

“Een nieuwe Business School van 50 jaar oud” door Philippe Naert, wnd. Decaan van UAMS



Voor de titel van mijn toespraak ben ik dank verschuldigd aan Pascal Dendooven, journalist bij de Standaard, die de titel “Een nieuwe Business School van 50 jaar oud” gebruikte bij een recent interview met over de toekomst van UAMS. De titel geeft duidelijk weer dat we enerzijds een lange geschiedenis hebben maar dat anderzijds een grondige vernieuwing aan de orde is.

Onze eerste roots vinden we terug in het IPO (Instituut voor Postuniversitair Onderwijs) dat in 1956 werd opgericht. De pioniers van toen waaronder Luc Wauters - die u rechts op de foto ziet en die ik hier vandaag zeer warm welkom heet- reisden met Sabena naar Belgisch Kongo om de koloniale alumni van de Sint-Ignatius-handelshogeschool (Saint Ignace) bij te scholen. Vandaag vieren we in de eerste plaats de 50ste verjaardag van het PPB, het Postuniversitair Programma in Bedrijfsbeleid, ons Executive MBA avant la lettre. Wijlen Piet Virenque lag aan de oorsprong van een door Harvard Business School geïnspireerde opleiding en Luc Wauters en Charles Annicq -die ik hier ook zeer graag verwelkom- behoorden tot de eerste cohorte docenten en bleven gedurende vele jaren nauw betrokken bij PPB. Luc Wauters was nauw betrokken bij het bestuur van het IPO en de UFSIA betrokken en speelde een belangrijke rol bij het tot stand komen van een volwaardige universiteit in Antwerpen. Ook professor Vic Van Rompuy, vader van Voorzitter van de Europese Raad Herman Van Rompuy, was een docent van het eerste uur. PPB werd het vlaggenschip van IPO. Dat dit programma erg vernieuwend was blijkt onder meer uit de brochure van 1959. Ik citeer:

Op de achterflap staat:

“De meest renderende belegging is de investering in mensen”

Er werd gebruik gemaakt van:

“Uitsluitend actieve onderwijsmethoden: geen cursussen of ex-cathedra monologen, maar wel discussies over reële bedrijfsgevallen”

En de vereiste studiesfeer werd als volgt omschreven:

“Ononderbroken studie, individueel zowel als in groepsverband, en actief discussiëren, wordt van de heren deelnemers -dames behoorden duidelijk nog niet tot de doelgroep!- geëist. Aldus wordt ernaar gestreefd de heren deelnemers op de meest efficiënte wijze voor te bereiden op de grote kunst van het beslissen en van het leiden van mensen en zaken, een kunst die in de eerste plaats toch moet steunen op een edele levenshouding en op de levensstijl van een gentleman”

Prachtig toch!

PPB, later omgedoopt tot EMBA, heeft een indrukwekkende reeks alumni voortgebracht waarvan velen een belangrijke rol hebben gespeeld of nog spelen in onze economie en maatschappij. We zijn gelukkig met de talrijke opkomst van PPB en EMBA alumni maar evenzeer van alumni van andere jubilerende opleidingen (veiligheidskunde, internal auditing, real estate, computer auditing en forensic auditing) en uiteraard ook van alumni uit onze andere opleidingen.

Vandaag staan we voor een grote uitdaging. We zijn te lang ter plaatse blijven trappelen terwijl de wereld om ons heen in het algemeen en de business school community in het bijzonder enorm zijn veranderd.

