

kan worden. Het onderliggende pleidooi is dan ook niet zozeer striktere vormen van religie aan te bieden, maar juist liberale. Deze prikkelende stelling had door een consequenter hanteren van de theorie (nu schiet het betoog soms in de richting van geschiedenis vertellen) en (hier en daar) correcte historische voorbeelden aan kracht kunnen winnen.

*Erik Sengers, Vrije Universiteit (Amsterdam)*

Erik Sengers (2006), *Aantrekkelijke kerk. Nieuwe bewegingen in kerkelijk Nederland op de religieuze markt*, Delft: Eburon, ISBN 90-5972-112-8, pp.167, € 20.

Het is typerend voor de godsdienstige situatie in Nederland, dat er veel meer godsdienstigheid of religiositeit is dan kerkelijkheid. Of anders gezegd: de (grote) kerken in Nederland zijn niet in staat om de relatief constante en omvangrijke groep religieus geïnteresseerden aan zich te binden, want de kerkbetrokkenheid neemt nog steeds af. Er is meer vraag dan aanbod op de religieuze markt. Zoiets is een gunstige omstandigheid voor 'nieuwkomers'. En die zijn er dan ook volop, zowel binnen de kerken als buiten de kerken. Over de eerste gaat het in dit boek van Sengers: allerlei bewegingen en organisaties binnen de christelijke kerken die proberen rand- en buitenkerkelijken te betrekken bij het kerkelijk leven. Aan protestantse kant moet dan gedacht worden aan evangelische bewegingen, pinksterbewegingen, charismatische bewegingen, opwekkingsbewegingen, jeugdkerken, maar ook organisaties als Youth for Christ en de Alpha-cursus. Aan katholieke kant gaat het om de zogenaamde 'nieuwe bewegingen', zoals Comunione e Liberazione, Focolare, de Neocatechumenale Weg, San' Egidio, Opus Dei en de Katholieke Charismatische Vernieuwing.

Velen binnen de kerken en zeker in de samenleving kijken vreemd aan tegen deze bewegingen; om die reden worden ze wel sekten of Nieuwe Religieuze Bewegingen (NRB's) genoemd. Volgens Sengers is dat ten onrechte, omdat ze niet voldoen aan typische kenmerken van sekten of NRB's, zoals een strikte levensstijl of rigide organisatie. Het meest kenmerkende van de genoemde bewegingen en organisaties is volgens Sengers dat zij marktgericht zijn: ze nemen initiatieven en ontwikkelen methodes (zoals marketing-achtige technieken) om in te kunnen spelen op vragen die leven op de religieuze markt, met het doel de betrokkenheid bij de kerken te verhogen.

Vervolgens geeft Sengers (in hoofdstuk 2) een theoretische uiteenzetting over de begrippen 'religieuze markt' en '(religieuze) marketing' en komt hij tot een keuze van vijf concepten en vijf methoden, aan de hand waarvan hij wil onderzoeken of vier specifieke religieuze bewegingen inderdaad als marktgericht zijn te kwalificeren. Die vijf concepten zijn: missie, doelgroepen, aanbod (tegen welke kosten?), imago en tevredenheid van de klanten. De vijf methoden zijn: marketingplan, marketingmix, communicatie, (werving van) vrijwilligers en werving van middelen buiten de organisatie. De vier religieuze be-

wegingen en organisaties waar hij zijn onderzoek op richt, zijn: de Gemeente als herberg, de Alpha-cursus, Willow Creek en de Neocatechumenale Weg. Voor deze vier is gekozen, omdat zij binnen lokale gemeenten of parochies van de twee grote kerken in Nederland (die juist het meest getroffen worden door verminderde kerkbetrokkenheid) als methode gebruikt worden om in te spelen op de religieuze vraag van rand- en buitenkerkelijken: de eerste drie komen voor binnen gemeenten van de PKN, de eerste twee en de vierde in RK-parochies.

In de hoofdstukken 3 tot en met 6 doet Sengers achtereenvolgens verslag van zijn onderzoek naar deze vier bewegingen en organisaties: zijn zij op grond van de tien genoemde concepten en methoden als 'marktgericht' te kenschetsen? En hij onderzoekt dat zowel op theoretisch niveau (zoals de beweging of organisatie is opgezet of bedoeld) als op praktisch niveau: de concrete toepassing in de plaatselijke gemeente of parochie. Voor dat eerste gaat Sengers te rade bij materiaal van de bewegingen zelf, op internet en bij personen die betrokken of werkzaam zijn bij de bewegingen. Deze zoektocht levert tevens gegevens op over de verbreiding in Nederland; Sengers komt tot een schatting van 47 herberggemeenten (36 protestantse en 11 katholieke), 211 gemeenten en parochies met een Alpha-cursus (176 protestantse en 35 katholieke), 10 Willow Creek-gemeenten en 16 parochies die verbonden zijn met de Neocatechumenale Weg. Voor wat de praktijk betreft heeft Sengers gesproken met telkens één informant uit zes plaatselijke gemeenten en parochies: drie aan protestantse kant (één herberggemeente, één met Alpha-cursus en één Willow Creek-gemeente) en drie aan katholieke kant (één herberggemeente, één met Alpha-cursus en één van de Neocatechumenale Weg). Eén case van iedere soort is op zich weinig, maar het waren alle wél gemeenten of parochies met een zekere voorbeeldfunctie binnen de betreffende beweging of organisatie.

