

Fit For the Future als zakelijke succesfactor



vodafone
business

CONTENTS

WAT ZAKELIJK SUCCES EN FIT FOR THE FUTURE MET ELKAAR TE MAKEN HEBBEN.

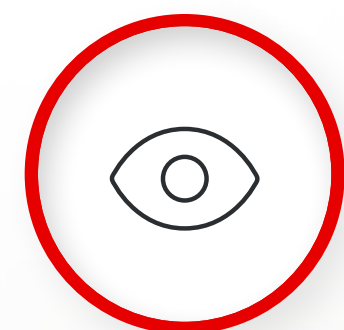
Vodafone Business heeft als missie om ondernemers te helpen succesvol te zijn in een steeds digitaler wordende wereld. Om dat te kunnen doen, willen we weten wat succes bepaalt, nu en in de toekomst. Elk jaar onderzoeken wij wat bepaalde bedrijven Fit For the Future (FFtF) maakt en waarom ze succesvoller zijn dan veel andere bedrijven.

FFtF is een zakelijke succesfactor geworden. De term FFtF staat voor een zekere fitheid en flexibiliteit waarmee een organisatie uitdagingen beter aan kan. Een staat van 'klaar voor de toekomst' die veel ondernemers nastreven: wie met zijn of haar bedrijf en medewerkers bovengemiddeld scoort op een aantal criteria, maakt de kans op succes aantoonbaar groter. We zagen die link tussen 'readiness' en succes bijvoorbeeld in de snelheid en het succes waarmee sommige bedrijven aan het begin van de pandemie omschakelden naar vormen van hybride werken.



IN ONZE FFTF-ONDERZOEKEN ZAGEN WIJ DAT ER EEN SERIE VAN ZES EIGENSCHAPPEN IS DIE DEZE FFTF-BEDRIJVEN MET ELKAAR GEMEEN HEBBEN C.Q. DIE ZIJ ZICHZELF TOEDICHTEN.

FIT FOR THE FUTURE



Positieve instelling tegenover verandering. Ze zien verandering als een kans en zijn enthousiast over de toekomst.



Open voor nieuwe technologie. Ze begrijpen dat technologie kan helpen om zakelijke uitdagingen op te lossen.



Plannen voor technologie. Ze hebben routekaarten opgesteld voor hoe technologie hun werkwijze kan veranderen.



Gedetailleerde strategieën. Ze hebben bredere bedrijfsstrategieën voor de toekomst die gedocumenteerd zijn, specifiek, gefinancierd en gebaseerd op cijfers.



Ze zijn op de hoogte van nieuwe trends. Ze proberen de krachten te begrijpen waaraan hun bedrijf onderhevig is. En ze krijgen hulp van belangrijke opinieleiders.



Flexibel. Ze kunnen snel reageren op nieuwe trends of uitdagingen en brengen hun producten of diensten sneller op de markt dan andere bedrijven.

Deze zes factoren maken een heel verschil, tussen succes en falen. FFtF-bedrijven reageren niet alleen op verandering - ze zien verandering als een kans! Door een onbedwingbare drang naar beter helpen ze de wereld van morgen vorm te geven voor klanten en de samenleving.

Dit jaar is ons onderzoek extra relevant. Want hoe gaan bedrijven – met name succesvolle bedrijven om met deze tijd van opeenvolgende crises? Guess what: het onderzoek van dit jaar laat zien dat het de Fit For the Future bedrijven zijn die in hun markt en sector de outperformers zijn.

ONDERZOEK: DRIE THEMA'S

Ons FFtF-onderzoek is uitgevoerd onder 3.101 bedrijven in 15 landen. In Nederland namen 322 bedrijven deel aan een online enquête. Het onderzoek belicht dit jaar specifiek drie thema's: **duurzaamheid, innovatie en bedrijfsveerkracht & cyberveiligheid.**



01 DUURZAAMHEID

We zien dat de meeste bedrijven stellen dat duurzaamheid weliswaar een strategisch doel voor hen blijft, maar dat hun inspanningen worden gehinderd door economische overwegingen. Ze zijn druk! Ze steken meer energie in het voldoen aan de verwachtingen van de klanten wat betreft snellere service en producten van hogere kwaliteit dan op duurzaamheidsinitiatieven op de lange termijn. Maar FFtF-bedrijven zien daarnaast ook meer zakelijke kansen in duurzaamheid. Over IoT zeggen zij vaker dan niet-FFtF-bedrijven: "Kan wereldwijde uitdagingen oplossen zoals waterbesparing, voedselschaarste, natuurbescherming en problemen met de mondiale toeleveringsketens." Vasthouden aan duurzaamheidsdoelen is dus niet alleen goed voor de aarde, maar ook beter voor de bedrijven zelf.

Zijn deze succesvolle FFtF-ondernemers met een duurzaamheidsagenda eenzame strijders? Zeker niet, ze zien juist dat ze het niet alleen kunnen.

We zien onder de ondernemers dat er steeds meer behoefte is aan samenwerking bij het aangaan van duurzaamheidsuitdagingen. Veel bedrijven zien klimaatverandering nu als onvermijdelijk, en beschouwen samenwerking tussen bedrijven en sectoren als essentieel om ons eraan aan te passen. **Bedrijven zullen dus duurzaamheid nog meer moeten omarmen en de samenwerking zoeken. Ze geven aan dat ze vermoeden dat technologie een cruciale motor voor verandering zal zijn.**

Het zijn misschien geen eenvoudige tijden – er zijn talloze uitdagingen. Duurzaamheid is geen luxe, geen hobby van wereldverbeteraars. Duurzaamheid is niet alleen je CO₂-uitstoot verlagen. Het is veerkracht, schoner ondernemen, producten ontwikkelen die langer meegaan, denken in groenere ketens, in circulariteit.

