checklist bij de hand. Vul als eerste in welk zoekprogramma je gebruikt.
2. Ga naar www.whotalking.com
3. Vul in de balk je zoekterm in en klik op 'check it out'. Vul de zoekterm die je gebruikt meteen in in de checklist.
4. Je krijgt nu alle resultaten te zien van jouw zoekterm.
5. Zoek een interessante update (voor een inbreker), waarin staat dat de gebruiker vandaag, morgen of het weekend niet thuis is. Vul het aantal interessante tweets voor die zoekterm in in de checklist.
6. Probeer het adres van de persoon te achterhalen *(Kijk verder op voor tips om adressen te achterhalen).* Vul ook meteen het aantal adressen dat je probeert te achterhalen per zoekterm in de checklist in.

7. Is dat adres het bezoeken waard?
8. Probeer zoveel mogelijk zoektermen om zoveel mogelijk adressen te vinden.

Tweetgrid

1. Houd je checklist bij de hand. Vul als eerste in welk zoekprogramma je gebruikt.
2. Ga naar naar www.tweetgrid.com
3. vul in de balk je zoekterm in en klik op 'search'. Vul de zoekterm die je gebruikt meteen in in de checklist.
4. Je krijgt nu alle resultaten te zien van jouw zoekterm.
5. Zoek een interessante update (voor een inbreker), waarin staat dat de gebruiker vandaag, morgen of het weekend niet thuis is. Vul het aantal interessante updates voor die zoekterm in in de checklist.
6. Probeer het adres van de persoon te achterhalen *(Kijk verder op voor tips om adressen te achterhalen).* Vul ook meteen het aantal adressen dat je probeert te achterhalen per zoekterm in de checklist in.
7. Is dat adres het bezoeken waard?
8. Probeer zoveel mogelijk zoektermen om zoveel mogelijk adressen te vinden.

Twitter:

1. Houd je checklist bij de hand. Vul als eerste in welk zoekprogramma je gebruikt.
2. Ga naar www.twitter.com
3. Log in met je eigen gegevens of de gegevens die ik voor dit experiment heb gemaakt:
   gebruikersnaam: Onderzoeker12
   Wachtwoord: woninginbraak
4. Je komt nu op de startpagina. Boven in de balk staat een 'zoekbalk' (*'zoeken'*)
5. Type daarin je zoekterm. (*Zet deze ook meteen in de checklist.)*
6. Druk op enter. Vul de zoekterm die je gebruikt meteen in in de checklist.
7. Je krijgt een lijst te zien met alle tweets die overeenkomen met jouw zoekterm.
8. Zoek een interessante tweet (voor een inbreker). Waarin staat dat de gebruiker vandaag, morgen of het weekend niet thuis is. Vul het aantal interessante tweets voor die zoekterm in in de checklist.
9. Probeer het adres van de persoon te achterhalen. *(Kijk verder op voor tips om adressen te achterhalen).* Vul ook meteen het aantal adressen dat je probeert te achterhalen per zoekterm in de checklist in.
10. Is dat adres het bezoeken waard?
11. Probeer zoveel mogelijk zoektermen om zoveel mogelijk adressen te vinden.

Facebook:

1. Houd je checklist bij de hand. Vul als eerste in welk zoekprogramma je gebruikt.
2. Ga naar www.facebook.com
3. Log in met je eigen gegevens
4. Boven de updates zie je de zoekbalk.
5. Type daar een zoekterm in en klik op het vergrootglas. Vul de zoekterm die je gebruikt meteen in in de checklist.
6. Je krijgt nu alle resultaten te zien van jouw zoekterm.
7. Links zie je alle zoekfilters staan. Om alleen de resultaten te vinden van updates, klik in deze lijst op 'openbare berichten'
8. Je krijgt nu alle resultaten te zien van jouw zoekterm in openbare berichten.
9. Zoek een interessante update (voor een inbreker), waarin staat dat de gebruiker vandaag, morgen of het weekend niet thuis is. Vul het aantal interessante updates voor die zoekterm in in de checklist.
10. Probeer het adres van de persoon te achterhalen *(Kijk verder op voor tips om adressen*

te achterhalen). Vul ook meteen het aantal adressen dat je probeert te achterhalen per zoekterm in de checklist in.
11. Is dat adres het bezoeken waard?
12. Probeer zoveel mogelijk zoektermen om zoveel mogelijk adressen te vinden.

