

Voorwoord

Tijdens mijn stage bij Vice Versa, vakblad over ontwikkelingssamenwerking, kwam ik de identiteitsdiscussie onder christelijke ontwikkelingsorganisaties op het spoor. Voor deze stage heb ik vervolgens een journalistiek onderzoek gedaan en in deze periode ontdekte ik dat de identiteitsdiscussie niet alleen speelt bij christelijke ontwikkelingsorganisaties, maar bij verschillende christelijke maatschappelijke organisaties in Nederland.

Na dit journalistieke onderzoek ben ik in de ban geraakt van de identiteitsdiscussie en met een jonge onbezonnenheid wist ik het zeker: ik zou eens haarfijn onderzoeken hoe de vork in de steel zat, zodat afgerekend kon worden met deze identiteitsdiscussie. Het onderwerp voor deze masterthese was geboren.

Met veel hartstocht ben ik begonnen aan deze scriptie, maar, zoals de woorden ‘jonge onbezonnenheid’ misschien al doen vermoeden: ik moest afbakenen, afbakenen, keuzes maken, afbakenen en weer keuzes maken. Mijn doelstelling heb ik dan ook radicaal moeten aanpassen.

Deze scriptie is niet, en dan overdrijf ik allerminst, zonder slag of stoot tot stand gekomen. ‘Worstelingen’ zijn het onderwerp van deze scriptie, en dit is ook het juiste woord voor het proces dat ik heb doorgemaakt. Niet alleen heb ik geworsteld met afbakeningen, het kostte me ook moeite om niet mee te gaan in de problemen die de informanten hadden geschetst of daar oplossingen voor te zoeken. Daarnaast heb ik gedurende de scriptieperiode een baan gevonden en dat heeft het proces ook niet vergemakkelijkt.

Naarmate het proces vorderde, vielen de puzzelstukken op hun plaats. Het gevoel om te ontdekken hoe mijn scriptie eruit komt te zien, is bijna onbeschrijfelijk. Het schrijven van deze scriptie is dan ook één groot leerproces geweest.

Ik heb ontdekt hoe ik een scriptie schrijf, hoe ik interviews kan analyseren, hoe ik kan afbakenen en hoe ik keuzes kan maken. Dit laatste is niet geheel onbelangrijk: personen die mij goed kennen zullen beamen dat keuzes maken nooit mijn sterkste punt is geweest. Wanneer ik opnieuw een scriptie moet schrijven, weet ik zeker dat het me een stuk makkelijker zou afgaan.

Ik kan op deze plaats nog veel zeggen over verschillende processen die ik heb doorgemaakt, maar dat is nu niet meer zo interessant. Ik kan eindelijk zeggen: ‘Yes, I did it!’ Een opgeluchte en blije kreet. Met tevredenheid kan ik zeggen dat ik trots ben op het eindresultaat.

Op deze plaats wil ik graag personen bedanken die gedurende het scriptieproces belangrijk zijn geweest. In de eerste plaats mijn vriend Marcel. Hij heeft mijn worstelingen en frustraties met veel geduld aangehoord. Ik heb altijd kunnen rekenen op troost, bemoediging, begrip en een knuffel.

Daarnaast wil ik ook mijn familie bedanken. Zij hebben mij altijd het volste vertrouwen gegeven en dit vertrouwen heb ik op verschillende momenten nodig gehad om verder te gaan. Vriendinnen wil ik bedanken voor het begrip dat ze hebben opgebracht voor de weinige sociale vaardigheden die ik laatste tijd getoond heb.

Verder wil ik Ellen Hogema en Herman Agterhoek bedanken. Als collega’s hebben ze mij geleerd hoe je in het werkzame leven tijd voor een scriptie kunt vrijmaken en ook hebben ze me van wijze adviezen voorzien. Daarnaast heb ik met hen kunnen ‘sparren’ over het onderwerp. Zonder deze gesprekken was ik wellicht nog steeds verzand in een bepaald thema van deze scriptie.

Bovendien wil ik Marc Broere, hoofdredacteur van Vice Versa, Henk Jochemsen, directeur van Prisma, Brenda Bartelink, promovenda aan de faculteit GGW aan de RUG, en de informanten die hebben meegewerkt aan deze scriptie, bedanken. Marc heeft me op het spoor van dit onderwerp gezet en Henk heeft me in de eerste en laatste fase van deze scriptie begeleidt. Het onderzoek is namelijk in de beginfase uitgegaan van Prisma, een vereniging van christelijke ontwikkelingsorganisaties en Henk is directeur van deze vereniging. Verder heeft Henk me toegang verleend tot de informanten. Brenda heeft me bij aanvang geholpen de contouren van deze scriptie op papier te zetten. De informanten wil ik bedanken voor hun informatie en de tijd die ze hebben vrijgemaakt.

Ten slotte wil ik mijn scriptiebegeleiders, Kim Knibbe en Christoph Jedan, bedanken. Zij hebben me ondersteund met bruikbare adviezen. Zowel de overdracht van Kim Knibbe, die ze richting Christoph Jedan heeft gedaan omdat zij met zwangerschapsverlof ging, alsook de manier waarop Christoph Jedan dit heeft oppakt, heb ik zeer gewaardeerd.

Rest mij nu niets anders dan u veel leesplezier te wensen!

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Inhoudsopgave	4
Hoofdstuk 1 Inleiding	6
§1.1 Aanleiding	6
§1.2 Christelijke maatschappelijke organisaties	10
§1.3 Hoofd- en deelvragen	12
§1.4 Methode en interviews	14
Hoofdstuk 2 De geschiedenis van CMO's	19
§2.1 Inleiding	19
§2.2 Oorsprong CMO's: van christelijke organisatie naar sociale beweging	19
§2.3 Van verzuiling naar ontzuiling	23
§2.4 Van deconfessionalisering tot heden	24
§2.5 Slot	28
Hoofdstuk 3 CMO's en de civil society	29
§3.1 Inleiding	29
§3.2 Civil society	29
§3.3 Civil society en haar functies	35
§3.4 Het huidige functioneren van de civil society	39
§3.5 Slot	41
Hoofdstuk 4 Informanten over CMO's	43
§4.1 Inleiding	43
§4.2 Ontwikkelingen en veranderingen	43
§4.3 Verzorgingsstaat en professionalisering	44
§4.4 Vermarketing	47
§4.5 Religieuze ontwikkelingen in de samenleving	49
§4.6 Ontwikkelingen in interne dynamiek	51
§4.7 Teruggeworpen op de essentie	54
§4.8 Slot	58

Hoofdstuk 5 Uitdaging 1: Maatschappelijke legitimatie	60
§5.1 Inleiding	60
§5.2 Maatschappelijke legitimatie	60
§5.3 Keuzes	62
§5.4 Slot	64
Hoofdstuk 6 Uitdaging 2: Eigendom en doelgroep	65
§6.1 Inleiding	65
§6.2 Eigendom en doelgroep	65
§6.3 Keuzes	69
§6.4 Slot	71
Hoofdstuk 7 Uitdaging 3: Financiering	72
§7.1 Inleiding	72
§7.2 Financiering	72
§7.3 Keuzes	73
§7.4 Slot	78
Hoofdstuk 8 Uitdaging 4: Secularisatie	79
§8.1 Inleiding	79
§8.2 Secularisatie	79
§8.2.1 Secularisatie: feitelijke gegevens	82
§8.2.2 Secularisatie: ‘master narratives’	84
§8.3 Keuzes	86
§8.4 Slot	89
Hoofdstuk 9 Conclusie	90
§9.1 Inleiding	90
§9.2 Bevindingen rondom deelvragen	90
§9.3 Beantwoording hoofdvraag	92
§9.4 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	93
Bronnen	95
<i>Literatuurlijst</i>	95
<i>Websites</i>	98
Bijlage: interviewschema	100

Hoofdstuk 1

Inleiding

§1.1 Aanleiding

Op maandag 9 november 1891 opent de protestant Abraham Kuyper het eerste Christelijke Sociale Congres (CSC) in Nederland met de toespraak ‘het sociale vraagstuk en de christelijke religie’ en vanuit katholieke hoek publiceerde paus Leo de Xiii in datzelfde jaar de encycliek *Rerum Novarum*. Het CSC en de encycliek *Rerum Novarum* waren een direct antwoord op de sociale kwestie die destijds in Europa en ook in Nederland heerste. Deze teksten gaven een impuls aan initiatieven die samen werden aangeduid met de term ‘christelijke sociale actie’.¹

De sociale omstandigheden rond deze periode vormden een rijke voedingsbodem voor het christelijk organiseren en zowel het CSC als het *Rerum Novarum* waren een enorme stimulans voor zowel protestanten als katholieken om zich vanuit de eigen maatschappijvisie te verenigen op het maatschappelijk middenveld. In de jaren erna werden tal van organisaties opgericht die deze maatschappijvisie vertegenwoordigden.²

Vooraf in de periode na 1891 ontstonden er verschillende organisaties met een duidelijk levensbeschouwelijke, katholieke of protestantse, grondslag. In de eerste plaats werden er vakverenigingen, dagbladen en politieke partijen opgericht. Later kwamen daar ook andere christelijke organisaties bij zoals verschillende maatschappelijke organisaties en sportverenigingen. In het tijdperk van de verzuiling ging dit christelijk organiseren zelfs zo ver dat er zelfs, en waar nu vaak gekscherend naar wordt verwezen, een katholieke geitenfokkersvereniging werd opgericht.³

Vanaf de wederopbouw na de tweede wereldoorlog nam de overheid steeds meer taken over van de verzuilde organisaties.⁴ Na de ontzuiling in de jaren 1960 brak voor de levensbeschouwelijke organisaties echter een periode van deconfessionalisering aan: veel van de van oorsprong protestantse of katholieke organisaties verloren hun bijzondere positie en identiteit. De organisaties lieten hun identiteit los of fuseerden met gelijksoortige organisaties.

¹ Banning, W., *Hedendaagse sociale bewegingen*, bewerkt door Woldring H.E.S., Amstelveen 1988, p. 70, 103 en Schutte, G.H., ‘Arbeid, die geen brood geeft; en de ziel verstikt in smook’ in G.H. Schutte, *Een arbeider is zijn loon waardig. Honderd jaar na Rerum Novarum en Christelijk-Sociaal Congres 1891: De ontwikkeling van het christelijke-sociale denken en handelen in Nederland 1891-1914*, 's Gravenhage 1991, p 7.

² Banning, W., *Hedendaagse sociale bewegingen*, p. 74-78 en 101-105.

³ Blom, J.C.H., ‘Nederland sinds 1830’, in (red.) Blom, J.C.H. en Lamberts, E., *Geschiedenis van de Nederlanden*, Amsterdam 1993, p.459-460.

⁴ Vgl., *ibid*, 470-474 en Eijnatten, J., van, en Lieburg, F., van, *Nederlandse religiegeschiedenis*, Hilversum 2005, 329.

Ook waren er christelijke organisaties die hun identiteit juist versterkten.⁵

Hoewel de deconfessionalisering golf al enkele decennia achter ons ligt, speelt deconfessionalisering ook tegenwoordig een rol. Verschillende christelijke organisaties kiezen ervoor om alsnog de identiteit los te laten. Zo veranderde de katholieke universiteit van Nijmegen in 2004 in Radboud University en IKV PAX Christi veranderde in 2014 haar naam in 'vredesbeweging PAX'.⁶ Andere christelijke organisaties worden kritisch bevraagd over de toekomst van de christelijke identiteit.⁷

Tegelijkertijd wordt er veel aandacht aan deze christelijke identiteit besteed. Zo zijn er enkele organisaties in Nederland die werken aan de identiteitsbevordering van christelijke organisaties. Belangrijke organisaties die in dit verband genoemd moeten worden zijn het Verband van Katholieke Maatschappelijk Organisaties (VKMO) en de Stichting Christelijk Sociaal Congres. Deze twee organisaties werken overigens samen.⁸

Naast deze ontwikkelingen over christelijke organisaties in Nederland, is er laatste jaren vooral op Europees niveau een toegenomen interesse naar organisaties met een religieuze grondslag, de zogenaamde Faith-based organisations (FBO's). Lange tijd is hier geen of weinig aandacht aan geschonken, omdat de overheersende gedachte was dat FBO's op den duur zouden verdwijnen. Welvaartstaten zouden taken van FBO's op een gegeven moment hebben overgenomen en daarnaast zou ook de trend van secularisatie zich verder voortzetten.⁹

Beide ontwikkelingen hebben zich echter niet doorgezet. Welvaarstaten zijn aan veranderingen onderhevig en onder invloed van het neoliberalisme voeren overheden een beleid van decentralisatie. Taken die ooit tot de verantwoordelijkheden van overheden behoorden, worden onder invloed van de marktlogica, steeds meer overgedragen naar lokale partners. Overheden proberen hierin samenwerking met deze partners te zoeken en hierbij komen FBO's in beeld. Daarnaast zijn FBO's onder invloed van secularisatie niet verdwenen. In vakliteratuur over FBO's wordt het secularisatiefenomeen daarom veelal in twijfel

⁵ Zie onder meer: Simons, E., en Winkeler, L, *Het verraad der clercken. Intellectuelen en hun rol in de ontwikkelingen van het Nederlandse katholicisme na 1945*, Baarn 1987, p. 85-90 en Blom, J.C.H., 'Nederland sinds 1830' in *Geschiedenis der Nederlanden*, p. 487-489.

⁶ Zie ook: <http://www.ru.nl/> en <http://www.paxvoorvrede.nl/over-ons/identiteit>. Voor het laatst geraadpleegd op 18-04-2015.

⁷ Eind 2014 schreven historici Ewout Klei en Remco Mulligen een essaybundel waarin ze christelijke partijen kritisch tegen het licht hielden. Voor het dagblad 'Trouw' hebben ze voor iedere partij de kansen en gevaren beschreven, zie ook: <http://www.trouw.nl/tr/nl/5091/Religie/article/detail/3764883/2014/10/09/Het-gaat-goed-met-de-ChristenUnie-Maar-hoe-lang-nog.dhtml>. Voor het laatst geraadpleegd op 18-04-2015.

⁸ Verkregen via www.katholieknetwerk.nl en www.stichting-csc.nl. Voor het laatst geraadpleegd op 18-04-2015.

⁹ Cnaan, R.A., 'Foreword', in (red.) Beaumont, J. en Cloke, P., *Faith-based organisations and exclusion in European cities*, Bristol 2012, p. xi-xv.

getrokken en de term postsecularisatie wordt verkozen boven secularisatie.¹⁰

Het aantal onderzoeken naar FBO's is sinds de jaren 1990 toegenomen en vanuit deze onderzoeken zijn een aantal trends rondom het 'FBO-fenomeen' te onderscheiden. Zo wordt er in deze onderzoeken beschreven dat er onder invloed van het neoliberalisme nieuwe ruimtes voor FBO's op het publieke domein ontstaan. Vaak waren FBO's voorlopers van de welvaartstaten en tijdens de bloeiperiode van welvaartstaten namen overheden taken over. Op dit moment kunnen FBO's weer een wezenlijke rol spelen op verschillende welvaartsterreinen.¹¹

Hoewel werkmethodes en zienswijzen van FBO's vaak kaarsrecht tegenover het neoliberale gedachtegoed staan en dit spanningen kan opleveren in de samenwerking met overheden, laten casestudies zien dat dit FBO's er niet van weerhoudt om hun werkzaamheden te vervullen en desgewenst een plek op het publieke terrein opeisen.¹²

Zo zijn er FBO's die het neoliberale gedachtegoed incorporeren en intensieve samenwerking met overheden zoeken, maar er zijn ook FBO's die hun werkzaamheden verrichten op plekken waar overheden tekort schieten. Deze organisaties zoeken minder vaak samenwerking met overheden en zij zoeken dan ook geen overheidsfinanciering. Andere FBO's nemen een rol op zich door kritische vragen te stellen bij huidige beleidsvormen.¹³

Hoewel verschillende FBO's een rol voor zichzelf zien weggelegd in de huidige context, zijn zij minder geneigd om verantwoordelijkheden van overheden over te nemen. FBO's richten zich meer op plekken waar overheden tekort schieten, en zij zijn bijvoorbeeld actief op gebieden van armoede, ongelijkheid en racisme. Op de verschillende 'welvaartsterreinen', zoals gezondheidszorg, verslavingszorg en jeugdzorg, eisen FBO's minder snel een rol op. Hier speelt vooral de gedachte dat deze taken tot de verantwoordelijkheid van overheden behoren een rol.¹⁴

Verder bevinden FBO's zich wat betreft hun religieuze identiteit, op gespannen voet met de meestal seculiere overheden. Het beleid van overheden is dikwijls dat FBO's aanspraak kunnen maken op overheidsfinanciering, mits deze activiteiten niet religieus

¹⁰ Cnaan, R.A., 'Foreword', in: *Faith-based organisation*, p. xi-xv en Romanillos, J.L., Beaumont, J. en Şen, M., 'State-religion relations and welfare regimes in Europe', in *Faith-based organisations*, p. 37-53.

¹¹ Beaumont, J. en Şen, M., 'State-religion relations and welfare regimes in Europe', in *Faith-based organisations*, p. 37 en Bielefeld, B. en Cleveland, W.S., 'Defining Faith-based organizations and understanding them through research', in *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 42, 2013, p. 442-467.

¹² Beaumont, J. en Dias C., 'Faith-based organisations and urban social justice in the Netherlands', in *Tijdschrift voor economische en sociale geografie, Volume 99, Issue 4*, 2008, p. 382-392.

¹³ Vgl. *ibid.*, p. 382-392 en Romanillos, J.L., Beaumont, J. en Şen, M., 'State-religion relations and welfare regimes in Europe', in *Faith-based organisations*, p. 37-53.

¹⁴ Elander, I., Davelaar, M. en Walliser, A., 'Faith-based organisations, urban governance and welfare state retrenchement', in *Faith-based organisations*, p. 81-98.

geladen zijn. Vaak wordt namelijk gedacht dat FBO's als belangrijk neven doel hebben om hun doelgroep te bekeren. Deze manier van overheidsfinanciering brengen voor FBO's spanningen betreffende de religieuze identiteit met zich mee.¹⁵

Toch weten veel FBO's in dit spanningsveld hun religieuze identiteit te behouden en vooral de missie van de FBO's speelt hierin een grote rol. Deze missie biedt handvaten om de religieuze identiteit te handhaven en tegelijkertijd vormt de missie een stimulans en aantrekkingskracht voor werknemers en vrijwilligers. Mensen blijven zich inzetten voor FBO's, omdat hun 'roeping' sterker is dan de seculariseringskrachten.¹⁶

Behalve dat er binnen FBO's vaak aandacht geschonken wordt aan de religieuze component, komt religie niet per se tot uitdrukking in haar werkzaamheden. Kenmerkend voor FBO's is echter wel het werken met relatief veel vrijwilligers en het leveren van diensten die onvoorwaardelijk zijn. Dit zou echter ook op kunnen gaan voor seculiere organisaties. Volgens politicoloog Davelaar en sociologe Kerstens betekent dit dat FBO's erin slagen om toegankelijke diensten te verlenen waarbij werkzaamheden van FBO's niet gericht zijn op een bekering van de doelgroep. Seculiere overheden zouden daarom samen kunnen werken met FBO's, zonder dat publieke middelen ingezet worden voor religieuze doeleinden.¹⁷

De geschetste trends over FBO's lijken in contrast te staan met de deconfessionalisering onder de christelijke organisaties in Nederland. Toch is dit contrast niet zo zwart-wit als hierboven voorgesteld en zijn er verschillende FBO's actief in Nederland. Deze FBO's weten zich te handhaven in een samenleving waarin, net als in veel andere Europese landen, gedachten over secularisatie en neoliberalisme een belangrijk uitgangspunt van de overheid vormen.¹⁸

Zo voert de Nederlandse overheid sinds de jaren 1980 een beleid van decentralisatie. Verder geldt er in Nederland een scheiding van kerk en staat, maar toch heeft de Nederlandse overheid sinds de opkomst van de verzorgingsstaat altijd organisaties met een religieuze grondslag gefinancierd, niet in de laatste plaats omdat deze organisaties de voorlopers van de verzorgingsstaat waren. Deze subsidie moest echter wel besteed worden aan de niet-religieuze

¹⁵ Davelaar, M. en Kerstens, W., 'A shelter from the storm: faith-based organisations and providing relief for the homeless', in *Faith-based organisations*, p. 199-215.

¹⁶ Bielefeld, B. en Cleveland, W.S., 'Defining Faith-based organizations', in *Nonprofit and Voluntary Sector*, p. 442-467.

¹⁷ Davelaar, M. en Kerstens, W., 'A shelter from the storm: faith-based organisations and providing relief for the homeless', in *Faith-based organisations*, p. 199-215.

¹⁸ Davelaar, M., Witte, N., de Swinnen, H., en Beaumont, J., 'FBO's and social exclusion in the Netherlands', in (red.) Dierckx, D., Vranken, J., Kerstens, W., *Faith-based organisations and social exclusion in European cities, national context reports*, Leuven 2009, p. 223-224.

activiteiten van de organisaties.¹⁹

Ondanks dit overheidsbeleid, zijn er nog steeds organisaties op basis van een religieuze grondslag actief. Voorbeelden hiervan zijn zorginstellingen, scholen, ontwikkelingsorganisaties en woningbouwverenigingen met een katholieke of protestantse identiteit. Naast de traditionele organisaties, zijn er ook nieuwe organisaties opgericht. Deze organisaties hebben meestal een meer evangelisch-protestantse grondslag, zoals stichting Present, Hip en The House of Hope in Rotterdam. Verder zijn er, meestal vanuit migrantengroepen, ook verschillende niet-christelijke religieuze organisaties ontstaan. Deze organisaties hebben zich sinds hun ontstaan niet alleen weten te handhaven, ze lijken daarnaast goed te functioneren in de huidige Nederlandse samenleving.²⁰

De Nederlandse context lijkt daarom ook tegenwoordig ruimte te bieden voor organisaties met een religieuze grondslag. Toch zijn er organisaties die in het huidige tijdsgewricht de christelijke identiteit alsnog loslaten, ondersteund worden in identiteitstrajecten of kritisch bevraagd worden over hun christelijke identiteit. Het christelijke veld is duidelijk in beweging en het is niet duidelijk of de oorspronkelijke katholieke of protestantse organisaties deze beweging overleven en opnieuw hun rol in de publieke ruimte weten op te eisen.

§1.2 Christelijke maatschappelijke organisaties

Nu duidelijk is in welke context christelijke organisaties zich bevinden, is het tijd om verder te preciseren welk soort organisaties het onderwerp van deze scriptie zijn. In deze scriptie richt ik mij op de christelijke maatschappelijke organisaties (CMO's) met een van oorsprong katholieke en protestantse achtergrond. Een verdere verduidelijking met wat ik in deze scriptie onder CMO's versta, is hier op zijn plaats.

Hier moet echter eerst een vooropmerking gemaakt worden. De term CMO is namelijk geen algemeen gebruikte term, dat wil zeggen dat dit geen afgebakend domein is van onderzoek. Meestal gaat het in onderzoeken over christelijke organisaties in het geheel, of de organisaties worden aangeduid als christelijke-sociale organisaties.²¹ Dat betekent dat ik in de afbakening van deze scriptie, er zelf voor heb gekozen om hiervoor de term CMO te gebruiken.

¹⁹ Davelaar, M., Witte, N., de Swinnen, H., en Beaumont, J., 'FBO's and social exclusion in the Netherlands', in *Faith-based organisations, national context reports*, p. 223-224.

²⁰ Vgl. *ibid.*, 202-208 en Beaumont, J. en Dias C., 'Faith-based organisations and urban social justice in the Netherlands', in *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, p. 382-392.

²¹ Zie bijvoorbeeld: Groen, H., *Identiteit als belofte. Over organisaties die een naam hebben op te houden*, Zoetermeer 1998, p.3.

Hoewel ik mij beperk tot de christelijke organisaties met een maatschappelijke doelstelling, gaan er nogal verschillende soorten organisaties schuil achter de term CMO. Zo kan de term CMO de vooronderstelling wekken dat het gaat om één bepaald soort organisaties, maar dit is niet het geval. De maatschappelijke organisaties die het onderwerp van deze scriptie zijn, bestaan zowel uit de protestantse als katholieke organisaties die in verschillende perioden van de Nederlandse geschiedenis zijn ontstaan. Een afbakening is hier echter op zijn plaats: het gaat hier om de traditionele protestantse en katholieke organisaties.²² Toch bestaat er een grote variëteit onder deze organisaties en er is dus allerminst sprake van één christelijke identiteit.

Bijzonder hoogleraar politieke filosofie en levensbeschouwing Govert Buijs, maakt in dit verband onderscheid in verschillende categorieën van christelijke organisaties. Hij maakt dit onderscheid op basis van de manier waarop christelijke organisaties invulling hebben gegeven aan de christelijke identiteit, namelijk:

1. Achterban-identiteit. In deze organisaties hebben de medewerkers raakvlakken met een kerkelijke groepering.
2. Grondslag identiteit. In dit geval is de identiteit gestoeld op een bepaalde grondslag waarop de medewerkers getest worden.
3. Doelgroep identiteit. Deze identiteit is gebaseerd op de doelgroep die men voor ogen heeft.
4. Methodische identiteit. Voor deze organisaties betekent de identiteit een manier van werken en geeft het tevens richting aan hoe je met elkaar en met de samenleving omgaat.²³

Behalve dat deze organisaties in verschillende tijdsgewrichten zijn ontstaan en op diverse manieren invullen aan identiteit hebben gegeven, is ook ‘maatschappelijk’ een breed concept waartoe verschillende organisaties gerekend kunnen worden. In het geval van deze scriptie is dit inderdaad het geval. Met maatschappelijke organisatie bedoel ik dan ook organisaties die betrekking hebben op de maatschappij.²⁴ Voorbeelden van dergelijke organisaties zijn zorginstellingen, scholen, omroepen, vakbonden, ontwikkelingsorganisaties en maatschappelijk werk.

Hoewel de term CMO dus de vooronderstelling kan wekken dat het om soortgelijke

²² Zie ook: Banning, W., *Hedendaagse sociale bewegingen*, p. 74-78 en 101-105.

²³ Buijs, G, ‘Inspiratie, organisatie, frustratie, heroriëntatie’ in Buijs G. e.a. *Wat je zegt, ben je zelf. Identiteit en christelijke organisaties*, Zwolle 2003, p. 16-17.

²⁴ Van Dale geeft als uitleg van ‘maatschappelijk’: m.b.t. maatschappij. Zo zou ik ook de organisaties in deze scriptie willen duiden. Verkregen via:

<http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=maatschappelijk&lang=nn#.VTJQek103cs>. Voor het laatst geraadpleegd op 18-04-2015.

organisaties gaat, kan het in werkelijkheid om totaal verschillende organisaties gaan, die vanuit een verschillende achtergrond in verschillende perioden ontstaan zijn en verschillende maatschappelijke doelen beogen. De gemene deler van deze organisaties is dat ze ooit vanuit een christelijke grondslag ontstaan zijn en dat ze nu in dezelfde context opereren.

§1.3 Hoofd- en deelvragen

Het christelijk organiseren in Nederland kent een lange geschiedenis en huidige trends van neoliberalisering en secularisering in de Nederlandse samenleving lijken in de eerste plaats een vijandige situatie voor CMO's te bieden. Toch blijkt dat er ook tegenwoordig ruimte is voor organisaties met een religieuze grondslag.

Dit neemt niet weg dat verschillende CMO's in het huidige tijdsgewricht de christelijke identiteit alsnog loslaten, ondersteund worden in identiteitstrajecten of kritisch bevraagd worden over hun christelijke identiteit. Omdat CMO's divers met identiteit omgaan en omdat de christelijke identiteit ondersteuning behoeft, is mijn vooronderstelling dat christelijke maatschappelijke organisaties worstelen met de christelijke identiteit en de vraag is *waarom*.

Het geschetste probleem vooronderstelt dat CMO's problemen ondervinden met hun christelijke identiteit. Het is verleidelijk om bij het gestelde dilemma naar oplossingen te zoeken, maar het analyseren van het probleem is de eerste stap op weg naar de oplossing. Daarom is het doel van deze scriptie om de problemen van CMO's betreffende hun christelijke identiteit inzichtelijk te maken en dus de worstelingen bloot te leggen. Daarom luidt de hoofdvraag van deze scriptie:

Waarom worstelen CMO's in Nederland met hun identiteit en hoe ziet deze worsteling eruit?

Deze hoofdvraag is tweeledig en bestaat uit een waarom- en hoe- vraag. Door de waaromvraag te onderzoeken, hoop ik te analyseren hoe het komt dat CMO's tegenwoordig met hun identiteit worstelen. Met de hoe vraag tracht ik de mogelijke worstelingen inzichtelijk te maken.

Aangezien er meerdere christelijke organisaties in Nederland zijn die de identiteit loslaten of juist versterken, richt ik mij in deze scriptie vooral op de context waarin deze organisaties zich bevinden. Dat betekent dat ik in deze scriptie beschrijf wat de huidige situatie in Nederland is en wat dit voor CMO's betekent. Ik heb dan ook geen onderzoek uitgevoerd bij specifieke christelijke maatschappelijke organisaties, maar ik probeer deze organisaties als fenomeen in de bredere Nederlandse context te plaatsen.

De informanten uit deze scriptie zijn niet per se verbonden aan een specifieke CMO, maar kunnen vanuit de positie die zij in het christelijke veld bekleden, wel degelijk iets zeggen over de worstelingen betreffende CMO's. Op deze plaats wil ik benadrukken dat de worstelingen die ik probeer bloot te leggen gebaseerd zijn op de informatie die informanten uit het christelijk veld mij gegeven hebben. In deze scriptie benoemen de informanten aandachtsvelden voor huidige CMO's meer algemeen. Of deze aandachtsvelden in dezelfde mate gelden voor specifieke CMO's zal vervolgonderzoek bij deze specifieke CMO's moeten uitwijzen.

Een andere afbakening is hier op zijn plaats. Dat mijn interesse in het bijzonder uitgaat naar specifiek *maatschappelijke* organisaties heeft twee redenen. De eerste reden heeft vooral met persoonlijke interesse en opleiding te maken. Vanuit de studie godsdienstwetenschap, met als afstudeerrichting 'religie in de moderne wereld', ben ik voornamelijk geïnteresseerd in religie en maatschappelijke vraagstukken.

De tweede reden ligt in de intrinsieke band tussen het christendom en de betrokkenheid op de medemens. In verschillende Bijbelteksten laat Jezus zien hoe er met mensen die het minder goed hebben, omgegaan kan worden. Vanuit de christelijke kerken is hier al vanaf het vroege christendom vorm aan gegeven, in de eerste plaats door het opzetten van armenzorg.²⁵

Hoewel er naast maatschappelijke organisaties met een christelijke grondslag ook andere christelijke organisaties kunnen bestaan, kan ik mij voorstellen dat maatschappelijke organisaties bij uitstek vormgevers zijn van de christelijke opdracht. De spanning tussen de verdwijning van deze organisaties en de christelijke opdracht, duidt op een veranderende positie van het christendom in Nederland. De verdwijning van deze organisaties heeft dus ook op dit gebied te maken met de master 'religie in de moderne wereld' en versterkt tevens mijn drijfveer om deze organisaties vanuit een macro-perspectief te bestuderen.

Het onderzoek heeft, zoals ik hierboven heb laten zien, godsdienstsociologische relevantie: zij laat de veranderende positie van het christendom in Nederland zien. Daarnaast heeft het onderzoek ook een theoretische relevantie. Deze scriptie levert namelijk een bijdrage aan de literatuur over organisaties met een religieuze identiteit in een gesecculariseerde samenleving. Ook biedt deze scriptie inzicht in de huidige identiteitsdiscussies van christelijke maatschappelijke organisaties. Ten slotte kunnen de geformuleerde uitdagingen en

²⁵ Koet, B., 'Exegetische kanttekeningen over diakonia in het Nieuwe Testament – Leren of doen?' en Brouwers, J., Crijns, H., Wissink, J., 'Diaconie in de Rooms-katholieke kerk vanaf de 16^e eeuw', beide uit: (red.) Crijns, H., Hogema, E., Miedema, L., Noordegraaf, Robbers- van Berkel, P., Well, H., van, Wissink, J., Arts-Honselaar, H., *Handboek diaconiewetenschap. Diaconie in beweging*, uitgeverij Kok 2011, p. 90-96 en p. 145-147.

keuzemogelijkheden in de hoofdstukken 5 t/m 8 gebruikt worden als handvaten voor CMO's die hun identiteit willen actualiseren.

Om de worstelingen van christelijke maatschappelijke organisaties bloot te leggen, zal ik in het theoretisch kader over de geschiedenis en ontwikkelingen schrijven die CMO's sinds hun ontstaan hebben doorgemaakt. Na dit historisch kader, beschrijf ik de huidige positie die CMO's in de samenleving innemen. In het schrijven over de huidige plek van CMO's, zal 'civil society' het centrale begrip zijn.

Naast deze theoretische verkenningen zal ik, met behulp van interviews, reconstrueren voor welke uitdagingen christelijke maatschappelijke organisatie staan. Deze interviews heb ik afgenomen bij belangrijke personen uit het christelijk veld.²⁶ Vervolgens zal ik met behulp van het theoretisch kader en de informatie uit interviews, schetsen voor welke uitdagingen huidige CMO's staan en tot welke mogelijke keuzes dit leidt.

