

Nieuwe 'food MBA' biedt sector 'food for thought'

Met ingang van september biedt de Rijksuniversiteit Groningen samen met EFMI Business School een 'executive MBA-opleiding' aan, specifiek voor managers in de levensmiddelensector.

Door: Gé Lommen foto: Jan Willem Houweling

Prof. dr. Peter Verhoef is momenteel hoogleraar marketing aan de Rijksuniversiteit Groningen. Daarnaast is hij directeur van een onderdeel daarvan, de 'UGBS', de University of Groningen Business School. Verder is hij directeur en oprichter van het Groningen Digital Business Centre.

Prof. dr. Laurens Sloot is in de branche bekend als directeur van EFMI Business School. Daarnaast is hij hoogleraar retailmarketing, eveneens aan de universiteit van Groningen. Verder is hij bekend omdat zijn commentaar geregeld wordt gevraagd in de media als er iets bijzonders gebeurt in de sector. En hij is vanuit EFMI columnist in dit blad.

Beiden zijn in hun 'Groningse' functies verbonden aan de faculteit Economie en Bedrijfskunde.

We spreken met hen over een nieuwe opleiding, die uniek kan worden genoemd.

Want in september starten EFMI Business School en de business school van de Rijksuniversiteit Groningen (RUG) met een 'executive MBA voor food professionals'. Daarmee begint er een universitaire masteropleiding die specifiek is bestemd voor managers in de levensmiddelensector.

Hoe is deze opleiding ontstaan?

Sloot: "Peter en ik werken al lange tijd samen. Ik kan me nog een gezamenlijke studie uit midden jaren negentig herinneren over de opkomst van food home shopping, toen waren we daar al intensief mee bezig." Verhoef: "In onze Erasmusperiode hebben we samen het vak marktanalyse & bedrijfsstatistiek gegeven. En later toen ik al

hoogleraar was bij de Rijksuniversiteit Groningen was ik een van zijn promotoren bij zijn proefschrift over de effecten van assortimentsaneringen." Sloot: "In 2007 heeft EFMI Business School zich bij de RUG aangesloten. Toen zijn Peter en ik ook weer directe collega's geworden bij de vakgroep marketing. Dan zie en spreek je elkaar ook weer wat vaker en zo is geleidelijk het idee

ontstaan om de 'master of food management'-opleiding van EFMI om te zetten naar een executive MBA voor food- & retailprofessionals."

Verhoef: "Naast mijn werk aan de marketingvakgroep ben ik directeur van het Groningen Digital Business Centre, en ik ben sinds enige tijd ook directeur van de University of Groningen Business School (UGBS), de business school van onze faculteit. Wij hadden al enkele jaren de behoefte aan een eigen executive MBA. De samenwerking met EFMI Business School versnelt dit proces. Uiteindelijk heeft dat uitgemond in een executive MBA met veel extra aandacht voor vraagstukken op het gebied van food, retail en de impact van digitalisering."

Wie zouden deze opleiding kunnen gaan volgen?

Sloot: "Wij richten ons eigenlijk op twee doelgroepen: managers bij fabrikanten en managers die werken bij retailers, dat kunnen ook online retailers zijn. De meeste deelnemers hebben een foodachtergrond, maar managers die bijvoorbeeld bij non-food retailers als Action en Wehkamp werken of bij een van hun toeleveranciers, zijn ook van harte welkom. De meeste deelnemers hebben een sleutelfunctie binnen hun bedrijf of gaan dat de komende jaren krijgen." Verhoef: "De opleiding helpt managers om vanuit een solide academische basis vervolgstappen te maken, waarbij zij staat zijn om integraal te denken. Daarom komen ook alle belangrijke disciplines binnen een bedrijf aan bod: marketing, sales, inkoop, finance, human resources en operations. Daarnaast is er via een persoonlijk traject veel aandacht voor zaken als teambuilding, leiderschapontwikkeling en reflecterend vermogen."

En wat is nu 'het foodgehalte' hierin?

Verhoef: "De 'lesstof' uit deze opleiding is vaak algemeen, maar wordt toegepast op vraagstukken die in de levensmiddelensector leven. Maar we zullen zeker ook over de grenzen van deze sector heen kijken als het om 'best practices' gaat, of dat nu de auto-industrie is of in de hightechsector. Zeker bij onderwerpen als digitalisering, 'customer relationship management' en 'operational excellence' kan de foodsector nog veel van andere sectoren leren."