Peoplemelt:
1. Houd je checklist bij de hand. Vul als eerste in welk zoekprogramma je gebruikt.
2. ga naar www.peoplemelt.com
3. Als het goed is, zoomt hij in op de plaats waar jij je bevindt. Druk anders op 'find my location' rechtsonder in het scherm.
4. Nu zie je alle tweets in jou omgeving aan de rechterkant verschijnen.
5. In de zoekbalk (linksboven) kun je je eigen zoekterm intypen. Druk daarna op enter. Vul de zoekterm die je gebruikt meteen in in de checklist.
6. Je krijgt nu alle resultaten te zien van jouw zoekterm in jou omgeving.
7. Zoek een interessante update (voor een inbreker), waarin staat dat de gebruiker vandaag, morgen of het weekend niet thuis is. Vul het aantal interessante tweets voor die zoekterm in in de checklist.
8. Probeer het adres van de persoon te achterhalen *(Kijk verder op voor tips om adressen te achterhalen).* Vul ook meteen het aantal adressen dat je probeert te achterhalen per zoekterm in de checklist in.
9. Is dat adres het bezoeken waard?
10. Probeer zoveel mogelijk zoektermen om zoveel mogelijk adressen te vinden.

Seekatweet:
1. Houd je checklist bij de hand. Vul als eerste in welk zoekprogramma je gebruikt.
2. ga naar www.seekatweet.com
3. Je ziet nu de map van de wereld, zoom in op Nederland en zoek de plek waar je je nu bevindt en druk dan op de kaart
4. er komen dan een aantal 'vogeltjes' op de map te staan: dat zijn de gevonden tweets. Zij verschijnen tegelijkertijd onderaan de kaart, dus scroll naar beneden om die te lezen.
5. Je kan onder de kaart je radius kiezen waarin je zoekt. Bijvoorbeeld 10 km rondom je eigen huis o.i.d. Daarnaast kun je in die zoekbalk je zoektermen invoeren.
6. Vul daar je zoekterm in en druk op 'filter tweets'. Vul de zoekterm die je gebruikt meteen in in de checklist.
7. Je krijgt nu alle resultaten te zien van jouw zoekterm in jou omgeving.
8. Zoek een interessante update (voor een inbreker), waarin staat dat de gebruiker vandaag, morgen of het weekend niet thuis is. Vul het aantal interessante tweets voor die zoekterm in in de checklist.
9. Probeer het adres van de persoon te achterhalen *(Kijk verder op voor tips om adressen te achterhalen).* Vul ook meteen het aantal adressen dat je probeert te achterhalen per zoekterm in de checklist in.
10. Is dat adres het bezoeken waard?
11. Probeer zoveel mogelijk zoektermen om zoveel mogelijk adressen te vinden.

Iwitness.com:
1. Houd je checklist bij de hand. Vul als eerste in welk zoekprogramma je gebruikt.
2. Ga naar http://iwitness.adaptivepath.com/
3. Je ziet nu in een grote radius alle tweets in jou omgeving.
4. Om in- en uit te zoomen, schuif je de balk die meteen onder de kaart staat, naar links of rechts. Je radius verandert dan meteen mee en hij laat alleen de tweets zien binnen jou radius.

