In deze speciale editie aandacht voor de Dag van Verantwoord Medicijngebruik met als thema medische desinformatie.

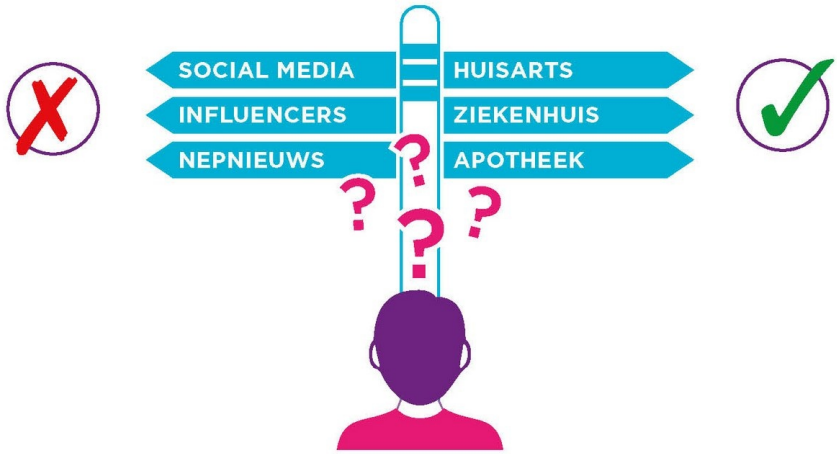
Bekijk de webversie

# DvVM 2026: Desinformatie over medicatie

**9 januari 2026**


- 7e editie Dag van Verantwoord Medicijngebruik (#DvVM) over medische desinformatie
- Waarom deze dag?
- Persbericht Medische desinformatie: wel bekend, niet herkend
- Toolbox medische desinformatie DvVM
- Resultaten onderzoek Medicijnpanel
- Zorgprofessionals over desinformatie
- Wie steunen deze campagne?
- TikTok-campagne: IVM informeert Gen Z over medische desinformatie
- Nieuwsbrief doorsturen


## 7e editie Dag van Verantwoord Medicijngebruik (#DvVM) over medische desinformatie




### Waarom deze dag?

Sinds 2020 staat 9 januari bekend als de Dag van Verantwoord Medicijngebruik (DvVM). Op deze dag vragen we aandacht voor een thema dat samenhangt met veilig en verantwoord medicijngebruik. De 7e editie van de Dag van Verantwoord Medicijngebruik gaat over medische desinformatie.

Als neutrale organisatie en expert in medicatieveiligheid maken we ons grote zorgen over de gevolgen van onjuiste medische informatie. Desinformatie over medicatie is een groeiend probleem dat ons allemaal raakt. Het verspreiden van onjuiste informatie over medicijnen kan leiden tot ernstige gezondheidsrisico's, zoals het verkeerd gebruiken van medicatie, het negeren van medische adviezen, een misplaatst geloof in influencers en het ontstaan van wantrouwen naar zorgprofessionals. Dit heeft gevolgen voor patiënten, zorgverleners en de hele zorgsector.

Het is ons doel het thema blijvend te agenderen en burgers en patiënten te verwijzen naar betrouwbare medische bronnen als apotheek.nl en thuisarts.nl. Om die reden hebben we een handige toolbox samengesteld en zijn we samen met samenwerkingspartijen bezig met het opzetten van een interactief platform.

Hierover binnenkort meer.

---

# Persbericht Medische desinformatie: wel bekend, niet herkend

Utrecht, 9 januari 2026

**Meer dan 60% van de mensen maakt zich zorgen over medische desinformatie op internet. Zo blijkt uit onderzoek van het Instituut Verantwoord Medicijngebruik (IVM). Ruim de helft van de mensen komt medische desinformatie tegen op social media, maar veel mensen weten niet goed hoe medische desinformatie te herkennen.**

### Herkennen lukt niet altijd

Veel mensen zijn zich bewust dat niet alle informatie op internet betrouwbaar is. Meer dan 60% maakt zich hier dan ook zorgen over. Van de 740 respondenten gaf slechts iets meer dan de helft aan dat ze medische desinformatie goed kunnen herkennen. Ruim 3% van de mensen noemde uiterlijk van de maker van bijvoorbeeld een filmpje een aspect dat ze meewegen in het herkennen van desinformatie. In de praktijk blijkt dit niet altijd betrouwbaar te zijn.

