Eindrapport Space for Grace 2025-2026: De Hooge Berkt Gemeenschap

Lieneke Timpers
13 November, 2026

Het Space for Grace project op de Hooge Berkt vond plaats van juli 2025 tot en met augustus 2026. We hadden een vol programma gepland en begroot, met veel verschillende soorten activiteiten en initiatieven. Halverwege het project hebben we het traject aangepast vanwege veranderde omstandigheden en voortschrijdende inzichten. Met dit rapport willen we graag een overzicht bieden van de behaalde resultaten, een analyse van de resultaten en uitdagingen die we tegen zijn gekomen, om uiteindelijk per onderdeel een aantal gedachten voor de toekomst te presenteren.[1]

[1] *Dit rapport is een gezamenlijk resultaat van het kernteam van Space for Grace: Lieneke Timpers, Irene van Ooijen, Hans Jolink, Thomas Klein. Het project zelf was niet mogelijk geweest zonder de inzet van de meeleefpioniers, Monique Rutten en Gerdina Loeve, en de inzet en aanwezigheid van de leden van De Hooge Berkt Gemeenschap.*

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave 3
Samenvatting 4
Resultaten en Analyse 2025-2026 6
Meeleefpioniers: van jong naar intergenerationeel 6
Resultaten 6
Analyse 6
Gedachten voor de toekomst 7
Vertragingsweekenden: van aanbod naar meeleven 8
Resultaten 8
Analyse 8
Gedachten voor de toekomst 9
Aanbod: van top-down naar bottom-up 10
Resultaten 10
Analyse 10
Gedachten voor de toekomst 11
Social Media: Keep it Simple 12
Resultaten 12
Analyse 12
Gedachten voor de toekomst 13
De Rode Draad: De leefregel als gemeenschappelijke taal 15
Financiële verantwoording 16
Analyse begroting en werkelijkheid per onderdeel van het project 16
Eindsaldo 17
Voorstel voor restant 17
Budget 18

Samenvatting

Van juli 2025 tot en met augustus 2026 heeft De Hooge Berkt Gemeenschap met steun van Space for Grace geëxperimenteerd met nieuwe manieren om mensen aan de gemeenschap te verbinden. Halverwege hebben we het traject bijgesteld op basis van wat we leerden. Hieronder staan de belangrijkste resultaten.

Onderdeel	Doel	Resultaat
Meeleefpioniers	Twee meeleefpioniers, oktober 2025 t/m mei 2026	Twee pioniers hebben acht maanden op het terrein gewoond en het project mee vormgegeven. Daarnaast organiseerden we een expertsessie en een gemeenschapsavond over intergenerationeel samenleven.
Vertragingsweekenden	Drie weekenden	Twee weekenden (november 2025 en mei 2026) met in totaal 10 externe deelnemers. Het derde weekend is geannuleerd.
Nieuw aanbod	Retraites voor zoekenden en Engelstaligen	Een Engelse retraite in samenwerking met de Anglicaanse kerk uit Leuven (7 deelnemers). De retraite van Els Vis ging niet door wegens te weinig aanmeldingen. Op eigen initiatief ontstonden een lokale kerstmarkt, een online adventsretraite (15 deelnemers), een online leefregelretraite (7 deelnemers) en twee alternatieve vieringen.
Social media	Strategie en eerste implementatie	Een strategie op maat, 21 video-interviews met leden, Canva-templates met handleiding, een contentkalender en een hands-on training.

Belangrijkste lessen

- **Intergenerationeel in plaats van jong.** Door ons op alle leeftijden te richten trekken we een bredere groep mensen aan, en dat geeft de gemeenschap meer energie.
- **Tijdelijke bewoners zijn een aanwinst.** Zij brengen nieuwe energie en initiatieven binnen. Wel vraagt deze vorm van meeleven om goede begeleiding

en heldere afspraken vooraf, voor beide partijen. Een gerichte vacature leverde binnen een maand zes reacties op, uit alle leeftijdsgroepen.

- **Verdieping boven aanbod.** Onze doelgroep zoekt vooral duurzame verbinding. Laagdrempelige online retraites en lokale evenementen werkten beter dan intensieve landelijke weekenden. Het is aangeraden te kiezen voor een beperkt aantal vormen van aanbod van hoge kwaliteit.
- **De leefregel als gemeenschappelijke taal.** De leefregel bleek een brug te slaan tussen oude en nieuwe leden en tussen generaties. Dat is de belangrijkste inhoudelijke opbrengst van het project.

