



Position Paper
Online betalen in Nederland
10 aanbevelingen

Wergroep Betalingsverkeer
Thuiswinkel.org
Thuiswinkel.org, Ede
Februari 2011

INHOUDSOPGAVE

1	Samenvatting Position Paper Online Betalingsverkeer	3
2	10 Aanbevelingen.....	4
3	Position Paper Online Betalen	5
3.1	Standaard voor Mobiel Betalen.....	5
3.2	Online identificatie met Europees bereik: E-identity.....	6
3.3	Beschikbaarheid van iDEAL en communicatie	6
3.4	Regulering van 100% vooruitbetalen	7
3.5	Preventie van creditkaartfraude, 3D Secure en interchange	7
3.5.1	Chargeback procedures.....	7
3.5.2	Anti-fraude maatregelen: CVC en 3D Secure	8
3.5.3	Interchange en 3D-Secure.....	9
3.6	Betekenis van ‘Europa’ en SEPA voor thuiswinkeliers.....	9
3.6.1	SEPA Credit Transfer (SCT)	9
3.6.2	SEPA Direct Debit (SDD)	10
3.6.3	SEPA Cards Framework (SCF).....	10
3.6.4	SEPA en e-SEPA	10
3.7	Online incasso (SDD) en online betalen (credit transfer) met Europees bereik .	11
3.7.1	Online betalen (credit transfer) met Europees bereik.....	11
3.7.2	Online machtiging voor Europese incasso (SDD) met Europees bereik.....	11
3.8	Succesvolle introductie van elektronisch factureren	11
3.9	Een gezamenlijke aanpak van internetfraude	12

1 Samenvatting Position Paper Online Betalingsverkeer

E-commerce en internetgebruik in Nederland stijgen al jaren en de verwachting is dat dit de komende jaren zal doorgaan. Daarbij blijft het online betalingsverkeer volop in ontwikkeling.

Voor mobiel winkelen (via smartphones, iPhones) is er behoefte aan betrouwbare, gebruiksvriendelijke en efficiënte betaalmethoden die bankonafhankelijk zijn. Een iDEAL voor mobiel is gewenst, niet in de laatste plaats voor microbetalingen.

Online identificatie, ook gestandaardiseerd voor Europa, zou het aantal geslaagde webtransacties sterk verhogen en hierdoor de fraudekosten voor thuiswinkeliers terugdringen. Het bestrijden van zogenaamde 'identity theft' verdient extra aandacht van alle betrokken partijen.

iDEAL, de interbancaire betaalstandaard voor online betalen is geïntroduceerd mede dankzij de lobby van Thuiswinkel.org en is inmiddels het voornaamste Nederlandse online betaalmiddel. iDEAL groeit nog steeds sterk. Een zorgpunt blijft de bereikbaarheid van iDEAL en soms de onvoldoende proactieve communicatie hierover.

Het Burgerlijk Wetboek (1992) verbiedt nog altijd 100% vooruitbetalingen in Nederland. Daarmee loopt Nederland uit de pas in Europa. Webwinkeliers die enkel vooruitbetaalmogelijkheden zoals iDEAL aanbieden handelen daarmee strijdig met de wet. Het recht van webwinkeliers om 100% vooruit te mogen vragen moet (wettelijk) worden vastgelegd.

Nederlandse thuiswinkeliers zoeken nieuwe mogelijkheden en markten. Daarom is het van belang dat ook buitenlandse klanten kunnen gaan betalen aan thuiswinkeliers in Nederland via hun eigen online banking-applicatie. Van groot belang is daarom de noodzaak van een Europees online betalingssysteem 'à la iDEAL', waarmee consumenten crossborder online kunnen betalen via elektronisch bankieren.

Hoewel er vooruitgang wordt geboekt ten aanzien van preventieve maatregelen om creditcardfraude te voorkomen, dient er vanuit acquiring banken, PSP's en intermediairs meer duidelijkheid te worden verschaft over de risico's voor webwinkels en hoe deze kunnen worden verlaagd. Dit geldt niet in de laatste plaats inzake het beleid rondom chargebacks en preventieprogramma's, zoals 3D Secure. Deze programma's worden steeds meer zichtbaar voor de consument, die nog wel eens moeite heeft met de extra handelingen die vereist zijn voor het succesvol afronden van de transactie. Thuiswinkel.org pleit ervoor dat ook issuing banken hun verantwoordelijkheid nemen om gezamenlijk en uniform 3D Secure voor het grote publiek uit te rollen.

