

Nederlandse retail onervaren met cybercrime

11-11-2014 10:32

Veel narigheid rond beveiligingsgevaren als identiteitsfraude en phishing kan in de kiem gesmoord worden met voorlichting. De onervarenheid van Nederlandse retailers met cybercrime kan echter voor onderschatting zorgen, waarschuwt algemeen directeur John T. Knieriem van Intermax in het novembernummer van EtailTrends.

Twaalf procent van de Nederlandse webshops heeft last gehad van cybercrime, zo blijkt uit onderzoek van TNS Nipo in 2013. Door globalisering door de toename in onlinewinkelen zal de schaalgrootte van onveiligheid en fraude verder toenemen, waardoor de impact mogelijk niet meer beperkt blijft tot individuele en voornamelijk buitenlandse gevallen. "Er moet bewustwording gecreëerd worden", stelt Knieriem, die tevens gastheer is van de expertgroep Veiligheid en Fraude van onderzoeksprogramma Shopping2020.

Phishing naar betaalgegevens via nepsites die als twee druppels water lijken op legitieme sites is een groeiend probleem, stelt directeur Wijnand Jongen van belangenvereniging Thuiswinkel.org. Wanneer deze sites zijn opgespoord, duurt het lang voordat ze uit de lucht gehaald worden. Daarnaast blijken criminelen steeds slimmer. Zo zetten ze phishing sites op vrijdagmiddag live om tijd te winnen.

Met de groei in de sector, groeit volgens Jongen ook de criminaliteit. Een voorval bij Target eind vorig jaar ging de boeken in als een flinke waarschuwing. De retailer kampte onder meer met rechtszaken van klanten en banken, een miljoenen kostende hersteloperatie en de grootste daling in het aantal transacties sinds de winkelketen deze begon te meten in 2008.

Behalve de zaken die het bedrijf stil kunnen leggen en voor een directe omzetsdaling zorgen, krijgen getroffen retailers ook te maken met reputatieschade. Onlinebetalingen en andere transacties vinden namelijk plaats op basis van vertrouwen. EBay moest zijn jaarlijkse salestarget met tweehonderd miljoen dollar naar beneden bijstellen, doordat zijn klanten na het resetten van de wachtwoorden niet meer zo actief zijn als voorheen.

In het novembernummer van EtailTrends wordt dieper ingegaan op de diverse gevolgen van cybercrime voor retailers. Daarnaast worden de maatregelen vanuit de overheid besproken en wordt duidelijk wat retailers zelf doen om gegevens te beschermen. EtailTrends 6 verschijnt aan het eind van deze week. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement.