

# Známy marketingový expert: Veriaci húfne utekajú z kostolov, pretože sú príliš súčasné. Cirkev robí jednu marketingovú chybu za druhou

19. júla 2024 ✚ Krátke správy

Počas pandémie nám cirkevní predstavitelia odporúčali počúvať odborníkov. Tak si môžeme jedného vypočuť. Je ním Dr. Veit Etzold, vyhľadávaný školiteľ generálnych manažmentov a konzultant pre korporácie. Má dvadsaťročnú prax v oblasti bankovníctva, strategického poradenstva a manažérskeho vzdelávania, je profesorom marketingu, ktorý prednášal na univerzitách a okrem toho úspešným autorom románových bestsellerov z oblasti tzv. non-fiction.



Ilustračný obrázok – Zdroj: DeviantArt

Nemecký portál *Focus* sa ho opýtal, aké sú podľa neho príčiny fatálneho úteku veriacich z Cirkvi. Článok sa začína tristným konštatovaním:

*„Nemecké kostoly opäť opustilo takmer pol milióna ľudí.“*

A dôvod? *Focus* má po porade s odborníkom jasno:

*„Cirkev podporuje tých, ktorí aj tak nechodia do kostola.“*

Článok v kontexte odbornosti Dr. Veita Etzolda, poukazuje na povolanie sv. Petra, ktoré dostal od Spasiteľa – má byť rybárom ľudí a teda tak, ako predtým chytal do siete ryby, tak má chytať do siete Cirkvi ľudské duše a zachraňovať ich pred zatratením. Dr. Etzold to komentuje:

*„Je to jasná obchodná úloha pre generálneho manažéra Petra. Preto pre Cirkev „distribúcia“, znamená „distribúciu“ čo najväčšiemu počtu ľudí. Nemôžete prísť predsa o pol milióna zákazníkov ročne. Akýkoľvek obchodný manažér zodpovedný za takéto katastrofálne čísla, by bol už trikrát prepustený.“*

Článok ďalej opisuje zlyhanie cirkevného vedenia s nemilosrdnou priamočiarosťou podnikateľského zmyslu pre realitu:

*„Napriek tomu, že to biskupi už 20 rokov papagájujú: odchody nenastávajú preto, že Cirkev nie je dostatočne aktuálna. Práve naopak: Cirkev sa snaží zavraždiť ľavicovo-zelenému*

*mainstreamu až do úplného vyprázdnenia. Z cirkevných dní sa stávajú červeno-zelené politické zhromaždenia a Cirkev sa snaží byť prítiažlivá pre ľudí, ktorí necítia nič iné, len pohrdanie náboženstvom aj Cirkvou a do kostola nikdy nechodia. Cirkev teda cieľi na neexistujúcu cieľovú skupinu a zároveň odháňa stálych zákazníkov.“*

Aké ďalšie marketingové chyby robí Cirkev podľa Dr. Etzolda?

*1) Cirkev úplne stratila zo zreteľa svoje pôvodné poslanie a podstatu značky. Zatiaľ urobila takmer každú marketingovú chybu, aká sa dá urobiť.*

*2) Namiesto prilákania nových členov („konverzia“ v marketingu pochádza z cirkevného „obrátienia“) sa cirkevní tešia, keď sa miera odchodov aspoň o niečo zníži.*

*3) S mentalitou niekde medzi „teraz ubudlo viac než kedykoľvek predtým“ a fatalistickou mentalitou bunkra, Cirkev tvrdohlavo a vzdorovito pripravuje jednu cirkevnú konferenciu za druhou o jedinej možnej politike a jeden dokument o klimatických zmenách za druhým. Ani stopa po pastoračii alebo spiritualite.*

Podľa Dr. Etzolda:

*„Jadrom problému nie je to, že Cirkev nie je dostatočne súčasná, ako to často cirkevní predstavitelia tvrdia. Problém je skôr v tom, že sa príliš prikláňa k ideologickej agende, ktorá nemá veľa spoločného s jej skutočnými hodnotami. Udalosti ako cirkevné zjazdy, ktoré majú tendenciu byť politickými udalosťami, a snahy osloviť ľudí, ktorí sú skeptickí voči náboženstvu, ukazujú, že Cirkev sa príliš vzdialila od svojho základu.“*

BM

Zdroj: Focus

URL adresa článku: <https://christianitas.sk/znamy-marketingovy-expert-veriaci-hufne-utekaju-z-kostolov-pretoze-su-prilis-sucasne-cirkev-robi-jednu-marketingovu-chybu-za-druhou/>