Financiën

Voor de bijdrage van Space for Grace was € 19.204 begroot. Daarvan is € 17.331 besteed. De Hooge Berkt droeg € 7.291 bij (waarvan € 2.395 in natura), en deelnemers en meeleefpioniers samen € 3.636. Doordat we € 20.000 ontvingen en € 296 aan giften kregen, resteert er € 2.965.

Voorstel voor het restant

We stellen voor om € 2117,50 te besteden aan een jaarabonnement bij de Nieuwe Gevers, zodat we het social media traject verder kunnen verankeren. De overige € 847,50 willen we inzetten voor de kennismakingsweekenden, die in het najaar van 2026 zijn gestart.

Resultaten en Analyse 2025-2026

Het project bestond uit verschillende trajecten: de meeleefpioniers, de social media strategie, en experimenteren met aanbod via vertragingsdagen en retraites. Budgettair gezien vormde de social media strategie het grootste onderdeel van het project, maar de andere trajecten vergden een aanzienlijk grotere tijdsinvestering.

Meeleefpioniers: van jong naar intergenerationeel

Resultaten

Doel: De werving van twee meeleefpioniers voor oktober 2025 t/m mei 2026 om het project mee te dragen en te oefenen in intergenerationeel samenleven.
Resultaat: Twee meeleefpioniers zijn na twee interview rondes aangenomen, zijn op het terrein komen wonen en hebben acht maanden meegedraaid met het project en in de gemeenschap. Eén heeft zich hierna aangesloten bij de gemeenschap voor twee jaar.
Wijzigingen: halverwege het project merkten we dat er binnen de gemeenschap behoefte was aan meer verdieping rondom intergenerationeel samenleven. We hebben daarom twee extra projectonderdelen georganiseerd:

1. We hebben **André Bikker** vanuit de School voor Leefgemeenschappen uitgenodigd om een presentatie te geven over hoe je intergenerationaliteit in leefgemeenschappen aan kunt pakken. Dit hebben we gedaan met Werkgroep 27, de kerngroep die alle vernieuwingen van de Hooge Berkt coördineert en begeleidt. Het doel was specifieke expertise voor onze situatie op het gebied van werving van nieuwe leden van alle leeftijden.
2. **Ontmoetingsavond met de hele gemeenschap over intergenerationaliteit.** Deze hebben we zelf verzorgd aan de hand van de input van André Bikker en onze eigen inzichten van het project. Het doel was om het gesprek over intergenerationeel samenleven op gang te brengen en meer diepgang te geven.

Analyse

Dit onderdeel van het project heeft voor de gemeenschap het meeste teweeggebracht, vooral rondom intergenerationeel samenleven, en hoe we dat in de Hooge Berkt vorm zouden willen geven. Dit kan dan ook gezien worden als dé kern van het project, en maakte de uitdagingen rondom intergenerationaliteit voor de Hooge Berkt concreet.

Het meeleven met de gemeenschap was voor beide pioniers een mooie uitdaging, en hun ervaringen leveren waardevolle lessen op. De pioniers brachten veel nieuwe energie en eigen initiatieven mee, zoals de kerstmarkt en alternatieve vieringen. Dat

laat zien hoeveel mensen van buiten de gemeenschap kunnen bijdragen, ook als zij niet per se lid willen of kunnen worden. Tegelijk leerden we dat het belangrijk is om vooraf helder te hebben wat beide partijen van het meeleven verwachten.

Het idee van een dagelijkse of wekelijkse praktische bijdrage aan de gemeenschap bleek een uitdaging. Daaruit moeten we niet concluderen dat deze generatie niet wil bijdragen, wel dat dit niet meer in dezelfde mate zal gaan als vroeger. Het is goed om rekening te houden met de maatschappelijke realiteit: werkdruk, de woningmarkt, een altijd aanwezige online wereld en het belang van vrienden, familie en hobby's maken het dagelijks leven voor veel dertigers en veertigers voller dan voorheen.

Gedachten voor de toekomst

Zet een vacature uit voor nieuwe / tijdelijke leden. Het uitzetten van een toegespitste vacature was een groot succes: de vacature heeft hooguit een maand opengestaan, was tijdelijk, en betekende een tijdsinvestering in zowel project als gemeenschap. Toch hadden we zes reacties vanuit alle leeftijden. Ook kun je met een specifiek wervingsproces goed filteren op kandidaten, en op die manier meer mensen trekken die serieuze interesse hebben in lidmaatschap.