### Belasting voor de zorg

Uit eerdere onderzoeken bleek dat artsen veel tijd in de spreekkamer kwijt zijn aan het weerleggen van desinformatie. Dit geldt ook andere beroepsgroepen, zoals verpleegkundig specialisten. Onderwerpen die veel benoemd worden zijn het gebruik van oxytocine, corticosteroïden en vaccinaties.

### Regels veelal onbekend

Het IVM deed daarnaast ook onderzoek of mensen de regels rond reclame over medicijnen kennen. Mag je jouw positieve ervaringen met een medicijn eigenlijk online zetten? De regels hiervoor zijn streng, maar grotendeels onbekend. Slechts een derde van de mensen wist dat je bijvoorbeeld ervaringen met het afvallen door semaglutide niet via internet mag verspreiden.

IVM-directeur Ruud Coolen van Brakel: “Desinformatie over medicijnen en medische desinformatie in de breedte is een groeiend probleem in de samenleving. Meerdere redenen liggen hieraan ten grondslag: commerciële belangen van alternatieve therapieën of van internetcowboys, verlies aan vertrouwen in wetenschap en in instituties, en de razendsnelle verspreiding van onjuist of nepnieuws via sociale media zijn voorbeelden hiervan. Het uit zich ook in een breed scala van vormen: van AI-fakeprofielen van bekende artsen en wetenschappers via betaalde influencers die onjuiste gezondheidsclaims de wereld inslingeren, tot aan malafide internetverkopers op het darkweb en zelfs desinformatie verspreidende politici in binnen- en buitenland. Dit is niet onschuldig. Het kan ertoe leiden dat de vaccinatiegraad van kinderen daalt waardoor ziekten uit het verleden weer opduiken, dat vrouwen ongewenst zwanger raken omdat ze de pil niet vertrouwen, dat mensen onnodig in het ziekenhuis belanden door op eigen houtje afslankmiddelen te gebruiken, dat levensreddende therapieën niet vertrouwd worden en heil gezocht wordt in onwerkzame behandelingen, tot aan vermijdbare overlijdens als gevolg van aankoop van gevaarlijke (designer)geneesmiddelen met valse claims via dubieuze internetaanbieders. Het IVM wil hier iets aan doen en roept partijen op gezamenlijk de handschoen op te pakken om verantwoord gebruik van geneesmiddelen weer in het centrum van de aandacht te zetten.”

Twijfel je als patiënt of informatie wel klopt? Kijk dan eerst op betrouwbare sites als Thuisarts.nl, apotheek.nl of de bijsluiter van je medicijn. Heb je dan nog vragen? Praat erover met je (huis-)arts of apotheker.

Meer informatie over de DvVM

---

## Toolbox medische desinformatie DvVM

**Er is een handige toolbox beschikbaar met materialen om zorgverleners te ondersteunen bij hun rol om patiënten en cliënten bewust te maken van de gevaren van medische desinformatie en door te verwijzen naar betrouwbare medische bronnen over medicijnen, ziekte en gezondheid. De toolbox wordt steeds geactualiseerd en aangevuld en bevat materialen als:**

- Verwijzing naar betrouwbare medische bronnen als apotheek.nl, cyberpoli, geneesmiddeleninformatiebank, rijveiligmetmedicijnen en thuisarts.nl
- Film wachtkamerscherm Online Medicijnen bestellen
- Infographic
- Podcast Mis- en desinformatie bestrijden
- Presentatie wachtkamerscherm
- Regels voor Reclame medicijnen op recept en Geneesmiddelreclame
- TikTok-account DoktersVandaag, Jeugdartsen, IVMmaaktjebeter en TikTokApotheek
- Video's instructie medicijngebruik en medicijnvideo's, medicijnuitleg in gebarentaal

# Resultaten onderzoek Medicijnpanel

**Het IVM heeft een vragenlijst over medische desinformate uitgezet in het Medicijnpanel. Deze is ook verspreid onder leden van patiëntenverenigingen. De vragenlijst werd door 740 respondenten ingevuld waarvan de meeste in de leeftijdscategorie 50 tot 70 jaar vallen.**

