



Ministerie van Economische Zaken
en Klimaat

Cybersecurity roadshow

Handreiking voor het organiseren van een
cybersecurity roadshow

digital trust
center.



Inhoud

Inleiding	2
Cybersecurity Roadshow	3
Doel.....	3
Enthousiasme slaat aan	3
Doelgroep.....	4
Lage volwassenheid	4
Hoge volwassenheid	4
Vorbereiding.....	4
Stakeholders mobiliseren	4
Maak gebruik van publieke organisaties	5
Zoek contact met private organisaties	5
Zorg voor eigenaarschap	6
Presentatie	6
Op maat gemaakt	6
Actualiteiten	7
Ervaringsverhalen	7
Praktisch handelingsperspectief bieden	7
Interactie	7
Demo's	8

Inleiding

Het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK) staat voor een duurzaam, ondernemend Nederland. We zetten ons in voor een uitstekend ondernemersklimaat en een sterke internationale concurrentiepositie. Digitalisering is een van de belangrijkste aanjagers om deze doelen te bereiken. Randvoorwaarde hierbij is dat ondernemers digitaal weerbaar zijn en hun digitale veiligheid op orde hebben. De risico's van cyberdreigingen zijn namelijk groot en vormen een bedreiging voor het ondernemersklimaat en de concurrentiepositie van ondernemers.

Uit onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) blijkt dat een op de vijf bedrijven in Nederland te maken heeft gehad met een hack of een computervirus. De helft van de getroffen bedrijven (met minstens tien medewerkers) heeft financiële schade geleden door een aanval. Om dit tegen te gaan is het belangrijk dat organisaties inzicht hebben in hun afhankelijkheden en kwetsbaarheden, zodat zij passende maatregelen kunnen nemen om digitaal weerbaarder te worden. Dat begint met bewustwording.

Bewustwording begint bij het besef dat je organisatie op veel manieren afhankelijk is van digitalisering. Bewustwording is noodzakelijk voordat iemand gemotiveerd is om over te gaan tot actie en om de eigen organisatie daarin mee te nemen.

In deze handreiking geven we je concrete handvatten en tips om een cybersecurity roadshow te organiseren voor ondernemers binnen je samenwerkingsverband.

Cybersecurity Roadshow

Roadshow presentaties zijn een klassieke aanpak om problematiek in te leiden. De samenstelling van een roadshow is erg afhankelijk van de desbetreffende doelgroep. Een aantal samenwerkingsverbanden zoals Stichting Cyber Safety Noord Nederland, Cyberweerbaarheid Limburg en CYSSEC organiseren regelmatig roadshows voor ondernemers. Hieronder een aantal tips die je kunnen helpen bij het organiseren van een roadshow



Doel

Om te beginnen is het heel erg belangrijk dat je het doel dat je wilt overbrengen richting de doelgroep wordt gedefinieerd. Een algemeen doel als: *'de digitale weerbaarheid van het MKB verhogen'*. Is bijvoorbeeld heel erg breed. Hoe ga je dit doel bereiken? Hoe je dit doel bereikt is tevens afhankelijk van de doelgroep. Zo zal een volwassen doelgroep bijvoorbeeld liever ingaan op specifieke kwetsbaarheden en de te nemen maatregelen. Een minder volwassen doelgroep zal echter veel meer geïnteresseerd zijn in praktische handvaten hoe ze veilig digitaal kunnen werken.

Enthousiasme slaat aan

De rol van de trekker van is erg belangrijk in het overbrengen van het doel van een roadshow. Wanneer de trekker van de roadshow er niet voor de volle 100% voor gaat zullen stakeholders en ondernemers minder makkelijk te mobiliseren zijn.

Doelgroep

Voor het organiseren van een roadshow is de te bereiken doelgroep erg belangrijk. Je wilt de mensen bereiken die gemotiveerd zijn en aan de slag willen gaan om de digitale weerbaarheid binnen hun organisatie te verhogen. Hierbij is het onderscheid in volwassenheid een belangrijk aspect. Een bewustwordingssessie voor een doelgroep met een laag volwassenheidsniveau zal er inhoudelijk en qua vorm namelijk anders uitzien dan een sessie voor een doelgroep met een hoge volwassenheid.