02 INNOVATIE & IoT

Over innovatie is een duidelijke conclusie te trekken. FFtF-bedrijven hebben vaker een gestructureerde aanpak van innovatie en erkennen tegelijkertijd dat iedereen een rol moet spelen. **Bij 77 procent van de FFtF-bedrijven is er een gedefinieerde strategie voor innovatie, tegen 47 procent bij het gemiddelde van bedrijven.**



03 BEDRIJFSVEERKRACHT & CYBERVEILIGHEID

Bedrijven in Nederland lopen achter op het wereldwijde gemiddelde qua 'maturity' van de cyberbeveiliging: 16 procent geeft toe er niet veel over nagedacht te hebben. Slechts 25 procent van de bedrijven (FFtF-bedrijven: 39 procent) heeft een duidelijk plan voor cyberbeveiliging en heeft de meeste van de geplande maatregelen genomen. Internationaal ligt dit percentage op 35 procent.

Kortom: duurzaamheid, innovatie en bedrijfsveerkracht & cyberveiligheid zijn terreinen waarop we talloze kansen en inzichten hebben gevonden. Drie terreinen waarom Vodafone Business ondernemers kan helpen succesvoller te zijn in een uitdagende, digitaler wordende wereld. Kortom, om echt Fit For the Future te worden.

01

Thema: Duurzaamheid

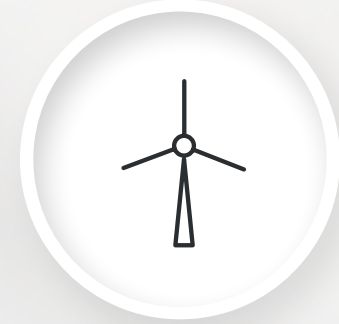


WAT BEDOELEN ONDERNEMERS ALS ZE 'DUURZAAMHEID' ZEGGEN?



36 procent bedoelt 'zakelijke duurzaamheid'

- Veel bedrijven verstaan onder duurzaamheid de blijvende, positieve impact die ze kunnen hebben op werknemers, onderwijs, vaardigheden en lokale gemeenschappen. Duurzaamheid betekent voor hen ook 'built-to-last' producten en veerkrachtige toeleveringsketens kunnen aanbieden.



40 procent bedoelt 'verlaging van de co2-uitstoot'

- Denk aan het verbeteren van de energie-efficiëntie, meer hernieuwbare energie gebruiken, het verminderen van fossiele brandstoffen en het minimaliseren van afval.



16 procent bedoelt 'duurzame ecosystemen'

- Denk aan de overstap naar een duurzame bedrijfsvoering. Dat kan gebruik van elektrische voertuigen betekenen, beter afvalwaterbeheer, duurzamere productiematerialen of overgaan naar duurzame toeleveranciers.

Hoewel een aanzienlijk deel van de bedrijven in Nederland gelooft dat klimaatverandering onvermijdelijk is, **heeft slechts ongeveer een derde (32 procent) tot dusver maatregelen genomen om zich aan te passen.** Grote bedrijven wat meer dan kleine. Wat voor maatregelen namen zij? Denk aan 'Planning voor extreme weersomstandigheden' en 'Meer veerkracht inbouwen in technologie en andere systemen'.



van de bedrijven heeft tot dusver actie ondernomen op het gebied van 'aanpassing' aan de klimaatverandering

Meest voorkomende acties



Aandacht voor gezondheid en welzijn van werknemers



Planning voor extreme weersomstandigheden



Meer veerkracht inbouwen in technologie en andere systemen



Veranderingen in werkpatronen

NIET MIJN PROBLEEM!

Waarom zou een ondernemer duurzaamheid stimuleren? Minder dan een derde van de Nederlandse bedrijven (30 procent) ziet het als 'hun' probleem. Maar er zijn signalen dat grotere bedrijven meer bereid zijn het voortouw te nemen. Veel ondernemers zien het als een zaak voor andere bedrijven, industrieën of de overheid.

Hoewel ze niet graag de verantwoordelijkheid nemen, zijn 5 van de 10 bedrijven het er toch mee eens dat **meer samenwerking tussen organisaties nodig is**. Ruim de helft (52 procent) van de bedrijven in Nederland vindt dat 'meer samenwerking tussen organisaties nodig is om de grootste duurzaamheidsuitdagingen in het bedrijfsleven te overwinnen. Dit is aanzienlijk lager dan het mondiale gemiddelde (71 procent).

De noodzaak van grotere samenwerking

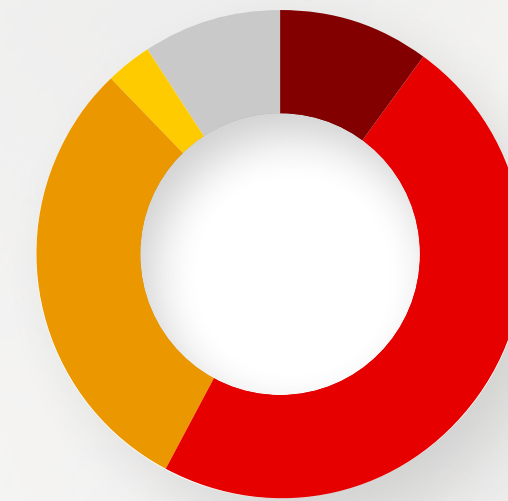


% is het ermee eens dat 'meer samenwerking tussen organisaties nodig is om de grootste duurzaamheidsuitdagingen in het bedrijfsleven volledig te overwinnen'

▼ Dit is aanzienlijk lager dan het mondiale gemiddelde (71%)

Weinig bedrijven in Nederland (slechts 10 procent) denken dat het 'heel eenvoudig' zal zijn om de komende tien jaar meetbare vooruitgang te boeken op het gebied van duurzaamheid. **Fit For The Future-bedrijven vinden de vooruitgang op het gebied van duurzaamheid in de komende 10 jaar eenvoudiger dan niet-Fit For The Future bedrijven.**