Om de hoofdvraag te beantwoorden, heb ik daarom de volgende deelvragen geformuleerd:

1. Welke ontwikkelingen hebben CMO's doorgemaakt en in welke context bevinden ze zich tegenwoordig?
2. Voor welke uitdagingen staan CMO's volgens informanten uit het christelijk veld?
3. Voor welke uitdagingen staan CMO's en welke keuzes brengt dit met zich mee?

Naar aanleiding van deze drie deelvragen, heb ik mijn scriptie verdeeld in verschillende hoofdstukken. Deelvraag 1 staat in de hoofdstukken 2 en 3 centraal, deelvraag 2 staat in hoofdstuk 4 centraal en deelvraag 4 staat in de hoofdstukken 5 t/m 8 centraal. Na deze zeven hoofdstukken, zal ik de hoofdvraag van mijn scriptie in de conclusie beantwoorden. In deze conclusie zal ik tevens enkele aanbevelingen voor vervolgonderzoek doen.

§1.4 Methode en interviews

Deze scriptie is geschreven op basis van een kwalitatief onderzoek en bestaat deels uit interviewonderzoek en deels uit literatuuronderzoek. De reden dat ik heb gekozen voor deze onderzoeksmethode hangt samen met de aard van het onderzoek: het gaat om een interpretatieve benadering, het waarom achter de worsteling van CMO's. Deze worsteling probeer ik zichtbaar te maken door enerzijds de positie van CMO's aan de hand van literatuur te duiden en de interviews gebruik ik om zichtbaar te maken welke uitdagingen er volgens de

²⁶ In paragraaf 4 van de inleiding wordt verder geschreven over wie deze personen zijn.

informanten spelen. De achtergronden en meningen van de informanten zijn voor dit onderzoek van belang, omdat zij een bijzondere positie in het christelijk veld bekleden.

De interviews waren semigestructureerd en dat betekent dat ik vooraf open vragen opgesteld had. Het gebruikte interviewschema heb ik als bijlage aan deze scriptie toegevoegd. Het semigestructureerde interview bood mij enerzijds de mogelijkheid om door te vragen op bepaalde antwoorden, anderzijds bood deze interviewvorm mij ook de mogelijkheid om terug te komen op vragen die voor deze scriptie relevant zijn. Beide methodes heb ik gebruikt: sommige informanten vertelden kort, anderen uitgebreid. De interviews hebben gemiddeld een uur geduurd.

De informanten ben ik op het spoor gekomen via Henk Jochemsen, directeur bij Prisma.²⁷ Henk Jochemsen heb ik mogen ontmoeten via mijn stage bij Vice Versa, tijdschrift voor ontwikkelingssamenwerking. Daar heb ik een journalistiek onderzoek gedaan naar de identiteit van ontwikkelingsorganisaties in Nederland.²⁸ Henk Jochemsen heeft me verder geïntroduceerd bij de informanten uit het onderzoek.

Voor het onderzoek hebben wij een keuze gemaakt voor informanten met verschillende achtergronden die een belangrijke positie in het christelijk veld bekleden. Ook hebben we gezocht naar een spreiding van zowel katholieken als protestanten, zodat beide groepen vertegenwoordigd zijn. We hebben acht informanten per mail benaderd met de vraag of ze mee willen werken aan het onderzoek. Zij hebben de brief samen met het interviewschema toegestuurd gekregen. Uiteindelijk hebben daarvan zeven informanten meegedaan aan het onderzoek.

Nadat ik de interviews bij de informanten heb afgenomen, heb ik de interviews volledig getranscribeerd. Daarna heb ik deze teksten gecodeerd met behulp van het softwareprogramma QSR Nvivo 7. Ik heb hierbij gebruik gemaakt van zowel inductief als deductief coderen. Wegens omstandigheden zat er echter veel tijd tussen de interviews en de daadwerkelijke analyse van de gegevens. Daarom heb ik samenvattingen gemaakt van de interviews, die vervolgens door de informanten zelf op actualiteit zijn beoordeeld.

Al verschillende keren heb ik gesproken over de positie die de informanten in het christelijk veld bekleden. Daarom zal ik nu de informanten uit deze scriptie beschrijven.

²⁷ Zie voor meer informatie over deze organisatie: <http://www.prismaweb.org/nl/home>. Voor het laatst geraadpleegd op 29-04-2015.

²⁸ Zie ook: <http://www.viceversaonline.nl/2011/10/wortels-om-te-koesteren-2/>. Voor het laatst geraadpleegd op 29-04-2015.

1. Bisschop de Korte

Mgr. dr. Gerardus J.N. de Korte is de huidige bisschop van het bisdom Groningen-Leeuwarden. Hij nam de zetel van het bisdom Groningen-Leeuwarden in bezit op 13 september 2008. Als bisschop van Groningen-Leeuwarden is hij binnen de Nederlandse bisschoppenconferentie ‘referent voor kerk en samenleving’. Elke bisschop heeft een eigen werkterrein en vanuit zijn landelijke positie als referent heeft Mgr. de Korte contacten met christelijke maatschappelijke organisaties.

2. Cor van Beuningen

Cor van Beuningen heeft een katholieke achtergrond. Hij is sinds 1999 directeur van Socires. Dit is een expertisecentrum dat zich richt op thema's rond de verhouding tussen publiek en privaat, zoals maatschappelijke organisaties in publieke dienstverlening, samenwerking tussen overheid, markt, en maatschappelijke organisaties, en de rol van religie in de samenleving.²⁹ Voor deze periode was hij werkzaam op het gebied van ontwikkelingssamenwerking. Hier werd hij geconfronteerd met de vraag of er ook een andere vorm van ontwikkelingssamenwerking bestaat, namelijk christelijke ontwikkelingssamenwerking. Dit onderwerp begon hem steeds meer te fascineren en hij is betrokken geraakt bij de oprichting van Socires. Ook stond hij aan de wieg van de master ‘besturen van maatschappelijke organisaties’ die aan de VU gegeven wordt. Deze opleiding staat in het teken van het functioneren van maatschappelijke organisaties.

3. Pieter Kohnen

Pieter Kohnen heeft een katholieke achtergrond. Hij heeft theologie gestudeerd en na deze studie heeft hij gewerkt voor de universiteit van Nijmegen. Van 2002 tot met 2011 heeft hij gewerkt als hij als woordvoerder van de bisschoppenconferentie. Op 1 januari 2012 is hij directeur geworden van VKMO. Het VKMO is een verband van katholieke organisaties die verschil willen maken in het publieke domein. Deze organisaties willen daarbij de katholieke identiteit verbinden met de huidige samenleving.

4. Herman Kaiser

Herman Kaiser heeft een katholieke achtergrond. Hij is bestuurder van het CDA en ten tijde van het interview was Kaiser nog voorzitter van het CSC. Deze functie heeft hij

²⁹ Verkregen via: <http://www.socires.nl/index.php?a=Mission>. Voor het laatst geraadpleegd op 01-05-2015.

op 1 augustus 2013 neergelegd, omdat hij toen ook tot burgemeester van Arnhem benoemd was. Kaiser heeft politicologie gestudeerd aan de Katholieke Universiteit van Nijmegen. Voordat hij burgemeester van Arnhem werd is hij burgemeester in Doetinchem, Roermond en Margraten geweest. Daarnaast heeft hij naast zijn werk altijd verschillende nevenfuncties beoefend op de gebieden politiek, samenleving en de kerk. Vanaf zijn studententijd heeft hij zich verdiept in de katholieke sociale leer en ook persoonlijk is hij daar veel mee bezig.

5. Hans Groen

Hans Groen is lid van de PKN. Hij heeft in het midden van de jaren 1990 een onderzoek gedaan over de positionering van CMO's in een veranderde wereld: 'Identiteit als belofte' en hij is nu adviseur voor verschillende CMO's. Sinds 2000 is hij betrokken bij het CSC. In die jaren heeft het CSC een doorstart gemaakt en heeft Groen samen met Jos van Gennip het congresdocument 'Getto's en pleinen' geschreven. Sindsdien is hij bij de stichting werkzaam als webmaster. Verder is hij ook werkzaam bij stichting Socires.

6. Wim Eikelboom

Wim Eikelboom heeft een protestants-calvinistische achtergrond. Hij is actief in staat, kerk en maatschappij en dat tekent ook zijn verbondenheid met CMO's. Verder heeft hij een lange tijd bij het CDA gewerkt en is hij secretaris van de stichting reformatorische wijsbegeerte geweest.³⁰ Sinds zijn pensionering is het secretaris bij het CSC.

7. Arie Kars

Arie Kars is opgegroeid in een hervormd gezin, maar hij heeft zich later bij de Evangelische beweging aangesloten. Hij heeft rechten gestudeerd en na zijn studie is hij gaan werken bij de ziekenfondsen. Na veertien jaar is hij overgestapt naar het centrum voor maatschappelijke dienstverlening in Rotterdam en nadat hij hier acht jaar heeft gewerkt, maakte Arie Kars in 2000/2001 de overstap naar Zorggroep Rijnmond. Ten tijde van het interview was Arie Kars *CEO* bij zorggroep Rijnmond. Zorggroep Rijnmond heeft echter een naamsverandering ondergaan en heet vanaf november 2012 *'Lelie zorggroep wonen, zorg en welzijn'*. Vanaf dat moment is Arie Kars directeur geworden van Lelie zorggroep wonen, zorg en welzijn. Verder is Arie

³⁰ De stichting reformatorische wijsbegeerte heeft een naamsverandering ondergaan en heet tegenwoordig stichting voor christelijke filosofie.

Kars ook een tijd voorzitter geweest van Reliëf, een christelijke vereniging van zorgaanbieders. Vanuit deze positie heeft hij deelgenomen in het bestuur van het CSC.

Hoofdstuk 2

De geschiedenis van CMO's

§2.1 Inleiding

Om CMO's te begrijpen, is het van belang ze te plaatsen in de geschiedenis van het christelijk organiseren. In dit hoofdstuk zal ik daarom een uitstap naar de geschiedenis van het christelijk organiseren maken, om zo de huidige plaats van CMO's te verduidelijken. Aangezien CMO's in verschillende periodes en onder verschillende omstandigheden ontstaan zijn, zal ik in onderstaande tekst schrijven over relevante sociale en politieke omstandigheden. Het gaat op deze plaats echter te ver om een volledig beeld te schetsen van alle veranderingen, daarom zal ik ter verduidelijking slechts enkele belangrijke veranderingen kort beschrijven.

§2.2 Oorsprong CMO's: van christelijke organisatie naar sociale beweging

De organisatievorm op basis van een christelijke grondslag kent een lange geschiedenis die vooral haar oorsprong vond in de tweede helft van de 19^e eeuw. Toch werden er in de periode voor 1850 ook verschillende activiteiten vanuit de katholieke of protestantse hoek ondernomen. Zo bestond er binnen de kerken armenzorg en vanuit de protestantse hoek ontstond er al in het begin van de 19^e eeuw een denkrichting die christelijk georiënteerd was, namelijk het Reveil.³¹

Dat het christelijk organiseren vooral ontstond in de tweede helft van de 19^e eeuw, heeft haar oorsprong in verschillende ontwikkelingen die de Nederlandse samenleving doormaakte. Vooral de politieke, economische, maatschappelijke en godsdienstige ontwikkelingen zijn in dit verband van belang. Zo werd in 1848 de grondwet herzien en kwamen er grondwetswijzigingen tot stand. Belangrijke wijzigingen die werden doorgevoerd waren de invoering van de ministeriële verantwoordelijkheid, de vrijheid van godsdienst, onderwijs, drukpers, vereniging en vergadering en daarnaast dienden kerk en staat sterk gescheiden te worden. Individueel kiesrecht bleef echter beperkt tot de welvarende klasse.³²

De veranderingen op het economische en sociale terrein hingen voor een groot deel samen met het opkomende modern kapitalisme. Hoewel dit modern kapitalisme bijdroeg aan de economische expansie van Nederland, heeft dit vooral in de beginjaren geleid tot barre omstandigheden waarin voornamelijk de arbeidersklasse verkeerde. Onder de hogere sociale

³¹ Schutte G.H., 'Arbeid, die geen brood geeft; en de ziel verstikt in smook', in *Een arbeider is zijn loon waardig*, p. 13,14.

³² Blom, J.C.H., 'Nederland sinds 1830', in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 426-428.

klasse steeg tegelijkertijd de interesse naar deze gevolgen. Deze omstandigheden werden een belangrijk vraagstuk aan het eind van de negentiende eeuw onder de naam ‘sociale kwestie’.³³

De economische expansie legde verder in Nederland de basis voor een enorme welvaartsstijging wat ook te zien was omtrent ontwikkelingen op sociaal terrein. Naast mensen uit de middenklasse kregen ook mensen uit de arbeidersklasse langzaam maar zeker met deze stijging te maken. Gevolgen hiervan zijn dat deze klasse ook scholing begon te genieten en er trad steeds meer een zelfbewustzijn onder de arbeiders op.³⁴

Tegelijkertijd brachten deze veranderingen ook aanpassingen met zich mee op godsdienstig terrein. Onder invloed van de modernisering van de samenleving ontstond er een grotere mate van onkerksheid. Desondanks was er sprake van een religieuze herleving in zowel de orthodox-protestantse als katholieke hoek. Het geloof werd niet alleen binnen de muren van de kerk beleden, maar kreeg steeds meer invloed op het persoonlijke en maatschappelijke leven.³⁵

Bovengenoemde veranderingen vormden een belangrijke voedingsbodem voor het christelijk organiseren. Door de grondwetswijziging was het voor katholieken weer toegestaan zich te organiseren en in 1853 werd de bisschoppelijke hiërarchie hersteld. Zowel de scheiding van kerk en staat, als het katholieke organiseren, had ook effect op de protestantse groep. Hun bestaan was niet meer vanzelfsprekend en zij zochten nieuwe vormen van legitimiteit.³⁶

De sociale kwestie was een belangrijke aanleiding voor christenen om zich in organisaties te verenigen. In de eerste plaats werd deze beweging voortgestuwd door socialistische groeperingen in de samenleving, maar geleidelijk aan werden er ook verschillende protestantse en katholieke verenigingen voor arbeiders opgericht. De aanleiding voor christenen om zich op dit gebied te verenigen, bestond deels uit een tegenreactie naar het socialisme, dat vaak als gevaarlijk werd gezien. Deels bestond de aanleiding uit een religieus geïnspireerd antwoord op deze sociale kwestie. Deze organisaties sloten zich aan bij andere organisaties die al op godsdienstige grondslag waren ontstaan.³⁷

In 1891 organiseerden de protestanten een christelijk sociaal congres en publiceerde paus Leo XIII het encycliek *Rerum Novarum*. Beide activiteiten waren vooral gericht op de sociaaleconomische omstandigheid van deze periode. Deze twee activiteiten leidden tot meer

³³ Bruin P.B., *Sociologische beginselen Leidraad bij de studie der sociale quaestie*, Nijmegen 1904, p. 70-92 en Blom J.C.H. ‘Nederland sinds 1830’ in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 433-450.

³⁴ Blom, J.C.H., ‘Nederland sinds 1830’, in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 439-440.

³⁵ Vgl., *ibid*, p. 440

³⁶ Eijnatten, J., van, en Liemburg, F., van, *Nederlandse religiegeschiedenis*, p. 271.

³⁷ Blom, J.C.H., ‘Nederland sinds 1830’, in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 442

sociaaleconomisch bewustzijn onder de christelijke groeperingen en tegelijkertijd verleende het de veerkracht voor sociale actie. Ook werd de basis gelegd voor verschillende arbeidersverenigingen. Zo legde het congres onder meer de basis voor het Christelijk Nationaal Vakverbond (CNV) dat in 1909 werd opgericht.³⁸

Zowel Rerum Novarum als de rede van Abraham Kuyper bevatten visies over de inrichting van de samenleving. In Rerum Novarum wordt de klassenstrijd en de ongecontroleerde vrije markt afgewezen. Daartegenover wordt een corporatieve samenleving aangeprezen. Kuyper zag het sociale vraagstuk als structureel probleem en er was volgens hem ‘architectonische kritiek’ nodig, waarbij de maatschappij opnieuw ingericht moest worden.³⁹

Langzamerhand ontwikkelde zich het christelijk sociaal denken. Met dit christelijk sociaal denken wordt bedoeld dat ‘het denken over mens en maatschappij gebaseerd is op Bijbelse uitgangspunten, die vertaling vinden in de dagelijkse praktijk waarbij het verantwoordelijkheidsdenken een centrale plaats inneemt.’⁴⁰ Maatschappelijke vraagstukken werden hierdoor steeds meer gezien als godsdienstige vraagstukken.⁴¹

Op het politieke terrein speelden vooral de schoolstrijd, de kiesstrijd en de sociale kwestie. Deze verschillende twisten leidden onder meer tot de vorming van politieke partijen. Zo richtte Abraham Kuyper in 1878 de eerste landelijke politieke partij in Nederland op: de ARP. Andere politieke partijen volgden: in 1896 werd door de katholieke Schaeffer een ‘Katholieke Partij, proeve van een program’ opgericht. Deze partij vormde de grondslag voor wat in 1926 de KVP werd. Ook liberalen voelden zich gedwongen tot betere organisatie: zij richtten in 1885 de Liberale Unie op.⁴²

In het jaar 1917 leidden de verschillende twisten tot een ‘pacificatie’. Op dat moment werd het bijzonder onderwijs gelijkgesteld met het openbare onderwijs en gold er ‘mannenkiesrecht’. Dit ‘mannenkiesrecht’ werd in 1919 uitgebreid tot een algemeen kiesrecht. De sociale kwestie was minder eenvoudig op te lossen, maar rond 1917 kwamen er wel verschillende sociale wetten tot stand.⁴³

In 1854 was al een regeling getroffen rond armenzorg en deze hield in dat de verantwoordelijkheid vooral bij particuliere organisaties kwam te liggen. Omdat deze

³⁸ Banning W., *Hedendaagse sociale bewegingen*, 102-106.

³⁹ Noordegraaf, H., en Tieleman, H., ‘Kerken, economie en het sociale vraagstuk in (red.) Schaeffer, H., *Handboek godsdienst in Nederland*, p. 315-317.

⁴⁰ Hazen Bosch P., *Voor het volk om Christus’ wil: een geschiedenis van het CNV*, Hilversum 2009, 15.

⁴¹ Noordegraaf, H., en Tieleman, H., ‘Kerken, economie en het sociale vraagstuk’ in *Handboek godsdienst in Nederland*, p. 317.

⁴² Blom, J.C.H., ‘Nederland sinds 1830’ in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 446

⁴³ Vgl., *ibid.*, p. 447

particuliere organisaties vaak kerkelijk waren, betekende dit ook dat de verantwoordelijkheid voor de armenzorg grotendeels bij kerkelijke organisaties kwam te liggen.⁴⁴

Zowel de protestanten als katholieken wisten hun medegelovigen op verschillende terreinen te mobiliseren. Belangenbehartiging en emancipatie, zoals dit bij vakverenigingen en politieke partijen tot uitdrukking kwam, vormden hierin een belangrijke basis. Ook de oprichting van dagbladen, waarin belangrijke personen binnen de protestantse en katholieke groep hun visie lieten klinken, vormden een rol in de mobilisering van de betrokken groepen. Deze protestantse en katholieke groepen uit deze periode worden daarom tegenwoordig ook wel aangeduid als katholieke of protestantse sociale bewegingen.⁴⁵

Overigens zijn organisaties een wezenlijk onderdeel van een sociale beweging. Zo schrijven de sociologen Della Porta en Diani dat organisaties een belangrijk middel zijn om de identiteit binnen sociale bewegingen te stimuleren en om de continuïteit van de beweging te waarborgen. Dit betekent echter niet dat deze organisaties steeds hetzelfde blijven en de zogenaamde bewegingsorganisaties kunnen zich op verschillende manieren ontwikkelen.⁴⁶

Ook in de katholieke en protestantse bewegingen zijn organisaties van invloed: doordat de sociale bewegingen bestonden uit eigen organisaties, werden zij langzamerhand subgroepen in de samenleving. De vorming van de protestantse en katholieke subgroepen werd, niet op de minste plaats, gevoed door Kuyper en de bisschoppen. Zo was Kuyper voorstander van een antithese waaronder hij zowel een strijd tussen geloof en ongeloof alsook een strijd tussen mensen en liberale en socialistische organisaties verstond. De bisschoppen verboden katholieken lid te worden van niet-katholieke organisaties.⁴⁷

Het leven van mensen speelde zich af binnen de eigen (sub)groepen, contacten met mensen uit andere groepen waren schaars. Zo maakten mensen gebruik van eigen voorzieningen en ook hadden zij bijvoorbeeld eigen dagbladen en omroepen. Binnen de groepen was er sprake van geborgenheid en sociale controle. De elites van de verschillende groeperingen werkten, in tegenstelling tot de rest van de groepen, veel samen.⁴⁸

Voor deze segmentering van de samenleving is in 1935 de term verzuiling bedacht. Naast de protestantse en katholieke groepen, bestond de verzuilde samenleving grofweg uit twee andere groepen, namelijk de sociaaldemocraten en de liberalen.⁴⁹

⁴⁴ Blom, J.C.H., 'Nederland sinds 1830' in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 430.

⁴⁵ Banning W., *Hedendaagse sociale bewegingen*, 74-78 en 101-106.

⁴⁶ Della Porta, D. en Diani, M., *Social Movements: an introduction*, Blackwell Publishing 2006, 135-161.

⁴⁷ Banning W., *Hedendaagse sociale bewegingen*, 75 en 103-104.

⁴⁸ Blom, J.C.H., 'Nederland sinds 1830' in *Geschiedenis van de Nederlanden*, 459-464.

⁴⁹ Eijnatten, J., van en Lieburg, F., van, *Nederlandse religiegeschiedenis*, p. 303.

§2.3 Van verzuiling naar ontzuiling

Aangezien de verschillende subgroepen veelal gericht waren op eigen voorzieningen, werden in de verzuilde periode tal van christelijke maatschappelijke organisaties opgericht. Tot en met de tweede wereldoorlog bleef dit systeem gehandhaafd en kerken, verenigingen en particuliere initiatieven werden verantwoordelijk voor de maatschappelijke zorg.⁵⁰

Voor de wederopbouw na de tweede wereldoorlog waren echter veel financiële middelen nodig en dat vroeg om overheidsoptreden. De economie ontwikkelde zich op dat moment gunstig en de overheid gebruikte een deel van de nieuwe welvaart om sociale wetten mogelijk te maken. De verzuilde organisaties werden gezien als belangrijke uitvoeringsorganisaties, omdat zij de mobilisatiekracht beschikten die nodig was. Zij namen dan ook een deel van deze taken op zich en zij kregen hiervoor overheidsfinanciering. Zij konden hierdoor groeien, uitbreiden en ook de kwaliteit nam toe. Tegelijkertijd trad de overheid, naast de verzuilde organisaties, ook steeds meer als uitvoeringsorganisatie op.⁵¹

In de jaren daarna leidden verschillende ontwikkelingen ertoe dat de positie van de verzuilde organisatie behoorlijk veranderde. Zo vond in de jaren 1960 ten eerste een welvaartsexplosie plaats waardoor sociale voorzieningen verder werden uitgebreid. Steeds meer trad de overheid op als uitvoeringsorganisatie en steeds minder vond de uitbreiding van sociale voorzieningen via verzuilde organisaties plaats. Voor de bevolking betekende dit dat zij voor sociale voorzieningen ook terecht konden bij andere organisaties dan de verzuilde organisaties, en de band tussen beide werd dan ook lossen. Daarnaast werden verzuilde organisaties ook minder urgent doordat de emancipatie van zowel de protestanten als katholieken geslaagd was: zij waren geen achtergestelde groep meer in de Nederlandse samenleving.⁵²

Tegelijkertijd speelden er binnen de verzuilde organisaties interne problemen. Zo zagen personeelsleden professionaliteit als van groter belang dan de handhaving van de christelijke identiteit. Daarnaast vonden er zowel in kerken als onder de bevolking verschillende veranderingen plaats, die ook van invloed waren op de verdere ontwikkeling van de verzuilde organisaties.⁵³

De bevolking bijvoorbeeld, liet steeds meer van zich horen. Zij eisten inspraak, terwijl passiviteit in de jaren ervoor de overhand had. De kerken kregen te maken met radicalisering

⁵⁰ Eijnatten, J., van en Lieburg, F., van, *Nederlandse religiegeschiedenis*, p. 296.

⁵¹ Blom, J.C.H., 'Nederland sinds 1830', *Geschiedenis van de Nederlanden*, 470-474 en Eijnatten, J., van, en Lieburg, F., van, *Nederlandse religiegeschiedenis*, 329.

⁵² Blom, J.C.H., 'Nederland sinds 1830', in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 481.

⁵³ Vgl., *ibid.*, p. 481-485.

en politisering in eigen kring. Ook vonden er allerlei vernieuwingen in organisatie en liturgie plaats. Binnen de katholieke kring lieten de bisschoppen de verbinding met de verzuilde organisaties los. Na de tweede wereldoorlog pleitten zij nog voor een heropbouw van de katholieke zuil, maar in de jaren 1960 lieten zij de bindingen met de organisaties los en legden zij de verantwoordelijkheid voor het katholieke organiseren bij de organisaties zelf neer.⁵⁴

Bovengenoemde factoren leidden ertoe dat een groeiend van de bevolking zich niet meer automatisch verbonden voelde met één van de zuilen. Het tijdperk van ontzuiling brak aan.⁵⁵ De specifiek culturele verschijnselen en de hechte structuren van de zuilen verdwenen en ook de verzuilde organisaties werden van minder grote betekenis. Sommige bleven bestaan, maar andere verdwenen of fuseerden.⁵⁶

§2.4 Van deconfessionalisering tot heden

Hoewel de verzuilde organisaties aan erosie onderhevig waren, leidde dit niet meteen tot een ‘deconfessionaliseringshause’. Wel stond de christelijke identiteit, althans de katholieke identiteit, steeds meer ter discussie. Deze discussies vonden al vanaf de jaren 1950 plaats en werden zowel door insiders als outsiders gevoerd. Organisaties gingen op zoek naar de katholieke identiteit.⁵⁷

Deze zoektocht ging vooral over het bestaansrecht van organisaties. Katholieken zagen emancipatie van de groep als het belangrijkste doel van de organisaties en dit doel was behaald. Toch werd ook benadrukt dat het zinvol zou zijn wanneer de katholieke levensbeschouwing invloed zou uitoefenen op maatschappelijke ontwikkelingen. Het werd echter niet duidelijk op welke manier dit zou moeten gebeuren.⁵⁸

In de jaren 1980 vond dan toch de ‘deconfessionaliseringshause’ plaats. De christelijke partijen verloren een fors aantal stemmen en de partijen ARP, CHU en KVP bundelden vanaf 1980 hun krachten in het CDA. In 1975 fuseerde de sociaaldemocratische vakbeweging NVV met de katholieke vakbeweging NKV tot de FNV. Het CNV deed niet mee aan deze fusie en wist tot op de dag van vandaag haar christelijke identiteit te behouden.⁵⁹

Naast de politieke partijen en vakbonden, speelde deze ‘deconfessionaliseringshause’

⁵⁴ Simons, E., en Winkeler, L., *Het verraad der clercken*, p. 79-83.

⁵⁵ Blom, J.C.H., ‘Nederland sinds 1830’, in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 481-485.

⁵⁶ Vgl., *ibid.*, p. 487-488.

⁵⁷ Simons, E., en Winkeler, L., *Het verraad der clercken*, p. 84.

⁵⁸ Simons, E. en Winkeler, L., *Het verraad der clercken*, 84.

⁵⁹ Dijk, J.J. van, ‘Het Christelijke Nationaal Vakverbond – van een verzuilde organisatie naar een vakbond met een christelijke identiteit’, in (red.) Schutte, G.J., *Cahier over de geschiedenis van de christelijke-sociale beweging, nummer 7: Geïnspireerde organisaties*, Amsterdam 2007, 70-90.

ook onder de dagbladen. De omroepen met christelijke identiteit bleven bestaan, maar de binding met identiteit werd ‘losser’. In een reactie hierop ontstond de EO, die bijvoorbeeld de NCRV niet protestants genoeg vond.⁶⁰

Organisaties die zich op het gebied van gezondheids-en welzijnszorg bevonden, werden van grotere betekenis, niet in de minste plaats door de uitbreiding van de sociale grondrechten in 1983. In deze sociale grondrechten werd opgenomen dat de staat een verantwoordelijkheid heeft voor economische, sociale en culturele rechten van de inwoners. Dit betekent onder meer dat zij een verantwoordelijkheid heeft op het gebied van huisvesting, sociale zekerheid, gezondheidszorg en onderwijs.⁶¹

Hoewel in deze grondrechten verantwoordelijkheid bij de overheid kwam te liggen, werd niet duidelijk hoe groot deze bemoeienis hoorde te zijn. In de praktijk kwam het erop neer dat de overheid deze taken uitbesteedde aan de organisaties die in dit werkveld actief waren, de zogenaamde ‘middenveldorganisaties’. Organisaties die actief zijn op het gebied van de sociale grondrechten, worden ook wel de sociaal-grondrechtelijke organisaties genoemd.⁶²

Terwijl aan de ene kant dus de betekenis van organisaties op het gebied van gezondheids- en welzijnszorg toenam en zij in aanmerking kwamen voor overheidssubsidies, nam aan de andere kant de overheidsbemoeienis op deze organisaties toe. De overheid zag toe op de kwaliteit en efficiëntie van deze organisaties. Tegelijkertijd met de professionaliseringsgedachte die al langer heerste, werd de identiteit van deze organisaties van minder groot belang.⁶³

In het onderwijs bleef de christelijke identiteit gehandhaafd, maar ook hier stond de identiteit ter discussie. Zo bleek het lastiger onderwijzers uit eigen kring aan te trekken en ook leerlingen kwamen steeds minder vaak uit eigen kring.⁶⁴

Dat bewegingsorganisaties zich op verschillende manieren kunnen ontwikkelen, laten ook Della Porta en Diani zien. Zij categoriseren deze verschillende manieren kortweg onder drie ontwikkelingen, namelijk ‘institutionalisering’, ‘verdwijning’ of ‘verandering’.⁶⁵ In dit

⁶⁰ Blom, J.C.H., ‘Nederland sinds 1830’ in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 488-489.

⁶¹ Simons, E., en Winkeler, L., *Het verraad der clercken*, p. 89 en Lelieveldt, H., *Wegen naar macht. Politieke participatie en toegang van het maatschappelijk middenveld op lokaal niveau*, Amsterdam 1999, p. 27-29.

⁶² Lelieveldt, H., *Wegen naar macht*, p. 27-28.

⁶³ Simons, E., en Winkeler, L., *Het verraad der clercken*, p. 89.

⁶⁴ Vgl., *ibid*, p. 87.

⁶⁵ Della Porta, D. en Diani, M., *Social Movements: an introduction*, p. 135-161.

onderzoek gaat het echter te ver om te onderzoeken in hoeverre de katholieke en protestantse bewegingsorganisaties bovengenoemde ontwikkelingen hebben doorgemaakt.

Naast de afkalving van de christelijke identiteit in de organisaties, seculariseerde Nederland ook op andere terreinen. Het aantal roepingen onder katholieken nam af, wat leidde tot sluiting van seminaries. Verder nam de ontkerkelijking in zowel de protestantse als katholieke kringen toe.⁶⁶

Ook de staat nam steeds meer afstand van religie algemeen en er ontstond kritiek op religieuze opvattingen en gedragingen. Onderwerpen die hierin een rol speelden waren onder andere ‘besnijdenis’ en ‘inenting’. De staat probeerde zich te verhalen op de scheiding tussen kerk en staat en probeerde zo religie uit het publieke domein te verbannen. Zo werd de scheiding tussen kerk en staat op ahistorische wijze geïnterpreteerd.⁶⁷

Buiten de aversie tegen religie in het publieke domein, probeerde de staat al vanaf de crisisjaren in de jaren 1970 in overheidsfinanciën te saneren. De verzorgingsstaat bleek niet te betalen en de staat voerde steeds meer een beleid van ‘deregulering’ en ‘privatisering’. Meestal loste dit het probleem niet op en ook de verstrengeling tussen staat en maatschappij laat zich niet zomaar ongedaan maken.⁶⁸

Bovengenoemde problematiek verwoordt Balkenende in 1992 in zijn proefschrift nauwkeurig. In het proefschrift schrijft hij dat maatschappelijke organisaties, en vooral christelijke maatschappelijke organisaties, het onderwerp van het politieke debat zijn en dat de overheid zich in een spagaat bevindt wat betreft terugtrekken en optreden. Veel van de taken van deze organisaties behoren onderhand tot verantwoordelijkheden van de overheid en de overheid zou meer taken bij deze organisaties willen neerleggen. De machtspositie van organisaties wordt echter als een probleem gezien. Mensen die niet tot de kring van initiatiefnemers behoren, zijn bijvoorbeeld wel op de diensten van deze organisaties aangewezen. Hierbij wordt opgemerkt dat veel van deze organisatie hun oorsprong vonden in de verzuiling, maar dat dit tegenwoordig geen rechtvaardiging meer in zich draagt. Binnen de staat wordt geconstateerd dat deze identiteit namelijk niet meer is wat hij geweest is.⁶⁹

Naast deze ambivalente houding van de staat ten opzichte van religie en andere seculariseringstendensen die zich in de samenleving voordeden, was er ook sprake van een zekere opleving van religie. Nieuwe vormen van religie, die vooral gericht waren op het individu, spraken veel mensen aan. De bewegingen die deze vorm van religie betuigen zijn

⁶⁶ Eijnatten, J., van en Lieburg, F. van, *Nederlandse religiegeschiedenis*, p. 335-336

⁶⁷ Vgl., *ibid.*, p. 357.

