

Risicomanagement bij webshops nog in de kinderschoenen



Inhoud

1

Management Samenvatting 4

2

Calamiteiten 7

3

Maatregelen 16

4

Bijlagen 19



1

Management Samenvatting



Summary

Inzichten

- IT-calamiteiten staan bovenaan de risico prioriteitenlijst van webshops. In tegenstelling tot fysieke winkels is er minder zorg om bedrijfseconomische calamiteiten
- 73% van de webshops geeft aan een groot vertrouwen te hebben in het kunnen opvangen van risico's met eigen middelen. Er worden niet of nauwelijks maatregelen getroffen
- Als er al gebruik wordt gemaakt van advies over risico's, dan worden IT-specialisten het vaakst geraadpleegd, door 36% van de webshops.

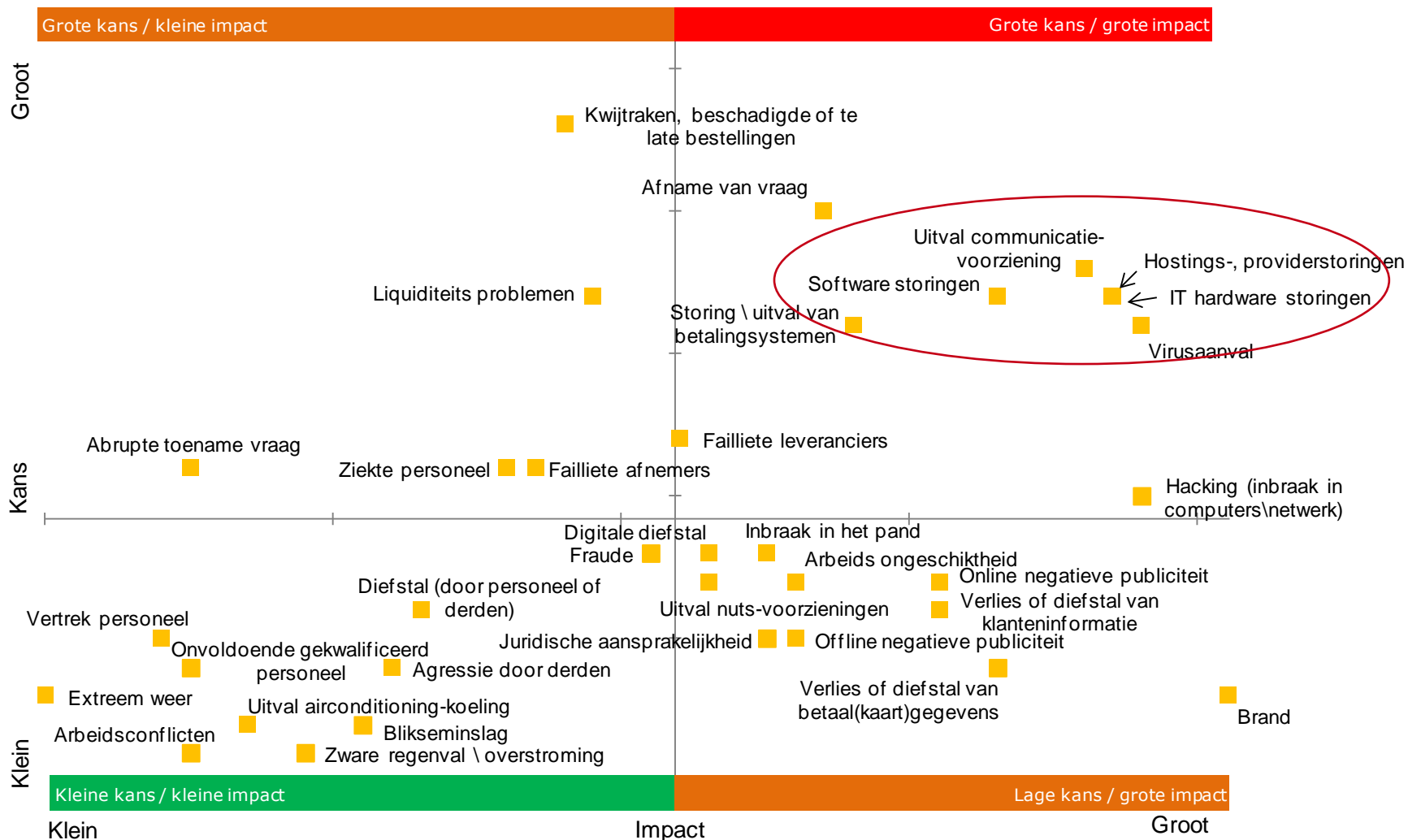
2

Calamiteiten



Calamiteiten

De grootste kansen en impact bij IT-calamiteiten



Risicomanagement webshops



Calamiteiten (2)

Webshops liggen het meest wakker van IT-calamiteiten

Webshops zien IT-calamiteiten als hun grootste risico. Software storingen, IT-hardware storingen en hostings-, providerstoringen zijn de grootste bedreigingen voor de continuïteit. Hieraan gelieerd zijn de facilitaire calamiteiten als storing/uitval van betalingssystemen en uitval van communicatievoorziening. Toch zijn maar weinig webshops verzekerd tegen de gevolgen. Het lijkt erop dat op het gebied van IT-calamiteiten er een (on)bewuste behoefte aan advies bestaat.

Webshops achten het risico van bedrijfseconomische calamiteiten zoals failliete leveranciers en failliete afnemers redelijk groot. Dit in tegenstelling tot fysieke winkels waar dit juist als grootste risico gezien wordt. Het risico op afname van vraag wordt wel hoog ingeschat, webshops zijn dus niet helemaal immuun voor de economische crisis.

