

PERSBERICHT
22 december 2008
PB 08150

Onderzoek geloof: helft van de Belgen is gelovig

50% wil een commerciële dienst afnemen van de Kerk

Brandhome heeft onderzoek gedaan naar het geloof en de verwantschap met de Kerk. Ruim 1.000 Belgen hebben hun mening gegeven over geloof en kerkbezoek. De respondenten zijn ook gevraagd hun mening te geven over het merk de Kerk, over de waarden waar het merk voor staat en over de commerciële diensten die dit merk kan aanbieden. De resultaten van het onderzoek zijn opmerkelijk: de helft van alle Belgen is gelovig, 61% voelt zich verwant met de Rooms Katholieke kerk, 35% gelooft in een bestaan na de dood en maar liefst 50% van de Belgen zou overwegen een commerciële dienst af te nemen van de Kerk.

Geloof in België

De meeste gelovigen wonen in Vlaams-Brabant, terwijl Luxemburg het minste aantal gelovigen telt. De meeste Belgen voelen zich verwant met het Rooms Katholieke geloof. Andere geloven, zoals Islam, Boeddhisme of Humanisme spelen een zeer bescheiden rol in België. De helft van de Belgen is gelovig, maar 40% geeft aan te geloven in God. De Belg vindt het niet nodig om naar de Kerk te gaan. Maar liefst 50% gaat nooit of slechts 1 keer per jaar naar de Kerk. Als de Belg naar de Kerk gaat, is dat over het algemeen voor een begrafenis.

Jongeren en de Kerk

De populariteit van de Kerk neemt sterk af onder jongeren: steeds minder jongeren geven aan getrouwd te zijn voor de Kerk of te willen trouwen voor de Kerk. Datzelfde geldt voor het dopen van kinderen. Deze ontwikkelingen passen bij het beeld dat veel mensen hebben: het kerkbezoek zal de komende jaren verder afnemen.

De Kerk is een sterk merk

Maar liefst 30% van de Belgen vindt dat de Kerk een merk is. Ze zijn die mening toegedaan omdat iedereen de Kerk kent, de Kerk al eeuwenlang bestaat en de Kerk sterke tradities heeft. 50% van de mensen zou een (commerciële) dienst van de Kerk willen afnemen, zoals ziekenzorg, reizen, onderwijs of telecommunicatie. De zaken die de Kerk het best zou aanbieden zijn ziekenzorg, thuiszorg of boeken. Telecom, immobiliën en verzekeringen sluiten de rij. Er is ook veel vraag naar het organiseren van thuismissen.

Kerk is geen merk, maar 'une griffe'

Opmerkelijk is dat de Kerk als merk een soort superstatus geniet. Dat blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat verwanten de Kerk minder als een merk zien dan niet-verwanten. Ondanks dat hebben verwanten meer vertrouwen in de Kerk om meer diensten af te nemen. Dat heet een merkparadox. Een dergelijk merk noemen merkstrategen 'une griffe'.

Waarde van het merk

Op basis van de resultaten van het onderzoek heeft Brandhome de opbrengstwaarde berekend van het commercieel gebruik van het merk de Kerk in België. Omdat het eigendom van het merk de Kerk niet verkocht kan worden in de strikte zin van het woord, betreft het hier de zogeheten 'licentiewaarde' voor het commercieel gebruik van het merk de Kerk voor 5 jaar in België. Er is uitgegaan van de klantbereidheid om diensten te kopen die onder het merk de Kerk op de markt worden gebracht. Voor de Belgische markt zou, in dat geval, die waarde liggen tussen de 300 en 500 miljoen euro. Dit bedrag is afhankelijk van variabelen zoals koopintentie, aanbodpotentieel en merkmargin. Hiermee is het merk de Kerk een van de meest waardevolle merken van België.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek is in de maanden november en december 2008 uitgevoerd onder ruim 600 Vlamingen en 400 Walen. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Brandhome. **Brandhome** is een **communicatiebureau** dat werkt volgens een unieke en effectieve methodiek om merken te bouwen, de Brandhome method[®]. Het bureau stelt zich onder andere tot doel om kennis over merken constant te vergroten. Brandhome is gevestigd in Antwerpen.