

Klaas Fremaut - Focus Advertising

# “Onze samenleving heeft nood aan kathedraaldenkers”

Christina Van Geel, Stem & Pen

Focus Advertising in Heule bij Kortrijk is een full-service communicatiebureau. Co-founder en ambassadeur van Focus Advertising is Klaas Fremaut. Zijn missie: bedrijven en organisaties aanzetten om samen na te denken over hoe ze – communicatief – relevant kunnen zijn en blijven in een steeds veranderende wereld. In september 2022 werd hij zestig. En zoals tien jaar geleden al gepland, droeg hij die dag al zijn aandelen over en begon hij aan de volgende fase van zijn leven. Klaas heeft nog plannen en dromen genoeg om vele levens te vullen. Hij is een langetermijnplanner, een kathedraaldenker. Een ondernemer met filosofische trekken die vandaag bomen plant die later schaduw geven.

**Klaas Fremaut:** Ik ben geboren in een onderwijzersnest. Mijn grootvader was schooldirecteur in Zandvoorde bij Ieper. Mijn mama heeft altijd lesgegeven in het BLO in Kortrijk en mijn papa aan de provinciale hogeschool. Ik ben dus niet opgegroeid met een ondernemersdroom, maar wel met een grote aandacht en gevoeligheid voor taal én de wereld rondom mij. Mijn ouders hebben me heel open en vrij opgevoed en mijn nieuwsgierigheid altijd aangewakkerd. Zo kan ondernemerschap ook ontstaan, door vrij te mogen denken en handelen. Die waarden heb ik ook aan mijn eigen kinderen meegegeven. Ik heb bijvoorbeeld nooit van hen verlangd dat ze de zaak overnemen. Ik wil hen eerder vleugels geven dan lood in de schoenen.

Ik heb Romaanse talen gestudeerd aan de Kulak in Kortrijk. En daarnaast was ik geïnteresseerd in theater en dramaturgie. Een duidelijke droom had ik niet, als het maar met taal en verbeelding te maken had, met emotie en creativiteit.

Na mijn legerdienst ben ik op een klein reclamebureau gestoten in Kortrijk, **Focus Advertising**. En ik ben erin gevlogen. “Mik hoog, want een pijl daalt tijdens het vliegen”, had mijn grootvader me geleerd. En dat heb ik gedaan.

Zonder enige background heb ik me in de reclamebusiness gesmeten. Als ondernemer was ik een onbeschreven blad. Ik had nog nooit een factuur gezien! En wtf is BTW?? (Lacht) Het nadeel is dat je het allemaal moet leren op het veld. Het voordeel is dat je compleet onbevooroordeeld bent.

Als een stofzuiger heb ik zoveel mogelijk informatie opgezogen. Ik ben economie en marketing gaan bijstuderen en na een aantal jaren heb ik me ingekocht in het bedrijf. Ik had er mijn draai gevonden.

## Intuïtief ondernemen

“Be responsible”, die les heb ik van thuis meegekregen. Wees verantwoordelijk voor je medewerkers, je klanten, de banken, voor iedereen met wie je handelt. Het zorgvuldig plannen van de toekomst hoort daar ook bij. Dat kan ik alle ondernemers trouwens aanraden.

“What’s next?” Die vraag stel je je best tijdig. Ik ben een langetermijndenker. Voor mijn vijftigste verjaardag heb ik mezelf geen Harley Davidson cadeau gedaan, maar ik heb een plan gemaakt voor de komende tien jaren. Op mijn zestigste wilde ik mijn vrijheid terug. Ik had die als kind meegekregen en er me zo prettig bij gevoeld.

En voor een ondernemer betekent vrijheid aandelenloos zijn. Op 26 september 2022 werd ik 60 en heb ik al mijn aandelen overdragen. Focus Advertising is nu overgenomen door de **communicatiekluster &KOO** van de **Cronos Group** uit Kontich. Die stap heb ik samen met mijn medewerkers zorgvuldig voorbereid.

Ik ben een heel intuïtieve ondernemer. Intuïtie is niet te verwarren met naïviteit. Daarvoor is de door mijn ouders meegegeven waarde van verantwoordelijkheidszin te belangrijk.

Maar omdat ik van thuis uit en vanuit mijn studies geen ondernemersbagage had meegekregen, waren mijn nieuwsgierigheid en mijn intuïtie mijn belangrijkste stuurknuppels. Gebruik je zintuigen, luister, kijk, wees nieuwsgierig, als mens en als organisatie. “Be a learning organisation.” Nog iets wat ik van thuis heb meegekregen: sta elke dag op en leer.

Behalve mijn exitplan heb ik nooit een strak en/of logisch stappenplan gehad. Iemand zei me ooit: “Boeiende mensen hebben nooit heldere plannen.” Niet alles moet altijd ‘af’ zijn voor je een volgende stap zet. Het mag al eens ‘flou artistique’ zijn, zeker in ons vak. Dat werkt ook.





Door vaak niks te beslissen en ten volle op mijn intuïtie te vertrouwen heb ik veel goede beslissingen genomen! Toen eind vorige eeuw iedereen mij zei dat de 'traditionele' reclameagentschappen ten dode waren opgeschreven omdat het digitale alles ging overnemen heb ik dit – intuïtief – naast me neergelegd. De twintig daaropvolgende jaren zijn mijn 'blue ocean' geweest.