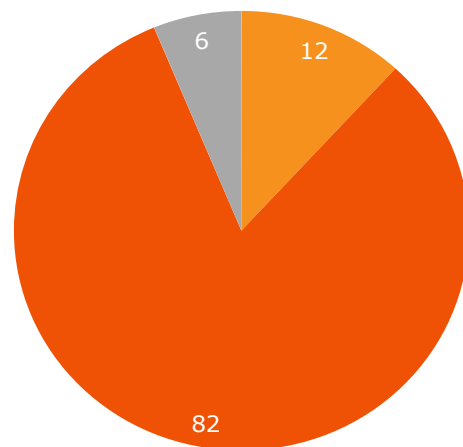
De calamiteit met de grootste kans zijn kwijtgeraakte, beschadigde of te late bestellingen. De impact hiervan is niet zo groot, wat vreemd lijkt omdat dit uiteindelijk het vertrouwen van klanten behoorlijk kan schaden.

Brand wordt gezien als de calamiteit met de grootste impact op de continuïteit van het bedrijf. Hier zijn veel webshops voor verzekerd, hoewel ze de kans zeer klein achten dat het daadwerkelijk gebeurt.

Calamiteiten (3)

Slechts een kleine minderheid heeft last gehad van cybercrime, vooral virusaanvallen en hacken. Onervarenheid kan voor onderschatting zorgen.

V70: Heeft uw webshop wel eens last gehad van cybercrime (hacking, digitale diefstal, virussen, internetcriminaliteit, etc.)?



■ Ja

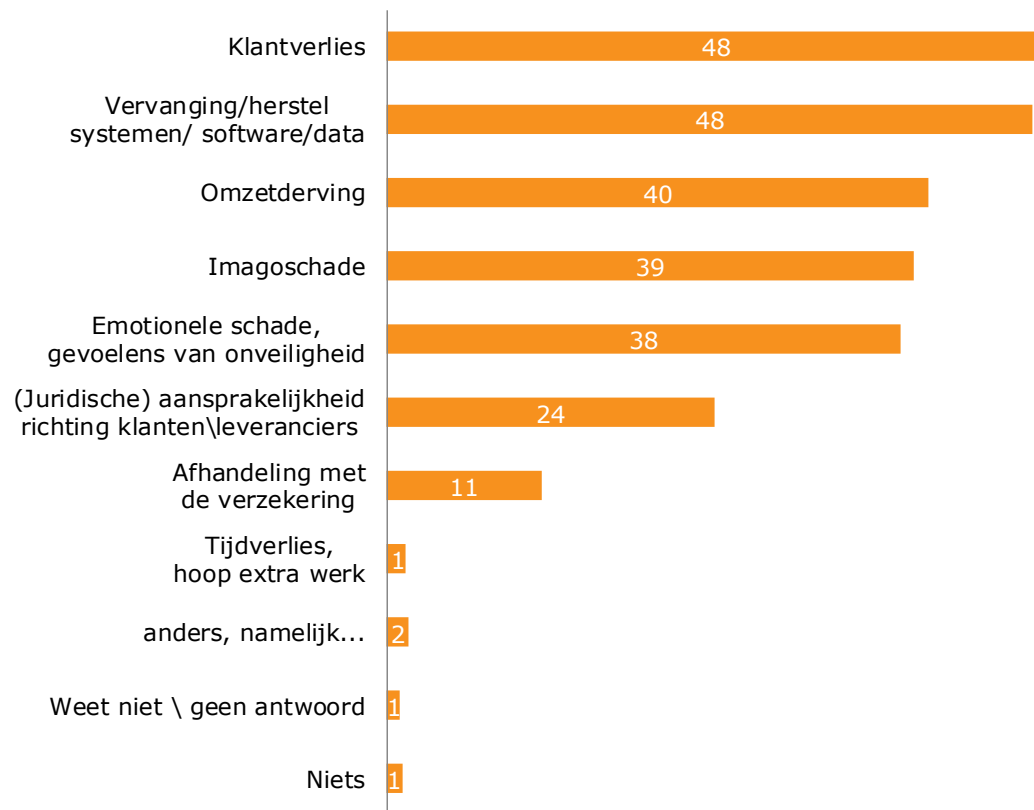
■ Nee

■ weet niet

Calamiteiten (4)

Klantverlies en herstel van systemen zijn de vervelendste aspecten die cybercrime kan veroorzaken

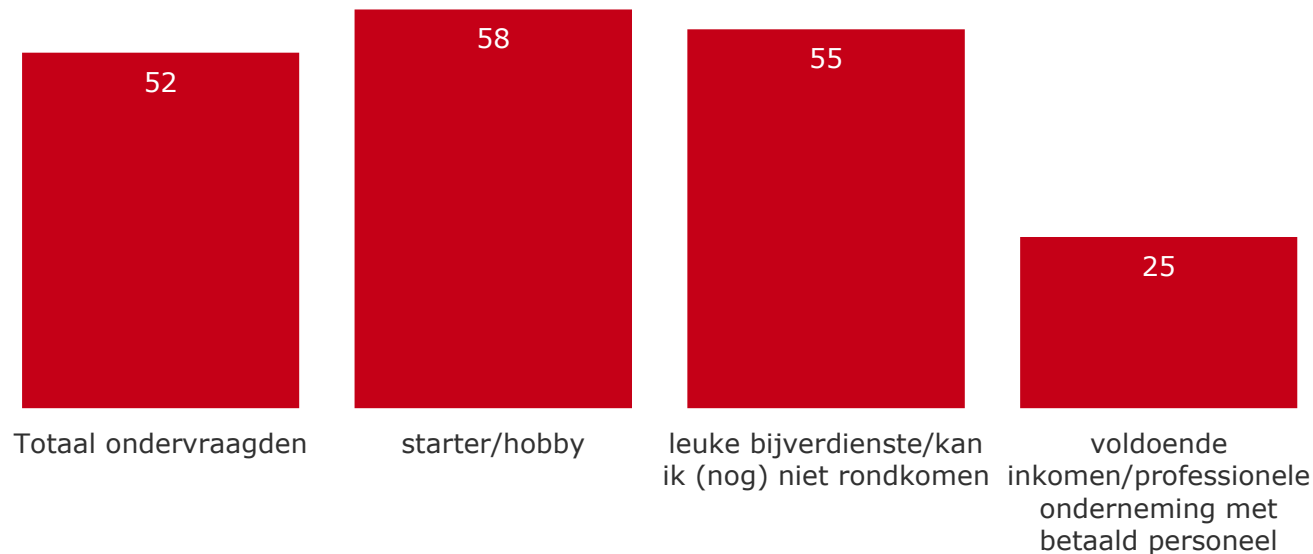
V130: Wat vindt u de drie vervelendste aspecten als uw webshop getroffen wordt door cybercrime?