## Medicijngebruikers over medische desinformatie

In een peiling onder medicijngebruikers (n=740) geeft 60% aan zich zorgen te maken om desinformatie. De helft van de respondenten gaf aan zelf wel eens medische desinformatie op social media tegen te komen. Veel gebruikte social media onder de respondenten waren Facebook, Instagram en LinkedIn. De onderwerpen van desinformatie die zij tegenkwamen zijn verwerkt in de afbeelding van de woordenwolk. De meest genoemde onderwerpen van desinformatie zijn (corona)vaccinaties, de effectiviteit van supplementen of vitamines en het gebruik van paracetamol tijdens zwangerschap. Overige claims van desinformatie die vaak werden genoemd zijn dat hormonale anticonceptie en zonnebrandcrème kankerverwekkend zou zijn.

## Herkennen van desinformatie

Het herkennen van medische desinformatie op social media is overigens niet altijd

makkelijk bij beperkte medisch-inhoudelijke kennis. Desinformatie wordt soms overtuigend gebracht. Wel is er een aantal signalen die vaker voorkomen bij desinformatie, zoals een commercieel belang bij de verspreider, het ontbreken van (wetenschappelijke) bronnen. Verspreiders van desinformatie hebben ook vaker geen medische achtergrond. Overigens valt onjuiste informatie niet altijd onder desinformatie. Dit geldt enkel wanneer de afzender van de informatie ook de intentie heeft om onjuiste informatie te verspreiden. Heeft de afzender dit niet maar is de informatie toch onjuist? Dan valt het onder misinformatie.

De meeste respondenten (63,2%) zijn zich ervan bewust dat er geen concrete aanwijzingen zijn om medische desinformatie altijd te herkennen (tabel 1). Opvallend denkt 3,3% desinformatie ook (deels) te kunnen herkennen aan hoe iemand eruitziet. Terwijl het aantrekken van een doktersjas op social media veelal gebruikt wordt om geloofwaardiger over te komen.

*Tabel 1 Hoe herken je medische desinformatie? (Meerdere antwoorden mogelijk)*

| Hoe herken je medische desinformatie? | % |
|---|---|
| Aan hoe iemand er uitziet, bijvoorbeeld de kleding die iemand aan heeft | 3,3 |
| Of iemand haar of zijn bron vermeldt | 53,6 |
| Aan het account (de afzender) | 41,5 |
| Aan de persoon of van de afzender is bekend dat deze desinformatie verspreidt | 28,7 |
| Aan de omschrijving van het bericht of filmpje | 43,8 |
| Omdat de persoon geen erkende medische opleiding/ functie heeft | 47,3 |
| Je kunt desinformatie niet (altijd) herkennen | 63,2 |
| Anders, namelijk … | 14,4 |

## Claims op social media

Er zijn strikte regels omtrent geregistreerde medicijnen over wat je wel en niet mag delen op social media [2]. Zo mag je geen reclame maken voor medicijnen op recept en bij vitamine en supplementen mag je enkel goedgekeurde claims gebruiken. Wij vroegen de respondenten of zij denken dat influencers alles mogen claimen op social media op het gebied van gezondheid en medicijnen (tabel 2). De helft van de respondenten (50,1%) was het oneens en 5,5% eens. Een kwart (24,3%) was het eens als de claim bewezen is en 6,3% vond dat de informatie niemand mag schaden. Meer dan vier op de vijf respondenten wil grenzen stellen aan het verspreiden van medische desinformatie door influencers. De respondenten die het wél eens waren met deze stelling beargumenteerde dit vaak met het recht op vrijheid van meningsuiting: "*Dit is vrijheid van meningsuiting. Lastig dat dit ook schadelijk kan zijn*". Terwijl het schaden van de volksgezondheid juist één van de exclusiecriteria bij het recht op vrijheid van meningsuiting is [3].

*Tabel 2 Stelling: influencers mogen op social media claimen wat ze willen over gezondheid en medicijnen (meerdere antwoorden mogelijk)*

| Stelling: influencers mogen op social media claimen wat ze willen over gezondheid en medicijnen | % |
|---|---|
| Eens | 5,5% |
| Alleen als de claim bewezen is | 24,3% |
| Alleen als je niemand schaadt | 6,3% |
| Alleen als ze niet betaald worden | 1,5% |
| Oneens | 50,1% |
| Geen mening of anders | 12,4% |

### Mag dit?

Aan de hand van vijf casussen onderzocht het IVM in hoeverre men bekend is met de regels van reclame maken op social media. De Geneesmiddelenwet verstaat onder reclame: "elke vorm van beïnvloeding met het kennelijke doel het voorschrijven, ter hand stellen of gebruiken van een geneesmiddel te bevorderen, dan wel het geven van de opdracht daartoe". Een geneesmiddel of het gebruik ervan mag niet worden aangeprezen.