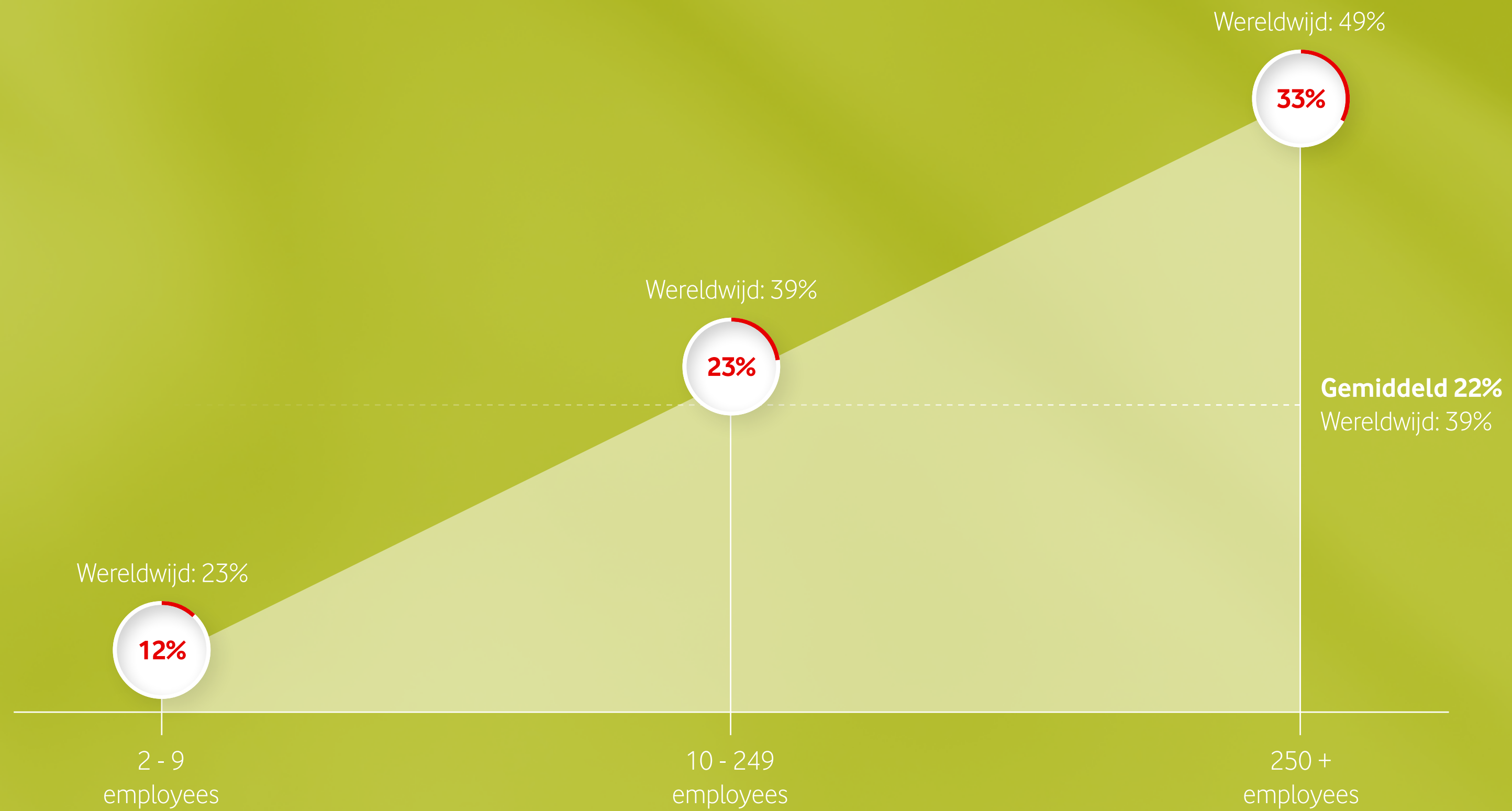
Vermeend gemak om meetbare vooruitgang te boeken in duurzaamheid in de komende 10 jaar:



- 10% - Heel duidelijk
- 48% - Redelijk duidelijk
- 30% - Een beetje moeilijk
- 3% - Heel moeilijk
- 9% - Ik weet het niet/niet zeker

Bedrijven in Nederland zijn sceptischer dan het mondiale gemiddelde over de mate waarin zij zich op duurzaamheid kunnen onderscheiden.
Is duurzaamheid potentieel een onderscheidende factor? Ja, zegt 12 procent van de kleine mkb-bedrijven (mondiaal: 23 procent), net als 23 procent van grotere mkb'ers (mondiaal: 39 procent). Grote bedrijven van 250+ werknemers zien meer kansen: 33 procent ten opzichte van 49 procent mondiaal.

Mate waarin duurzaamheid door bedrijven wordt gezien als een potentiële onderscheidende factor



WAAROM ZOU EEN BEDRIJF NIET AAN DUURZAAMHEID DOEN?

Dit zijn de vijf meest genoemde obstakels:

Top vijf obstakels voor vooruitgang op het gebied van duurzaamheid (willekeurige volgorde)



Duurzaamheid is geen vereiste voor onze klanten



Onduidelijkheid over de omvang van de vereiste veranderingen



Te weinig zichtbare/tastbare voordelen voor onze organisatie



De 'verkeerde' keuzes maken over groene technologie



Duurzaam zijn zou de winstgevendheid verminderen

FFTF-BEDRIJVEN MAKEN MEER DAN GEMIDDELD WERK VAN:



Kwantificering van CO2-uitstoot voor verschillende onderdelen van onze activiteiten



Hernieuwbare energiebronnen gebruiken



Gebruik van gerecycleerd materiaal / hergebruik van afvalproducten



Beoordelen van toeleveranciers en partners

WAT ONDERSCHIEDT FFTF-BEDRIJVEN OP HET GEBIED VAN DUURZAAMHEID?