5. De tweets verschijnen aan de rechterkant van de kaart.
6. Om te zoeken op jou zoektermen druk je op 'show filter'
7. In de balk waar 'enter keyword' staat, type je je zoekterm in en je drukt op enter. Vul de zoekterm die je gebruikt meteen in in de checklist.
8. Je krijgt nu alle resultaten te zien van jouw zoekterm in jou omgeving.
9. Zoek een interessante update (voor een inbreker), waarin staat dat de gebruiker vandaag, morgen of het weekend niet thuis is. Vul het aantal interessante tweets voor die zoekterm in in de checklist.
10. Probeer het adres van de persoon te achterhalen *(Kijk verder op voor tips om adressen te achterhalen).* Vul ook meteen het aantal adressen dat je probeert te achterhalen per zoekterm in de checklist in.
11. Is dat adres het bezoeken waard?
12. Probeer zoveel mogelijk zoektermen om zoveel mogelijk adressen te vinden.

Hootsuite
Ben je bekend met een format als *Tweetdeck* of *Hootsuite*, dan kun je die ook gebruiken. Het is een handige tool om makkelijk te zoeken in de sociale media sites (www.hootsuite.com)

5. Houd je checklist bij de hand. Vul als eerste in welk zoekprogramma je gebruikt.
6. Ga naar www.hootsuite.com
7. Meld je aan. Vul je email adres in, naam en wachtwoord of meld je aan via facebook.
8. Log je vervolgens in
9. Om een sociaal netwerk toe te voegen druk je op 'voeg nog een sociaal netwerk toe'. Als je je hebt aangemeld via Facebook, heeft hootsuite dit netwerk al toegevoegd.
10. Je krijgt dan het volgende scherm te zien:
11. In de rij aan de linkerkant staan alle mogelijke netwerken die je kunt gebruiken. Druk op het sociale netwerk dat jij wil gebruiken en voeg deze toe. Je kunt dus meerdere netwerken toevoegen.

12. Je toegevoegde netwerken verschijnen dan als tabbladen aan de bovenkant van je scherm.
13. Druk op het netwerk dat je wil gebruiken
14. Druk op 'kolom toevoegen'
15. Druk op 'zoeken'. Je krijgt dan dit beeld:
16. Type vervolgens je zoekterm in. Vul de zoekterm die je gebruikt meteen in in de checklist.

17. Druk op kolom toevoegen.
18. In deze kolom verschijnen nu al de updates in het netwerk dat jij geselecteerd hebt met jouw zoekterm.
19. Dit kun je dus voor elke zoekterm bij elk netwerk doen.
20. Zoek een interessante tweet (voor een inbreker). Waarin staat dat de gebruiker vandaag, morgen of het weekend niet thuis is. Vul het aantal interessante updates voor die zoekterm in in de checklist.
21. Probeer het adres van de persoon te achterhalen. (*Kijk verder op voor tips om adressen te achterhalen).* Vul ook meteen het aantal adressen dat je probeert te achterhalen per zoekterm in de checklist in.
22. Is dat adres het bezoeken waard?
23. Probeer zoveel mogelijk zoektermen om zoveel mogelijk adressen te vinden.

Adressen zoeken

Als je een interessant tweet of update hebt gevonden, kijk dan altijd eerst naar alle informatie die je kunt vinden over de persoon. Kijk of je de voor- én achternaam kunt vinden, de plaats waar diegene woont en diens leeftijd (belangrijk om te weten want misschien woont de persoon dan nog bij zijn ouders). Dit kun je vaak vinden in de bio van die persoon. Maar je kunt ook op zoek gaan naar zijn facebook. Het is vrijwel altijd noodzakelijk dat je de achternaam kunt achterhalen. Vervolgens kun je met de volgende methode gericht gaan zoeken:

Telefoonboek.nl

1. Ga naar www.telefoonboek.nl
2. Druk op 'persoon zoeken' en vul de (voor- en achter) naam in en de woonplaats. Druk op zoeken.
3. Je ziet nu een lijst met alle mensen met die naam in die woonplaats
4. Zoek in de lijst naar de juiste persoon
5. Je hebt het adres. Vul het aantal gevonden adressen per zoekterm meteen in in de checklist.
6. Ga voor jezelf na of je dit adres zou inbreken. Vul vervolgens het aantal geschikt gevonden adressen per zoekterm in in de checklist.

