

# “De waarheid in het leven moet je vaak tussen de lijntjes lezen”

**Steeds meer voelen ondernemers de nood om te reflecteren over hun drijfveren en inspiratie. Om daaraan tegemoet te komen, organiseerden ETION en SPES-Forum Denkers voor Doeners. Francis Deknuddt schreef zich alvast in.**

## Spiegels

Francis Deknuddt was tot enkele maanden geleden CEO van het 100 medewerkers tellende Deknuddt Mirror Works uit Deerlijk. Hij schreef zich in voor Denkers voor Doeners, om op basis van inspirerende teksten van grote denkers te komen tot wat hem zelf inspireert en drijft in leven en werk. Op de vraag wat hem in zijn leven als mens — en vooral als ondernemer — heeft geïnspireerd, heeft hij een eigenzinnig antwoord in petto: “Ik had en heb nog steeds behoefte aan controverser, langetermijnperspectief, diepgang en mondialiteit. Die zijn steeds moeilijker te vinden. Mensen die mij inspireren zijn vaak mensen die op pensioen zijn en dus hun echte mening

---

**“Ik had en heb nog steeds behoefte aan controverser, langetermijnperspectief, diepgang en mondialiteit.”**

---

kunnen verkondigen. Politici en CEO's in dienst kunnen vaak moeilijk de waarheid vertellen en vervallen in algemeenheden, tenzij je ze *off the record* kan ontmoeten. Ik stel vast dat je vooral veel kunt leren via officiële contacten. De inspirerende waarheid verneem je vaak tussen de lijnen. Wie mij dan inspireert, is bijvoorbeeld Marc Buelens van Vlerick of Johnny Thijs, voorheen bpost.”

## Controverser

Deknuddt is van oordeel dat ondernemers zich kunnen laten inspireren door controversiële uitspraken. Daarom heeft hij een boontje voor figuren als Thomas Pickety, Paul De Grauwe en Geert Noels. Die pakken al eens uit met uitspraken waar hij



Francis Deknuddt (vroegere CEO Deknuddt Mirrors)

het niet steeds onmiddellijk mee eens hoeft te zijn, maar die hem op zijn minst aan het denken zetten. Ook Gunter Pauli, de man achter Ecover, econoom Jonathan Holslag en Jos Delbeke, architect van het Europese klimaatbeleid, interesseren hem om die reden. Deknuddt was ook geboeid door figuren als Schweitzer en Marx: “Het zijn grote denkers die in hun tijd niet of verkeerd begrepen werden. Dat doet me stilstaan bij mensen die vandaag geen gelijk krijgen. Zij inspireren me omdat ook zij misschien te vroeg gelijk hebben.”

## Studio Globo

Francis Deknuddt was stichtend lid van Studio Globo. Dat is een ngo die aan ontwikkelingseducatie doet. Kinderen uit het vijfde en zesde leerjaar krijgen lespakketten — bijvoorbeeld over hun Congolese leeftijdsgenoten — waarna ze ervaring komen opdoen in inleefateliers. Deknuddt zat er jarenlang als enige ondernemer in een wereld van wat hij noemt idealisten en pedagogen: “Ik werd daar enorm door geïnspireerd. Ik moest en kon er op een pragmatische manier beslissingen nemen, geflankeerd door mensen van alle gezindten. We von-

den oplossingen zonder te ideologisch te worden. Dat was heel verrijkend en boeiend. Ik leerde er compromissen sluiten.”

### Korte termijn

Toch stelt de gepensioneerde ondernemer dat hij steeds op zijn honger is blijven zitten als het erop neerkwam geïnspireerd te worden door de dagelijkse infostroom. Zoals veel collega's volgde hij het dagelijkse nieuws bij kranten als *De Tijd* en *De Standaard*, naast bronnen als ETION, VOKA, VBO en Fedustria: “Onze kwaliteitskranten doen hun best om verdienstelijke columns te brengen. Toch is alles nogal voorzichtig. De stellingen springen er zelden uit. Wat ons vandaag bereikt, gaat zelden over de lange termijn. Het is heel lokaal en

mainstream geworden, ondanks de trend tot globalisering. Ons dagelijks nieuws op radio en tv gaat eerder over een botsing op de ring dan over de situatie in Hongkong. We horen en zien hoe groen we moeten zijn en hoe dom Trump is, maar krijgen weinig diepgravende duiding. Het ergst is de VRT. Daar krijgen we enkel korte, nietszeggende quotes in duidingsprogramma's

horen die een half uur lang hun visie mogen uitleggen. Dat is in ons land ondenkbaar. Hier is het allemaal oppervlakkig en zonder diepgang. De vedette van de dag komt het uitleggen, maar wordt na twee zinnen onderbroken.”

### Alles kan beter

Francis Deknudt is ook ontgoocheld in de studiediensten die hij volgt. Of het nu

---

**“Het kortetermijnnieuws is heel lokaal en mainstream geworden, ondanks de trend tot globalisering.”**

---

die helemaal niet meer inspirerend zijn. Ik verbleef drie maanden in Zwitserland en daar krijg je op de radio experten te

gaat om ABVV, VBO, VOKA of CD&V, volgens hem leveren de studiediensten enkel reeds op voorhand bestelde con-



# Denkers voor Doeners

## (Oostkamp, vanaf 7 november)

Op zoek naar meer ruimte voor het diepere denkwerk? Dan is Denkers voor Doeners iets voor jou. Naast de reeds lopende groep in Mechelen, starten we dit najaar een nieuwe editie op in Oostkamp. Schrijf nu in, er zijn nog enkele plaatsen vrij!

