
DE STRIJD OM GERECHTIGHEID

Hoe de sociale ondernemer de kerk lijkt te verdrijven

*Corriene van Eck
F120976
Docent: Peter Linde
Sociaal Ondernemerschap
Universiteit Utrecht*

DE IRONIE VAN 'DE VLUCHTKERK'

Het is vrijdagavond, 30 november. Terwijl de meeste mensen in de behaaglijke warmte van een huis zitten, zwerft er een groep vluchtelingen door de straten van Nederland, zonder bestemming. De avond daarvoor sliepen ze nog in een tentenkamp in Osdorp, waar ze een aantal maanden geleden hun tenten hadden opgeslagen om hun positie te benadrukken: 'Wij kunnen hier niet blijven noch vertrekken, en dus zijn we nu hier'. Die vrijdag de 30^e werd in de ochtend echter het tentenkamp ontruimd door de politie wegens hygiënische redenen. Nu lopen ze anoniem op straat en gaat hun voornaamste doel, 'zichtbaarheid', ten onder.

Een paar dagen later slapen deze vluchtelingen in de leegstaande St. Josephkerk in Amsterdam. Een groep mensen, waaronder de Protestantse Kerk in Nederland, heeft besloten dat deze mensen niet aan hun lot overgelaten kunnen worden. Ze bezetten de leegstaande St. Josephkerk en dopen de kerk om tot 'de Vluchtkerk'. In de weken die volgen zal er ontzettend veel aandacht zijn voor de vluchtkerk. Grote inzamelingsacties worden gehouden, veel vrijwilligers zullen betrokken raken, de Vluchtkerk facebook zal 2.500 likes krijgen en zangeres Anouk zal op kerstavond in de kerk optreden voor de vluchtelingen en een grote groep geïnteresseerden. De NRC-next schrijft erover, de volkskrant besteedt er aandacht aan en de politiek buigt zich over dit onderwerp. Daar waar de vluchtelingen 30 november nog onzichtbaar over straat liepen, weten nu duizenden mensen van hun bestaan af en voelen veel mensen zich begaan met hun lot.

De Christelijke Nederlander juicht. In een tijd waar ook de kerk vrijwel onzichtbaar is, blijkt ze ineens toch nog maatschappelijk relevant te kunnen zijn. Door de vluchtelingen een podium te geven, krijgt de kerk zelf ineens ook een podium, en door gebruik te maken van social media bereikt de kerk de Nederlandse burger.

De naam 'de vluchtkerk' is eigenlijk wel wat ironisch. Want dat er vluchtelingen ondergebracht kunnen worden in een kerk, is louter een gevolg van het feit dat de Nederlander zelf allang is weggevlucht uit de kerk. Het lijkt eeuwen geleden dat de kerk zorgde voor verbondenheid. Mensen staan niet meer in de rij voor de kerk met een leeg bord en de dominee is niet meer de eerste persoon die men belt bij persoonlijke problemen. De tijd dat de kerk in staat was oplossingen te bieden voor sociale problemen lijkt allang vervlogen.

Maar als het de kerk niet is, wat is het dan wel? Op wat of op wie zijn anno 2013 de ogen op gevestigd? Als we Muhammad Yunus (2006) moeten geloven is het de sociaal ondernemer. 'Social Business Entrepreneurs Are The Solution' (39) kopt hij in het boek Social Entrepreneurship, new models of sustainable change. Hij is niet de enige die lyrisch is over het sociaal ondernemerschap. Sociale ondernemingen schieten als paddestoelen uit de grond en in de wetenschap wordt er steeds meer geschreven over deze relatief nieuwe vorm van ondernemen.

Ik wil beschrijven hoe het kan dat de kerk niet meer in het centrum van de maatschappij staat, hoe ook de verzorgingsstaat niet capabel is oplossingen te bieden voor problemen in de maatschappij en waarom sociaal ondernemers dat vaak wel lijkt te lukken. Tot slot zal ik betogen hoe de kerk zichzelf weer *back in the game* kan spelen door goed naar sociaal ondernemerschap te kijken en daarvan te leren.