Tijdelijke bewoners zijn een aanwinst. Deze vorm van deelname aan de gemeenschap kan een hele mooie toevoeging zijn. Tijdelijke bewoners geven veel energie en deining, komen makkelijk met nieuwe ideeën en initiatieven, en zijn makkelijker te werven dan nieuwe leden. Wel is het belangrijk om te bedenken wie je trekt met een open vraag naar tijdelijke bewoners. Het zijn juist mensen die op een kruispunt in hun leven staan die open staan voor dit soort initiatieven. De belangrijkste les voor ons was dan ook dat begeleiding voor tijdelijke bewoners nog belangrijker is dan voor nieuwe leden. Het traject is korter en intensiever, en het moet helder zijn voor beide partijen.

En als laatste: **zet niet in op jong, maar op intergenerationeel.** Eén van de grootste lessen is om ons op alle leeftijden te richten, en niet alleen op jongeren. Het is lastig voor de HB om de brug te slaan naar 20-ers en 30-ers omdat het verschil tussen de groepen zo groot is. Door breed in te zetten trek je een grotere verscheidenheid aan mensen, wat meer en sneller energie geeft in de gemeenschap, en daarmee voor de toekomst.

Vertragingsweekenden: van aanbod naar meeleven

Resultaten

Doelen: werving van externe deelnemers; thematisering van de leefregel; vereenvoudigen van het dagelijks ritme.
Resultaat: twee weekenden **20-23 november 2025 en 1-3 mei 2026** met 10 externe deelnemers. In het eerste weekend lag de nadruk op een sterk programma met externe sprekers en workshopdocenten. Bij het tweede weekend lag de nadruk meer op de gemeenschap en het inzetten van de eigen expertise. Beide weekenden stonden open voor zowel externe deelnemers als gemeenschapsleden, en hadden een eigen dagelijks ritme.
Wijzigingen: er stond een derde weekend gepland in het weekend van 6-8 februari. Deze is geannuleerd vanwege (1) de feestelijke opening van de nieuwe kapel, en (2) de geboorte van Davy, zoontje van Thomas en Lieneke.

Analyse

Met de vertragingsdagen wilden we een terugkerend evenement organiseren waarmee nieuwe mensen kennis konden maken met de gemeenschap, gethematiseerd rondom de leefregels. De organisatie van de weekenden was zeer intensief: het plan was om ze samen met maar ook voor de gemeenschap te organiseren, én ook externe deelnemers aan te trekken. Het eerste weekend was qua programma een succes, met als hoogtepunt de lezing met Alain Verheij, die een volle zaal trok met zowel leden van de gemeenschap als externe bezoekers. Echter kostte de organisatie veel tijd en energie, waardoor we de draai maakten naar een ander soort weekend in mei. We hebben minder deelnemers getrokken dan we hadden verwacht.

De belangrijkste inzichten hier op een rij:

1. De thematisering van de leefregel was een groot succes: het maakte de programmering makkelijker, en de leefregel bleek relatief makkelijk te vertalen en uit te dragen naar zowel externe sprekers en workshopleiders alsook deelnemers.
2. De combinatie van gemeenschap en externe deelnemers als doelgroep maakte zowel programmering als marketing heel lastig: in het tweede weekend (mei) is daarom bewust ingezet op gemeenschap en vrienden/bekenden van de gemeenschap, waardoor de organisatie makkelijker was en het weekend sociaal soepeler liep.
3. Het maken van de programmering van het eerste weekend was leuk, maar kostte ook veel tijd. Dit zou het echter zeker waard zijn om 1x per jaar te doen

als een soort kick-off van bijvoorbeeld het kerkelijk jaar, waarbij de combinatie van externe en interne expertise zeer waardevol kan zijn; de lezing trok lokaal nieuwe mensen, en met de workshop van Tineke konden wij als HB laten zien waar wij sterk in zijn.

4. Het was een uitdaging om genoeg deelnemers te vinden. Omdat het project pas in september van start ging, waren we laat met de PR. Ook merkten we dat onze doelgroep (30-50) vanwege de drukke levensfase minder op zoek is naar invulling voor hun weekenden (dit past beter bij 20-ers / studenten), en meer op zoek naar duurzame connectie & verdieping. De adventsretraite, kerstmarkt, en nu de online leefregel retraite zijn allemaal beter bezocht door 30+ deelnemers dan de vertragingsdagen. Ook lijkt de markt wat zingevingsweekenden betreft in Nederland redelijk verzadigd, en is het moeilijk om hier tussen te komen. De locatie Bergeijk is hier een minpunt als we landelijk mensen willen trekken.

