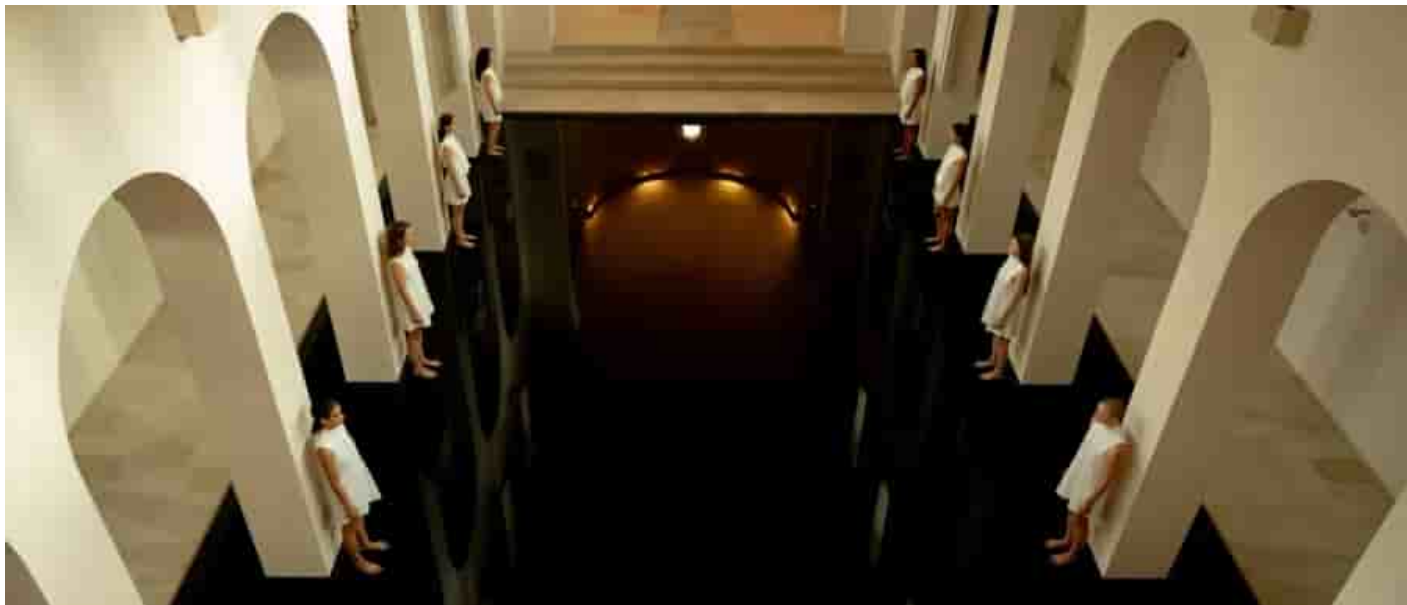




The Spirit of Amsterdam: ... gebedshuizen en kunstenaars ... - Fotografie: Gonalo Duarte

'Zingeving normaliseren in eigentijdse vorm'

Door: Annemieke Diekman

30-10-2025

(Social) impact Interview

The Spirit of Amsterdam organiseert festivals in gebedshuizen, waar lichtkunstenaars, muzikanten en andere performers optreden voor jong publiek van alle gezindten en afkomst. De organisatie is nu nog grotendeels afhankelijk van fondsen en subsidies, maar groeit snel. ‘Onze droom is een volledig onafhankelijke sociale onderneming’, vertelt medeoprichter Robert-Jan Glas.

Barmhartigheid, heldhaftigheid en vastberadenheid, zijn de kernwaarden van The Sprit of

Amsterdam. Wat betekenen die voor jullie?

Glas: 'Wij hebben deze waarden nieuw leven ingeblazen, omdat het de waarden van Amsterdam zijn. We werken samen met kerken, synagogen, moskeeën, tempels, met verschillende kunstenaars en met de gemeente. Iedereen heeft zijn eigen verhaal en zijn eigen waarden, maar de stadse waarden zijn voor ons een goed vertrekpunt om een nieuw netwerk te smeden. Het zijn heel oude waarden, die openstaan voor interpretatie. Wij hebben er een betekenisvol verhaal aan gehangen dat past bij ons initiatief.'

