

Leren in en van de stad

74

Anderhalf jaar geleden betrok het trainingsinstituut De Baak zijn nieuwe locatie: het voormalige Burgerweeshuis vlak bij de Zuidas in Amsterdam. De stad biedt nieuwe mogelijkheden voor programma's die 'the human side of enterprise' benadrukken. Dit jaar breidde De Baak de mogelijkheden verder uit met een nieuwe vestiging in Antwerpen.

Een jaar geleden verzamelden deelnemers aan het programma De Nieuwe Marketeer zich voor een van hun cursusdagen in de nieuwe locatie van De Baak aan het IJsbaanpad in Amsterdam. Na de koffie kregen zij ieder een fotocamera. Hun opdracht: zwerf door de stad en fotografeer trends die van belang zijn voor jullie eigen markt. Uren later was een schilderij van Andy Warhol, dat op dat moment tentoongesteld werd in de tijdelijke vestiging van Het Stedelijk Museum, het einddoel van de zwerftocht. Daar volgde een nieuwe opdracht: beschrijf wat Warhol met dit schilderij heeft willen zeggen. Doordat de resultaten van de deelnemers zo hemelsbreed verschilden, beseften de marketeers weer hoe moeilijk het is om een ondubbelzinnige boodschap over te brengen, wat toch een ultiem doel is van een marketeer.

"Dit is onze leefwijze ten voeten uit", verklaart Rolien van Dijk, directeur van Baak Impact. "We confronteren deelnemers aan onze programma's met op-

drachten en omstandigheden die verrassen. Het is prima als zij daardoor even uit het lood geslagen zijn. Dat vergroot de alertheid, de openheid en de betrokkenheid. Dankzij die persoonlijke beleving en de actieve participatie is de impact van onze programma's groot."

Zelfkennis essentieel

Een van de belangrijkste doelen die De Baak met zijn verrassende programma's wil bereiken, is het vergroten van de zelfkennis van de deelnemers. "Leiderschap en ondernemerschap vragen om visie en de kracht om te inspireren en richting te geven", legt Van Dijk uit. "Maar om dat effectief te kunnen doen, is zelfkennis een must. Wij geloven dat zij daarmee betere leiders en ondernemers worden; mensen die waarde toevoegen aan hun organisatie. Met kennis alleen kom je er niet. Om effectief te kunnen zijn, is meer nodig! Dat is wat wij 'the human side of enterprise' noemen."

Dit uitgangspunt klinkt voor veel traditioneel opgeleide managers wellicht wat

soft en wollig. Van Dijk is niet onder de indruk van die suggestie. "Onze programma's zijn niet voor iedereen", reageert zij droog. Bovendien bestaat het trainingsinstituut De Baak al ruim zestig jaar en hebben gedurende die jaren bepaald niet alleen vertegenwoordigers uit 'zachte' sectoren succesvolle programma's gevolgd. "We hebben bijvoorbeeld programma's ontwikkeld voor projectleiders van een groot baggerbedrijf", vertelt Van Dijk. "In die wereld overheerst nog het rationele paradigma dat je als manager puur zakelijk bent en geen gevoelens mag tonen. De werkelijkheid is dat ook die managers behoefte hebben aan menselijke feedback. Dat blijkt zelfs een voorwaarde te zijn om tot betere prestaties te komen."

Unieke propositie

De Baak had altijd al een unieke propositie in de markt van managementtrainingen, omdat de organisatie eigen trainingsaccommodaties heeft. Bovendien speelt de directe omgeving daarvan – de



William Strobbe en Rolien van Dijk

'Persoonlijke beleving en actieve participatie maakt de impact van onze programma's groot'

zee en de duinen bij de vestiging in Noordwijk en het bos rond de vestiging in Driebergen – een cruciale rol in de programma's, zowel die van de open cursussen als die van de talrijke op maat ontwikkelde incompanytrainingen. De stap om aan die leeromgevingen Amsterdam toe te voegen, blijkt dermate succesvol, dat De Baak dit jaar nog een stap heeft gezet en een vestiging in Antwerpen opende. "Net als Amsterdam is Antwerpen een stad met een grote diversiteit en veel creativiteit", vertelt William Strobbe, directeur van de Belgische vestiging van De Baak. "Daarmee is ook Antwerpen een ideale omgeving voor onze programma's."

Met de vestiging in Antwerpen hoopt De Baak het zuidelijk deel van Nederland

beter te bedienen en tevens van belang te zijn voor België, vooral als het gaat om de verbinding tussen die landen, die wel een taal, maar niet een cultuur delen. "Daar hebben we dit jaar al mooie voorbeelden van gezien", vertelt Strobbe. "Bijvoorbeeld toen we tijdens een van onze Open Space-conferenties Nederlandse en Belgische trainers en opleiders samenbrachten. Door de mix van stereotypen en vooroordelen over de wederzijdse landsaard ontstond een bijzondere dynamiek en openheid." Juist daardoor staan mensen meer open voor nieuwe inspiratie en nieuwe inzichten.

Geven en nemen

Van Dijk en Strobbe tonen zich overtuigd van de werkwijze van De Baak. "Ten eer-

ste geloven we in de effectiviteit van onze aanpak. We bieden cursisten programma's die echt indruk maken, waardoor opgedane kennis en ervaringen veel beter bekliven", zegt Strobbe. "Ten tweede onderscheiden we ons nadrukkelijk met onze programma's. Dat is belangrijk omdat de markt voor trainingen voor het bedrijfsleven sterk verandert. Veel hogescholen en universiteiten bieden inmiddels ook cursussen aan voor het bedrijfsleven, maar die zijn puur gericht op kennisoverdracht, terwijl bij ons ook de directe ervaringen een belangrijke rol spelen."

De Baak wil met zijn programma's een positieve bijdrage leveren aan de samenleving. Door managers te stimuleren tot een menselijke benadering van hun leiderschap. "Maar ook door van waarde te zijn voor onze directe omgeving", verklaart Van Dijk. "We gebruiken de stad als leeromgeving, maar willen ook bijdragen aan de ontwikkeling van de stad. We zoeken daarvoor nog naar mogelijkheden." 