



Ludo Daems: 'Wees de manager van je eigen leven'

– DOOR LINDA HUIJSMANS – FOTOGRAFIE MIRJAM VAN DER LINDEN

Vergeet de goeroes, de antwoorden op de meest essentiële vragen zitten in jezelf. Dat is de boodschap van Ludo Daems. Hij schreef een handleiding over hoe je die vindt in *Passie is wie je bent*. Wekelijks spreekt hij volle zalen toe met managers, politici en leiders tot op het hoogste niveau. 'De mensen hebben er nood aan', is dan ook de conclusie van de Vlaming.

Het grootste deel van zijn leven was Ludo Daems een typische ondernemer. Zestien, zeventien bedrijven heeft hij gehad. Altijd druk, druk, druk, een mooie auto onder de kont en een duur horloge om de pols. Hij leefde voor de status en, hij durft dat nu wel hardop te zeggen, de bevestiging van anderen. 'Ik had niet gestudeerd en keek op tegen mensen met een academische graad. De hele tijd was ik aan het bewijzen dat ik niet voor hen onder deed, dat ik ondanks die achterstand heel succesvol was. Daar komt bij dat ik tot mijn zestiende heb gestotterd. Ik was een rappe prater geworden, maar luisterde slecht.'

Succes had hij dus wel, maar echt gelukkig? Nee. Op een avond, 's avonds laat in de lobby van een hotel, vertelde een collega-ondernemer hem een harde waarheid. 'Na een paar borrels zei hij tegen mij: "Ludo, wij zullen nooit vrienden kunnen worden, want jij bent niet jezelf. Je bent niet authentiek." Ik was zo moe, dat ik geen energie meer had om me te verweren. Daardoor kwam die opmerking keihard binnen. Zijn woorden raakten iets heel essentieels, want ik wist meteen dat hij gelijk had. Ik durfde niet te zijn wie ik eigenlijk was.'

Daems voelde zelf wel aan dat er ergens iets niet goed zat, maar hij had iemand anders nodig om hem daar op te wijzen. Hetzelfde wil hij bewerkstelligen met zijn boek *Passie is wie je bent*, dat hij de ondertitel *Een handleiding voor persoonlijke groei* heeft meegegeven.

'ZODRA JE IN STAAT BENT OM EEN VRAAG TE STELLEN LIGT HET ANTWOORD OOK AL IN JEZELF VERSCHOLEN.'

'Zodra je in staat bent om een vraag te stellen ligt het antwoord ook al in jezelf verscholen', zegt hij. Daarom is dit boek geen handleiding voor de kortste weg naar succes, maar eerder een werkboek. Daems laat de lezer door zijn betoog heen regelmatig stilstaan en zichzelf kritische vragen stellen. Bijvoorbeeld over welke verwachtingen anderen van hem hebben, over hardnekkige gewoontes die voorkomen dat hij doet wat hij eigenlijk zou willen. Hij vraagt hem dromen en stille verlangens nu eens op te schrijven en zich af te vragen waarom hij daar eigenlijk niets mee doet.

De crux

Na die avond in het hotel wist Ludo Daems dat hij zijn leven over een andere boeg moest gooien. Hij ontdekte dat zijn eigen passie niet het nastreven van bezit was, zoals hij zijn hele leven had gedaan, maar dat delen zijn drijfveer was. Dát maakte hem gelukkig. Hij begon het opleidingsinstituut PKZ, wat staat voor persoonlijke kwaliteitszorg. Het delen van zijn kennis en ervaring doet hij niet in de eerste plaats door boeken te schrijven, maar door voordrachten te geven voor managers, leidinggevenden en vele, vele andere geïnteresseerden. De Vlaming is een energieke man die graag voor grote groepen staat. 'Ik zat eens bij een lezing van Daniel Goleman helemaal achter in de zaal en ik voelde intuïtief; mijn plek is niet in de zaal, maar op het podium. Daar moet ik staan om te kunnen

Ludo Daems: 'Hoewel Passie een dun boekje is, hoop ik dat het de lezer veel tijd kost om het helemaal uit te krijgen.'

delen. Ik ga daar niet staan vertellen hoe het moet, maar ik bied een buffet, waaruit eenieder kan kiezen wat hij wil. Ik wil mensen echt raken met zaken die ze van binnen eigenlijk allang weten. Als ik het antwoord op een vraag uit de zaal niet weet, zeg ik dat ook. Dan vraag aan de andere aanwezigen om te helpen een oplossing of aanpak te bedenken.'

