



© Bisdom Rotterdam

Welkom thuis en tot ziens!

Ilse Van Halst

De voorbije kerst keken de Nederlandse katholieken gek op als ze hun kerk naderden. Een groot spandoek boven het portaal heette iedereen 'welkom thuis', niet alleen de trouwe parochiaan, maar ook de sporadische kerkganger. De actie, een voorstel van de Nederlandse bisschoppen, is geen schot in het ijle, maar kadert in de doorgedreven aandacht van de Nederlandse Kerk voor haar evangeliserende opdracht.

BISDOM ROTTERDAM verbreedde de campagne *Welkom thuis!* van de Nederlandse bisschoppen tot een „impuls voor verbinding” en riep alle parochies op meerdere activiteiten te organiseren om de band met de toevallige kerkganger aan te halen.

„Voor de Rotterdamse Kerk, onvervalste stadskerk, is *Welkom thuis!* een gedroomd instrument om randkerkelijken te bereiken”, meent pastoor Ad van der Helm van de parochie Heilige Jacobus de Meerdere in Den Haag. Na de viering ontvingen de kerkgangers niet enkel het gelegenhidsmagazine *Katholieken. Wat ze geloven*, ze kregen ook het bisdomblad van Rotterdam mee plus een brief van de bisschop en een uitnodiging van de parochie om langs te komen op een ontmoetingsavond binnenkort.

„We noteerden al een tiental reacties”, lacht pastoor Van der Helm. „Dat is bemoedigend. Wie weet hoeveel mensen dagen er nog op? Er zullen altijd wel trouwe parochianen zeuren, omdat toevallige kerkgangers 'hun' stoel inpikken, maar de meeste gelovigen vinden dit een kans die we met beide handen moeten grijpen.”

Pastoor Huub Adema van Schinveld en Merkelbeek in het bisdom Roermond meent dan weer dat *Welkom thuis!* grondiger voorbereid had mogen worden in zijn bisdom. Minstens moesten de pastoors beter en tijdiger worden geïnformeerd. „Ik juich de idee van de campagne toe, maar vraag me af of de drukke kerstperiode wel de juiste keuze was. Waarom niet mikken op het moment waarop ouders hun kind aanbieden voor het doopsel?”

Hoewel pastoor Adema op kerstdag de magazines eigenhandig uitdeelde, heeft hij bedenkingen bij de toch wel taaie inhoud. „Blijkbaar wil het bisdom mensen kennis inpompen. Ik ben ervan overtuigd dat mensen niet vragen om beleerd te worden, maar om getuigenis te ontvangen. Als Kerk moeten we in onze vieringen én in ons leven vooral tonen wat Christus voor ons betekent. Daar draait het om.”

Nederlandse Kerk haalt band aan met sporadische kerkganger

WELKOM THUIS! Met die slogan wilde de Kerk in Nederland op kerstavond de band aanhalen met de grote groep gelovigen die wel meeviert op Kerstmis, maar anders zelden of nooit een voet zet in de kerk, ook al noemen velen zich nog 'katholiek van huis uit'. „Vandaar de woordspeling *Welkom thuis!*”, zegt Pieter Kohnen, woordvoerder van de Nederlandse bisschoppenconferentie. „De toon van de campagne is positief. Net als in de parabel van de verloren zoon willen we niemand berispen, maar gastvrij welkom heten en uitnodigen vaker langs te komen.”

Voor Kohnen is de campagne nu al een succes. „Alle media berichten erover, minstens op een neutrale en meestal op verrassend positieve toon. Met de televisiespots waarin onze bisschoppen een fragment van het kerstverhaal voorlezen, bereikten we ook heel wat kijkers, ook ongelovigen. Zij kwamen aldus eens op een posi-

tieve wijze in aanraking met het evangelie.”

Vele parochies onthaalden de campagne gretig. „Eén op drie van onze 1.500 parochies gaf de kerkgangers na de viering het kleurrijke gelegenhidsmagazine *Katholieken. Wat ze geloven* mee. Het magazine, een gezamenlijk initiatief van de Nederlandse en Vlaamse Kerk, werd overigens eerder al verspreid in Vlaanderen. Maar liefst 264.000 exemplaren vonden zo hun weg naar meer of minder trouwe kerkgangers. Die magazines kwamen niet op een stapel achter in de kerk terecht. Leden van het kerkbestuur deelden ze persoonlijk uit. Zo ontstond een eerste contact, wat de drempel verlaagt bij een volgend bezoek.” Tal van parochies nodigden de kerkbezoekers bovendien uit op een ontmoetingsavond begin dit jaar.

Het idee voor de campagne mag dan geboren zijn in de schoot van de communicatiedienst van de Nederlandse Kerk, *Welkom thuis!*

sluit aan bij bestaande noden. „Parochies waren verheugd, omdat we hen een eenvoudig instrument aanboden om randkerkelijken te bereiken”, weet Pieter Kohnen. „Katholieken zijn er in Nederland 4,2 miljoen, maar van hen bezoekt op een doordeweekse zondag amper tien procent de kerk. Dan vraag je je toch af waar die overige negentig procent blijft...”

Lijntje

De campagne valt bovendien niet uit de lucht. *Welkom thuis!* past in de evangeliserende aandacht van de Nederlandse Kerk. „Hoe kom je echter in contact met wie je wilt evangeliseren?”, oppert Kohnen. „Met randkerkelijken heb je nog een lijntje. Afen toe, zoals op kerstdag, zoeken ze zelf contact met de Kerk. Deze gouden momenten moet je voluit proberen te benutten.”

Toch moet de Kerk zich ervoor hoeden overhaast te werk te gaan.

„Dit lijntje is vaak heel dun. Je mag er dus niet te hard aan trekken, want dan breekt het, en verlies je hen. Je moet juist investeren, heel voorzichtig, om het lijntje te verstevigen.”

Dit trachtte *Welkom thuis!* te bereiken door via het magazine verder te bouwen aan wat de randkerkelijken nog rest aan kennis over het geloofsleven en door in te haken op hun ervaring. Pieter Kohnen over de 'tactiek' van de bisschoppen: „Met kerst speelt het nostalgische gevoel van 'vroeger gingen we thuis naar de kerstviering'. Als we dat kunnen oproepen en aanvullen met nieuwe ervaringen die smaken naar meer, dan groeit de verbondenheid met de parochie.”

Men moet het ijzer smeden als het heet is, moeten de Nederlandse bisschoppen hebben gemeend. Inmiddels sleutelt de communicatiedienst immers aan een vasten-campagne die nog uitdrukkelijker randkerkelijken en niet-gelovigen wil bereiken.



„Tot weerziens!” Leden van de parochieraad nodigen kerkgangers na de kerstviering uit om wat vaker terug te keren. © Peter van Mulken