### **Ik ben een kathedraaldenker**

De grote uitdaging voor ondernemers, maar ook voor de ganse samenleving, is om voorbij de waan van de dag te kijken. Ik ben een fan van kathedraaldenken. Ergens in de vroege middeleeuwen zaten de mecenasen en de kerkvorsten te vergaderen rond lange houten tafels, samen met de glasbewerkers, de schilders en de metselaars. "We gaan een kathedraal bouwen", zeiden ze. "We gaan iets bouwen dat veel verder reikt dan een volgende en daaropvolgende generatie." Filosoof **Roman Krznic** heeft daar een fantastisch boek over geschreven, 'How to be a good ancestor'. Over langetermijndenken in een kortetermijnwereld. Dat is een heel hoopvol boek. Er komt veel goeds op ons af, zegt hij. Op dit moment leven we in een ontwrichte wereld, met oorlogen en pandemieën. Maar dat heeft ons wel wakker geschud waardoor we nu de dingen kunnen veranderen. Dat is een grote verrijking.

En er beweegt al van alles. In ondernemingen en specifiek in ons vakgebied van marketing en communicatie is

***Klaas Fremaut:  
"De grote uitdaging  
voor ondernemers,  
maar ook voor de  
ganse samenleving,  
is om voorbij de waan  
van de dag te kijken..."***

winst niet meer de grote drijfveer. Een betere wereld is niet per se een grotere wereld. Tomeloze groei en globalisering zijn niet langer de heilige graal. **Impact** is veel belangrijker. De cijfers waren voor mij nooit zaligmakend. Uiteraard moeten ze kloppen en moet je voor je medewerkers én klanten continuïteit kunnen garanderen.

Maar winst maken omwille van de winst, daar heb ik nooit wakker van gelegen.

Duurzaam ondernemen, met respect voor mens, milieu en maatschappij, is een nieuwe norm geworden. Die weg is ingeslagen. We zullen ook niet anders kunnen. Een kind dat vandaag geboren wordt, wordt minstens 100 jaar. Dat is zo. Maar onze maatschappij is daar nog niet op afgestemd. Het klassieke patroon van ongeveer 20 jaar opgroeien en studeren, 40 jaar werken en dan met pensioen, is compleet voorbijgestreefd. We moeten daarover een langetermijnvisie ontwikkelen. Zulke debatten moeten gevoerd worden.

### **Een tevreden belastingbetaler**

De ruimte die de volgende maanden vrijkomt in mijn hoofd wil ik gebruiken om onder andere te doceren. Jonge mensen goesting geven om te leren, te groeien, een verschil te maken: daar wil ik me graag voor engageren.

Ik wil hen ook op het hart drukken hoe gelukkig ze kunnen zijn met het leven. Ik ben niet blind voor de mankementen van de maatschappij, voor wat er fout gaat, voor armoede en miserie. Maar de kansen die jonge mensen nu krijgen zijn gigantisch. Daar mogen we ons ook bewust van zijn. Als ik sommige jonge mensen hoor lijkt het wel alsof deze generatie alle gewicht van de wereld op de schouders torst. Terwijl ze hun vleugels zouden moeten gebruiken! Daar wil ik hen in stimuleren.

En ik wil hen overtuigen van de waarde van ondernemen. Een groot deel van de

welvaart in de wereld wordt gecreëerd door ondernemers. Dat zij vaak in de verdomhoek van de foefelaars worden geduwd, dat maakt me heel boos. Ik betaal bijvoorbeeld graag belastingen. En ik heb er véél betaald. Ik heb dat altijd gezien als een bijdrage aan de maatschappij. Gehandicaptenzorg, zorg tout court, talrijke sociale verworvenheden zijn niet mogelijk zonder bijdragen van onze ondernemingen. Of het door de overheid al dan niet goed gebruikt wordt, is wat anders. Maar ondernemers houden op deze manier mee de samenleving in stand.

### **Iemand plantte een boom**

Ik ben nog niet uitgedroomd. De komende tijd wil ik bijvoorbeeld stad Kortrijk helpen met het realiseren van hun gedurfde droom om van Kortrijk de **Culturele Hoofdstad van Europa** te maken in 2030. Ik stel me vrijwillig ter beschikking om mee na te denken, ideeën uit te werken, de communicatie te verzorgen, zo'n dingen.

En ik wil me weer meer verdiepen in **filosofie**. Dat heeft mij altijd mateloos geïnteresseerd. Ik vind trouwens dat bedrijven er baat bij hebben een filosoof aan boord te hebben. Net omdat dat mensen zijn die voorbij de waan van de dag kijken. Ze zien het bredere plaatje, wat je als ondernemer helpt om te relativiseren. We leven in een tijd van te veel uitroeptekens en te weinig vraagtekens. Filosofie kan daarbij een gids zijn.

Om maar even filosofisch te besluiten: iemand plantte lang geleden een boom zodat jij vandaag in de schaduw kan zitten. Als je straks een wandeling maakt, moet je daar maar eens bij en onder stilstaan. (Lacht) Het is onze taak als ondernemer en als mens om daarover na te denken en te communiceren.