De omslag maken van weten naar doen, daar zit de crux van de missie van Ludo Daems. Zijn uitgangspunt is dat we intuïtief heel goed weten wie we zijn, wat we leuk vinden en waar we energie van krijgen, maar ons laten afleiden door een leven waarin we vooral heel veel moeten. We laten ons leiden door de verwachtingen van anderen. 'We gaan bouwen, trouwen en krijgen kinderen. Dan is er die goede job, een steeds duurdere auto en in het weekend moeten we naar de golfbaan, of een feestje van een collega. Mensen zeggen dan: "Ik moet zoveel, ik heb geen tijd meer voor mezelf", maar ook dat is een keuze. Je hoeft het niet te doen. Door zo te leven ontnemen je het zicht op wie je echt bent en wat je diep in je hart het liefste wilt.' Hoe komt het dan dat het zo moeilijk is om te doen en te zijn wat we willen? Dat heeft volgens Daems te maken met onze rugzak, die al van jongs af aan gevuld wordt met verwachtingen en eisen van onze omgeving. Goed je best doen op school, flink zijn, kiezen voor een goede baan met zekerheid, een leuk huis en iedere paar jaar een nieuwe auto. Die verwachtingen vormen ons, maar we vergeten dat we daar zelf invloed op hebben. 'We zijn allemaal een product van onze opvoeding en onze omgeving, maar de enige die de richting van je leven bepaalt, ben je zelf. We kunnen

veel meer dan we denken, maar gebruiken slechts een paar van onze kwaliteiten. Om dat te ontdekken moet

'JE MOET UIT HET CENTRUM VAN JE BESTAAN DURVEN STAPPEN, UIT JE COMFORTZONE ZOGEZEGD, EN LUISTEREN.'

je uit het centrum van je bestaan durven stappen, uit je comfortzone zogezegd, en luisteren naar je innerlijke stem. Daar zit je passie.'

Als we Daems mogen geloven, is het ontdekken van die passie niet zo vreselijk ingewikkeld. Iedere dag een paar minuten tijd nemen voor jezelf is de belangrijkste voorwaarde om weer te leren naar jezelf te luisteren, meent hij. 'Trek je iedere dag terug op een plek waar je je prettig voelt en niet gestoord wordt. Dat kan een bankje bij een boom zijn, maar je kunt ook gewoon de deur van je kamer dicht doen. Zet je telefoon en email uit en ga zitten. Laat alle gedachtes langs je afglijden en geniet van de rust. Zo kun je weer contact leggen met wie je werkelijk bent en ontdekken waar je passie zit.' Wie dat eenmaal weet, leeft en werkt met meer enthousiasme, heeft meer energie en is kortom gelukkiger in zijn werk, is zijn stellige overtuiging.

Balans

Boeken, trainingen en congressen over onderwerpen als inspiratie, motivatie en talentontwikkeling zijn er in overvloed. Het onderwerp leeft dus, kan de eenvoudige conclusie zijn. 'De mensen hebben er nood aan', zoals Ludo Daems het zegt. Dat is niet zo gek, meent hij, want onze westerse maatschappij is aan het veranderen. De wederopbouwgeneratie van na de oorlog hield zich bezig met hard werken, sparen en zorgen dat hun kinderen meer welvaart zouden kennen dan zijzelf.



Ludo Daems: 'De verhouding hoofd, hart, lichaam en ziel is niet meer in balans. Daardoor raken steeds meer mensen op drift en zoeken opnieuw naar die verbinding.'

PASSIE IS WIE JE BENT

Ludo Daems

PKZ-instituut / 2009 / gebonden / 128 blz.

€ 24,90

Passie is wie je bent biedt u de weg naar energie, vertrouwen, rust en succes. U deelt niet alleen, u inspireert anderen om uw voorbeeld te volgen. Hoe groter de passie, hoe meer u uw mogelijkheden gaat benutten.



'ONS BEZIT BEZIT ONS', ZEGT DAEMS.

Die houding is doorgeschooten in een overmaat aan materialisme. De huidige generatie vindt daarin geen bevrediging meer. 'Ons bezit bezit ons', zegt Daems. 'De verhouding hoofd, hart, lichaam en ziel is niet meer in balans. Daardoor raken steeds meer mensen op drift en zoeken opnieuw naar die verbinding.' De veranderingen in de samenleving vertalen zich binnen het bedrijfsleven in een nieuw soort leiderschap. Dat verschuift steeds meer richting een dienend leiderschap waarin relaties met medewerkers centraal staan en mensen de ruimte krijgen die ze nodig hebben om zichzelf te zijn. 'Als het een manager lukt om de focus te verschuiven van moeten naar willen, zal niet alleen de sfeer, maar ook het resultaat sterk verbeteren', is de overtuiging van de Belg.

Deze nieuwe leiders en managers zouden wat Ludo Daems betreft dan ook veel minder trainingen en cursussen hoeven volgen. 'Help uzelf, dat levert het meest op', zegt hij.

Verstand

Toen hij na bijna vijftien jaar van presentaties, cursussen en lezingen ging zitten om zijn kennis en inzichten op papier te zetten, wilde Ludo Daems niet het zoveelste boek maken waarin de schrijver stap voor stap uitlegt wat je moet doen om net zo succesvol te worden als hij. 'Ik stel de lezer vragen en bied een helpende hand bij het beantwoorden ervan. Hoewel het een dun boekje is, hoop ik dat het de lezer veel tijd kost om het helemaal uit te krijgen. Als het goed is, begint hij daarna weer opnieuw omdat hij zich steeds blijft ontwikkelen.'