Als je deze waarden vertaalt naar jullie organisatie, hoe ziet dat er dan uit?

'De vastberadenheid zit denk ik in het compromisloos de hand blijven uitsteken naar de ander. Hoe ver die soms ook van je weg lijkt te staan. Daarin geven we niet op. Het heldhaftige betekent voor ons als organisatie dat we staan voor de meest kwetsbaren in de samenleving. Die groep mensen zien wij als onze inspiratiebron. Daklozen, vluchtelingen, of mensen die het gewoon wat minder goed hebben in onze maatschappij, dragen verhalen bij zich die te weinig worden gehoord. Als je die mensen hun verhaal laat vertellen, blijken dat vaak ook heldhaftige verhalen te zijn. Het barmhartige is de makkelijkste match. Hiermee koppelen we de stad aan de barmhartige Samaritaan. Het zijn alle drie klassieke waarden, waarvan veel mensen, ook jonge, nu het belang weer inzien.'

Wat is het idee achter jullie organisatie?

'Wij waren al actief in het sociaal-maatschappelijk domein. Daarvoor werkte ik zelf in de reclame en besloot mijn kennis en kunde in te gaan zetten voor wat ik werkelijk belangrijk vind. Het was een switch van een paar weken waarin je in één keer merkt: dit is het voor mij. En als je eenmaal in de wereld van filantropie zit, dan kom je vanzelf 'de kerk' tegen. Zo zagen we dat er in heel veel kerken behoefte is aan nieuw publiek. Er zijn momenteel nog zo'n 6000 kerkgebouwen in Nederland, waarvan er elke week drie hun functie verliezen. Als eerste hebben we in 2022 met Amsterdam Dance Event (ADE) een proevenement met daklozen in een kerk georganiseerd. We merkten daar dat Millennials en GenZ helemaal niet zo sceptisch meer kijken naar een kerkgebouw of naar religie. Die hebben, anders dan oudere generaties, dat dogmatische meestal niet meegekregen van huis uit.'

Deze generaties zoeken naar nieuwe manieren van verbinding?

'Klopt, ze zijn op zoek naar plekken om samen te komen en te dromen, in plaats van in hun eentje op dat apparaat te blijven scrollen. En daar zijn deze unieke locaties perfect voor. Zo ontstond de gedachte: Wat als we samen een festival organiseren zonder religieuze doelstellingen? Dat festival gaat dan niet over escapisme, over drank en drugs, maar over verbinding en zingeving. We hopen zo mensen samen te brengen die elkaar normaal niet ontmoeten, met het idee dat ze hun aandacht dan op elkaar richten. Als je dat samen met gebedshuizen doet, met hele toffe programmamakers, dan trek je die jonge mensen wel.'



Wat maakt jullie organisatie een sociale onderneming?

‘Wij willen van ons sociale initiatief een gezonde onderneming maken, waarbij de maatschappelijke waarde boven de commerciële gaat. En waarbij wij de komende 5 jaar tot 40, 50 procent minder afhankelijk willen worden van subsidies en fondsen dan nu. Zo niet helemaal. Onze droom is een volledig onafhankelijke sociale onderneming.’

En hoe pakken jullie dat aan?

‘Naast het organiseren van het festival en andere evenementen gaan we nu structureel samenwerken met de Keizersgrachtkerk in Amsterdam. Een pilot. Als je naast de festivals op vaste plekken aan de slag kunt, dan kun je er ook andere verdienmodellen op plakken. Zo kun je nadenken over verhuur, het type programmering dat je doorlopend aanbiedt of een lidmaatschap van The Spirit. We hebben nu een startbudget om een mooie app te bouwen, de ‘classpass van zingeving’. Via de app ga je naar programma's die jij tof vindt in kerken of andere gebedshuizen in Nederland. Om de app volledig te kunnen gebruiken, moeten geïnteresseerden een klein bedrag betalen.’

Hoe houd je tijdens die groei vast aan je sociale waarden?