Zo is bijvoorbeeld het geografisch zwaartepunt van de business school markt zich heel snel aan het verplaatsen. De school die jaarlijks het grootste aantal Executive MBA's opleidt is

niet langer Amerikaans of Europees maar Chinees en meer bepaald de (CEIBS) de China Europe International Business School in Sjanghai. In de recentste Financial Times rankings van fulltime global MBA programmes staat er voor het eerst een Chinese school in de top tien (Hong Kong University of Science and Technology) en staat de nog zeer jonge Indian School of Business in Hyderabad op nummer 12. De Verenigde Staten hebben ongeveer 1000 business schools, maar India heeft er ondertussen 1800. De gemiddelde kwaliteit van de business schools is snel aan het toenemen en klanten en deelnemers worden steeds meer veeleisend. Indien we willen blijven meespelen en a fortiori indien we onze ambitie naar boven willen bijstellen moeten we snel werk maken van een grondige vernieuwing van onze 50 jaar oud instituut.

Missie

Onze missie is breed en ambitieus. We willen zowel bestaande als toekomstige managers opleiden. We zijn ingebed in de lokale en regionale gemeenschap maar willen ook internationaal een rol spelen. We zijn er voor de bedrijfswereld maar willen ook bijdragen tot de ontwikkeling van management talent in de publieke sector en tot de professionalisering van de social-profit sector.

We willen niet alleen aan kennisoverdracht doen maar ook zelf kennis produceren. Niet het soort kennis dat wordt voortgebracht door de klassieke universitaire faculteit maar kennis die meer direct inspeelt op behoeften van de bedrijfspraktijk.

We willen een management school zijn die in het midden van de maatschappij staat. Naast waardecreatie voor managers en hun organisaties willen we ook bijdragen tot een sociaal verantwoorde ontwikkeling van de maatschappij waarin we leven en werken.

Uiteraard stelt zich de vraag hoe we als kleine school deze missie kunnen waarmaken. We hebben immers beperkte middelen en dus behoort –zeker op korte termijn- het kopen van omzet via één of andere acquisitie niet tot de mogelijkheden. En we moeten toegeven dat sommige scholen –ook nieuwe- het veel makkelijker hebben. Laat me toe dit met enkele treffende voorbeelden te illustreren. De business school van Oxford is erg jong en is er toch in geslaagd nu reeds een stevige reputatie te bezitten. Maar Mr. Saïd heeft geholpen door een kapitaal van £ 40 miljoen te doneren. Daarenboven biedt de fenomenale waarde van het merk “University of Oxford” een enorme boost door associatie. ESMT –European School of Management and Technology- in Berlijn kreeg een initieel endowment van € 125 miljoen bijeengebracht door 25 belangrijke Duitse bedrijven. ESMT kreeg niet alleen een belangrijke financiële injectie maar die 25 bedrijven vormen in de startfase ook de belangrijkste klanten van ESMT. Destijds heb ik mijn UFSIA-oudstudent Wilfried Vanhonacker aangespoord in de Verenigde Staten te gaan doctoreren. Toen ik later dean werd van INSEAD heb ik hem kunnen overhalen om het marketing departement van INSEAD te komen versterken. De voorbije 20 jaar speelde hij een belangrijke rol in Azië, eerst in de management school van de Hongkong University of Science and Technology en later als eerste dean van CEIBS in Sjanghai. Een paar jaar geleden vroeg de Russische premier –toen nog president denk ik- Poetin hem de nieuwe business school Skolkovo te bouwen in Moscow met als ambitie een Russisch INSEAD of Harvard te bouwen. En het kan bijna niet mislukken want hij kreeg hiervoor een startkapitaal van \$ 500 miljoen! Dit soort milde schenkers heb ik hier nog niet gevonden en we zullen dus erg creatief moeten zijn om de discontinue stap voorwaarts die we willen zetten ook daadwerkelijk te realiseren.

Reputatie-ellips

Maar ook een kleine school mag de ambitie hebben om snel groter en sterker te worden. Want zoals Seneca schrijft in één van zijn brieven aan Lucillius:

“subsiliire in caelum ex angulo licet”

Of, ook vanuit een hoekje kan je de hemel bestormen.

Er bestaan heel veel krachten en hefboomen om de reputatie en dus het merk van een business school te bouwen en te versterken. We brengen die “reputation drivers” samen in de reputatie-ellips. Ik wil graag enkele van die hefboomen toelichten.

