

‘Ondernemers moeten besluiteloos durven zijn’

Beroepsfilosoof drs. René Gude

Filosofie is een waardevol instrument voor ondernemers. Bedrijven waar verbeelding en denken een kans krijgen zich te ontwikkelen, en waar de leiding eerst nadenkt voordat zij beslissingen neemt, hebben een grotere overlevingskans dan ondernemingen die uitsluitend resultaatgericht zijn. Iedere ondernemer zou zich, net als de oude Griekse filosofen, ook bewust moeten zijn van het belang van retorica (welsprekendheid) en argumenteren, vindt René Gude, beroepsfilosoof en - als directeur van de Internationale School voor Wijsbegeerte (ISVW) Leusden - ook ondernemer.

Filosofie zou volgens critici te zweverig zijn en te ingewikkeld, maar dat is grote waanzin. Geen enkele particulier of ondernemer heeft filosofie nodig om het leven ingewikkeld te maken. Dat kunnen ze zelf veel beter. Ook tijdens lezingen benadruk ik dat filosofie met beide benen op de grond staat, ontwart, het al gecompliceerde leven inzichtelijk maakt, ervoor zorgt dat mensen goede beslissingen kunnen nemen en daarom absoluut geschikt is voor toepassing in het bedrijfsleven”, zegt Gude. “De gedachte dat ondernemers zo snel mogelijk beslissingen moeten nemen is bijvoorbeeld een wijdverbreid misverstand. De angst voor besluiteloosheid is zo groot dat ze liever een verkeerde, dan geen beslissing nemen. Met behulp van de filosofie kan ik laten zien dat besluiteloosheid geen zwakte is. Tijdens een periode van wat ik bewuste efficiënte besluiteloosheid noem, kan een ondernemer alles op een rijtje zetten. En als er dan na redelijke tijd een beslissing valt is dat geen overhaaste, waarmee je de plank flink kunt mislaan, maar een goed doordachte, waarmee je geld kunt verdienen. Besluiteloosheid is dus geen teken van zwakte, maar een fantastische activiteit die kan leiden tot vrijheid én een nieuwe toekomst.” Het probleem is

dat ondernemers die bijvoorbeeld ontdekken dat beproefde methodes niet meer werken - het oude is verdwenen en het nieuwe is er nog niet - vaak niet beseffen dat filosofen over nieuwe mogelijkheden tot de beste resultaten kan leiden. “Ik probeer ze daarvan bewust te maken, waarbij ik direct erken dat er durf voor nodig is om korte tijd besluiteloos te zijn. Ze moeten immers vaak iets loslaten waarvoor nog geen vervanging is.” Gude, die onder meer gespecialiseerd is in de praktische toepassing van filosofie in het bedrijfsleven, houdt ondernemers voor dat toekomstplannen maken een bijna bizarre activiteit is. “Het is een vreemde, wonderlijke filosofische gedachte een realistisch plan te eisen voor iets dat nog geen realiteit is. Toch besteden wij als vanzelfsprekend enorm veel tijd aan het tevoren bedenken wat er gaat gebeuren. Zelfs het simpelste plan is niet alleen op eigen ervaringen gebaseerd. Impliciet zijn we allemaal abstract denkende metafysici. Maar wanneer je kunt expliciteren welke stappen je moet zetten om doelen in de toekomst - bijvoorbeeld het bewerkstelligen van een betere verstandhouding binnen de organisatie op basis van inspirerende grondwaarden en heldere taal - gestructu-

reerd te bereiken blijf je niet in abstracties steken. ‘De beste manier om de toekomst te voorspellen is haar zelf te maken’”, citeert hij. “Filosofie maakt de dingen concreet. Filosofisch ingestelde ondernemers volgen de zogenaamde Atheense methode en onderzoeken hun denkgewoonten met behulp analyse en contemplatie. Op de ISVW leren we ondernemers en managers zich daarin, onder deskundige leiding en ver van de dagelijks hectiek, te bekwamen. We besteden grote aandacht aan taalgebruik en communicatie en vertellen hoe je kunt voorkomen dat mensen langs elkaar heen praten, wat een enorme kostenpost is. Filosofiebeoefening is ook jezelf trainen in effectief taalgebruik. Tegenover de Atheense staat de op het oog minder bewerkelijke Spartaanse methode. Mensen veranderen zeker ook door ‘vallen en opstaan’, flink op hun gezicht gaan en weer oprabbelen. Dat is de natuurmethode en ook heel effectief.”