Gedachten voor de toekomst

1. **Organiseer meeleefweekenden** in plaats van zingevingsweekenden. Door het jaar heen kwamen we er steeds meer achter dat er meer behoefte is aan diepgang en commitment dan aan kleine zingevingsinitiatieven – en dat is juist ook iets waar de Hooge Berkt sterk in is.
2. Organiseer een **'Kick-Off' weekend** per jaar met de leefregels (of één leefregel) als thema. Het eerste weekend gaf veel energie aan de gemeenschap en meer bekendheid daarbuiten; maar het is te intensief om dit drie keer per jaar te doen.
3. Meer inzetten op de **Bezinnin groep**, een 30+ groep van mensen die graag betrokken willen zijn bij de Hooge Berkt. Leden van deze groep zijn al bekend met de Hooge Berkt, en kunnen via de app-groep op een vrije manier betrokken blijven bij de verschillende initiatieven.

Aanbod: van top-down naar bottom-up

Resultaten

Doel: experimenteren met verschillende retraitevormen voor twee nieuwe doelgroepen: zoekenden (niet christelijk), en Engelstaligen.
Resultaten:

1. **Engelse retraite.** 6-8 maart hebben we een retraite gefaciliteerd in samenwerking met de Anglicaanse kerk uit Leuven.
2. **Retraites** 'Hervind je natuurlijke levenskracht' met Els Vis. 1x plaatsgevonden met 1 deelnemer.

Wijzigingen:

1. **Kerstmarkt 2025.** Onze meeleefpioniers hebben op eigen initiatief een lokale kerstmarkt op het terrein georganiseerd voor buren en jonge gezinnen.
2. **Adventsretraite-op-afstand 2025.** Dit hebben we op eigen initiatief georganiseerd als voorloper op een uitgebreidere online retraite rondom de leefregel. 15 deelnemers ontvingen een korte meditatie per dag en konden inzichten of vragen delen in een gezamenlijke groepsapp.
3. **Online leefregel retraite 2026.** Een online retraite met als thema de eerste leefregel: word wie je bent. Deze zevenweekse retraite werd online gevolgd door 7 deelnemers met een wekelijkse gezamenlijke ontmoeting voor input en delen.
4. **Alternatieve vieringen.** Twee goedbezochte vieringen georganiseerd door één van de meeleefpioniers met een (zeer) alternatieve invulling.

Analyse

Hier werd het meeste geëxperimenteerd en tijdens het jaar gewijzigd. De retraites van Els kregen helaas niet genoeg deelnemers om doorgang te vinden, maar daar staat tegenover dat er veel spontane initiatieven zijn georganiseerd. Die organische beweging gaf iedereen in het Space for Grace team de meeste energie. De twee hoogtepunten daarvan waren de kerstmarkt, en de online leefregel retraite. De kerstmarkt heeft laten zien hoe relatief makkelijk het kan zijn om lokaal kleine events te organiseren. Zowel buren als mensen uit de nieuwe wijk kwamen even langs, en het geheel gaf een gemoedelijke en sociale sfeer. De online leefregel retraite was ook een succes. Deze werd geleid door Irene van Ooijen en een externe expert, en diepte de leefregel 'Word wie je bent' helemaal uit. De toegankelijkheid, gecombineerd met een echte diepgang en onderlinge band, resulteerden in een hele mooie retraitevorm die voor herhaling vatbaar is.

Het organiseren van de Engelse retraite kostte veel minder tijd en energie dan de vertragingsdagen, ondanks dat het een soortgelijk event was. Daarbij zijn we nu ook een mooi samenwerkingsverband aangegaan met de Anglicaanse Kerk, waar we weer kunnen werven voor deelnemers en meelevers. Dit kan vanuit de HB meer worden gedaan. Belangrijke kanttekeningen: (1) het kost ook tijd om zo'n verband aan te gaan en uit te werken, en (2) dit soort initiatieven moeten niet de bovenhand hebben. Uiteindelijk mogen wij als HB staan voor onze eigen expertise. Onze ervaring heeft echter aangetoond dat we voorzichtig moeten zijn in het starten van teveel verschillende soorten aanbod, waarvoor de interne draagkracht én energie te laag blijkt onder leden.