Governance

De top business schools in de Verenigde Staten –denk aan Harvard, MIT, Chicago en Stanford - zijn allemaal onderdeel van een top universiteit. Omgekeerd hebben top business schools in Europa zoals INSEAD en IMD geen enkele binding met een universiteit. En een business school zoals IESE in Barcelona is wel de business school van de Universiteit van

Navarra maar heeft een zeer grote zelfstandigheid en eigenheid. Universiteiten in de Verenigde Staten begrijpen dat business schools actief zijn op markten die totaal verschillend zijn van die van de traditionele universiteit en haar faculteiten. De opleidingen zijn anders; de concurrentie is verschillend; business schools hebben klanten (ervaren managers en hun bedrijven). We hebben dus te maken met totaal verschillende marktsegmenten en zoals we doceren in onze colleges strategie en marketing vereist externe marktsegmentatie interne differentiatie. Verschillend in marktsegmenten betekent immers andere producten, andere deans en managers, andere support staff, andere research, andere faculty, andere infrastructuur en andere governance structuren. Rekening houden met deze verschillen ligt in Europa veel moeilijker. De business school past niet goed in wat C.K. Prahalad de "Dominant Logic" van de universiteit noemt, want de gangbare structuren en processen laten de noodzakelijke interne differentiatie eigenlijk niet toe. Het is ook daarom dat we Frank Bostyn - gedurende meer dan 4 jaar decaan van UAMS en thans adjunct-kabinetschef van Minister Lieten- zeer dankbaar zijn voor de gedrevenheid waarmee hij er voor heeft gezorgd dat UAMS in september 2008 door de Vlaamse Regering werd erkend als autonoom instituut van openbaar nut met de machtiging om eigen academische graden toe te kennen. We zijn aan velen dankbaarheid verschuldigd. Aan Minister-President Kris Peeters, voormalig Minister van Onderwijs Frank Vandenbroucke, aan voormalig Vice-Premier Dirk Vanmechelen, aan Schepenen Robert Voorhamme, aan de rectoren Francis Van Loon en Alain Verschoren, aan Luc Luwel en VOKA Antwerpen-Waasland en uiteraard aan velen die nauw bij UAMS betrokken zijn met in de eerste plaats Christian Leysen en Walter Nonneman. Het doet me veel genoegen hen hier te mogen verwelkomen. Dank zij de verzelfstandiging beschikken we vandaag, zoals Christian Leysen het al aanstipte in zijn welkomstwoord, over een kleine, slagvaardige Raad van Bestuur en Algemene Raad. Vandaag zijn we georganiseerd als een dynamische en ondernemende KMO.

Hoe kunnen we het verschil maken?

We zijn niet van plan bestaande business schools als benchmark te kiezen en die dan zo goed mogelijk te kopiëren en op bepaalde punten te verbeteren. Een dergelijke "red ocean strategy" om de terminologie van Chan Kim en Renée Mauborgne van INSEAD te gebruiken kan niet succesvol zijn en zeker niet gegeven onze zeer beperkte financiële middelen. We zoeken dus bewust naar een "blue ocean strategy" waarbij we er naar streven anders te zijn dan de bestaande leading business schools. We bekijken dat anders zijn vanuit drie verschillende invalshoeken.

1. Wat verwachten organisaties en de maatschappij van een moderne business school?

Business schools hebben de voorbije jaren zeer veel kritiek over zich heen gekregen. De recente financiële crisis heeft die kritiek alleen maar versterkt. Business schools zouden te korte termijn georiënteerd zijn, ze behartigen alleen shareholder value en hebben geen aandacht voor andere stakeholders, ze zijn broeihaarden van hebzucht en greed; ze besteden weinig aandacht aan de persoonlijke ontwikkeling van hun deelnemers en aan de rol die managers kunnen en moeten spelen in de maatschappij. Deze kritiek is uiteraard een karikatuur. Maar toch bevat ze voldoende elementen van waarheid om een grondige bezinning en bijsturing noodzakelijk te maken.