Lage volwassenheid

Directeuren, bestuurders of medewerkers van een organisatie die zich bezig houden met de dagelijkse gang van zaken. Voor deze groep is het vaak niet vanzelfsprekend om zich bezig te houden met digitaal veilig werken. Het is belangrijk dat deze groep wil zich inzetten tegen dreigingen van de digitale veiligheid. Om hiermee te beginnen is het belangrijk hen eerst bewust te maken van digitale dreigingen die zij kunnen tegenkomen tijdens hun werk. Zij willen algemene informatie over cybersecurity en weten hoe ze het in de organisatie kunnen beleggen.

Hoge volwassenheid

Medewerkers die te maken hebben met cybersecurity en de consequenties bij een cyberincident en hun leidinggevend. Zij gaan aan de slag met onderzoek naar kwetsbaarheden binnen de organisatie en zijn geïnteresseerd in handreikingen, stappenplannen etc.

Ondernemer ook benaderen als burger

Bij de Stichting Cyber Safety Noord Nederland hebben ze ervoor gekozen om ondernemers te benaderen als burgers, via gerichte campagnes. Zo hebben zij de samenwerking gezocht met de [Keurmerk Veilig Ondernemen](#) (KVO) werkgroepen van de Gemeente Leeuwarden. Dit keurmerk verbetert op een gestructureerde manier de veiligheid van Winkelgebieden en bedrijventerreinen een initiatief gestart door het Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid. Digitaal veilig ondernemen maakt hier ook onderdeel van uit en is een van de thema's waar een gemeente zich voor kan laten certificeren. Een activiteit die is voortgevloeid uit de KVO werkgroepen bij de gemeente Leeuwarden is te vinden tijdens de inbraakpreventieavonden door de lokale Politie. Dit is een bestaande bijeenkomst voor buurtbewoners waar de gemeente op basis van de KVO werkgroep digitale veiligheid aan heeft toegevoegd. Aangezien elke ondernemer ook burger is sla je hiermee twee vliegen in een klap.

Voorbereiding

Voor het geven van een succesvolle roadshow is de voorbereiding het halve werk. De voorbereiding begint met het zo snel mogelijk betrekken van de stakeholders van de vragende partij. Wanneer je het eigenaarschap neerlegt bij de partij met de behoefte zullen zij zich meer betrokken voelen. Het kan dan ook helpen om te besluiten om als samenwerkingsverband alleen maar de invulling van het programma te faciliteren.

Stakeholders mobiliseren

Het succes van een roadshow gaat en staat met de betrokkenheid van je deelnemers. Deze deelnemers, ondernemers, zijn echter niet altijd even makkelijk te benaderen. Hieronder enkele tips die je kunnen helpen bij het mobiliseren van ondernemers.

Tip: *verstuur de uitnodiging vanuit een bestaande bekende organisatie. Voor de genodigden komt de uitnodiging dan vanaf een vertrouwd e-mailadres.*

Tekst standaarden opstellen om stakeholders te informeren

Cyberweerbaarheid Limburg laat weten dat het creëren van draagvlak bij je stakeholders heel erg belangrijk is. Veel partijen die zij benaderen zijn nog niet bekend met het onderwerp en moeten dus worden geïnformeerd. Limburg laat weten dat dit veel tijd in beslag neemt. Zij hebben momenteel standaard teksten opgesteld om partijen te informeren.

Maak gebruik van publieke organisaties

Maak gebruik van publieke organisaties die als vliegwiel kunnen fungeren om ondernemers te benaderen. Dergelijke organisaties kunnen je helpen je programma zo breed mogelijk te verspreiden onder ondernemers. Hierbij naast kan je een lijstje vinden met publieke partijen die je zouden kunnen helpen met het mobiliseren van je doelgroep. Hierbij kan je denken aan: Gemeenten, Provincie, Polite, Openbaar Ministerie, VNO NCW, KVK, PVO of bijvoorbeeld.