Gedachten voor de toekomst

1. Kies een paar **hoogwaardige vormen aanbod** die we vanuit onze eigen leden en expertise aanbieden. Daaromheen inzetten op aanbod dat minder tijd en energie kost.
2. Zet meer in op **lokale en regionale events** dan op landelijke events. Dit vergt wat moed en organisatie, maar de kerstmarkt heeft aangetoond dat er interesse is, en ook dat er niet zoveel voor nodig is om mensen te trekken. Een goede tip: zorg dat er genoeg te doen is voor (jonge) kinderen, zodat de ouders vrij zijn om gesprekken aan te gaan met gemeenschapsleden.
3. Zet in op **samenwerkingsverbanden** met betrouwbare partners, waarbij kwaliteit belangrijker is dan kwantiteit. Partijen die hun eigen werving doen én daarbij bereid zijn om echt mee te doen met vieringen en maaltijden op de Hooge Berkt hebben de voorkeur boven partijen die alleen een ruimte nodig hebben, of partijen die alleen de inhoud verzorgen.
4. Zet in op **online aanbod** zoals de Advent Retraite en de Leefregel Retraite. Deze zijn zeer laagdrempelig en maken het gemakkelijk voor nieuwe mensen om aan te haken, en relatief makkelijk te organiseren.
5. **PR en Communicatie.** Naast onze gebruikelijke kanalen, zoals social media en de nieuwbrief, is het ook belangrijk in te zetten op Whatsapp en Signal berichtjes die gemakkelijk doorgestuurd kunnen worden, eventueel zelfs Whatsapp kanalen. Lokaal werken posters en flyers nog steeds zeer goed: lokale winkels, bedrijven, en scholen stonden allemaal heel open voor het ophangen van posters en het onder de aandacht brengen van de kerstmarkt.

Social Media: Keep it Simple

Resultaten

Doel: Ontwikkeling en eerste implementatie van de social media strategie voor de Hooge Berkt
Resultaat: Creator's Hub heeft een social media strategie geleverd toegespitst op de Hooge Berkt, waarna we een kort implementatietraject samen hebben afgelegd. Dat heeft geresulteerd in:

1. 21 korte interviews met leden van de Hooge Berkt, van zodanige beeldkwaliteit dat ze ook voor de website kunnen worden gebruikt.
2. 3 sfeerimpressies van het tweede vertragingsweekend.
3. Een sociale media strategie specifiek voor de Hooge Berkt, inclusief een voorbeeld van een contentkalender opgemaakt met onze thema's.
4. Social media templates op canva voor het maken van posts op Facebook en Instagram, met handleiding.
5. Een hands-on training toegespitst op de doelgroep (gehouden op 19 augustus).

Wijzingen: uitloop van de trainingen en het implementatie materiaal tot augustus 2026.

Analyse

We zochten naar een social media bureau waarvan we zowel een stuk strategie als implementatie konden verwachten. Dit blijkt een zeldzame combinatie: de meeste bedrijven focussen ofwel op korte (en dure) strategietrajecten, of wel op een langdurige samenwerking rondom het bijhouden van social media accounts. Creator's Hub stond open voor onze vraag, maar voor hen was dit ook een nieuwe vraag, en was het soms zoeken naar een goede samenwerking. De geleverde strategie is van gemiddelde kwaliteit, maar het implementatie materiaal is goed toegespitst op de gemeenschap en waardevol om te hebben.

Concreet hebben we nu helder in welke social media kanalen we het beste kunnen investeren, hoe we dat moeten doen, en wat onze doelgroep is per kanaal: onze nieuwsbrief (bekenden/vrienden), Facebook (ouderen), en Instagram (jongeren). TikTok werd ook genoemd als mogelijkheid, met als voordeel dat hier weinig extra werk voor nodig is, en als nadeel dat de doelgroep te jong is voor de Hooge Berkt (jonger dan 25).

Praktisch gezien weten we nu dat we veel meer werk moeten steken in het maken van filmpjes dan in foto's, maar ook dat dit geen hoogstaande kwaliteit hoeft te zijn. Smartphonekwaliteit is meer dan voldoende. Ook hebben we nu een thematische

indeling voor de jaarkalender die ook binnen de structuur van de website past: Op de Hooge Berkt, Oecumenisch Gedachtegoed, Onze Gemeenschap, De Bezieling, Aanbod, en Meeleven. Het geleverde materiaal in Canva (templates, handleiding, content kalender, en fysieke training) is daarbij precies wat we voor ogen hadden, en gaat behulpzaam zijn voor het verder uitwerken en implementeren van de social media.