In hoofdstuk 7 worden de bevindingen samengevat. Willow Creek voldoet in hoge mate aan wat men van een marktgerichte beweging zou verwachten, De Gemeente als herberg en de Alpha-cursus voldoen daar minder aan en de Neocatechumenale Weg nauwelijks. Over het algemeen zijn de protestantse gemeenten marktgerichter dan de katholieke en in de lokale praktijk zijn deze bewegingen minder marktgericht dan in theorie.

Wat levert het onderzoek van Sengers op? Van een enkele beweging geeft zijn boek een eerste omvattende beschrijving in het Nederlandse taalgebied: van de Neocatechumenale Weg en van de Alpha-cursus bij katholieken. Vervolgens geeft het inzicht in de verbreiding en geografische verspreiding van deze vier bewegingen of organisaties. En het laat zien hoe de theorie of methode in een concrete praktijk vertaald wordt. Sengers concludeert bovendien dat 'marktgerichtheid' een bruikbaar begrip is om deze bewegingen te beschrijven en "nieuwe perspectieven opent voor een verdere ontwikkeling van de rational choice-theorie" (p. 132).

Toch blijf ik zitten met een probleem. De hoofdvraag van het onderzoek was, of de nieuwe aanbieders op de religieuze markt te "karakteriseren zijn als marktgerichte bewegingen" (p.45). En het antwoord is, dat ze dat niet allemaal zijn. Met name de Neocatechumenale Weg niet, maar ook herberggemeenten en gemeenten met

Alpha-cursussen missen bepaalde marktgerichte kenmerken. Daarmee blijft de vraag, of 'marktgerichtheid' een specifiek kenmerk is van deze bewegingen en organisaties. Sengers geeft daar geen helder antwoord op. Het antwoord moet ontkennend zijn, om de simpele reden dat de Neocatechumenale Weg – die toch onmiskenbaar één van de nieuwe bewegingen binnen de RK-Kerk is – volgens het onderzoek van Sengers geen marktgerichte beweging is. Desondanks ben ik het met Sengers eens, dat 'marktgerichtheid' als beschrijvende term voor deze bewegingen heel wel bruikbaar is, zeker in het kader van de rational choice-theorie. Maar ik zou dat begrip niet reserveren voor de nieuwe aanbieders op de religieuze markt. Immers, ook onder oude aanbieders zijn er die door de veranderingen op de religieuze markt (met name de toenemende pluralisering) steeds marktgerichter worden. Zo heb ik eerder aangetoond dat katholieke parochies boven de grote rivieren (waar de religieuze markt in hoge mate gekenmerkt wordt door pluralisme en de katholieken in de minderheid zijn) doelgroepgericht werken en dus volgens de omschrijving van Sengers 'marktgericht' zijn dan parochies in het zuiden van ons land (waar minder pluralisme is en de katholieken in de meerderheid zijn). Daarbij zij opgemerkt dat 'marktgerichtheid' geen dichotome variabele is, waar Sengers toe neigt, maar een continue.

Daarmee kom ik bij een tweede opmerking. De vraag is niet zozeer of nieuwe aanbieders min (Neocatechumenale Weg) of meer (Willow Creek) als marktgerichte bewegingen zijn te karakteriseren, maar of gemeenten of parochies die zich door deze bewegingen laten inspireren, marktgericht zijn dan gemeenten of parochies die geen verband aangaan met deze nieuwe aanbieders. Anders gezegd: voegen zij er iets aan toe? En nog belangrijker: of marktgerichtheid leidt tot een hogere betrokkenheid? Want het startpunt van dit onderzoek was, dat er meer vraag is dan aanbod op de religieuze markt en dat dit een ideale situatie is voor 'nieuwkomers' of – zou ik eraan toevoegen – voor wie op die nieuwe situatie weet in te spelen. Blijft staan dat Sengers met behulp van het begrip 'marktgerichtheid' een interessante beschrijving heeft gegeven van de genoemde vier bewegingen en organisaties.

*Theo Schepens* (UD Godsdienstsociologie, Universiteit van Tilburg)

Hellemans, Staf. *Het tijdperk van de wereldreligies. Religie in agrarische civilisaties en in moderne samenlevingen*, Zoetermeer: Meinema, 2007, ISBN 978-90-211-4151-0, pp. 222, € 29,90.

Hellemans, hoogleraar godsdienstsociologie aan de Faculteit Katholieke Theologie van de Universiteit van Tilburg, heeft in Nederland naam gemaakt met zijn studies over de verhouding van godsdienst en modernisering. Zijn basisidee, dat iedere tijd zijn eigen aard van godsdienst genereert, heeft hij nu uitgewerkt in een brede studie waarin heel de godsdienstige ontwikkeling volgens dat inzicht wordt getekend. Het is een nadere invul-