

Krakers op de voorpagina

IJD zoekt via een wedstrijd van *De Standaard* aandacht voor gelovige jongeren

- ▶ Op de website van de krant *De Standaard* kon iedereen een eigen voorpagina ontwerpen
- ▶ IJD nam deel met een verzonden artikel over gelovige jongeren die een kerkgebouw kraken
- ▶ De inzending die het meeste stemmen van lezers kon verzamelen, werd echt als voorpagina gepubliceerd. IJD eindigde op de tweede plaats

Jozefien VAN HUFFEL

Een actiegroep bezet de kerk van Klossegem, die te koop staat. Ze noemen zichzelf Generation Madrid, naar de Wereldjongerendagen die deze zomer in Spanje plaatshebben. En ze zeggen deel uit te maken van een kritische groep jonge christenen met toekomst. „De tijd van het katholieke Vlaanderen is voorbij, maar dat er binnenkort geen gelovigen meer zullen zijn, is niet waar”, stelt leidster Petra. „We zullen smaak geven aan de samenleving en eisen onze plaats op.”

Met dit verzonden verhaal en bijbehorende foto nam IJD, organisatie voor jongerenpastoraal in Vlaanderen, deel aan een wedstrijd van de krant *De Standaard*. Annelien Boone van IJD ontdekte



De kerk op de foto staat in Ettelgem, bij Oudenburg. Het is een ontwijde kerk, maar IJD verklaarde ze eventjes 'gekraakt'. © Kristof Ghyselinck

de wedstrijd toevallig. „We vonden het een geschikt initiatief om de Wereldjongerendagen of de Kerk in het algemeen eens op een andere manier in de kijker te plaatsen. Op een manier die de mensen niet verwachten.”

2.083 stemmen

In dezelfde week verscheen een studie van de Leuvense politoloog Marc Hooghe. Hij stelde dat er in 2016 op zondag geen mensen meer in de kerk zullen zitten, als de huidige trend zich doorzet.

„Na heel wat brainstormen beslisten we om ons verhaal daarop te laten reageren. De jongeren nemen het niet en blijven doorzetten”, vertelt Boone. „Er zitten daarnaast ook een aantal dubbele bodems in.”

De tekst verwijst bijvoorbeeld naar het verhaal van de broden en de vissen: buurvrouw Martha is de krakers welgezind en brengt hen brood en sardines in blik.

Pieter Nolf, directeur van IJD, schreef het artikel, medewerkster Audrey Van Den Brecht haalde

stoere kleren uit haar puberteit boven en poseerde voor een kleine ontwijde kerk in het West-Vlaamse Ettelgem.

Via de eigen website, nieuwsbrieven en via sociale netwerksite Facebook riep IJD vervolgens op om te stemmen voor zijn voorpagina. Meer dan tweeduizend mensen deden dat uiteindelijk.

„Eigenlijk hadden we zoveel stemmen volstrekt niet verwacht. We wilden gewoon op een creatieve manier aandacht vragen”, zegt Annelien Boone. „Maar het

is tof om te weten dat zoveel mensen ons project steunen. De boodschap werd ook verspreid door mensen van wie we dat totaal niet hadden verwacht. En iedereen was erg positief dat we deze licht gewaagde zet aandurfden.”

De wedstrijd werd gewonnen door Kim Noyen. Op haar voorpagina vertelt het meisje uit Oostende hoe haar vriend na tien jaar in België dreigt gerepatriëerd te worden. De voorpagina van IJD eindigde op de tweede plaats.

Op de binnenzijde van de uiteindelijke voorpagina, die rond de krant heen zat, toonde *De Standaard* nog een selectie uit de inzendingen. Op de ene stond een foto van een slapende vrouw met als titel „Maak me wakker als we een regering hebben”, op de anderen wordt beschreven hoe prins Filip de macht grijpt. Geen spoor echter van de nummer twee in de wedstrijd.

„Dat was wel jammer. We weten niet waarom we er niet bij waren. Misschien had de redactie het niet zo voor onze boodschap?”, zegt Boone. „Nu ja, uiteindelijk wilden we vooral op een speelse manier in de belangstelling komen. Alles wat daar bijkwam, is mooi meegenomen. Doordat we op de tweede plaats stonden, heeft iedereen die de website bezocht onze voorpagina gezien. Daar zijn we al dik tevreden mee.”