⁶⁸ Blom, J.C.H., ‘Nederland sinds 1830’, in *Geschiedenis van de Nederlanden*, p. 492-494.

⁶⁹ Balkenende, J.P., *Overheidsregelgeving en maatschappelijke organisaties*, Alphen aan de Rijn, 1992, p. 17.

bijvoorbeeld de Jehova-getuigen en de meer evangelische bewegingen.⁷⁰

Vaak wordt ook geschreven dat kerkverlating niet voortkwam uit een afkeer van geloof, maar meer omdat het geloofsleven niet meer aansloot bij de moderne mens.⁷¹ Veel mensen blijken nog steeds wel religieus te zijn, maar niet meer naar een kerk te gaan. Dat betekent dat het geloof nog wel een rol speelt, maar dat deze groep gelovigen maatschappelijk onzichtbaar is.⁷²

Toch hebben de oorspronkelijke christelijke organisaties te maken gehad met een afkalving van de christelijke identiteit. Dat betekent echter niet dat er sinds de ontzuiling of ‘deconfessionaliseringshause’ geen sprake meer is geweest van christelijk organiseren. Al in de inleiding schreef ik dat er nieuwe christelijke organisaties zijn opgericht. Deze christelijke organisaties hebben vaak een evangelische grondslag.

Naast deze evangelische initiatieven zijn er sinds de deconfessionaliseringshause nog andere christelijke initiatieven in de samenleving te bespeuren. Deze initiatieven hebben vaak een hechte band met kerken, en hebben soms, maar niet altijd, een oecumenische basis. Rondom initiatieven op macroniveau worden niet zelden netwerken gevormd van organisaties die zich bezighouden met het vraagstuk in kwestie. Tegenwoordig bestaan deze huidige vraagstukken vaak uit ‘armoede en ‘Europa’. Vanuit de katholieke hoek wordt op dit terrein vaak gebruik gemaakt van inzichten van de bisschoppelijke referent voor kerk en samenleving.⁷³

Behalve deze ontwikkelingen op christelijk terrein, hebben ook politieke ontwikkelingen niet stilgestaan. Eerder al schreef ik al over de spagaat van terugtrekken en optreden, waarin de staat zich bevond. Steeds meer wordt het Nederlandse beleid gevoerd door het neoliberalisme, waarbij decentralisatie en marktwerking centraal staan.

Zo voerde de Nederlandse overheid in 2007 de Wet Maatschappelijke Ondersteuning (WMO) in waarbij verschillende taken van de overheid naar gemeenten werden gedecentraliseerd en in 2013 deed de term ‘participatiesamenleving’ haar intrede. Hiermee wordt bedoeld dat de staat meer taken en verantwoordelijkheden bij maatschappelijke organisaties en vrijwilligers neerlegt. Op deze manier kan de staat meer terugtrekken en

⁷⁰ Eijnatten, J. van, en Lieburg, F., van, *Nederlandse religiegeschiedenis*, p. 358.

⁷¹ Vgl., *ibid.*, p. 336.

⁷² Kronjee, G., ‘De religieuze transformatie en de sociale cohesie’, in (red.) Donk, W.B.H.J. van den, Jonkers, A.P., Kronjee, G.J., Plum, R.J.J.M., *WRR: Geloven in het publieke domein. Verkenningen van een dubbele transformatie*, Amsterdam 2006, p. 82.

⁷³ Noordegraaf, H., en Tieleman, H., ‘Kerken, economie en het sociale vraagstuk’, in *Handboek godsdienst in Nederland*, p. 326-337.

bezuinigen op haar uitgaven.⁷⁴ Of CMO's hier een rol in willen of kunnen spelen, zal de toekomst moeten uitwijzen.

§2.5 Slot

De geschiedenis laat zien dat christelijke organisaties zeer divers zijn: zo zijn ze vanuit verschillende achtergronden en in verschillende perioden ontstaan, en daarnaast zijn de doelstellingen van de vele organisaties evenmin hetzelfde. De meeste christelijke organisaties hebben verschillende ontwikkelingen doorgemaakt en dat betekent ook dat de positie en christelijke identiteit van deze organisaties aan veranderingen onderhevig zijn geweest.

De meeste christelijke organisaties zijn ontstaan in het tijdperk van de verzuiling. De christelijke organisaties waren in deze periode ingebed in de verzuilde structuren en dit leverde hun een krachtige positie op in de eigen zuil. Ook de staat hechtte grote waarde aan deze van oorsprong christelijke organisaties en de christelijke organisaties hebben een bijdrage geleverd in de opbouw van de verzorgingsstaat.

De tijd is echter niet stil blijven staan en de ontzuiling deed haar intrede. De van oorsprong hechte verzuilde structuren brokkelden af en de organisaties die eens onderdeel waren van deze verzuilde structuren kwamen los te staan van de zuil. De automatische verbondenheid met andere organisaties en leden van de zuil kwam op losse schroeven te staan en de organisaties stonden er steeds meer alleen voor. Ook kregen de christelijk organisaties in de uitvoering van overheidsbeleid niet meer het alleenrecht als uitvoeringsorganisatie.

Tegelijkertijd raakte Nederland steeds meer in de ban van secularisering en wisten de christelijke organisaties steeds minder mensen te binden op basis van een christelijke identiteit. In de organisaties ontstonden er identiteitsdiscussies en niet zelden werd besloten om de christelijke identiteit los te laten.

Tegenwoordig staat religie, en daarbij ook christelijke religie, op gespannen voet met de staat en deze laatste ziet religie het liefst teruggedrongen tot het privé domein. Tegelijkertijd wil de staat steeds meer van haar uitvoering uit handen geven en de vraag is of CMO's daar nog een wezenlijk onderdeel van uit kunnen maken.

Nu duidelijk is waar CMO's vandaan komen en welke ontwikkelingen ze hebben doorgemaakt, is het van belang de huidige positie van CMO's in de Nederlandse samenleving te bepalen. Daartoe zal civil society het centrale begrip zijn.

⁷⁴ Davelaar, M., Witte, N., de Swinnen, H., en Beaumont, J., 'FBO's and social exclusion in the Netherlands', in *Faith-based organisations, national context reports*, p. 217 en Putte, K., *SCP: Rijk geschakeerd. Op weg naar de participatiesamenleving*, Den Haag 2014, p. 7-13 en 39.

Hoofdstuk 3

CMO's en de civil society

§3.1 Inleiding

Vanaf 1891 zijn er talrijke christelijke organisaties, waaronder CMO's, ontstaan. Dit waren in de eerste plaats organisaties met een duidelijke 'christelijke' signatuur en zij speelden een belangrijke rol op het maatschappelijk middenveld. Zoals ik in het vorige hoofdstuk heb beschreven, is de verzuiling een belangrijke voedingsbodem geweest voor het christelijk organiseren. Met de intrede van de ontzuiling zijn veel van deze organisaties verdwenen, gefuseerd of hebben ze een meer algemene identiteit aangenomen. De christelijke grondslag werd steeds minder benadrukt.

In het vorige hoofdstuk is al kort geschreven over de positie die christelijke organisaties eens innamen op het maatschappelijk middenveld. Gezien de veranderingen die CMO's hebben ondergaan, ga ik in dit hoofdstuk in op de huidige plaats die organisaties in Nederland innemen. In plaats van maatschappelijk middenveld, zal civil society in dit hoofdstuk het centrale begrip zijn. De voorkeur voor het gebruik van civil society boven maatschappelijk middenveld zal uitvoerig aan de orde komen. Een belangrijke noot is hier op zijn plaats: het gaat hier om de plaatsbepaling van CMO's en niet om de rol van religie in de civil society.

§3.2 Civil society

Tegenwoordig wordt vaak gesproken over civil society en het maatschappelijk middenveld, maar net zo vaak blijft het bij een vage omschrijving van 'iets' maatschappelijks tussen burger en staat. Voor deze scriptie is het van belang dit 'iets' te duiden en te beschrijven welke plek CMO's hierin tegenwoordig hebben. CMO's worden vaak gezien als onderdeel van deze civil society of maatschappelijk middenveld. Civil society, of dan weer maatschappelijk middenveld genoemd, zijn termen die gebruikt worden om een onderdeel van onze samenleving te markeren: het gaat om een ordeningsprincipe.

De indeling van een maatschappij in verschillende sferen is niet nieuw. Het idee van civil society kan al teruggevonden worden in het werk van Aristoteles. Centraal in zijn werk over een politieke gemeenschap staat het idee dat mensen in verschillende sociale sferen leefden en dat hun status afhing van eigendom, vaardigheden en capaciteiten. De politiek moest zorgen voor een rechtvaardige en sociale omgeving door middel van wetten en

instituties. Aristoteles zag burgers hierin als medeverantwoordelijk. Dit betekende dat burgerschap zowel een morele als legale kant bezat. Aristoteles gebruikte de term civil society voor de samenlevingsorde als geheel, waarbinnen de politiek, met behulp van wetten en regels, deze samenlevingsorde moest beheersen om tot een harmonieuze samenleving te komen.⁷⁵

De term heeft in de loop der tijd verschillende betekenisverschuivingen ondergaan en verscheidene geleerden hebben zich gebogen over de inrichting van de samenleving, waarbinnen ook het idee van civil society aan de orde kwam. Bekende denkers zijn onder meer Hegel met zijn ‘bürgerliche Gesellschaft’ en Karl Marx die schreef over de functie van de ‘bourgeois samenleving’.⁷⁶

In het laatste kwart van de twintigste eeuw is de term civil society nieuw leven ingeblazen door er een geheel nieuwe betekenis aan toe te kennen. Niet langer wordt civil society gezien als de samenleving als geheel, maar als een onderdeel van de samenleving. In de nieuwe betekenis van civil society is de samenleving opgedeeld in verschillende sferen, zoals de staat, de economie, de privésfeer en de civil society. Volgens Buijs gaat het bij de nieuwe betekenis van civil society om:

[...] het geheel van instituties en vrije associaties dat zich bevindt tussen overheid, markt en privésfeer: een deel van de samenleving, niet langer als geheel. In een nog meer toegespitste betekenis kan het dan gaan om zaken als sociale bewegingen, georganiseerd vrijwilligerswerk, charitatieve initiatieven, filantropie.⁷⁷

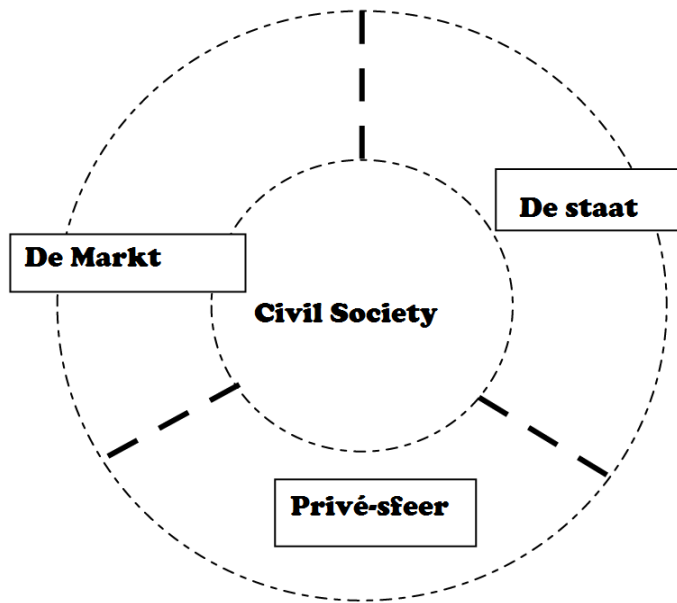
Deze definitie vormt een beeld van wat er met civil society wordt bedoeld. Het gaat dus om een gebied tussen overheid, markt en privé sfeer waar verschillende instituties en vrije associaties deel van uit maken. De plaats van CMO's in deze vierdeling is binnen de civil society: ze zijn niet van de overheid, ze horen niet bij de markt en ze bevinden zich in het publieke domein: dus buiten de privésfeer. Later kom ik terug op het specifieke functies van civil society.

Hieronder volgt een schematische weergave van civil society, zodat een meer helder beeld gevormd kan worden.

⁷⁵ Islamoglu, H., ‘Civil Society, Concept and History of’, in *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* 2001, p. 1891 en Buijs, G., ‘Civil Society. De herontdekking van de vrije associaties’ in (red.) Buijs, G., Dekker, P. en Hooghe, M., *Civil Society. Tussen oud en nieuw*, Amsterdam 2009, p. 22.

⁷⁶ Buijs, G., ‘Civil Society. De herontdekking van de vrije associaties’ in *Civil Society. Tussen oud en nieuw*, p. 22.

⁷⁷ Vgl., *ibid.*, p. 22.



Afbeelding 1: Civil Society

In bovenstaande afbeelding wordt civil society als sfeer tussen de drie andere sferen, de staat, de markt en de privésfeer aangegeven.

Deze nieuwe betekenis van civil society is ook de betekenis die ik in deze scriptie zal gebruiken. De noodzaak om de civil society als aparte sfeer binnen de samenleving te duiden, heeft te maken met het gevaar dat een dictatuur-regime met zich mee kan brengen, zoals in die periode was gebleken uit Oost-Europa, Zuid-Amerika en Azië. Dit betekende dat de kracht van de samenleving schuilt in mensen die zich van ‘onderop’ organiseren.⁷⁸

Hoewel de term civil society, zoals ik hem gebruik, pas in het laatste kwart van de twintigste eeuw opduikt, betekent dit niet dat de gehele samenlevings sfeer civil society voor die tijd niet bestond. De sfeer als zodanig werd alleen niet op die manier aangeduid.⁷⁹

In Nederland werd vanaf de jaren 1970 de term ‘maatschappelijk middenveld’ geïntroduceerd om de sfeer naast de staat, markt en privésfeer te duiden. Maatschappelijk middenveld wordt in 1978 voor het eerst genoemd in het boek ‘*de stagnerende verzorgingsstaat*’ door de socioloog van Doorn, maar dat betekent niet dat het een nieuw fenomeen was. De urgentie om dit fenomeen te duiden werd enkel groter. Zoals ik in het vorige hoofdstuk al beschreven heb, nam de staat onder de noemer verzorgingsstaat veel werkzaamheden over van de bestaande organisaties, of zij werden in ieder geval steeds meer

⁷⁸ Buijs, G., ‘Civil Society. De herontdekking van de vrije associaties’ in *Civil Society. Tussen oud en nieuw*, p. 22.

⁷⁹ Vgl., *ibid*, p. 27.

gesubsidieerd en gereguleerd. Het gevolg was dat de verzorgingsstaat onbetaalbaar werd en organisaties, door de overheidsregulering, hun krachtige positie kwijtraakten. In dit kader werd er een zoektocht naar alternatieve methodes gestart en het begrip maatschappelijk middenveld was geboren.⁸⁰

Het maatschappelijk middenveld als begrip verving het tot in de jaren 1980 gangbare ‘particuliere initiatief’. Het particuliere initiatief wordt door prof.dr. S.W. Couwenberg als volgt gedefinieerd:

*[...] het organisatietype, waarbij de overheid binnen het kader van een zekere bemoeiing, waaruit blijkt dat zij bij een bepaalde taak een publiekelijk belang betrokken acht, de behartiging van dit belang geheel of gedeeltelijk overlaat aan particuliere lichamen, die de verzorging daarvan spontaan op zich genomen hebben of hier toe bereid zijn.*⁸¹

Dit betekent dus dat het gaat om niet-gouvernementele organisaties die door burgers zijn opgericht. Andere kenmerken van dit particuliere initiatief zijn dat de activiteiten een niet-commercieel karakter hebben en dat ze op lokaal niveau georganiseerd zijn.⁸²

Al in de vorige paragraaf heb ik beschreven dat verschillende groeperingen, waaronder protestanten en katholieken, hun eigen organisaties oprichten. Deze organisaties kunnen dan ook gezien worden als het particulier initiatief. In sommige gevallen werd dit particuliere initiatief door de overheid omarmd en overgenomen.

Overigens is het niet toevallig dat juist in de protestantse en katholieke kringen het particulier initiatief een rijke voedingsbodem vond. Zo laat cultuurpsycholoog van der Lans zien dat zowel de soevereiniteitsgedachte van Abraham Kuyper als het subsidiariteitsbeginsel onder de katholieken een maatschappijvisie vertegenwoordigt waarin een kleine rol voor de staat is weggelegd. Mensen moesten zich van ‘onderop’ organiseren. Van hieruit ontstond het particulier initiatief waarin van overheidsbemoeienis weinig sprake was.⁸³

Dit betekende echter niet dat het particulier initiatief per definitie uit christelijke initiatieven bestond, maar de verzuiling waar de protestanten en katholieken een groot onderdeel van waren, bood in toenemende mate structuur waaruit het particulier initiatief zich kon ontwikkelen. De anti-staatelijke opvattingen vanuit zowel protestantse als katholieke hoek zijn van grote invloed geweest op de samenleving zoals wij die nu kennen. Vanuit de

⁸⁰ Lans, J. van der, ‘Maatschappelijk middenveld’ in: (red.) Verplanke, K., Engbersen, R., Duyvendak, J., Tonkens, E., Vliet, K., van, *Open deuren. Sleutelwoorden van lokaal sociaal beleid*, Meppel 2002, p. 86-87.

⁸¹ Couwenberg, S.W., *Het particuliere stelsel: de behartiging van publieke belangen door particuliere lichamen*, Leiden 1953, p. 8.

⁸² Lelieveldt, H., *Wegen naar macht*, p.15-16.

⁸³ Lans, J. van der, ‘Maatschappelijk middenveld’ in *Open Deuren*, p. 85.

verzuilde structuren ontsprongen tal van particuliere initiatieven. Deze initiatieven legden de basis voor het onderwijs, de gezondheidszorg en het maatschappelijk werk.⁸⁴

Hoe dan ook, de verzorgingsstaat was aan het wankelen en de term maatschappelijk middenveld deed haar intrede. Van Doorn definieert deze term als volgt:

*Het maatschappelijk middenveld tussen staat en burger, waar onderwijs en gezondheidszorg, rechtshulp en maatschappelijk of cultureel welzijnswerk zich bewegen, binnen het kader van het staatsbestel maar evenzeer volgens een eigen beleidslogica en in eigen institutionele verbanden.*⁸⁵

In deze definitie wordt het maatschappelijk middenveld geduid als sfeer tussen staat en burger. Dit maatschappelijk middenveld bestaat uit verschillende organisaties die wel verbonden zijn met de overheid maar hier niet per definitie afhankelijk van zijn.

Hoewel van Doorn het maatschappelijk middenveld in *de stagnerende verzorgingsstaat* slechts terloops noemt, is de term niet meer weg te denken uit de Nederlandse samenleving. De socioloog Anton Zijderveld lichtte maatschappelijk middenveld verder toe en dit deed hij het meest expliciet in *'de nadagen van de verzorgingsstaat'*. Volgens Zijderveld wordt de Nederlandse maatschappij van oudsher gekenmerkt door een uitgebreid maatschappelijk middenveld en hij definieert dit als volgt: '[...] dat wil zeggen een bonte verzameling van organisaties en verenigingen, instituties en verbanden waar overheidsmacht als het ware doorheen moest gaan voordat de individuele burger kon worden bereikt.'⁸⁶

In een andere bijdrage licht Zijderveld zijn definitie van het maatschappelijk middenveld verder toe: 'We moeten hier vooral denken aan verenigingen en organisaties op het brede gebied van kunst en cultuur, sport en recreatie, welzijn en verzorging, waarin voor de komst van de moderne verzorgingsstaat mensen vooral als levensbeschouwelijke gemotiveerde amateurs en vrijwilligers werkzaam waren.'⁸⁷ Opvallend in deze definities, in tegenstelling met de definitie die van Doorn geeft, is dat Zijderveld duidelijk spreekt van de intermediaire rol van de organisaties uit het middenveld. Ook spreekt hij over het levensbeschouwelijke aspect van de organisaties actief op het maatschappelijk middenveld.

De term maatschappelijk middenveld kreeg in eerste instantie niet veel aandacht,

⁸⁴ Lans, J. van der, 'Maatschappelijk middenveld' in *Open Deuren*, p. 85.

⁸⁵ Doorn, J.J.A., 'De verzorgingsmaatschappij in de praktijk', in (red.) J.A.A. van Doorn en C.J.M. Schuyt, *De stagnerende verzorgingsstaat*, Boom Meppel, Amsterdam 1978, p. 21.

⁸⁶ Zijderveld, A.C., 'Transformatie van de verzorgingsstaat', in (red.) A. Idenburg, *De nadagen van de verzorgingsstaat. Kansen en perspectieven voor morgen*, Meulenhof Informatief en Sociaal Cultureel Planbureau, Amsterdam en Rijswijk 1983, p. 205.

⁸⁷ Zijderveld, A.C., 'Wat is en doet het maatschappelijk middenveld?' *Bestuursforum* juni/juli 1989, p. 176-179.

totdat Zijdeveld het binnen zijn partij, het CDA, inbracht. Al gauw werd de term overgenomen in het CDA-verkiezingsprogramma van 1985. De term kreeg een grotere bekendheid en dook vanaf dat moment in steeds meer terreinen op die betrekking hadden op het maatschappelijk leven.⁸⁸

Vanaf de jaren 1990 wordt de term maatschappelijk middenveld ook wel vervangen door de term civil society. Volgens politicoloog Paul Dekker is civil society ‘een links-liberaal en kosmopolitisch alternatief voor het confessioneel getinte maatschappelijk - middenveld’.⁸⁹ Hoewel de twee termen vaak door elkaar gebruikt worden, ontwaren de redacteurs van het boek *Breekpunt of bindmiddel. Religieus engagement in de civil society*, een nuanceverschil tussen beide. Volgens hen gaat het bij het maatschappelijk middenveld meer om een verticale relatie tussen overheid en burgers en bij de civil society meer om de horizontale relatie tussen burgers en de activiteiten die zij op vrijwillige basis ondernemen.⁹⁰

Naast dit onderscheid, doet zich een ander probleem voor bij het vervangen van de term maatschappelijk middenveld door de term civil society. Het maatschappelijk middenveld wordt namelijk vaak als ‘typisch Nederlands’ gezien en is daarom niet te vervangen door een buitenlands equivalent. Volgens van der Lans zou men in Nederland de organisaties uit de civil society ‘vrijwilligerswerk’ of ‘zelforganisaties’ noemen. In tegenstelling tot de civil society, worden professionele dienstverlenende organisaties tot het maatschappelijk middenveld in Nederland gerekend.⁹¹

Ondanks de verschillen tussen beide termen, zijn er ook veel overeenkomsten: het zijn beide termen die gebruikt worden om een sfeer in de maatschappij te markeren: het zijn beide ordeningsprincipes. Binnen deze sfeer vallen in beide gevallen de CMO's. Daarnaast gaat het ook bij beide termen om verbanden die zich naast de staat en markt verenigen. Verder is civil society, zoals ik straks zal laten zien, een erg diffuse term waarbij in sommige gevallen naast een horizontale structuur tussen burgers ook een verticale structuur tussen burgers en overheid aan de orde komt.

Aangezien het verwarring kan opleveren wanneer beide termen door elkaar worden gebruikt, zal in het vervolg van de scriptie geschreven worden over civil society. In deze context verdient civil society als term de voorkeur boven maatschappelijk middenveld, omdat civil society tegenwoordig vaker gebruikt wordt, ook in de Nederlandse context. Toch zal ik,

⁸⁸ Lans, J. van der, ‘Maatschappelijk middenveld’, p. 87.

⁸⁹ Dekker, P., ‘De civil society vergeleken’ in *Civil society. Tussen oud en nieuw*, p. 75.

⁹⁰ Çelik, C., Creemers, I. en Dekker P., *Breekpunt of bindmiddel. Religieus engagement in de civil society*, Zoetermeer 2011, p. 13.

⁹¹ Lans, J. van der, ‘Maatschappelijk middenveld’, in *Open deuren*, p. 87.

in het schrijven over civil society wel rekening houden met de specifieke Nederlandse situatie. Dat betekent dat ik ook de professionele dienstverlenende organisaties, zoals zorginstellingen en scholen, binnen het kader van de civil society zal plaatsen.

Om meer inzicht te krijgen in het functioneren van deze sfeer, zal ik belangrijke gedachtes over civil society beschrijven. Hoewel het maatschappelijk middenveld zoals dat in Nederland bestaat niet op dezelfde manier voorkomt in andere landen, is het toch goed om dit te bespreken om meer inzicht te krijgen in verschillende sferen waaruit een samenleving bestaat.

§3.3 Civil society en haar functies

*'[...] families, communities, friendship network, solidaristic workplace ties, voluntarism, spontaneous groups and movements'*⁹²

*'[...] should be conceived as a solidary sphere in which a certain kind of universalizing community comes gradually to be defined and to some degree enforced. To the degree this solidary community exists, it is exhibited by "public opinion", possesses its own cultural codes and narratives in a democratic idiom, is patterned by a set of peculiar institutions, most notably legal and journalistic ones, and is visible in historically distinctive sets of interactional practices like civility, equality, criticism, and respect. This kind of civil community can never exist as such; it can exist only "to one degree or another".'*⁹³

*'[...] would include all social groups that are or can be understood as voluntary and noncoercive, thus expecting only the family, whose members are not volunteers, and the state, which, even if its legitimacy rests on the consent of its members, wields coercive power over them.'*⁹⁴

*'[...] social institutions such as markets and voluntary associations and a public sphere which are outside the direct control, in a full or in a mitigated sense, of the state.'*⁹⁵

*'[...] is a society of civility in the conduct of the members of the society towards each other.'*⁹⁶

Hierboven zijn enkele definities van civil society weergegeven, gegrepen uit de veelheid van de definities die er over civil society bestaan. Een blik op deze definities laat ook meteen zien dat de verschillende wetenschappers het niet eens zijn over wat er precies tot de civil society gerekend kan worden. Zoals de definities al laten zien verschillen de wetenschappers van mening over wat de grenzen zijn van civil society, over welk soort verbanden tot de civil society gerekend kunnen worden en over de functies van de civil society.

⁹² Wolfe, A., *Whose keeper?*, Californië 1989, p. 20.

⁹³ Alexander, J.C., 'Introduction', in (red.) Alexander, J.C., *Real civil societies*, Londen 1998, p. 7.

⁹⁴ Walzer, M., 'Equality and civil society' in (red.) Chambers, S. en Kymlicka, W., *Alternative conceptions of civil society*, Princeton University press 2002, p. 35.

⁹⁵ Pérez-Díaz, V., *The return of civil society*, Cambridge 1993, p. 57.

⁹⁶ Shils, E., 'The virtue of civil society' in *Government and opposition* (26/1) 1991, p. 3-5.

In deze wirwar van denkbeelden en gedachten over civil society heeft godsdienstsocioloog Marten van der Meulen geprobeerd structuur aan te brengen. In de literatuur over civil society herkent hij vier ‘uitgangspunten’ die volgens hem de verschillende ideeën van wetenschappers reflecteren.⁹⁷

De vier uitgangspunten die van der Meulen onderscheidt zijn:

1. *Communicatieve rationaliteit.* Volgens aanhangers van deze theorie is civil society het gedeelte van de samenleving dat tegenwicht kan bieden aan de overheid. Vrije discussie is mogelijk en binnen de civil society ontstaat een publiek opinie. De civil society bestaat volgens deze denkers voornamelijk uit kranten, politieke partijen, pressiegroepen, discussiefora etc.
2. *Verspreiding van macht.* Ook binnen de theorieën over verspreiding van macht wordt de civil society gezien als de sfeer die tegengewicht kan bieden aan de overheid, maar het belangrijkste hierin is dat niet één groep de macht heeft. Met andere woorden: de macht wordt verspreid. De civil society bestaat volgens deze denkers voornamelijk uit universiteiten, bedrijven, kerken, vakbonden, genootschappen etc.
3. *Solidariteit.* Solidariteit als uitgangspunt van de civil society betekent dat de civil society kan bijdragen aan onderlinge solidariteit tussen burgers. De civil society kan volgens deze denkers bestaan uit kerken, familie, vrije tijdsverenigingen, verenigingen gericht op het algemeen nut etc.
4. *Sociaal kapitaal.* Volgens aanhangers van dit uitgangspunt zijn mensen, door de civil society, ingebouwd in verschillende netwerken. Binnen deze netwerken genereren de mensen sociaal kapitaal en dat brengt verschillende voordelen met zich mee, bijvoorbeeld het sneller kunnen vinden van een baan tot het betrokken zijn bij de democratische politiek. Belangrijk hierin is dat burgers zich verenigen rondom een bepaald doel, omdat dit sociaal kapitaal genereert. Volgens van der Meulen kunnen organisaties uit alle drie de bovenstaande uitgangspunten hieronder vallen.⁹⁸

Volgens van der Meulen is het laatste uitgangspunt, sociaal kapitaal, de basis voor civil society organisaties. Zo schrijft hij dat civil society organisaties ontstaan omdat mensen zich vrijwillig aan elkaar willen binden en dat deze binding de bron van sociaal kapitaal is. Hij scheidt hierbij de civil society van de markt en de overheid, omdat die volgens hem in mindere mate afhankelijk zijn van sociaal kapitaal. Zij kunnen geld en macht inzetten, zonder

⁹⁷ Meulen, M., van der, *Vroom in de Vinex. Kerk en civil society in Leidsche Rijn*, Maastricht 2006, p. 8.

⁹⁸ Vgl., *ibid.*, p. 8,9.

de goedkeuring van anderen. Ook hebben ze meer middelen tot hun beschikking waardoor ze minder hoeven te bouwen op sociaal kapitaal. Toch zijn ze niet totaal onafhankelijk van sociaal kapitaal: wanneer ze dingen doen die niet door de beugel kunnen, zal de civil society haar stem laten horen. En zo komt bijvoorbeeld hier ook het uitgangspunt van de communicatieve rationaliteit aan de orde.⁹⁹

De Amerikaanse politicoloog Robert Putnam, een belangrijke auteur over sociaal kapitaal, is de eerste die sociaal kapitaal koppelt aan de civil society. Volgens Putnam is sociaal kapitaal het resultaat van relaties die er tussen mensen bestaan. Op deze manier komen sociale netwerken tot stand en het vertrouwen en wederkerigheid die deze sociale netwerken met zich meebrengen.

Putnam geeft aan dat sociaal kapitaal zowel een individueel als collectief aspect bevat. In de eerste context betekent dit dat individuen zelf voordeel halen uit de sociale netwerken die ze hebben, in de tweede context betekent dit dat ook de samenleving voordeel haalt uit de sociale netwerken die er bestaan.¹⁰⁰ Volgens Putnam zijn normen en netwerken van maatschappelijke betrokkenheid van invloed op de kwaliteit van het publieke leven en het werk van sociale instituties.¹⁰¹

Een belangrijke toevoeging op de functies van de civil society zoals ze door van der Meulen omschreven worden, is hier op zijn plaats. In de uitgangspunten van civil society die van der Meulen onderscheidt, zijn, en dat is vaker het geval bij omschrijvingen van de civil society, de professionele dienstverlenende organisaties niet meegenomen.

Aangezien ik hierboven al geschreven heb dat ik gebruik maak van de term civil society en daarbij recht wil doen aan de Nederlandse situatie - dat wil zeggen dat ook de professionele dienstverlenende organisaties meegenomen worden-, is een aanvulling hier op zijn plaats.

Zo schrijft politiek wetenschapper Lelieveldt in zijn proefschrift dat de meeste professionele dienstverlenende organisaties als sociaal-grondrechtelijke organisaties getypeerd kunnen worden.¹⁰² In het vorige hoofdstuk heb ik al beschreven dat dit organisaties zijn die zich bezighouden met de uitvoering van de sociale grondrechten, zoals huisvesting, sociale zekerheid, gezondheidszorg en onderwijs.

Hoewel de sociaal-grondrechtelijke organisaties een nauwe band met de overheid hebben, kunnen de meeste van deze organisaties volgens Lelieveldt wel in het

⁹⁹ Meulen, M., van der, *Vroom in de Vinex*, p. 31, 32.

¹⁰⁰ Putnam, R., *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York 2000, p. 20.

¹⁰¹ Putnam, R., 'Bowling Alone: America's declining social capital' in *Journal of Democracy*, 6(1) 1995, p. 65.