123people.nl

1. Ga naar www.123people.nl
2. Type in de zoekbalk onderaan de pagina de voor- en achternaam in van de persoon en

check of hij op Nederland in staat gesteld. Druk dan op zoeken.
3. Alle informatie die de site heeft kunnen vinden, staat er op.
4. De informatie is onderverdeeld in verschillende tabbladen (sociale netwerken, weblinks, biografieen etc.)
5. Zorg dat je elk tabblad bekijkt om de informatie te krijgen die je zoekt.
6. Probeer het adres te vinden of anders de woonplaats indien die nog niet bekend was. Vervolgens kun je via het telefoonboek op zoek gaan naar het adres.

Wieowie:
1. Ga naar www.wieowie.nl
2. Type in de zoekbalk de voor- en achternaam van de persoon in en zoek binnen Nederland. Druk op zoeken.
3. Je ziet nu alle resultaten van die persoon.
4. Er zijn 4 verschillende tabbladen: sociale netwerken (die zie je direct), zoekmachines, foto en video en persoonlijke info.
5. Per tabblad is het programma op zoek gegaan naar informatie. Druk dus op elk tabblad om extra info te krijgen.
6. Probeer het adres te vinden of anders de woonplaats indien die nog niet bekend was. Vervolgens kun je via het telefoonboek op zoek gaan naar het adres.

Overig
Je kunt ook de naam en/of de woonplaats googlen en kijken of daar een adres naar voren komt. Ga daarvoor naar www.google.nl en type daar de naam in.

Heb je de tweet op Twitter gevonden, kun je ook kijken of je de persoon op Facebook kunt vinden. Kijk vervolgens daar bij informatie en wie weet kun je een woonplaats of zelfs adres vinden. Je kunt ook kijken op diens Facebook bij 'plaatsen', daar kun je zien waar diegene zich heeft 'ingecheckt'.

Kun jij via het IP adres achter het feitelijke adres komen, laat mij dit dan weten.

Bijlage 2: *Checklist Experimentele groep*
Checklist Sociale Media

Zoekprogramma:	**Zoekterm:**	**Aantal interessante updates**	**Aantal adressen gezocht**	**Aantal adressen gevonden**	**Aantal geschikte adressen gevonden**
Totaal:					

Houd deze checklist bij je zoektocht. Vul in de eerste kolom steeds je zoekterm in (bijvoorbeeld: 'vakantie'). Turf dan het aantal interessante updates die bij die zoekterm horen. Turf vervolgens het aantal adressen die je bent gaan zoeken naar aanleiding van die updates. Daarna turf je de gevonden adressen en als laatste turf je het aantal geschikte adressen (adressen waar jij als inbreker dus heen zou gaan).

Dit doe je steeds bij elke nieuwe zoekterm die je gebruikt.

Tel na afloop al je gevonden interessante updates bij elkaar op en zet dit in de checklist achter 'totaal'. Doe dit ook voor het aantal gezochte adressen, het aantal gevonden adressen en het aantal geschikt gevonden adressen.

Dus bijvoorbeeld:

Zoekprogramma:	Zoekterm	Aantal interessante updates	Aantal adressen gezocht	Aantal adressen gevonden	Aantal geschikte adressen gevonden
Twitter	'Vakantie'	25	21	13	3
	'Weekend weg'	34	13	2	0
Totaal:		59	34	15	3

Tips voor zoektermen:
'Vakantie'
'Op vakantie'
'Weekend weg'
'Lekker weg'
'Uit eten'
'Vanavond naar'
Etc.