We willen in al onze master programma's personal development als rode draad doorheen de opleiding centraal stellen. We willen persoonlijke competenties en talenten in kaart brengen en ontwikkelen. En we willen een eigen UAMS visie op leadership ontwikkelen. Het is overigens in die context dat we de instelling van de Andre Leysen Leadership Chair moeten kaderen.

Verder willen we de inbedding van onze business school in de maatschappij centraal stellen. Niet door Corporate Social Responsibility of Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen als vak in het curriculum in te voeren. CSR of MVO moet daarentegen ook een rode draad vormen in onze opleidingen. Dit impliceert, naast inzicht in de negatieve externaliteiten van de bedrijfsvoering, ook meer aandacht voor geopolitiek, voor multiculturaliteit, voor diversiteit in waarden en voor onbaatzuchtigheid. Hierin past bij voorbeeld het community project dat we onlangs hebben ingevoerd als onderdeel van ons Executive MBA, dat enkele maanden geleden zeer grondig is hertekend.

In dit kader past ook de oprichting van het Antwerp Management School Fonds voor innovatief en duurzaam ondernemen. We willen in de eerste plaats beloftevolle jongeren uit

het Zuiden de kans geven om hier te komen studeren en er daarna voor te zorgen dat ze hun nieuw opgedane kennis en inzichten zullen inzetten in hun land van herkomst. We danken het Antwerps Havenbedrijf voor de toezegging om in de komende 3 jaar telkens € 20.000 in het Fonds te storten. We danken ook de 43 verschillende personen en bedrijven die samen € 6.500 in het Fonds hebben gestort. We hebben bewust gekozen voor een gratis viering, wat mogelijk is gemaakt door de mildheid van onze sponsors en partners. We willen iedereen echter aanmoedigen om via een bijdrage aan het AMS Fonds jongeren uit achtergestelde omgevingen kansen te bieden zich bij ons te komen bekwamen om zich nadien in te zetten voor de verbetering van de levenskwaliteit in hun land van herkomst. We danken de Koning Boudewijnstichting voor de erkenning van ons project waardoor donaties fiscaal aftrekbaar worden. We danken meer in het bijzonder Jan Vander Elst, filantropieadviseur en Luc Tayart, afgevaardigd bestuurder van de Koning Boudewijnstichting voor de vlotte manier waarbij het AMS Fonds kon worden opgericht. We zijn Luc Tayart ook erg dankbaar dat hij aanvaard heeft lid te worden van het bestuur van ons Fonds. Ook veel dank aan Frank Lambert, de enthousiaste initiatiefnemer voor het opzetten van het AMS Fonds, die ook aanvaard heeft voorzitter te worden van het bestuur. Jullie hoeven niet meteen pen en papier boven te halen om het rekeningnummer te noteren. Dit staat immers netjes aangegeven in het jubileumboek dat u straks bij uw vertrek wordt meegegeven!

En nu nog even terug naar de verwachtingen van onze bedrijven. In het verleden was het mogen volgen van een opleiding in de eerste plaats een beloning, zeker als die plaatsvond aan een prestigieuze instelling zoals INSEAD. Vandaag is een management opleiding in de eerste plaats een investering. En in toenemende mate verwachten bedrijven een meer directe en bijna meetbare return on investment. We willen hier op inspelen door in onze divisie Company Specific Programs echt maatwerk te leveren. Samen met bedrijven brengen we hun opleidingsbehoeften in kaart. Samen ontwikkelen we een opleiding op maat. En samen laten we deelnemers de nieuwe inzichten toepassen op problemen die hoog op de agenda staan van de directies. Dit resulteert vaak in een merkbare en significante return.