¹⁰² Lelieveldt, H., *Wegen naar macht*, p. 29-31.

maatschappelijk middenveld, of civil society zoals ik het noem, geplaatst worden. Deze organisaties staan echter, in vergelijking met andere civil society organisaties, dichter bij de overheid.¹⁰³

Volgens Lelieveldt kunnen organisaties in de civil society een mobiliserende of intermediaire rol hebben. Ook kunnen deze rollen gelijktijdig voorkomen. Aangezien hij de sociaal-grondrechtelijke organisaties ook in de civil society¹⁰⁴ plaatst, kunnen de sociaal-grondrechtelijke organisaties ook een dergelijke rol vervullen.¹⁰⁵

Onder een mobiliserende rol verstaat Lelieveldt de activiteiten die burgers in de civil society ondernemen en de effecten die deze activiteiten op hun politieke houdingen en gedragingen hebben. Onder de intermediaire rol verstaat Lelieveldt een rol die civil society organisaties¹⁰⁶ opnemen om politieke besluitvorming te beïnvloeden.¹⁰⁷

De reden voor deze uitstap heeft grotendeels tot doel gehad te laten zien dat ook de sociaal-grondrechtelijke organisaties een rol in de civil society kunnen vervullen. Verder komen de mobiliserende en intermediaire rol, zoals beschreven door Lelieveldt, overeen met de functies van civil society die van der Meulen onderscheidt en ook Lelieveldt onderschrijft het belang van sociaal kapitaal voor deze functies. Daarom zou ik op deze plaats, om de functies van civil society uit te leggen, graag voortborduren op de definitie zoals van der Meulen hem geschreven heeft:

In een minimale zin is civil society een netwerk, gebaseerd op en bestaand uit (sociaal) kapitaal, van verenigingen van burgers die door henzelf gestelde doelen willen verwezenlijken. Dit netwerk is te onderscheiden, maar niet te scheiden van de overheid, de markt en de privésfeer. In een meer uitgebreide zin bevordert civil society de "beschaafdheid" van de samenleving door de communicatieve rationaliteit, solidariteit en / of spreiding van macht te versterken.¹⁰⁸

Duidelijk in deze definitie is dat civil society is gebaseerd op sociaal kapitaal, maar dat ze als functie ook communicatieve rationaliteit, solidariteit en de verspreiding van macht bevordert. Daarnaast biedt deze definitie ruimte voor een indeling van de samenleving in sferen: de overheid, de markt, de privésfeer en de civil society. Een ander belangrijk aspect van deze definitie is dat het gaat om burgers die zich verenigen rondom een bepaald doel.

¹⁰³ Lelieveldt, H., *Wegen naar macht*, p. 29-31.

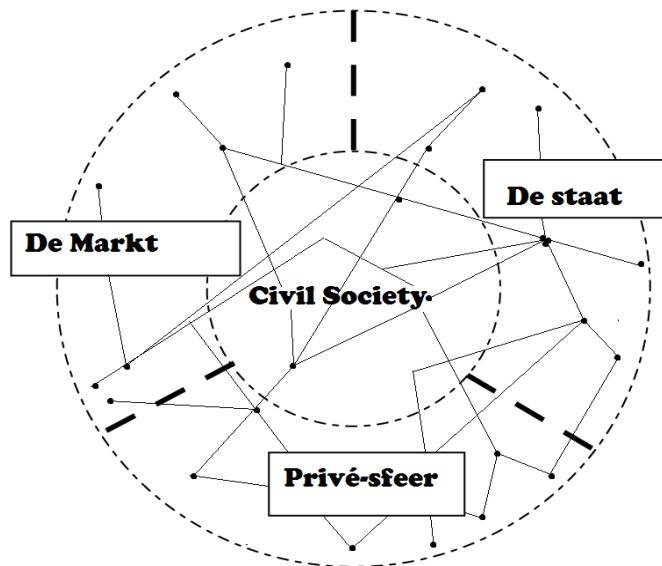
¹⁰⁴ Lelieveldt noemt dit echter maatschappelijk middenveld.

¹⁰⁵ Lelieveldt, H., *Wegen naar macht*, p. 23-27.

¹⁰⁶ Lelieveldt noemt dit wederom maatschappelijk middenveld.

¹⁰⁷ Lelieveldt, H., *Wegen naar macht*, p. 23-27.

¹⁰⁸ Meulen, M., van der, *Vroom in de Vinex*, p. 32.



Afbeelding 2: Civil society op basis van de definitie door van der Meulen.

In bovenstaande afbeelding wordt de civil society zoals hij gedefinieerd is door van der Meulen weergegeven. Hierin is te zien hoe de netwerken de verschillende sferen betreden en daar ook invloed op kunnen uitoefenen.

§3.4 Het huidige functioneren van de civil society

In zijn betoog over sociaal kapitaal haalt Putnam onder meer de verbindende rol aan die kerken en religie in sociaal kapitaal en indirect dus ook in de civil society speelt. Toch is het niet alleen deze verbindende rol die kerken en religie als een belangrijk onderdeel van de civil society maken.¹⁰⁹

Volgens Buijs ontstaan civil society organisaties omdat iets aan de samenleving veranderd moet worden, omdat er iets ontbreekt of niet goed is: mensen ervaren een tekort. Deze gedachte gaat vaak samen met bepaalde waarden. Dit is volgens Buijs ook de intrinsieke verbinding tussen civil society en religie – vanuit religieus gezichtspunt willen werken aan een betere wereld.¹¹⁰

Waarden en inspiratiebronnen zijn volgens Buijs een belangrijke conditie waaronder civil society organisaties worden geboren. Hij voorspelt dan ook dat de zoektocht naar de inspiratiebronnen binnen civil societystructuren steeds zal blijven opduiken. Binnen deze structuur zullen de oude inspiratiebronnen nog lange tijd een rol spelen waar mensen aansluiting bij zoeken of er zullen nieuwe spirituele initiatieven zullen ontstaan.¹¹¹

¹⁰⁹ Putnam, R., *Bowling Alone*, p.65-80.

¹¹⁰ Buijs, G., 'Civil Society. De herontdekking van de vrije associaties' in *Civil Society. Tussen oud en nieuw*, Amsterdam 2009, p. 42.

¹¹¹ Vgl., *ibid*, p. 42-43.

Kerken en religie zijn een belangrijke bron voor sociaal kapitaal en wanneer mensen minder religieus of kerks zijn, zal dit ook van invloed zijn op sociaal kapitaal. Maar niet alleen kerk en religie zijn van invloed op sociaal kapitaal, ook door andere trends in de samenleving, zoals individualisering, zal de onderlinge samenhang en vertrouwen tussen mensen afnemen.¹¹²

In de eerste paragraaf van dit hoofdstuk heb ik al beschreven dat civil society belangrijke betekenisverschuivingen heeft ondergaan. En ook nu lijkt de civil society aan veranderingen onderhevig. Bestaande civil society organisaties, zowel christelijk als niet-christelijk, boeten in aan aanhang, terwijl er tegelijkertijd talrijke nieuwe associaties ontstaan, die op een andere wijze functioneren en ook internationaal gericht zijn. Ook wordt, in plaats van de civil society, gesproken over een Europese civil society. Hoe dit eruit zal zien en of deze nieuwe associaties ook toekomstbestendig zijn moet echter nog blijken.¹¹³

De publicatie van de RMO uit 2009 ‘Stem geven aan verankering’, laat zien dat de samenleving aan veranderingen onderhevig is en dat de verhoudingen tussen burgers, organisaties en overheid aan het verschuiven zijn. Hierdoor staat de maatschappelijke legitimiteit van organisaties onder druk. In de publicatie wordt beschreven dat deze verschuivingen vragen voor maatschappelijke organisaties opleveren die betrekking hebben op hun positie en verantwoordelijkheden. De belangrijkste vraag hierin is wie of wat het bestaan van deze organisatie rechtvaardigt.¹¹⁴

Zoals ik in het voorgaande hoofdstuk heb beschreven, werden particuliere initiatieven, onder de noemer ‘verzorgingsstaat’ steeds meer afhankelijk van de overheid. Steeds minder werden er eigen initiatieven ontplooid. Van der Lans geeft aan dat tegelijk met de crisis van de verzorgingsstaat, de invloed van de markt toenam en de civil society organisaties raakten in een proces van ‘vermarkting’.¹¹⁵

Het marktdenken is de civil society organisaties vreemd en daarmee is het ook niet begonnen, vaak lagen hieraan ideële motieven ten grondslag. Van der Lans geeft aan dat organisaties daarom teruggeworpen worden op de vraag wat de essentie van hun werk is. Om de maatschappelijke opdracht die de organisaties zich ooit ten doel hebben gesteld waar te

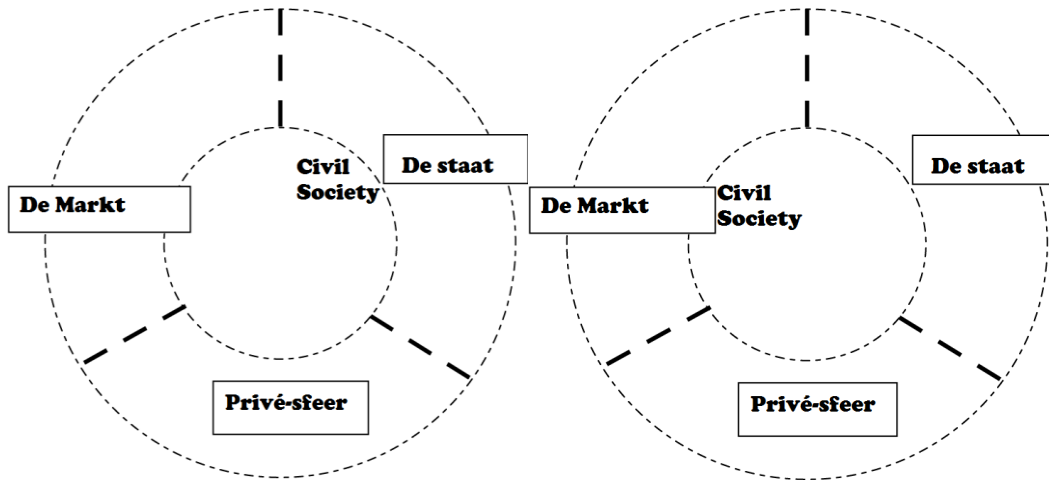
¹¹² Putnam, R., *Bowling Alone*, p. 367-400.

¹¹³ Buijs, G., ‘Civil Society. De herontdekking van de vrije associaties’ in *Civil Society. Tussen oud en nieuw*, p. 13 en Kocka, J., ‘Naar een Europese civil society’ in *Civil Society. Tussen oud en nieuw*, p. 44-54.

¹¹⁴ RMO, *Stem geven aan verankering. Over de legitimering van maatschappelijke dienstverlening*, Den Haag 2009, p. 7-26.

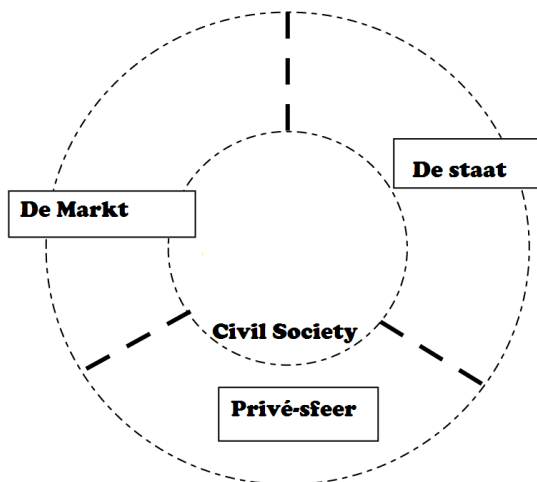
¹¹⁵ Lans, J. van der, ‘Maatschappelijk middenveld’ in *Open deuren*, p. 91,92.

maken, bewegen civil society organisaties zich, volgens van der Lans, op dit moment weer richting burgers.¹¹⁶ Hieronder geef ik deze verschuiving schematisch weer:



Afbeelding 2: Civil society in de hoogtijdagen van de verzorgingsstaat

Afbeelding 3: Civil society in het proces van vermarkting.



Afbeelding 4: De huidige positie van civil society: terug naar de burger.

§3.5 Slot

De functies van de civil society, waar de CMO's deel van uitmaken, is veranderd en zal naar waarschijnlijkheid blijven veranderen. De civil society is namelijk een veld dat zich bevindt tussen drie spelers: de markt, de staat en burgers. Op dit moment verschuiven de verhoudingen tussen de drie spelers en dat zal van invloed zijn op de civil society.

¹¹⁶ Lans, J. van der, 'Maatschappelijk middenveld' in *Open deuren*, p. 91,92.

Door schuivende verhoudingen tussen burger, staat en markt, is ook de betekenis van CMO's, als onderdeel van de civil society, aan veranderingen onderhevig. Dit geldt overigens niet alleen voor CMO's maar ook voor maatschappelijke organisaties zonder christelijke signatuur: het geheel van de civil society is aan veranderingen onderhevig.

Deze scriptie gaat echter over CMO's en wanneer zij in de toekomst nog een belangrijke functie willen uitoefenen in de civil society, zullen ze moeten meebewegen met de nieuwe omstandigheden. Juist in de periode van meer bezuinigen en een politiek klimaat dat inzet op zelfredzaamheid en participatie van burgers, zouden civil society organisaties van groot belang moeten zijn. De vraag is of CMO's nog een plek voor zichzelf zien weggelegd in een veranderende civil society. Daarover in het volgende hoofdstuk meer.

Hoofdstuk 4

Informanten over CMO's

§4.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk heb ik beschreven dat de positie van civil society organisaties is verzwakt, maar dat anderzijds ook blijkt dat het geheel van de civil society aan veranderingen onderhevig is. De vraag blijft staan waarom dit voor maatschappelijke organisaties, en voor CMO's in het bijzonder, een worsteling met hun identiteit oplevert. Met welke moeilijkheden hebben CMO's te maken? Zijn de ontwikkelingen die in het vorige hoofdstuk genoemd zijn ook de ontwikkelingen waar men zich in het christelijk veld druk over maakt? Om deze vragen te beantwoorden, heb ik interviews afgenomen bij zeven informanten uit het christelijk veld die vanuit hun positie iets kunnen zeggen over de huidige situatie van CMO's.

Op basis van de interviews kan geconstateerd worden dat de informanten het bestaan van CMO's als belangrijk ervaren. Zo zijn de informanten personen die vanuit hun studie, beroep, fascinatie voor het onderwerp, of interesse zijn terechtgekomen op de positie die zij nu bekleden.¹¹⁷ Wim Eikelboom geeft aan dat zijn positie 'het resultaat is van zijn omgang met de christelijke wijsbegeerte, christelijke filosofie en de omgang met de duiding aan hun joodse wereld'.¹¹⁸ Herman Kaiser en Arie Kars duiden de drijfveren religieus. Zo benoemen zij hun motivatie in termen van 'een roeping' of een 'opdracht':

[...]Maar ik kies er bewust voor om tijd vrij te maken voor de ontwikkelingen van het christelijk sociaal denken. Ik vind het dus mijn roeping, mijn opdracht om daar goed aan te werken.[...]

Dus ik heb er persoonlijk iets mee, ik probeer er in mijn werk iets mee te doen, en dat geeft mij dus ook de energie om een beetje tegen de stroming in te kunnen roeien.¹¹⁹

Al in de inleiding heb ik geschreven over de achtergronden van de informanten. Nu duidelijk is wat de achtergronden en drijfveren van de informanten zijn, is het tijd om naar de kern van de interviews te gaan.

§4.2 Ontwikkelingen en veranderingen

In het vorige hoofdstuk heb ik beschreven welke veranderingen zich in de civil society

¹¹⁷ In de interviews hebben verschillende informanten dit aangegeven. De verschillende informanten die dit hebben aangegeven zijn: Bisschop de Korte, Cor van Beuningen, Pieter Kohnen en Hans Groen.

¹¹⁸ Citaat uit het interview met Wim Eikelboom.

¹¹⁹ Citaat uit het interview met Herman Kaiser.

hebben voorgedaan en hoe dit civil society organisaties algemeen terug brengt naar wat de essentie van hun werk is. Ook de informanten uit dit onderzoek refereren regelmatig naar deze ontwikkelingen en hoe deze ontwikkelingen vervolgens de positie van CMO's in het maatschappelijk veld hebben verzwakt. Naast deze ontwikkelingen, leggen informanten ook bloot hoe CMO's door deze ontwikkelingen ver af zijn komen te staan van hun identiteit, maar ook van de mensen waar het uiteindelijk allemaal mee begonnen is.

Aangezien de informanten ook naar de ontwikkelingen in de civil society refereren, zal ik om de informatie te ordenen ook deze chronologie volgen. Hieronder zal ik eerst laten zien hoe de informanten de ontwikkelingen in de civil society beschrijven als een ontwikkeling die tot een verzwakking heeft geleid. Daarnaast zal ik laten zien hoe zij de ontwikkelingen in de civil society als een oorzaak van de verzwakte positie van CMO's beoordelen.

Naast de ontwikkelingen in de civil society, identificeren de informanten andere ontwikkelingen die bij hebben gedragen aan de verzwakte positie en identiteit van CMO's en deze zal ik daarna beschrijven. In het vorige hoofdstuk heb ik beschreven dat organisaties, door de ontwikkelingen, worden teruggeworpen op de essentie van hun werk. Daarom zal ik dit hoofdstuk ook ingaan op hoe de informanten dit zien en wat dit volgens hen betekent.

In de volgende paragrafen wordt niet mijn verhaal beschreven, maar dat van de informanten. Hierbij moet opgemerkt worden dat dit verhaal is opgemaakt uit verschillende verhalen van zeven informanten. Toch zal er een duidelijke lijn in het onderstaande verhaal aangebracht worden, waardoor ik in het vervolg van deze scriptie zal spreken over 'het verhaal van de informanten'. Dat dit verhaal niet per se gebaseerd is op één verhaal, zal in de volgende paragrafen duidelijk worden: informanten zullen het niet altijd met elkaar eens zijn.

§4.3 Verzorgingsstaat en professionalisering

De informanten vertellen dat CMO's in de eerste plaats bemand werden door vrijwilligers uit de protestantse en katholieke traditie. Op een gegeven moment zijn voor deze vrijwilligers professionals in de plaats gekomen, mede door de opkomst van de verzorgingsstaat.

Tijdens de verzorgingsstaat hebben CMO's gebruik gemaakt van overheidssubsidies, zodat zij hun werk konden uitbreiden. Om in aanmerking te komen voor deze subsidies, moesten de organisaties voldoen aan de eisen die de staat hen stelde.

Ondanks dat CMO's enorm konden groeien, zien bijna alle informanten bovengenoemde ontwikkeling als een oorzaak van de verzwakte positie van CMO's en zij noemen hiervoor enkele factoren. Eén van de informanten, Pieter Kohnen, ziet deze ontwikkelingen minder als een probleem. Hij geeft aan dat door de ontwikkelingen CMO's

konden groeien en hierdoor kon het kwaliteitsniveau van de organisaties toenemen.

Aangezien de andere informanten de toenemende invloed van de staat wel als een probleem zien, zal ik dit proces hieronder bespreken. De factoren die door de informanten geïdentificeerd worden, zijn: verwatering van de identiteit, schaalvergroting en eigenaarschap. Hieronder zal ik de drie factoren toelichten.

In de eerste plaats vertellen de informanten dat de christelijke identiteit van CMO's is verwaterd, doordat CMO's zich conformeerden aan de eisen die de staat stelde. Op deze manier konden CMO's subsidies ontvangen om hun werk uit te voeren. Dit betekende vaak dat CMO's hun identiteit inruilden voor een meer algemene identiteit:

[...] Want was nou het verhaal, dan krijgen we belastinggeld, we moeten er voor iedereen zijn, we moeten ook mensen die niet zo strikt in de leer zijn als medewerker in onze organisatie opnemen, en de veralgemenisering heeft geleid tot een verwatering van het christelijk sociaal middenveld.¹²⁰

Naast een verwatering van de identiteit, zo vertellen verschillende informanten, stelden overheidssubsidies CMO's in staat om een periode van groei door te maken. Een gevolg hiervan is dat organisaties een proces van schaalvergroting hebben doorgemaakt. Ook de schaalvergroting is een reden waardoor CMO's verzwakt zijn en dat er een verdunning van identiteit optrad. Door de schaalvergroting zijn organisaties ver af komen te staan van de mensen voor wie ze bedoeld waren, en de organisaties werden steeds minder 'herkenbaar'.

Zo geeft Herman Kaiser aan dat organisaties *'in een korte tijd erg zijn gegroeid en dat ze daardoor niet meer in staat waren om te bewegen of zichzelf te kunnen zijn. Op een gegeven moment worden die organisaties onherkenbaar.'*¹²¹

Hans Groen noemt als voorbeeld van de schaalvergroting de scholen waarin geen sprake meer is van de bemoeienis van ouders. Volgens hem 'hol je de organisatie op deze manier uit':

Het grootste probleem voor scholen is dit moment, denk ik, die schaalvergroting. Niet dat er dus een vestiging is van bijvoorbeeld 10.000 leerlingen, maar wel dat je bijvoorbeeld een schoolvereniging hebt met tien scholen en al die managers ertussen waardoor al die ouders ook direct geen bemoeienis hebben met waar het om gaat. En dan hol je op die manier ook je eigen vereniging uit.¹²²

Naast verwatering van de identiteit en de schaalvergroting, noemen informanten nog een andere factor die heeft geleid tot een verwatering van de christelijke identiteit, namelijk

¹²⁰ Citaat van Herman Kaiser.

¹²¹ Vgl., *ibid.*

¹²² Citaat van Hans Groen.

eigenaarschap. Het eigenaarschap is door ontwikkelingen in de civil society verloren geraakt. Dit betekent dat mensen zich niet meer verantwoordelijk voelen voor de organisaties. Op het moment dat de verzorgingsstaat een aantal taken van CMO's had overgenomen en er daarnaast CMO's waren die tegen overheidssubsidie taken van de overheid overnamen, ontstond er een 'vrijblijvendheid'. De taken van CMO's bleven uitgevoerd worden, of mensen zich er wel of niet aan verbonden. Daardoor is het eigenaarschap en de betrokkenheid van mensen bij de organisaties verdwenen.

Ondanks dat informanten van mening zijn dat de positie van CMO's verzwakt is door het verkrijgen van overheidssubsidie, is het voor veel informanten tegenwoordig nog steeds de vraag of er gebruik gemaakt kan worden van de subsidie. Veel organisaties zijn afhankelijk geworden van deze subsidie, maar gezien de ontwikkelingen die hierboven genoemd zijn, zal het niet tot verbazing leiden dat dit tot dilemma's leidt.

Herman Kaiser ziet bovengenoemd ontwikkeling minder als een dilemma. Volgens hem bestaat er een spanning tussen religie en de staat. Hij geeft aan dat het een 'groot goed' is dat er een scheiding van kerk en staat is, maar dat betekent volgens hem niet dat religie en staat niets met elkaar te maken kunnen hebben. De kerk is volgens hem een van de belangrijke maatschappelijke organisaties waar de overheid mee 'on speaking terms' moet zijn.

Toch zien niet alle informanten een probleem in de spanning tussen religie en het ontvangen van subsidie. Cor van Beuningen bijvoorbeeld, is van mening dat wanneer er gebruik gemaakt wordt van publieke middelen, de organisatie een verhaal moet kunnen vertellen dat ook voor niet-christenen toegankelijk is. Hij betoogt dat organisaties twee verhalen moeten kennen: een verhaal aan de binnenkant over de inspiratie en een verhaal aan de buitenkant dat ook voor niet-christenen toegankelijk is. Deze twee verhalen moeten met elkaar verbonden worden, maar het moeten, volgens Cor van Beuningen, wel twee verschillende verhalen zijn.

Het dilemma dat de informanten schetsen, schijnt vooral te bestaan uit of een CMO er voor iedereen wil zijn of specifiek voor de eigen groep. Zo geeft Hans Groen enerzijds aan dat wanneer CMO's er alleen voor de eigen groep willen zijn, zij dit zelf moeten betalen. Tegelijkertijd geeft hij ook aan dat er de behoefte bestaat om er niet alleen voor christenen te zijn:

[...] Als jij wilt dat jouw diensten alleen... vanuit jouw identiteit alleen dan moet je het zelf betalen. Dat is het probleem met christelijke scholen, met name de wat orthodoxere scholen. Die zeggen we willen geen homoseksuele leraren en zelfs geen homoseksuele leerlingen. Ja, als je dat wilt dan moet je geen subsidie meer nemen.¹²³

Even later zegt hij:

En als het goed is, maar dat is denk ik een tweede laag daaronder, van eigenlijk wil men ook wel weer terug naar wat men aan het begin, bij de oprichting zei. We willen eigenlijk niet een organisatie voor christenen zijn, maar we willen een christelijke organisatie zijn. Dat is denk ik het aller-moeilijkste. Want dat betekent dat je op een goede manier met die mensen om wilt gaan en dat je ook zorgt dat mensen zich ontwikkelen en dat ze het beste uit zichzelf halen.¹²⁴

Arie Kars geeft aan dat wanneer de overheid eisen stelt aan de identiteit, de organisatie twee mogelijkheden heeft. De eerste mogelijkheid is dat de organisatie daarmee akkoord gaat en daarin mee gaat, de tweede mogelijkheid is dat de organisatie uit het systeem stapt en haar activiteiten zelf bekostigt. Deze financiering zal dan bijvoorbeeld bij de leden vandaan kunnen komen:

Als de overheid zegt, dit zijn mijn subsidievoorwaarden en jij mag niet evangeliseren, dan kan die organisatie zeggen, dat is goed daar zal ik me aan houden, of je kunt zeggen bekijk het maar, ik vaar mijn eigen koers. Dan treed ik uit het systeem en ga ik zelf aan de slag, zelf bekostigd.[...] Ik stap uit deze bekostiging en ik hou mijn eigen financiële broek op. Sommige doen dat, die hebben dan ook helemaal niet meer met de overheid te maken. Dat is dan particulier gefinancierde zorg, of particulier gefinancierd onderwijs of private gelden die naar de omroeporganisatie gaan. En die zijn er ook. De EO krijgt heel veel geld van haar leden en ook giften.¹²⁵

De dilemma's die hierboven zijn beschreven, hangen dus direct samen met de identiteit van de organisatie. De spanning lijkt te bestaan uit geld ontvangen van de overheid in ruil voor identiteit of zelf te voorzien in middelen met behoud van identiteit. De andere mogelijkheid die genoemd wordt is om de identiteit te vertalen in een manier van werken, zodat deze ook voor niet-christenen toegankelijk is.

§4.4 Vermarkting

Verschillende informanten vertellen dat nadat organisaties opgenomen waren in de verzorgingsstaat, er een proces van vermarkting optrad. De verzorgingsstaat was namelijk uitgebreid en op een gegeven moment waren de grenzen van de verzorgingsstaat bereikt. Dit bracht een ontwikkeling van marktwerking met zich mee: om zich staande te houden, begaven

¹²³ Citaat van Hans Groen.

¹²⁴ Vgl., *ibid.*

¹²⁵ Citaat van Arie Kars.

CMO's zich op de markt waarin marketing principes de boventoon voerden. CMO's vertaalden hun werk steeds meer naar de markt en zij gingen steeds meer voldoen aan de eisen die de markt stelde.

Ook dit proces leidde volgens de informanten, tot een *verwatering van de identiteit*. Doordat CMO's zich onderwierpen aan een proces van vermarkting, veranderden denksystemen binnen CMO's. Hierdoor verloren CMO's de verbinding met ideële motieven. Motieven die gezien worden als kenmerkend voor CMO's, omdat vrijwilligers vanuit een christelijk gedachtegoed de organisaties hadden opgericht. Toen de organisaties vervolgens mee zijn gegaan in de genoemde ontwikkelingen, raakte dit gedachtegoed steeds meer naar de achtergrond:

Dus die kerken, die in aanvang eigen instellingen hadden, bejaardentehuizen of verpleegtehuizen, hebben dat overgedragen aan professionals. Daar is de verzorgingsstaat overheen gekomen en daarmee is er een eigen logica in ons soort organisaties gekomen en die eigen logica is vanwege de professionalisering en de marktwerking anderzijds veel meer gevoed door denksystemen. Uit de wereld van de professionals en uit de wereld van de ondernemers, van de markt. En het oorspronkelijke, charitatieve, diaconale denken wat een enorm belangrijke drijfwielen was van de kerken en de diaconieën is daarmee, in de afgelopen decennia, op de achtergrond geraakt. En dat betekent dat er een management cultuur is ontstaan, ook in ons soort organisaties. Die sterk gevoed worden door waarden die aan dat domein, aan dat andere domein zijn ontleend. Die van de professionele logica, het domein van de markt. Dus winst maken, zorgen dat je reserve hebt, dat je eigen vermogen groeit. Dat zijn kritische bestaansindicatoren. Resultaatgerichte bedrijfsvoering, marketing doet zijn intrede, portfolio analyse. Dat zijn allemaal begrippen die afgeleid zijn van die marktwereld.¹²⁶

Pieter Kohlen identificeert het proces van vermarkting minder als een probleem. Hij is mening dat de identiteit naar de achtergrond is verschoven, maar organisaties hebben zich niet statutair losgemaakt van de identiteit en er zijn organisaties die intern nog steeds veel aandacht aan identiteit schenken:

[...]Tegelijkertijd zie je dat deze organisaties zich statutair niet hebben losgemaakt van die identiteit en dat ze er intern wel degelijk heel veel aandacht aan geven. Dus het is, zeker daar waar christelijke maatschappelijke organisaties zich noodgedwongen moeten onderwerpen aan marktwerking, die moet ook aan marketing doen, aan de werving van nieuwe donateurs. Ja, en dan moet je op sommige punten concessies doen, bijvoorbeeld in je naamgeving. En is dat een verloochenen van je wortels en van je identiteit? Tja. doorgaans zeg ik ook niet als ik ergens binnenkom, mijn naam is Pieter Kohlen en ik ben katholiek.¹²⁷

¹²⁶ Citaat van Arie Kars.

¹²⁷ Citaat van Pieter Kohlen.

Pieter Kohnen lijkt de vermarkting minder als een probleem te zien, maar hij lijkt in dit gezelschap eerder een uitzondering dan de regel te zijn.

Naast dat de positie van CMO's verzwakt is door het verkrijgen van overheidssubsidies, is de positie ook, of verder, verzwakt door het proces van vermarkting. Toch laten CMO's ook hun positie in de markt niet los en zijn ze hiervan afhankelijk. In het volgende citaat bespreekt Bisschop de Korte duidelijk wat het dilemma is:

[...]ik begrijp wel dat het lastig is in een massamedium waar heel veel commerciële spelers zijn, ik bedoel tegenwoordig hebben mensen tientallen zenders op de televisie, dus je moet ook proberen om je marktaandeel vast te houden, want er is enorm veel concurrentie bij die omroepen. Maar dat je dus probeert in je programmering.. dat het en mensen boeit om naar te kijken, dat ze niet wegzappen, maar dat tegelijkertijd.. Bijvoorbeeld de EO heeft het programma 'Pelgrimscode' gehad. Dat is een soort spelprogramma, heel spannend, mensen vinden het leuk. En ondertussen worden er ook een aantal geloofsnoties ingebracht. 'Familiédiner' heeft te maken met een groot christelijk thema, namelijk verzoening. Ik snap wel, kerkdiensten halen niet altijd de hoogste kijkcijfers, maar je kunt dus proberen om een aantal basisnoties van het katholicisme of het christendom te vertalen ook in een programma dat voor een massamedium als de televisie van belang kan zijn.¹²⁸

In dit citaat komt duidelijk naar voren wat het dilemma is waar organisaties door het proces van vermarkting voor staan. Enerzijds wil de organisatie haar werk goed doen vanuit een christelijke identiteit, maar anderzijds moet zij ook haar marktaandeel vasthouden en spreekt het christelijke mensen minder aan. Ook hier lijkt identiteit nog steeds wel een rol te kunnen spelen als ze op een bepaalde manier vertaald wordt in een manier van werken.

§4.5 Religieuze ontwikkelingen in de samenleving

Naast de gangbare ontwikkelingen, die ook in het vorige hoofdstuk geschetst worden, identificeren de informanten nog andere ontwikkelingen in de samenleving die van invloed geweest zijn op een verzwakking van de positie van CMO's. Zij identificeren hier: verzuiling en ontzuiling, secularisatie en ontkerkelijking en de verschuiving van religie uit de privésfeer naar de publieke sfeer. Hieronder zal ik per ontwikkeling beschrijven hoe deze volgens de informanten van invloed zijn op de identiteit van CMO's. Ook hier moet opgemerkt worden dat niet alle informanten het erover eens zijn of deze ontwikkelingen van invloed zijn geweest.

Volgens Hans Groen heeft de verzwakking van de christelijke identiteit in CMO's te maken met de verzuiling en latere ontzuiling. Toch ziet hij dit niet meteen als een verzwakking van de positie van CMO's. Volgens hem was het namelijk zo dat er tijdens de verzuiling voor alles een organisatie bestond en dat alles per zuil georganiseerd werd. Op een

¹²⁸ Citaat van Bisschop de Korte.

gegeven moment gingen mensen uit verschillende zuilen samenwerken en toen realiseerden mensen zich dat de organisaties eigenlijk niet zoveel van elkaar verschilden. Er werd meer samenwerking gezocht en de specifieke identiteit van de organisaties verdween.

[...]En dan vanzelf spreek je ook met elkaar en op een gegeven moment denk je dan van ja, is het nou zoveel anders, moet je nou echt per se een katholieke of gereformeerde of socialistische voetbalvereniging hebben. Dus eigenlijk door succes gaat het verwateren, gaat het oplossen doordat men met elkaar in samenwerking treedt. Dus op een bepaalde manier heeft die verzuiling dus zijn eigen opheffing ook in zich. Als het goed werkt dan verdwijnt je.¹²⁹

Verder is Hans Groen van mening dat de latere ontzuiling ook van invloed is geweest op een verwatering van de identiteit. Tijdens de verzuiling waren organisaties namelijk erg verbonden aan een kerk, zo was bij iedere katholieke organisatie bijvoorbeeld een pastoor lid. Toen dit tijdens de ontzuiling ongedaan gemaakt werd, is volgens hem ook 'de maatschappelijke vormgeving van geloofs-inspirerend handelen' losgeraakt van de kerk.

