

Nederlandse bedrijven realiseren meer innovaties, maar de daling van investeringen in technologische innovatie zet zich voort

Het onderzoeksinstituut INSCOPE – Research for Innovation (www.inscope.nl) van de *Erasmus Universiteit Rotterdam* voert jaarlijks de *Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor* uit. Het onderzoek staat onder leiding van Prof.dr. Henk W. Volberda, Professor of Strategic Management & Business Policy aan Rotterdam School of Management, Erasmus University (RSM). De bekendmaking van de onderzoeksresultaten en van het meest innovatieve bedrijf van Nederland zijn op donderdag 19 november 2015 tijdens het Innovation Festival 2015 in de Rotterdam Science Tower (www.gettingsmart.nl).

Dit rapport heeft als voornaamste bevindingen:

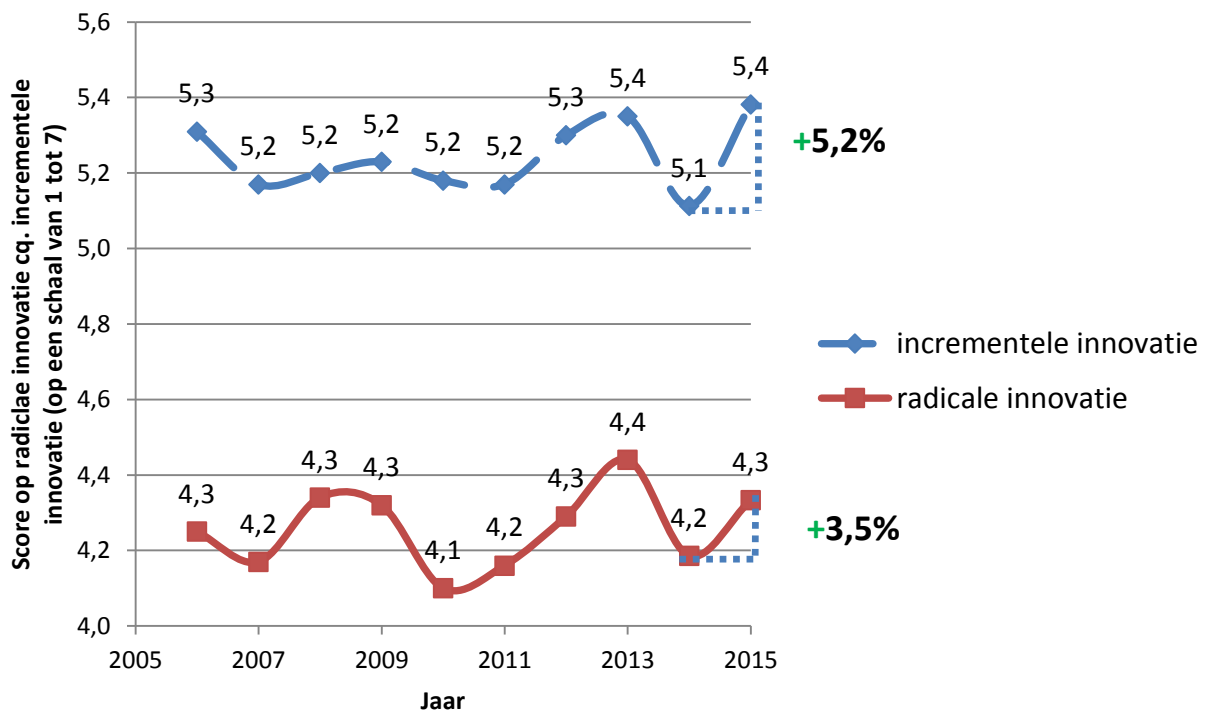
① Innovatievermogen van Nederlandse bedrijven is gestegen

De hoeveelheid product- en dienstinnovaties van Nederlandse bedrijven is het afgelopen jaar gestegen. Uit de Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor komt naar voren dat de hoeveelheid totaal nieuwe producten en diensten ('radicale innovatie') die Nederlandse bedrijven hebben geïntroduceerd is gestegen met 3,5% over het afgelopen jaar (zie ook Figuur 1). De hoeveelheid verbeterde producten en diensten ('incrementele innovatie') is in dezelfde periode toegenomen met 5,2%. De hoeveelheid radicale innovaties en incrementele innovaties hangen samen met achtereenvolgens de omzet uit nieuwe producten en diensten en uit verbeterde producten en diensten. De omzet uit nieuwe producten en diensten is het afgelopen jaar met 1% gestegen tot gemiddeld 12% van de omzet. Bij verbeterde producten en diensten is er een stijging waarneembaar van 1,7% tot gemiddeld 24,9% van de omzet (zie ook Figuur 2).

Prof.dr. Henk Volberda, eindverantwoordelijke van dit onderzoek, geeft aan dat "door een aantrekkelijke economie en een toenemend consumentenvertrouwen bedrijven weer meer product- en dienstinnovaties durven te introduceren". Volberda geeft ook aan dat de stijging in de realisatie van product- en dienstinnovaties vooral verklaard kan worden "doordat de meeste bedrijven managementlagen hebben geschrapt, minder hiërarchisch georganiseerd zijn, en vaker samenwerken met externe partners om hun innovatiesnelheid te verhogen". Deze 8% toename in aandacht voor de zachte kant van innovatie (sociale innovatie, zie ook figuur 3) heeft er toe geleid dat investeringen in Onderzoek & Ontwikkeling in Nederland beter renderen en vaker leiden tot de

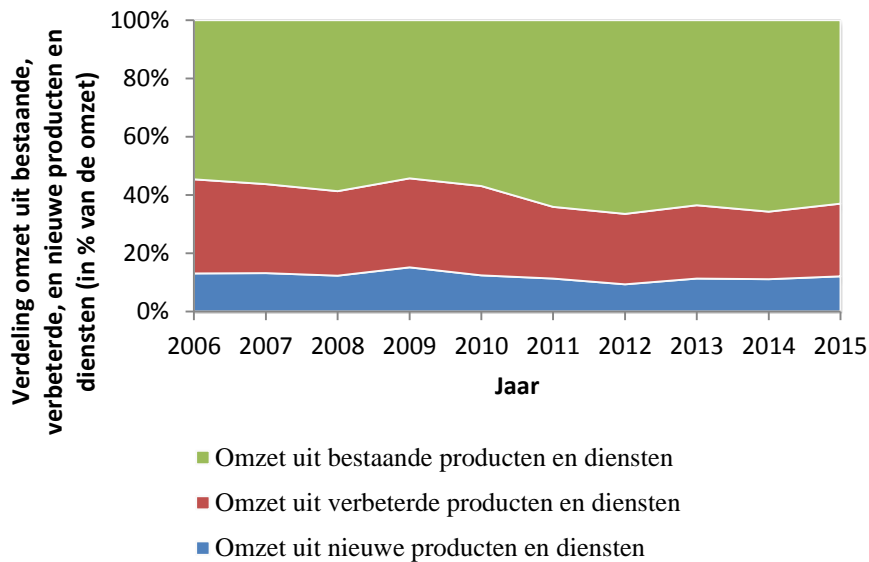
introductie van nieuwe producten en diensten. “Sociale innovatie omvat nieuwe manieren van organiseren, managen, werken, en samenwerken. Het verhoogt het rendement van nieuwe en bestaande technologische kennis. Een toename van 8% op het gebied van sociale innovatie is een duidelijke indicatie dat Nederlandse bedrijven beter in staat zijn om kennis om te zetten in product- en dienstinnovaties,” aldus Volberda.