Calamiteiten (5)

De professionele webshop kan het beduidend minder lang zonder omzet uithouden dan de gemiddelde webshop

Hoeveel dagen kan uw webshop, om welke reden dan ook (uitval, storing, cybercrime, iDEAL, etc.), buiten werking zijn en geen omzet genereren zonder dat de continuïteit van uw onderneming in gevaar komt?



Calamiteiten (5)

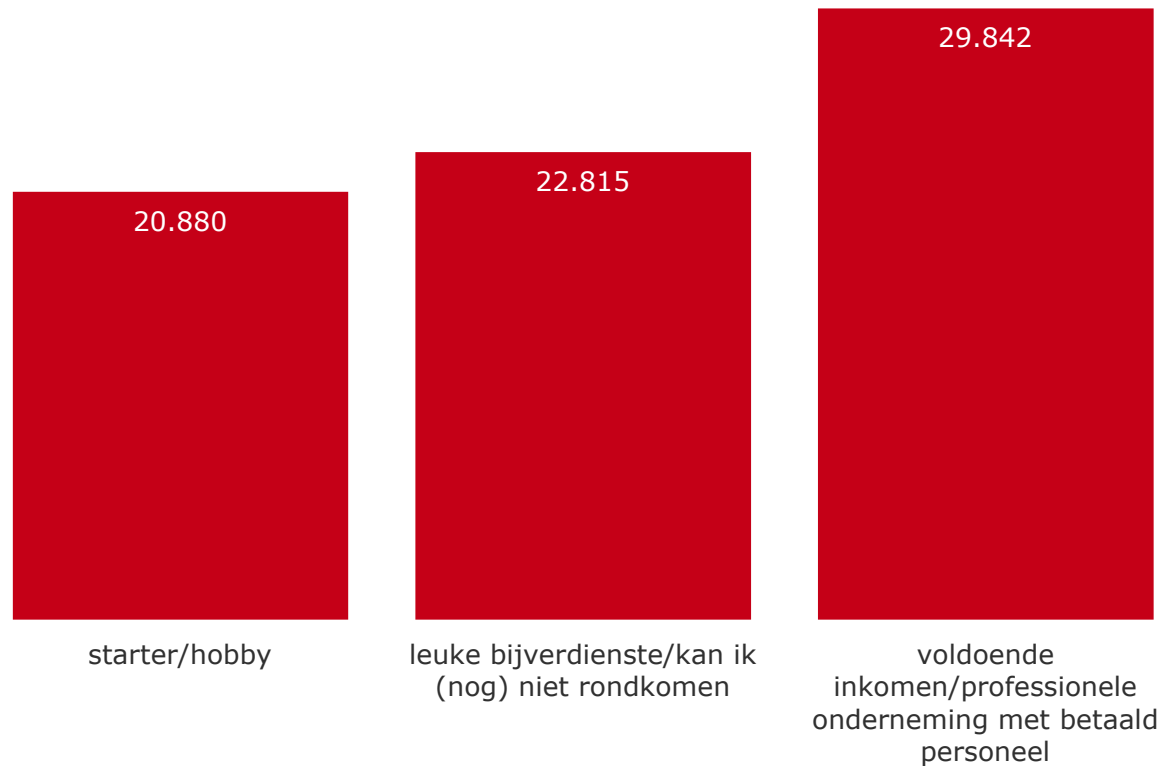
De helft van de webshops heeft geen idee wat hun misgelopen omzet en extra herstelkosten zullen zijn in geval van hacking

Wanneer de webshops gevraagd worden naar het mislopen van omzet en herstelkosten die veroorzaakt kunnen worden door hacking dan blijkt dat het merendeel hier geen inschatting van kan maken. Circa de helft van respondenten laat weten dat de kosten nihil of heel hoog zullen zijn. De gemiddelde misgelopen omzet wordt geschat op €23.364,- en de gemiddelde herstelkosten op €27.763,-. In de categorie professionele webshops is men beter in staat om een inschatting te maken van kosten, deze liggen op €29.842,- voor omzetederving en €28.080,- voor herstelkosten.

Calamiteiten (6)

Professionele webshops schatten het mislopen van omzet veel hoger in dan de hobby webshops

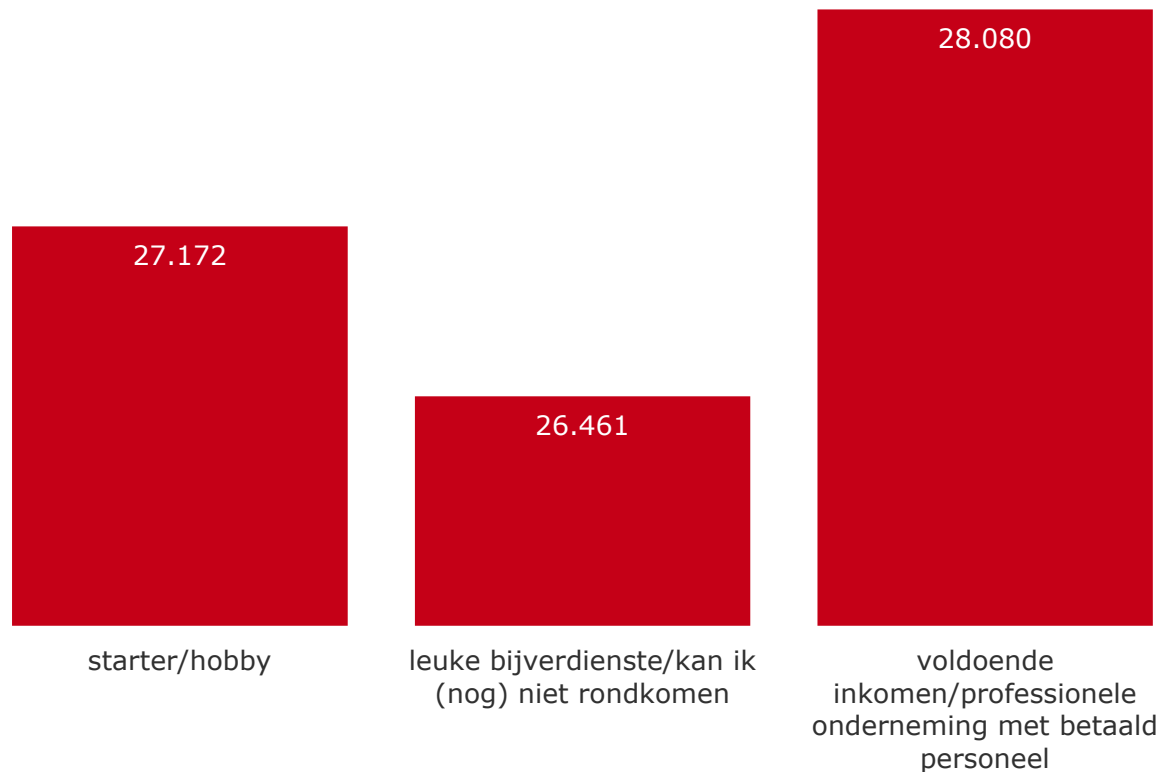
Stel dat uw webshop vanwege hacking, 2 willekeurige dagen op non actief staat. Hoeveel omzet zou u hierdoor mislopen, kunt u een inschatting geven?