DE TeloORGANG VAN DE KERK

Je hoeft geen uitstekende socioloog te zijn om te zien dat de kerk een significant andere positie heeft in de maatschappij dan 100 jaar geleden. Sociologische literatuur kan echter wel inzicht geven hoe deze ontwikkeling tot stand is gekomen. De modernisering heeft een enorm grote invloed gehad op de positie van de kerk in de maatschappij. Dekker en Stoffels beschrijven op welke wijze dit gebeurde. (2007, 93-105)

De eerste ontwikkeling die gepaard gaat met de modernisering is differentiatie. Differentiatie kan omschreven worden als "*de relatieve verzelfstandiging van samenlevingsdomeinen met eigen functies, normen en waarden*". Differentiatie kan onderscheiden worden in structurele differentiatie en culturele differentiatie. Structurele differentiatie houdt in dat verschillende aspecten die eerst deel waren van één eenheid zich gaan verzelfstandigen, waardoor er een veelheid aan eenheden ontstaat die elk haar eigen gespecialiseerde functie heeft. Culturele differentiatie behelst het proces dat verschillende samenlevingssectoren niet alleen structureel maar ook cultureel uit elkaar groeien. In elke samenlevingssector gelden zodoende andere normen en waarden. Het proces van rationalisering valt vrij eenvoudig te omschrijven. Het gaat hier om een ontwikkeling waar men zaken steeds meer planmatig wil aanpakken en zelf naar de hand zet, in plaats van het aan het toeval te laten of op zijn beloop te laten gaan. Hierdoor kan een gevoel van de maakbaarheid, berekenbaarheid, beheersbaarheid en voorspelbaarheid van de samenleving ontstaan.

Individualisering kan beschreven worden als een proces waarbij mensen geen vanzelfsprekend onderdeel meer zijn van een gemeenschap en waarbij het leven zich niet meer vanzelfsprekend afspeelt binnen die gemeenschap. Men maakt zich los van traditionele verbanden zoals familie, lokale gemeenschappen of kerk. Dingen zijn niet meer vanzelfsprekend omdat ze altijd zo zijn of omdat de gemeenschap waartoe men behoorde dat zo voorschreef.

De hierboven geschetste ontwikkelingen hangen nauw samen met de positie van de kerk, die significant verandert is. Door het differentiatieproces heeft de kerk niet meer de overkoepelende positie in de samenleving die zij bezat, door de rationalisering worden verklaringen voor en oplossingen voor diverse zaken niet meer in religie of bij de kerk gezocht en door de individualisering wordt de autoriteit bij de kerk weggenomen; men bepaald zelf wel wat hij of zij vindt. De kerk is langzaam vanuit het centrum van de samenleving naar de marge verschoven. De samenleving is een seculiere samenleving geworden.

Uiteraard heeft dit grote gevolgen voor de maatschappij. De opkomst van de verzorgingsstaat hangt nauw samen met de teloorgang van de kerk. Gedurende de 20^e eeuw heeft de staat steeds meer sociale functies op zich genomen, die eerst in handen waren van de kerk. Onder andere D. Martin beschrijft deze ontwikkelingen uitvoerig in zijn boek *On secularisation, Towards a Revised General Theory*.

Maar inmiddels wordt niet alleen de kerk incompetent geacht oplossingen te bieden op diverse sociale problemen, in de huidige maatschappij kan de ook verzorgingsstaat veel kritiek verwachten.

DE SOCIAAL ONDERNEMER ALS ANTWOORD

C.W. Leadbeater (2001) problematiseert in zijn boek 'The Rise of the Social Entrepreneur' de verzorgingsstaat. De moderne samenleving heeft te kampen met diverse 'nieuwe' problemen waar ook de verzorgingsstaat geen goede oplossing voor kan bieden. "*We live in an anti-hierarchical age, in which deference to traditional sources of authority- the social order of class, the churches, the traditional family- is in decline.*" (14) De mens is veel meer autonoom geworden, de creator van zijn eigen leven en identiteit. Dit zijn allemaal gevolgen van de reeds beschreven ontwikkelingen die onderdeel zijn van de moderne maatschappij. Volgens leadbeater heeft het individualisme ook gevolgen op moreel niveau. Hoewel de huidige maatschappij als meer moreel kan worden geduid, is het beduidend anders dan vroeger. Men heeft nog steeds wel behoefte aan een sociale zekerheid en een bepaalde mate van *belonging*, maar dat kan volgens leadbeater niet meer op de oude, nostalgische manier. De uitdaging is het bieden van een '*modern sense of society and belonging*'. Hoewel een *sense of commu-*

nity heel ver weg lijkt, is het wel nodig. Leadbeater betoogt dat een bepaalde mate van gedeelde waarden nodig zijn voor het creëren van identiteit. Identiteit kan niet vanuit het niets gecreëerd worden, zelfs niet in deze fluïde tijden. Neem gemeenschappen weg en je neemt identiteiten weg, zo stelt hij.