Bijlage 3: *Checklist Controle groep*

Checklist Experiment

Woning nummer:	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**
Type woning											
Hoekwoning											
Vrijstaand											
Rijtjeshuis											
Flat											
(studenten)kamer											
Twee-onder-één-kap-woning											
Toegankelijkheid											
Open deuren of ramen											
Verouderde deuren of ramen											
Deur(en) niet op slot											
Omliggend inbreek materiaal (gereedschap, ladder, hamer)											
Sleutel op voorspelbare plek											

Opstapjes rondom het huis (kliko, trap(je), heg enz.)											
Aanwezigheid hond											
Aanwezigheid bewoners (zien lopen)											
Mogelijke aanwezigheid bewoners (lampen, tv en/of radio aan)											
Zichtbare buit											
Is het huis te bereiken door een ander huis?											
Kenmerken van de buurt											
Rustige straat											
Mensen op straat											
Zichtbaarheid (lantaarnpalen of juist veel bomen)											
Vluchtwegen											
Camera's											
Waarschijnlijkheid dat je NU zou inbreken? 0-100%											
Nu niet geschikt, later wel											

Bijlage 4: *Enquête*

Deze enquête is onderdeel van een onderzoek dat gaat over sociale media en woninginbraak. Door middel van de enquête wordt een algemeen beeld gevormd van de sociale media-gebruiker. Het is belangrijk om te weten hoe de sociale media gebruiker denkt over zijn privacy en de (mogelijke) risico's van sociale media.

Met uw bijdrage hoop ik daarachter te komen. Daarnaast zullen uw antwoorden bijdragen aan het antwoord op de overkoepelende vraag of het voor inbrekers rendabel is om sociale media te gebruiken.

Er zijn geen goede of foute antwoorden, het gaat om uw mening.

De enquête duurt gemiddeld 5 tot 10 minuten. Bij voorbaat hartelijk bedankt voor het invullen van deze enquête.

Algemeen:

1. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

2. Wat is uw leeftijd?
3. Wat is uw hoogst genoten (en afgeronde?) opleiding?(indien uw opleiding ontbreekt, kies de beste optie)
– Basisonderwijs
– Lager beroepsonderwijs
– Voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs (VMBO)
– Middelbaar voortgezet onderwijs (Mavo)
– Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
– Hoger voortgezet onderwijs (Havo, VWO)
– Hoger beroepsonderwijs (HBO)
– Wetenschappelijk onderwijs (WO)
4. In welke woonplaats woont u?

Sociale media gebruik:
5. Welke sociale media gebruikt u? (meerdere antwoorden mogelijk)
- Facebook, → vraag 10 & 11 beantwoorden
-Twitter, → vraag 12-14 beantwoorden
-Foursquare, → vraag 15 -17 beantwoorden
-Linked-In, → vraag 10-17 overslaan
-Hyves, → vraag 10-17 overslaan
- anders, namelijk… → vraag 10-17 overslaan
    - Geen → enquête stoppen.
6. Hoe vaak kijk u per dag op (al) uw sociale media kanalen?
Ongeveer: ….. keer
7. Hoe vaak update u zelf iets op (al) uw sociale-media-kanalen?
- Meer dan 5 keer per dag
- 1 – 4 x per dag
- een aantal keer per week, niet elke dag
- een aantal keer per maand
- nooit
8. Waarvoor gebruikt u sociale media? (meerdere antwoorden mogelijk)
- contacten te onderhouden en/of maken
- reclame te maken
- Ontspanning
- Spelletjes
- Mensen in de gaten houden
- Voor werk
- laten weten wat ik doe
- anders, namelijk:
9. Beschermt u uw gegevens? Zo ja, hoe en wat heeft u afgeschermd? Zo nee, waarom niet?
– Ja:
– Nee:

Facebook (alleen diegene die Facebook aanklikten, dit invullen)
10. Wie kan uw berichten op Facebook zien?
- Iedereen
- Vrienden
    – Vrienden & Vrienden van vrienden
    - Alleen ik
    - Anders, namelijk:
    - Weet ik niet
11. Als u een update plaatst, komt er dan te staan vanaf waar u die plaatst?