Calamiteiten (7)

Bij het inschatten van herstelkosten, liggen de hobby webshops en de professionele webshops dichterbij elkaar

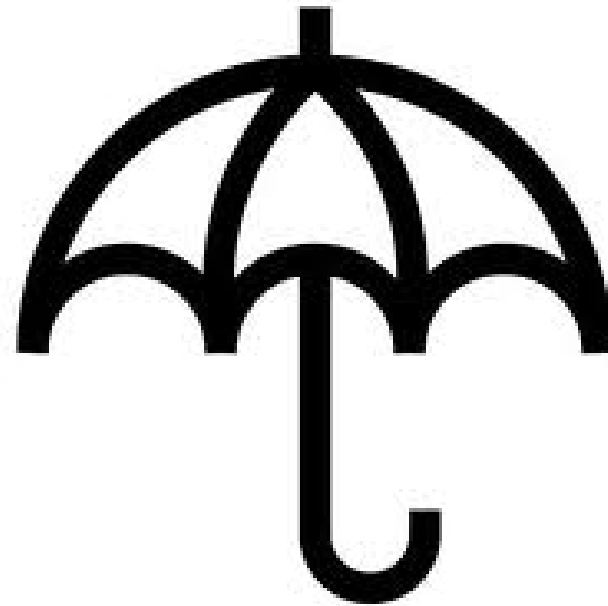
En hoeveel extra kosten denkt u dan te moeten maken om het probleem op te lossen en te herstellen.
Kunt u een inschatting geven? _