2. Kapitaliseren op expertise binnen de Universiteit Antwerpen

De Universiteit Antwerpen is onze peteruniversiteit. We moeten veel meer dan in het verleden kapitaliseren op expertise die binnen de UA beschikbaar is. Een voorbeeld. De UA heeft in het TPR een kenniscentrum van wereldformaat op het gebied van transport, logistiek en global supply chain management. Ook ITTMA heeft een internationale faam verworven. En toch was er tot voor kort geen enkele opleiding rond logistiek of supply change management binnen het aanbod van UAMS te vinden. Daar is nu verandering in gekomen. Maar er zijn tal van andere voorbeelden zoals energie- en milieumanagement, gezondheidszorg, publieke sector kennis, de social-profit sector, media en communicatie.

3. Kapitaliseren op Antwerpen als stad en regio

UAMS zoekt zich te onderscheiden door expliciet de verbinding te zoeken met Antwerpen als stad, metropool en regio.

Wie Antwerpen zegt denkt in de eerste plaats aan de haven en dus mogen opleidingen in havenmanagement en breder in transport, logistiek en global supply chain management niet ontbreken.

Antwerpen heeft een belangrijke cluster chemische bedrijven in de petrochemie en de farmaceutica.

Antwerpen heeft een belangrijke cluster van ziekenhuizen en zorginstellingen.

Antwerpen staat voor mode, voor diamant, voor productontwikkeling, voor kunst en cultuur. Antwerpen huisvest een groot aantal van de erkende top cultuurinstellingen van de Vlaamse Gemeenschap. Denken we maar aan de Vlaamse Opera, het Koninklijk Ballet van Vlaanderen, DeSingel, de Filharmonie, het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten te Antwerpen en het Museum voor Hedendaagse Kunst Antwerpen (MuHKA). Het is dus logisch dat we van de creatieve industrie een speerpunt willen maken. Al sinds 2005 werken we samen met de diamantsector in het Diamond and Jewelry Management Institute. Het doet ons heel veel plezier dat Flanders District of Creativity vorige week besloten heeft UAMS te erkennen als tweede kenniscentrum naast dat van onze collega's van de Vlerick Leuven Gent Management School. Vlerick zal zich meer concentreren op innovatie, terwijl wij het kenniscentrum van de creatieve industrie worden. Het verheugt me dat we hierbij nauw zullen kunnen samenwerken met Edith Vervliet, directeur van het Flanders Fashion Institute en nu ook directeur Creatieve Industrie van Flanders District of Creativity.

UAMS wil dus volop de kaart Antwerpen trekken. We willen actief deel uitmaken van de community. In die context past onze beslissing om 't Brantijzer, het onder impuls van Ere-rector Jean Van Houtte prachtig gerestaureerd historisch pand aan de Sint Jacobsmarkt waar we zijn gevestigd, open te stellen voor de gemeenschap. Kunstenaars kunnen er hun werken tentoonstellen. Onlangs vond "Lezen op zondag" ,een schitterend initiatief van Cyriel Van Tilborgh, plaats in 't Brantijzer. Op 13 december mochten we 185 enthousiaste lezers verwelkomen die geboeid luisterden naar Bart De Wever die Pompeii van Mary Beard besprak, naar een zeer gepassioneerde oud-premier van Nederland Dries Van Agt over de tragedie van het Palestijnse volk, naar Saskia Decoster over de betekenis van "Dit is van mij" en naar Jan Caeyers die vijf jaar werkte aan de ultieme schitterend geschreven Beethoven biografie. In de toekomst willen we veel meer samenwerken met kunst en cultuur zullen we ons prachtig huis hiervoor open stellen.

Vandaag steunen de Stad en Provincie partners van deze viering. Morgen willen we jullie partners zijn en ons steentje bijdragen tot de groei, bloei en internationale uitstraling voor onze stad en provincie. We willen dit partnership ook duidelijk maken in onze naam en willen vanaf nu door het leven willen gaan als

Antwerp Management School

met als ondertitel

The autonomous management school of the University of Antwerp

In de komende maanden zullen we werk maken van een nieuwe corporate identity.