Het project SEPA (Single Euro Payments Area) heeft consequenties voor de bedrijfsvoering van thuiswinkeliers. Er is duidelijkheid gewenst over de SEPA-producten, de impact op de processen en de tijdslijnen van invoering. Ook is behoefte aan online incasso met Europees bereik via een betrouwbaar kanaal waarmee veilig en direct betaald en geïnd kan worden.

Met de komst van elektronisch factureren via online banking en e-mail worden er steeds meer transacties online gedaan, ten koste van papieren facturen. Thuiswinkel.org verwelkomt deze ontwikkeling, in het bijzonder voor call centers die momenteel beperkte betaalmogelijkheden hebben.

Er is nog altijd géén gezamenlijke aanpak van (bancaire) internetfraude en dit is zeer verontrustend.

2 10 Aanbevelingen

De aanbevelingen uit dit position paper zijn samen te vatten in de volgende 10 punten:

1. Een standaard voor mobiel betalen in combinatie met online banking is gezien de marktontwikkelingen zeer noodzakelijk
2. Om de identiteit van de consument te verifiëren moet online identificatie met Europees bereik mogelijk worden: De ondersteuning bij het vergroten van het markt bereik van één oplossing voor e-identity.
3. Er dient een hogere beschikbaarheid van iDEAL te komen en een pro-actieve communicatie naar web shops en consumenten bij niet-beschikbaarheid
4. Het recht voor webwinkeliers om 100% vooruitbetaling te vragen moet wettelijk worden vastgelegd.
5. Issuing banken moeten werken aan een gezamenlijke en uniforme uitrol van 3-D secure ter verdere preventie van creditcardfraude, en een faire uitvoering van chargeback procedures.
6. Inzicht is gewenst in hoeverre door de invoering van 3-D Secure de interchange (MIF) stijgt en hoe dit de kosten voor webwinkeliers beïnvloedt.
7. Er moet duidelijkheid komen over de consequenties van SEPA voor thuiswinkeliers.
8. Online betalen moet Europees bereik krijgen: er moet een 'Europees iDEAL' komen.
9. Online machtigen moet een Europees bereik krijgen
10. Er dient een gezamenlijke aanpak van (bancaire) internetfraude te komen.

3 Position Paper Online Betalen

3.1 Standaard voor Mobiel Betalen

Het gebruik van internet en het online kopen van producten en diensten in Nederland stijgt al jaren. De online omzet is in 2010 naar verwachting gestegen tot zo'n 8 miljard euro omzet. Het aandeel van online thuiswinkelen binnen de totale detailhandel neemt verder toe naar ca. 7%. Meer dan 9 miljoen Nederlanders hebben tot nu toe ooit een product of dienst via internet gekocht.¹

Gemakkelijk en veilig online betalen via de telefoon blijft een onopgelost probleem. Minitix is het enige bancaire alternatief (van Rabobank), maar is met name gericht op microbetalingen en het bereik van rekeninghouders blijft beperkt. Ook Paypal en Hyves met de Rabobank (My Order) bieden diverse web shops een mobiel platform, maar het bereik is vooralsnog beperkt.

Telecomproviders hebben een beter aanbod qua bereik en gebruiksgemak (SMS/0900), maar de kosten zijn relatief hoog. En telco's zullen het overmaken van hoge bedragen niet faciliteren vanwege het kredietrisico op het moment van afrekenen van de telefoonrekening.

De markt zou geholpen zijn bij een mobiele online bankingmethode voor smartphones die rechtstreeks gekoppeld is aan de persoonlijke bankrekening (dus niet meer vooraf vullen) en eenvoudig en bankoverstijgend is in het gebruiksgemak, ook bij lage bedragen (zonder token). Met andere woorden, er is sterke behoefte aan een mobiele versie van iDEAL.

Mobiel betalen staat met de doorbraak van smartphones steeds meer in de belangstelling, ook voor fysieke betaalsituaties waar ook met een pas betaald kan worden. Een doorbraak zou echter zijn als mobile shops over vergelijkbare betaaltechnieken kunnen beschikken als webshops.

