

Warszawa, 19 października 2026 r.

Informacja prasowa

RAZEM BEZPIECZNIEJSI W SIECI. RUSZYŁA NOWA ODSŁONA KAMPANII „BANKOWCY DLA CYBEREDUKACJI”

Ponad 10 tysięcy osób rozpoczęło podawanie swoich danych osobowych po kliknięciu w reklamę fałszywej inwestycji w kryptowaluty. Wyniki eksperymentu społecznego przeprowadzonego w ramach kampanii „Bankowcy dla CyberEdukacji” pokazują, że cyberprzestępcy nadal skutecznie wykorzystują obietnicę szybkiego zysku. Dlatego sektor bankowy, Policja i partnerzy technologiczni po raz kolejny łączą siły, aby edukować Polaków i ostrzegać przed najnowszymi metodami działania oszustów.

Związek Banków Polskich, Warszawski Instytut Bankowości, Bankowe Centrum Cyberbezpieczeństwa oraz Policja rozpoczęli tegoroczną odsłonę kampanii „Bankowcy dla CyberEdukacji”. Jej celem jest zwiększanie odporności Polaków na oszustwa internetowe, które coraz częściej wykorzystują sztuczną inteligencję, manipulację oraz emocje swoich ofiar. Kampania realizowana jest od 2018 roku, a w jej ramach powstało już ponad 120 materiałów edukacyjnych poświęconych cyberbezpieczeństwu.

Ponad 10 tysięcy osób było gotowych podać swoje dane

Potrzebę dalszej edukacji potwierdzają wyniki eksperymentu społecznego przeprowadzonego w ramach kampanii. Dotyczył on jednego z najpopularniejszych obecnie schematów oszustw, czyli fałszywych inwestycji w kryptowaluty. Cyberprzestępcy coraz częściej wykorzystują ten temat, obiecując szybkie i ponadprzeciętne zyski, a swoje oferty promują za pomocą reklam w mediach społecznościowych, fałszywych artykułów oraz materiałów wykorzystujących wizerunki znanych osób. Fałszywe inwestycje pozostają od lat jednym z najpowszechniejszych i najbardziej szkodliwych rodzajów oszustw internetowych.

Na potrzeby eksperymentu przygotowano reklamę promującą inwestycję w kryptowaluty. Baner został wyświetlony zaledwie **1,6 mln razy w ciągu 3 tygodni. To naprawdę niedużo jeśli spojrzymy na zasięgi reklamowe. W tym czasie 10 103 osoby rozpoczęły proces przekazywania swoich danych, w tym numeru PESEL, wierząc w możliwość osiągnięcia szybkiego zysku.**

– Wyniki eksperymentu są ważnym sygnałem ostrzegawczym. Ponad dziesięć tysięcy osób rozpoczęło proces przekazywania swoich danych w odpowiedzi na fikcyjną ofertę inwestycji w kryptowaluty. To pokazuje, że cyberprzestępcy nadal bardzo skutecznie mogą wykorzystywać obietnicę szybkiego zysku oraz mechanizmy manipulacji. Fałszywe inwestycje pozostają więc jednym z najpoważniejszych zagrożeń dla bezpieczeństwa finansowego Polaków. Dlatego potrzebujemy dalszych, wspólnych działań edukacyjnych prowadzonych przez sektor bankowy, instytucje publiczne, firmy technologiczne i organy

ścigania. Edukacja jest dziś jedną z najważniejszych form ochrony przed cyberprzestępczością i musi nadążać za stale zmieniającymi się metodami działania oszustów – podkreśla dr Tadeusz Białek, Prezes Związku Banków Polskich.

Trzy filary kampanii: eksperyment, prawdziwe historie i znani ambasadorzy

Tegoroczna odsłona kampanii opiera się na trzech komplementarnych formatach edukacyjnych.

Pierwszym filarem jest eksperyment społeczny dotyczący fałszywych inwestycji w kryptowaluty, pokazujący skalę podatności Polaków na oszustwa internetowe.

Drugim filarem jest cykl „Reality”, przygotowany wspólnie z Policją. Seria oparta została na autentycznych przypadkach zgłaszanych przez poszkodowanych i pokazuje rzeczywiste scenariusze oszustw, m.in. na portalach sprzedażowych, na pracownika banku, na fałszywy sklep internetowy czy „na policjanta”.

Trzecim filarem są filmy edukacyjne z udziałem ambasadorów kampanii, prezentujące najpopularniejsze metody działania cyberprzestępców – od fałszywych inwestycji i oszustw związanych z odzyskiwaniem utraconych środków, po wyłudzenia danych, oszustwa kurierskie, rekrutacyjne oraz związane z bankowością elektroniczną.

Od początku kampanii w działania edukacyjne angażują się znani aktorzy, dziennikarze i osobowości medialne. W poprzednich edycjach ambasadorami byli m.in. Ewa Kasprzyk, Cezary Pazura, Katarzyna Skrzynecka, Maciej Orłoś, Beata Tadla oraz Olga Bołądź.

W nowej edycji kampanii, która potrwa do połowy 2027 roku, rolę ambasadorów pełnią Michał Olszański – dziennikarz radiowy i telewizyjny, Karol Wójcicki – popularyzator astronomii i dziennikarz popularnonaukowy oraz Andrzej Młynarczyk – aktor. W serii krótkich filmów edukacyjnych zwracają uwagę na najczęściej spotykane cyberzagrożenia i pokazują, jak rozpoznawać próby oszustw oraz skutecznie chronić swoje pieniądze, dane osobowe i tożsamość cyfrową.

Wspólnie przeciw cyberprzestępcom

„Bankowcy dla CyberEdukacji” to wspólna inicjatywa Związku Banków Polskich, Fundacji Warszawski Instytut Bankowości, Bankowego Centrum Cyberbezpieczeństwa oraz Policji i banków. Do grona partnerów kampanii dołączyła także Meta. Dzięki współpracy przekaz edukacyjny dotrze do użytkowników Facebooka i Instagrama, pomagając im lepiej rozpoznawać oszustwa i chronić przed nimi siebie oraz swoich bliskich.

Materiały przygotowane w ramach kampanii będą publikowane do połowy 2027 roku. Więcej informacji, filmów edukacyjnych i poradników dotyczących cyberbezpieczeństwa można znaleźć na stronie www.zbp.pl, policja.pl oraz bankiwpolsce.pl.

Przemysław Barbrich

Dyrektor Zespołu Komunikacji i PR
Związek Banków Polskich
przemyslaw.barbrich@zbp.pl
tel. 660 763 831