Product Portfolio

Ons programma aanbod is breed en reflecteert nog maar ten dele de positioneringelementen die ik heb toegelicht. Voor up to date informatie kan u terecht op onze website www.uams.be. Ook kunt u straks bij de balie in de Looszaal wat brochures vinden. En voor wie in de komende weken door een van onze medewerkers wil worden gecontacteerd kan gewoon een business card deponeren in de daarvoor voorziene plastic cube die op de informatiebalie staat.

Partnership

Zoals al gezegd zijn we een klein instituut. Een van de manieren om de schaalnadelen te overkomen is het sluiten van partnership overeenkomsten.

Ik zal niet ingaan op het natuurlijke partnership met onze peteruniversiteit. Ik wil alleen maar benadrukken dat we vanuit het gezichtpunt van de UA als holding een grote complementariteit zien met de faculteit TEW. Die complementariteit zien we in de programma's, in research en in faculty. Het partnership met de UA zijn we nu aan het verankeren in een stevige samenwerkingsovereenkomst van onbepaalde duur. Maar we moeten ook meer samenwerking zoeken met andere UA faculteiten en hogescholen binnen en buiten de associatie.

From C.K. Prahalad and Gary Hamel we learnt that companies have to leverage resources. This is particularly true for small players with the ambition to make it to the top. For a business school leveraging resources means developing partnerships with other –preferably internationally recognized- business schools. As a result, the smaller school can capitalize on the reputation of the established partner.

Since 1999 we offer an EMBA in Moscow in collaboration with IBS or International Business School, an institution that is part of the Academy of the National Economy. We are most grateful to Mr. Alexander Romanov, Ambassador of the Russian Federation to be with us tonight. The partnership with IBS came into being thanks to the entrepreneurial drive of Professor Liliane Van Hoof. This year we will celebrate the five hundredth alumnus of our Moscow program. This number includes a group of Microsoft Russia managers for whom we designed a customized version of our EMBA. In our communication and public relations we have barely capitalized on our presence in Russia. And we have failed to create opportunities for our Moscow and Antwerp participants to learn from each other. But progress is being made. Together with IBS we are now developing synergy in learning between the two programs.

I already referred to our intention to offer post-experience programs in global supply chain management. We hope to involve faculty members and researchers from TPR and ITTMA. At the same time we are working on a partnership with Georgia Institute of Technology in Atlanta and with the National University of Singapore.

Through a partnership with Alliance Business School in Bangalore, India, we will as of September have a significant cohort of Indian participants in our Master in Global Management program.

Also as of this year we hope to give our Master in Global Management participants the opportunity to spend the second semester in Shanghai and to work on their end of study project in a company in China. This will be realized through a partnership with the faculty of economics of the very prestigious Fudan University in Shanghai. I am very pleased to welcome Mr. Shi Cheng and Mr. Wang Luxin from the Embassy of the People's Republic of China, as well as professor Yuan Zhigang, dean of Fudan University School of Economics and his colleagues.

In addition we are developing a Global Executive MBA with an Indian and an American partner. The program will be residential in six two week blocks spread over a period of 2 years. The three partner schools will each recruit participants in their geographical area. As a result the program will be international in all dimensions, that is, in its participants, the faculty, the location, the content and overall experience. We are working towards a launch in 2011.