- ja
- nee
- soms
- Weet ik niet

Twitter (alleen diegene die Twitter aanklikten deze invullen)
12. (Indien u Twitter gebruikt), welke van de volgende hokjes in uw instellingen heeft u aangekruist?:
- ‘’add a location to my tweets’’
- ‘’protect my tweets’’
- geen
– weet ik niet

13. (Indien u Twitter gebruikt) is zowel uw voor- als achternaam zichtbaar? *Bijvoorbeeld:* In uw Accountnaam of in uw bio.
- ja
- nee, alleen mijn voornaam
– nee, alleen mijn achternaam
- nee, geen naam zichtbaar.
– weet ik niet

14. (Indien u Twitter gebruikt,) is uw woonplaats in uw bio zichtbaar?
- ja
- nee
– weet ik niet

Foursquare (alleen diegene die Foursquare aanklikten deze vragen beantwoorden)
15. is zowel uw voor- als achternaam te zien? *Bijvoorbeeld:* In uw Accountnaam of in uw bio.
- ja
- nee, alleen mijn voornaam
- nee, geen naam zichtbaar.
– weet ik niet

16. is uw woonplaats in uw bio te vinden?
- ja
- nee
– weet ik niet

17.Welke van de volgende hokjes heeft u bij uw privacy setting van Foursquare aangekruist? (meerdere antwoorden mogelijk)
- ‘Include me in the public list of people who are currently checked in at a venue’
- ‘Let me earn mayorships (I realize that mayorship is a public office)’
- ‘When my friends check in with me, it's okay to include my name on their check-in tweets or Facebook wall posts’
- ‘Let venue managers see when I check in to their business, or when I am one of their best customers‘
- ‘link to Twitter’
-‘ Link to Facebook’
- geen hokjes aangekruist
- weet ik niet

Specifiek
18. Denkt u dat inbrekers gebruik maken van sociale media?
- ja
- nee
– weet ik niet/ geen mening

19. Houdt u rekening met de mogelijkheid dat inbrekers op sociale media zitten als u uw status update?
- ja
- nee
20. Heeft u wel eens een van volgende zinnen op uw sociale media gezet (of iets wat er op lijkt):
- 'Ik ga op vakantie.'
  – Ja, vaak
  – Ja, Soms
  – Nee, nooit
  – Weet ik niet
- 'Ik ga vanavond weg.'
  – Ja, vaak
  – Ja, Soms
  – Nee, nooit
  – Weet ik niet
- 'Ik ga dit weekend weg.'
  – Ja, vaak
  – Ja, Soms
  – Nee, nooit
  – Weet ik niet
- 'Ik ga op (datum) naar een congres.'
  – Ja, vaak
  – Ja, Soms
  – Nee, nooit
  – Weet ik niet
- 'Ik ga vanavond naar de bios.'
  – Ja, vaak
  – Ja, Soms
  – Nee, nooit
  – Weet ik niet
- 'Ik ga vanavond lekker uit eten.'
  – Ja, vaak
  – Ja, Soms
  – Nee, nooit
  – Weet ik niet

21. Zo ja, heeft u dan ook uw geotag aan?
- ja
- nee
  – weet ik niet

22.Indien u uw status update, houdt u er dan rekening mee dat al uw volgers (en indien u niks afgeschermd hebt, iedereen) uw update kunnen zien?
- ja, altijd
- ja, soms
- nee, daar denk ik niet bij na
- nee,dat maakt me niet uit
- weet ik niet/ geen mening

23. Bent u zich bewust van de risico's van sociale media?
- ja, heel bewust
- ja, een beetje
- nee, niet echt
- nee, welke risico's? → door naar vraag 27

– Weet ik niet/geen mening

23. Maakt u zich zorgen over de risico's van sociale media?
- Ja, heel erg
- Ja, een beetje
- Nee, niet echt
- nee, totaal niet.
- weet ik niet/ geen mening