Waar moeten we dan zoeken voor een moderne, *vibrant* gevoel van het publieke goed? Niet bij de verzorgingsstaat, betoogt leadbeater. De verzorgingsstaat is gecreëerd voor een maatschappij die niet meer bestaat. We hebben te maken met werkloosheid, eenoudergezinnen, vergrijzing enz. We kunnen alleen een gevoel van gemeenschap creëren als het liberaal, voluntaristisch, gedecentraliseerde, zelf-voorzienend, niet statisch en niet hiërarchisch is. *“We need open, public spaces where people with diverse interest, skills en resources can meet, debate, listen and cooperate to find common purposes and develop shared values”* (16) Er zijn nieuwe, innovatieve instituties nodig. Instituties of organisaties die het in zich hebben om verbinding te creëren en nieuwe relaties te leggen tussen de drie ingrediënten waarop de sociale welvaart altijd gerust heeft: zelf-voorziening in de familie, collectieve en collaboratieve vormen van goede doelen, de vrijwilligerssector en dergelijke en de invloed van de staat door haar regulering van de private sector en het voorzien in sociaal goed. Het gezin is niet meer de pijler van de samenleving, de overheid trekt zich terug en goede doelen redden het ook niet alleen.

Volgens leadbeater moeten we onze ogen richten op de sociaal ondernemer. Sociale ondernemers creëren maatschappelijke waarden vanuit een particulier initiatief of private onderneming (SE-lab, 2012) Sociale ondernemers zijn innovatief en creatief, flexibel en niet bureaucratisch, ze creëren maatschappelijke waarden én ze zijn in staat om beweging te creëren. *“Social entrepreneurs excel at togetherness”*, zegt Sally Osberg, directeur van de Skoll Foundation. Sociaal ondernemers zoeken niet alleen naar een sociale oplossing, maar ze zoeken fundamenteel naar een gemeenschappelijke manier van oplossingen. Sociaal entrepreneurs zijn change-makers, zegt Drayton, en kunnen lokale change-makers faciliteren. (NY times, 2012) Als rol-model inspireren ze mensen: ‘als zij het kunnen, kan ik het misschien ook wel’. Sociaal ondernemers zijn daadwerkelijk in staat om dat gevoel van *belonging*, cohesie, vertrouwen en respect te creëren in een seculiere staat die gebaseerd is op individualiteit, volgens leadbeater.

De sociale onderneming lijkt te gaten te vullen die de overheid en de kerk hebben achtergelaten. Is de sociale ondernemer de dominee 2.0? En als dat zo is, wat kan de kerk dan doen om zich weer *back in the game* te spelen?

DE KERK ‘BACK IN DE THE GAME’

Waarom lijkt het de sociaal ondernemer wel te lukken om maatschappelijk relevant te zijn, en de kerk niet? Zoals Petra Kroon van de website sociaalondernemen.nu het beschrijft lijkt het vrij simpel. *“Als je blijft hangen in spruitjes-geloof, dan is het niet meer dan logisch dat je uiteindelijk geen achterban en dus geen reden van bestaan hebt. Maar als je verder kijkt, als je onderzoekt welke fundamentele waarden en normen aan jouw organisatie ten grondslag liggen – zonder dat religieuze sausje- en hoe die passen in de huidige tijd, dan gaat er een wereld voor je open. Dan puilt je kerk zo weer uit.”*

Ontdek je waarden en normen, weg met het religieuze sausje, en zie daar: de kerk zit weer bomvol. Zoals reeds beschreven, liggen aan de marginalisering van de kerk diepgewortelde maatschappelijke ontwikkelingen ten grondslag. Dat los je niet zomaar even op door je religieuze sausje weg te nemen. Petra heeft echter gelijk dat de kerk moet gaan bedenken hoe hun normen en waarden in de huidige tijd passen.