1



FFtF-bedrijven zijn meer geneigd om het voortouw te nemen bij het stimuleren van verbeteringen op het gebied van duurzaamheid.

47 procent van de FFtF-bedrijven in Nederland (tegenover 30 procent in totaal) zegt dat 'bedrijven zoals het onze' verantwoordelijk moeten zijn voor het aanjagen van verbeteringen. Maar er is ook verband met bedrijfsgrootte, waarbij grotere bedrijven meer bereid zijn het voortouw te nemen.

2



FFtF-bedrijven zijn optimistischer over hun vermogen om vooruitgang te boeken op het gebied van duurzaamheid.

In vergelijking met bedrijven die niet FFtF zijn, denken bedrijven die dat wel zijn iets vaker dat de vooruitgang op het gebied van duurzaamheid in de komende 10 jaar eenvoudig zal zijn - zij zien duurzaamheid ook veel vaker als een potentiële kans om zich te onderscheiden

3



FFtF-bedrijven zien een aanzienlijk potentieel voor technologie als optimalisator en katalysator voor verandering.

Zij zien eerder potentieel in het IoT om mondiale problemen zoals waterbesparing, voedselschaarste en natuurbescherming op te lossen.

02

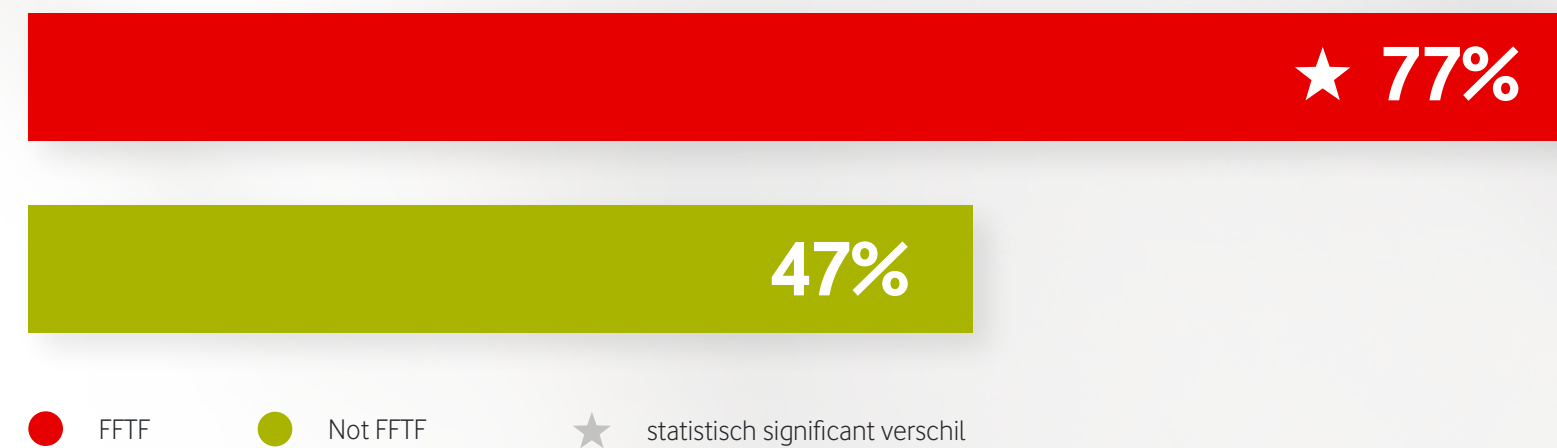
Thema: Innovatie en IoT



EEN GESTRUCTUREERDE INNOVATIE- AANPAK

FFtF-bedrijven hebben **vaker een gestructureerde aanpak van innovatie** en erkennen tegelijkertijd dat iedereen een rol moet spelen. Bij 77 procent van de FFtF-bedrijven is een gedefinieerde strategie voor innovatie, tegen 47 procent bij het gemiddelde van bedrijven.

% dat een gedefinieerde strategie voor innovatie heeft



Van FFtF-bedrijven die hebben geïnvesteerd in IoT vindt 40 procent dat hun verwachtingen zijn overtroffen, maar bij niet-FFtF-bedrijven is dit 25 procent.

Percentage dat voordelen van het IoT boven verwachting vindt



IoT is een van de toptechnologieën die naar verwachting de innovatieplannen van bedrijven zullen ondersteunen. In vergelijking met andere innovaties zien bedrijven in Nederland de toepassing van het IoT vooral als een besparing op arbeidskosten, maar ook als een middel om nieuwe markten te ontsluiten. **FFtF-bedrijven zien meer mogelijkheden voor het gebruik van IoT-technologie - met name voor monitoring, optimalisatie & automatisering van processen dan non-FFtF-bedrijven.**

De zakelijke drijfveren achter invoering van IoT-technologie zijn gekoppeld aan de geïdentificeerde specifieke use cases

Aanjager	Use Cases
Verbetering van efficiëntie	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteitscontrole • Procesautomatisering • Procesoptimalisatie • Optimalisatie toeleveringsketen/logistiek
Verbetering van de klantervaring en -loyaliteit	<ul style="list-style-type: none"> • Procesautomatisering • De betrokkenheid van klanten verbeteren
Inzichten uit analytics gebruiken om de besluitvorming te verbeteren	<ul style="list-style-type: none"> • Onderzoek en bewaking • Procesbewaking en -optimalisatie • Processimulatie en 'digital twins' • Virtual, augmented en extended reality
Aanbod op maat voor klanten	<ul style="list-style-type: none"> • Volgen en bewaken van activa

WAT ONDERSCHIEDT FFTF-BEDRIJVEN OP HET GEBIED VAN INNOVATIE?