Schakel de gemeente in

Stichting Cyber Safety Noord Nederland en Limburg geven als tip mee om zo snel mogelijk de gemeente in te schakelen. De gemeente is namelijk een vertrouwd verzamelpunt waar ondernemers samenkomen. De gemeente is voor hen een zeer belangrijke stakeholder die de stichting proactief benaderd om invulling te geven aan thema sessies rondom digitale veiligheid. De gemeente inventariseert de behoefte onder ondernemers, wanneer zij een behoefte signaleren op het gebied van digitale weerbaarheid schakelen zij de stichting in. Stichting Cyber Safety Noord Nederland geeft ook aan dat je het beste eerst kan beginnen met het aanhaken van grote gemeenten. Zij kunnen je vervolgens op weg helpen om kleinere gemeenten in je regio te benaderen. Twee wekelijks zitten de stichting en de gemeente om tafel om elkaar op de hoogte te houden van ontwikkelingen. Hierin geven ze aan dat dit vaste contact voor hun erg belangrijk is.

Tip: *zorg ervoor dat je als samenwerkingsverband contact hebt met de gemeente. De gemeente heeft direct contact met ondernemers. Maakt gebruik van dit directe contact en laat de lijnen via de gemeente lopen. Zo hebben ondernemers direct contact met een vertrouwd orgaan en is de kans op betrokkenheid stukken groter*

Tip: *zorg dat je de juiste kanalen aanboort bij een gemeente om de ondernemer te benaderen. Er zijn vaak meerdere afdelingen met het onderwerp bezig. Ga opzoek naar mensen die rechtstreeks contact hebben met de ondernemers, zoals bijvoorbeeld city-managers, centrum-managers, of parkmanagers/bedrijvenorganisaties. Als je het contact laat lopen via deze partijen zal contact leggen met de ondernemers eenvoudiger zijn. dit zijn namelijk vertrouwelijke contactpersonen voor de ondernemers.*

Tip: *dergelijke organisaties plannen vaak ver vooruit. Het is dan ook handig te zorgen voor vaste contactmomenten met de gemeente/stakeholder en evenementen vooruit te plannen Dit kan je bijvoorbeeld vastleggen in een jaarplanning.*

Zoek contact met private organisaties

Het kan natuurlijk heel interessant zijn om samen te gaan werken met andere organisaties die met hetzelfde onderwerp bezig zijn en die dezelfde doelgroep hebben. Iets waar hierbij wel rekening mee gehouden moet worden is het commerciële karakter die dit wellicht zou kunnen krijgen. Ga voor jezelf na hoe jij dit vorm wilt geven en geef dit ook tijdig aan bij de partijen met wie je samen wilt gaan werken.

Zorg voor eigenaarschap

Het is verstandig om in een vroeg stadium het eigenaarschap van de roadshow bij de initiatiefnemer neer te leggen. Op deze manier zorg je ervoor dat de betreffende partij/voorzitter/etc zich betrokken voelt en mede het event organiseert. Dit is tevens een manier om kosten de kosten laag te houden. De initiatiefnemer kan namelijk voor de locatie en de faciliteiten zorgen.



Laat een betrokken stakeholder de opening doen

CYSSSEC vindt het heel belangrijk om hun betrokken stakeholders een podium te geven tijdens hun sessies. Door de betrokken stakeholders een podium te geven door een sessie te openen creëer je bestuurlijk commitment onder de stakeholders.

Tijdsbesteding

Stichting Cyber Safety Noord Nederland geeft aan dat de meeste tijd gaat zitten in de voorbereiding. De Cyber2Go Roadshow geeft hieronder een minimale indicatie qua tijdsbesteding:

- 4 uur Mobiliseren stakeholders (voorbereidende meetings)
- 2 uur Facilitaire voorbereiding (locatie, flyers, etc.)
- 16 uur Inhoudelijke voorbereiding (studenten trainen, demo's doorlopen)
- 6 uur Presentatie vormgeven en geven (aanpassen op doelgroep)

Presentatie

De presentatie is de basis van de roadshow. Er zijn verschillende keuzes die je kan maken bij het maken van een presentatie. Wil je een standaard presentatie maken? Wil je de presentatie bij elke roadshow afstemmen op actualiteiten en of de doelgroep? Wil je interactie in je presentatie. Hieronder enkele tips.