Voordat we zullen zien wat kerken van sociaal ondernemers kunnen leren, moeten er twee kanttekeningen geplaatst worden bij ‘de kerk’. Hoe hier over de kerk geschreven wordt, omvat niet het begrip kerk in de breedste zin van het woord. Hier wordt geschreven over de kerk door de ogen van een theologiestudent, die vele kerken in Nederland heeft gezien, bezocht en onderzocht, maar die zeker niet pretendeert uitspraken te kunnen doen over de kerk in het algemeen. De uitspraken die hier gedaan worden over de kerk berusten op jarenlange ervaring in kerkelijk Nederland, maar niet op hele harde feiten of onderbouwde onderzoeken.

De tweede kanttekening luidt dat de kerk geen onderneming is. De kerk verschilt fundamenteel van de sociaal onderneming dat ze een eigen verhaal heeft dat ze niet mag verliezen om relevant te blijven zijn. In de theolo-

gie is Paul Tillich (1951) is een groot denker die het spanningsveld tussen kerk en cultuur duidt in zijn trilogie 'systematic theology'. Hij betoogt dat de kerk enerzijds moet beantwoorden aan de vragen van mensen in de samenleving, maar dat de kerk de boodschap van God niet kritiekloos moet aanpassen aan de huidige cultuur. Dan zou ze haar bestaansrecht juist verliezen. De manier waarop sociaal ondernemers handelen kan vanzelfsprekend niet één op één overgenomen worden door de kerk, maar de kerk kan wel ontzettend veel leren een aantal kenmerken van sociaal ondernemerschap.

Uit verschillende case studys blijkt dat sociale ondernemingen maken *gebruik van hun netwerk en zijn heel collaboratief zijn*. (Hoogendoorn, 2011, 52). Kerken daarentegen zijn vaak naar binnen gericht en opereren op hun eigen eilandje. Het feit dat ze haar eigen, soms onbegrijpelijke, taal spreekt en eigen tradities en gebruiken heeft bemoeilijkt het om een brug te slaan naar andere organisaties of instituties. T. Mukesh Sud, Craig V. van Sandt en Amanda M. Baugous (2009) betogen in hun artikel '*social entrepreneurship: the role of institutions*' juist dat ook sociaal ondernemers alleen niet in staat zijn om de grote sociale problemen in de maatschappij op te lossen ze dus moeten samenwerken met andere instituties, zoals de kerk. Een rol voor de kerk zou *awareness* kunnen zijn: het herkennen van sociale problemen en er een stem aan geven. (211) De vluchtkerk is hier wederom een sprekend voorbeeld van: de kerk herkent een probleem, geeft er stem aan en in samenwerking met andere organisaties pogen ze het probleem op te lossen. Juist doordat de kerk nu niet een eigen vreemde taal sprak maar in begrijpelijke termen, werd het ook opgepakt door andere groepen in de maatschappij en de politiek.

Sociale ondernemers *kennen hun omgeving*. Ze weten waar vraag naar is. Ze starten vanuit de erkenning dat de samenleving waarin ze leven complex, fluïde en snel veranderend is. (Leadbeater, 26). De kerk heeft soms de neiging om haar ogen te sluiten voor haar omgeving. De kerk spreekt haar eigen taal, en heeft haar eigen tradities en gebruiken, wat voor veel mensen leidt tot vervreemding. De kerk moet zich bewust zijn van de vragen die in de maatschappij leven en de ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden en daarop aansluiten, zonder haar eigen boodschap te verliezen. Alleen dan kan ze betekenisvol zijn. Ze kan haar boodschap niet langer als een onbewegelijk moloch in de samenleving poneren, en maar hopen dat men er acht op slaat.

Sociaal ondernemers zijn *innovatief*. Uit het proefschrift van Brigitte Hoogendoorn (2011) blijkt dat door veel wetenschappers innovatie als een fundamenteel element van sociaal ondernemerschap wordt gezien (106, 135) Doug Foster (2006), die een empirische studie deed naar de kerk in Engeland met betrekking tot sociaal ondernemerschap, concludeert dat als de kerk enige significante invloed wil uitoefenen op de ontwikkeling van sociaal ondernemerschap, ze moet zoeken naar nieuwe kansen en innovaties. Uit zijn onderzoek bleek tevens dat de kerk daarin nu nog niet slaagt. Ook in Nederland zien we weinig innovatieve ideeën vanuit de kerk ontstaan. De vluchtkerk uit de inleiding is een sprekend voorbeeld hoe de kerk een rol kan spelen in innovatief idee, maar veel vaker zitten kerken vast in eeuwenoude patronen en tradities waar ze nauwelijks van durft af te wijken. Kerken zijn vaak vastgeroest, statisch en zeer hiërarchisch, waardoor veranderingen moeilijk zijn door te voeren. Uit de case study van Leadbeater bleek juist dat de succesvolle ondernemingen die hij onderzocht had vlak en flexibel en niet-statisch waren, waardoor ze veel makkelijker innovatief kunnen zijn en kunnen inspelen op nieuwe ontwikkelingen.