24. Neemt u maatregelen tegen deze risico's?
- ja, namelijk:
- nee, want:

25. Denkt u dat u door uw gebruik van sociale media risico loopt om slachtoffer van inbraak te worden?
- ja
- Enigszins
- Nee
– weet ik niet/ geen mening

Casus

26. Voorbeeld:
@Onderzoekster: ''Drukke dag gehad, maar nu in de auto voor een lekker weekendje weg!''
Bio:
Naam: Grietje van Dorp. Locatie: Vathorst

Deze gebruikster heeft haar twitter ge-update met de bovenstaande tweet. In hoeverre vindt u deze tweet risicovol met het oog op inbraak?
– erg risicovol
– redelijk risicovol
– weinig risicovol
– nauwelijks risicovol

Inbraak

27. Is er de laatste vijf jaar bij u ingebroken?
- ja, → vraag 28 -32 beantwoorden
- nee → enquête afgelopen

28. Was u bij (één van de) inbraak/inbraken thuis op dat moment?
- ja
- nee

29. Heeft u (vlak) voor de inbraak iets op sociale media gezet?
- ja, namelijk:
- weet ik niet (meer)
- nee

30. Indien u hier aangifte van heeft gedaan, heeft de politie naar uw sociale media activiteiten gevraagd toen zij het rapport op kwam maken?
- ja
- nee
- weet ik niet (meer)

31. Bent u na de inbraak bewuster geworden van uw berichtgeving op sociale media?
- ja, want:
- nee
- weet ik niet

Heeft u zelf nog opmerkingen over dit onderwerp (sociale media en inbraken)? Ik hoor het

graag van u.

Groot tekstvak

Hartelijk dank voor het invullen van deze enquête. Heeft u nog op- of aanmerkingen voor deze enquete? Ik hoor het graag van u.

Groot Tekstvak

Wilt u op de hoogte blijven van de ontwikkelingen van dit onderzoek? Vul dan hieronder uw e-mail adres in.

Één regel tekstvak

Bijlage 5: *Vragen na afloop Experiment*

Controle groep

Algemene vragen:

1. Wat is je naam?
2. Wat is je leeftijd?
3. Waar woon je?
4. Welke wijk heb je bezocht voor dit experiment?
5. Hoelang ben je er mee bezig geweest?
6. Op welk tijdstip ben je hiermee bezig geweest?

Specifieke vragen:
Vul dit formulier in aan de hand van je ingevulde checklist.

7. Je hebt je net 2 uur lang ingeleefd in een inbreker. Hoeveel geschikte huizen heb jij gevonden?
8. Vertel in ongeveer 5 zinnen hoe jij op zoek bent gegaan naar geschikte huizen.
9. Wanneer vond jij een huis een geschikt doelwit om in te breken? Denk hierbij aan welke kenmerken van het huis, de buurt, de straat of de omgeving waarvan jij vond dat die van invloed waren. Wees zo duidelijk en volledig mogelijk.
10. Neem nu het huis in gedachten dat je het meest geschikt vond om in te breken. Welk van de zojuist genoemde aspecten golden wel en welke niet voor dat huis?
11. Was er nog een speciale reden om dat huis zo super geschikt te vinden?
12. Van de geschikte huizen die je hebt gevonden, neem daarvan de minst geschikte om in te breken in gedachte. Welk van de zojuist genoemde aspecten golden wel en welke niet voor dat huis?
13. Was er nog een speciale reden om dat huis (relatief) minder geschikt te vinden?
14. Wat waren de redenen dat jij bepaalde huizen ongeschikt vond?
15. Welke kenmerken van het huis zorgden ervoor dat je bepaalde huizen ongeschikt vond?
16. Welke kenmerken van de buurt zorgden ervoor dat je bepaalde huizen ongeschikt vond?
17. Welke kenmerken van de straat zorgden ervoor dat je bepaalde huizen ongeschikt vond?
18. Welke kenmerken van de omgeving zorgden ervoor dat je bepaalde huizen ongeschikt vond?
19. Waren er nog andere redenen waarom je bepaalde huizen ongeschikt vond?
20. Vond jij deze manier van zoeken naar geschikte huizen om in te breken zinvol/nuttig?
21. Denk jij dat gebruik van sociale media nuttig was geweest in jouw zoektocht naar geschikte huizen? Zo ja, op welke manier dan? Zo nee, hoezo niet?
22. Denk jij dat dit de beste manier is om op zoek te gaan naar geschikte huizen? Zo ja, waarom? Zo nee, welke manier denk jij dat beter is?

