

Een nieuw studiedomein: Leerstoel InBev-Baillet Latour focust op het leren van fouten

Vincent Giolito
Université Libre de Bruxelles

T 0032 460 97 30 42
E vincent.giolito@ulb.ac.be
W www.ulb.ac.be



Wat maakt het verschil tussen een goede en een uitstekende manager? Het vermogen om goed om te springen met fouten of vergissingen. Een vaststelling die het Fonds ertoe bracht om de creatie van een nieuwe Leerstoel te sponsoren, gewijd aan dit innovatieve management-onderzoeksdomein. Traditioneel wordt het managen van fouten in universiteiten en business schools begrepen als het vermogen om 'fouten te identificeren'. Het begrip wordt ook vaak geassocieerd met IT-bugs, risico-beheer en damage control. Maar vergissingen of fouten zijn ook onderdeel van het alledaagse management: hoe herstelt een bedrijfsleider gemaakte fouten en weet hij die om te buigen tot iets positiefs? Dat wordt het onderwerp van deze Leerstoel die in 2014 het licht zag in de Solvay Business School (ULB) in Brussel. "Het gaat om een studiedomein dat tot dusver braak ligt", vertelt professor Bruno van Pottelsberghe, decaan van de Leerstoel Innovatie aan de Solvay Business School en medeoprichter van het programma. "Deze Leerstoel is dus radicaal vernieuwend."

Een zeer ambitieus project

De opdrachten van de Leerstoel, die kan rekenen op het advies van een begeleidend comité, zijn divers: het opzetten van een onderzoeksstructuur van hoog niveau, de publicatie van innoverende artikelen in wetenschappelijke referentietijdschriften, de creatie van nieuw pedagogisch materiaal, de organisatie van conferenties en opleidingen. Een wetenschap-

pelijk en academisch engagement zonder voorgaande dus in dit innovatieve onderzoeksdomein, mogelijk gemaakt door de steun van het Fonds.

Een brede scope

Dit academisch platform wil dit onverkende onderzoeksterrein zo breed en volledig mogelijk behandelen: analyseren welke fouten of vergissingen er gemaakt werden, en hoe die goed of slecht werden beheerd. Dat kan gaan om bijvoorbeeld communicatie, de introductie van een nieuw product in een nichemarkt, internationalisering, een partnership of fusie, de aanwerving van een medewerker. "Het uitgangspunt is: hoe kan men vergissingen transformeren in kansen voor groei en innovatie?", besluit Bruno van Pottelsberghe.