Een nadeel was dat het bureau niet bekend was met de wereld van leefgemeenschappen en christelijke spiritualiteit, waardoor sommige elementen van de strategie in het begin te generiek bleven, of niet aansloten bij de identiteit van de Hooge Berkt. Deze vertaalslag was soms lastig te maken voor beide partijen. Na een gesprek halverwege het traject hebben we dit aan kunnen kaarten, en kregen we uiteindelijk een heldere strategie, samen met duidelijke materialen, handleidingen, en trainingen.

Gedachten voor de toekomst

De grote vraag rondom het social media beleid blijft hoe we dit in de toekomst uit gaan werken. Er zijn drie opties:

1. **Alles zelf oppakken**. Met de materialen die we nu in handen hebben komen we een heel eind als we de social media niet hoofdzakelijk als werving in willen zetten. Het doel is dan vooral een stabiele online aanwezigheid en naamsbekendheid voor vrienden, bekenden, en geïnteresseerden. Voordeel is dat we dit waarschijnlijk zelf kunnen doen, en dat het een goede weergave is van onze huidige realiteit. Nadeel is dat we dan minder aan werving kunnen doen via social media onder leeftijdsgroepen die nu niet op de HB wonen.
    a. **Geschat aantal uren per week**: 2-6 uur (geheel afhankelijk van hoe veel of weinig we willen doen).
    b. **Verantwoordelijkheden**:
        i. 1-2 posts per week op Instagram en Facebook
        ii. Managen van aangeleverde content vanuit Hooge Berkt leden
        iii. Zorgen dat HB events en dagelijks leven goed in beeld komen (feestdagen, speciale vieringen, retraites & aanbod;
        iv. Zorgen dat HB leven goed in beeld komt (vieringen / samenleven, interviews met leden, vrienden en gasten)
        v. Maken en bijhouden van de jaarlijkse contentkalender
        vi. Beeld- en videobank op peil houden in samenwerking met Team Website
2. **Uitbesteden:** meerdere opties, maar het komt er op neer dat we betalen voor een betere kwaliteit social media aanwezigheid, met als doel werving van nieuwe leden en vrienden. We hebben besloten om niet verder te gaan met

Creator's Hub. Een professionele partij kost gemiddeld 800-1200 euro per maand: hiervoor krijg je regelmatige posts, een contentkalender, en het regelmatig creëren van materiaal (foto's en video's). Belangrijk: voor dit bedrag besteed je dus ook het leveren van foto's en video's uit. Een andere optie is de **Nieuwe Gevers**, waarmee we korte opdrachten kunnen uitschrijven voor professionele vrijwilligers op het vlak van social media. Dit is een tijdelijke uitbesteding van een jaar.

3. **Niets doen.** Dit is natuurlijk ook een optie. De nieuwsbrief loopt heel goed, en we kunnen voor werving ook inzetten op andere methodes. Nadeel is het risico dat werving onder andere doelgroepen moeilijker wordt.

Nummer drie is voor de Hooge Berkt geen optie. We hebben voorlopig besloten om voor een combinatie van nummer één en nummer twee te gaan, met de mogelijkheid van het tijdelijk inhuren van een betaalde partij om de huidige opzet verder te verdiepen en verankeren in de algemene vernieuwing voor het jubileumjaar 2027. Zie 'Voorstel voor Restant' voor meer details.

De Rode Draad: De leefregel als gemeenschappelijke taal

Met de doortocht en het traject van het kernteam en de werkgroep zijn we al een poosje op zoek naar een herformulering van de kern van de gemeenschap. We hebben helder wat we doen, of zouden willen doen, maar de achterliggende identiteit blijft soms lastig om helder uit te drukken. Dit past de diversiteit en geschiedenis van gemeenschap ook wel weer, maar voor buitenstaanders is het fijn om een beginnetje te hebben, een ‘haak’ om geïnteresseerd te raken.