Figuur 1: Innovatiegraad van Nederlandse bedrijven



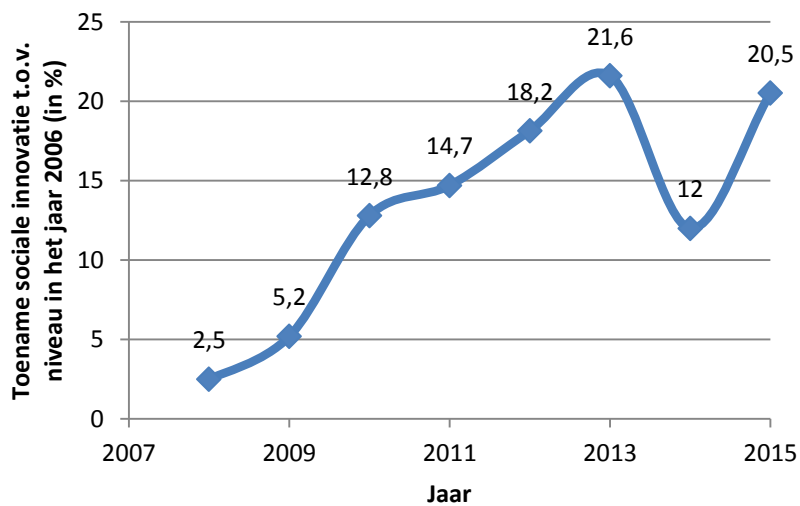
Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

Figuur 2: Verdeling van omzet uit nieuwe, verbeterde, en bestaande producten en diensten.



Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

Figuur 3: Sociale innovatie barometer.



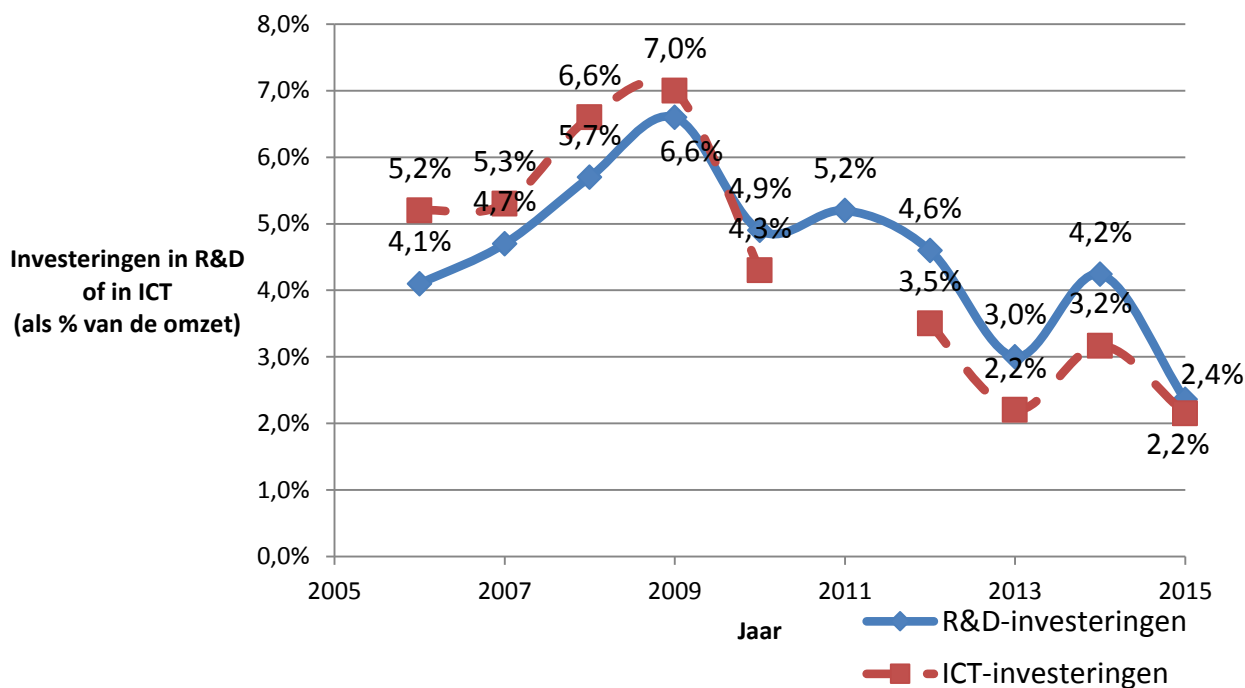
Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

② **Investerings in onderzoek en ontwikkeling (R&D) en in informatie en communicatietechnologieën (ICT) zijn dit jaar opnieuw gedaald**

De investeringen van organisaties in Nederland in onderzoek en ontwikkeling (R&D) zijn het afgelopen jaar met 1,9% gezakt naar gemiddeld 2,4% van de omzet. Bij informatie en communicatietechnologieën (ICT) is er een daling waarneembaar van 1% naar 2,2% van de omzet. Bij beide van deze indicatoren van technologische innovatie is er een dalende trend waarneembaar vanaf het jaar 2009 (zie ook Figuur 4). Henk Volberda geeft aan dat deze dalende trend “een bedreiging kan vormen voor het innovatie- en concurrentievermogen van bedrijven in Nederland op de langere termijn; “Het realiseren van product- en dienstinnovaties vraagt om een adequate hoeveelheid investeringen in R&D en ICT als input. Het kost tijd voordat dergelijke investeringen resultaat opleveren, maar een dalende trend in R&D en ICT-investeringen vermindert op termijn de aanvoer van nieuwe technologische kennis om product- en dienstinnovaties te realiseren. Een afname van de bijbehorende nieuwe technologische kennis maakt het voor organisaties eveneens moeilijker om nieuwe externe kennis en innovaties adequaat te identificeren, te selecteren en aan te wenden en het vermindert de focus van bedrijven op dergelijke externe kennis. Dit kan op termijn een serieuze bedreiging vormen voor het innovatie- en concurrentievermogen van Nederlandse bedrijven.”

Volberda vervolgt; “Vanuit een meer internationaal perspectief bekeken kunnen afnemende investeringen in R&D en ICT een waarschuwingssignaal zijn dat het voor buitenlandse bedrijven minder aantrekkelijk wordt om onderzoekscentra in Nederland te plaatsen of te behouden. Er valt dan immers minder nieuwe technologische kennis op te doen.” Tevens bevestigen deze uitkomsten de bevindingen van het Rathenau Instituut dat Nederlandse bedrijven steeds meer R&D activiteiten verplaatsen buiten Nederland.

Figuur 4: Investerings in R&D en in ICT in Nederland, periode 2006 – 2015.