HOOP, GELOOF EN LIEFDE

Nemen "*open, public spaces where people with diverse interest, skills en resources can meet, debate, listen and cooperate to find common purposes and develop shared values*" zoals sociaal ondernemers die volgens Leadbeater kunnen creëren definitief de plek van de kerk in? Ik geloof van niet. We hebben gezien dat door de modernisering de kerk niet meer in het centrum van de maatschappij staat. We hebben gezien dat de verzorgingstaat vaak ook niet meer inspeelt op de ontwikkelingen in de maatschappij. De sociaal ondernemer doet dit wel en kan rekenen op veel enthousiasme.

Echter, ik geloof dat er voor de kerk hoop aan de horizon gloort. Ik geloof dat daar waar de kerk kritisch naar zichzelf gaat kijken ze zal ontdekken dat ze daadwerkelijk nog iets te bieden heeft aan de maatschappij. Ik geloof dat als de kerk een open houding aanneemt en ze wil leren van bijvoorbeeld sociaal ondernemers ze van betekenis kan zijn en blijven. De kerk zal niet meer worden wat het geweest is, maar de vraag is of dat erg is.

De kerk zal haar weg zoeken in deze moderne maatschappij en naar aanknopingspunten moeten zoeken om het geloof met het dagelijks leven te verbinden. De kerk moet weer gaan geloven in haar eigen verhaal. Want uiteindelijk zijn het de echte verhalen die onze harten raken. Dat verhaal van Youssef uit Sudan die niet meer op straat hoeft te zwerven maar wordt opgevangen in een gekraakte kerk. Dat verhaal van Han die met een lastig lichaam toch weer aan het werk kan in een koeriersbedrijf. En dat verhaal van de kerk: hoop, geloof en liefde. Dan kan de kerk zichzelf weer 'back in the game' spelen. Niet om te concurreren met sociaal ondernemers, want beide beogen een ander doel. Wel om naast sociaal ondernemers te staan in het creëren van sociale waarden in combinatie met het overbrengen van haar eigen verhaal.

BIBLIOGRAFIE

- Bornstein, D. *The rise of the social entrepreneur*. geraadpleegd via <http://opinionator.blogs.nytimes.com/2012/11/13/the-rise-of-social-entrepreneur/> (25-01-2013)
- Baugous A., VanSandt C., Sud M. (2000). Social entrepreneurship: the role of institutions. *Journal of Business Ethics*. 85, (201-216)
- Dekker G. en H.C. Stoffels (2007), *Godsdienst en samenleving*. Kampen: J.H. Kok
- Foster, D. (2006). *Exploring a culturel mode amidst others in the church of England*. in Nicholls A. (ed.) *Social entrepreneurship, new models of sustainable change* (pp. 181-203). New York: Oxford University Press
- Hoogendoorn, B. *social entrepreneurship in the modern Economy, warm glow, cold feet (dissertatie)*, geraadpleegd via <http://repub.eur.nl/> (25-01-2013)
- Kroon P. *de bijbelse waarden van popmuziek*. Geraadpleegd via www.sociaalondernemen.nu (25-01-2013)
- Leadbeater C.W. (1997) *The rise of the social entrepreneur*. Londen: Demos
- Martin D. On secularization (2005). *Towards a Revised General Theory*. Aldershot: Ashgate publishing limited
- Tillich P. (1951). *Systematic Trilogiy (dl. 1)*. Chigago: Univerity of Chigago Press
- Se-lab. (2013) *Wat is een social entreprise?* Geraadpleegd via <http://www.selab.nl/watiseense/> (28-01-2013)
- Yumus, M. (2006). *Social entrepreneurs are the solution*. in Nicholls A. (ed.) *Social entrepreneurship, new models of sustainable change* (pp. 181-203). New York: Oxford University Press