Risicomanagement webshops

3

Maatregelen

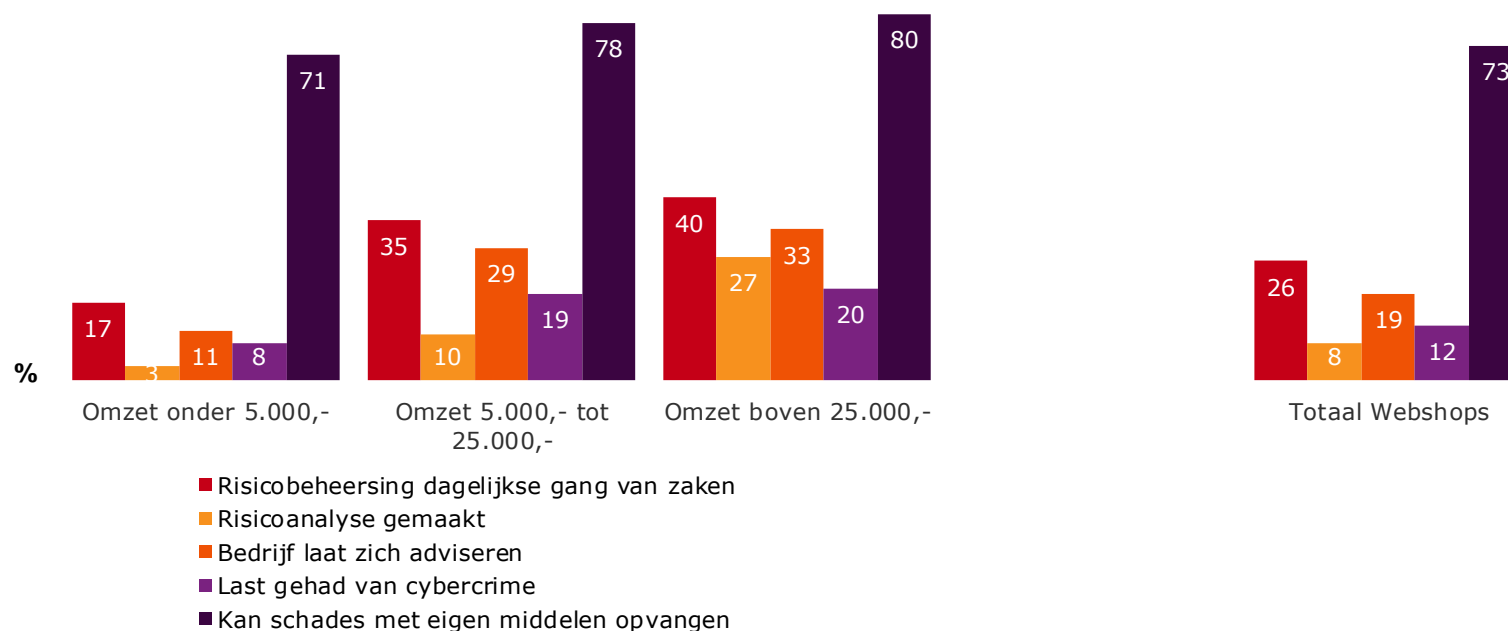


BEVERE
REVEN

Maatregelen

Er is een groot vertrouwen in het kunnen opvangen van schades met eigen middelen

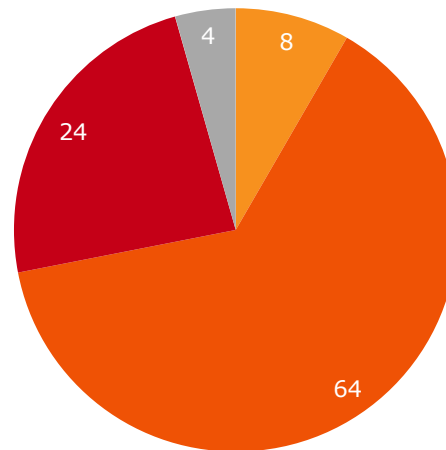
Er wordt weinig aan risicobeheersing gedaan en nog minder aan risicoanalyse. Naarmate de omzet toeneemt, wordt er meer aandacht besteed aan risicomanagement. Opvallend is dat bij hogere omzet ook het vertrouwen in kunnen opvangen van schades met eigen middelen toeneemt. Wel geven veel webshops aan back ups en antivirus software geïnstalleerd te hebben tegen IT-calamiteiten.



Maatregelen (2)

Bijna negen op de tien webshops hebben geen risico analyse gemaakt of vinden dit niet van toepassing

V160: Is er voor uw webshop een risico analyse gemaakt? Bij een risico analyse worden de risico's en mogelijke calamiteiten t.a.v. de continuïteit van uw webshop vastgesteld, de kans dat deze zich voordoen en de impact ingeschat.



Ja Nee Niet van toepassing weet niet

4

Bijlagen,

I) profiel webshops

II) profiel professionele webshops

III) onderzoeksverantwoording



I Profiel webshops

Webshops; voor particulieren en door particulieren, wat kan verklaren dat risicomanagement nog in de kinderschoenen staat

- Consumenten vormen het overgrote deel van de klantenbasis van webshops. Het is dus een duidelijke BtC-markt
- Drie van de vier webshops geven aan dat de omzet alleen uit Nederland komt
- 70% van de webshops wordt vanuit huis gerund
- Voorraadbeheer, inpakken en verzending wordt voor bijna 90% (deels) in eigen beheer uitgevoerd
- Slechts een op de drie webshops bezit ook een fysieke winkel naast de webshops. Hieruit kun je afleiden dat webshops grotendeels naast fysieke winkels opereren en wellicht daarom een andere kijk op risico's hebben dan de rest van zakelijk Nederland
- Maar liefst 83% van de webshops geeft aan niet aangesloten te zijn bij een keurmerk. Thuiswinkel Waarborg (6%) en Webshop Keurmerk (6%) worden het vaakst genoemd door webshops die wel aangesloten zijn bij een keurmerk
- 84% van de webshops is onafhankelijk, ze zijn geen onderdeel van een groter geheel
- Vier op de tien webshops geven aan ongewijzigd en op dezelfde manier door te willen gaan.

I Profiel webshops (2)

Slechts een op de zeven webshops haalt voldoende inkomen uit zijn activiteiten om er goed meer rond te kunnen komen

V280: Wat typeert de financiële status van de webshop het best?



I Profiel webshops (3)

Ondanks moderne betaalmogelijkheden bieden zeven van de tien webshops nog steeds vooraf betaling aan

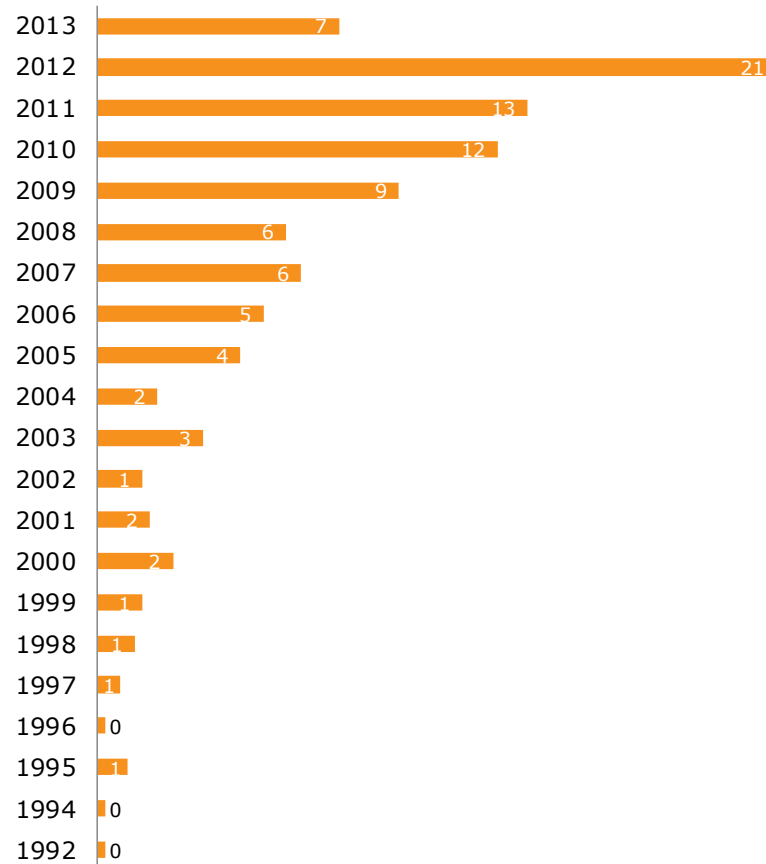
V330: Welke betalingsmogelijkheden heeft uw webshop? Meerdere antwoorden mogelijk



I Profiel webshops (4)

Maar liefst een op de vijf webshops is in 2012 gestart, het aantal aanbieders blijft groeien, verzadiging is nog niet bereikt