### Agenda:

(alle bijeenkomsten vinden 's avonds plaats, van 19 uur tot ca. 22 uur.)

- 7 november 2019: Albert Schweitzer; doener en denker.
- 3 december 2019: Hannah Arendt; klassiekers van de politieke filosofie.
- 6 februari 2020: Yuval Noah Harari; geschiedschrijver van de toekomst.
- 28 april 2020: Ernst F. Schumacher; is klein nog steeds mooi?

**Locatie:** Loweide, Ravenbosstraat 24, 8020 Oostkamp

**Praktisch:** Inschrijven kan enkel voor de reeks van 4 sessies, zoals hierboven beschreven.

**Kostprijs:** 680 euro pp. (excl. btw). Documentatie, handouts en catering inbegrepen.

Meer info en inschrijven via [etion.be](http://etion.be) of [britt.de.weirt@etion.be](mailto:britt.de.weirt@etion.be).

### Sprekers



Jochanan Eynikel  
(businessfilosoof  
ETION)



Nathan Van Camp  
(filosoof, regiocoördinator  
ETION Antwerpen-  
Mechelen)



Sabine Denis  
(directeur SPES-forum)



Luk Bouckaert  
(emeritus hoogleraar  
KU Leuven, gedelegeerd  
bestuurder SPES-forum)

clusies af. Het zijn geen onafhankelijke organen meer die kritische zaken durven pomen die niet direct in de lijn liggen van hun broodheren. Ondernemers hebben ook voor de korte termijn nood aan inspirerende stellingen die hen aan het denken en discussiëren zetten: "Initiatieven als Denkers voor Doeners zijn leerrijk en inspirerend. Ze mogen voor mij aangevuld worden met gewaagde initiatieven. We spelen op veilig door denkers uit de vorige eeuw aan het woord te laten. Wat mij betreft, mag men gerust ook actuele stellingen lanceren. Ik zou in *Ondernemen* gewaagde en scherpe bedenkingen publiceren, eventueel van actuele denkers. Daarop kunnen ondernemers reageren. Nadien kan men de interessantste rond de tafel uitnodigen om te debatteren. De consensus kan nadien aan iedereen meegedeeld worden."

### Romans

Toen hij in maart dit jaar op pensioen ging, trok Francis Deknudt voor drie maanden in afzondering naar Zwitserland. Hij las er *'Een bijna volmaakte vriendschap'* van Milena Michiko: "Ik realiseerde me dat ook romans ons best wel kunnen inspireren. Ik besepte meteen dat ik daar in mijn actieve tijd als ondernemer meer tijd had moeten voor vrijmaken. Ik ben van plan dat nu vaker te doen."

Tekst: Patrick Verhoest | Foto: GF



## CEO's van grote bedrijven meer dan aandeelhouders alleen

**Business Roundtable, een club van top-CEO's, stapt af van het principe dat bedrijven er eerst en vooral zijn voor de aandeelhouders.**

In *'An Economy That Serves All Americans'* gaven 181 Amerikaanse top-CEO's de boodschap dat de klanten, medewerkers, leveranciers en gemeenschappen even zwaar doorwegen. De Business Roundtable publiceert al sedert 1978 regelmatig *'Principles of Corporate Governance'*. "De Amerikaanse droom leeft maar rafelt uit", schrijft Jamie Dimon, voorzitter en CEO van JP-Morgan Chase & Co en voorzitter van de Business Roundtable. "Belangrijke werkgevers investeren in hun werknemers en gemeenschappen, want dat is de enige manier om succesvol te zijn op de lange termijn."

Maar die bedrijven hebben nog werk voor de boeg om de jongere werknemers daarvan te overtuigen. Millennials en GenZ'ers zijn sceptisch over de motieven van bedrijven en pessimistisch over de economische en sociale vooruitgang. Ze zijn niet onder de indruk van inspanningen van bedrijven om te tonen dat ze maatschappelijk een

meerwaarde betekenen. Een en ander blijkt uit Deloitte's achtste jaarlijkse *'Millennial Survey'* bij ruim 13.000 mensen geboren tussen 1983 en 1994.

De Belgische millennials zijn nog sceptischer. In vergelijking met 55 procent van hun wereldwijde tegenhangers is slechts 38 procent van hen ervan overtuigd dat bedrijven over het algemeen een positieve impact hebben op de bredere samenleving.

**"Millennials en GenZ'ers zijn niet onder de indruk van inspanningen van bedrijven om te tonen dat ze maatschappelijk een meerwaarde betekenen."**

"Bedrijven zullen hard moeten werken om hun reputatie te verbeteren en de millennials ervan te overtuigen dat ze hun impact op de maatschappij kunnen en willen vergroten", zegt Nathalie Vandaele Human Capital Lead Deloitte Belgium.

Tekst: Jo Cobbaut | Foto: Adobe Stock