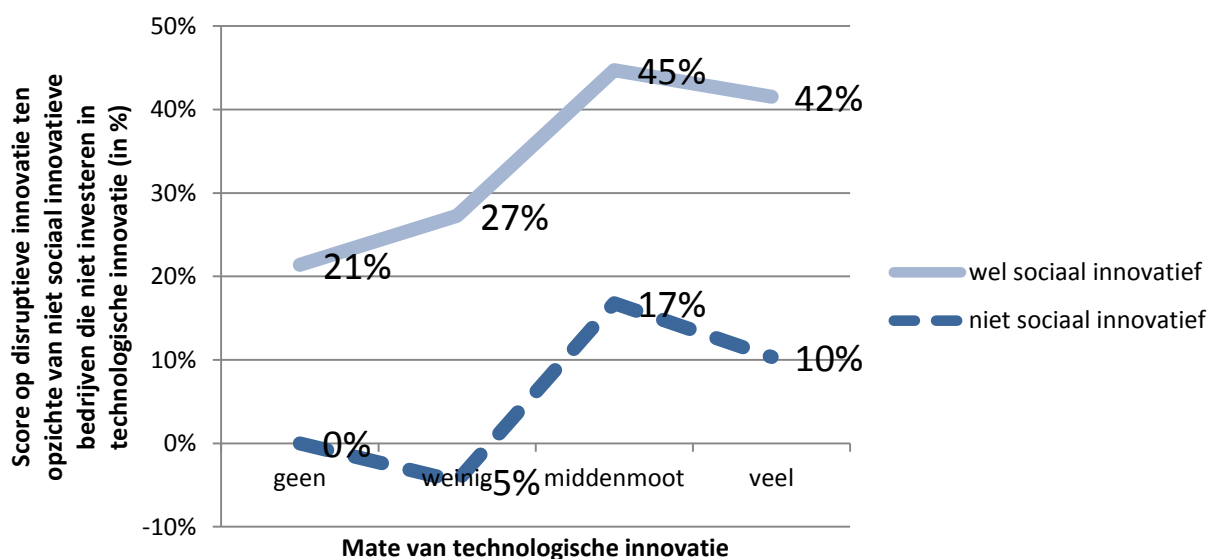
Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

③ Disruptieve innovatie vraagt om meer dan alleen technologische innovatie. Topsectoren richten zich te eenzijdig op technologische vernieuwing.

Veel markten en sectoren krijgen vroeg of laat te maken met innovaties die de bestaande concurrentieverhoudingen fundamenteel veranderen of zelfs teniet kunnen doen, de zogeheten disruptieve innovaties. Disruptieve innovaties omvatten nieuwe producten en diensten met nieuwe en betere eigenschappen dan bestaande producten en diensten die het concurrentievoordeel fundamenteel veranderen door het herdefiniëren van de voorkeuren en waarden van klanten. Zo zien we in Nederland vanuit het niets nieuwe *sharing* business modellen ontstaan (Uber, Airbnb, Helpling, Peerby) die een disruptie te weeg hebben gebracht in de taxi branche, de hotel business, de schoonmaakbranche en doe-het-zelf ketens. Een disruptie is “een gebeurtenis, een idee, of een procedure die een significante verschuiving teweegbrengt in de bestaande manier van doen of denken over iets”. In de Erasmus Innovatie Monitor is onderzocht welke eigenschappen van bedrijven kunnen leiden tot de introductie van dergelijke disruptieve innovaties. De dominante opvatting is dat investeringen in nieuwe technologieën zoals Internet of Things, Big Data, 3D printing en robotisering de belangrijkste voorwaarde is voor disruptieve innovatie. De resultaten van de

Erasmus Innovatie Monitor laten daarentegen zien dat technologische innovatie relatief gezien voor 40% bijdraagt aan de realisatie van disruptieve innovaties. Innovatieve manieren van managen, organiseren, werken en samenwerken, dat wil zeggen sociale innovatie, dragen voor 60% bij aan de realisatie van disruptieve innovaties. Henk Volberda; “Meer investeringen in technologische innovatie leiden niet automatisch tot meer disruptieve innovaties. Juist bedrijven die in een redelijke mate investeren in technologische innovatie en zeer actief zijn met sociale innovatie kennen een hogere mate van disruptieve innovaties. Bedrijven die gekenmerkt worden door visionair leiderschap, continue op zoek zijn naar nieuwe businessmodellen, en samenwerken met klanten, leveranciers en kennisinstellingen realiseren tot gemiddeld 45% meer disruptieve innovaties (zie Figuur 5). Zo vraagt de realisatie van disruptieve innovatie om bijvoorbeeld een zekere mate van autonomie ten opzichte van de alledaagse werkzaamheden van een organisatie en sociale innovatie speelt daar een cruciale rol in.” Deze bevinding heeft ook implicaties voor de topsectoren; “Om nieuwe en disruptieve oplossingen te realiseren in de topsectoren dient niet alleen te liggen op technologische innovatie, maar vooral op de niet-technologische kant van innovatie,” aldus Volberda. Nu is men vooral bezig met ‘technologie roadmaps’, maar scenario’s over new business modellen en benodigde investeringen in menselijk kapitaal worden niet of nauwelijks gemaakt.

Figuur 5: Mate van disruptieve innovatie bij verschillende mate van technologische innovatie en sociale innovatie.

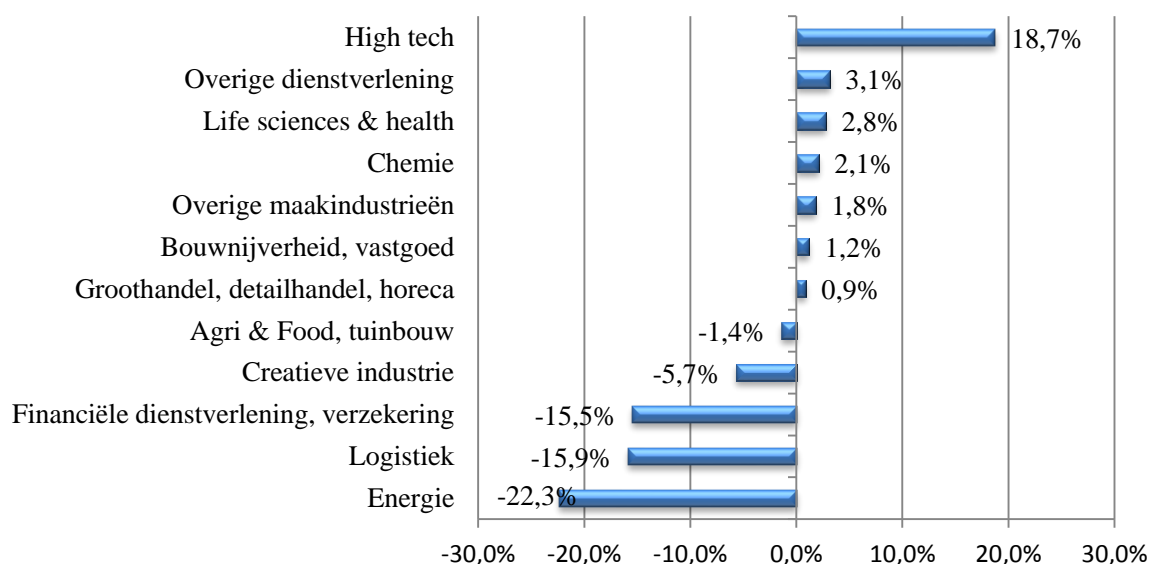


Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

④ Disruptieve innovaties zijn vooral te vinden in de high tech sector en bij startups; topsectoren logistiek en energie lopen achter