De belangrijkste conclusie van het project voor ons is dat de leefregel hier uitermate geschikt voor is. Ze past bij zowel de oude gemeenschap als de gemeenschap nu, en de vertragingsdagen en leefregelretraite hebben aangetoond dat ze inhoudelijk zeer goed aansluit bij de jongere generaties en de vragen waar zij nu mee worstelen: identiteit, roeping, keuzes maken, relatie tot elkaar en tot God, en de betekenis van commitment. Deze thema’s zijn natuurlijk niet nieuw, maar ook deze generatie brengt weer nieuwe vragen en een nieuwe laagje van betekenis aan.

Het bijzondere hieraan is dat zowel oude als nieuwe leden en vrienden van de gemeenschap opeens toegang hebben tot een gemeenschappelijke taal: oude bewoners leven al tientallen jaren met de leefregel en ervaren hoe ze steeds opnieuw weer wordt toegepast binnen de gemeenschap, waar ze voor nieuwe leden en geïnteresseerden gemakkelijk te gebruiken zijn als ingang voor diepere gesprekken en contemplatie. Op deze manier kunnen we als Hooge Berkt dus een prachtige inhoudelijke brug slaan: niet alleen tussen jong en oud, maar ook tussen oude en nieuwe leden. Hiermee creëren we die diepere laag die nodig is als voeding voor alle wervings- en meeleefprojecten die we als gemeenschap aan willen gaan.

Financiële verantwoording

We hebben bij de eerste aanvraag een budget ingeleverd, met geschatte bedragen per onderdeel van het project: het social media traject, de meeleefpioniers, de vertragingsweekenden, de Engelse retraite, en de retraite van Els. Het projectvoorstel liet ook zien dat de Hooge Berkt een financiële bijdrage deed aan het project, en dat we deelnemersbijdrages ook meenamen in de planning.

In totaal heeft Space for Grace daadwerkelijk 17331 EUR bijgedragen, de Hooge Berkt 7291 EUR, waarvan 2395 EUR in natura en 4896 EUR als bijdrage aan de huurkosten van de meeleefpioniers, en hebben we 3636 EUR aan bijdrages ontvangen van deelnemers en meeleefpioniers.

Analyse begroting en werkelijkheid per onderdeel van het project

1. **Social Media traject:** viel 710 EUR goedkoper uit dan gepland. De onvoorziene kosten (10% van dit budget) zijn niet volledig opgegaan.
2. **De meeleefpioniers** hebben uiteindelijk een halve maand langer op HB14 gewoond dan gepland. Dit kostte 150 EUR meer dan gepland. De reden hiervoor was dat hoewel de huur vanaf het begin van de maand inging, beide pioniers later aankwamen, en we wel wilden dat ze het laatste vertragingsweekend mee konden maken.
3. **Vertragingsweekenden:** de vertragingsweekenden waren goedkoper om te organiseren dan we hadden gedacht: in totaal hadden we daarvoor 4900 EUR voor gebudgetteerd, waarvan we 2263 EUR hebben gebruikt. Ook waren er uiteindelijk veel minder deelnemers dan gepland. Deze kosten waren beraamd, en zijn niet gemaakt. De mogelijke solidariteitsbijdrages van Space for Grace voor de deelnemers zijn dus niet minder gebruikt dan verwacht. Ten slotte hebben we 955 EUR in deelnemersbijdrages gekregen, waardoor de totale kosten van de vertragingsweekenden nog lager uitvielen.
4. **De Engelse retraite** kwam wel met genoeg deelnemers. De bijdrage van Space for Grace was initieel beraamd op een honorarium van eventuele trainers of sprekers, maar we hebben in overleg met de Anglicaanse Kerk ervoor gekozen om dit geld uit te geven aan de deelnemers. De Anglicaanse Kerk heeft zelf de kosten van de spreker op zich genomen. De totale kosten van de retraite voor Space for Grace vielen uiteindelijk 220 EUR lager uit dan gepland.
5. **De retraites van Els** vonden uiteindelijk geen doorgang omdat er niet genoeg aanmeldingen waren. Haar beraamde solidariteitsbijdrage van 600 euro is dus niet uitgegeven.

Eindsaldo

In totaal hadden wij 19204 EUR gebudgetteerd voor de bijdrage van Space for Grace aan dit project. Daarvan hebben we uiteindelijk 17331 EUR daadwerkelijk gebruikt, waardoor we nog 1873 EUR overhouden van het geplande budget. Doordat we € 20.000 ontvingen en € 296 aan giften kregen, resteert er € 2.965.

