



Het huis van vernieuwing

Een landelijk centrum voor zingeving in het werkende leven

door **Stephan Ummelen**

Megatrends.

We leven in het kruispunt van twee megatrends: secularisatie en individualisme. Het daardoor ontbreken van houvast, zingeving en samenhang leidt tot eenzaamheid, apathie en doelloosheid in de maatschappij. Als je goed luistert, hoor je de vraag naar zingeving overal. Een samenhangend antwoord ontbreekt.

Met het **betekeniscentrum** willen we een antwoord bieden op het nihilisme van Nederland. En richting aan het post-truth zinzoeken. We willen de belangrijkste vraag stellen op de drie meest prominente domeinen van het mens-zijn:

de lokale gemeenschap, de ziel, en het werk.

Die belangrijkste vraag is:

Waar *geloof* je in?

Geloof je in wat je doet?

Waar geloof je in. Het is allang geen vraag meer die voorbehouden is voor religieuzen. Het is een vraag die ook professionals stellen, en zelden kunnen beantwoorden.

Nu Nederland sinds 2018 meer seculier dan religieus is, begint er merkwaardige beweging te ontstaan. Bedrijven en organisaties proberen in te springen op de behoefte aan zingeving.

Dat doen ze door flitsende campagnes te maken over *purpose*, kernwaarden en personal missions en die te integreren met hun verdienmodel. Bekende merken - zoals **Nike** hieronder - beginnen de vraag te stellen: *waar geloof je in?*

NOS
Interview met
Stephan Ummelen



Believe in something.
Even if it means sacrificing everything.



Vertrouwenscrisis.

Bedrijven en organisaties wagen zich aan geloofsvraagstukken. Maar geloven we *hen*?

Volgens gerenommeerd onderzoeksbureau Gallup voelt 87% van alle Nederlanders zich niet betrokken bij de organisatie waar ze voor werken. De Edelman Trust Barometer rapporteert een laagterecord voor het vertrouwen in organisaties, NGO's en instituten in onze maatschappij.

Hoewel het overgrote gedeelte van Nederlandse organisaties zich bezig houdt met ethiek, is deze ethiek nauwelijks verbonden met de ervaring van zingeving in het werkende leven.

Dit is een probleem, omdat:

- *De medewerker 1/3e van zijn wakkere leven doorgaans niet als zingevend ervaart*
- *De manager en zijn bedrijf aantoonbaar lijdt onder een zwakke organisatiecultuur*
- *Ethiek het domein van de reclame wordt en het maatschappelijk vertrouwen ondermijnt*

**Vooral jonge mensen lijden onder deze vertrouwenscrisis. Zij kennen de meeste burn-outs. Wij geloven dat dit ten diepste een zingevingscrisis is.*

Het huis van vernieuwing *(werktitel)*

In het betekeniscentrum komt een huis voor het nieuwe werken. Het kerkgebouw was altijd al een symbool voor zingeving en samenkomst. Het is hoog tijd om deze gebouwen te benutten voor het meest belangrijke domein voor de meeste mensen anno nu: *werk*.

We ontwikkelen programma's om organisaties, HR afdelingen, directieteams en raden van bestuur te onderwijzen op de laatste trends uit het nieuwe werken.

- Intrapreneurship
- Corporate Volunteering
- Waardengedreven leiderschap
- Culture Building

We stellen ons huis open voor heidagen over zingeving, voor relevante sprekers over de toekomst van werk en organiseren netwerkborrels zodat waardengedreven organisaties, medewerkers en goede doelen elkaar kunnen vinden.

Daarmee worden we **een toonaangevend centrum op het gebied van goed werk in NL.**

beoogde partners:



Treehouse Tribe



Geen programma zonder gemeenschap

Wat maakt een gebouw een 'huis'? De bewoners.

Om continuïteit, reuring en een levendig programma te garanderen moeten we zelf het goede voorbeeld stellen. Daarom biedt het Huis voor Vernieuwing ruimte aan 10 tot 20 sociale ondernemingen.

Deze ondernemers zijn het middelpunt van het huis. Zij zorgen voor het programma, het netwerk en de onderlinge samenhang en relevantie. Ze hebben als social entrepreneurs zowel een sociale, als een economische prikkel om van het Huis van Vernieuwing een succes te maken.

Ook is er ruimte om zelf sociale ondernemingen te starten in het huis van vernieuwing. Denk daarbij aan een ondernemersschool voor idealisten.

De volgende ondernemers doen al mee:





Kerkvernieuwing

Nederland telt zo'n zeventuizend kerkgebouwen.
Hun religieuze functie wordt steeds beperkter.
De helft zal de komende tien jaar (deels) leeg komen te staan.

Beheerders van deze gebouwen zoeken naar nieuwe functies en inkomsten.
Functies die recht doen aan de traditie van deze gebouwen.

Het Huis van Vernieuwing en de Kerkvernieuwers bieden een relevante oplossing voor deze maatschappelijke leegstand in zowel inhoud als programmering.

De successen die daaruit ontstaan zijn interessant voor de her-, neven- en voortbestemming van kerkgebouwen in NL. De Kerkvernieuwers heeft een actieve community van 800 leden en een relevant netwerk in de erfgoedsector.

Samenhang & Crossovers

The New York Times

God Is Dead. So Is the Office. These People Want to Save Both

Divinity consultants are designing sacred rituals for corporations and their spiritually depleted employees.

[The New York Times: Aug 28, 2020](#)





Stephan Ummelen leidt een dienst voor ongelovigen

Vandaag de dag zijn er *facilitators* nodig. Mensen die eerlijk zijn over hun eigen drijfveren. Die een sfeer van vertrouwen kunnen scheppen en op een inspirerende en overtuigende manier 'een stap dieper' gaan. Stephan Ummelen en Tim Vreugdenhil hebben daar beide ruime ervaring mee. Stephan wordt binnen het Betekeniscentrum verantwoordelijk voor de Vernieuwing. Maar Tim krijgt regelmatig een rol in de programma's van Stephan.

Omgekeerd haalt Tim directie- en managementteams naar de Oosterkerk voor inspiratiedagen die hij samen met Stephan ontwikkelt en leidt. Stephan en Tim hebben beide een enorm netwerk en kennen veel mensen die hart en talent hebben voor deze thema's, of je ze nu business spiritualiteit, ethiek of betekenis economie noemt.



Tim Vreugdenhil praat bij Coca Cola over de maatschappelijke impact van merken



**Als je denkt dat het Huis van Vernieuwing in de Oosterkerk over
het verhuren van vierkante meters gaat heb je het niet begrepen***

**Ik praat je graag bij:*

Stephan@Waardengedreven.nl