Uit de Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor komt eveneens naar voren dat Nederlandse bedrijven uit vooral de high tech sector actief zijn met disruptieve innovaties. Gemiddeld gezien zijn zij 18,7% meer actief met disruptieve innovatie ten opzichte van het landelijke gemiddelde (zie ook Figuur 6). Bedrijven in de sectoren energie, logistiek, en financiële dienstverlening/verzekering zijn relatief weinig actief met disruptieve innovaties. De scores op dit type innovatie liggen achtereenvolgens 22,3%, 19,9% en 15,5% onder het landelijk gemiddelde. Henk Volberda licht toe: "high tech is een sector waarin ontwikkelingen elkaar in een hoog tempo opvolgen. Dit hoge tempo van ontwikkelingen vergroot de mogelijkheden *en* de noodzaak om disruptieve innovaties te realiseren om zo een relevante marktspeeler te blijven. Het introduceren van disruptieve innovaties lijkt in deze sector dan ook meer een noodzaak te zijn dan een luxe. De sectoren energie en financiële dienstverlening/verzekering worden gekenmerkt door een relatief beperkt aantal grote, gevestigde spelers. Dergelijke factoren werken extra weerstand en minder gevoel van noodzaak in de hand om disruptieve innovaties te introduceren."

Figuur 6: Mate van disruptieve innovatie per sector.



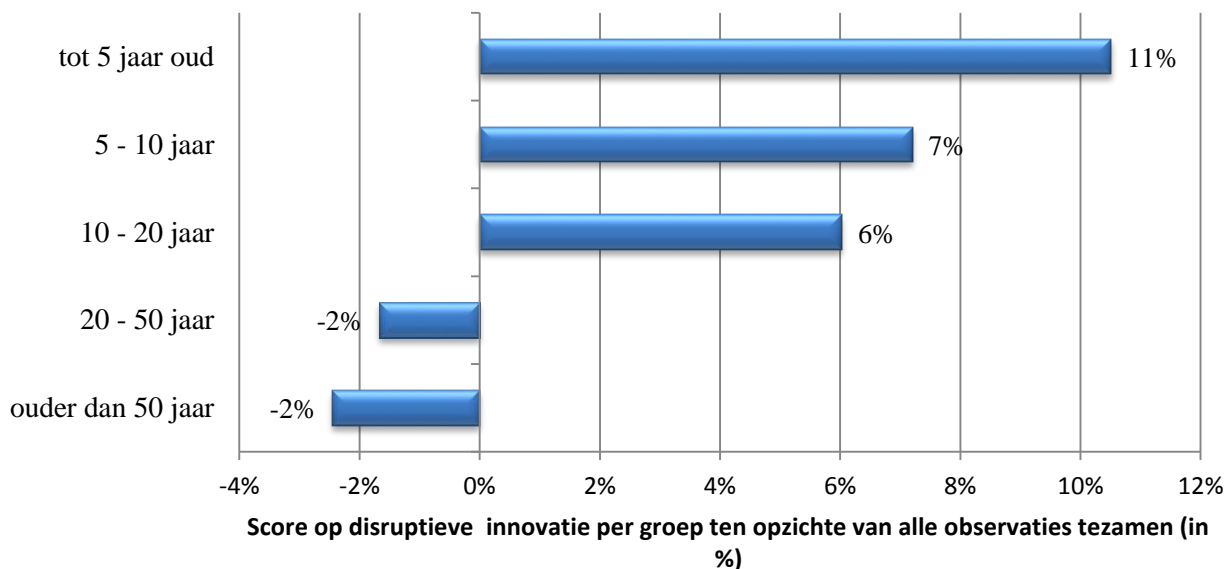
**Mate van disruptieve innovaties per sector
ten opzichte van alle observaties tezamen (in %)**

Bron:

Daarnaast komt uit het onderzoek naar voren dat disruptieve innovaties vooral plaatsvinden bij jonge bedrijven. Bij deze startups worden gemiddeld 11% meer disruptieve innovaties gerealiseerd ten opzichte van het landelijk gemiddelde (zie ook Figuur 7). Naarmate organisaties ouder worden, realiseren zij minder disruptieve innovaties. Henk Volberda: “In de managementliteratuur is er een discussie gaande welke bedrijven met name hun koers fundamenteel wijzigen door bijvoorbeeld disruptieve innovaties te realiseren: startups of gevestigde bedrijven. Zo hebben startups gemiddeld genomen een hogere mate van flexibiliteit, maar minder middelen - waaronder kennis - om innovatieve oplossingen te vercommercialiseren. Gevestigde bedrijven kunnen profiteren van hun bestaande activiteiten, zoals distributiekanaal, en hebben over het algemeen meer middelen tot hun beschikking om te innoveren. Onze bevindingen tonen aan dat gevestigde bedrijven meer vasthouden aan hun bestaande activiteiten, bijvoorbeeld vanwege weerstand binnen de organisatie om te veranderen en kannibalisatie: dat de disruptieve innovatie ten koste gaat van de omzet- en winst van het bestaande assortiment. Startups hebben minder last van een fixatie op hun bestaande activiteiten waardoor ze meer geneigd zijn om disruptieve innovaties te realiseren. Ook kunnen startups - in vergelijking met gevestigde bedrijven - zich meer bevinden in een markt die nog meer in de kinderschoenen staat. De bijbehorende onzekerheden en fluctuaties vragen dan om een hogere mate van disruptieve innovaties om een relevante speler te blijven.”

Volgens Henk Volberda laat dit onderzoek zien dat “startups voor grote bedrijven een interessante optie zijn om disruptieve innovatie te versnellen.” Steeds meer grote Nederlandse ondernemingen beseffen dat zij niet kunnen blijven volstaan met het opschalen van hun bestaande business model. Shell introduceerde een grootschalig Game Changer programma, Sanoma een Innovation Lab voor nieuwe startups in online publishing, DSM een Innovation Centre dat jaarlijks 20% van de jaarlijkse omzet uit eco-innovations moet halen, Philips een Accelerator programma voor ‘break-through’ innovations in health tech, en Unilever een Sustainable Living Plan om de omzet te verdubbelen met milieuvriendelijke en maatschappelijk verantwoorde doorbraken in voeding. Tegelijkertijd zien we dat buitenlandse investeringsfondsen Nederland hebben gevonden en meer dan 500 miljoen investeerden in Nederlandse startups, zoals internetkassa Ayden, thuisbezorgingsdienst Takeaway.com, zoek- en analyse platform Elasticsearch, cloud-based appbouwer Mendix, online reisbureau Travelbird, systeemsoftware-ontwikkelaar Bright Computing, veilingsite Catawiki en testplatform Wercker.

Figuur 7: Mate van disruptieve innovatie naar leeftijd van organisatie.