Ondernemerschap

In zijn artikel dat vandaag in Trends staat beschrijft journalist Patrick Claerhout UAMS als een schone slaapster. Het potentieel is er maar de instelling is wat ingedommeld. We willen de schone slaapster wekken en nieuw leven inblazen. Maar dat vergt grote inzet van velen. Binnen UAMS delen we met zijn allen de uitdagende ambitie om tegen 2013 onze omzet te verdubbelen. En tegen die tijd willen we een significante versteviging van onze reputatie verwezenlijkt zien. Dit zal grote inspanningen en discipline vergen, en doorzettingsvermogen bij de implementatie van onze strategie. Strategieontwikkeling is immers relatief gemakkelijk, systematische implementatie ervan des te moeilijker. Cicero waarschuwde ons dat

"non possunt omnia simul"

of we kunnen niet op alle fronten tegelijk actief zijn. En toch geloof ik persoonlijk in de enorme adrenaline stoten die gepaard gaan met het hoog leggen van de ambitielat. Of ik omarm

"strategy as stretch"

om het met C.K. Prahalad te zeggen. Ook Seneca is het hier mee eens. Hij schrijft aan Lucilius,

"non quia difficilia sunt non audemus, sed quia non audemus difficilia sunt"

Niet omdat het moeilijk is durven we het niet aan, maar omdat we het niet aandurven is het moeilijk. Om te slagen moeten alle medewerkers ervan overtuigd zijn dat het

"plus est en vous" (devies van Lodewyk van Gruuthuuse)

dat bij ieder van ons aanwezig is ook daadwerkelijk wordt ingezet voor onze Antwerp Management School. Aldus krijgen we een collectief

"yes, we can"

gevoel. En om onszelf, onze Raad van Bestuur en Algemene Raad ervan te overtuigen dat we op goede weg zijn moeten we elke dag opnieuw bewijzen dat "yes, we can" alleen maar kan worden gerealiseerd als we even doordrongen zijn van een

"yes, we do"

mentaliteit. We moeten er dus blijvend voor waken om steeds opnieuw ons dromen en denken te vertalen naar doen.

Alumni

In mijn besluit wil ik beroep doen op onze alumni. Maar eerst nog dit. Zoals u weet leerde Herman Van Rompuy zijn volk haiku's schrijven. We hebben voor de UAMS medewerkers een haikuwedstrijd uitgeschreven. Er werden een dertigtal haiku's ingezonden. En de jury heeft een winner gekozen. Anja Tys, communication officer van UAMS, zal nu haar winnende haiku voorlezen. Daarna zal ik haar een ingekaderde versie van de haiku overhandigen.

Ragfijn werkt het net

Eerst haast onzichtbaar, dan sterk

Uitdeinend draagt 'r kracht.

De hoogste tijd om te besluiten. Om onze ambitie te kunnen realiseren hebben we de hulp nodig van velen. Hulp van onze Raad van Bestuur en Algemene Raad, partner universiteiten en business schools, onze klanten, dit wil zeggen onze deelnemers en hun bedrijven of organisaties, de Stad en Provincie Antwerpen, de POM, VOKA, de Vlaamse Overheid, maar eerst en vooral onze alumni.

We hebben onze alumni te weinig verwend. Gelukkig hebben jullie niet op ons gewacht. Een aantal opleidingen heeft zelf alumniverenigingen opgestart. Ik denk bij voorbeeld aan de Real

Estate Society. Anderen hebben het initiatief genomen om met jaargenoten te blijven samenkomen. We hebben PPB alumni Jo Cornu en Guido Kestens bereid gevonden het organiserend comité van deze viering voor te zitten. Rudy Brouckaert, Dirk Collier, Wouter De Geest, Jan Van Acoleyen, Johnny Van der Straeten en Herman van de Velde hebben hen hierbij geholpen. We zijn het comité bijzonder dankbaar. De talrijke aanwezigheid van alumni deze avond bewijst dat jullie trouw zijn gebleven aan UAMS en zijn voorlopers en dat jullie samen met ons willen bouwen aan een nieuwe toekomst voor onze Antwerp Management School. In de komende maanden zullen we samen met u een dynamisch alumni beleid uitstippelen. Met deze nieuwe aanpak zullen onze alumni echte ambassadeurs worden waardoor onze slaagkans exponentieel zal toenemen. Graag dank ik iedereen in deze zaal voor uw aanwezigheid en steun. En aan allen een aangename voortzetting van deze viering. Dank u.