In drie casussen wist minder dan 40% van de respondenten het juiste antwoord. Een vrouw met diabetes type 2 prijst Ozempic op social media omdat ze er flink door afgevallen is. Maar liefst 64,4% van respondenten dacht dat dit is toegestaan. De casus waarin een influencer aan de kijker vertelt hoe je illegaal aan een recept voor Ozempic kan komen werd het vaakst goed beantwoord; 88,8% van de respondenten wist dat dit niet toegestaan is.

### Wie is verantwoordelijk?

We vroegen ook uit wie er verantwoordelijk is voor de (des)informatie op social media, meerdere antwoorden waren hierbij mogelijk. De meeste (82,3%) vonden dat dit ligt bij de verspreiders van informatie (influencers) én bij de social media platforms (71,3%). Ongeveer een kwart (23,1%) vindt dat Stichting Reclame Code (SRC, bij voedingssupplementen) of de Stichting Code Geneesmiddelen Reclame (CGR, bij geneesmiddelen) dit moet handhaven. 16,3% vindt dat je zelf kritisch moet zijn op welke informatie je gelooft. Ten slotte vroegen we of het Medicijnpanel wel eens zelf medische informatie heeft verspreid via social media of mond-op-mond, 15,0% heeft dit gedaan. Gelukkig koos 93,9% van deze mensen ervoor om deze informatie eerst te checken alvorens het verder te verspreiden.

Ondanks dat de grootste groep onder onze respondenten niet vallen in de leeftijdscategorie met het hoogste social media gebruik, zijn de respondenten zeker bekend zijn met het fenomeen medische desinformatie. Zij komen desinformatie tegen en maken zich er zorgen om. Het bewustzijn van het bestaan van desinformatie is een belangrijke eerste stap in het herkennen ervan en het niet verder verspreiden.

### Samenvatting en conclusie

Medicijngebruikers en zorgverleners maken zich zorgen om medische desinformatie op social media. Het herkennen van desinformatie kan lastig zijn voor diegene zonder medische achtergrond. Medicijngebruikers noemen gezondheidsschade en polarisatie van de samenleving als gevaarlijkste gevolgen. Zorgverleners merken op dat patiënten door desinformatie wantrouwiger naar de zorgverlener kunnen worden. Het kost ze vaak veel tijd kwijt om fabels te weerleggen en vertrouwen te winnen.

***Dr. Sophie ter Hark, apotheker IVM***
***Anke Lambooij, apotheker IVM***

*[1] Artikel KNMG*
*[2] Over de Stichting Reclamecode*
*[3] Artikel 10, tweede lid, van het Europees Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden (EVRM)*

---

## Zorgprofessionals over desinformatie

Veel branche- en beroepsorganisaties van zorgprofessionals hebben de noodklok al geluid over de gevolgen van de verspreiding van medische desinformatie. Zo geeft de artsenfederatie KNMG aan dat patiënten steeds vaker aan behandeladviezen van artsen twijfelen of behandeladviezen negeren, met gezondheidsschade als gevolg [1]. Van de respondenten geeft iets meer dan de helft (58,8%) aan zich zorgen te maken. 23,2% antwoordt zich soms zorgen te maken en 12,7% zegt zich helemaal geen zorgen te maken. Eén van de reacties over zorgen om desinformatie (bij vaccinaties) is: "*Als de vaccinatiegraad te laag wordt, krijgen ziektes die niet meer voorkwamen kans terug te komen*". Iemand anders zegt dat medische desinformatie zorgt voor polarisatie: "*Het brengt tweespalt in de maatschappij*". Anderen maken zich zorgen om medische schade door

financieel gewin en ondermijning van de (reguliere) zorg "*Als arts maak ik op bijna dagelijkse basis mee dat mensen betrouwbare medische informatie niet of moeilijk geloven door medische desinformatie via social media*".