1



FFtF-bedrijven associëren 'innovatie' het vaakst met het ontwikkelen van creatieve oplossingen.

Bijvoorbeeld innovatieve bedrijfsprocessen ontwikkelen, producten en diensten toesnijden op de behoeften van de klant, bedrijfsproblemen creatief oplossen en een innovatieve benadering van klantinteracties.

2



FFtF-bedrijven hebben een gedefinieerde strategie voor innovatie, en leiders zien het als prioriteit.

De FFtF-bedrijven zijn het er vaker dan anderen mee eens dat iedereen in het bedrijf innovatie steunt en dat innovatie van verschillende mensen afkomstig is - het is belangrijk dat de innovatiestrategie niet exclusief is of ontoegankelijk voor de bredere onderneming en de klanten.

3



FFtF-bedrijven zijn zich bewust van het effect van de technologie die ze gebruiken op de maatschappij.

Een derde zegt dat de impact van de technologie die zij gebruiken 'top of mind' is, vergeleken met een kwart van alle bedrijven.

4



FFtF-bedrijven zien meer potentieel in het gebruik van IoT - niet alleen als aanjager van efficiëntie.

40 procent van de FFtF-bedrijven die IoT-technologie hebben ingevoerd, zegt dat deze hun verwachtingen heeft overtroffen - deze bedrijven verhogen nu hun budgetten en richten zich op schaalvergroting; FFtF-bedrijven zien beduidend vaker mogelijkheden voor IoT-systemen die verder gaan dan pure efficiëntieverhoging.

03

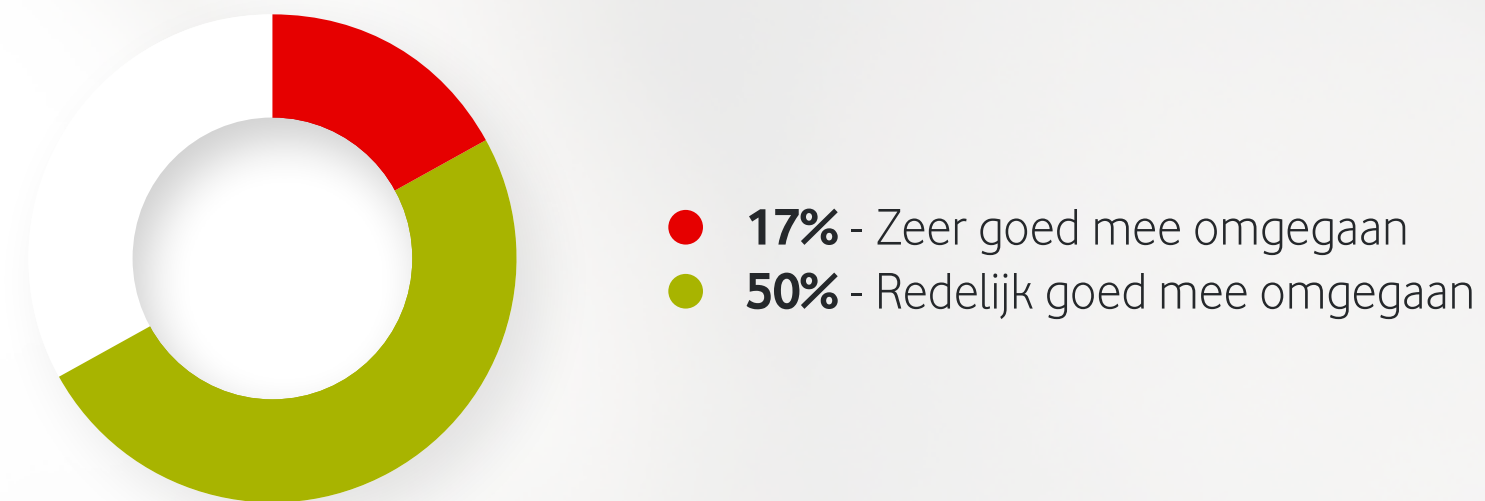
**Thema:
Bedrijfsveerkracht
& cyberveiligheid**



FFTF-BEDRIJVEN BETER VOORBEREID OP INCIDENTEN

Bedrijven in Nederland zeggen goed te kunnen omgaan met bedrijfsverstoringen, maar het percentage grote ondernemingen dat denkt goed voorbereid te zijn om risico's en uitdagingen het hoofd te bieden, daalt. **66 procent** van de bedrijven in Nederland zegt dat wanneer zich in de afgelopen 12 maanden een bedrijfsverstoring heeft voorgedaan, zij daar goed mee om wisten te gaan. Wereldwijd was dit gemiddeld **53 procent**.

Hoe bedrijven tot dusver omgaan met verstoringen (excl. COVID)

