

Marketing

(Humo 3964/34, 23 augustus 2016, p. 58)

In Humo 3963 vertelt **Youssef Kobo** dat hij gefrustreerd is omdat moslimterroristen zoveel persaandacht krijgen en de islam als geheel verdacht maken. Natuurlijk is het spijtig dat een gewelddadige minderheid het imago van de vredelievende moslimmeerderheid aantast, maar dat is nu eenmaal hoe marketing werkt. Stel je voor dat een rabiante minderheid van katholieken en protestanten bomaanslagen begint te plegen, daarbij luidkeels 'Leve Christus' roepend, dan is het toch nogal wies dat zo'n wangedrag negatief zou afstralen op het eigen merk 'christendom'? Ook over de motieven van moslimterroristen is al veel inkt gevloeid, maar uiteindelijk blijkt het altijd te herleiden tot een mix van frustratie, boosaardigheid en religieuze verdwazing.

Jean-Marie Decuypere, Zoersel