Op maat gemaakt

Om je boodschap over te brengen is het belangrijk dat je je roadshow aanpast op de doelgroep. Het is belangrijk dat de doelgroep zich aangesproken voelt en dat ze het gevoel krijgen dat cyber ook een thema is die hun aangaat. Dit kan je op verschillende manieren doen.

Tip: *als je te maken hebt met een doelgroep met een lage volwassenheid is het verstandig niet teveel jargon te gebruiken. Maak zo min mogelijk gebruik van vaktermen. Je kan je zelf afvragen of je woorden als cyber, security en bijvoorbeeld hackers moet gebruiken. Je kan ook kiezen voor digitale veiligheid en criminelen. Dit is een keuze die je kan maken aan de hand van je doelgroep.*

Tip: *afhankelijk van het publiek kan je er voor kiezen om 'spannende' sprekers uit te nodigen. Laat bijvoorbeeld bekende hackers aan het woord, gehackte bedrijven of kies voor meer publiekere organisaties die veel kennis hebben op het gebied van cybersecurity en die bekend zijn bij de deelnemers. Hierbij kan je denken aan Politie of AIVD.*

Actualiteiten

Door actualiteiten aan te halen in je presentatie maak je het onderwerp digitale veiligheid tastbaarder. De deelnemers krijgen een beeld van incidenten die plaats hebben gevonden en kunnen zich zo beter met het onderwerp associëren. Cybersecurity is een nieuwswaardig onderwerp. Om zo dicht mogelijk bij je doelgroep te blijven is het verstandig om actualiteiten te selecteren die herkenbaar zijn voor je doelgroep. Het DTC verstuurt wekelijks een Start of Week naar aangesloten samenwerkingsverbanden, de nieuwsberichten die hierin staan zouden bijvoorbeeld als input kunnen dienen. Mocht je als samenwerkingsverband hier meer over willen weten dan kan je dat [hier](#) lezen.

Ervaringsverhalen

Ervaringsverhalen, verhalen vanuit mede-ondernemers die een cyberincident hebben meegemaakt, zorgen ervoor dat de deelnemer zich kan identificeren in het onderwerp. Veel ondernemers denken namelijk dat een incident hen niet gaat overkomen. Wanneer er een mede-ondernemer zijn ervaringen deelt wordt een dergelijk incident veel realistischer. Het is wel belangrijk om een ervaringsverhaal positief in te steken, bangmakerij kan namelijk ook averechts werken. Hierbij kan je vooral denken wat heeft de organisatie ervan geleerd? Welke maatregelen hebben zij getroffen? Welke tips en tricks kunnen zij met het publiek delen zodat het hen niet overkomt. Mocht je geen ervaringsdeskundige tot je beschikking hebben dan kan je er natuurlijk ook voor kiezen om een filmpje te laten zien waar een ondernemer vertelt wat hem is overkomen. Een voorbeeld hiervan kan je [hier](#) vinden.

Praktisch handelingsperspectief bieden

Vaak willen de deelnemers praktische handvatten aangereikt krijgen om veilig digitaal te kunnen werken. Welke stappen kunnen zij na de sessie direct nemen om weerbaarder te worden?

Deelnemer: *'Ik ervaar cybersecurity als iets ingewikkelds, ik heb er geen verstand van en weet niet wat ik moet doen.'*

Ondernemers willen bij de hand genomen worden op het gebied van ontwikkelingen en maatregelen. Ze willen naar huis gaan met praktische tips.