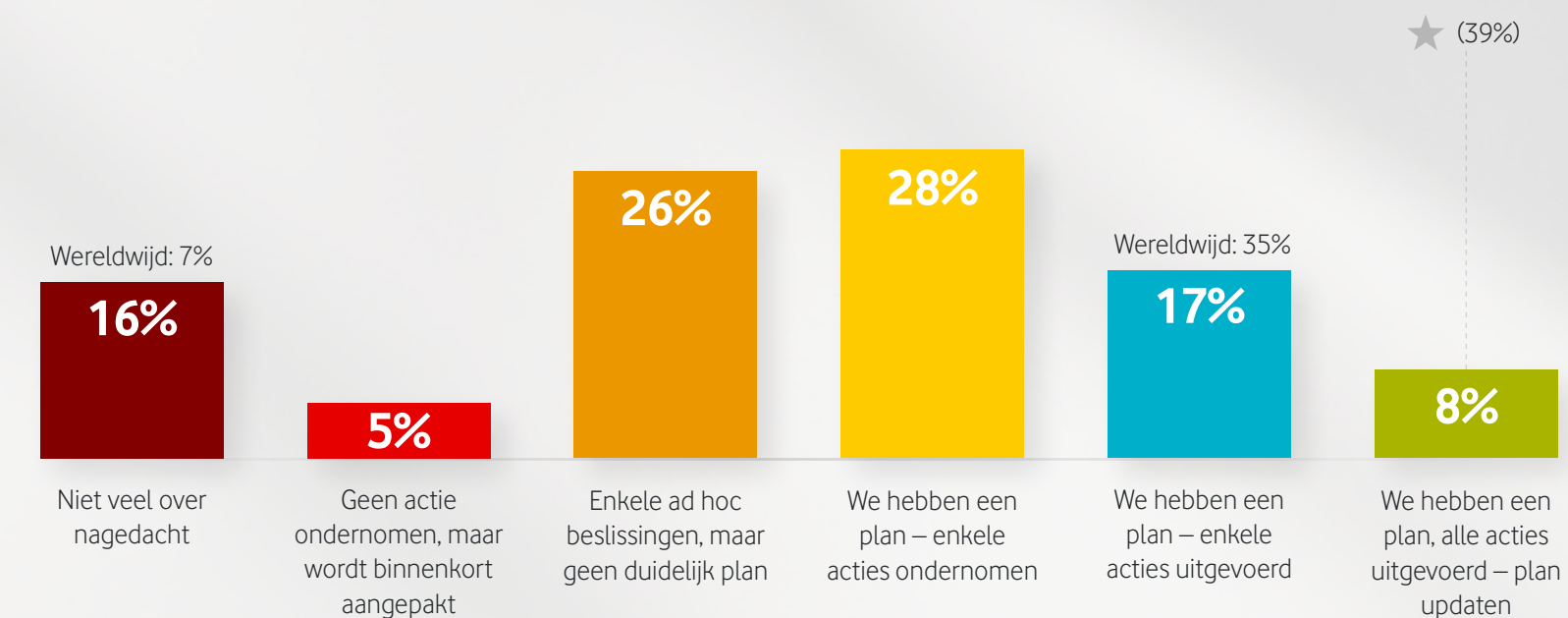


Welke risico's zien bedrijven? Economische risico's worden veel genoemd, maar ook een reeks andere opkomende risico's, waaronder arbeidsrisico's, het milieu en uitdagingen in verband met opkomende technologie. Cybersecurity was de 9e hoogste prioriteit (van de 9) waarvan bedrijven aangaven dat zij hun veerkracht moesten verbeteren.

In Nederland lopen we dan ook flink achter op het wereldwijde gemiddelde qua 'maturity' van de cyberbeveiliging: 16 procent geeft toe er niet veel over nagedacht te hebben. Slechts 25 procent van de bedrijven (**FFtF-bedrijven: 39 procent**) heeft een duidelijk plan voor cyberbeveiliging en heeft de meeste van de geplande maatregelen genomen.

Dat komt omdat 29 procent van de bedrijven denkt dat zij vast niet getroffen zullen worden door cyberbeveiligingsproblemen en zich dus niet hoeven voor te bereiden op incidenten! **Overigens zijn FFtF-bedrijven wel aanzienlijk vaker 'zeer goed voorbereid' met allerlei incidentbestrijdingsmaatregelen dan non-FFtH-bedrijven.**

Cyberbeveiliging: Zelfgerapporteerd volwassenheidsniveau



★ Significant hoger voor FFtF-bedrijven

Slechts **25%** van de bedrijven heeft een duidelijk plan voor cyberbeveiliging en heeft de meeste van de geplande maatregelen genomen

Hoewel cyberveiligheid voor Nederlandse bedrijven dus (nog) geen hoge prioriteit heeft, zien de meeste bedrijven de toenemende ernst van cyberdreigingen in. De dreiging van cybercriminaliteit neemt volgens ondernemers toe, door drie zaken:

- Kans voor cybercriminelen om geld te verdienen aan aanvallen
- Acties van vijandige buitenlandse regeringen/cyber-'oorlogsvoering'
- Gemakkelijke toegang tot instrumenten om aanvallen te plegen

WAT ZIJN DE UITDAGINGEN DIE BEDRIJVEN ZIEN ALS HET OVER CYBERDREIGING GAAT? DE TOP 5:



Veiligheid in de cloud



Bescherming van gevoelige bedrijfs- en persoonlijke gegevens



Beveiliging van alle verschillende apparaten in ons bedrijf (incl. mobiele, persoonlijke, IoT-apparaten enz.)



Bestrijding van ransomware en andere malware



Ervoor zorgen dat alleen geautoriseerde mensen toegang tot onze systemen hebben

% ranking binnen de top 5 (van de 15 getest)

32%

32%

31%

31%

30%

% 'zeer veel vertrouwen' in het vermogen van de organisatie om het probleem aan te pakken

27%

43%

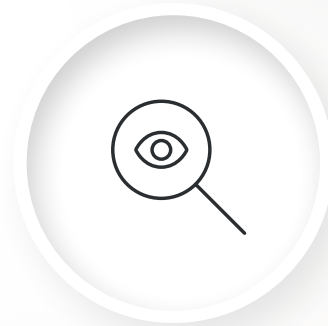
30%

28%

36%

SAMENWERKING TUSSEN ORGANISATIES ESSENTIEEL BIJ CYBERBEVEILIGING

Andere uitdagingen ziet men in de veiligheid in de waarde-/toeleveringsketens. Veel Nederlandse bedrijven controleren hun toeleveranciers onvoldoende of maken geen noodplannen. Er lijkt wel verbetering op komst: 49 procent van de bedrijven is het ermee eens dat er 'meer samenwerking tussen organisaties moet zijn om uitdagingen op het gebied van cyberbeveiliging aan te pakken'. Samenwerking met toeleveranciers wordt veel genoemd.