Paus Joannes-Paulus II zalig

Paus Joannes-Paulus II wordt op zondag 1 mei zalig verklaard. Zijn opvolger, Benedictus XVI, tekende het decreet dat een wonderlijke genezing bevestigt. De Franse kloosterzuster Marie Simon-Pierre zou van de ziekte van Parkinson zijn genezen, nadat zij de Poolse paus om hulp had gevraagd. Joannes-Paulus leed zelf ook aan de ziekte van Parkinson. Een heiligverklaring kan er pas komen als ook een tweede wonder aan hem kan worden toegeschreven.

Bij de begrafenis van de vorige paus, op 8 april 2005, riepen gelovigen de Kerk al meteen op om hem snel te canoniseren. Uiteindelijk nam de procedure toch nog ongeveer zes jaar in beslag, even lang als deze voor Moeder Teresa, die in 2003 door de Poolse paus zelf zalig verklaard werd.

Ter gelegenheid van de plechtigheid zou ook het lichaam van Joannes-Paulus II verplaatst worden van de crypte naar een tombe in de Sint-Pieterskerk, in een kapel naast de beroemde *Pietà* van Michelangelo. Rome verwacht op de dag van de zaligverklaring, op het door Joannes-Paulus ingestelde Feest van de goddelijke barmhartigheid, een grote massa voor al Poolse pelgrims. (EDS)

Een belabberd imago kun je keren

Op zoek naar marketingtechnieken die de Bijbelse boodschap doen aanslaan

Toon OSAER

De Kerk maakt barre tijden mee en de aanhoudende stroom van berichten over seksueel misbruik verhelpen daar niet aan. De Blijde Boodschap van het evangelie verkondigen is dan allesbehalve simpel. Veel verder dan crisiscommunicatie komt de Kerk voorlopig niet. En ook die verloopt problematisch, want een eenduidige visie op hoe we de crisis kunnen keren, is nog volop in opbouw. De ingewikkelde kerkelijke structuur en besluitvorming komen daar nog bovenop.

Juist nu is er grote behoefte aan een ruimere communicatiestrategie voor de Kerk, stelt Hans Geybels. In een vorig leven perschef van de Belgische bisschoppen en woordvoerder van kardinaal Danneels, vindt hij dat een goede marketing van het geloof de crisis kan keren. Een boude uitspraak, die Geybels probeert uit te werken in tien hoofdstukken.

In eigen boezem kijken

Een eerste belangrijke stap is dat de Kerk in eigen boezem moet durven kijken. „Ze komt vaak in de media met straffe uitspraken

over dingen die mensen tegenwoordig helemaal anders aanvoelen. De vraag is: kan de Kerk haar boodschap op een andere manier communiceren?” Ja, luidt het antwoord, maar dan moet ze bereid zijn de bestaande paden te verlaten. Ze kan daarbij in de leer gaan bij de seculiere wereld. Kijk maar eens hoe bedrijven, organisaties, niet-gouvernementele organisaties het aanpakken.

Die hebben op hun beurt zelfs leentjebuurt gespeeld bij de godsdienst, stelt Geybels in navolging van de Deense marketingspecialist Jesper Kunde.

Waarom dan niet teruggaan naar het origineel? Jezus was de perfecte communicator. Van hem kunnen we veel leren. Ook dat we niet bang moeten zijn „om de allernieuwste technieken aan te wenden voor de verspreiding

van de boodschap”. De theoloog laat een hele reeks suggesties de revue passeren: websites, webtelevisie, Twitter, Facebook, affiches, een christelijke *Libelle*... Die nieuwe en gevestigde communicatiekanalen moeten evenwel op een professionele manier worden aangepakt. Beproefde marketingtechnieken mogen daarbij niet ontbreken. Uiteraard zijn er bezwaren, maar laat ons die opzij zetten. Bovenal is er behoefte aan meer evangelische boodschap en minder instituut.

De aanpak van Geybels is soms gewaagd en zijn voorstellen zijn niet altijd voldoende onderbouwd. Hij heeft niettemin de verdienste stellingen te peneren die kerkelijke beleidsmensen moeten uitdagen. En met zijn ervaring in de Kerk beseft hij als geen ander dat het marketingverhaal alleen geen soelaas zal brengen. Wat niet wil zeggen dat het er geen onontbeerlijk onderdeel moet van vormen.

Hans Geybels, *Kruis over de Kerk?* Borgerhoff&Lamberigts, 2010, 192 blz., 19,95 euro, ISBN 978-90-89311-79-5.



In volle crisis krijgt de Kerk meer media-aandacht dan haar lief is. Helpt een goede mediastrategie die crisis keren? © Belga