



1.

## Durf Geloven

Het uitgangspunt voor deze campagne is dat ruim 55 procent van de Vlamingen gelooft dat er een God bestaat. Wil dat zeggen dat die andere 45 procent puur wetenschappelijke denkers zijn, die voor alles een rationele verklaring hebben? Hoogstwaarschijnlijk niet. Er zijn nog zoveel zaken die we niet kunnen vatten. Je hoort heel vaak het cliché „er moet toch iets zijn”. Theologen spreken al over een nieuw soort geloof: het *ietsisme*.

„Met deze campagne willen we het spanningsveld tussen ‘iets’ en ‘God’ bespelen”, zegt Demey. „We maken een campagne over dat ‘iets’. Geen campagne die moet overtuigen dat er ‘iets’ is, maar een oproep om dat ‘iets’ weer bij naam te noemen, namelijk ‘God’.”

„Onbewust doen velen van ons dat zelfs nog altijd: als ze vloeken, als ze enthousiast zijn, als ze de hemel danken. Ook in volkswijsheden en gezegden komt God terug. Maar als we er bewust over nadenken, durven we ‘God’ niet uitspreken. Dan houden we het bij ‘iets’. Met deze campagne willen we de mensen daarover even laten nadenken.”



2.

## God. Ik ben ook maar een mens

Voor deze campagne is het uitgangspunt dat nog relatief veel mensen in het bestaan van God geloven, zolang dat een abstract gegeven blijft. Bij concretisering van dat geloof — de hel, de duivel, engelen, het scheppingsverhaal — haakt men af omdat die zaken nu eenmaal door de wetenschap achterhaald zijn.

„De campagne steunt op het idee dat God toegeeft dat zijn verhaal, zoals dat in de Bijbel staat, inderdaad niet meer zo actueel is. Maar je moet die Bijbel dan ook niet letterlijk willen interpreteren. Dat is eigenlijk ook nooit de bedoeling geweest. Alleen hadden mensen vroeger die verhalen nodig om de boodschap te begrijpen. De schrijvers van de Bijbelverhalen waren eigenlijk marketeers ‘avant la lettre’. Ze gebruikten sterke beelden en symbolen. Nu hebben die verhalen net het omgekeerde effect.”

„Maar het is niet omdat het verhaaltje niet meer zo zinvol is, dat de eigenlijke boodschap van God geen waarde meer heeft.”



3.

## God. Dichtbij de mensen

Het uitgangspunt hier is opnieuw dat er nog vrij veel geloof in God is, maar dat er voor de kerk als instituut vooral wantrouwen is. Wellicht omdat mensen het wel gehad hebben met alle dogma's en regeltjes die de kerk hen heeft willen opleggen.

„Het idee zelf is dan weer dat je geen pilaarbijter moet zijn om een goede christen te zijn. Je hoeft ook niet alles wat in de bijbel staat letterlijk te geloven. God stelt zich veel opener en ruimdenkender op dan de meeste mensen denken. ‘Dichtbij de mensen’ betekent hier een stuk zelfrelativering vanuit God en de kerk.”

„Eigenlijk sluit deze campagne nauw aan bij de campagne ‘God. Ik ben ook maar een mens’, maar hij is lichter van toon en opvatting”, zegt Demey. „Als ik zelf zou mogen kiezen, zou ik voor de campagne ‘God. Ik ben ook maar een mens’ gaan.”