Slechts **24 procent** van de bedrijven **actualiseert hun beveiligingsaudits** van toeleveranciers **regelmatig**

★ (44%)



51 procent van de bedrijven zei dat zelfs als een toeleverancier een beveiligingsprobleem of lek had, ze **waarschijnlijk daarmee zouden blijven werken**.



Dit kan deels te wijten zijn aan een **gebrek aan alternatieven**: Slechts **25 procent** (FFtF-bedrijven: 52 procent) vindt dat ze 'zeer goed voorbereid' zijn wat betreft het hebben van alternatieve/vervangende leveranciers in geval van een cyberbeveiligingsprobleem

★ (52%)

★ FfTF-bedrijven significant hoger

Aandachtspunt: cloud

Van de 20 verschillende technologieën waarover gevraagd werd, **stond cloud-gerelateerde technologie** in de top van gebieden waarvan de beveiliging als zwak wordt ervaren.



Cloud based/
hosted servers



Software voor cloud-
toepassingen (SaaS)

% bedrijven dat op zijn minst enkele zwakke punten noemde die investeringen vereisen

Maatregelen tegen bedreigingen van cloudtechnologie worden zeer inconsequent genomen - laten veel te wensen over, zelfs bij FFtF-bedrijven...



Slechts **23 procent** van de bedrijven met cloud technologieën gebruikt **vulnerability assessment-diensten***

★ (28%)

*Diensten die helpen bij de identificatie en correctie van gebreken in de configuratie/patching van technologie die opzettelijk of onopzettelijk kunnen worden uitgebuit (NEW2022_47)



Slechts **20 procent** van de bedrijven met cloud technologieën gebruikt **penetratie-testdiensten***

*Ethische 'hacking'/aanvalsimulatieoefening uitgevoerd om cyberbeveiligingscapaciteiten te beoordelen (NEW2022_47)

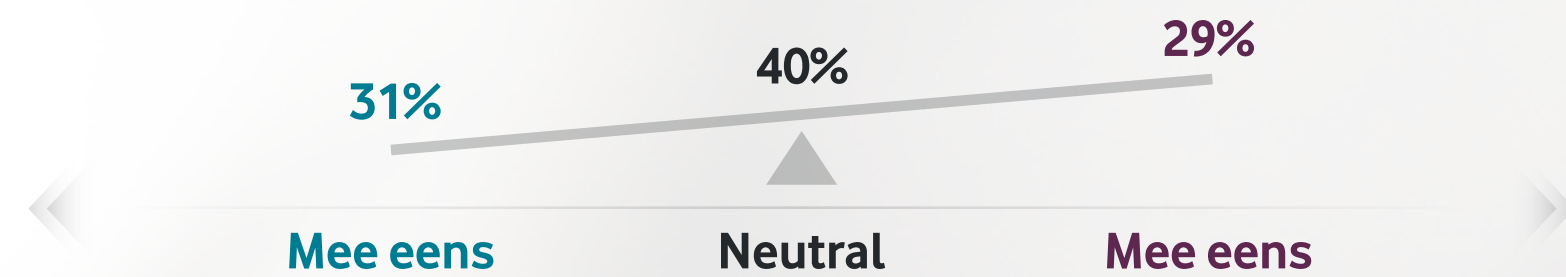
★ FfTF-bedrijven

FFTF-BEDRIJVEN ZIEN CYBERBEVEILIGING ALS KATALYSATOR VOOR INVOERING NIEUWE TECHNOLOGIE.

29 Procent van de bedrijven denkt dat zij vast niet getroffen zullen worden door cyberbeveiligingsproblemen en zich dus niet hoeven voor te bereiden op incidenten!

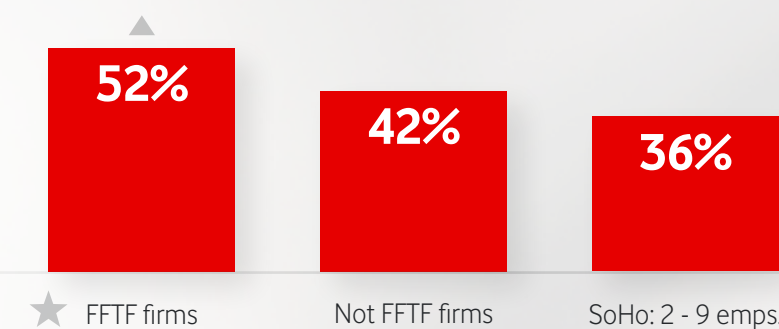
'Het is **waarschijnlijk dat onze** organisatie te maken krijgt met cyberbeveiligingsproblemen en we moeten **voorbereid** zijn op een incident.'

'Het is **onwaarschijnlijk dat onze organisatie** te maken krijgt met cyberbeveiligingsproblemen, dus we hoeven niet **voorbereid** te zijn op een incident.'



% dat het eens is met elke stelling NEW2022_55

Hoopgevend: hoewel cyberbeveiliging een aanzienlijke last en kostenpost kan zijn, zien Fit For the Future-bedrijven dit duidelijker als een katalysator voor de invoering van nieuwe technologie.