Pieter Kohlen is echter van mening dat de identiteit van CMO's niet verzwakt is. CMO's die nu de identiteitsvraag stellen, kiezen daar namelijk zelf voor, terwijl dit tijdens de verzuiling een vanzelfsprekend gegeven was. De vraag is of de identiteitsvraag toen ook bewust gesteld werd:

De identiteit van CMO's is niet per se verzwakt. Een aantal organisaties zijn ontstaan aan het eind van de verzuiling en na de verzuiling hebben een aantal organisaties ervoor gekozen de identiteit los te laten. Tijdens de verzuiling lag identiteit ten grondslag aan alles en dit ging vrij ver. De vraag is of dit ook diep ging. Organisaties die zichzelf nu christelijk noemen, kiezen daar zelf voor.¹³⁰

Naast de verzuiling en ontzuiling identificeren de informanten nog andere ontwikkelingen die van invloed zijn geweest op een verzwakking van de identiteit van CMO's. Zo identificeren Bisschop de Korte, Wim Eikelboom en Arie Kars de ontkerkelijking en secularisatie als een ontwikkeling die heeft geleid tot een verzwakking van de identiteit van CMO's. Door deze ontwikkelingen is de samenleving 'geneutraliseerd' en organisaties zijn daar, volgens deze informanten, in meegegaan of worden in het defensief gedrukt door voorstanders van secularisatie die van mening zijn dat er geen plaats meer is voor religie:

¹²⁹ Citaat van Hans Groen.

¹³⁰ Citaat van Pieter Kohlen.

De secularisatie. Kerken lopen leeg. Steeds minder mensen bekennen zich als christen. Als je afscheid hebt genomen van het geloof, kerk, christelijke verbanden, treedt er op dat punt een soort van erosie op. En dat betekent dat er steeds minder mensen zijn, die wel vanuit die visie vorm willen geven aan een verband. Dat die naam draagt. Dat is een van de belangrijkste oorzaken geweest van de afkalving van christelijke organisaties.¹³¹

Ten slotte identificeren Herman Kaiser en Wim Eikelboom de verschuiving van religie van de publieke sfeer naar de privé sfeer als een ontwikkeling van invloed op de identiteit van CMO's. Volgens hen is religie de laatste jaren, vooral door de islam, negatief in het nieuws geweest en wordt dit debat doorgetrokken naar andere religieuze groeperingen. Er zijn volgens hen mensen in de samenleving die religie beschouwen als een privé aangelegenheid, waar geen plaats voor is op het publieke terrein. Hierdoor worden CMO's die zich bevinden op het publieke terrein in het defensief gedrukt.

§4.6 Ontwikkelingen in de interne dynamiek

Hierboven heb ik geschreven dat de informanten van mening zijn dat ontwikkelingen in de samenleving van invloed geweest zijn op een verzwakte positie en identiteit van CMO's. Naast de effecten die ontwikkelingen in de samenleving op de positie en identiteit van CMO's hebben gehad, benoemen de informanten dat de identiteit van CMO's ook van binnenuit is verzwakt. De informanten noemen verschillende redenen waarom CMO's van binnenuit verzwakt zijn en deze redenen hangen allemaal samen met mensen die ook beïnvloed zijn door de ontwikkelingen in de samenleving. Dit terwijl mensen, volgens verschillende informanten, zo belangrijk zijn voor de identiteit van de organisatie:

Het zijn de medewerkers, managers, visie, de belichaming van de visie die gestalte krijgt in het werk en in mensen, dat is wat een organisatie maakt zoals die is. Mensen zijn dragers van de visie en de visie. Daarom zijn mensen zo belangrijk.¹³²

De informanten zijn het er over eens dat organisaties 'dragere' van de identiteit nodig zijn om de identiteit te kunnen waarborgen. Zo geeft Pieter Kohlen aan dat wanneer er geen dragere van de identiteit meer aanwezig zijn, de identiteit betekenis verliest en zij een 'dode letter' wordt. Op dat moment is de stap niet zo groot om formeel afscheid van identiteit te nemen. Wim Eikelboom geeft aan dat er nog steeds ruimte is voor CMO's, maar dat er wel mensen moeten zijn die dit initiatief willen nemen.

Ook het eigenaarschap, dat volgens de informanten vervaagd is tijdens de ontwikkelingen in de verzorgingsstaat, is verbonden met mensen:

¹³¹ Citaat van Arie Kars.

¹³² Vgl., *ibid.*

*'Ze moeten dus gedragen worden, uiteindelijk, door christenen die zich, door christelijk geïnspireerde mensen, die zich ergens verantwoordelijk voor voelen.'*¹³³

Volgens Wim Eikelboom bestaat er een verband tussen de verzwakking en identiteit en de zelfverzekerdheid van de huidige christenen in Nederland:

Ook een algemene verlegenheid met ja, christendom, staat nou ergens voor of is dat een van de vele godsdiensten, waar misschien ook wel een waarheidsmoment in zit of hebben we de waarheid. Het is de wel of niet zelfverzekerdheid van christenen zelf.¹³⁴

Wat opvalt, is dat het hier vaak gaat om benamingen als 'mensen' of 'christenen' en dat er niet vaak gepreciseerd wordt wie deze mensen of christenen zijn. In enkele gevallen wordt genoemd dat het gaat om leden van de organisaties, om werknemers en bestuurders van de organisatie, of om een achterban. Hoewel de informanten beschrijven hoe ontwikkelingen in de samenleving van invloed zijn geweest op mensen en dit zijn doorwerking heeft in de organisatie, zijn zij minder duidelijk in wie die mensen precies zijn.

Hieronder zal ik beschrijven wie de informanten identificeren als deze mensen of christenen. Aangezien de informanten ook interne invloeden van invloed zien op de verzwakking van de positie en identiteit van CMO's, zal ik deze invloeden meenemen in de beschrijvingen bij wie, mensen en christenen, deze verzwakking voorkomt.

Bisschop de Korte heeft het over leden van de organisatie en hij beschrijft dat de 'neutraliseringstendens' ook van invloed is geweest op de leden van organisaties en dat een organisatie alleen maar mee kan gaan in deze neutralisering bij gratie van haar leden.

Cor van Beuningen spreekt over bestuurders en werknemers van organisaties. Volgens hem bestaat het probleem van CMO's er vooral uit dat ze slechte bestuurders heeft. Hij geeft aan dat de ontwikkelingen van de verzorgingsstaat alleen invloed hebben gehad op CMO's, omdat er binnen een CMO slechte bestuurders werkzaam zijn en zij hebben zich te eenvoudig laten inpolderen. Zij zijn, volgens Cor van Beuningen, niet in staat om een verbinding te leggen tussen het verhaal aan de binnenkant en het verhaal aan de buitenkant.

Tegelijkertijd spreekt Cor van Beuningen over werknemers in een organisatie. Bij deze werknemers zit volgens de Cor van Beuningen veel motivatie en energie:

En ondanks secularisering, ondanks bureaucratisering, ondanks marktdenken, alles ondanks, ondanks , ondanks, zijn er telkens opnieuw weer mensen genegen en in staat om niet! Gewoon vrijwillig of niet daartoe gedwongen in ieder geval zich in te zetten voor het Hogere. Met een hoofdletter H.¹³⁵

¹³³ Citaat van Herman Kaiser.

¹³⁴ Citaat van Wim Eikelboom.

De bestuurders zouden, volgens Cor van Beuningen, een organisatiestructuur creëren waar deze werknemers zich kunnen ontplooiën en hun talenten kunnen ontwikkelen. Voor de toekomst van CMO's blijft het echter van belang dat er bestuurders zijn die geloven:

Als er geen mensen meer zijn die geloven...Ik denk dat het ook voor de toekomst van christelijke maatschappelijke organisaties belangrijk is dat mensen geloven. Die verbinding terug naar de spirituele en mystieke bronnen, die kunnen maken is natuurlijk wel cruciaal.¹³⁶

Ook Pieter Kohnen en Arie Kars spreken over het belang van christelijke werknemers in een organisatie. Zij geven aan dat dit moeilijk te realiseren is en dat er in dat geval naar andere methodes gezocht moet worden om 'het christelijke karakter te bewaren'. Pieter Kohnen spreekt over een 'corporate catholic identity' waarbij je van werknemers mag vragen dat ze dit uitdragen, Arie Kars spreekt over het voeren van een waarden-discussie om toch het christelijke karakter te waarborgen. Toch blijft het noodzakelijk dat er christenen werkzaam zijn in de organisatie:

[...]Dus wat is de toekomst van christelijke organisaties? Wel, als ze doorgaan zoals het gaat, stel dat het echt op 0 gaat, want er zijn geen christenen meer in Nederland – en dat geloof ik niet, want dat gaat niet meer gebeuren – maar er zijn geen christenen meer in Nederland, dan houdt het bestaansrecht van christelijke maatschappelijke organisaties op.¹³⁷

Wim Eikelboom spreekt meer over een achterban van CMO's en ook bij Herman Kaiser en Hans Groen komt dit, zij het iets meer impliciet, aan de orde. Volgens Wim Eikelboom wordt de interne verzwakking vooral veroorzaakt door een gebrek aan eigenaarschap en betrokkenheid van de achterban. De motivatie van de achterban is verminderd.

Arie Kars daarentegen, ziet juist mogelijkheden bij de achterban en hiertoe beroept hij zich op de kerkelijke achterban, in de vorm van vrijwilligers. Hij is van mening dat kerken de grootste leveranciers van vrijwilligers zijn en dat dit ook een vorm van kerkelijke presentie in de samenleving is.

Mensen, dragers van de identiteit, zijn volgens informantenwezenlijk om de identiteit van CMO's te waarborgen. De informanten noemen verschillende manieren waarop deze mensen een invloed hebben gehad op een verzwakking van de positie en identiteit van CMO's. Vaak zijn deze mensen ook meegegaan in de ontwikkelingen van de samenleving en één informant, namelijk Cor van Beuningen, geeft aan dat dat de verzwakte positie en

¹³⁵ Citaat van Cor van Beuningen.

¹³⁶ Vgl., *ibid.*

¹³⁷ Citaat van Arie Kars.

identiteit een oorzaak hebben in de slechte bestuurders die de organisaties kennen.

Verder valt op dat alle informanten het er over eens zijn dat mensen, dragers van de identiteit, zo belangrijk in CMO's zijn, maar ze zijn minder eenduidig als er gesproken wordt over wie deze dragers zijn. *'Van wie is de organisatie? Dan zou je kunnen zeggen, dat is de vraag van het eigenaarschap. Van wie is eigenlijk die organisatie? Van subsidie-ontvangende bestuurders, professionals?'*¹³⁸ De vraag naar eigendom lijkt daarom een knelpunt te vormen betreffende de identiteit van CMO's.

§4.7 Teruggeworpen op de essentie

In het vorige hoofdstuk werd aangestipt dat civil society organisaties nu worden teruggeworpen op wat de essentie van hun werk is. Aangezien ook CMO's de ontwikkelingen hebben doorgemaakt zoals deze in het vorige hoofdstuk zijn besproken, zal ik hier laten zien dat ook CMO's zich buigen over wat de essentie van hun werk is.

Wat opvalt, is dat de informanten van mening zijn dat het werk van een CMO in relatie staat met de identiteit van de organisaties. De christelijke identiteit in CMO's zou te herleiden zijn uit de manier van werken. In het volgende citaat verduidelijkt Cor van Beuningen hoe deze christelijke identiteit te herleiden is in de manier van werken op een school:

[...]Je zou het moeten merken in de manier waarop ze besturen. En waarop het bestuur wordt samengesteld. En waarop ze het bestuur tot inzet maken van steeds meer mensen erbij te betrekken. Je zou het ook moeten merken in de manier waarop binnen de school georganiseerd wordt. De manier waarop de directie en de directeuren omgaan met de leerkrachten. En de manier waarop leraren met elkaar omgaan. Steeds humaniserend. Menselijke maat, humaniserend. Mensen aanspreken op hun talenten, mensen in staat stellen om hun talenten te ontwikkelen. Eigenlijk zou je het moeten merken in de manier waarop ze lesgeven. En de manier waarop ze met kinderen omgaan en met de ouders van die kinderen. Het moet een scholengemeenschap zijn. Er wordt niet alleen lesgegeven, maar kinderen worden gevormd.¹³⁹

De vraag naar de essentie van het werk lijkt voor CMO's dan ook vooral een identiteitsvraag te zijn. Voor de meeste informanten is dit inderdaad het geval, maar twee informanten, namelijk Wim Eikelboom en Hans Groen, geven aan dat de organisatie vooral moet werken aan haar doelstellingen. Wim Eikelboom geeft aan dat vroeger de identiteitsvraag niet gesteld werd, omdat het vanzelfsprekend was dat CMO's er waren. In de huidige samenleving is dit minder vanzelfsprekend en ligt het bestaansrecht van CMO's onder druk.

¹³⁸ Citaat van Wim Eikelboom.

¹³⁹ Citaat van Cor van Beuningen.

Hans Groen gaat nog iets verder en geeft aan dat de doelstellingen van CMO's, die zij tijdens hun oprichting geformuleerd hadden, verwezenlijkt zijn:

Dus die doelstellingen zijn allemaal verwezenlijkt en dan wordt je meer teruggeworpen op het formuleren van een nieuwe doelstelling. En dat is een beetje het probleem van de tegenwoordige organisaties [...] Waar men constant bezig is met wat is de sociale kwestie. Want met Abraham Kuiper is dat de heilige graal geworden. [...] Men zit steeds maar te kijken naar wat moeten we verbouwen.¹⁴⁰

Volgens Hans Groen zou het niet verwonderlijk zijn als CMO's verdwijnen. Nu is het niet zo dat de organisaties opgeheven moeten worden, en als een organisatie goed werk levert heeft ze ook gewoon bestaansrecht, maar het zou volgens hem niet zo moeten zijn dat de organisaties zichzelf in stand proberen te houden. Op een gegeven moment moeten mensen ook kunnen zeggen dat het werk klaar is. Nederland gaat, volgens Hans Groen, *'niet naar de verdoemenis als er geen christelijke woningbouwvereniging meer is.'*¹⁴¹

Hoewel Wim Eikelboom en Hans Groen de essentie van het werk in CMO's dus vooral zoeken in haar doelstellingen, zoeken de overige informanten de essentie in de christelijke identiteit van de organisatie. Het zal niet verrassend zijn dat wanneer de essentie gevonden moet worden in de identiteit, dit enigszins problematisch kan zijn aangezien we hierboven hebben gezien dat de identiteit verwaterd is. Omdat deze identiteitsvraag te beantwoorden, beginnen veel organisaties nu een identiteitstraject.

De meeste informanten zien het als een positieve ontwikkeling dat organisaties een identiteitstraject beginnen, maar Cor van Beuningen geeft aan dat hij dit een omgekeerde wereld vindt. Volgens hem zouden organisaties op zoek moeten gaan naar wat er al in de organisatie aanwezig is in plaats van op zoek te gaan naar waarden.

En dan beginnen ze een identiteitstraject. Op zoek naar waarden. Dat is echt een omgekeerde wereld. Zij moeten gewoon faciliteren, ervoor zorgen, dat hun medewerkers zich kunnen ontplooien en dan zal je zien hoeveel energie daar zit. Maar nee, dat doen ze niet.¹⁴²

Hoe dan ook, de informanten zijn het wel met elkaar eens dat de christelijke identiteit opnieuw geactualiseerd moet worden, met of zonder identiteitstraject.

De informanten benoemen dat veel organisaties gebruik maken van het *christelijk sociaal denken* of het *katholiek sociaal denken* om de identiteitsvraag te kunnen beantwoorden. *'Het christelijke moet altijd vertaald worden naar het christelijk sociaal*

¹⁴⁰ Citaat van Hans Groen.

¹⁴¹ Vgl., *ibid.*

¹⁴² Citaat van Cor van Beuningen.

*denken. Je kunt nooit vanuit het evangelie rechtstreeks naar de samenleving toe.*¹⁴³ Er wordt binnen het veld veel belang gehecht aan het christelijk of katholiek sociaal denken en Pieter Kohlen noemt dit zelfs één van de belangrijkste instrumenten van de gereedschapskist. Opvallend is dat alle informanten, of ze nu voor of tegen een identiteitstraject zijn en of ze de identiteitsvraag nu wel of niet van belang vinden, verwachtingen hebben van organisaties met een actuele christelijke identiteit. De verwachtingen die de informanten hebben, zijn wel weer verschillend en bestaan uit: inhoudelijke versterking en inspiratie, kwaliteit, verplichting en belofte, het articuleren van een levensbeschouwelijke visie en onderscheidend vermogen. Ik zal de verschillende verwachtingen hieronder bespreken.

De inhoudelijke versterking wordt genoemd door Bisschop de Korte en hij noemt ‘inhoudelijke versterking’ in één zin met dat organisaties zich tegenwoordig weer bezig houden met de identiteitsvraag. Hij lijkt er hierbij impliciet van uit te gaan dat identiteit samenhangt met inhoud. Hij is van mening dat christelijke noties uit het katholiek sociaal denken *‘hele fatsoenlijke uitgangspunten zijn voor de inrichting van de samenleving.*’¹⁴⁴

Inspiratie wordt vooral genoemd door informanten Cor van Beuningen en Herman Kaiser. Volgens Cor van Beuningen zou de inspiratie van een CMO *moeten* bestaan uit de ‘spiritualiteit van de religie’ en dat is volgens hem, in geval van het katholicisme, de pauselijke encyclieken, de Bijbel en het leven van Jezus en vervolgens moet deze inspiratie vertaald worden in een manier van werken. De inspiratie is volgens Cor van Beuningen cruciaal en geeft richting aan het functioneren van de organisatie. Herman Kaiser noemt identiteit een *‘motor to drive’*.

Het kwaliteitsaspect wordt bijna door iedereen impliciet genoemd en wordt door de meeste informanten gezien als een direct voortvloeiend uit de vertaling van ‘het christelijke’ naar een manier van werken. Deze kwaliteit komt dan tot uitdrukking in de interne manier van werken, maar ook in de producten die de organisatie levert.

‘Verplichting en belofte’ zijn vooral verwachtingen die Hans Groen, Wim Eikelboom en Arie Kars hebben. Hiermee wordt bedoeld dat wanneer organisaties zichzelf christelijk noemen, zij bepaalde verwachtingen scheppen en dat deze verwachtingen ook een belofte naar de toekomst inhouden:

¹⁴³ Citaat van Bisschop de Korte.

¹⁴⁴ Vgl., *ibid.*

[...]Dus ja, de pretentie van een christelijke identiteit is ook wel groot. Je zegt nogal wat als je in de voetsporen van Christus wilt staan. Maar goed, hij roept ons daarin op, om dat te doen, en daar mogen we ook wijsheid en kracht van de geest in ontvangen en zo wil ik dat ook wel zien.¹⁴⁵

Hoewel de andere informanten minder spreken over een ‘verplichting’ en ‘belofte’, noemen zij evenwel dat zij vanuit de Bijbel willen werken aan een betere samenleving: *‘het bouwen van Gods’ koninkrijk op aarde’*.¹⁴⁶ Pieter Kohnen bijvoorbeeld, ziet dit echter minder als een verplichting, maar meer als het stellen van idealen waar niet altijd aan voldaan kan worden:

[...]En hun zwakke punt (van CMO’s) is ongetwijfeld dat we ver achter blijven bij de idealen die we onszelf stellen. Dat we ons heel veel goede en mooie dingen voornemen, maar dat het lang niet altijd lukt, om die ook op een goede manier in de praktijk te brengen. De weerbarstigheid.¹⁴⁷

Het articuleren van de levensbeschouwelijke visie is een verwachting van Wim Eikelboom. Volgens hem gaat het in maatschappelijke organisaties om ‘heel de mens’. In niet-christelijke organisaties komt hij vaak tegen dat er gepraat wordt over het psychische, fysieke en sociale aspect van de mens, maar er wordt hier geen recht gedaan aan ‘heel de mens’. Dat komt doordat het levensbeschouwelijke aspect niet gearticuleerd wordt, terwijl de mens altijd ‘ongenadig religieus’ is. Van CMO’s kan verwacht worden dat zij dit levensbeschouwelijke aspect articuleren en dit vergemakkelijkt tevens de samenwerking met niet-christelijke organisaties.

Ten slotte hebben verschillende informanten de verwachting dat CMO’s onderscheidend zijn van niet-christelijke organisaties. Deze verwachting wordt vooral door Pieter Kohnen uitgesproken. Hij is van mening dat alle maatschappelijke organisaties, christelijk of niet-christelijk, het hoogste niveau van kwaliteit hebben bereikt en dat het nu zaak is om te bezien op welke andere punten een maatschappelijke organisatie onderscheidend kan zijn:

[...]Tegelijkertijd zie je nu er een zekere nivellering is opgetreden, alle organisaties bevinden zich op het hoogste niveau van kwaliteit, dat je op zoek moet naar andere elementen om je te onderscheiden. En het zou wel eens kunnen zijn dat identiteit dat onderscheidende element bij uitstek is. En in die zin zie ik wel een herontdekking.

¹⁴⁸

Verder geeft hij aan dat CMO’s, ondanks de weerbarstigheid van het leven, op zoek moeten blijven gaan naar ze het verschil kunnen ‘blijven’ maken.

Ook uit de interviews met andere informanten komt vaak impliciet naar voren dat

¹⁴⁵ Citaat van Arie Kars.

¹⁴⁶ Citaat van Herman Kaiser.

¹⁴⁷ Citaat van Pieter Kohnen.

¹⁴⁸ Vgl., *ibid.*

CMO's een onderscheidend vermogen hebben en dat zij het verschil kunnen maken. Dit heeft dan vaak weer te maken met dat de christelijke identiteit te herleiden is in de manier van werken en dat deze manier van werken een bepaalde kwaliteit oplevert: *'[...]Nee, mensen moeten zeggen verrek, dat is interessant, hier wordt beter onderwijs gegeven. Of dit is een efficiëntere organisatie. Of dit is een organisatie met effecten waarvan ik vind dat ze belangrijk zijn.[...]*¹⁴⁹

§4.8 Slot

In dit hoofdstuk hebben informanten verteld over de huidige positie van CMO's, welke ontwikkelingen zij hebben doorgemaakt en wat dit voor de identiteit van de verschillende organisaties betekent en in het verleden heeft betekend. Net zoals in het hoofdstuk over civil society al is opgemerkt, bewegen CMO's mee met de ontwikkelingen die zich in de samenleving voordoen.

In tegenstelling echter tot wat in het hoofdstuk over civil society genoemd is, noemen de informanten de beweging naar burgers niet. Verder valt op dat de informanten allen beelden en verwachtingen hebben over CMO's, maar dat niet, of in ieder geval in mindere mate, gesproken wordt over mogelijke functies van CMO's in de civil society. Met deze functies doel ik op de functies van civil society organisaties zoals deze in het vorige hoofdstuk besproken zijn. Daarentegen benoemen de informanten wel andere ontwikkelingen die van invloed zijn op de identiteit in CMO's, namelijk: religieuze ontwikkelingen en de ontwikkelingen in interne dynamiek.

Verder wijzen de informanten niet zozeer op concrete uitdagingen waar CMO's voor staan, maar uit het verhaal wordt wel duidelijk dat CMO's voor verschillende moeilijkheden staan. Deze moeilijkheden hebben allen te maken met de ontwikkelingen in de civil society, religieuze ontwikkelingen in de samenleving en de ontwikkelingen in de interne dynamiek van CMO's. Door informanten wordt geconstateerd dat door deze ontwikkelingen de identiteit verzwakt is en dat CMO's zich weer buigen over de essentie van het werk. Voor CMO's blijkt dit vooral een identiteitsvraag te zijn. Om tegenwoordig gestalte te geven aan de christelijke identiteit, wordt deze vaak vertaald in een manier van werken.

Omdat deze scriptie gaat over worstelingen betreffende de christelijke identiteit, zal ik in de volgende hoofdstukken de ontwikkelingen en de daaruit voortvloeiende moeilijkheden vertalen naar uitdagingen. Vervolgens zal ik per uitdaging keuzemogelijkheden formuleren. De uitdagingen die ik identificeer uit het verhaal van de informanten, zijn: 'maatschappelijke

¹⁴⁹ Citaat van Cor van Beuningen.

legitimatie', 'eigendom en doelgroep', 'financiering' en 'secularisatie'. Deze uitdagingen zal ik in de volgende hoofdstukken, in de genoemde volgorde, beschrijven. Overigens kan aan de door mij gebruikte volgorde geen rangorde ontleend worden.

Hoofdstuk 5

Uitdaging 1: Maatschappelijke Legitimatie

§5.1 Inleiding

De meest voor de hand liggende uitdaging is wellicht de urgentie van de identiteitsvraag. Zoals ik hieronder zal beschrijven, heeft dit alles te maken met de maatschappelijke legitimatie van CMO's. De informanten zijn van mening zijn dat identiteit opnieuw geactualiseerd moet worden, maar dit is geen gemakkelijke opgave. In het vorige hoofdstuk is namelijk duidelijk geworden dat identiteit verwaterd is.

§5.2 Maatschappelijke legitimatie

Al eerder in deze scriptie heb ik geschreven dat er organisaties zijn met een christelijke identiteit die deze identiteit loslaten, terwijl andere organisaties deze identiteit juist actualiseren. De vraag die dit oproept is wat de urgentie van deze identiteitsvraag is. In deze scriptie is, met behulp van verschillende bronnen, duidelijk geworden dat de maatschappelijke legitimiteit van maatschappelijke organisaties onder druk staat.

In de publicatie van de RMO blijkt dat de maatschappelijke legitimiteit van organisaties onder druk staat doordat de samenleving aan veranderingen onderhevig is. Hierdoor zijn verhoudingen tussen burgers, organisaties en overheid aan het verschuiven. In de publicatie wordt geschreven dat deze verschuivingen voor maatschappelijke organisaties vragen opleveren die betrekking hebben op hun positie en verantwoordelijkheden. De belangrijkste vraag hierin is wie of wat het bestaan van deze organisatie rechtvaardigt.¹⁵⁰

Tegelijkertijd liet Balkenende in zijn proefschrift zien dat maatschappelijke organisaties, en dan vooral ook organisaties met een christelijke identiteit, onderwerp van het politieke debat zijn. De overheid bevindt zich in een spagaat tussen terugtrekken en optreden. Veel van de taken van deze organisaties behoren onderhand tot verantwoordelijkheden van de overheid en de overheid zou meer taken bij deze organisaties willen neerleggen. De machtspositie van organisaties wordt echter als een probleem gezien. Mensen die niet tot de kring van initiatiefnemers behoren, zijn bijvoorbeeld wel op de diensten van deze organisaties aangewezen. Hierbij wordt opgemerkt dat veel van deze organisaties hun oorsprong vonden in de verzuiling, maar dat dit tegenwoordig geen rechtvaardiging meer in zich draagt. Binnen de

¹⁵⁰ RMO, *Stem geven aan verankering*, p. 7-26.

overheid wordt geconstateerd dat deze identiteit namelijk niet meer is wat hij geweest is.¹⁵¹

Ook van der Lans geeft aan dat de maatschappelijke legitimatie van maatschappelijke organisaties onder druk staat. Net als de RMO, is ook hij van mening dat de verhoudingen in de samenlevingen aan veranderingen onderhevig zijn. Zo hebben de organisaties een proces van vermarkting doorgemaakt. Volgens Van der Lans is het marktdenken maatschappelijke organisaties vreemd en is dit ook niet de oorspronkelijke gedachte in het ontstaan van maatschappelijke organisaties. Wanneer maatschappelijke organisaties zich laten leiden door de economische logica, kan volgens hem de vraag gesteld worden wat de maatschappelijke rol is van deze organisaties. Volgens Van der Lans buigen organisaties zich nu over de essentie van hun werk. Hierbij staan volgens hem twee vragen centraal, namelijk: wat de rol van maatschappelijke organisaties is en in welke richting organisaties de antwoorden moeten zoeken.¹⁵²

Uit het verhaal van de informanten blijkt eveneens dat verschillende ontwikkelingen nu leiden tot een herbezinning op de positie van CMO's. Zowel de beweging naar de staat als de beweging naar de markt hebben voor CMO's consequenties gehad in de manier van organiseren en het omgaan met identiteit. In het verhaal van de informanten kan gelezen worden dat ook CMO's zich buigen over de essentie van het werk. Voor CMO's blijkt dit vooral een identiteitsvraag te zijn. Dit is ook niet vreemd wanneer we naar de historie van deze organisaties kijken, want met identiteit is het allemaal begonnen en hierin lag ook de maatschappelijke rol besloten. Tevens blijkt uit het verhaal hierboven dat de identiteitsvraag niet alleen een vraag is die vanuit CMO's zelf gesteld wordt. Het is ook een vraag die van buitenaf wordt opgelegd. CMO's moeten nu laten zien waarom ze er zijn en één van de informanten, namelijk Wim Eikelboom, geeft aan dat het 'vroeger vanzelfsprekend was dat ze er waren'.¹⁵³

De vraag kan gesteld worden of de essentie van het werk en de maatschappelijke rol van CMO's nog steeds dezelfde is als toen ze vanuit identiteit ontstaan is. Door bewegingen in de civil society, hebben CMO's verschillende veranderingen ondergaan en de bindingen tussen kerk, achterban en het oorspronkelijk diaconale denken zijn verzwakt. Daarnaast hebben ook religieuze ontwikkelingen in de samenleving invloed gehad op de positie van CMO's en deze ontwikkelingen hebben er daarnaast voor gezorgd dat identiteit van binnenuit is verzwakt. Zo vertellen informanten dat professionals de plaats van vrijwilligers hebben

¹⁵¹ Balkenende, J.P., Academisch proefschrift: *Overheidsregelgeving en maatschappelijke organisaties*, p. 17.

¹⁵² Lans, J. van der, 'Maatschappelijk middenveld' in *Open deuren*, p. 92.

¹⁵³ Uit het interview met Wim Eikelboom.

overgenomen en dat tegelijkertijd de bestuurders, achterban en leden mee zijn gegaan in een proces van neutralisering.

Naast de vraag naar essentie, is het volgens Van der Lans ook van belang in welke richting organisaties antwoorden zoeken en aan welke groepen ze verantwoording afleggen. Hij geeft aan dat maatschappelijke organisaties deze antwoorden de laatste jaren vooral hebben gezocht in de richting van overheid en markt. Nu dit geen gunstige partners lijken, zoeken huidige organisaties de antwoorden vooral in de richting van burgers.¹⁵⁴

De richting waarin de informanten de antwoorden zoeken, lijkt echter ‘nog steeds’ de overheid en de markt te zijn. Hoewel uit het verhaal van de informanten opgemaakt kan worden dat CMO’s zich in een vijandige context bevinden, wat betreft staat en markt, wordt nu gezocht naar methodes om de identiteit te verwoorden in een manier van werken. Zo hopen CMO’s toch aanspraak te kunnen maken op overheidsfinanciering. Het is niet vreemd dat er over deze richting naar overheid en markt wordt nagedacht. Uit het verhaal van de informanten bleek namelijk ook dat er een kloof is ontstaan tussen organisaties en de achterban. Het antwoord in de richting van burgers zoeken, kan daarom lastig zijn.

Belangrijk is dat de maatschappelijke legitimatie van organisaties onder druk staat en dat is een belangrijke constatering: dit heeft alles te maken met het bestaansrecht van organisaties. Organisaties moeten zich weer buigen over wat de essentie van het werk is en dit is voor CMO’s een identiteitsvraag.

§5.3 Keuzes

Dit betekent dat CMO’s, mijns inziens, voor de volgende drie keuzes staan, namelijk:

1. Christelijke identiteit laten voor wat het is;
2. Christelijke identiteit actualiseren;
3. Christelijke identiteit loslaten.

De eerste keuze betekent dat CMO’s zich niet buigen over de identiteitsvraag en zichzelf niet bezint op haar maatschappelijke rol. Dit betekent dus ook dat ze doorgaan op de manier van werken zoals ze nu doen. Daarmee zouden ze uiteindelijk hun bestaansrecht verliezen, het werkveld zal door de overheid geïnstitutionaliseerd worden of de maatschappelijke rol van deze organisaties zal worden overgenomen door andere organisaties. De tweede keuze betekent dat CMO’s vanuit hun christelijke identiteit een maatschappelijke rol voor zichzelf zien weggelegd. De derde keuze, het loslaten van de christelijke identiteit, kan uit

¹⁵⁴ Lans, J. van der, ‘Maatschappelijk middenveld’ in *Open deuren*, p. 92.

verschillende opties bestaan. Deze opties zal ik hieronder toelichten.

De eerste optie is dat de organisatie haar christelijke identiteit loslaat, omdat ze niet weet hoe ze om moet gaan met identiteit. Dit betekent dat er verder niet nagedacht wordt over de essentie en maatschappelijke rol. Uiteindelijk zal deze organisatie haar bestaansrecht verliezen of haar werkveld zal door de overheid geïnstitutionaliseerd worden. De tweede optie is dat de organisatie haar identiteit loslaat, omdat ze haar doelen heeft verwezenlijkt. Deze organisatie zal verdwijnen of geïnstitutionaliseerd worden. De derde optie is dat het loslaten van de christelijke identiteit een weloverwogen keuze is en dat de organisatie de essentie van haar werk en haar maatschappelijke rol niet vindt in een christelijke identiteit. Een vierde optie zou kunnen zijn dat de organisatie een andere identiteit ontwikkeld die beter past bij de essentie van het werk en de maatschappelijke rol van de organisatie.