De opmars van smartphones met internettoegang (oa Apple iPhone, HTC, Blackberry, Nokia) en de ontwikkeling van Google's open besturingssysteem Android maakt dat online kopen ook op een klein scherm van 'een mobieltje' mogelijk is. Deze nieuwe gebruikscontext vraagt om een specifieke betaalwijze gericht op gemak. Door het verder positioneren van (initieel) bestaande betaalmiddelen kan een nieuw perspectief voor mobiel betalen worden gecreëerd.

Hierbij moet gelet worden op de gebruikerscontext van een mobiel, in het bijzonder een smartphone. De vraag is *hoe* de online bankingmethode beschikbaar komt: bijvoorbeeld via een secure app (de iPhone van Apple), of een secure api (Android toestellen). Behalve gemakkelijk moet de oplossing ook veilig zijn, en deze begrippen staan nogal eens tegenover elkaar.

¹ Blauw Research/Thuiswinkel.org, Thuiswinkel Markt Monitor, april 2010.

Belangrijk is van deze nieuwe oplossing ook 'secure' is – dit is een driver voor het vertrouwen van de consument.

Voor een vervolg waarin goede voortgang wordt gemaakt is het van groot belang de juiste partijen bij elkaar te hebben die actie kunnen bepalen: de financiële dienstverleners, de marktpartijen maar ook de aanbieders van technische oplossingen.

3.2 Online identificatie met Europees bereik: E-identity

Online identiteit ('weten met wie je zaken doet') is nog een missend ingrediënt van thuiswinkelen. Bijvoorbeeld voor het online afsluiten van telecommunicatie- of energiecontracten, identificatie voor het betalen op rekening en het afgeven van een adres. Nu lost iedere thuiswinkelier dat voor zichzelf op, hetgeen een suboptimale situatie is, zowel voor de thuiswinkelier als voor de consument. Thuiswinkeliers verliezen omzet en consumenten moeten overall hun identiteit creëren en onderhouden. Thuiswinkeliers zouden 'online' identiteits service providers verwelkomen, die relevante delen van een kopers identiteit kunnen aanbieden. Die identiteit kan uit diverse bronnen komen. Denk hierbij aan bijvoorbeeld verificatie van naam- en adresgegevens, leeftijd en bankrekeningnummer. Uiteraard moet hierbij de privacywetgeving zéér serieus in acht worden genomen, maar het is goed denkbaar dat consumenten dergelijke identiteitsdiensten als gemakkelijk, veilig en vertrouwelijk zullen ervaren.

Een zeer hoopvolle ontwikkeling is het overheidsinitiatief van 'eHerkenning' waarbij met marktpartijen wordt gewerkt aan identiteitsaanbod, initieel richting overheidsdienstverleners die elektronische diensten aanbieden aan bedrijven. Een dergelijk initiatief kan op termijn doorontwikkelen in een oplossing voor identificatie van consumenten en bedrijven richting thuiswinkeliers. Thuiswinkel.org is in gesprek met het Ministerie van EL&I over versie 1.0 van eHerkenning en bepleit functionaliteiten die gewenst zijn voor identiteits-verificatie bij online transacties.

3.3 Beschikbaarheid van iDEAL en communicatie

iDEAL is sinds de start in 2005 verreweg het belangrijkste Nederlandse betaalmiddel geworden voor de sector. Helaas moeten de webwinkeliers constateren dat iDEAL soms deels of bij enkele banken 'onbeschikbaar' is.

De communicatie over de 'onbeschikbaarheid' van iDEAL naar Thuiswinkel.org is inmiddels verbeterd door de komst van het door Thuiswinkel.org gewenste 'Meldpunt Beschikbaarheid'. Hier wordt middels de meldingen voor gepland onderhoud en ongeplande verstoringen de beschikbaarheid van iDEAL inzichtelijker voor webwinkeliers en kunnen ze beter anticiperen. Dit neemt niet weg dat de beschikbaarheid van iDEAL in de perceptie van webwinkeliers nog niet

voldoende is. De gehanteerde norm van 99% is daarmee wellicht niet hoog genoeg. Web winkeliers worden nog wel eens verrast voor het feit dat één van de aangesloten banken niet beschikbaar is. De consument krijgt de melding dat betalen niet mogelijk is. Een pro-actieve communicatie van niet-beschikbaarheid aan deze z.g. iDEAL-issuing zijde is gewenst.

