

A thick red rope forms a rectangular border around the text. The rope has a twisted texture and frayed ends at the bottom right.

BAM

IN HET KORT

DE RODE DRAAD: dit is Business as Mission

*Dea
Gort*
BAM

INTRODUCTIE	9	4. BAM IS NIET ALLEEN VOOR ONDERNEMERS	42
1. BUSINESS AS MISSION	14	Professionals, kerk en onderwijs	42
Ondernemerschap	14	Ecosysteem	44
Een transformerende onderneming	15	5. WAT BAM VRAAGT & OPLEVERT	46
De kloof overbruggen	16	Het kost je wat!	46
2. ACHTERGRONDEN	18	Dansen op een koord	50
BAM is niet nieuw	18	Een overvloedig leven	52
Herontdekt	20	6. AAN DE SLAG	56
Theologische verschuivingen	22	Verbind je, stap uit!	57
3. WAT ZIJN BAM-BEDRIJVEN?	24	De BAM-scan	58
BAM-kenmerken	24	BAM Nederland	60
De BAM-bron	32	Websites & boeken	62
Voorbeelden in Nederland en buitenland	33		



Introductie

Business 'as mission'? Dat roept vragen op. Want op zich is business al goed en dan zou je er dus ook geen 'missie' aan vast hoeven te plakken. Tenminste als je business bedrijft zoals God het bedoeld heeft: waarde toevoegen aan dat wat ons op aarde is gegeven om daarmee de gemeenschap verder te helpen. Dat is creatief, scheppend en dienend. Ook als je het beziet vanuit het perspectief dat bedrijven werkgelegenheid verschaffen, innovatie bevorderen en zorgen voor welvaart. Daarmee dienen we God en mens.

Vanuit die overtuiging geloof ik dat ondernemers die Jezus op het marktplaatsplein volgen al een heilige roeping hebben. Maar hoe kun je die 'heilige roeping' vormgeven? Het bovenstaande 'op zich is business goed' is immers wat al te rooskleurig geschilderd. De maatschappij is niet zoals God het bedoeld heeft; we leven in een gebroken wereld en de wapen- en tabaksindustrie kunnen we lastig scharen onder 'waarde toevoegen' of 'gemeenschap dienen'. Daarbij werd lange tijd gedacht in de zakenwereld 'de business van business is business', met als gevolg dat veel ondernemers vooral winstgevendheid voor ogen hebben in hun business. Vanuit christelijk perspectief is dat moeilijk te rijmen. Christelijke ondernemers hebben een breder perspectief.

Duurzaamheidsissues, klimaatproblemen en zingevingvragen hebben een tegenbeweging op gang gebracht in de samenleving. Het gedachtegoed van Business as Mission (kortweg BAM) zou je kunnen duiden als een beweging binnen die tegenbeweging. Je zou kunnen zeggen dat BAM het tij mee heeft en meelift op de tijdgeest. Maar ik geloof vooral dat *Gods Geest* aan het werk is, en dat dit de reden is waarom steeds meer christenen zich realiseren dat bedrijven een enorme invloed ten goede kunnen hebben en antwoorden kunnen geven op vragen die leven. Vooral als we dat intentioneel doen en aansluiten bij Gods missie: Zijn verlangen dat we ons omkeren, een andere weg inslaan en tot herstel en vernieuwing komen. Vernieuwing in ons denken. Herstel van individuen, industrieën en gemeenschappen.

Wereldwijd is het Lichaam van Christus het potentieel van ondernemingen aan het (her)ontdekken, en zijn christenen bezig – individueel en in (kerk)gemeenschappen – om in noodlijdende gebieden in de wereld spirituele, sociale, ecologische en economische kwesties aan te pakken. Middels business.



In ons land kennen we een hoge mate van materiële welvaart, maar ook hier vallen hele groepen mensen buiten de boot en zitten zaken scheef. Ook in het 'rijke' Westen ontdekken christenen het potentieel van een onderneming, vanwege het gegeven dat business uitermate relationeel is, deuren opent naar alle lagen van de bevolking en dat de werkplek een vormingsplek kan zijn waar mensen kunnen groeien en bloeien.

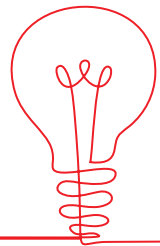
Het is mijn verlangen dat creatieve en innovatieve ondernemers, geïnspireerd door de Heilige Geest van God met oplossingen komen voor dat wat scheef zit, dit aanstekelijk presenteren en daarmee groeperingen in de samenleving meenemen in vernieuwing. Tot eer van God.

Dit boekje over het BAM-gedachtegoed is niet alleen van belang voor ondernemers maar voor het hele Lichaam van Christus, want we leven in een 'markt-cultuur' en velen werken in een bedrijf. Midden op dat marktplein is God aan het werk. BAM is daar een uiting van. Het is een aanstekelijke en veelbelovende beweging.

Daarom nodig ik je van harte uit: *Kom, en doe mee!*

Gea Gort

September 2019



1. BUSINESS AS MISSION

De uitdaging

De transformerende invloed van een business kan buitengewoon zijn, wanneer de Geest van Christus vanuit de kern invloed mag hebben op de bedrijfscultuur, op interne en externe relaties en op producten en diensten.

Het Business as Mission (BAM) gedachtegoed bevestigt ondernemers in hun roeping, en daagt hen uit om een transformerende onderneming te creëren.