Zoals ik in hoofdstuk 2 al heb beschreven, is institutionalisering geen vreemde ontwikkeling voor organisaties die zijn voortgekomen uit een sociale beweging. Wanneer de overheid hun werksoort overneemt, kan dit betekenen dat organisaties hun doelen hebben bereikt. Een gangbare ontwikkeling voor organisaties die zijn voortgekomen uit een sociale beweging is dan ook dat ze verdwijnen als haar werksoort is ingebed in de samenleving. Deze organisaties worden geïnstitutionaliseerd.¹⁵⁵ De vraag voor veel CMO's zal dan ook zijn in hoeverre de doelen behaald zijn.

Dit is een spannende gedachte en gaat over de legitimiteit van CMO's. Zo vertelt Hans Groen 'dat Nederland niet naar de verdoemenis gaat als er geen christelijke woningbouwvereniging meer is'.¹⁵⁶ Ook hier speelt wederom de vraag of organisaties nog een maatschappelijke rol voor zichzelf zien weggelegd vanuit de christelijke identiteit. Dat betekent niet dat zij anderszins moet verdwijnen, maar zij zou wel kunnen opgaan in het 'grotere' systeem.

Tot zover is in deze keuzemogelijkheid nog niet besproken tot wie de organisaties zich moeten richten om hun maatschappelijke rol tot vervulling te brengen. Dit is ook een vraag die organisaties zelf moeten beantwoorden en zal gaan over de vraag wie of wat de organisaties nodig zijn om hun doelen te verwezenlijken. Interessant is wel dat wanneer een organisatie zich richt op de maatschappelijke rol en essentie van het werk, ze daarin al een richting bepaalt. Wanneer organisaties zich bijvoorbeeld op één lijn bevinden met de overheid, zullen ze zich makkelijker tot de overheid kunnen richten dan organisaties die hun identiteit moeten loslaten om een samenwerkingspartner van de overheid te kunnen zijn.

¹⁵⁵ D. Della Porta en M. Diani, *Social Movements: an introduction* p. 135-161.

¹⁵⁶ Uit het interview Hans Groen.

Enerzijds dwingt de vraag naar richting organisaties na te denken over hun identiteit, omdat de beweging naar staat en markt leiden tot een herbezinning op identiteit. Anderzijds beïnvloedt deze identiteit de keuze voor een bepaalde richting.

Nu is dit misschien wat simplistisch voorgesteld en een blik op de discussie onder de informanten laat zien dat dit inderdaad het geval is. Het actualiseren van identiteit is niet eenvoudig en brengt verschillende uitdagingen met zich mee. Tevens worden deze uitdagingen beïnvloed door de keuze voor een richting.

§5.4 Slot

Verschillende ontwikkelingen leiden ertoe dat de maatschappelijke legitimiteit van CMO's onder druk staat en CMO's worden zowel intern als extern bevraagd over hun maatschappelijke rol. Voor CMO's blijkt dit vooral een identiteitsvraag te zijn: met identiteit is het allemaal begonnen en hierin lag de maatschappelijke rol besloten. Voor CMO's betekent een heroverweging op de maatschappelijke rol dan ook een herbezinning op de christelijke identiteit. Wanneer CMO's een maatschappelijke rol vanuit de christelijke identiteit zien weggelegd, en zij willen hier werk van maken, rest hen geen keuze dan deze identiteit te actualiseren. Uit het verhaal hierboven wordt duidelijk dat wanneer organisaties er niet in slagen de identiteit te actualiseren, ze deze net zo goed alsnog kunnen loslaten. De vraag is wie deze identiteitsvraag gaat beantwoorden. Daarover meer in het volgende hoofdstuk.

Hoofdstuk 6

Uitdaging 2: Eigendom en doelgroep

§6.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk is duidelijk geworden waarom de identiteitsvraag van belang is: de maatschappelijke rol van CMO's is hiermee vervlochten. De vraag is wie deze identiteitsvraag gaat beantwoorden en dat brengt me tot de volgende uitdaging. In dit hoofdstuk zal ik ingaan op de uitdaging 'eigendom en doelgroep' met als belangrijkste vragen van wie de organisatie is en voor wie ze er is.

§6.2 Eigendom en doelgroep

Hierboven heb ik geschreven dat maatschappelijke organisaties zich bezinnen op wat de essentie van het werk is en wat hierbij de maatschappelijke rol van de organisatie is. Voor CMO's blijkt dit vooral een identiteitsvraag te zijn, omdat hier de oorspronkelijke maatschappelijke rol in besloten lag. Wanneer CMO's de keuze maken hun identiteit te actualiseren, lijkt dit te betekenen, althans er zijn mensen die geloven, dat er nog steeds een maatschappelijke rol is weggelegd voor organisaties met een christelijke identiteit. De informanten zijn het er bijvoorbeeld over eens dat identiteit van CMO's geactualiseerd dient te worden. De vraag die dit zich meebrengt is hoe deze identiteit geactualiseerd moet worden en wie dit gaat doen.

De informanten noemen verschillende manieren waarop identiteit geactualiseerd kan worden. Zo noemen ze dat de christelijke identiteit geactualiseerd kan worden door binnen organisaties identiteitstrajecten te implementeren. Cor van Beuningen vindt dit echter een omgekeerde wereld: de identiteit moet volgens Cor van Beuningen juist bij de werknemers gezocht worden. Daar zit volgens Cor van Beuningen veel energie om te werken vanuit het christelijke gedachtegoed. De bestuurders van CMO's zouden volgens hem moeten faciliteren dat medewerkers zich kunnen ontplooiën. In deze verschillende manieren van 'identiteit actualisatie' ligt deels ook besloten wie deze identiteit moet actualiseren: identiteitstrajecten lijken van 'bovenaf' in de organisatie geïmplementeerd te worden en in de andere manier wordt de identiteit meer bij werknemers gezocht.

Dit is interessant, omdat, wanneer we teruggaan naar de oorsprong, deze organisaties werden opgericht vanuit kerken of vrijwilligers uit kerken. Deze mensen worden in bovenstaande voorbeelden niet genoemd. Dit is ook niet vreemd, want zoals ik eerder heb

geschreven, zijn organisaties verwijderd geraakt van kerken, achterban en het diaconale denken. Toch is dit een bijzonder relevante constatering, want eerder heb ik ook beschreven dat organisaties zich weer bezinnen op identiteit die onder meer verwaterd is doordat professionals de plaats innamen van vrijwilligers uit kerken. Deze professionals waren minder bekend met het oorspronkelijke denken. Dit terwijl de organisaties veelal zijn opgericht door vrijwilligers uit kerken die het belangrijk vonden dat deze organisaties er waren. Blijkbaar was er voor deze vrijwilligers iets niet goed aan de samenleving, dan wel niet voor de eigen groep. Juist in dit gedachtegoed lijkt de essentie van het werk en de maatschappelijke rol bij uitstek zichtbaar te worden.

Tegelijkertijd kan ook de vraag gesteld worden wie deze identiteit zo belangrijk vindt. Hierboven heb ik beschreven waarom de identiteitsvraag nu gesteld wordt, maar de vraag is ook wie het belangrijk vindt dat deze identiteit geactualiseerd wordt. Betekent dit dat identiteit binnen organisaties nog gedragen wordt? En wie zijn de mensen die vallen onder ‘binnen de organisatie’? Of is het misschien meer een vraag die van buiten wordt opgelegd? Wordt de vraag gesteld als een strategie, omdat organisaties willen overleven of is het een van binnenuit gevoelde vraag? Of zoek ik het misschien in de verkeerde richting en is dit een vraag die vanuit de achterban gesteld wordt? Hoewel van der Lans beschrijft waarom organisaties zich buigen over de identiteitsvraag en wat de urgentie van deze vraag is, beschrijft hij niet wie deze vraag stelt.

Ook de informanten zijn niet eenduidig over het eigenaarschap binnen CMO's. Uit het verhaal van de informanten blijkt bijvoorbeeld dat de identiteit van CMO's van binnenuit verzwakt is. Slechte bestuurders, minder leden, een minder actieve betrokkenheid van een achterban of werknemers die in hun denken geneutraliseerd zijn, passeren in de interviewteksten de revue. Tegelijkertijd wordt meer dan eens aangevoerd dat ‘mensen’, ‘christenen’ of ‘dragers van identiteit’ in organisaties belangrijk zijn. Minder eenduidig zijn de informanten echter over wie deze mensen, christenen of dragers zijn. Hoezeer deze vraag leeft wordt onder meer duidelijk in het citaat van Wim Eikelboom: *‘Van wie is de organisatie? Dan zou je kunnen zeggen, dat de vraag van het eigenaarschap. Van wie is eigenlijk die organisatie? Van subsidie-ontvangende bestuurders, professionals?’*¹⁵⁷

Hierboven heb ik al laten zien dat de vraag over identiteit zowel over de maatschappelijke rol van organisaties gaat alsook om te laten zien dat je vanuit identiteit nog bestaansrecht hebt. Dat betekent dus wel dat er mensen moeten zijn die deze maatschappelijke

¹⁵⁷ Citaat van Wim Eikelboom.

rol vanuit een identiteit kunnen verwoorden en zich hiervoor verantwoordelijk voelen. De vraag is wie deze mensen zijn en of ze deze mensen er zijn.

De informanten zijn het er in ieder geval over eens dat mensen belangrijk zijn, maar in het verhaal wordt niet duidelijk wie deze mensen zijn. Dit is misschien ook wel voor te stellen wanneer we de vierdeling van Buijs – hoe organisaties invulling hebben gegeven aan identiteit- hiernaast leggen.¹⁵⁸

Volgens Buijs hebben organisaties met een christelijke identiteit op vier verschillende manieren invulling gegeven aan identiteit, namelijk: 1. achterban-identiteit, 2. doelgroep-identiteit, 3. grondslag-identiteit en 4. methodische identiteit.¹⁵⁹ Aangezien de informanten niet gebonden zijn aan één organisatie, maar verschillende organisaties voor ogen hebben, is het voor te stellen dat zij deze verschillende organisaties met mogelijke eigenaren door elkaar gebruiken.

De verschillende manieren van identiteits-invullingen hebben vooral te maken met de waarborging van de christelijke identiteit, maar tegelijkertijd zeggen deze invullingen ook veel over het mogelijke eigenaarschap binnen de CMO's. Daarom is het op deze plaats interessant om aandacht aan deze vierdeling te schenken.

Bij de drie eerstgenoemde manieren, wordt identiteit gewaarborgd door een bepaalde groep aan te spreken. Wanneer een organisatie vooral invulling gegeven heeft aan identiteit door middel van een christelijke achterban, dan zal het eigenaarschap vooral daar liggen. Bij de invulling 'doelgroep-identiteit' is dat iets lastiger. Zo schrijft Buijs dat deze identiteit bestond uit 'een doelgroep die men voor zichzelf zag'.¹⁶⁰ Hier ligt het eigenaarschap dus minder bij de doelgroep, maar meer bij mensen die iets voor een bepaalde doelgroep wilden organiseren. Ook hier speelt de vraag wie deze mensen zijn. Tegelijkertijd kan bij 'doelgroep-identiteit' wel gedacht worden aan eigenaarschap, bijvoorbeeld door middel van leden.

Wanneer organisaties vooral invulling hebben gegeven aan identiteit door middel van 'grondslag identiteit', zal het eigenaarschap vooral bij medewerkers in organisaties liggen. Bij de methodische identiteit is de christelijke identiteit meer gewaarborgd 'in een bepaalde manier van werken en met elkaar en de samenleving omgaan.'¹⁶¹ Bij deze laatste invulling is minder duidelijk bij wie het eigenaarschap ligt.

Hoewel deze vierdeling inzicht geeft in verschillende manieren waarop CMO's inhoud hebben gegeven aan de christelijke identiteit, is het wat betreft 'eigendom' moeilijker deze

¹⁵⁸ Buijs, G., 'Inspiratie, organisatie, frustratie, heroriëntatie', in *Wat je zegt ben je zelf*, p. 16.

¹⁵⁹ Vgl., *ibid*, p. 16.

¹⁶⁰ Vgl., *ibid*, p. 16.

¹⁶¹ Vgl., *ibid*, p. 16.

vierdeling strikt aan te houden. Zo kan bijvoorbeeld de vraag gesteld worden hoe groot het verschil in eigenaarschap is, wanneer er inhoud wordt gegeven aan identiteit door middel van grondslag-identiteit of achterban-identiteit. Wanneer medewerkers getoetst worden op een bepaalde grondslag, zijn zij dan niet afkomstig uit de achterban? Wat is het verschil tussen deze medewerkers en een achterban? Ik kan me voorstellen dat het om een nuanceverschil gaat: zo levert een achterban draagvlak op vrijwillige basis en een werknemer doet dit niet op vrijwillige basis. Toch kunnen ook werknemers, net zoals de achterban, de christelijke doelen onderschrijven.

Deze gedachte wordt meer expliciet wanneer ik me richt tot het eigenaarschap van organisaties die invulling hebben gegeven aan identiteit door middel van de methodische identiteit. Volgens Buijs gaat het hier vooral om organisaties die zich ‘beroepen’ op de christelijke identiteit en hierop ook ‘aanspreekbaar’ zijn. Volgens Buijs zijn alleen deze laatste soort van organisaties werkelijk te verantwoorden. Hij geeft aan dat wanneer identiteit als ‘beroepsnaam’ wordt gezien, duidelijk wordt wat een organisatie ten diepste beweegt.¹⁶²

Helaas gaat Buijs verder niet in op de vraag waarom deze manier werkelijk te verantwoorden is, maar wanneer ik de verschillende identiteitsinvullingen met elkaar vergelijk, dan lijkt het in deze laatste vorm vooral te gaan om de maatschappelijke rol die een christelijke organisatie kan spelen. Vanuit een methodische identiteit wordt de maatschappelijke rol benadrukt, terwijl in de andere organisatie de nadruk meer ligt op een bepaalde grondslag, doelgroep of achterban. De vraag is, of organisaties die vooral invulling hebben gegeven aan methodische identiteit, daadwerkelijk een grotere maatschappelijke rol hebben.

De vraag die daarop volgt is hoe strikt de scheiding gemaakt kan worden tussen organisaties die vooral invulling hebben gegeven aan methodische identiteit of organisaties die vooral op een andere manier invulling hebben gegeven aan identiteit. Wie zijn bijvoorbeeld de eigenaren van organisaties die vooral werken vanuit een methodische identiteit? Zijn deze eigenaren wellicht ook afkomstig vanuit een bepaalde achterban? En waarom zijn organisaties die vooral invulling hebben gegeven aan identiteit door middel van achterban-, doelgroep-, of grondslag-identiteit niet werkelijk te verantwoorden? Het lijkt erop dat deze gedachtegang beïnvloed is door de huidige context van CMO's. Zoals ik eerder heb beschreven, is het lastig voor CMO's om mee te dingen voor overheidsfinanciering met behoud van identiteit. Zo wordt er binnen organisaties nu gezocht naar methodes om de

¹⁶² Buijs, G., ‘Inspiratie, organisatie, frustratie, heroriëntatie’, in *Wat je zegt ben je zelf*, p. 16.

identiteit te verwoorden in een manier van werken, om bijvoorbeeld toch aanspraak te kunnen maken op overheidsfinanciering.

Op deze plaats wil ik, naar aanleiding van de interviews, nog iets verder uitweiden over doelgroep-identiteit. Naast dat informanten vertellen over dat het eigenaarschap verloren is gegaan, kan ditzelfde over een doelgroep worden gezegd. Zo blijkt uit het verhaal van de informanten dat organisaties veelal zijn ontstaan voor een bepaalde doelgroep, maar dat overheidsfinanciering ervoor gezorgd heeft dat organisaties langzaam zijn uitgegroeid tot organisaties die er voor iedereen zijn. Belangrijk is echter wel dat wanneer een organisatie is ontstaan voor een bepaalde doelgroep dit ook iets zegt over haar maatschappelijke rol en het eigenaarschap van deze maatschappelijke rol. Niet dat het eigenaarschap bij een doelgroep zou moeten liggen, maar het is wel voor te stellen dat de mensen die de organisaties hebben opgericht eigenaar waren omdat ze 'iets' voor een speciale doelgroep wilden betekenen.

§6.3 Keuzes

Het is inzichtelijk geworden dat het voor CMO's onduidelijk is van wie en voor wie ze er zijn. Het is voorstelbaar dat dit voor CMO's een angstwekkend scenario is: wanneer een organisatie niet meer weet van wie ze is en voor wie ze er is, raakt dit het 'zijn', het bestaansrecht van de organisatie. De vraag is echter, na alle beschreven ontwikkelingen, of CMO's dit kunnen herstellen en of er mensen zijn die zich verantwoordelijk voelen voor de maatschappelijke rol en christelijke identiteit. Natuurlijk zou een organisatie daarop kunnen wachten, maar ze zou hier ook zelf verantwoordelijkheid in kunnen nemen. Dat maakt dat CMO's, mijns inziens, voor de volgende keuzes staan:

Keuze wat betreft eigendom:

1. Bepalen eigenaarschap;
2. Geen eigenaarschap bepalen.

Keuze wat betreft doelgroep:

1. Bepalen doelgroep;
2. Geen doelgroep bepalen.

De verschillende keuzes zal ik hieronder toelichten.

De keuze waar organisaties voor staan betreffende eigendom, is of ze het eigendom bepalen of dat ze dit niet doen. Gezien de moeilijke omstandigheden betreffende het eigenaarschap, valt voor beide keuzes iets te zeggen. Dat zal ik toelichten.

CMO's weten ten eerste niet meer wie de mogelijke eigenaren van organisaties zijn en ten tweede komt er uit de interviews ook een zekere onzekerheid naar voren of deze verbinding met de mogelijke eigenaren nog gelegd kan worden: er is immers een kloof tussen de achterban ontstaan en 'mensen' zijn geneutraliseerd in hun denken.

Hoewel het niet bepalen van een eigenaar moeilijkheden betreffende de maatschappelijke legitimiteit met zich mee kan brengen, is dit wel de keuze die hier tegenover staat. Het is voor te stellen dat organisaties op de een of andere manier toch eigendom hopen te verkrijgen of dat ze andere manieren zoeken om de maatschappelijke legitimiteit te verkrijgen. Ook is het niet ondenkbaar dat de CMO alsnog haar identiteit moet loslaten.

Wanneer CMO's het eigenaarschap bepalen, ligt de vraag bij wie organisaties het eigenaarschap neerleggen en dit is een spannende keuze. De keus die een organisatie maakt, heeft namelijk niet alleen invloed op de maatschappelijke legitimiteit van de organisatie, maar kan ook invloed hebben op organisatiestructuren, werkzaamheden en het beeld dat mensen over een bepaalde organisatie hebben: de organisatie kiest in dit geval duidelijk een richting.

Als CMO's het eigenaarschap bijvoorbeeld neerleggen bij een kerkelijke achterban, betekent dit dat de organisatie in de toekomst ook gekend gaat worden als bestaande uit een kerkelijke achterban. Daarnaast moet er binnen de organisatie ook vorm gegeven worden aan dit eigenaarschap, zodat deze mensen ook daadwerkelijk 'eigenaar' van de organisatie zijn. Verder zullen deze 'nieuwe' eigenaren ook hun ideeën hebben over werkzaamheden binnen de organisatie.

In deze keuze voor eigendom staat dus vooral centraal of de organisatie het eigendom nog kan bepalen en eventueel kan herstellen. Wanneer zij dit mogelijk acht, staat zij voor de volgende uitdaging en dat is de vraag of de organisatie daadwerkelijk de wil en durf heeft om een richting te kiezen. Een richting kiezen betekent namelijk ook loslaten.

Net zoals niet duidelijk is van wie CMO's zijn, is het ook niet meer duidelijk voor wie CMO's er zijn. Dat CMO's dit niet meer weten, heeft zijn oorzaak in de beweging naar de verzorgingsstaat: de organisatie moest er voor iedereen zijn.

Dit kan een weloverwogen keuze zijn en deze keuze hoeft ook niet goed of fout te zijn. Echter, zoals ik hierboven aangaf kan de maatschappelijke rol juist besloten liggen in de keuze voor een doelgroep en het is daarom wel een keuze voor de organisatie, in de bezinning op haar maatschappelijke rol, de doelgroep hierbij niet uit het oog te verliezen.

Een keuze voor een bepaalde doelgroep hoeft niet te betekenen dat dit een christelijke doelgroep is, het kan ook gaan om een bijzondere groep mensen waarvoor de eigenaren zich verantwoordelijk voelen. Net zoals in de keuze voor eigendom, betekent ook de keuze voor

een doelgroep dat je richting bepaalt en ook hier betekent richting kiezen loslaten.

§6.4 Slot

Naar aanleiding van ‘doelgroep en eigendom’ is duidelijk geworden dat de vraag van wie CMO’s zijn en voor wie ze zijn, niet eenvoudig te beantwoorden is en dit leidt voor organisaties tot de keuze of ze verantwoordelijkheden nemen op het gebied van eigendom en doelgroep. Op dit moment is het niet helder wie eigenaren zijn van CMO’s en wie zich dus verantwoordelijk voelen voor de christelijke identiteit. Ook is niet helder op welke doelgroep CMO’s zich richt.

Wanneer een organisatie niet meer weet van wie ze is en voor wie ze er is, raakt dit het ‘zijn’, het bestaansrecht van de organisatie. Daarnaast is het ook maar de vraag of CMO’s de identiteitsvraag kunnen beantwoorden zonder eigenaren. De vraag is echter, na alle beschreven ontwikkelingen, of CMO’s dit kunnen herstellen en of er mensen zijn die zich verantwoordelijk voelen voor de maatschappelijke rol en christelijke identiteit.

In hoofdstuk 4 heb ik geschreven dat het voor organisaties belangrijk is om te bezien tot wie ze zich moeten wenden in het beantwoorden van de identiteitsvraag. In dit hoofdstuk heb ik geprobeerd de uitdagingen met betrekking tot een bepaalde richting in kaart te brengen. Toch zijn er meer uitdagingen gemoeid bij het kiezen van een bepaalde richting. Hier zal ik in de volgende hoofdstukken verder op ingaan. De volgende uitdaging die ik uit het verhaal van de informanten heb geïdentificeerd is ‘financiering’ en deze uitdaging zal in het volgende hoofdstuk centraal staan.

Hoofdstuk 7

Uitdaging 3: Financiering

§7.1 Inleiding

In de vorige hoofdstukken heb ik geschreven dat de maatschappelijke legitimatie van CMO's onder druk staat en dat CMO's zich weer richten op de essentie van het werk. Volgens van der Lans moeten CMO's daarbij bepalen in welke richting ze de antwoorden zoeken.¹⁶³ De richting die organisaties 'kiezen', blijkt echter niet alleen afhankelijk te zijn van 'eigenaar en doelgroep'. Uit interviews blijkt dat de keuze te maken heeft met het prijskaartje dat aan verschillende keuzes hangt.

§7.2 Financiering

Voor financieringsmogelijkheden spreken informanten 'nog steeds' over het dilemma om toch overheidsfinanciering te verkrijgen of over het dilemma hoe organisaties hun marktaandeel kunnen vasthouden. De informanten erkennen dat het kwaliteitsniveau van CMO's door overheidsfinanciering kon toenemen en CMO's meer werk konden verrichten. De overheidsfinanciering is een belangrijke inkomstenbron voor CMO's geworden.

Tegelijkertijd geven informanten ook aan dat deze financiering haar weerslag gehad op de positie en identiteit van CMO's. Zo blijkt het voor CMO's moeilijk te zijn om hun identiteit te borgen wanneer ze gebruik maken van overheidsfinanciering. Aanspraak maken op overheidsfinanciering betekent ook dat organisaties moeten voldoen aan de voorwaarden die de overheid stelt. Wanneer overheidsvoorwaarden dezelfde zijn als de beweegredenen van een organisatie, zou dat misschien niet zoveel problemen opleveren. Hetzelfde geldt voor financiering via de markt: CMO's moeten, om hun marktaandeel vast te houden, concessies betreffende identiteit doen. Zo geeft Bisschop de Korte aan dat het merk 'kerk' geen sterk merk is.¹⁶⁴

De richting die organisaties 'kiezen' heeft dus ook te maken met financieringsmogelijkheden. Van der Lans geeft aan dat verschillende maatschappelijke organisaties zich nu begeven in de richting van burgers.¹⁶⁵ CMO's lijken echter deze beweging niet te maken en de vraag is of ze deze beweging gaan maken. Uit interviews is gebleken dat er een kloof is ontstaan tussen CMO's en de achterban. Informanten geven aan dat CMO's op zoek zijn naar de essentie van het werk, maar alleen Arie Kars noemt kort de

¹⁶³ Lans, J. van der, 'Maatschappelijk middenveld' in *Open deuren*, p. 92.

¹⁶⁴ Uit het interview met Bisschop de Korte.

¹⁶⁵ Lans, J. van der, 'Maatschappelijk middenveld' in *Open deuren*, p. 92.

wending naar burgers, in de vorm van vrijwillige inzet.¹⁶⁶ Verder wordt deze wending door informanten niet genoemd. Voor financiële middelen wordt vooral gesproken over overheid en markt.

§7.3 Keuzes

Om het werk te kunnen uitvoeren, maken CMO's gebruik van overheidsfinanciering of financiering via de markt. Dit levert verschillende dilemma's op en de vraag is dan ook of organisaties gebruik kunnen maken van deze financieringsbronnen, wat daarvan de consequentie is voor hun christelijke identiteit en wat mogelijke andere financieringsbronnen kunnen zijn. CMO's staan wat betreft hun financiering, mijns inziens, dan ook voor de volgende keuzes:

1. Gebruik blijven maken van overheidsfinanciering of financiering via de markt;
2. Aanspraak maken op andere financieringsbronnen;
3. Spreiding van verschillende financieringsbronnen.

De verschillende keuzes brengen verschillende gevolgen met zich mee. Daarom zal ik de keuzemogelijkheden hieronder afzonderlijk bespreken. De eerste keuze die ik geformuleerd heb, is dat CMO's gebruik blijven maken van overheidsfinanciering of financiering via de markt. Ik zal beide mogelijkheden en gevolgen hieronder afzonderlijk bespreken.

Uit interviews blijkt dat overheidsfinanciering enerzijds haar weerslag heeft gehad op de positie en identiteit van CMO's, anderzijds konden CMO's ook veel werk verrichten door middel van deze inkomstenbron. Het lijkt alsof CMO's nu moeten kiezen voor uitvoering van het werk of voor identiteit. CMO's hebben beide nodig om werkzaamheden te verrichten: voor het werk is namelijk geld nodig en in identiteit ligt de maatschappelijke rol besloten.

Informanten geven aan dat er tegenwoordig CMO's zijn die zich vooral richten op overheidsfinanciering mét behoud van identiteit. Mochten organisaties, terwijl ze hun identiteit willen actualiseren voor overheidsfinanciering gaan, dan moeten ze behendig omgaan met identiteit. Dit is nu deels ook wat er gebeurt: informanten geven aan dat CMO's bezig zijn het christelijke te vertalen in een manier van werken, zodat organisaties hun christelijke identiteit kunnen behouden en toch gebruik kunnen maken van overheidsfinanciering.

¹⁶⁶ Uit het interview met Arie Kars.

Zolang overheid en CMO's dezelfde doelen nastreven is er in principe geen probleem, maar wanneer dit niet het geval is, kan deze manier van werken problematisch worden. Wanneer doelen van overheid en CMO's niet met elkaar in overeenstemming zijn, is het uiteindelijk de overheid die bepaalt of bepaalde werkzaamheden van CMO's plaats kunnen vinden. Het is niet moeilijk voor te stellen dat dit problemen oplevert betreffende het eigenaarschap van CMO's. Het eigendom van de organisatie ligt in dit geval niet meer bij CMO's, maar bij de overheid als betaler.

Duidelijk is dat er door overheidsfinanciering een afhankelijkheidsrelatie tussen overheid en CMO's ontstaat. De vraag is daarom ook hoelang organisaties de eigen werkmethode kunnen handhaven. Daarnaast is het ook vreemd dat wanneer organisaties besluiten om identiteit te actualiseren, ze deze identiteit vervolgens verborgen moeten houden. Zoals ik in de vorige paragraaf heb laten zien, is juist 'eigendom' cruciaal voor de christelijke identiteit in CMO's. Wanneer organisaties hun werkveld anders moeten inrichten omdat de overheid deze eisen stelt, dan raken organisaties verder verwijderd van hun essentie en identiteit. Zij worden een verlengstuk van de overheid. Dit kan uiteindelijk leiden tot verdwijning of institutionalisering van organisaties.

Behalve de christelijke identiteit vertalen in een manier van werken, zou er nog een andere mogelijkheid zijn om overheidsfinanciering te ontvangen met behoud van identiteit. Zo geeft Herman Kaiser aan dat de overheid aangesproken moet worden op de manier van financieren. Volgens Herman Kaiser zijn kerken en CMO's belangrijke maatschappelijke organisaties waar de overheid mee in gesprek zou moeten zijn. Herman Kaiser is van mening dat de spanning tussen kerk en staat doorbroken zou moeten worden.¹⁶⁷

De overheid aanspreken op een manier van financieren, kan tevens als een belangrijke functie van civil society-organisaties gezien worden en is daarom geen rare gedachte. Zo heb ik in het hoofdstuk over civil society geschreven dat organisaties, richting de overheid, een intermediaire rol op zich kunnen nemen en daarbij invloed kunnen uitvoeren op het overheidsbeleid.¹⁶⁸ Om als volwaardige gesprekspartner gezien te worden, is het voor organisaties wel raadzaam om op dat moment duidelijk te weten wat haar maatschappelijke rol is.

Naast overheidsfinanciering, kunnen CMO's er ook voor kiezen om de markt op te gaan. Daarbij is zij afhankelijk van vraag en aanbod. Eerder heb ik al laten zien dat het voor maatschappelijke organisaties niet gunstig is om richting markt te gaan: deze beweging bracht

¹⁶⁷ Uit het interview met Herman Kaiser.

¹⁶⁸ Lelieveldt, H., *Wegen naar macht*, p. 26.

eerder spanningen met zich mee en juist hierdoor werden organisaties teruggeworpen op wat de essentie van het werk is. Tegelijkertijd geeft één van de informanten, namelijk Bisschop de Korte, aan dat het lastig is om identiteit te borgen wanneer CMO's zich op de markt begeven, omdat 'kerk' geen sterk merk is.

Anders dan bij overheidsfinanciering het geval is, zijn CMO's wanneer ze zich laten financieren door de 'markt' minder afhankelijk van regels en richtlijnen, maar tegelijkertijd zijn ze gebonden aan voorwaarden die de markt schept. In deze vorm van financiering, zijn zij meer afhankelijk van 'anderen' in de vorm van burgers, bedrijven, organisaties of instellingen die iets zien in het product.

Dit kan wederom als problematisch gezien worden, precies door de twee eerder genoemde redenen. De eerste reden betreft de vraag of er nog 'anderen' zijn die iets zien in een christelijke identiteit. De tweede reden is dat CMO's, om te overleven op de markt, moeten voldoen aan de voorwaarden die markt schept. Wanneer CMO's zich meer richten op het commerciële belang dan hun maatschappelijke rol vanuit een identiteit, dan kan inderdaad de vraag gesteld worden wat de maatschappelijke legitimiteit van CMO's is.

Naast overheidsfinanciering en financiering via de markt, zijn er ook andere financieringsbronnen voorstelbaar. Zo valt te denken aan financiering via de achterban of kerken, via fondsen, via sponsoring, of via crowdfunding.¹⁶⁹ Hoewel dit slechts voorbeelden zijn en er wellicht ook andere financieringsbronnen mogelijk zijn, zal ik mij beperken tot deze bronnen. Zo is het doel van deze paragraaf niet om alle financieringsbronnen in kaart te brengen, maar de mogelijke uitdagingen die 'financiering' met zich meebrengt. Ik zal me eerst richten op financiering via een achterban en kerken, omdat zij vaak aan de wieg van CMO's stonden. Daarna zal ik ook de andere mogelijke financieringsbronnen kort bespreken.

Financiering via een achterban is wellicht de meest gunstige financieringsbron wanneer CMO's identiteit willen behouden. In principe impliceert een achterban dat het om een groep 'gelijkgestemden' gaat. Toch spelen ook bij financiering via de achterban verschillende dilemma's. Zo kan natuurlijk in de eerste plaats gedacht worden aan de hoeveelheid financiële middelen die CMO's binnenkrijgen door middel van een achterban. Informanten gaven namelijk aan dat CMO's door overheidsfinanciering enorm konden groeien. Wanneer financiering via een achterban betekent dat er minder financiering

¹⁶⁹Crowdfunding is een vorm van financiering waarbij ondernemers, stichtingen maar ook particulieren een beroep doen op het publiek om hun kredietbehoefte ingevuld te krijgen. Zie voor meer informatie: <http://www.crowdfunding.nl/wat-is-crowdfunding/wat-is-crowdfunding/>. Voor het laatst geraadpleegd op 18-03-2015.

binnenkomt, levert dit voor CMO's wederom verschillende keuzemogelijkheden op.