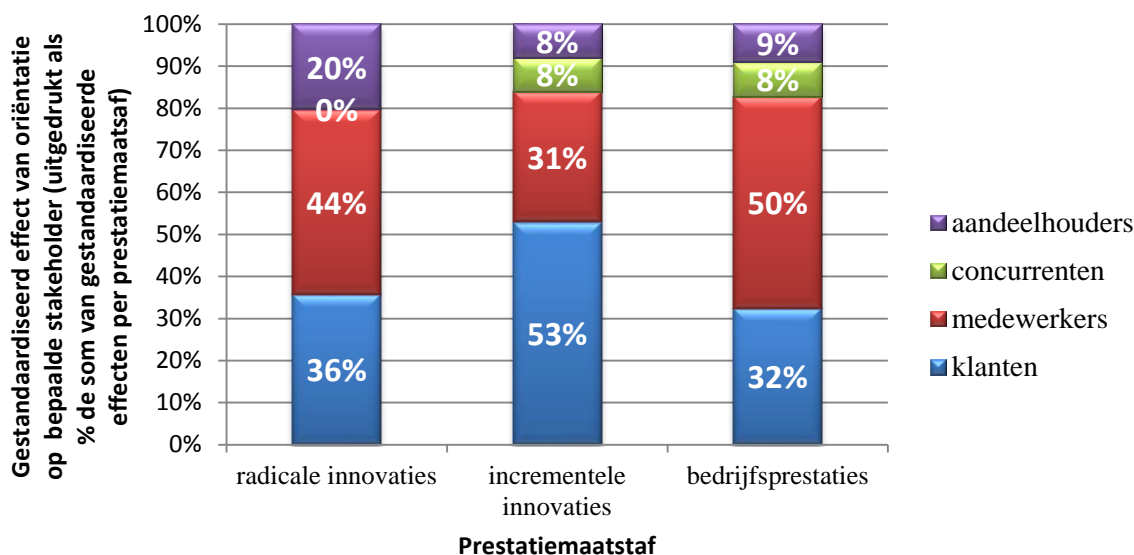


Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

⑤ Weten wat er leeft op de werkvloer is van belang om meer radicale innovaties te realiseren

Uit het onderzoek komt naar voren dat het in beschouwing nemen van de behoeften, gevoelens, en opvattingen van medewerkers door het management van relatief groot belang is om radicale product- en dienstinnovaties te realiseren. Van de vier afzonderlijk bekeken stakeholders – aandeelhouders, concurrenten, medewerkers, klanten – draagt een focus op medewerkers met 44% bijna de helft bij aan radicale innovaties (zie ook Figuur 8). Het effect van aandacht voor medewerkers op bedrijfsprestaties is zelfs 50%. Henk Volberda geeft aan dat “aandacht voor medewerkers over wat er leeft binnen de organisatie van belang is om barrières voor radicale innovatie weg te nemen en om meer inzicht te krijgen in de mogelijkheden om radicale innovaties binnen de organisatie te realiseren. Medewerkers staan veel dichterbij de klant of leverancier en hebben daarom vaak goede ideeën die helaas onvoldoende worden benut.”

Figuur 8: Relatieve prestatie effecten van focus op bepaalde stakeholders.



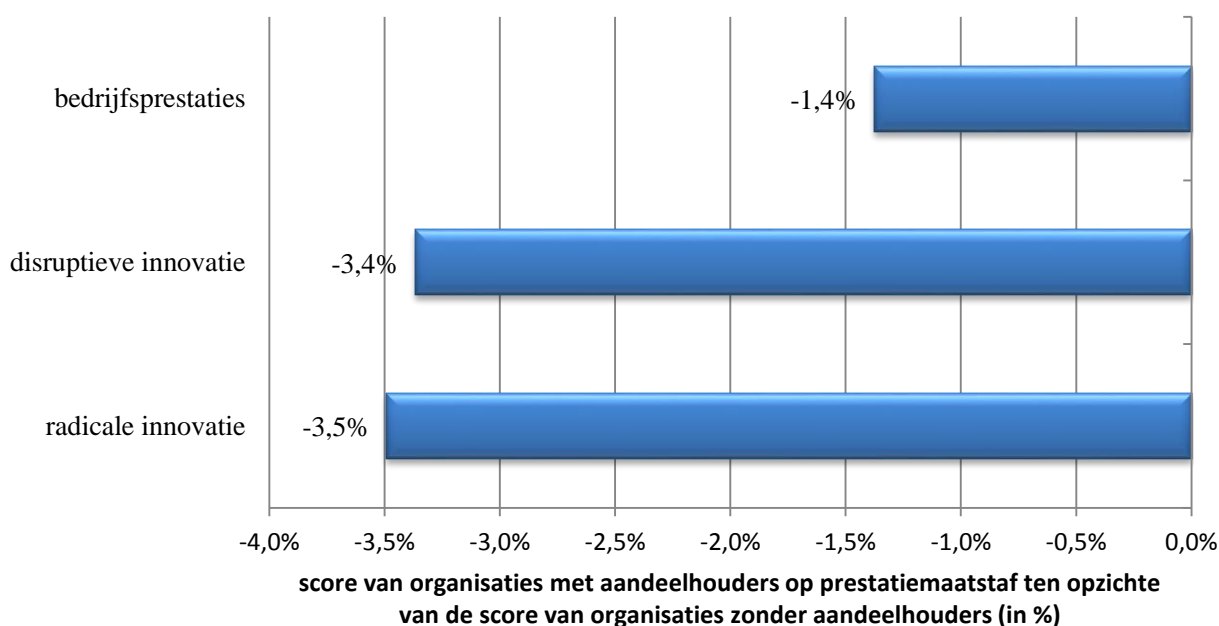
Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

N.B.: 100% staat voor de som van de gestandaardiseerde effecten per kolom.

⑥ Beursgenoteerde bedrijven realiseren minder radicale innovaties

Beursgenoteerde organisaties realiseren in vergelijking met andere soort organisaties gemiddeld 3,5% minder radicale innovaties (zie ook Figuur 9). Voor disruptieve innovaties is dit 3,4% minder. Henk Volberda licht toe: “Beursgenoteerde bedrijven zijn over het algemeen meer gericht op korte termijn prestaties. Dit vermindert de relatieve focus op activiteiten die gericht zijn op de langere termijn, zoals radicale innovaties. Uit de Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor komt ook naar voren dat beursgenoteerde bedrijven gemiddeld 6% minder vernieuwend leiderschap vertonen en minder actief zijn (tussen de -4,2% en -6,8%) met maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ook zijn deze organisaties gemiddeld 9,7% meer gericht op concurrenten, 4,7% minder gericht op klanten, en 3,5% minder gericht op hun medewerkers in vergelijking met andere soort organisaties. Inspelen op de wensen en behoeften van klanten en het in beschouwing nemen van de kennis, ervaring, capaciteiten, en attitudes van medewerkers zijn randvoorwaarden om succesvol radicale innovaties te realiseren.”

Figuur 9: Diverse prestatie maatstaven bij beursgenoteerde bedrijven.



Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

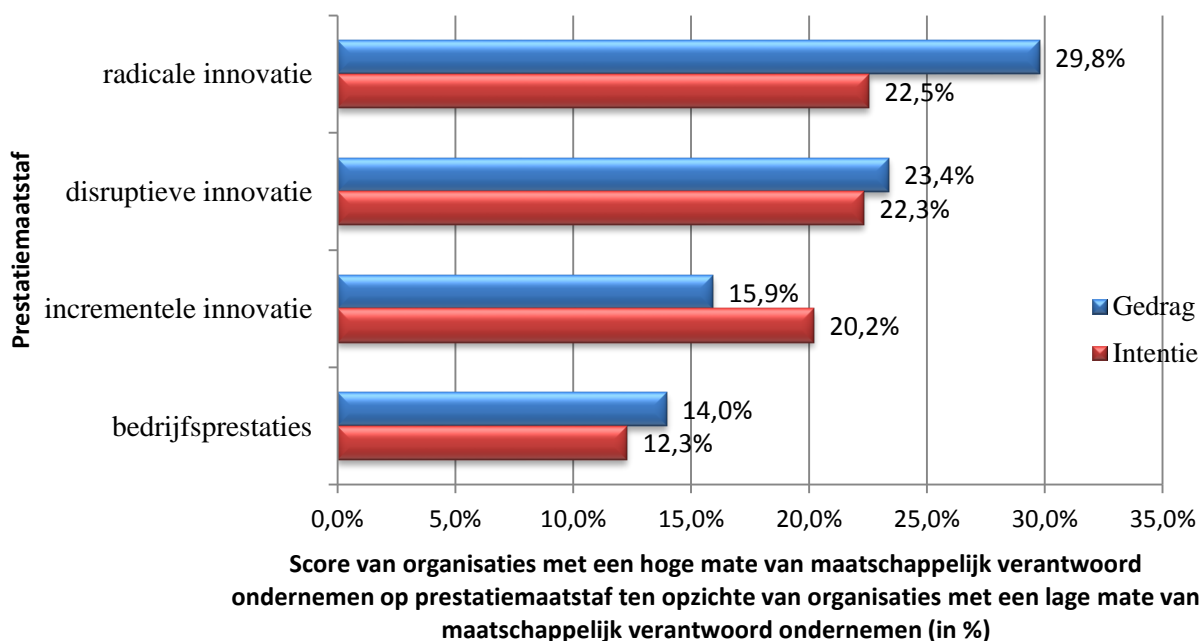
⑦ Maatschappelijk verantwoord ondernemen leidt tot meer product-, dienst- en disruptieve innovaties, maar vraagt vooral om innovatieve manieren van managen en organiseren (sociale innovatie).

Maatschappelijk verantwoord ondernemen omvat kortweg een houding van organisaties die gericht is op het combineren van economische groei met behoud van natuurlijke hulpmiddelen en een rechtvaardige verdeling van middelen. Bij dergelijke organisaties vindt het ondernemen plaats op basis van het principe waarbij drie P's worden nagestreefd: economische dimensie ('profit'), sociale dimensie ('people'), en omgeving en milieu ('planet').

Organisaties die gericht zijn op het combineren van een focus op economische groei, mens én natuur/omgeving, realiseren meer product- en dienstinnovaties. In het jaarlijkse onderzoek van de Erasmus Universiteit naar het innovatievermogen van organisaties is er een onderscheid gemaakt tussen de mate waarin bedrijven de intentie hebben om maatschappelijk verantwoord te ondernemen en de mate waarin ze zich daarnaar ook gedragen. Bedrijven die de intentie hebben om maatschappelijk verantwoord te ondernemen en die zich daarnaar gedragen realiseren

respectievelijk tussen de 22,5% en 29,8% meer radicale innovaties dan bedrijven die nauwelijks de intentie ervoor hebben, noch die er zich naar gedragen (zie ook Figuur 10). Bij disruptieve innovatie is dit verschil achtereenvolgens 22,3% en 23,4%. Bij incrementele innovatie betreft dit verschil respectievelijk 20,2% en 15,9%. Volgens Henk Volberda tonen deze bevindingen aan dat het kan lonen om verder te kijken dan alleen de economische zijde van een bedrijf door ook adequaat aandacht te hebben voor mens en omgeving; “Bedrijven kunnen maatschappelijk verantwoord ondernemen aanwenden als een bron van concurrentievoordeel, bijvoorbeeld door reputatie-effecten, door efficiënter en met minder grondstoffen te opereren, en door het inspelen op verwachtingen en wensen vanuit de samenleving.”

Figuur 10: Diverse prestatie-effecten behorende bij organisaties die maatschappelijk verantwoord ondernemen.

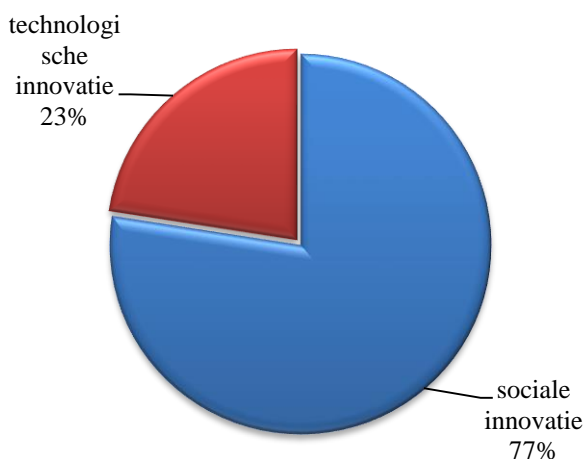


Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

De bevindingen in de *Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor* tonen dit jaar eveneens aan dat sociale innovatie relatief gezien 77% bijdraagt aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Technologische innovatie draagt 23% hier aan bij (zie ook Figuur 11). Zo dragen de elementen van sociale innovatie, zoals vernieuwd leiderschap, vakmanschap, en samenwerken met klanten in grote mate bij aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Henk Volberda: “Maatschappelijk verantwoord ondernemen stelt ook eisen aan de sociale kant binnen een organisatie. Vernieuwend

leiderschap draagt bij aan maatschappelijk verantwoord ondernemen door medewerkers meer bewust te maken van de maatschappelijke bijdrage van het bedrijf, en hen te motiveren en ruimte te geven voor initiatieven. Vooral de combinatie van vernieuwend leiderschap en de talenten, kennis, ervaring en capaciteiten van medewerkers (vakmanschap) leidt tot een hogere mate van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Door samen te werken met klanten en maatschappelijke stakeholders (co-creatie) krijgen organisaties meer kennis en begrip over hoe maatschappelijk verantwoord ondernemen ingevuld of aangepast kan worden.”