‘We hebben een onderneming en een stichting, onze bv staat onder toezicht van de stichting. Er hoort een stichting administratiekantoor bij, dus we gaan naar een b-corps situatie toe. Aan alle kanten dichtgetimmerd, zodat we vrij kunnen ondernemen met de juiste activiteiten en ook nog steun kunnen krijgen van publiek geld. Dus die mengvorm, ja, dat is de sleutel, want de sociaal-maatschappelijke onderneming als rechtsvorm bestaat nog niet in Nederland.’

Jullie zijn in de basis nog een start-up. Verwacht je binnen 5 jaar door te groeien naar een scale-up?

‘Het aantal activiteiten groeit snel. We hebben nu een vaste locatie waar we aan de gang gaan, een app, het grote festival - eind november de 2e editie - en we stonden op Lowlands afgelopen keer. Ook zijn we weer op ADE met een van onze programma's en daarmee zijn er nu twee grote festivalorganisaties die dit concept en onze methodiek omarmen.’

‘Als je een niche vindt, springt iedereen daarop in. Dat is heel mooi en biedt veel mogelijkheden. Op korte termijn zit de meeste potentie bij het bedrijfsleven. Daar bestaat een enorme behoefte aan zingevende programma's. Als je bedrijven kunt bewegen om vanuit andere waarden te denken, kunnen we echt het verschil maken. Het levert niet alleen financieel meer op, maar uiteindelijk vooral maatschappelijk.’

Hoe ziet de financiering van The Spirit eruit?

‘Voor de programmering van de kunstenaars zijn het vooral – culturele - fondsen. Daarnaast dragen andere fondsen en de gemeente bij. Wij hebben een collectief gesmeed tussen verschillende geloven en sociaal-maatschappelijke organisaties en daar ziet de gemeente het belang van in. De komende jaren blijft de gemeente ons hoop ik ondersteunen.’

‘Verder zijn er ook enkele commerciële sponsorships, want we hebben zichtbaarheid nodig. De kaartverkoop brengt ook wat op, maar als cultureel initiatief meestal maar zo'n 15 tot 20 procent van je totale inkomsten. Het ideale scenario zou zijn als we een grote impactinvesteerder aan ons bedrijf weten te binden. Een organisatie die onze waarden deelt en zelf ook bezig is met dit soort vernieuwingen.’

Als je nu in één zin jullie missie wil vatten?

‘In één zin vind ik lastig. Het idee is nu vaak dat spiritualiteit of zingeving draait om de ik-persoon. Als je wat meer in de wij-vorm gaat denken en doen, ontstaat er vanzelf een nieuwe betekenis. Zingeving normaliseren, dat is het. In een eigentijdse vorm, dat dan wel.’

Algemene informatie:

- Opgericht: in 2022 door Stefan Beek en Robert-Jan Glas
- Missie als ondernemer(s): ‘Zingeving normaliseren in een eigentijdse vorm’ - Wie: bestuur (3 leden), kernteam van 9 medewerkers, vrijwilligers

Strengths

- Speelt in op een breed gedragen behoefte aan collectieve betekenis en verbondenheid.
- Biedt antwoorden op actuele uitdagingen als polarisatie en mentale gezondheid.
- Gedragen door een divers netwerk van makers, gemeenschappen en locaties.
- Maakt kerk(gebouwen) toekomstbestendig.

Weaknesses

<https://www.wereldvanfilantropie.nl/nieuws/zingeving-normaliseren-in-eigentijdse-vorm>

© This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC-ND 4.0 license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

- Afhankelijk van publieke financiering.
- Complexe producties die vereenvoudiging vragen.
- Te weinig structurele partners (zoals bv Afas of een Menzis).

Opportunities

- Membership model, werken op vaste locaties en Spirit-app voor continuïteit.
- Groei door terugkerende formats en internationale belangstelling.
- Positionering als sociaal-maatschappelijke onderneming aantrekkelijk voor fondsen én bedrijven.

Threats

- Te trage toegang tot voldoende funding voor snelle groei die we nu doormaken.
- Projectomvang vraagt meer ondernemerschap in middelen en talent.
- Risico dat maatschappelijke urgentie sneller groeit dan organisatorische capaciteit.

Derde artikel in een serie over sociale ondernemingen. Eerdere artikelen zijn verschenen op 12 juni (Natuurplatform Sumthing) en 21 augustus (The Good Roll).