3.4 Regulering van 100% vooruitbetalen

Aan reguleringszijde zijn onduidelijkheden. Eén hiervan is de bepaling in het Burgerlijk Wetboek (1992) dat een thuiswinkelier maximaal 50% van het te betalen transactiebedrag vooraf mag vragen. iDEAL is een betaalmethode gebaseerd op 100% vooruitbetalen: er wordt geleverd ná volledige betaling. Webwinkeliers die enkel iDEAL aanbieden als betaalmethodiek én die pas leveren na ontvangst van de betaling, overtreden de wet.

Voor webwinkeliers leidt deze wettelijke bepaling tot onmogelijke situaties. Degene die een artikel koopt voor een andere ontvanger (bijvoorbeeld een bos bloemen of een verjaardagstaart) zal 100% moeten aanbetalen; de kracht van deze service is nu juist dat de ontvanger niets betaalt! In bepaalde contexten is de wettelijke regel, vastgelegd vóór het internettijdperk, dus niet werkbaar voor webwinkeliers. Duidelijkheid is gewenst voor consumenten (zij vinden het geen probleem om 100% vooruit te betalen) én voor webwinkeliers. Het recht voor consumenten om 100% vooruit te betalen moet (wettelijk) worden vastgelegd. Bovendien zal Nederland hierdoor in de pas lopen met andere Europese landen.

3.5 Preventie van creditkaartfraude, 3D Secure en interchange

3.5.1 Chargeback procedures

Aansprakelijkheid rondom het betwisten van creditcardbetalingen is ondoorzichtig: de garanties voor uitbetaling in dergelijke gevallen is onvoldoende bekend voor de thuiswinkelier. Uitbetalingen kunnen door de consument worden teruggevorderd ('chargeback') op de thuiswinkelier als de klant vindt dat de winkelier ergens in gebreke is gebleven. Deze ondoorzichtigheid wordt in belangrijke mate veroorzaakt door het grote aantal betrokken partijen (zoals kaarthouders, issuers, acquirers en processors) en de specifieke regels van de diverse schemes (zoals Visa, MasterCard en American Express). Thuiswinkel.org is in overleg met de card schemes en acquirers over een aangepaste procedure voor de behandeling van chargebacks en dringt aan op snelle invoering. De werking zou dan als volgt moeten zijn: bij een betwiste betaling wordt de aansprakelijkheid ('liability') niet zonder meer bij de webwinkelier gelegd, maar wordt gedurende 2 weken de gelegenheid gegeven om de zaak in der minne te schikken met de consument die de chargeback initieert.

3.5.2 Antifraude maatregelen: CVC en 3D Secure

De veiligheidsmaatregelen bij 'card not present' situaties zijn verbeterd door maatregelen als CVC2 en 3D Secure technologie. Deze maatregelen worden echter niet universeel en consistent toegepast.

De Card Verification Code (CVC, ook wel CVN of CID genoemd) is een code die aanvullend op het creditcardnummer en vervaldatum ook genoemd dient te worden door de kaarthouder. Deze verificatie werkt niet fraudebelemmerend als de kaart in handen is gevallen van een ander dan de rechtmatige kaarthouder: iedereen die de kaart in handen heeft kan de getalscombinaties van de kaart aflezen en desgevraagd noemen of online invoeren.

3D Secure technologie is een aantal jaren geleden ontwikkeld door MasterCard ('Mastercard Secure Code') en VISA ('Verified by Visa' VbV). De kaartuitgevende bank (issuer) voorziet in haar systemen de creditcard van een 3D Secure Code. Vanaf begin 2010 hebben alle Nederlandse issuers hun kredietkaarten voorzien van de 3D Secure Code.

De implementatie van 3D Secure verschilt echter per bank, variërend van een statisch (altijd hetzelfde) eigen gekozen wachtwoord, een PIN-code tot het gebruik van bank-eigen middelen zoals de calculator. Het veiligheidsniveau van dit laatste middel is vanzelfsprekend hoger dan een eigen wachtwoord.