Voorstel voor restant

We willen graag voorstellen om het restant te gebruiken voor verdere investering in het social media traject, namelijk een jaarabonnement aangaan met de **Nieuwe Gevers**. Dit is een bedrijf die organisaties met een maatschappelijk oogmerk koppelt aan een netwerk van professionals. Organisaties kunnen kleinschalige ‘projecten’ uitzetten die vrijwillig door professionals uitgevoerd kunnen worden. Voorbeelden voor ons zijn: het inrichten van de Meta Business Suite, het creëren van een volledige contentkalender in Canva, en verdere één-op-één training over het werken met Canva. Hiermee kunnen we dus het social media traject verder uitwerken en verankeren in onze algemene publiciteitsstrategie. De kosten van een jaarabonnement zijn **€ 2117,50** per jaar (excl. Btw), totaal. De 847,50 EUR die nog overblijft steken we graag in het initiatief van de kennismakingsweekenden. Deze zijn van start gegaan in het najaar 2026, als verdieping en verbetering van de vertragingsweekenden.

Budget

Beschrijving	Aantal	Eenheid	Prijs	Totaal	Begroting kosten Project Space for Grace: Space for Grace	Hooge Berkt	Deel-nemers	Meeleef pionier	Werkelijke kosten project Space for Grace: Space for Grace	Giften	Hooge Berkt	Deel-nemers	Meeleef pionier
0,1 FT social media/comm. expert (freelancer + ZZP-er)	96	Uur	€ 90.00	**€ 8,640.00**	€ 8,640				€ 8,640				
Onvoorziene kosten (10% van totaal)	-	-	-	**€ 864.00**	€ 864				€ 154				
				€ 9,504.00	€ 9,504				€ 8,794				
Meeleefpioniers			Twee personen voor acht maanden										
Huurkosten	16	Maand	€ 606.00	**€ 9,696.00**	€ 2,400	€ 5,202		€ 2,400	€ 2,550		€ 4,896		€ 2,400
Vertragingsweekenden - drie a vier dagen			8 deelnemers per weekend, 3 weekenden										
Externe sprekers	3	Spreker	€ 500.00	**€ 1,500.00**	€ 1,500				€ 545	€ 296			
Materiaal	3	Weekend	€ 200.00	**€ 600.00**	€ 600				€ 644				
Externe trainer / Workshop begeleider	2	Trainer	€ 500.00	**€ 1,000.00**	€ 1,000				€ 679				
Begeleiders vanuit Hooge Berkt	24	Uur	€ 25.00	**€ 600.00**		€ 600					€ 725		
Groepsruimtes van de Hooge Berkt	9	dag	€ 150.00	**€ 1,350.00**		€ 1,350					€ 1,190		
Verblijf op de Hooge Berkt voor 3.5 dagen	24	Deelnemer	€ 230.00	**€ 5,520.00**	€ 1,800		€ 3,720		€ 395			€ 955	
Alternatief voor 2e vertragingsweekend (kerstmis / online adventsproject / online									€ 2,145				
Engelse stilteretraite - drie			Uitgaande van acht deelnemers										
Engelstalige trainer / workshopbegeleider	2	Persoon	€ 500.00	**€ 1,000.00**	€ 1,000				€ 280				
Engelstalige begeleiders	8	Uur	€ 50.00	**€ 400.00**	€ 400								
Groepsruimtes van de Hooge Berkt	3	Dag	€ 150.00	**€ 450.00**		€ 450					€ 480		
Verblijf op de Hooge Berkt voor drie dagen	8	Deelnemer	€ 195.00	**€ 1,560.00**	€ 400		€ 1,160		€ 1,300			€ 281	
'Hervind je natuurlijke levenskracht' retraite - vijf dagen					Uitgaande van acht deelnemers								
Verblijf op de Hooge Berkt	8	Deelnemer	€ 325.00	**€ 2,600.00**	€ 600		€ 2,000						
Begeleiding vanuit de Hooge Berkt	40	Uur	€ 25.00	**€ 1,000.00**			€ 1,000						
			Kosten totaal	**€ 36,780.00**	**€ 19,204**	**€ 7,296**	**€ 7,880**	**€ 2,400**	**€ 17,331**	**€ 296**	**€ 7,291**	**€ 1,236**	**€ 2,400**
										€ 20,000			
Subsidie SfG									**€ 17,331**	**€ 20,296**			
								Saldo	**€ 2,965**				