

door PAOLA VAN DE VELDE

MANAGERS BETALEN OPLEIDING VAKER ZELF

MBA boven auto

LEUVEN – Managers betalen steeds vaker hun eigen opleidingstrajecten en MBA-cursussen. „Waar voorheen zeker 80% van de executive MBA's door het bedrijfsleven werd betaald, financiert nu de helft van de deelnemers deze prijzige opleidingen zelf”, signaleert Patrick De Greve, algemeen directeur van Vlerick Business School. „Ze zien graag af van een luxe vakantie of nieuwe auto, omdat ze weten hoe belangrijk het vandaag de dag is te investeren in hun persoonlijke ontwikkeling.”

Deze trend hangt nauw samen met de sterk veranderende wereld van werk. „De arbeidsmarkt is flink in beweging. Functies die vijf jaar geleden niet bestonden, zoals social media manager, zijn nu ineens veelgevraagd. Ook moeten veel managers plotseling werken met virtuele teams, waarvan de leden in verschillende landen en tijdzones actief zijn. De klassieke manier van leidinggeven via *command and control* werkt



• Patrick de Greve: „Wij raken ook het hart.”

dan niet. Andere modellen voor leiderschap zijn gewenst. We zien dan ook dat de vraag naar de nieuwe leergang *digital strategy* binnen een paar maanden fors is gegroeid.”

Waar voorheen bedrijven wakker lagen van talentontwikkeling, ligt de individuele manager nu zelf wakker van de vraag: hoe kan ik mij het beste bijscholen? „Want doe je dat niet, dan loop je het risico binnen vijf jaar 'out of business' te zijn. Kennis is sneller dan ooit verouderd. Jobtitels veranderen continu en daarmee ook de gevraagde competenties. En dit geldt niet alleen voor lijnmanagers, maar ook voor ceo's.”

Op de jaarlijkse wereldranglijst voor executive opleidingen van de Britse zakenkrant Financial Times staat Vlerick, dat campussen heeft in Leuven, Gent, Brussel, Sint-Petersburg en Peking, op de nummer 1-positie binnen de Benelux. Wereldwijd zijn er meer dan zesduizend business schools. „Wij bekleden de 34e positie van de wereld”, zegt De Greve trots.

Volgens de directeur onder-

scheidt Vlerick, dat de laatste jaren ook steeds meer op maat gemaakte programma's aanbiedt aan Nederlandse bedrijven, zoals DSM, Rabobank, TNO en Achmea, zich vooral door op de praktijk gerichte managementopleidingen, die onmiddellijk impact hebben op het dagelijkse functioneren van de managers. „We willen niet alleen het hoofd raken, maar ook het hart en de handen van de deelnemers. Leren is veel meer dan kennis verzamelen alleen, het moet leiden tot actie.”

De afgelopen jaren heeft Vlerick zijn positie in de Benelux flink kunnen uitbreiden. „We zijn nergens zo sterk gegroeid dan in Nederland. Dat heeft me wel verbaasd, want de Nederlandse markt is zeer competitief en al goed bediend met businessuniversiteiten zoals Nyenrode, Tias Nimbas en Rotterdam School of Management. Wij zijn, omdat we niet verbonden zijn aan een universiteit maar gefinancierd worden door het bedrijfsleven, echter zeer flexibel, en kunnen snel op maat gemaakte programma's met een unieke inhoud aanbieden.

De school heeft recent nog geïnvesteerd in een nieuwe campus in Brussel. „Leren is een sociaal gebeuren. Mensen willen samen komen en ervaringen delen. E-learning kan dat nooit vervangen. Bovendien bouwen managers zo hun netwerk uit. Wie er naast je in de collegezaal zit, is bij een MBA net zo belangrijk als welke professor ervoor staat.”