Sloot: "De extra aandacht voor de foodsector heeft te maken met de achtergrond van de meeste deelnemers. Het leuke hiervan is ook dat je in de loop der jaren interessante netwerken tussen



Peter Verhoef (l.) en Laurens Sloot.

'Executive MBA' voor foodmanagers

Voor wie is deze opleiding bedoeld?

Bijvoorbeeld voor:

- * directieleden en managementteamleden
- * commercieel manager, accountmanager, salesmanager, trade marketing manager, channel manager
- * unitmanager, senior category manager, senior inkoper, senior assortimentsmanager
- * marketingmanager, formulemanager, 'marketing intelligence'-manager
- * regiomanager, operationeel manager, logistiek manager, supply chain manager
- * financieel manager, business controller

Minimaal vier jaar werkervaring en een afgeronde hbo- of universitaire opleiding worden als instapniveau gewenst. Wie deel wil nemen en alleen een hbo-opleiding heeft afgerond, dient een kort 'pre-masterprogramma' te volgen.

Programma in drie jaar

Jaar 1: 'mastering business strategy'

Het eerste jaar van deze MBA: de koersbepaling van de onderneming, in de context van ontwikkelingen in de externe omgeving, de concurrentie en de kerncompetenties van de onderneming.

Vier modules:

1. 'business in transition'
2. 'strategic management & business models'
3. ondernemerschap en 'business ethics'
4. 'executive MBA integration project I'

Jaar 2: 'mastering value creation'

Hoe voegt een bedrijf waarde toe, beschikt een bedrijf over de juiste stuurinformatie en welke rollen vervullen branding, omnichannel en marketing hierin? Verder verdieping in 'buying & merchandising' en samenwerkingsvormen tussen leveranciers en afnemers.

Vier modules:

1. 'positioning & branding'
2. 'omnichannel retailing/digital marketing'
3. 'buying & merchandising'
4. 'executive MBA integration project II'

Jaar 3: 'mastering operational excellence'

De aansturing van de organisatie, met nadruk op de 'back-office' van een bedrijf; management en organisatie, supply chain, finance etc.

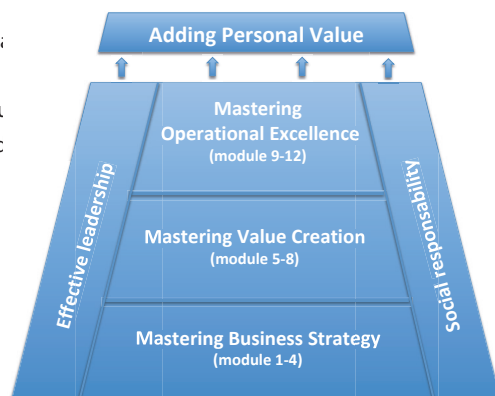
Vier modules:

1. 'value chain management & e-logistics'
2. 'leadership & organisation'
3. 'finance & business valuation'
4. 'executive MBA integration project III'

Bij elk van deze modules is telkens een hoogleraar van de RUG betrokken als kerndocent.

Bij de modules keert er telkens één terug: 'executive MBA integration project'. Dat onderdeel is de toepassing van de collegestof op de dagelijkse werkomgeving van de deelnemers.

Daarnaast omvat de opleiding 'effective leadership', een individueel ontwikkelingstraject, elke deelnemer wordt door een persoonlijke coach begeleid. De verbetering van de persoonlijke effectiviteit staat hierin centraal.



de deelnemers ziet ontstaan, waar ze ook lange tijd na afronding van de opleiding nog op kunnen terugvallen. Vanuit EFMI faciliteren wij dat proces ook, met een eigen alumnivereniging, de 'Food Master Alumni'. Daar zijn inmiddels zo'n tachtig alumni bij aangesloten. Jaarlijks organiseert EFMI minimaal twee activiteiten voor dit alumninetwork door middel van een food- of retailgerelateerde studiedag. Ook zelf vind ik het altijd erg leuk om oud-studenten te spreken."

Stel, je bent directielid of salesmanager, hoe pas je die opleiding dan in binnen je huidige drukke baan?