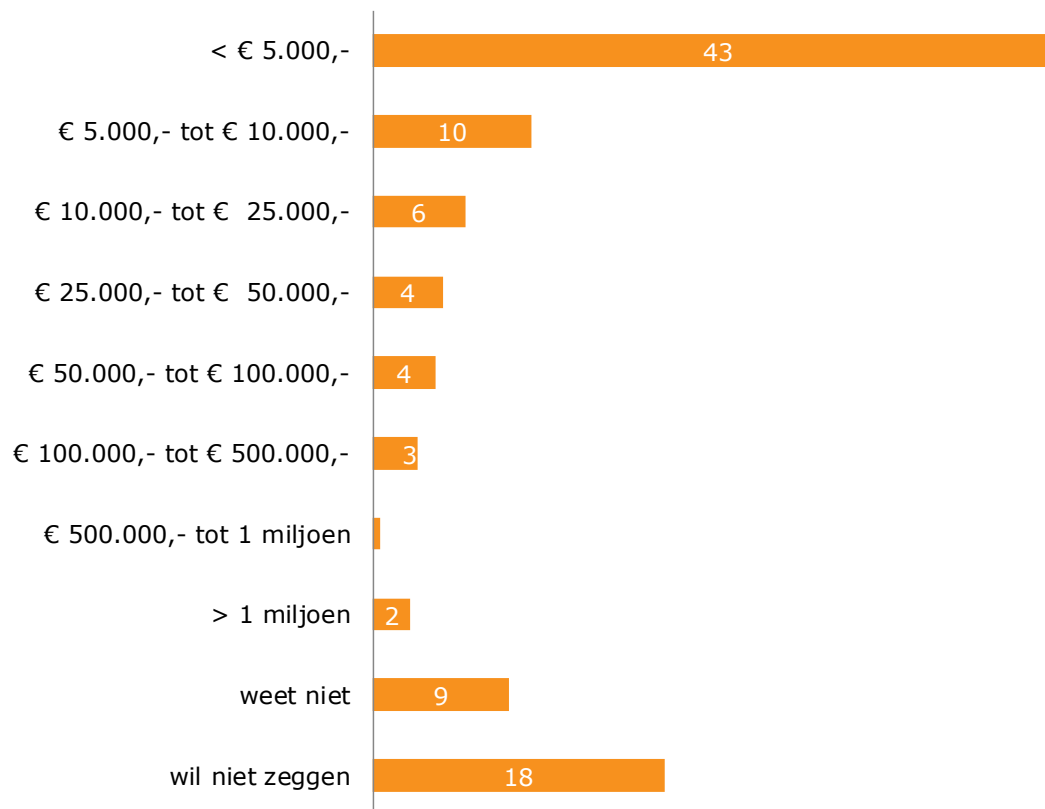
V360_1: In welk jaar is de webshop geopend of gestart?



I Profiel webshops (5)

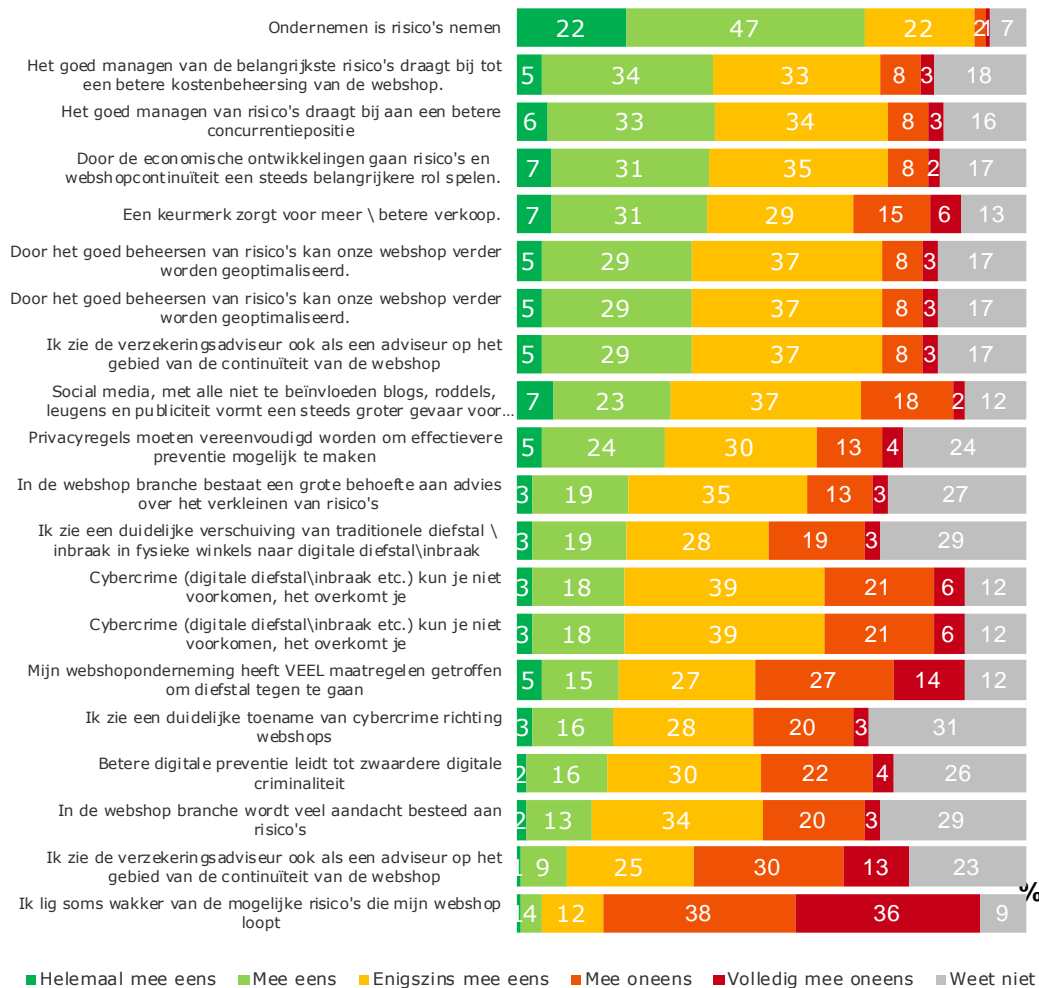
Vier op de tien webshops hebben een jaaromzet kleiner dan €5.000,-