### Feit of fabel

We vroegen zorgprofessionals uit het veld over hun ervaringen met medische desinformatie met ons te delen in de rubriek 'Feit of fabel'. Slechts een paar zorgverleners vertelde er weinig tot geen ervaring mee te hebben, dit waren vooral apothekers. Van voorschrijvers en verpleegkundigen kregen we veel ervaringen ingezonden. Onderwerpen die met ons werden gedeeld waren, het gebruik van oxytocine, vitaminen, kruidenmiddelen en vaccins.
Kijk in onderstaande tabel voor meer over de soort fabels:

| Feit of fabel? | Ingestuurd door |
|---|---|
| "Donorbloed van iemand met een covid vaccinatie is slecht voor je" | anesthesioloog |
| "Gebruik van synthetisch oxytocine belemmert hechting en borstvoeding en veroorzaakt depressie of angst-stoornissen" | gynaecoloog |
| "Kruiden en 'natuurlijke' middelen zijn altijd veilig" | dermatoloog |
| "Hormoonzalven maken de huid verslaafd" | dermatoloog |
| "Teveel vitamine plas je weer uit" | verpleegkundig specialist |
| "diabetes kun je behandelen door je lever te reinigen" | huisarts |

---

# Wie steunen deze campagne?

**Het IVM bedankt graag de volgende organisaties voor het steunen en verspreiden van de boodschap van de 7e editie van de Dag van Verantwoord Medicijngebruik over medische desinformatie.**

---

# TikTok-campagne: IVM informeert Gen Z over medische desinformatie

Voor de Dag van Verantwoord Medicijngebruik 2026 willen we de jongere doelgroep bewust maken van en waarschuwen tegen medische desinformatie door middel van een TikTok-

campagne. Apotheker Anke geeft, met haar ruime kennis en vanuit haar rol bij het IVM, duiding over geneesmiddelen in de video's: kort, persoonlijk en betrouwbaar.

## Doel

Kunstmatige intelligentie en social media maken het steeds moeilijker om feit van fictie te onderscheiden. Het doel van deze campagne is jongeren (16-25 jaar) te waarschuwen voor misleidende informatie via populaire social mediakanalen als TikTok en Instagram.
60% van jongeren zoekt er medisch advies en bijna de helft van de jongeren heeft zichzelf zelfs al eens een diagnose gegeven op basis van de video's die ze bekeken (Independer, z.d.). En daarom wijzen we hen op betrouwbare medische bronnen als Thuisarts.nl, Apotheek.nl, Rijveiligmetmedicijnen.nl en IVM.nl.
De boodschap is gericht op het voorkomen van verkeerd gebruik of overdosering door bronchecks en overleg met zorgprofessionals.

## Totstandkoming campagne

De campagne is ontstaan via analyse van desinformatie-trends, populaire formats en eerdere versies zoals die van DoktersVandaag. Anke ontkracht mythen (bijv. snelle influencer-tips), deelt checktips en call-to-action in snelle stijl voor bereik en impact.

"*Deze opdracht werd zo interessant door de urgentie: IVM mist de jongere doelgroep op TikTok en Instagram, en zij kunnen daar te maken hebben met influencers die foute medicijninfo pushen. Ik maak content die viral gaat en ik ben trots dat ik dit heb laten aansluiten bij de huidige IVM-accounts, wat meetbaar is via views en nieuwe volgers.*"

## Resultaat

Drie video's scoorden al 63.5k views, 63 reacties, 81 saves en 47 shares! Top: 158 nieuwe volgers (+155%), een duidelijk succes, en we kijken uit naar meer impact!

***Mirte Haitsma, 4e jaars communicatiestudent Hanze***

---

## Nieuwsbrief doorsturen

Ken je iemand die de nieuwsbrief ook interessant vindt? Deel de nieuwsbrief met je netwerk.

**Nieuwsbrief ook ontvangen?**
Is deze nieuwsbrief doorgestuurd en wil je deze zelf ontvangen? Meld je dan aan op onze website.

---

LinkedIn | Facebook | Instagram | TikTok | YouTube | Website

Deze e-mail is verstuurd aan {{email}}.
Als u geen nieuwsbrief meer wilt ontvangen, kunt u zich hier afmelden.
U kunt ook uw gegevens inzien en wijzigen.
Voor een goede ontvangst voegt u nieuwsbrief@ivm.nl toe aan uw adresboek.