Dat is problematisch voor webwinkels: zij kunnen hierdoor immers géén standaardinformatie aanbieden over het te volgen proces omdat een webwinkel doorgaans het hele creditcardtraject uitbestedt. De klant loopt bij het betalen op tegen de plotselinge vraag naar de 3D Secure code en haakt af. De klant verlaat de webwinkel zonder aankoop.

Sinds de invoering van 3D Secure begin 2010 is de gebruiksvriendelijkheid en herkenbaarheid wel verbeterd: een redirect naar de website van 3D provider Apcot is vervangen door een URL van de bank(en) zelf. Desondanks kan de webwinkelier de webshopper niet goed voorlichten over de implementatie, omdat deze nog steeds per bank verschilt. Wij dringen aan op uniformiteit.

Zodra een webwinkel al haar creditcard transacties met 3D Secure laat beveiligen verschuift de verantwoordelijkheid voor de juistheid van de transactie van de acquiring bank (rekening webwinkel) naar de issuing bank (rekening carduitgevende instantie). Dit heet de 'liability shift'. De thuiswinkelier draait niet meer op voor de kosten indien een chargeback het gevolg is van de klantbewering dat deze transactie niet door hem of haar is gedaan (de z.g. 'ik was het niet' chargeback). De andere vorm van chargeback ('ik ben niet goed geholpen') is wel voor rekening van de thuiswinkelier.

3.5.3 Interchange en 3D-Secure

Interchange (MIF): de non-transparantie over de totstandkoming van deze kosten blijft onduidelijk voor web merchants en Thuiswinkel.org. De invoering van 3D Secure heeft invloed gehad op de hoogte van de interchange: door de implementatie van 3D Secure door issuing banken stijgt hun kostenniveau, en deze wordt verhaald op de acquiring banken (de bank van de web merchant). Deze banken berekenen op hun beurt de kosten door naar web merchants. Thuiswinkel.org wil helderheid over de hoogte en invloed van deze kostencomponent.

3.6 Betekenis van ‘Europa’ en SEPA voor thuiswinkeliers

Het betalingsverkeer in Europa is volop in beweging. De voorgenomen harmonisatie van het Europese betalingsverkeer moet ertoe leiden dat consumenten en bedrijven binnen de Eurozone moeten kunnen betalen met één set betaalinstrumenten (overschrijving, incasso's, credit en debit/PIN kaarten). Dit heet SEPA: Single Euro Payment Area. Binnenkort zal SEPA leiden tot grote verschuivingen op de (inter)nationale markt van betalen. Zo zullen nationale betaalproducten in hun huidige vorm op termijn verdwijnen. Uiteindelijk zullen 470 miljoen mensen te maken krijgen met SEPA als ook niet Euro-landen gaan meedoen. SEPA is de afgelopen jaren vormgegeven door de European Payment Council (EPC), een verband van samenwerkende Europese banken.

SEPA kan voor thuiswinkeliers met een Europese marktorientatie significante kostenvoordelen opleveren. Thuiswinkeliers zijn hiervan echter nog nauwelijks op de hoogte. Door de hoge automatiseringsgraad binnen de thuiswinkelbranche is het van belang thuiswinkeliers binnen afzienbare tijd adequaat te informeren over de effecten van SEPA voor hun bedrijfsvoering. Er dient voldoende tijd te zijn om de noodzakelijke veranderingen in de systemen en processen te kunnen doorvoeren.

Wat zal SEPA echter betekenen voor de dagelijkse praktijk van thuiswinkeliers? Binnen SEPA is een aantal producten gedefinieerd waarmee iedereen die betaalt of betalingen ontvangt te maken zal krijgen.

3.6.1 SEPA Credit Transfer (SCT)

De SEPA Credit Transfer maakt iedere overschrijving uniform wat betreft de vorm, de procedure en de kosten. Een thuiswinkelier kan op één rekening betalingen uit SEPA-landen ontvangen. De credit transfer is eind januari 2008 uitgerold, en is daarmee de eerste tastbare verandering voor thuiswinkeliers en consumenten. Thuiswinkeliers dienen nu hun IBAN- en BIC-nummer te communiceren om via de SEPA Credit Transfer betaald te kunnen worden.