V370: Wat is bij benadering de omzet van de webshop in 2012?
(antwoorden zijn volledig anoniem, deze gegevens gebruiken we
alleen voor analyse doeleinden)



I Profiel webshops (6)

Markt van webshops laat een zekere cowboy-mentaliteit zien; ondernemen is risico's nemen en daar niet wakker van liggen

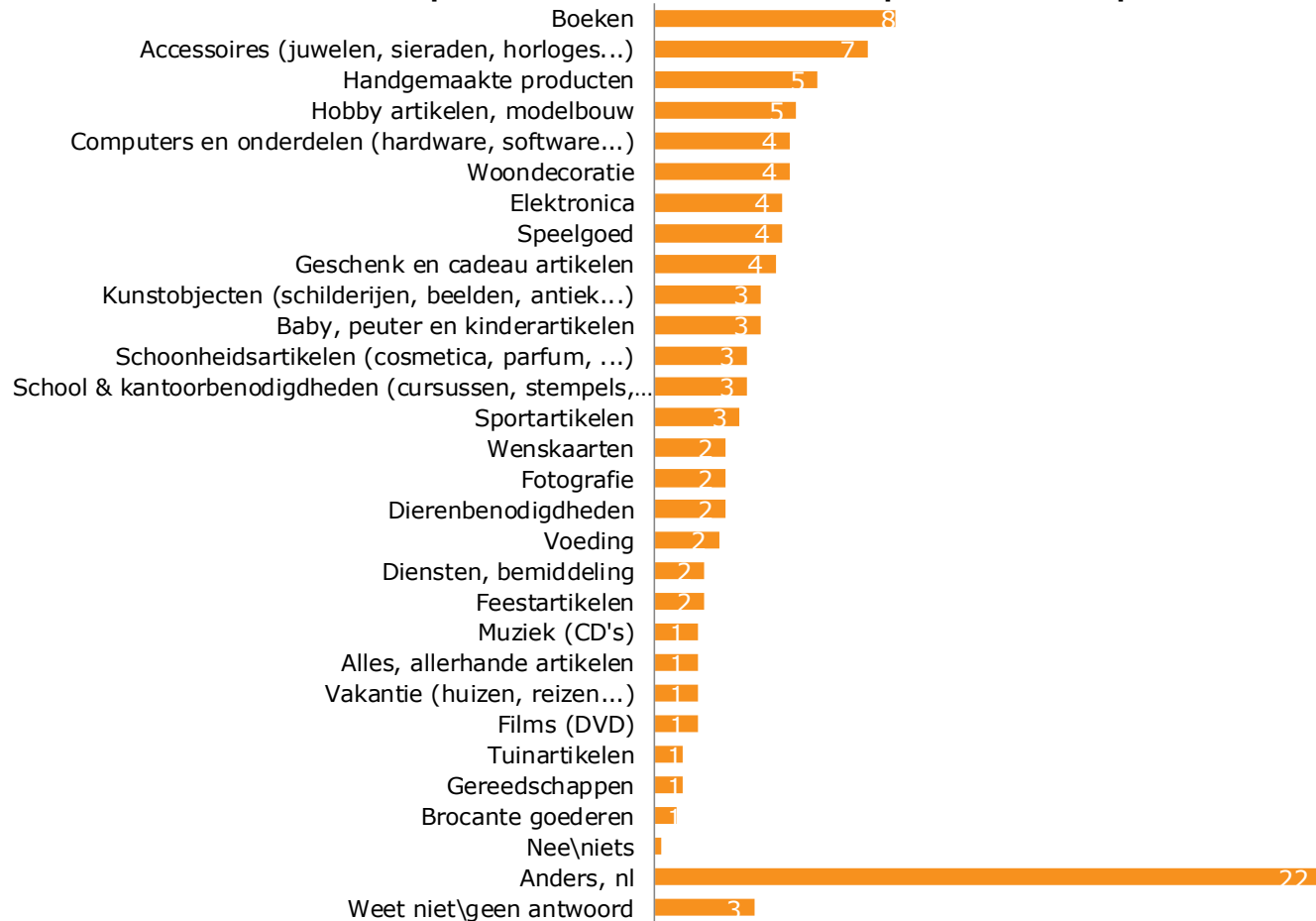


De relatief grote score in het gele stuk laat zien dat de markt nog jong is met weinig ervaring. Er wordt weinig stellig geantwoord.

I Profiel webshops (7)