Interactie

Tevens kan er gedacht worden om gebruik te maken van interactieve elementen om zo het onderwerp tot leven te laten komen. Cyberweerbaar Limburg laat weten dat interactie het belangrijkste element in hun presentatie is. Je wilt als samenwerkingsverband voorkomen dat de deelnemers in de consumptiestand geraken. Door bijvoorbeeld vragen aan de deelnemers te stellen zet je de deelnemers aan het denken waardoor ze zich meer betrokken voelen en zich sneller met het onderwerp kunnen identificeren.

Werken met carrousels

CYSSEC werkt in hun sessies vaak met kenniscarrousels. CYSSEC maakt gebruik van deze werkvorm omdat zij vaak meerdere onderwerpen willen belichten in hun sessies. Omdat zij niet alles plenair willen behandelen en graag de interactie in kleinere groepen willen opzoeken is dit een uitstekende werkvorm. Je kan bijvoorbeeld de groep in drie subgroepen opdelen die op een roulerende wijze 3 onderwerpen per groep gaan behandelen.

Demo's

Geef korte demonstraties om je boodschap beter over te brengen. Deze demonstraties hoeft je natuurlijk niet allemaal zelf te doen. Je kan er ook voor kiezen om hier bijvoorbeeld studenten bij te betrekken. Hieronder volgen een aantal voorbeelden:



BoefProef

Stichting Cyber Safety Noord Nederland begint hun roadshows vaak met een BoefProef onderdeel. Dit onderdeel wordt begeleid door studenten waarbij één student ongeveer 4 ondernemers BoefProef helpt te maken. BoefProef is een campagne van het Ministerie van Justitie en Veiligheid. Tijdens dit onderdeel helpen de studenten de ondernemers om hun mobiele apparaten digitaal weerbaarder te maken. Op de website <https://www.maakhetzeniettemakkelijk.nl/boefproof> kun je alle tips en tricks vinden die je voor een BoefProef onderdeel nodig hebt!

- Je kan bijvoorbeeld ook twee websites met elkaar vergelijken waarvan één website de legitieme website is en de andere website een frauduleuze website. Laat de deelnemers toelichten welk van de twee websites zij denken dat frauduleus is.
 - o www.rabobank.nl
 - o www.rabobank.com
- Daarnaast kan je ook Google openen tijdens je presentatie en een random product intypen die je goedkoop wilt kopen. Als voorbeeld kan je zoeken op: Canadian Goose jas goedkoop. Deze zoekopdracht geeft aan aantal resultaten weer, waaronder de volgende website: www.ballonclubveendam.nl. deze website heeft natuurlijk helemaal niks met jassen te maken, echter kunnen mensen die in de buurt wonen van Veendam wel denken dat ze nabij een jas kunnen bestellen. Als je vervolgens zoekt naar de domeinregistratie op www.sidn.nl kom je erachter dat dit domein is geregistreerd in Tsjechië. Erg onwaarschijnlijk dus dat zij je een jas zullen leveren. Dit is slechts één voorbeeld maar hier zijn er nog vele meer van.
- Neem een challenge op in je presentatie. Maak een leuke uitdaging voor de deelnemers waarbij ze een opdracht moeten doen op het gebied van digitaal veilig werken. Zo kan je bijvoorbeeld een fictief account aanmaken waarvan de deelnemer het wachtwoord moet achterhalen. Door allerlei tips te geven kan een deelnemer de challenge volbrengen en leren ze direct dat het eenvoudiger is dan dat het lijkt.
- Als je een live hack gaat uitvoeren let dan op dat het niet te technisch wordt, veel ondernemers hebben hier namelijk geen kaas van gegeten.

Combineren met eten

CYSSEC combineert veel van hun sessies met eten. Dit kan namelijk in vele vormen. Zo koppelen zij sessies vaak aan ontbijt, lunch of een borrel. Deze sessies zetten ze dan zo op dat het eetmoment gebruikt kan worden als netwerkmoment. Tip hierbij is om bijvoorbeeld de lunch niet na de sessie te organiseren maar in het midden van een sessie. Zo houd je de deelnemers bij je sessie aanwezig. Een eetmoment kan namelijk ook een moment zijn voor deelnemers om de sessie te verlaten.