Figuur 11: Relatieve effecten van technologische innovatie en sociale innovatie op maatschappelijk verantwoord ondernemen.¹

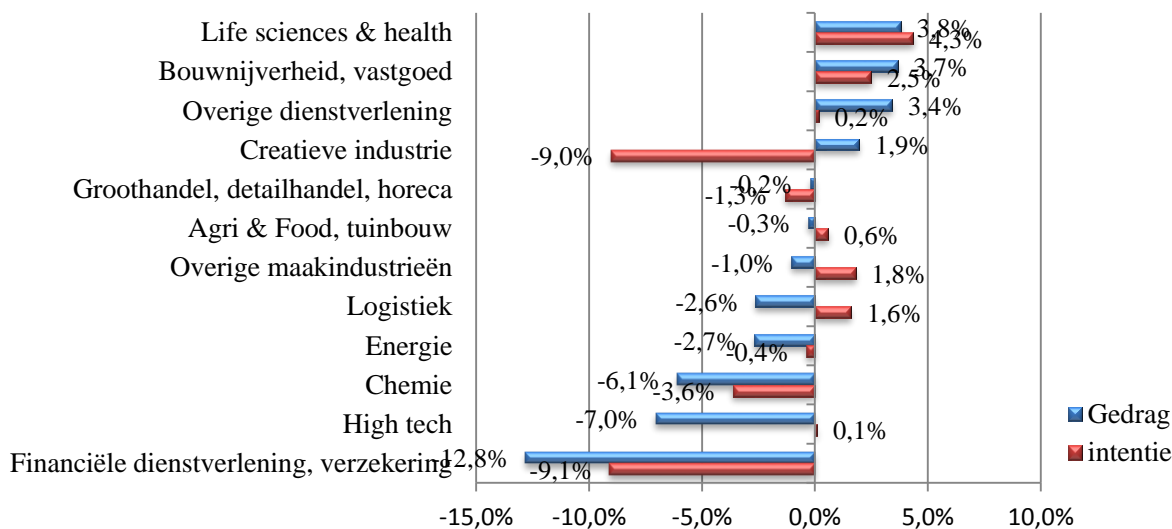


Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

De bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen zitten vooral in de life sciences & health sector en in de bouwnijverheid/vastgoed (zie ook Figuur 12). Sectoren die relatief beperkt met maatschappelijk verantwoord ondernemen actief zijn betreffen vooral de high tech sector en de financiële dienstverlening/verzekering. Startups hebben wel een bovengemiddelde intentie om maatschappelijk verantwoord te ondernemen (+4,2%), maar zij houden zich daar relatief beperkt aan (-2,2%).

¹ N.B.: de som van de gestandaardiseerde effecten van technologische innovatie en sociale innovatie is gelijk gesteld aan 100%.

Figuur 12: Mate van maatschappelijk verantwoord ondernemen per sector.



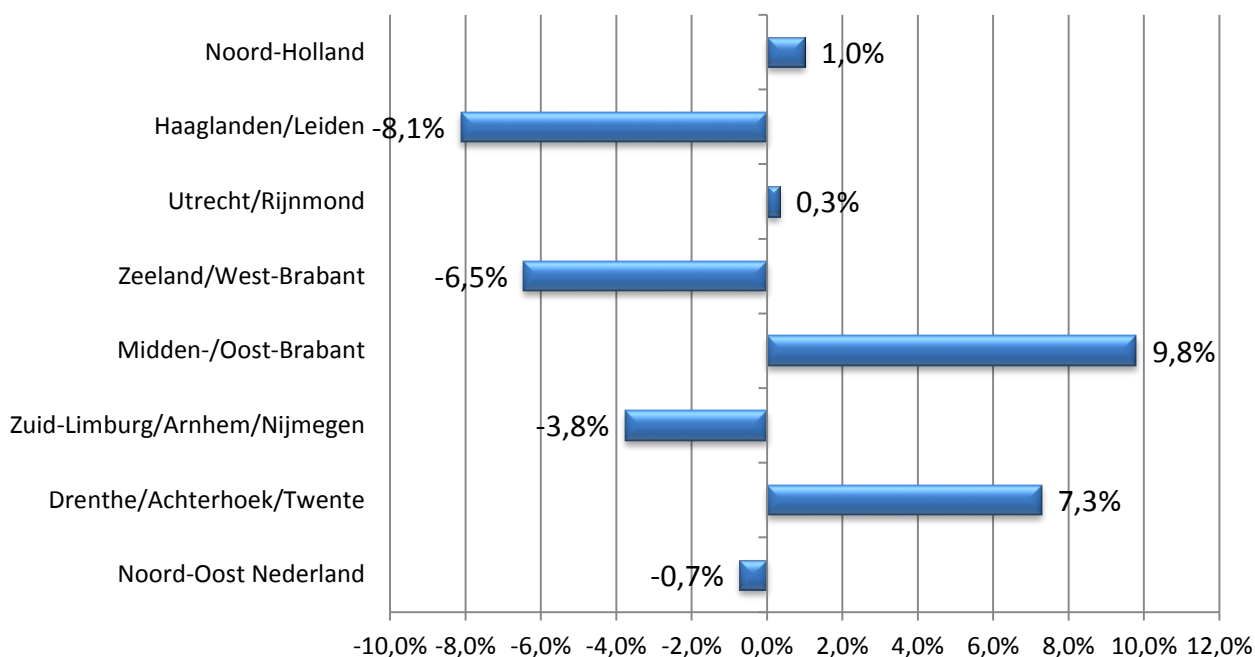
Mate van gedrag en intentie met betrekking tot maatschappelijk verantwoord ondernemen per sector ten opzichte van alle observaties tezamen (in %)

Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

⑧ Regio Eindhoven excelleert op meerdere typen innovatie.

Disruptieve innovaties worden bovengemiddeld vaak gerealiseerd in de regio Midden-/Oost-Brabant (regio Eindhoven) en in de regio Drenthe/Achterhoek/Twente. Deze twee regio's scoren respectievelijk 9,8% en 7,3% hoger op disruptieve innovatie ten opzichte van het landelijk gemiddelde (zie ook Figuur 13). Volberda geeft aan dat "de high tech campus in Eindhoven als een springplank werkt voor bedrijven, inclusief startups, om disruptieve innovaties te realiseren. Dit is deels te danken aan de samenwerking tussen de technologische universiteit, gevestigde bedrijven, startups, en overheidsinstanties. De regio Drenthe/Achterhoek/Twente wordt gekenmerkt door samenwerking en een ondernemende houding."

Figuur 13: Mate van disruptieve innovatie per regio in Nederland.