Webshops zijn net zo divers als fysieke winkels in hun aanbod

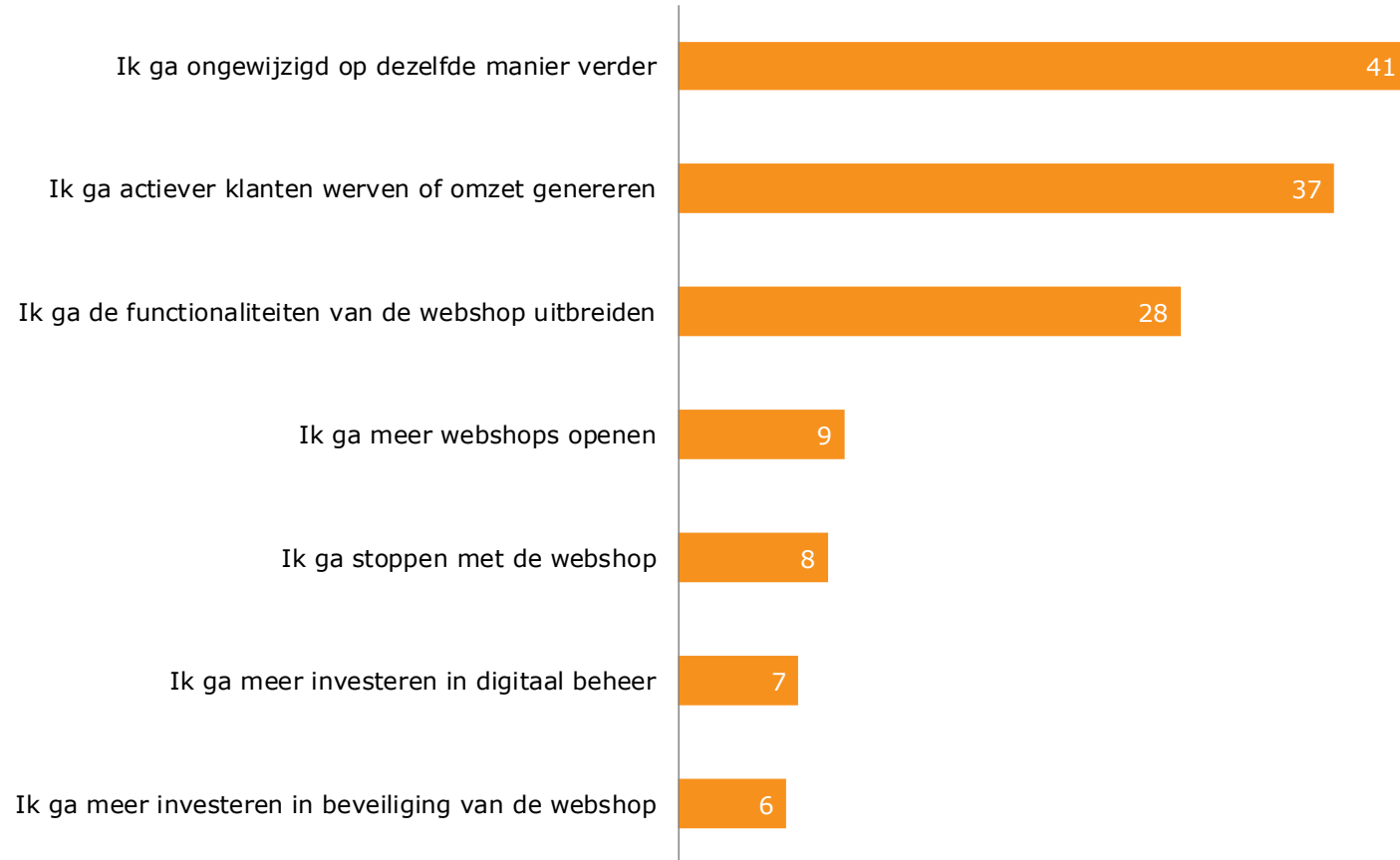
V230: Wat voor soort producten\diensten verkoopt uw webshop?



I Profiel webshops (8)

Wat brengt de toekomst?

V390: Welke stellingen zijn op u van toepassing?



I Profiel webshops (9)

Huidige product meest favoriet om te blijven verkopen

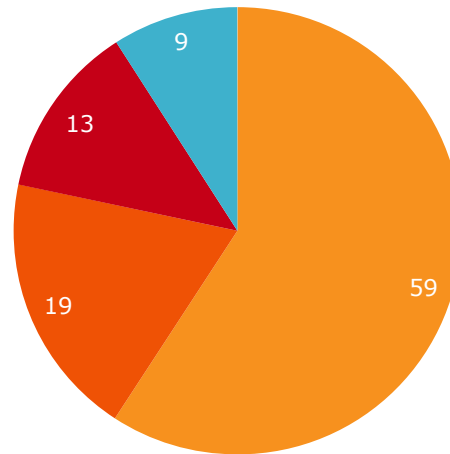
V420: Stel, u mag een willekeurige webshop beginnen met een product\dienst wat u het liefste wilt. Tijd, wetgeving, concurrentie, kennis en kunde spelen geen belemmering. Welk product\dienst zou u dan gaan verkopen?



I Profiel webshops (10)

Zeven op de tien webshopeigenaren koopt zelf ook graag online

V430: Bent u als webshopeigenaar ook zelf een fervent webshopper?



■ Ja, ik koop regelmatig online

■ Nee, ik koop weinig online

■ Ja, ik koop bijna alles online

■ Nee, ik koop zelden online

II) Profiel professionele webshops

De grotere webshop is in menig opzicht professioneler en zich nog meer bewust van het risico op cybercrime calamiteiten

De professionele webshop:

- vindt kans op calamiteiten vergelijkbaar met kleinere webshops, waarbij vooral de impact van cybercrime calamiteiten nog groter wordt gezien
- opereert dubbel zo vaak vanuit een bedrijfspand (63% versus gemiddeld 30%)
- ziet meer omzet groei voor komend jaar (66% ziet meer dan 10% omzet groei versus gemiddeld 48%)
- doet minder in eigen beheer (80% versus gemiddeld 95%)
- heeft vaker een fysieke winkel naast de webshop (52% versus gemiddeld 32%)
- heeft minder particuliere klanten (47% versus gemiddeld 67%)
- heeft meer zakelijke klanten (18% versus gemiddeld 9%)
- is vaker verzekerd tegen de verschillende risico's
- heeft vaker een risico analyse gemaakt (25% versus gemiddeld 8%)
- doet vaker dagelijks aan risicobeheersing (42% versus gemiddeld 26%)
- heeft meer dubbele servers (12% versus gemiddeld 3%)
- heeft meer last gehad van cybercrime (22% versus gemiddeld 12%)

II onderzoeksverantwoording

Doelgroep

Webshophouders



Steekproefgrootte

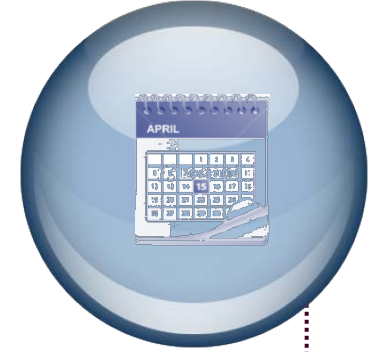
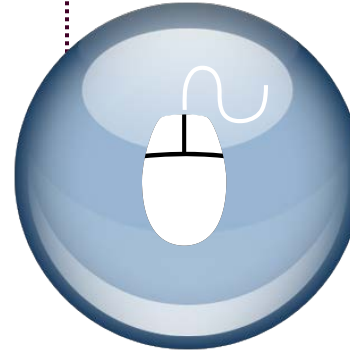
n=431

Steekproefbron

TNS NIPObase Business en
TNS NIPObase

Onderzoeksmethode

Online



Veldwerkperiode

18 maart t/m 2 april 2013