Zo kunnen zij denken aan schaalverkleining of bijvoorbeeld de achterban niet alleen om financiële middelen vragen, maar ook vragen om inzet, bijvoorbeeld in de vorm van vrijwilligers. Beide opties kunnen een behoorlijke omslag betekenen voor de organisatie en de vraag is of organisaties deze kunnen of willen maken. Er moet hierbij opgemerkt worden dat dit geen noodzakelijke opties zijn, maar wel opties die meegenomen kunnen worden in het besluit omtrent financieringsbronnen.

Verder betekent financiering via een achterban dat CMO's afhankelijk zijn van de opvattingen die binnen de achterban leven. Ook een achterban zal zich willen inzetten, via financiën of vrijwilligerswerk, als zij kunnen delen in de visie van de organisatie. Het is daarom ook voor te stellen dat deze financieringsvorm voor kleinere CMO's, met een kleinere achterban, makkelijker te realiseren is dan voor grotere CMO's, met een grotere achterban. Immers: hoe groter de achterban, hoe meer stemmen waarvan CMO's afhankelijk zijn.

Daarnaast moet in dit verband ook rekening gehouden met de constatering dat CMO's de verbinding met een achterban en kerk verloren zijn. Mochten CMO's de achterban of kerken daarom als financieringsbron zien, dan is het alsnog de vraag of CMO's kans zien om weer verbinding met deze groepen te leggen. Dat heeft alles te maken met religieuze ontwikkelingen in Nederland en daar wordt later in dit hoofdstuk aandacht aan besteed.

Naast bovengenoemde vormen van financiering, valt verder nog te denken aan fondsengeeld, sponsoring en crowdfunding. Hoewel er verschillende opties denkbaar zijn, brengen deze andere financieringsopties in hoofdzaak dezelfde voor- en nadelen met zich mee al de eerder genoemde mogelijkheden. Zo moeten CMO's wanneer ze gebruik willen maken van fondsengeeld ook voldoen aan regels- en richtlijnen waar ze zelf geen invloed op hebben.

Bij sponsoring en crowdfunding zijn CMO's ook afhankelijk van anderen. Deze anderen moeten wel iets zien in het werk dat CMO's willen uitvoeren. Ook brengen deze vormen van financiering dezelfde onzekerheden met zich mee: zo weten CMO's niet van tevoren wat er binnen komt en tegelijkertijd merkte één van de informanten al op dat het merk 'kerk' geen sterk merk is. Dat levert de vraag op of er nog mensen zijn die iets willen geven aan organisaties met een christelijke identiteit.

Een andere keuzemogelijkheid voor CMO's zou kunnen zijn dat ze de financieringsbronnen spreiden. Op deze manier kunnen CMO's hun onafhankelijkheid meer waarborgen en kunnen ze er tevens voor waken dat niet de gehele bedrijfsvoering afhangt van personen die op dat moment wel of geen geld in het werk willen stoppen. Maar ook spreading houdt in dat een organisatie nog wel enigszins afhankelijk is van regelgeving en ook deels

afhankelijk is van of mensen iets willen geven.

Naar aanleiding van ‘financiering’ wordt duidelijk dat CMO’s in hun werk afhankelijk zijn van degene die het werk financiert en hier lijkt het oude gezegde ‘wie betaalt, bepaald’ op te gaan. Om het werk vanuit identiteit te kunnen uitvoeren, lijkt de beste financieringsbron daarom te bestaan uit een groep ‘gelijkgestemden’.

Dit wordt nog meer expliciet wanneer organisaties een duidelijke keuze hebben gemaakt in ‘eigendom en doelgroep’. Afhankelijk van wie ‘eigenaar of doelgroep’ wordt, lopen CMO’s het risico om een bepaalde vorm van financiën mis te lopen. Wanneer CMO’s bijvoorbeeld kiezen om het eigenaarschap bij een kerkelijke achterban neer te leggen, zal zij ten eerste zo herkend worden en daarbij speelt de vraag of de overheid deze organisatie wil financieren. Daarnaast zal de kerkelijke achterban alleen ‘eigenaar’ kunnen zijn, als zij zelf doelen kan bepalen. Wanneer deze doelen niet in overeenstemming zijn met de overheid, lopen CMO’s financiering mis of ze raken het eigendom kwijt.

De financieringsmogelijkheden lijken invloed te hebben op de keuze voor een eigenaar of doelgroep, terwijl deze keuze voor eigenaar en doelgroep, zoals ik hierboven heb laten zien, juist belangrijk is in de actualisatie van de christelijke identiteit. De vraag is wat CMO’s eerst bepalen: ‘eigenaar en doelgroep’ of de mogelijke financieringsbronnen.

Voor zowel de uitdaging ‘doelgroep en eigendom’ als ‘financiering’ geldt de vraag of er nog mensen in Nederland zijn die vanuit een christelijke identiteit een maatschappelijke rol zien weggelegd voor maatschappelijke organisaties. Zo schetsen de informanten verschillende religieuze ontwikkelingen waardoor deze mensen er niet meer, of in mindere mate kunnen zijn. Zij noemen bijvoorbeeld: ontkerkelijking, verzuiling en ontzuiling, neutralisering, secularisatie en de verschuiving van religie uit het publieke domein naar het privé domein. Het is niet moeilijk voor te stellen dat er door deze ontwikkelingen geen eigenaren van identiteit gevonden kunnen worden.

Tevens speelt deze vraag, op twee niveaus, ook een rol in de bepaling van financieringsbron. Zo is de maatschappelijke rol van organisaties, die bij CMO’s besloten ligt in identiteit, voor verschillende financiers een belangrijk voorwaarde. De overheid is een voorbeeld van een dergelijke financier. Voor deze maatschappelijke rol betekent dit echter wel dat er ‘eigenaren’ moeten zijn die deze rol vanuit een christelijke identiteit belangrijk vinden. Het tweede niveau wordt zichtbaar bij de andere financiers en hier speelt de vraag of er buiten de CMO nog mensen zijn die een maatschappelijke rol zien weggelegd voor organisaties met een christelijke identiteit. Een achterban is een voorbeeld van een dergelijke financier.

§7.4 Slot

De manier waarop CMO's hun werk gefinancierd krijgen, speelt een belangrijke rol in de actualisatie van de christelijke identiteit in CMO's. Ten eerste omdat financieringsbronnen eisen stellen aan organisaties. Wanneer deze financieringsbronnen, zoals de staat, moeite hebben met de christelijke identiteit van organisaties, wordt het voor CMO's moeilijker deze christelijke identiteit te handhaven.

Ten tweede gaat hier het gezegd 'wie betaalt, die bepaalt' op. Al in hoofdstuk 6 heb ik beschreven dat het belangrijk is dat wanneer CMO's identiteit wil actualiseren, zij daarvoor het eigenaarschap binnen de organisatie herstelt. Wanneer degene die betaalt ook degene is die bepaalt, betekent dit dat de betaler eigenaar is van CMO's of op gespannen voet staat met degenen die zich eigenaar voelen. Wanneer CMO's hun christelijke identiteit willen actualiseren, moeten zij dus goed nadenken over of en hoe ze hun werk gefinancierd krijgen.

In dit hoofdstuk heb ik geschreven dat de meest gunstige financieringsbron voor CMO's die hun identiteit willen actualiseren, bestaat uit financiering van een groep gelijkgestemden. Met deze constatering kom ik meteen op de volgende uitdaging, namelijk 'secularisatie'. Dit onderwerp speelt ook een belangrijke rol in de vraag of er nog eigenaren voor de christelijke identiteit te vinden zijn. In het volgende hoofdstuk zal 'secularisatie', als vierde uitdaging, centraal staan.

Hoofdstuk 8

Uitdaging 4: Secularisatie

§8.1 Inleiding

De informanten schetsen verschillende religieuze ontwikkelingen waardoor de identiteit in CMO's verzwakt is. In de vorige hoofdstukken ben ik al ingegaan op verschillende uitdagingen waar huidige CMO's voor staan. Een laatste uitdaging die ik uit het verhaal van informanten identificeer is 'secularisatie'. Door religieuze ontwikkelingen, zo lees ik uit het verhaal van de informanten, wordt het moeilijker om vanuit een christelijke visie vorm te geven aan CMO's. Ook in de vorige uitdagingen kwam al naar voren dat er wel mensen nodig zijn die iets zien in een christelijke identiteit.

De religieuze ontwikkelingen die de informanten noemen zijn: ontkerkelijking, verzuiling en ontzuiling, neutralisering, secularisatie en de verschuiving van religie uit het publieke domein naar het privé domein. Welbeschouwd zijn deze verschillende ontwikkelingen terug te brengen onder één gemeenschappelijke noemer, namelijk: 'secularisatie'. In het eerste hoofdstuk is al kort aandacht besteed aan secularisatie, maar de situatie vraagt nu om dit begrip verder te verkennen. Dat zal ik doen in de komende paragrafen, zodat duidelijk wordt dat de verschillende genoemde ontwikkelingen terug te brengen zijn onder één noemer.

§8.2 Secularisatie

In veel godsdienstsociologische verhandelingen wordt gebruik gemaakt van het begrip 'secularisatie', en vaak wordt niet ingegaan wat er precies onder 'secularisatie' wordt verstaan. Een reden daarvoor, zo geeft godsdienstsocioloog Dekker aan, is dat secularisatie een begrip is waarvan iedereen de betekenis kent. Toch geeft hij ook aan dat deze aanname niet zo vanzelfsprekend is: wanneer men gedwongen wordt secularisatie te omschrijven, blijkt dat verschillende personen uiteenlopende betekenissen aan het begrip toedichten.¹⁷⁰

De secularisatiegedachte in Nederland is sterk beïnvloedt door de achttiende-eeuwse Verlichting. Verschillende filosofen dachten in deze periode over de inrichting van een samenleving waar de publieke invloed van religie beperkt of gereguleerd moest worden. Het heersende zelfbeeld in huidig Nederland gaat uit van een moderne samenleving waarin religie

¹⁷⁰ Dekker, G., 'Secularisatie en fundamentalisme', in *Handboek Godsdienst in Nederland*, p. 191.

geen invloed heeft op de samenleving.¹⁷¹

Meer expliciet komt de secularisatiegedachte naar voren in het werk van sociologen Max Weber en Émile Durkheim. Weber ging ervan uit dat als de samenleving zou moderniseren ook de rationalisering zou toenemen. Hij noemde secularisering het gevolg van deze rationalisering. Hoe verder het proces van modernisering en rationalisering zich zou voltrekken, hoe minder plaats er in de samenleving voor religie zou zijn. Durkheim was van mening dat wetenschap de rol van religie zou vervangen, maar dat betekende volgens hem niet dat religie haar sociale betekenis zou verliezen. Religie vervulde volgens hem een belangrijke publieke functie en zij zou dat blijven doen. Wel geloofde hij dat religie zou transformeren in een veranderende samenleving.¹⁷²

De secularisatiethese is in de jaren 1950 en 1960 door verschillende wetenschappers verder uitgewerkt. Het uitgangspunt hierin was dat religie zou afnemen met de intrede van de moderniteit. Niet alleen zou de invloed van religie daardoor minder worden in de samenleving, maar ook steeds minder mensen zouden een religie aanhangen.¹⁷³

Tegenwoordig is er veel kritiek op de bestaande secularisatiethese, omdat de moderniteit haar intrede heeft gedaan en religie niet is verdwenen. Sterker nog: er lijkt een opleving van religie plaats te vinden. Verschillende nieuwe religieuze bewegingen doen hun intrede in de moderne samenlevingen. Deze opleving van religie levert een tegenstelling op met wat er in de secularisatiethese beweerd werd.¹⁷⁴ Tegenstanders van de secularisatiethese spreken bijvoorbeeld over de-secularisatie, neo-secularisering, de terugkeer van religie, de rationale keuzetheorie, of over de transformatie van religie.¹⁷⁵

Als gevolg van de kritiek, wordt de secularisatiethese ofwel verworpen of de these wordt door voorstanders nieuw leven ingeblazen. Deze laatste invalshoek gaat vooral uit van de beperkte reikwijdte van religie op de samenleving. Hierbij wordt nadruk gelegd op de scheiding van kerk en staat, de neutraliteit van het publieke domein en het toeschrijven van religie aan het privé-domein.¹⁷⁶

In de godsdienstsociologie wordt secularisatie vooral gebruikt om veranderingen te duiden. Zo geeft Dekker aan dat het begrip *'betrekking heeft op veranderingen in de betekenis*

¹⁷¹ Donk, W. v.d. en Plum, R., 'Secularisering en terugkeer van religie', in: (red.) Donk, W.B.H.J., v.d., Jonkers, A.P., Kronjee, G.J., Plum, R.J.J.M, *Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid (WRR), Geloven in het publieke domein: verkenningen van een dubbele transformatie*, 2006, p. 27.

¹⁷² Vgl., *ibid.*, p. 28.

¹⁷³ Vgl., *ibid.*, p. 29.

¹⁷⁴ Vgl., *ibid.*, p. 29.

¹⁷⁵ Vgl., *ibid.*, p. 32-36.

¹⁷⁶ Vgl., *ibid.*, p. 29.

*en plaats van godsdienst in de samenleving*¹⁷⁷. Hij beschrijft dit als een ‘proces waardoor het leven en samenleven van mensen steeds meer onttrokken wordt van de overheersing of begeleiding van godsdienstige instituties of symbolen’.¹⁷⁸

Hoewel Dekker secularisatie als een proces beschrijft, wordt secularisatie niet door iedereen als een proces gezien. Zo schrijft historicus van Rooden dat secularisatie vaak gebruikt wordt als een diagnose, om te verklaren dat het belang van godsdienst afneemt onder invloed van moderniteit. Volgens hem hebben verschillende secularisatieprocessen zich door de eeuwen heen voorgedaan in de Nederlandse geschiedenis, maar had dit niet met moderniteit te maken. Tevens bleek het vaak niet om een onomkeerbaar proces te gaan.¹⁷⁹

Tegenwoordig worden er aan het begrip ‘secularisatie’ doorgaans drie begrippen toegekend, namelijk:

1. Secularisatie als vermindering van de godsdienstigheid.
2. Secularisatie als beperking van de reikwijdte van de godsdienst;
3. Secularisatie als aanpassing van de godsdienst.¹⁸⁰

Dekker licht de begrippen verder toe en onder nummer 1 verstaat hij dat het aantal mensen dat zich tot een godsdienst bekennt, minder in aantal wordt en dat het kerkbezoek afneemt. Onder nummer 2 verstaat hij een differentiatie tussen de samenleving en het kerkelijk leven. Daarmee bedoelt hij dat steeds minder delen van de samenleving onder invloed staan van het godsdienstige of kerkelijk leven. Als gevolg daarvan, wordt het godsdienstige of kerkelijk leven steeds meer teruggedrongen tot het persoonlijke leven van mensen. Onder 3 verstaat Dekker dat de godsdienst zelf meer seculier wordt: zij past zich aan en gaat mee in de ontwikkelingen van de samenleving.¹⁸¹

Met de concretisering van secularisatie in drie begrippen, is het niet meer lastig voor te stellen dat de door de informanten genoemde ontwikkelingen allen binnen de noemer secularisatie vallen. Zo kan de ontwikkeling ‘ontkerkelijking’ onder nummer 1 geplaatst worden. Een andere genoemde ontwikkeling is ‘secularisatie’ en deze ontwikkeling spreekt in dit verband voor zichzelf. De volgende ontwikkeling die de informanten noemen is ‘neutralisering’. De informanten geven aan dat de samenleving is geneutraliseerd en dat de

¹⁷⁷ Dekker, G., ‘Secularisatie en fundamentalisme’, in *Handboek Godsdienst in Nederland*, p. 192.

¹⁷⁸ Vgl., *ibid.*, p. 192.

¹⁷⁹ Rooden, P., van, *Religieuze regimes. Over godsdienst en maatschappij in Nederland, 1570-1990*, Amsterdam 1996, p. 19-42.

¹⁸⁰ Dekker, G., ‘Secularisatie en fundamentalisme’, in *Handboek Godsdienst in Nederland*, p. 192.

¹⁸¹ Vgl., *ibid.*, p. 192.

organisaties daarin zijn meegegaan. Dat betekent dat deze ontwikkeling onder nummer 2 geplaatst kan worden. Ten slotte noemen de informanten ‘de verschuiving van religie uit het publieke domein naar het privé domein’ als ontwikkeling van belang. Ook deze ontwikkeling kan onder nummer 2 geplaatst worden: het godsdienstige wordt steeds meer teruggedrongen tot het persoonlijke leven van mensen.

Informanten hebben aangegeven dat de verschillende religieuze ontwikkelingen, die allen onder de noemer secularisatie geplaatst kunnen worden, hebben geleid tot een verzwakking van de positie en identiteit in CMO’s. De vraag voor deze scriptie is tot welke uitdagingen dit op dit moment leidt. Daarom is nu het moment om te bezien waar secularisatie de organisaties heeft gebracht en wat mogelijke toekomstperspectieven zijn. Hiertoe zal ik, aan de hand van de drie begrippen, eerst de feitelijke gegevens over secularisatie in Nederland in kaart brengen. Daarna zal ik uitweiden over mogelijke toekomstperspectieven met de bijbehorende keuzes en uitdagingen.

§8.2.1 Secularisatie: feitelijke gegevens

Het eerste begrip van secularisatie, ‘secularisatie als vermindering van de godsdienstigheid’, gaat, zoals ik hierboven beschreven heb, zowel over kerkverlating als een vermindering in godsdienstigheid bij mensen. Dekker laat zien dat kerkverlating in Nederland sinds 1971 enorm is toegenomen.¹⁸² Zijn tekst is echter afkomstig uit het jaar 1992, maar meer recente cijfers laten ook zien dat de kerkverlating sinds deze periode is toegenomen. Zo is het aantal geregistreerde aanhangers van een kerk tussen 1990 en 2005 met 15% gedaald. Volgens het SCP kan in 2020 72% van de Nederlandse samenleving als ‘buitenkerkelijk’ geduid worden. In 2004 telde de katholieke kerk in Nederland nog 4,6 miljoen leden en de protestantse kerk telde in datzelfde jaar 2,1 miljoen leden. Naast kerkverlating is ook de frequentie van kerkbezoek sinds 1970 afgenomen.¹⁸³

Buiten de trend van ontkerkelijking, zijn er enkele geloofsgemeenschappen die een groei doormaakten, namelijk: de Evangelische broederbewegingen, de Pinkstergemeenten en de Evangelische bewegingen. Daarnaast, maar in mindere mate, groeit het ledenaantal van de Mormonen en de Jehova-getuigen.¹⁸⁴

Behalve afnemend kerkbezoek, neemt volgens Dekker ook godsdienstigheid in Nederland af. Meer recente onderzoeken beweren echter het tegendeel en laten zien dat er

¹⁸² Dekker, G., ‘Secularisatie en fundamentalisme’, in *Handboek Godsdienst in Nederland*, p.195-196.

¹⁸³ Becker, J., Hart, J., de, m.m.v. Arnts, L., *SCP: Godsdienstige veranderingen in Nederland. Verschuivingen in de bindingen met de kerken en christelijke traditie*, Den Haag 2006, p. 53-54.

¹⁸⁴ SCP: Godsdienstige veranderingen in Nederland, p. 29-32.

geen vermindering van godsdienstigheid optreedt. Zo blijkt uit een ander onderzoek van het SCP dat de gevoeligheid voor religieuze ideeën onder de jongere generatie toeneemt, dat een derde van de bevolking dagelijks bidt, dat twee vijfde van de bevolking zichzelf als religieus beschouwt, dat meer dan helft van de bevolking gelooft in God en dat er een stijgend aantal mensen gelooft in leven na de dood. Interessant is dat deze cijfers gebaseerd zijn op de bevolking als geheel. Het onderzoek, en de daarop gebaseerde cijfers, zijn niet beperkt tot het aantal mensen dat zich tot een kerk rekent.¹⁸⁵

Het tweede begrip van secularisatie, namelijk ‘secularisatie als een beperking van de reikwijdte van godsdienst’, is van toepassing op de situatie in Nederland. Dekker geeft aan dat de invloed van religie op de samenleving is veranderd van ‘overkoepelend godsdienstig zingevingssysteem’ naar een gedifferentieerd domein in de samenleving. Hierbij komt religie steeds minder voor in het publieke domein. Dekker legt uit dat deze vorm van secularisatie in Nederland vooral zichtbaar wordt door ontzuiling en deconfessionalisering. Dit betekent volgens hem dat godsdienst in levensbeschouwelijke organisaties van minder belang is geworden en dat blijkt volgens Dekker onder meer uit de identiteitsproblematiek bij deze organisaties.¹⁸⁶

Informanten hebben aangegeven dat de identiteit in CMO’s is verzwakt door onder meer religieuze ontwikkelingen, maar uit de analyse van Dekker wordt duidelijk dat CMO’s niet alleen afhankelijk zijn van religieuze ontwikkelingen, maar zelf ook het onderwerp zijn van deze religieuze ontwikkelingen. Aangezien de ontwikkelingen die plaats hebben gevonden onder dit tweede begrip van secularisatie in deze scriptie al veelvuldig aan de orde zijn gekomen, wil ik op deze plaats niet verder over deze ontwikkelingen uitweiden. Daarom zal ik nu verder ingaan op het derde begrip van secularisatie, namelijk: ‘secularisatie als aanpassing van de godsdienst’.

De aanpassing van godsdienst blijkt volgens Dekker enerzijds uit de maatschappelijke aanpassing van godsdienst en anderzijds uit de theologische aanpassing van godsdienst. Onder het eerste verstaat hij dat de godsdienst, in navolging op de beperking van de reikwijdte van godsdienst, zichzelf ook steeds meer ziet als een gedifferentieerd domein in plaats van dat zij invloed heeft op verschillende domeinen in de samenleving. Onder het tweede verstaat hij dat er verschillende theologische aanpassingen hebben plaatsgevonden die

¹⁸⁵ Becker, J.W., Hart, J., de, Mens, J., *SCP: Secularisatie en alternatieve zingeving in Nederland*, Rijswijk 1997, p. 57-90.

¹⁸⁶ Dekker, G., ‘Secularisatie en fundamentalisme’, in *Handboek Godsdienst in Nederland*, p.196-197.

meer aansluiten bij opvattingen die tegenwoordig onder mensen leven.¹⁸⁷

Nu feitelijke gegevens over secularisatie in Nederland in kaart zijn gebracht, is het tijd om te bezien welke toekomstperspectieven er zijn voor CMO's en tot welke uitdagingen dit leidt.

§8.2.2 Secularisatie: 'Master narratives'

Zoals ik eerderbeschreven heb, is het overheersende beeld in Nederland dat er steeds minder plek is voor religie naarmate de moderniteit vordert. Het is niet moeilijk voor te stellen dat, deze verhaallijn volgend, de toekomst voor CMO's er niet rooskleurig uitziet. Zo vertelt Arie Kars bijvoorbeeld dat, wanneer steeds minder mensen zich tot het christendom bekeren, er steeds minder mensen zijn die vanuit een christelijke visie vorm willen geven aan een verband. Volgens hem is dat één van de belangrijkste redenen voor 'de afkalving van christelijke organisaties'.

Hoewel de overheersende secularisatiegedachte in Nederland ronduit negatief is, heb ik ook laten zien dat secularisatie in het wetenschappelijk debat onder vuur ligt. Dekker schrijft bijvoorbeeld dat we daarom niet meer tegen secularisatie aan kunnen kijken als een 'onontkoombaar en onomkeerbaar' proces waarbij Nederland, naarmate de moderniteit vordert, een seculier land wordt. Toch is hij somber over de toekomst van het christendom in Nederland. Hij is op basis van de feitelijke gegevens van mening, dat zich in Nederland een fundamenteel secularisatieproces voltrekt.¹⁸⁸

Historicus van Rooden schrijft echter dat de toekomst van religie in Nederland niet beslist is. In tegenstelling tot Dekker, ziet hij secularisatie niet als een proces, maar als een gebeurtenis in de samenleving die verband houdt tussen de veranderende verhoudingen tussen godsdienst, politiek en maatschappij.¹⁸⁹

Volgens van Rooden vindt er op dit moment een verschuiving plaats in de verhoudingen tussen deze drie spelers. Hij schrijft dat de geschiedenis ons leert dat deze verhoudingen eerder aan het schuiven zijn geweest en dat dit destijds juist heeft geleid tot een toename van religie in de samenleving. Van Rooden is van mening dat de manier waarop godsdienst zelf inspeelt op veranderingen, verband houdt met de mate van secularisatie van een samenleving. Zo is de toekomst van religie in Nederland, volgens van Rooden, 'open'.¹⁹⁰

De verschillende visies op secularisatie brengen met zich mee dat er uiteenlopende

¹⁸⁷ Dekker, G., 'Secularisatie en fundamentalisme', in *Handboek Godsdienst in Nederland*, p.197.

¹⁸⁸ Vgl., *ibid.*, p. 197.

¹⁸⁹ Rooden, P., van, *Religieuze regimes*. p. 45.

¹⁹⁰ Vgl., *ibid.*, p. 45.

gedachten bestaan over de toekomst van religie in Nederland. Hoe er tegen de toekomst van CMO's wordt aangekeken, lijkt dus op zijn minst verband te houden met hoe er tegen secularisatie wordt aangekeken. Daarom zal ik nu verder ingaan op hoe er over secularisatie wordt gedacht. Belangrijk hierbij is om het onderscheid tussen feitelijke gegevens en gedachten daarover niet uit het oog te verliezen.

Volgens Buijs speelt de overheersende secularisatiegedachte in Nederland ook binnen CMO's een rol. Buijs geeft aan dat de Nederlandse identiteitsdiscussie getekend door standaardpatronen. Hij noemt verschillende patronen en hij geeft hierbij aan dat identiteitsmedewerkers zich hierdoor laten 'souffleren'. 'Sociologisering' is één van de patronen die Buijs noemt en ook het patroon dat in dit verband interessant is.¹⁹¹

Buijs geeft aan dat de identiteitsdiscussie is beïnvloedt door maatschappelijke ontwikkelingen met een hoog 'selffulfilling prophecy' gehalte. Hij is van mening dat secularisatie een dergelijke maatschappelijke ontwikkeling is en tegelijkertijd ook een ontwikkeling die de identiteitsdiscussie domineert. Buijs geeft aan dat beleidsplannen hierop aangepast worden.¹⁹² Wanneer beleidsplannen hierop aangepast worden, is het niet vreemd dat secularisatie een werkelijkheid wordt.

Dat secularisatieverhalen een hoog selffulfilling karakter hebben, vertelt ook bijzonder hoogleraar secularisatiestudies Herman Paul. Paul noemt secularisatieverhalen 'master narratives van afnemende religieuze betrokkenheid'. Secularisatieverhalen worden volgens Paul gebruikt als verklaring voor de leegloop van kerken, terwijl hiervoor ook andere verklaringen kunnen zijn. Om te begrijpen waardoor kerken leeglopen, wordt vaak naar het secularisatiebegrip verwezen, zodat mensen kunnen begrijpen waarom dit gebeurt. Paul noemt secularisatie dan ook een interpretatieve categorie.¹⁹³

Secularisatieverhalen worden volgens Paul echter niet alleen gebruikt ter verklaring voor een situatie, bijvoorbeeld de leegloop van kerken, maar hebben tegelijkertijd ook hun inwerking op de 'religieuze praxis'. Dit omdat er naar aanleiding van het secularisatieverhaal kaders worden geschept, zodat er met en in deze omstandigheid van secularisatie gewerkt kan worden. Paul noemt secularisatieverhalen vervolgens ziektegeschiedenissen waar mensen behandelplannen voor opstellen.¹⁹⁴

Ook in het verhaal van de informanten is terug te lezen dat er verschillende

¹⁹¹ Buijs, G., 'Inspiratie, organisatie, frustratie, heroriëntatie', in *Wat je zegt ben je zelf*, p. 10.

¹⁹² Vgl., *ibid*, p. 11.

¹⁹³ Paul, H., *Ziektegeschiedenissen. De discursieve macht van secularisatieverhalen*, rede uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt bijzonder hoogleraar secularisatiestudies vanwege de IZB en GZB aan de faculteit Godgeleerdheid en Godsdienstwetenschap van de Rijksuniversiteit Groningen, dinsdag 24 september 2013, p. 7.

¹⁹⁴ Vgl., *ibid*, p. 7.

behandelplannen worden opgesteld. Zo geeft Pieter Kohlen aan ‘dat je het nu niet meer over kunt laten aan kerken’, en dat er minder christenen zijn en dat er daarom gezocht moet worden ‘naar andere manieren om de identiteit vorm te geven’.

Gezien de huidige stand van zaken in Nederland is dit geen rare gedachte en tevens spreekt uit de citaten dat er bij de informanten toch een zekere verantwoordelijkheid gevoeld wordt. Tegelijkertijd worden er binnen CMO’s dus wel degelijk behandelplannen opgesteld met, zoals Paul het zou zeggen, een hoog selffulfilling karakter.

§8.3 Keuzes

De vraag is of CMO’s in de wirwar van visies over secularisatie kunnen bepalen hoe ze hiermee om moeten gaan. Gezien het beeld dat ik hierboven geschetst heb, staan CMO’s, mijns inziens, voor de volgende keuze:

1. Meegaan in het secularisatieverhaal;
2. Niet meegaan in het secularisatieverhaal.

Net zoals ik in de vorige paragrafen heb gedaan, zal ik ook op deze plaats de genoemde keuzes kort toelichten.

Wanneer CMO’s zich laten leiden door het secularisatieverhaal, betekent dit dat ze ofwel hun christelijke identiteit moet loslaten, - omdat er geen toekomst is voor religie in de Nederlandse samenleving – of dat zij behandelplannen moeten opstellen. In het laatste geval lijkt het erop dat er mensen zijn die, ondanks secularisatie, de christelijke identiteit van belang vinden. Dan speelt de vraag hoe CMO’s in de Nederlandse samenleving kunnen overleven met behoud van identiteit, terwijl de rest van Nederland niet, of binnenkort niet meer, iets zal zien in deze christelijke identiteit.

De vraag is wat er overblijft van deze christelijke identiteit wanneer je identiteit moet aanpassen om maatschappelijke relevantie te verkrijgen. Daarnaast is het de vraag wat dit betekent voor het eigenaarschap van CMO’s. Wanneer er blijkbaar mensen zijn die deze christelijke identiteit belangrijk vinden, maar zich steeds verder moeten verwijderen van deze identiteit om maatschappelijke relevantie te verkrijgen, speelt naast de vraag wat er over blijft van de christelijke identiteit ook hoe mensen eigenaar blijven van een identiteit waar ze zelf niet, of in mindere mate, achter staan. Met andere woorden: hoe houd je eigenaren op deze manier betrokken?

Zoals ik in een vorige paragraaf heb beschreven, zijn deze eigenaren van groot belang

om de christelijke identiteit van CMO's te waarborgen. Wanneer ik nu opnieuw de theorie van Paul hierop betrek, lijkt het geen rare gedachte te zijn dat wanneer CMO's dergelijke behandelplannen opstellen, dit uiteindelijk alsnog leidt tot het loslaten van de identiteit. Het volgen van het secularisatieverhaal kan daardoor inderdaad een selffulfilling karakter krijgen.

Nu betekent dit volgens mij niet dat behandelplannen per definitie 'selffulfilling' zijn, zo geeft Paul ook aan dat ze 'enkel' een hoog selffulfilling karakter hebben. Ik kan me bijvoorbeeld voorstellen dat eigenaren in een huidige samenleving anders aankijken tegen een identiteit die zij wel belangrijk vinden en daardoor aanpassingen betreffende identiteit willen doen. Het eigenaarschap zou je wellicht in dit geval kunnen vasthouden en er zijn tevens vast meer manieren te bedenken waarop dit zou kunnen. De vraag blijft echter wel wat er van de christelijke identiteit over blijft als ook de eigenaren hier niets meer in zien.

De andere keuze waar CMO's mijns inziens voor staan is dat ze niet meegaan in het secularisatieverhaal en ook deze keuze zal ik toelichten. Wanneer CMO's niet meegaan in het secularisatieverhaal, betekent dit dat zij een toekomst zien weggelegd voor een christelijke identiteit in Nederland. Dit kan een grote mate van vrijheid betekenen, want de organisatie is ontdaan van de secularisatiegedachte en kan haar eigen richting bepalen. Wanneer hier daadwerkelijk eigenaren voor gevonden worden, ontdoet de organisatie zich er tevens van om te werken aan de selffulfilling prophecy.

Dit roept echter verschillende vragen op. Enerzijds speelt de vraag, gezien de feitelijke gegevens over secularisatie, of CMO's, door dit verhaal te 'kiezen', hun ogen sluiten voor religieuze maatschappelijke ontwikkelingen. Anderzijds kan ook verder gedacht worden: het kan voorkomen dat er één CMO is die niet meegaat in het verhaal, maar als alle andere christelijke instituties in Nederland dat wel doen, gaat secularisatie dan niet alsnog verder, dan wel als selffulfilling prophecy afgeroepen door de andere religieuze instituties? Zijn er in het geval van verdergaande secularisatie nog eigenaren te vinden en wellicht anderen die iets zien in een organisatie met een christelijke identiteit?