23. Heb je verder nog op- of aanmerkingen buiten de vragen om?

Experimentele groep
Algemene vragen:

1. Wat is je naam?
2. Wat is je leeftijd?
3. Waar woon je?
4. Hoelang ben je met dit experiment bezig geweest?
5. Op welk tijdstip ben je hiermee bezig geweest?

Specifieke vragen:

6. Je hebt je net 2 uur lang ingeleefd in een inbreker. Hoeveel geschikte adressen heb jij gevonden? (Adressen die jij als inbreker zou gebruiken)
7. Welk(e) sociale media kanaal (of kanalen) heb jij gebruikt bij het zoeken?
8. Welke zoektermen heb je gebruikt?
9. Wanneer vond jij een tweet of update interessant genoeg om het adres te achterhalen? *Denk hierbij aan de tekst in de update, maar ook aan de biografie van de persoon. Wees zo volledig en duidelijk mogelijk.*
10. Bij hoeveel interessante tweets of updates heb jij geprobeerd het adres te achterhalen? *(weet je dit niet precies, geef dan een gok)*
11. Hoe heb je de adressen achterhaalt? *(indien dit niet altijd is gelukt, hoe heb je het geprobeerd?)*
12. Hoeveel adressen heb je in totaal achterhaalt? (*Weet je dit niet precies, geef dan een zo nauwkeurig mogelijke gok).*
13. Hoeveel van deze adressen vond jij een geschikt doelwit?
14. Wanneer vond jij een adres een geschikt doelwit? *Denk hierbij aan de persoon achter de update, de update zelf, woonplaats, duidelijkheid, makkelijkheid. Wees hierbij zo duidelijk en volledig mogelijk.*
15. Welke kenmerken van de persoon zorgden ervoor dat jij dit een geschikt doelwit vond?
16. Welke kenmerken van de update zorgden ervoor dat jij dit een geschikt doelwit vond?
17. Welke kenmerken van de woonplaats zorgden ervoor dat jij dit een geschikt doelwit vond
18. Zijn er nog bepaalde kenmerken waardoor jij een doelwit extra geschikt vond?
19. Wanneer viel een (al gevonden) adres af als geschikt doelwit? *Denk hierbij aan de persoon achter de update, de update zelf, woonplaats, duidelijkheid, makkelijkheid. Wees hierbij zo duidelijk en volledig mogelijk.*
20. Welke kenmerken van de update zorgden ervoor dat jij dit geen geschikt doelwit vond?
21. Welke kenmerken van de woonplaats zorgden ervoor dat jij dit geen geschikt doelwit vond?
22. Zijn er nog andere kenmerken waardoor een (al gevonden) adres afviel?
23. Vond jij deze manier van zoeken naar geschikte adressen om in te breken zinvol/nuttig?
24. Denk jij dat dit de beste/handigste/rendabelste manier is om op zoek te gaan naar geschikte adressen om in te breken? Zo ja, leg in minstens 5 zinnen uit waarom. Zo nee, leg in minstens 5 zinnen uit waarom niet. Wees hierbij zo duidelijk en volledig mogelijk.
25. Denk jij dat je op straat meer geschikte adressen had gevonden dan op deze manier?