3.6.2 SEPA Direct Debit (SDD)

SEPA Direct Debit (SDD) is de Europese variant van de huidige incasso. Bij implementatie wordt het dus mogelijk om in andere landen – de SEPA landen- te incasseren. Er wordt een aantal maatregelen ingevoerd om de consument te beschermen: de incassant heeft een getekende goedkeuring ('machtiging' of 'mandate' in het Engels) nodig van de consument en zal deze actief en vooraf informeren alvorens te incasseren. De éénmalige incasso bestaat bij SEPA alleen schriftelijk en kent een storneringstermijn van 0 dagen. Het probleem bestaat er dan uit dat er geen oplossing is voor betalen op afstand via internet of telefoon. Dit betekent dat pas bij het invoeren van de elektronische variant, de zogenaamde e-mandate, de voordelen gaan ontstaan voor web shops. Thuiswinkel.org dringt daarom sterk aan op de invoering van deze e-mandate, die aanvullend aangeboden kan worden naast de Europese online banking betaalmethode.

3.6.3 SEPA Cards Framework (SCF)

Voor creditcards wordt geen nieuw product geïntroduceerd, maar wordt uitgegaan van de reeds bestaande en succesvolle kaart 'schemes'. Wel worden er wijzigingen gerealiseerd ten aanzien van onder andere beheer ('governance'), acceptatie ('any card at any terminal') en beveiliging (EMV in het geval van Card Present transacties, zie paragraaf 3.2.2. over fraudemaatregelen). Dit maakt dat het SCF ieder kaart scheme raakt in Europa, zowel internationaal (bijvoorbeeld Maestro van MasterCard en V-pay van Visa) als nationaal (bijvoorbeeld PIN en Bancontact/MrCash). Het risico bestaat dat de markt gedomineerd gaat worden door slechts enkele aanbieders. Zowel de Europese Centrale Bank en de Europese Commissie verwelkomen initiatieven op dit gebied zoals EAPS, Monnet en Payfair. Het is maar de vraag of deze nieuwe initiatieven succesvol zullen worden.

Er is ruimte voor nieuwe schemes, hetgeen door de thuiswinkelbranche wordt verwelkomd zolang het leidt tot meer keus en concurrentie consumenten en thuiswinkeliers. Het SCF gaat overigens niet over tarifiering van kaarten (bijv. interchange). Dit blijft dus een aandachtspunt voor de thuiswinkeliers.

3.6.4 SEPA en e-SEPA

De wijzigingen in de betaalproducten zoals hierboven beschreven worden pas echt interessant voor thuiswinkeliers zodra de elektronische kanalen ervan beschikbaar zijn. Met andere woorden: de voordelen en kansen voor efficiëntere bedrijfsvoering bij thuiswinkeliers treden pas op bij e-SEPA.

Voor thuiswinkeliers zal de SEPA Online Payment (SOP) gebruik maken van een SEPA Credit Transfer (SCT) en zal de e-Mandate (elektronische machtiging voor incasso) gebruik maken van SEPA Direct Debit (SDD).

3.7 Online incasso (SDD) en online betalen (credit transfer) met Europees bereik

3.7.1 Online betalen (credit transfer) met Europees bereik

iDEAL is een groot succes in Nederland. Thuiswinkeliers willen de grenzen verleggen en activiteiten in het buitenland ontplooiën. De uitrol van een Europese variant van iDEAL is van groot belang voor de ontwikkeling van crossborder online winkelen. Dit betekent dat ook buitenlandse klanten op een iDEAL-achtige wijze moeten kunnen betalen in hun eigen internetbankieromgeving.

De aanstaande introductie van SEPA betaalproducten biedt grote kansen en zou hiervoor een goede basis moeten zijn. Op dit moment zijn het tijdpad en de specificaties van SEPA Online Payment (SOP) onduidelijk. Wel is er een 'framework' in ontwikkeling bij de European Payments Council (EPC), maar de omzetting in aantrekkelijke Europese producten lijkt nog ver weg. De thuiswinkelbranche roept EPC en de Europese banken op snel met de introductie van een Europese iDEAL-variant te komen.