Het boek wil de lezer helemaal niets leren. 'Het gaat over steeds meer willen en steeds minder moeten. Het leert je stil te staan, inzichten te verwerven en vervolgens in beweging te komen. Daarna kun je gaan doen wat je al zo lang hebt uitgesteld en waarvan je weet dat je het zo graag wilt. Volg je hart, luister naar je gevoel maar gebruik daarna ook zeker je verstand.' Zweverig is zijn methode zeker niet, passie mag dan recht uit je hart komen, ze heeft je verstand nodig om tot volle wasdom te komen. 'Wie zijn passie volgt zonder zijn verstand te gebruiken riskeert zichzelf te verliezen', zegt Daems. 'Om te worden wie je bent, moet je de weg van je hart kennen, begrijpen en durven volgen. Vervolgens gebruik je je verstand om richting te geven aan je passie. Het resultaat is een andere houding: openheid, een nieuwe kracht van waaruit je wilt leven. Dat is de essentie.' ●

DIXIT

MICHEL HOETMER / YOUSRI MANDOUR

Klant 2.0?

Het kon niet uitblijven, na web 2.0 is de klant 2.0 geboren. Volgens sommigen is de klant slimmer dan tien jaar geleden. En beter geïnformeerd natuurlijk. Je verkoopt ze geen knollen voor citroenen meer. Het tijdperk van de sluwe verkoper die zijn naïeve clientèle met glatte praatjes inpakt is definitief verleden tijd. Maar hoe waarschijnlijk is het dat de mens plotseling een sprong maakt in de evolutie?

Laat ik maar meteen met de deur in huis vallen: niet erg. De mens zoals wij die kennen, bevindt zich ruim 100.000 jaar op de aarde. Het woord evolutie zegt het al: de veranderingen verlopen geleidelijk, vrijwel onmerkbaar. Wat is tien jaar vergeleken met 100.000 jaar? Minder dan een druppel op een gloeiende plaat. Kijk eens om u heen. Ziet u grote getalen slimmere mensen? Ik niet. Soms bekruipt me zelfs het gevoel dat mensen dommer zijn. Zoals de leeghoofden die blind varen op hun navigatiesysteem en pardoes in een sloot rijden. Of neem een recent onderzoek waaruit bleek dat een aanzienlijk deel van de bevolking niet eens weet waarom wij Kerstmis vieren. Wie kan er nog rekenen? Weinigen. Anders zouden ze niet zijn beetgenomen in al die fraudeaffaires, zoals de megaschandalen rond aandelenlease, woekerpolissen, piramidespelen en de DSB. Het zijn heus niet alleen maar laag opgeleide mensen die hiervan de dupe waren. De onnozelheid en hebzucht loopt door alle lagen van de bevolking. Het fenomeen is zo oud als de weg naar Rome. Je zou verwachten dat slimmere klanten niet meer in goedkope praatjes trappen, maar het tegendeel lijkt waar.

Zo kan ik nog wel eventjes doorgaan. De mens is helemaal niet slimmer dan tien jaar geleden. En uiteraard ook niet dommer. Het grote verschil tussen toen en nu is de enorme informatiediarree die op ons afkomt. Andere situaties, ander gedrag. Meer informatie betekent simpel meer verwarring. Denk aan de heisa rond de inentingsprogramma's. Volgens sommigen een uitgelezen kans voor de overheid om de burger te bespioneren. Toen ik naar de huisarts ging voor mijn griepinjectie vroeg ik: graag een prik met nanochip. De verpleegster schaterde van de lach en repliceerde gevat: 'Meneer Hoetmer zo belangrijk bent u nou ook weer niet, dat de overheid u wil volgen!' Zo die zat. De klant 2.0 is door al die informatie onzekerder dan ooit. De ene keer denken ze precies van de hoed en de rand te weten en de andere keer zijn ze volslagen hulpeloos en varen ze blind op idioten. De consument ziet door de bomen het bos niet meer en klampt zich vast aan een stuk wrakhout dat toevallig voorbij drijft. Maar is dat nou werkelijk zoveel anders dan vroeger? Toen geloofden wij nog in geestelijken, burgermeesters, leraren en andere notabelen. Daar keken wij tegenop. Deze autoriteiten zijn gewoon vervangen door anderen, zoals celebraties of het grote orakel dat internet heet. De verschillen? De massa heeft toegang tot (quasi) kennis en de houdbaarheidsdatum is een tikje korter. Maar verder? Niets aan de hand. Gewoon business as usual.

Michel Hoetmer is auteur en verkooptrainer. Hij is directeur van Salesquest.