Dit zijn moeilijke vragen met ingewikkelde antwoorden, maar ik zal toch een poging doen. Ik begin hier bij de vraag in hoeverre secularisatie van andere religieuze instituties van invloed is op de christelijke identiteit in CMO's. Zowel Dekker als van Rooden beschrijven secularisatie in de eerder genoemde drie begrippen en zij zijn het beide eens dat deze drie vormen van secularisatie niet gelijktijdig hoeven voor te komen. Concreter betekent dit bijvoorbeeld dat wanneer er minder mensen naar de kerk gaan, dit niets hoeft te zeggen over

de reikwijdte van godsdienst. Toch schrijven zij ook dat de drie vormen niet helemaal los van elkaar staan.¹⁹⁵

Verder heb ik in dit hoofdstuk vaker geschreven over het belang van eigenaren en zolang er eigenaren zijn voor een christelijke identiteit, heeft deze identiteit bestaansrecht. Hoewel de kerken op dit moment leeglopen, waren er in ieder geval in 2004 nog 4,6 miljoen katholieken en 2,1 miljoen protestanten. Daarnaast zijn er veel mensen in de samenleving die zich wel godsdienstig, maar niet kerkelijk noemen. Op basis daarvan is het moeilijk voor te stellen dat er, in ieder geval op dit moment, geen eigenaren meer zijn die iets zien in een christelijke identiteit.

Behalve dat eigenaren de christelijke identiteit van belang moeten vinden, zijn er ook anderen in de samenleving waarvan CMO's afhankelijk zijn en dat heeft, zoals ik hierboven al heb laten zien, vooral te maken met financiële middelen. Een overheid zou bijvoorbeeld willen zien of er nog een maatschappelijke rol weggelegd is vanuit de christelijke identiteit en burgers zullen ook alleen willen meefinancieren als zij iets zien in de maatschappelijke rol. Mijns inziens kan dit ook niets anders betekenen dan dat een CMO op zoek moet gaan naar eigenaren. Hoe meer mensen er iets zien in de christelijke identiteit van CMO's, hoe groter de kans van slagen is bij een financier als overheid. Tegelijkertijd: hoe meer mensen iets zien in de identiteit van CMO's, hoe meer mensen zich bereid voelen hier iets voor te geven.

Natuurlijk lopen CMO's dan nog steeds het risico dat er op een gegeven moment minder eigenaren zijn. Maar de vraag is, helemaal wanneer je niet geloofd in de secularisatiegedachte, of het ooit zover komt en daarnaast kan het ook juist de andere kant op gaan, doordat een organisatie in staat is om nieuw elan te geven aan de christelijke identiteit.

Ook kan de vraag gesteld worden waar CMO's deze eigenaren moeten zoeken. Aangezien er nog veel kerkleden zijn, kan er gedacht worden om de verbinding met kerken weer te leggen. Natuurlijk kan zij de eigenaren ook zoeken buiten de kerken, maar deze mensen zijn, zoals ik in hoofdstuk 2 heb geschreven, voor kerken en maatschappelijke organisaties onzichtbaar geworden. Voor werving van deze mensen zou je dan ook meer moeite moeten doen.

Verder zijn er, naast de secularisatiegedachte, praktische redenen te bedenken waarom je niet op zoek zou gaan naar 'nieuwe' eigenaren. Zo kunnen CMO's bijvoorbeeld voor de vraag komen te staan hoe ze om moeten gaan met de bestaande medewerkers die wellicht

¹⁹⁵ Dekker, G., 'Secularisatie en fundamentalisme', in *Handboek Godsdienst in Nederland*, p. 192 en Rooden, P., van, *Religieuze regimes*, p. 19.

geen eigenaarschap voelen.

Ten slotte vraagt het van CMO's zelfverzekerdheid en bewustzijn om tegen de heersende gedachte in de identiteit juist weer te versterken. En daar is durf voor nodig. En misschien is dat wel de moeilijkste stap die CMO's dan wel of niet moeten nemen. Wim Eikelboom zei al:

*'Ook een algemene verlegenheid met ja, christendom, staat nou ergens voor of is dat een van de vele godsdiensten, waar misschien ook wel een waarheidsmoment in zit of hebben we de waarheid. Het is de wel of niet zelfverzekerdheid van christenen zelf.'*¹⁹⁶

§8.4 Slot

Feitelijke gegevens over secularisatie in Nederland liegen er niet om: secularisatie in Nederland vindt plaats. Toch is het de vraag of dit secularisatieproces onontkoombaar en onomkeerbaar is. In dit hoofdstuk is duidelijk geworden dat CMO's zelf een belangrijke rol kunnen spelen in het secularisatieproces. Op dit moment worden er echter vooral 'behandelplannen' voor het secularisatieproces opgesteld en alles wijst erop dat secularisatie daarmee een selffulfilling prophecy wordt. In dit hoofdstuk heb ik geschreven dat CMO's voor de keuze staan of ze verder meegaan in het secularisatieverhaal en doorgaan met het opstellen van behandelplannen, of dat ze niet meegaan in het verhaal. Deze laatste optie vergt zelfverzekerdheid, bewustzijn en durf. De vraag is enerzijds of CMO's dit aandurven en anderzijds of zij zelf, of hun eigenaren, nog een toekomst zien weggelegd voor het christelijk organiseren in Nederland.

¹⁹⁶ Citaat van Wim Eikelboom.

Hoofdstuk 9

Conclusie

§9.1 Inleiding

In deze scriptie heb ik in kaart gebracht wat de oorzaken zijn van de huidige worstelingen van CMO's betreffend hun identiteit en daarnaast heb ik geïdentificeerd waar de huidige worstelingen uit bestaan. De hoofdvraag van deze scriptie luidt dan ook: *Waarom worstelen CMO's in Nederland met hun identiteit en hoe ziet deze worsteling eruit?* Door middel van verschillende deelvragen heb ik geprobeerd een antwoord op de hoofdvraag te vinden.

Nu zal ik eerst de verschillende bevindingen rondom deze deelvragen beschrijven. Vervolgens zal ik een antwoord op de hoofdvraag van deze scriptie formuleren en ten slotte zal ik enkele aanbevelingen voor vervolgonderzoek doen.

§9.2 Bevindingen rondom deelvragen

CMO's kennen een lange geschiedenis. In de meeste gevallen zijn zij ontstaan tijdens de verzuiling en waren zij bij het ontstaan ingebed in een netwerk van andere christelijke organisaties. Door de ontzuiling kwamen CMO's, voor zover ze zich staande hebben gehouden, los te staan van dit netwerk en werden het zelfstandige organisaties. Ook de bindingen tussen organisaties en de mensen die deel uit maakten van een zuil, was niet meer vanzelfsprekend.

In de periode na de ontzuiling zijn CMO's meegegaan in de ontwikkelingen die zich in de samenleving voordeden. Onder invloed van de verzorgingsstaat kregen CMO's overheidssubsidies en werden op deze manier samenwerkingspartners van de overheid. Dit betekende echter ook dat de overheidsbemoediging op deze organisaties toenam. Dit heeft ervoor gezorgd dat CMO's de bindingen met de eigen identiteit en achterban zijn kwijtgeraakt. Tegelijkertijd hebben CMO's zich laten beïnvloeden door secularisatietendensen, waardoor de identiteit en de verbinding met een achterban verder verzwakten.

Tegenwoordig voert de overheid, onder invloed van neoliberalisering, steeds meer een beleid van decentralisatie. Door dit beleid worden CMO's teruggeworpen op hun maatschappelijke rol. Overheidssubsidies zijn namelijk niet meer toereikend en CMO's worden overgeleverd aan marktprincipes. Deze principes zijn CMO's vreemd en om zich te kunnen handhaven, zijn zij zoekende naar hun plaats in de civil society.

Dit betekent voor CMO's een herbezinning op hun maatschappelijke rol. Deze

maatschappelijke rol is vervlochten met de christelijke identiteit, want deze organisaties zijn ooit vanuit een identiteit ontstaan. CMO's buigen zich daarom tegenwoordig weer over hun oorspronkelijke christelijke identiteit.

Recente literatuur over FBO's laat zien er in de huidige samenleving ruimte is voor organisaties met een religieuze grondslag. Deze literatuur lijkt zich echter te centreren op organisaties die nooit afhankelijk van de overheid zijn geweest of er ten minste in geslaagd zijn om de eigen positie te waarborgen. CMO's zijn daarentegen afhankelijk geweest van de overheid en hebben zich daarnaast laten beïnvloeden door secularisatietendensen. CMO's zijn er dan ook minder in geslaagd de eigen positie te waarborgen. CMO's bevinden zich, in tegenstelling tot de beschreven FBO's in de aanleiding, in een heroriëntatie op hun maatschappelijke rol en identiteit.

Een ander contrast tussen de beschreven FBO's en de CMO's uit deze scriptie betreffen de werkvelden waarop zij actief zijn. De focus in onderzoeken over FBO's ligt vooral op organisaties die aanvullend of naast de overheid opereren. Vanuit deze literatuur wordt geconstateerd dat organisaties met een religieuze grondslag zich minder snel zullen begeven op werkerreinen die ooit door de overheid zijn overgenomen. De CMO's lijken zich wel op deze werkerreinen te begeven.

Uit het verhaal van de informanten blijkt dat CMO's in deze heroriëntatie voor verschillende moeilijkheden staan. Deze moeilijkheden hebben volgens informanten te maken met verschuivingen in de civil society, religieuze ontwikkelingen in Nederland en ontwikkelingen in de interne dynamiek van CMO's. De ontwikkelingen in interne dynamiek houden overigens verband met ontwikkelingen in de civil society en religieuze ontwikkelingen. Zo benoemen informanten dat ontwikkelingen rondom de verzorgingsstaat hun sporen hebben nagelaten binnen de organisaties en zijn ook betrokkenen van CMO's gesecculariseerd.

De moeilijkheden heb in deze scriptie geconcretiseerd en vertaald naar uitdagingen. Het woord 'uitdaging' duidt er op dat er mogelijkheden zijn voor CMO's om de moeilijkheden te overwinnen, maar tegelijkertijd duidt het woord er ook op dat dit niet eenvoudig is. De uitdagingen die ik geïdentificeerd heb, zijn: 'maatschappelijke legitimatie', 'eigendom en doelgroep', 'financiering' en 'secularisatie'. De uitdagingen houden verband met elkaar en aan de door mij gebruikte volgorde kan geen rangorde worden ontleend.

Naast uitdagingen heb ik ook keuzes geformuleerd die naar mijn idee voortvloeien uit deze uitdagingen. Dit kunnen dus mogelijkwijs keuzes zijn die huidige CMO's maken in heroriëntatie van de maatschappelijke rol en de actualisatie van de christelijke identiteit. De

geformuleerde keuzes zijn echter geen gemakkelijke keuzes en het is voorstelbaar dat CMO's, wanneer ze hebben bepaald dat ze de identiteit willen actualiseren, ze deze alsnog moeten loslaten omdat sommige keuzes voor hen moeilijk of niet te maken zijn.

Hoewel aan de volgorde van de uitdagingen geen rangorde ontleend kan worden, zijn de uitdagingen verschillende van aard. Uitdagingen 1 en 2 gaan over de inhoud van de christelijke identiteit en maatschappelijke rol, uitdagingen 3 en 4 gaan over de context waarin CMO's opereren. Wanneer CMO's de identiteit willen actualiseren, moeten zij in deze context voorwaarden scheppen, zodat zij zich op de gewenste manier kunnen organiseren. Deze uitdagingen hangen met elkaar samen: wanneer CMO's voor inhoudelijke keuzes staan, kunnen de voorwaarden daar een belangrijke belemmering in vormen.

Dat CMO's zich heroriënteren op de christelijke identiteit en maatschappelijke rol lijkt in een tijd van verschuivende verhoudingen een logisch gevolg te zijn. Dat zij zich hierbij laten leiden door de context is echter minder vanzelfsprekend. Hoewel ik hierboven beschreven heb dat de literatuur over FBO's zich vooral richt op organisaties die zich niet hebben laten leiden door tendensen in de samenleving, bevinden deze organisaties zich wel degelijk in dezelfde context als de CMO's uit deze scriptie. Secularisatie en financiering vormen voor deze organisaties geen belemmering.

Gedachten over secularisatie vormen een interessant contrast tussen de CMO's uit deze scriptie en de organisaties die in literatuur over FBO's centraal staan. Uit onderzoeken naar FBO's blijkt dat betrokkenen zich niet laten leiden door secularisatietendensen, omdat hun roeping sterker is. De perceptie van informanten strookt hier niet mee en volgens hen wordt het christelijk organiseren vermoeilijkt wordt door secularisatietendensen. Uit mijn analyse blijkt dat secularisatie vaak als verhaal wordt toegeëigend en daarmee de kans groot is dat secularisatie een selffulfilling prophecy wordt. Ook de informanten lijken mee te gaan in het secularisatieverhaal.

De uitdagingen waar CMO's voor staan, zijn dus niet alleen afhankelijk van tendensen in de samenleving. Betrokkenen bij CMO's spelen hierin ook een rol. Zien zij zelf nog een rol weggelegd voor CMO's en 'geloven' zij nog in de identiteit van de organisatie? Deze vragen raken het eigenaarschap van de organisatie. De uitdagingen kunnen dan ook niet los van elkaar gezien.

§9.3 Beantwoording hoofdvraag

Naar aanleiding van de bevindingen rondom de deelvragen, zal ik nu de hoofdvraag van deze scriptie beantwoorden. CMO's worstelen met hun christelijke identiteit omdat zij verwijderd

zijn geraakt deze identiteit. Doordat CMO's zich enerzijds door de overheid hebben laten beïnvloeden en omdat ze anderzijds mee zijn gegaan in het secularisatieverhaal, hebben CMO's de eigen identiteit niet weten te waarborgen.

Door verschuivingen in de samenleving, staat de maatschappelijke legitimiteit van CMO's onder druk en CMO's bevinden zich in een heroriëntatie op hun maatschappelijke rol en identiteit. In deze heroriëntatie krijgen CMO's te maken met verschillende moeilijkheden. Om deze moeilijkheden inzichtelijk te maken, heb ik de moeilijkheden vertaald naar uitdagingen. Naast uitdagingen heb ik verschillende keuzes geformuleerd die CMO's kunnen maken in een heroriëntatie op hun maatschappelijke rol en identiteit. In de uitwerking van deze keuzes is inzichtelijk geworden hoe deze worstelingen er uit ziet.

De uitdagingen brengen moeilijke keuzes met zich mee en de vraag is of CMO's deze keuzes willen, durven of überhaupt kunnen maken. Sommige keuzes zullen voor CMO's betekenen dat ze moet veranderen. De christelijke identiteit in CMO's behelst meer dan alleen een naam die opgehouden dient te worden.

Het christelijke veld in Nederland is in beweging en het is vooralsnog onduidelijk of CMO's deze beweging overleven en opnieuw hun rol in de publieke ruimte weten op te eisen. De verhoudingen tussen de overheid en CMO's zijn aan het veranderen, maar of CMO's taken van de overheid zullen overnemen of misschien een andere maatschappelijke rol op zich zullen nemen, zal de toekomst moeten uitwijzen. Door een terugtrekkende overheid zullen er nieuwe mogelijkheden voor CMO's ontstaan. In deze scriptie heb ik aandachtspunten en keuzemogelijkheden geïdentificeerd waarop CMO's verschillende antwoorden kunnen formuleren. Daarom zal het veld van CMO's naar verwachting in beweging blijven.

§9.4 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Deze scriptie behelst een analyse van de worstelingen onder CMO's en zoals ik in de inleiding heb geschreven, is een analyse de eerste stap op weg naar een oplossing. Er zijn dan ook meerdere mogelijkheden om tot een oplossing van het identiteitsprobleem van CMO's te komen. Daarom zal ik hieronder enkele aanbevelingen doen voor vervolgonderzoek naar de christelijke identiteit in CMO's.

In deze scriptie beschrijf ik brede kernschetsen over de worstelingen van CMO's betreffende hun identiteit. Vervolgonderzoek bij specifieke CMO's zal kunnen uitwijzen op welke wijze CMO's in de praktijk bezig zijn met deze problematiek op het niveau van dagelijkse activiteiten.

Verder heb ik voor de verschillende uitdagingen keuzes geformuleerd die allen

worstelingen in zichzelf zijn. Voor CMO's zou het raadzaam zijn om de verschillende keuzemogelijkheden te onderzoeken voordat zij de identiteit actualiseren, dan wel loslaten. Zo zou de vraag hoe organisaties mensen kunnen binden en of 'oude' bindingen eventueel te herstellen zijn interessant zijn voor vervolgonderzoek.

Vanuit dit perspectief zou ook een verdere uitwerking van de verschillende keuzes toegevoegde waarde voor CMO's kunnen hebben. Wat betekent het bijvoorbeeld voor de toekomst van de organisatie wanneer zij een bepaalde keuze volgt? Zijn er andere keuzemogelijkheden denkbaar?

Verder zou een intern onderzoek bij CMO's zal kunnen uitwijzen of er binnen CMO's nog mensen zijn die vanuit een christelijke identiteit nog een maatschappelijke rol voor de organisaties zien weggelegd.

Mochten CMO's de identiteit willen actualiseren, zou het goed zijn om een onderzoek uit te voeren naar de motivatie achter deze keuze. Het inzichtelijk maken van deze motivatie kan een belangrijke rol spelen in het herstel van eigenaarschap.

Ten slotte heb ik geschreven dat uitdaging 1 en 2 meer gaan over de inhoud van de christelijke identiteit en uitdaging 3 en 4 gaan meer over voorwaarden. Voor een organisatie zou het raadzaam zijn helderheid te verkrijgen over hoe zij tegenover de voorwaarden staat en in hoeverre eigenaren voorwaarden kunnen scheppen.

Bronnen

Literatuurlijst

- Alexander, J.C., 'Introduction', in (red.) Alexander, J.C., *Real civil societies*, Londen 1998.
- Balkenende, J.P., *Overheidsregelgeving en maatschappelijke organisaties*, Alphen aan de Rijn, 1992.
- Banning, W., *Hedendaagse sociale bewegingen*, bewerkt door Woldring H.E.S., Amstelveen 1988.
- Beaumont, J. en Dias C., 'Faith-based organisations and urban social justice in the Netherlands', in *Tijdschrift voor economische en sociale geografie, Volume 99, Issue 4*, 2008.
- Beaumont, J. en Şen, M., 'State-religion relations and welfare regimes in Europe', in *Faith-based organisations and exclusion in European cities*, Bristol 2012.
- Bielefeld, B. en Cleveland, W.S., 'Defining Faith-based organizations and understanding them through research', in *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 42, 2013.
- Blom, J.C.H., 'Nederland sinds 1830', in (red.) Blom, J.C.H. en Lamberts, E., *Geschiedenis van de Nederlanden*, Amsterdam 1993.
- Becker, J., Hart, J., de, m.m.v. Arnts, L., *SCP: Godsdienstige veranderingen in Nederland. Verschuivingen in de bindingen met de kerken en christelijke traditie*, Den Haag 2006.
- Becker, J.W., Hart, J., de, Mens, J., *SCP: Secularisatie en alternatieve zingeving in Nederland*, Rijswijk 1997.
- Brouwers, J., Crijns, H., Wissink, J., 'Diaconie in de Rooms-katholieke kerk vanaf de 16^e eeuw', in: (red.) Crijns, H., Hogema, E., Miedema, L., Noordegraaf, Robbers- van Berkel, P., Well, H., van, Wissink, J., Arts-Honselaar, H., *Handboek diaconiewetenschap. Diaconie in beweging*, uitgeverij Kok 2011.
- Bruin P.B., *Sociologische beginselen. Leidraad bij de studie der sociale quaestie*, Nijmegen 1904.
- Buijs, G., 'Civil Society. 'De herontdekking van de vrije associaties'' in (red.) Buijs, G., Dekker, P. en Hooghe, *Civil Society. Tussen oud en nieuw*, Amsterdam 2009.
- Buijs, G., 'Inspiratie, organisatie, frustratie, heroriëntatie' in Buijs G. e.a. *Wat je zegt, ben je zelf. Identiteit en christelijke organisaties*, Zwolle 2003.
- Çelik, C., Creemers, I. en Dekker P., *Breekpunt of bindmiddel. Religieus engagement in de civil society*, Zoetermeer 2011.

- Cnaan, R.A., 'Foreword', in (red.) Beaumont, J. en Cloke, P., *Faith-based organisations and exclusion in European cities*, Bristol 2012.
- Couwenberg, S.W., *Het particuliere stelsel: de behartiging van publieke belangen door particuliere lichamen*, Leiden 1953.
- Davelaar, M. en Kerstens, W., 'A shelter from the storm: faith-based organisations and providing relief for the homeless', in *Faith-based organisations and exclusion in European cities*, Bristol 2012.
- Davelaar, M., Witte, N., de Swinnen, H., en Beaumont, J., 'FBO's and social exclusion in the Netherlands', in (red.) Dierckx, D., Vranken, J., Kerstens, W., *Faith-based-organisations and social exclusion in European cities, national context reports*, Leuven 2009.
- Dekker, G., 'Secularisatie en fundamentalisme', in (red.) Schaeffer, H., *Handboek Godsdiens in Nederland*, Amersfoort 1992.
- Dekker, P., 'De civil society vergeleken' in *Civil society. Tussen oud en nieuw*, Amsterdam 2009.
- Della Porta, D. en Diani, M., *Social Movements: an introduction*, Blackwell Publishing 2006.
- Dijk, J.J. van, 'Het Christelijke Nationaal Vakverbond – van een verzuilde organisatie naar een vakbond met een christelijke identiteit', in (red.) Schutte, G.J., *Cahier over de geschiedenis van de christelijke-sociale beweging, nummer 7: Geïnspireerde organisaties*, Amsterdam 2007.
- Donk, W. v.d. en Plum, R., 'Secularisering en terugkeer van religie', in: (red.) Donk, W.B.H.J., v.d., Jonkers, A.P., Kronjee, G.J., Plum, R.J.J.M., *Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid (WRR), Geloven in het publieke domein: verkenningen van een dubbele transformatie*, 2006.
- Doorn, J.J.A., 'De verzorgingsmaatschappij in de praktijk', in (red.) J.A.A. van Doorn en C.J.M. Schuyt, *De stagnerende verzorgingsstaat*, Amsterdam 1978, p. 21.
- Eijnatten en Liemburg, *Nederlandse religiegeschiedenis*, Hilversum 2005.
- Elander, I., Davelaar, M. en Walliser, A., 'Faith-based organisations, urban governance and } welfare state retrenchement', in *Faith-based organisations and exclusion in European cities*, Bristol 2012.
- Groen, H., *Identiteit als belofte. Over organisaties die een naam hebben op te houden*, Zoetermeer 1998.
- Hazen Bosch P., *Voor het volk om Christus' wil: een geschiedenis van het CNV*, Hilversum

- 2009.
- Islamoglu, H., 'Civil Society, Concept and History of', in *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* 2001.
- Kocka, J., 'Naar een Europese civil society' in *Civil Society. Tussen oud en nieuw*, Amsterdam 2009.
- Koet, B., 'Exegetische kanttekeningen over diakonia in het Nieuwe Testament – Leren of doen?' in: (red.) Crijns, H., Hogema, E., Miedema, L., Noordegraaf, Robbers- van Berkel, P., Well, H., van, Wissink, J., Arts-Honselaar, H., *Handboek diaconiewetenschap. Diaconie in beweging*, uitgeverij Kok 2011.
- Kronjee, G., 'De religieuze transformatie en de sociale cohesie', in (red.) Donk, W.B.H.J. van den, Jonkers, A.P., Kronjee, G.J., Plum, R.J.J.M., *WRR: Geloven in het publieke domein. Verkenningen van een dubbele transformatie*, Amsterdam 2006.
- Lans, J. van der, 'Maatschappelijk middenveld' in: (red.) Verplanke, K., Engbersen, R., Duyvendak, J., Tonkens, E., Vliet, K., van, *Open deuren. Sleutelwoorden van lokaal sociaal beleid*, Meppel 2002.
- Lelieveldt, H., *Wegen naar macht. Politieke participatie en toegang van het maatschappelijk middenveld op lokaal niveau*, Amsterdam 1999.
- Meulen, M., van der, *Vroom in de Vinex. Kerk en civil society in Leidsche Rijn*, Maastricht 2006.
- Noordegraaf, H., en Tieleman, H., 'Kerken, economie en het sociale vraagstuk in (red.) Schaeffer, H., *Handboek godsdienst in Nederland*, Amersfoort 1992.
- Paul, H., *Ziektegeschiedenissen. De discursieve macht van secularisatieverhalen*, rede uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt bijzonder hoogleraar secularisatiestudies vanwege de IZB en GZB aan de faculteit Godgeleerdheid en Godsdienstwetenschap van de Rijksuniversiteit Groningen, dinsdag 24 september 2013.
- Pérez-Díaz, V., *The return of civil society*, Cambridge 1993.
- Putnam, R., 'Bowling Alone: America's declining social capital' in *Journal of Democracy*, 6(1) 1995.
- Putnam, R., *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York 2000.
- Putte, K., *SCP: Rijk geschakeerd. Op weg naar de participatiesamenleving*, Den Haag 2014.
- RMO, *Stem geven aan verankering. Over de legitimering van maatschappelijke dienstverlening*, Den Haag 2009.

- Romanillos, J.L., Beaumont, J. en Şen, M., 'State-religion relations and welfare regimes in Europe, in *Faith-based organisations and exclusion in European cities*, Bristol 2012.
- Rooden, P., van, *Religieuze regimes. Over godsdienst en maatschappij in Nederland, 1570-1990*, Amsterdam 1996.
- Schutte, G.H., 'Arbeid, die geen brood geeft; en de ziel verstikt in smook' in G.H. Schutte, *Een arbeider is zijn loon waardig. Honderd jaar na Rerum Novarum en Christelijk-Sociaal Congres 1891: De ontwikkeling van het christelijke-sociale denken en handelen in Nederland 1891-1914*, 's Gravenhage 1991.
- Shils, E., 'The virtue of civil society' in *Government and opposition* (26/1) 1991.
- Simons, E., en Winkeler, L., *Het verraad der clercken. Intellectuelen en hun rol in de ontwikkelingen van het Nederlandse katholicisme na 1945*, Baarn 1987.
- Walzer, M., 'Equality and civil society' in (red.) Chambers, S. en Kymlicka, W., *Alternative conceptions of civil society*, Princeton University press 2002.
- Wolfe, A., *Whose keeper?*, Californië 1989.
- Zijderveld, A.C., 'Transformatie van de verzorgingsstaat', in (red.) A. Idenburg, *De nadagen van de verzorgingsstaat. Kansen en perspectieven voor morgen*, Meulenhof Informatief en Sociaal Cultureel Planbureau, Amsterdam en Rijswijk 1983.
- Zijderveld, A.C., 'Wat is en doet het maatschappelijk middenveld?', Bestuursforum juni/juli 1989.

Websites

<http://www.ru.nl/>

Informatie over de naamswijziging in 2004 van de katholieke universiteit van Nijmegen naar de Radboud University (18-04-2015).

<http://www.paxvoorvrede.nl/over-ons/identiteit>.

Informatie over de naamswijziging in 2014 van IKV PAX Christi naar vredesbeweging PAX (18-04-2015).

<http://www.trouw.nl/tr/nl/5091/Religie/article/detail/3764883/2014/10/09/Het-gaat-goed-met-de-ChristenUnie-Maar-hoe-lang-nog.dhtml>.

Eind 2014 schreven historici Ewout Klei en Remco Mulligen een essaybundel waarin ze christelijke partijen kritisch tegen het licht hielden. Voor het dagblad 'Trouw' hebben ze voor iedere partij de kansen en gevaren beschreven (18-04-2015).

<http://www.katholieknetwerk.nl/>.

Website van het VKMO (18-04-2015).

<http://www.stichting-csc.nl/>.

Website van de stichting Christelijk Sociaal Congres (18-04-2015).

<http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=maatschappelijk&lang=nn#.VTJQek103cs>.

Betekenis van het woord ‘maatschappelijk’ (18-04-2015).

<http://www.prismaweb.org/nl/home>.

Website van de vereniging van christelijke ontwikkelingsorganisatie: Prisma. Henk Jochemsen is directeur van Prisma (29-04-2015).

<http://www.viceversaonline.nl/2011/10/wortels-om-te-koesteren-2/>.

Deze link verwijst naar het journalistiek onderzoek dat ik tijdens mijn stage voor Vice Versa, vakblad over ontwikkelingssamenwerking, heb uitgevoerd (29-04-2015).

<http://www.socires.nl/index.php?a=Mission>.

Socires is een expertisecentrum dat zich richt op thema's rond de verhouding tussen publiek en privaat, zoals maatschappelijke organisaties in publieke dienstverlening, de samenwerking tussen overheid, markt, en maatschappelijke organisaties, en de rol van religie in de samenleving. Deze link verwijst naar de website van Socires. Eén van de informanten uit het onderzoek is directeur bij Socires (01-05-2015).

<http://www.crowdfunding.nl/wat-is-crowdfunding/wat-is-crowdfunding/>.

Door middel van deze site heb ik in hoofdstuk 6 uit kunnen leggen wat crowdfunding, één van de mogelijke financieringsbronnen voor CMO's, is (18-03-2015).

Bijlage: Interviewschema

Interview

Dit interview zal gebruikt worden ten behoeve van mijn scriptie. Voor deze scriptie doe ik een onderzoek naar de voorwaarden waaronder christelijke maatschappelijke organisaties een vruchtbare eigen inbreng kunnen hebben in onze postmoderne samenleving.

In het kader van mijn studie godsdienstwetenschap aan de Rijksuniversiteit Groningen voer ik voor mijn afstudeerscriptie een onderzoek uit waarbij ik graag uw hulp wil inroepen. Ik doe een onderzoek naar de voorwaarden waaronder christelijke maatschappelijke organisaties een vruchtbare eigen inbreng kunnen blijven hebben in het maatschappelijk leven in onze postmoderne samenleving. Vanuit uw positie, ervaring en deskundigheid verwacht ik dat u mij veel zou kunnen vertellen over de plaats van religie in de huidige samenleving en wat de rol is voor CMO's.

Onderwerpen waarover ik het graag met u zou hebben:

- **Over uw persoonlijke relatie met betrekking tot religie en met betrekking tot christelijke maatschappelijke organisaties (CMO's)**
 1. Wat is uw relatie ten opzichte van religie in Nederland? En wat is uw relatie ten opzichte van christelijke maatschappelijke organisaties?
 2. Hoe bent u terecht gekomen op de positie waar u nu zit?
 3. Wat is uw achtergrond?
 4. En hoe denkt u over een christelijke identiteit van maatschappelijke organisaties in de huidige samenleving?

- **Over uw visie op religie in Nederland, verleden-heden-toekomst**
 1. Wat is uw visie op de ontwikkeling van religie en de plaats ervan in de samenleving, in het verleden heden en toekomst?

- **Over de ontstaansgeschiedenis van CMO's**
 1. Waarom zijn deze organisaties ontstaan?

2. Hoe en wanneer zijn deze organisaties ontstaan? Wat betekende de christelijke identiteit ten tijde van haar ontstaan?
 3. Wat zijn belangrijke ontwikkelingen geweest in haar ontstaansgeschiedenis?
 4. Hebben zich crisismomenten voorgedaan tijdens het bestaan van CMO's?
 5. Wat hebben CMO's bereikt?
 6. Wat zijn belangrijke figuren geweest in het ontstaan van deze organisaties?
- **Over de context waarin CMO's opereren**
 1. In welke context bevinden CMO's zich tegenwoordig?
 2. Zijn de organisaties veranderd met betrekking tot het verleden? Zo ja, op welke manier en waarom? Hoe kan dit?
 3. Heeft de maatschappij hier invloed op gehad?
 4. Bestaan er spanningen tussen een christelijke identiteit en onze samenleving? Zo ja, hoe kan deze spanning doorbroken worden? Hoe gaan organisaties hier mee om? Is dit de juiste manier?
 - **Over de plaatsbepaling van CMO's**
 1. Waaraan ontleen CMO's hun bestaansrecht?
 2. Wat is de plek voor CMO's in de huidige maatschappij?
 3. Wat is er 'christelijk' aan een CMO?
 4. Wat maakt een CMO speciaal ten opzichte van 'seculiere' maatschappelijke organisaties?
 5. Hoe ziet u de toekomst van CMO's? Wat zouden ze eventueel kunnen veranderen?
 - **Over de organisationele, christelijke identiteit van maatschappelijke organisaties**
 1. Welke rol speelt religie in de identiteit van CMO's?
 2. Wat betekent 'christelijk' in de christelijke identiteit van huidige maatschappelijke organisaties?
 3. Zou de christelijke identiteit van organisaties zichtbaar moeten zijn? In hoeverre is dit nu ook zo?
 4. Hoe positioneren organisaties zich?
 5. In hoeverre zouden christelijke principes moeten worden aangehouden in christelijke maatschappelijke organisaties? (bijvoorbeeld: Zouden de werknemers christelijk moeten zijn? Zouden CMO's zich moeten laten leiden door christelijke

waarden?

Zouden CMO's samen moeten werken met christelijke organisaties?

Zouden de doelen, producten en service christelijk moeten zijn?

Hoe zou het leiderschap in CMO's moeten verlopen? Wie neemt de beslissingen?

6. Wat zijn sterke/ zwakke punten om te werken vanuit een christelijke identiteit?