Ondernemerschap

Vanuit roeping

Roeping is iets anders dan een beroep. Het is geen keuze waarbij we vanuit wilskracht iets proberen te bereiken; dat kan status opleveren, maar ook schade doen aan de ziel. Roeping kiezen we niet, het is ons gegeven. Het hoort bij onze persoonlijkheid, komt van binnenuit en we voelen ons er als een magneet toe aangetrokken. Bij roeping erkennen we de verticale lijn, de bemoeienis van God. We zijn geboren in een bepaalde context en zijn ook begrensd; we hebben talenten, maar ook dingen die ons minder goed afgaan.

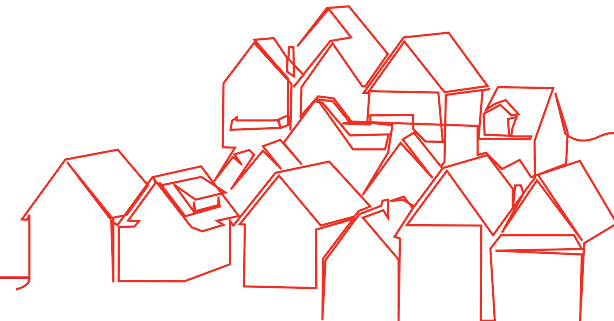
Het BAM-gedachtengoed moedigt aan om ondernemers-talent als roeping te zien in het licht van Gods Koninkrijk, zodat ondernemers hun talenten met plezier omarmen en er vrijmoedig mee aan de slag gaan.

Een transformerende onderneming

Als een instrument in Gods hand

Een transformerende onderneming voegt waarde toe aan mens en maatschappij, en draagt oplossingen aan voor maatschappelijke problemen. Om voortbestaan te garanderen, beoogt de onderneming ook financiële winst. De businesswereld is bekend met de drie P's: People, Planet, Profit. Bij BAM spreken we over de vierde P: wij zeggen dus Purpose (zingeving), People, Planet, Profit.

Het Business as Mission-gedachtegoed nodigt uit om de onderneming als een instrument in Gods hand te beschouwen en bewust Zijn gedachten te zoeken voor de onderneming. Een eigenaar heeft daarvoor ruimte en zeggenschap, maar ook werknemers kunnen invloed uitoefenen.

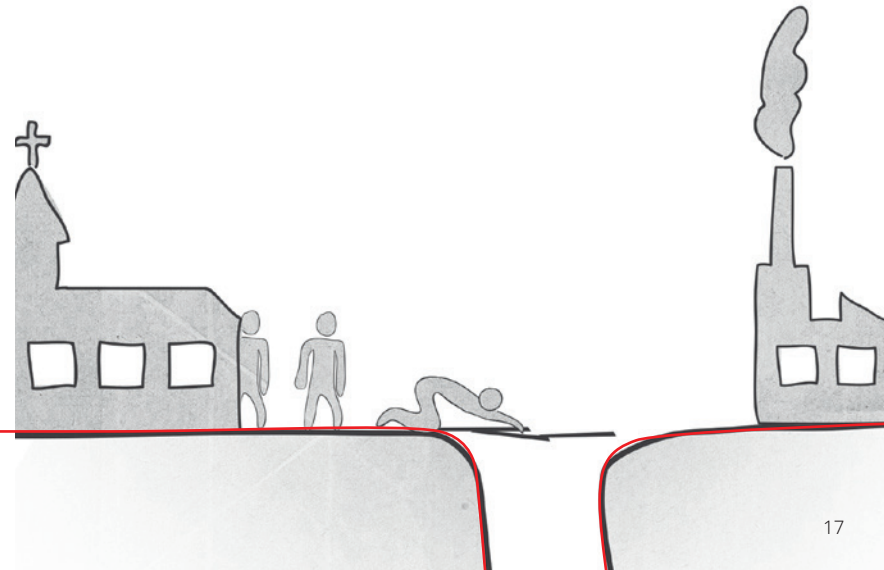


De kloof overbruggen

Tussen zondag en maandag

In ons denkbeeld over God, geloof en theologie is over de eeuwen een kloof ontstaan tussen zondag en maandag, tussen kerk en werk, tussen het 'heilige' en het 'seculiere'. Bewust of onbewust denken we dat een kerkelijk werker of zending een heilige roeping heeft, mogelijk een arts of verpleegster ook nog enigszins. Maar iemand die zich met business bezighoudt?

Het Business as Mission-gedachtegoed daagt ons uit om ons denken onder de loep te nemen en waar nodig bij te stellen, zodat we Gods plan voor ons werkende leven kunnen ontvangen.



DE RODE DRAAD: dit is Business as Mission

De benaming is nieuw, maar het concept niet, want Business as Mission (kortweg BAM) heeft haar oorsprong in de Bijbelse scheppings-opdracht: neem verantwoordelijkheid en maak er iets goeds van (de aarde bewerken en bewaren, Gen 1:26-28). Die opdracht is inclusief ondernemerschap. Een groeiend aantal ondernemers beseft dat, en wereldwijd kun je dan ook spreken van een BAM-beweging. Met een open houding naar de mensen om hen heen en naar God toe, willen deze ondernemers hun bedrijf inzetten om kansarmen kansen te geven, oplossingen te vinden voor wereldproblemen en vernieuwing te brengen binnen sectoren en in wijken. En dat alles tot eer van God (Micha 6:8).

BAM in het kort beschrijft kernachtig wat BAM is, wat het van je vraagt en daagt uit om stappen te zetten.

Gea Gort is journalist en gespecialiseerd in Business as Mission. Vanuit internationale research, schreef ze *BAM!* (2015) en *BAM Global Movement* (2018). Ze is de initiator van BAM Nederland.