Gude: “Tijdens de economische crisis houden veel mensen, vaak tegen beter weten in, vast aan wat ze hebben, terwijl alles onder hun handen uit elkaar kruimelt. Anderen grijpen de situatie aan om het eindelijk radicaal an-

ders te doen. Allebei impulsen, waaraan geen filosofie te pas komt. Wanneer ze aan die verandering geen periode van strategische besluiteloosheid laten voorafgaan, kunnen ze echter veel stukmaken. De Oostenrijkse econoom Schumpeter noemde dat creatieve destructie, heel romantisch, maar de kosten daarvan zijn altijd hoog." Gude herhaalt dat een periode van besluiteloosheid, die gebruikt wordt voor het zorgvuldig formuleren van problemen en het zoeken naar oplossingen en argumenten, uiteindelijk

"De beste manier om de toekomst te voorspellen is haar zelf te maken."

tot een goede beslissing leidt. "Wanneer mensen niet toegeven aan besluiteloosheid komen ze nergens. Dat is jammer, want de meesten van ons kunnen heel goed twijfelen. Het moet alleen methodisch en gedisciplineerd. We moeten er de tijd voor nemen. Grappig genoeg doet bijna iedere ondernemer dat al automatisch als hij een begroting en een strategisch plan opstelt. Daar hoeft maar een klein beetje tijd bij."

Onderwijs

Wat in de oudheid 'filosofie' genoemd werd, heet tegenwoordig 'onderwijs'. Een filosoof streeft naar betrouwbare kennis en om dat te bereiken moet hij zich leren uitdrukken in woord en getal. "We sturen onze kinderen tegenwoordig van hun vierde tot bij wijze van spreken hun 26ste jaar naar school, maar sinds het onderwijs geen filosofie meer wordt genoemd, is er wel wat verloren gegaan. Behalve aan grammatica en spelling, wordt er

zeker in Nederland weinig gedaan aan welsprekendheid (retorica of retoriek) en leren argumenteren. En juist die zaken zijn voor ondernemers ontzettend belangrijk!" Goede communicatie en taalgebruik zijn niet alleen binnen de eigen onderneming cruciaal, maar in deze competitieve tijd zeker ook daarbuiten.

"Amerikanen en Engelsen zijn ons tijdens congressen en andere zakelijke bijeenkomsten niet te slim af doordat ze het Engels beter beheersen, maar omdat ze overtuigingskracht hebben, zich beter uitdrukken

en weten hoe argumenten in elkaar steken. Zij leren op school wel retorica en retorische debattechniek. Ons onderwijs besteedt over het algemeen te weinig aandacht aan theoretische, ethische en logische aspecten van de filosofie. Veel mensen denken dan ook dat zaken als de eenheid van wereldbeeld (het meten van jouw wereldbeeld aan dat van anderen), moraal en welsprekendheid ons komen aanwaaien en dat ze daar geen extra energie in hoeven steken, maar het tegendeel is waar. Daarom zeg ik altijd: trainen, trainen, trainen. Welsprekendheid, goede communicatieve vaardigheden en kunnen debatteren op basis van argumenten zijn zo belangrijk!" Het is wel een kwestie van evenwicht. Gude: "Een ondernemer moet niet de hele dag filosoferen, maar als hij even niet weet waar het heengaat moet hij even efficiënt twijfelen of concreet tobben. Even het werk onderbreken om daarna verfrist verder te gaan." 



Drs. René Gude is directeur van de Internationale School voor Wijsbegeerte in Leusden, hoofddocent van de basisopleiding Geschiedenis van de Filosofie en leidervan verschillende cursussen organisatie filosofie. Hij is vooral gefascineerd door de oude Grieken en Immanuel Kant, maar heeft grote belangstelling voor alles dat met filosofie te maken heeft. Tot 2001 was Gude hoofdredacteur/directeur van Filosofie Magazine. Als inleiding van de brochure isvw.nl 'Filosofie in het weekend' schrijft hij: "Filosofie is niet het gebrek van de rede, daarvoor hebben we de mobiele telefoon en MSN. Filosofie gaat over het gebruik van de rede. Niet overspullen en gewoontes, maar hoe wij daarover denken." De ISVW representeert geen bepaald stroming, maar gaat er vanuit dat een open discussie tussen cursisten met verschillende gezichtspunten tot verdieping van inzicht leidt. De ISVW organiseert filosofie cursussen voor een breed publiek van belangstellenden. Het Conferentiehotel ISVW biedt deelnemers een inspirerende accommodatie.

renegude@speakersacademy.eu

"Wie snel besluit, struikelt gemakkelijk."

— Sofokles —