De opzet is zo, dat het qua tijd en inspanning te doen moet zijn, aldus Verhoef en Sloot. Sloot: "Het gaat om één, soms twee, collegedagen in de maand. Kijken we nu jaar de eerste jaargang, die in september begint, dan beginnen we met dagen aan de RUG. Vervolgens zullen de meeste dagen hier op kasteel Groeneveld in Baarn plaatsvinden, ook al vanwege de bereikbaarheid. Door onze ervaring met de opleiding 'master of food management' weten we dat deze opzet doorgaans goed te combineren is met de dagelijkse werkzaamheden."

Waarom zou je alle ontwikkelingen en uitdagingen in de foodsector op masterniveau willen 'ervaren', terwijl je in je functie ook allerlei oplossingen moet bedenken?

Verhoef: "Dat is nu de kern van de zaak. Kijk je naar het bedrijfsleven van vandaag de dag, dan tref je overal een enorme dynamiek en turbulentie aan. Nieuwe concurrenten dienen zich onophoudelijk aan en technologische ontwikkelingen kunnen bestaande businessmodellen binnen de kortste keren ondermijnen. Of er is sprake van

een verduurzamingswens vanuit de samenleving waar je niet omheen kunt, maar het is nog niet duidelijk welke kant dat uit moet.

Je kunt als manager zelf uiteraard proberen een antwoord te verzinnen op die enorme competitie en al die andere uitdagingen. Wij bieden aan dat je dat op een generalistisch en academisch niveau doet, met inbegrip van alle disciplines binnen een bedrijf, waardoor je ook altijd oog hebt voor het interne krachtenveld binnen je bedrijf. En je krijgt ook een beter inzicht in welke externe krachten er op je bedrijf af zullen komen."

Sloot: "Onze executive MBA-opleiding is niet alleen een MBA, maar ook een formele MSc-opleiding die geaccrediteerd is door een erkend instituut als de NVAO. Dat is een soort 'ISO-norm' uit de opleidingssector."

Verhoef: "Wat veel mensen niet weten, is dat Groningen tot de top-100 universiteiten in de wereld behoort. Dat lijkt misschien niet zo bijzonder, maar er zijn wereldwijd meer dan tienduizend universiteiten. Ook behoort de RUG tot de 1% van alle universiteiten met zowel een AACSB- als een EQUIS-accreditatie. Velen zullen deze begrippen niet zomaar kennen, maar het gaat hier om wereldwijd erkende kwaliteitscriteria voor onderzoek en onderwijs van faculteiten waar dan ook. Maar waar we natuurlijk ook trots op zijn, is dat mensen als Klaas Knot van De Nederlandsche Bank en Paul Polman van Unilever in Groningen gestudeerd hebben."

Hoe studeren deelnemers aan deze opleiding af?

Sloot: "De opleiding bestaat uit twaalf modules van vier dagen. Iedere module wordt met een individuele opdracht afgerond en daarnaast hebben de meeste modules ook teamopdrachten. Vrijwel alle opdrachten staan overigens in het teken van relevante ontwikkelingen binnen food of retail, dus over het algemeen is het inspirerend om hieraan te werken. Om af te studeren moet je alle modules met een voldoende afsluiten."

Verhoef: "Daarnaast moet je ook het 'effective leadership programme' volgen. Daar staat je persoonlijke ontwikkeling centraal: de leidinggevende competenties die je nodig hebt bij een bepaald werkniveau. Het is een intensief, maar ook erg boeiend programma en na afronding ontvang je ook nog eens een MSc-titel." ■

Dagen, locaties, kosten

Het gaat bij deze opleiding om 'bepaalde dagen in het jaar', in plaats van een reguliere voltijdsopleiding. Zo bevat jaargang 1 drie dagen in september, één in oktober, twee in november, één in december etc.; bij elkaar 16 dagen over een heel opleidingsjaar.

De eerste twee bijeenkomsten zijn bij de RUG in Groningen, de volgende veertien zijn bij EFMI in Baarn (vanwege de bereikbaarheid).

De volledige driejarige MBA-opleiding kost € 38.500,- (ex. btw). De prijs is 'all-in': examengelden, studiereizen, opleidingsmaterialen etc. Voor leden van EFMI Business School, CBL, FNLI, Thuiswinkel.org en de Anton Dreesmann Stichting (de leerstoel die Laurens Sloot in Groningen vervult) geldt een korting van € 3.500,-.

Op vrijdag 29 juni is er 's middags een informatiebijeenkomst bij EFMI Business School, op kasteel Groeneveld, in Baarn. Via www.efmi.nl kan een brochure over de opleiding worden opgevraagd.