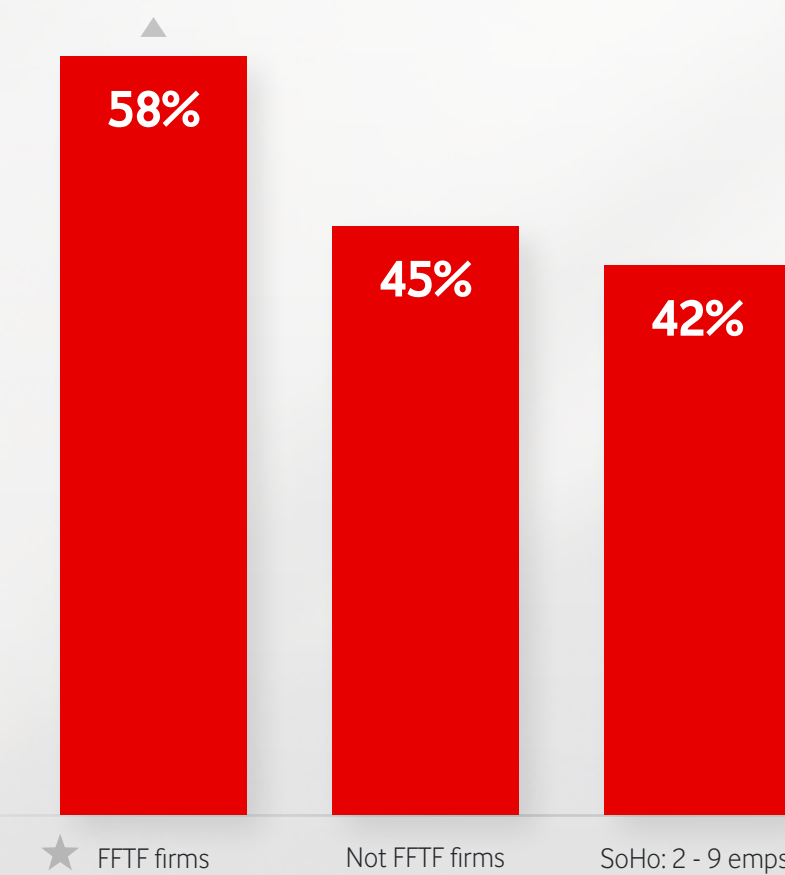


'Wij zien informatiebeveiliging als iets wat **nieuwe kansen scheidt**, in plaats van een obstakel.'

% dat het eens is met de stelling. NEW2022_53

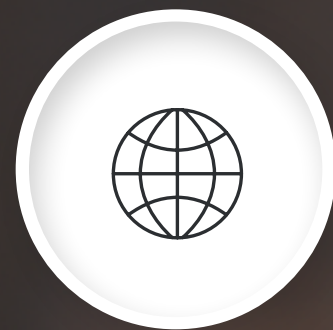
CYBERBEVEILIGING ALS ONDERSCHIEDENDE FACTOR

Ook zien FFtF-bedrijven cyberbeveiliging vaker als een **potentiële onderscheidende factor bij het binnenhalen van nieuwe opdrachten**. "Een goede reputatie op het gebied van informatiebeveiliging is een **onderscheidende factor waarmee we nieuwe klanten kunnen winnen**", zegt **58 procent van de FFtF-ondernemingen, tegen 45 procent van het gemiddelde bij bedrijven**.



WAT ONDERSCHIEDT FFTF-BEDRIJVEN OP HET GEBIED VAN CYBERBEVEILIGING?

1



FFtF-bedrijven zijn iets meer dan de meeste andere geneigd aandacht te geven externe risico's.

Dit zijn onder andere economische risico's en geopolitieke risico's/conflicten - FFtF-bedrijven zien deze risico's als belangrijke factoren in de noodzaak om hun bedrijf weerbaarder te maken.

2



FFtF-bedrijven lopen voor op de rest als het gaat om cyberbeveiliging.

Slechts 35 procent van de FFtF-bedrijven (vergeleken met 25 procent in totaal) heeft een duidelijk plan voor cyberbeveiliging en heeft de meeste van de geplande maatregelen genomen; FFtF-bedrijven hebben er ook meer vertrouwen in dat zij in staat zijn cyberbeveiligingskwesaties als databescherming en beveiliging in de cloud aan te kunnen.

3



De leidende positie van de FFtF-bedrijven blijkt uit het vertrouwen van hun stakeholders.

FFtF-bedrijven zijn iets vaker dan gemiddeld van mening dat stakeholders - zoals investeerders, klanten en zakenpartners - vertrouwen hebben in hun cyberbeveiligingsmaatregelen; FFtF-bedrijven zijn veel vaker dan gemiddeld geneigd hun beveiligingsaudits van toeleveranciers regelmatig te actualiseren en vinden dat zij zeer goed zijn voorbereid qua alternatieve toeleveranciers.

4



FFtF-bedrijven zijn optimistisch over de kansen die cyberbeveiliging hen kan bieden.

Zij zien informatiebeveiliging vaker als een middel om nieuwe kansen te scheppen, ondanks de aanzienlijke lasten en kosten; FFtF-bedrijven zien een goede reputatie op het gebied van informatiebeveiliging ook vaker als iets wat potentieel het verschil maakt.

TENSLOTTE: FFTF-BEDRIJVEN DOEN HET ÁNDERS!

Wat onderscheidt FFtF-bedrijven van andere bedrijven? Wat doen anders dan non-FFTH-bedrijven in moeilijke jaren?

Ze geven prioriteit aan het opstellen van een bedrijfscontinuïteitsplan, en vertrouwen erop. De instelling van deze organisaties speelt een grote rol om hen te helpen weerbaar te blijven, tijdens crisissen zoals de pandemie en de huidige prijsstijgingen en inflatie. FFtF-bedrijven hebben alles in het werk gesteld om een denkwijze te creëren die innovatie en kracht bevordert en rapporteerden daarom minder negatieve gevolgen voor hun bedrijf. Dit hebben ze gerealiseerd door zich aan te passen, open te staan voor nieuwe technologie, actief plannen voor de toekomst te maken en positief te blijven.

Die basishouding en die krachtige manier van ondernemen bepaalt ook de benadering van thema's als duurzaamheid, innovatie en security, zo blijkt uit dit onderzoek.

CONCLUSIE: FIT FOR THE FUTURE BEDRIJVEN ZIJN BETER IN STAAT CRISES HET HOOFD TE BIEDEN EN UITDAGINGEN IN DE TOEKOMST AAN TE GAAN. OOK ALS HET OM DUURZAAMHEID, INNOVATIE EN SECURITY GAAT.



Together we can
vodafone
business