3.7.2 Online machtiging voor Europese incasso (SDD) met Europees bereik

Incasso's online is nog steeds een 'grijs gebied' aangezien het vandaag nog niet mogelijk is om een geldige machtiging digitaal te verkrijgen. Er zijn momenteel door de financiële instellingen nog geen regels opgesteld voor de z.g. 'internetincasso' of 'telefonische incasso'.

Thuiswinkeliers willen daarom de mogelijkheid digitaal machtigingen te ontvangen, zodat hiermee nationale en later Europese incasso's (SDD) mogelijk zijn. De thuiswinkelbranche wil actief bijdragen aan het versnellen van iedere ontwikkeling in de richting van elektronische mandaten.

3.8 Succesvolle introductie van elektronisch factureren

Ontwikkelingen op het gebied van Electronic Bill Presentment and Payment (EBPP), in Nederland ook bekend onder 'Standaard Digitale Nota', zijn vooral bedoeld voor grote verzenders van facturen met een repeterend karakter. Inmiddels zijn alle banken aangesloten, maar moeten alle consumenten nog wel per verzender toestemming geven om facturen elektronisch te mogen ontvangen. Er blijft dus behoefte aan factureren voor 'kleine' verzenders langs kanalen met een groot bereik (bijvoorbeeld e-mail) tegen een lagere kostenstructuur waarbij veilig en direct betaald kan worden en waarbij alle banken meedoen. Ondersteuning bij verdere marktpenetratie van o.a. iAccept en AcceptEmail door financiële instellingen is daarom zeer gewenst. Deelbetalingen en repeterende betalingen worden hiermee ook voor alle thuiswinkeliers toegankelijk. Tevens kunnen contactcenters hun propositie verrijken met betaalmogelijkheden, omdat creditcard- en incassotransacties middels elektronische facturen naar het internetkanaal zijn te brengen (minder fraude en lagere tarieven).

3.9 Een gezamenlijke aanpak van internetfraude

Internetfraude is een groeiend probleem, vooral ook omdat de thuiswinkelmarkt blijft groeien. Fraude vindt op diverse manieren plaats, via onder meer gestolen creditcardnummers, storneringen van incasso's, chargebacks, verkeerde leveringen of het 'zoekraken' of slecht bezorgen van leveringen. Momenteel moet iedere thuiswinkelier zijn eigen fraudemaatregelen nemen, hierbij ondersteund door diverse externe dienstverleners. Financiële instellingen hebben ook hun eigen bestrijdingsprogramma's (zie ook 3.2.2). Zowel de consument, de banken als de thuiswinkelier hebben de verantwoordelijkheid dit te voorkomen.

Banken zouden online banking en online banking met e-payment (iDEAL) zoveel mogelijk kunnen stimuleren, al dan niet in combinatie met een gekoppelde levering (Checkpay, de elektronische, nieuwe variant van rembours). Identificatie van de koper vindt immers plaats voor de betaling in de eigen internetbankieromgeving. Voor iDEAL zou het accent daarbij moeten liggen op het signaleren van frauduleuze webwinkeliers die (helemaal) niet leveren. Het zou goed zijn informatie hierover uit te wisselen met Thuiswinkel.org en creditcardmaatschappijen. Bij credit cards vindt identificatie plaats via de website van de webwinkelier of zijn payment service provider. Deze configuratie geeft veel meer ruimte voor fraude (man in the middle).

Thuiswinkeliers zijn gehouden aan de Wet Bescherming Persoonsgegevens die voorschrijft dat de gegevens van consumenten zorgvuldig en veilig bewaard dienen te worden. Hoe meer gegevens zij vragen, hoe meer data er veilig bewaard moeten worden. Webwinkeliers zijn echter vaak genoodzaakt tot het vragen van deze gegevens om identiteitsfraude tegen te gaan. Geboortedata zouden bijvoorbeeld bij voorkeur niet gevraagd moeten worden, maar in de huidige webverkoop is dit vaak essentieel voor bepaalde producten en/of diensten, ook waar (gedeeltelijke) achterafbetaling wordt aangeboden.

Tot slot wordt er met diverse partijen overleg gevoerd hoe en in hoeverre fraudepreventie en bestrijding gezamenlijk aangepakt kunnen worden door alle belanghebbenden (thuiswinkeliers, financiële instellingen, justitie en dienstverleners). Verder onderzoek is hier nodig.