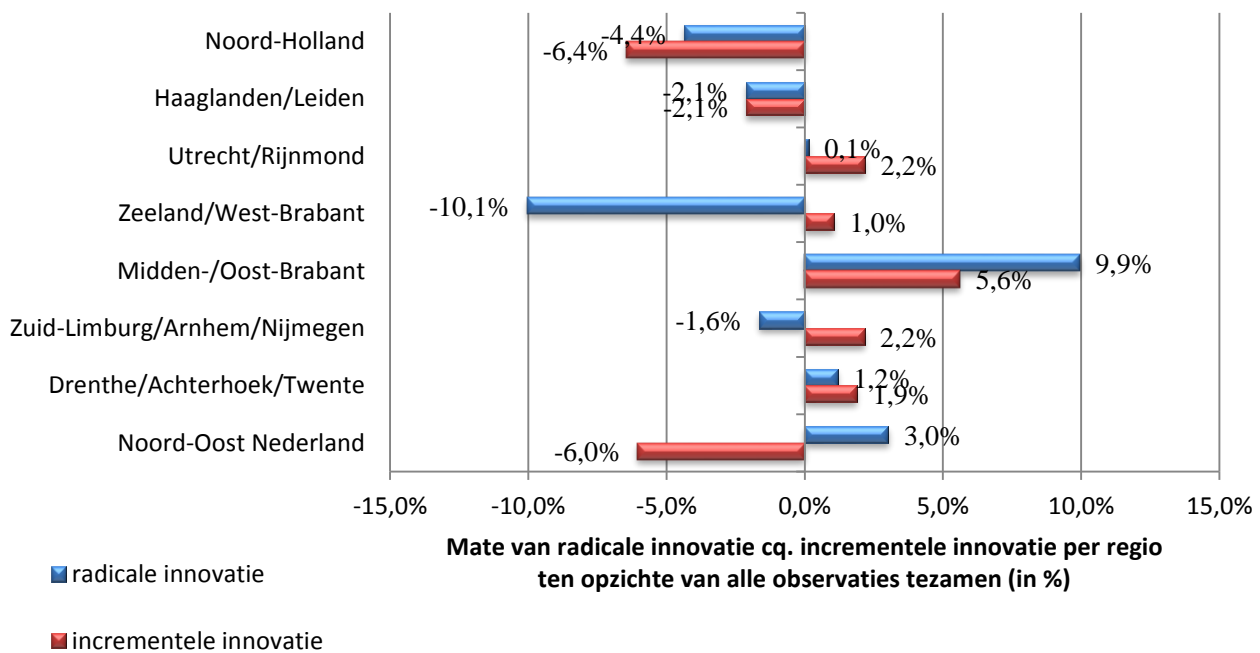


**Mate van disruptieve innovatie per regio
ten opzichte van alle observaties tezamen (in %)**

Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

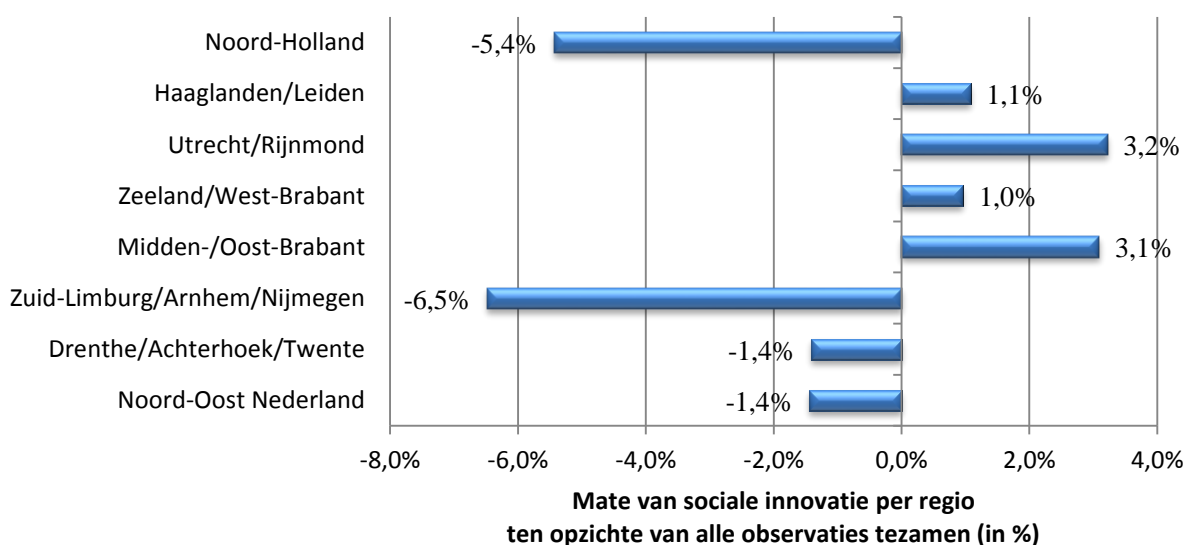
De regio Eindhoven kent ook een bovengemiddelde mate van radicale innovatie. Dit betreft 9,9% meer dan het landelijk gemiddelde (zie ook Figuur 14). Deze regio is samen met de regio Utrecht/Rijnmond ook bovengemiddeld actief op sociale innovatie. De twee regio's zijn beiden net boven de 3% meer actief op sociale innovatie ten opzichte van het landelijk gemiddelde (zie ook Figuur 15). Daar staat echter tegenover dat de westelijke zijde van de provincie Noord-Brabant en Zeeland met 10,1% achterblijven op radicale innovatie ten opzichte van het landelijk gemiddelde. De regio's Noord-Holland en Zuid-Oost Nederland (Zuid-Limburg/Arnhem/Nijmegen) blijven met achtereenvolgens 5,4% en 6,5% achter op sociale innovatie in vergelijking met het landelijk gemiddelde. Volberda geeft aan dat "de samenwerking in de regio Eindhoven op het gebied van technologische als zowel sociale innovatie zich uitbetaalt in een hogere mate van product- en dienstinnovaties."

Figuur 14: Mate van radicale innovatie en incrementele innovatie per regio in Nederland.



Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

Figuur 15: Mate van sociale innovatie per regio in Nederland.



Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

Over het onderzoek: de Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2015.

INSCOPE – Research for Innovation, onder leiding van Prof. dr. Henk Volberda voert al meerdere jaren de Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor uit om innovatie in Nederland in kaart te brengen en verder te stimuleren. Volberda is als hoogleraar Strategisch Management en Ondernemingsbeleid verbonden aan de vakgroep Strategisch Management & Ondernemerschap van de Rotterdam School of Management, Erasmus University. Daarnaast is hij wetenschappelijk directeur van INSCOPE – Research for Innovation. INSCOPE (www.inscope.nl) is een topinstituut dat onderzoek doet naar sociale innovatie. Voor de totstandkoming van deze vragenlijst is gebruik gemaakt van bestaande schalen uit de academische literatuur. De uitnodiging tot deelname aan deze survey is fysiek naar senior management van ongeveer 10.000 organisaties gestuurd. De vragenlijst is beantwoord door 563 respondenten. De respondenten zijn afkomstig van een breed scala van sectoren, waaronder de groot- en detailhandel en horeca (13%), agri, food, en tuinbouw (11%), en de bouwnijverheid en vastgoed (10%). www.inscope.nl

Rotterdam School of Management, Erasmus University (RSM) wordt consequent gerekend tot de beste business schools in Europa en tot de top drie voor onderzoek. RSM biedt baanbrekend onderzoek en opleidingen ter verdere bevordering van excellence in alle aspecten van management. RSM is gevestigd in de internationale havenstad Rotterdam, een bruisend knooppunt van bedrijven, logistiek en handel. RSM richt zich op het ontwikkelen van zakelijke leiders met internationale carrières die gewapend met hun innovatieve gedachtegang een duurzame toekomst kunnen inslaan dankzij een gamma bachelor, master, MBA, PhD en executive programma's van het hoogste niveau. De ondersteuningsdiensten van RSM voor executives en alumni worden ook aangeboden vanuit het kantoor in Taipei, Taiwan. www.rsm.nl

Voor nadere informatie over dit onderzoeksrapport kunt u contact opnemen met Henk Volberda, op 010 408 2210 / 06 12972233 of per e-mail op hvolberda@rsm.nl