
EEN ULTIEM PORTRET

Ons hele leven zijn we op allerlei manieren bezig om ons uit te drukken: via ons uiterlijk, het werk dat we doen, de manier waarop we onze vrije tijd besteden. Maar deze zelfexpressie lijkt te stoppen bij onze uitvaart. We eindigen in een grauwe aula waar we eigenlijk niet dood gevonden hadden willen worden en na wat woorden en muziek troosten de nabestaanden zichzelf met slappe koffie en kleffe cake. Vooruit, inmiddels zijn er ook wijn en bitterballen, maar echt persoonlijk wordt het meestal niet. Helpen deze uitvaartsjablonen ons om verbinding te maken met het leven, met de dood, met elkaar en met onze natuur? Functioneren ze nog wel als helende rite?

In 2017 besloot ik na een loopbaan in het maatschappelijk bankieren het roer om te gooien en het vak in te stappen van onafhankelijk uitvaartondernemer. Als progressieve dertiger leerde ik de uitvaartwereld van binnenuit kennen en zag ik dat er grote commerciële belangen spelen die de keuzevrijheid voor nabestaanden beperken. Veel uitvaartondernemingen verdienen namelijk aan de doorverkoop van producten. Zij selecteren hun catalogus op hoge marges, doen letterlijk aan upselling en laten niet zien dat er ook alternatieven bestaan, zoals andere locaties, kisten of rouwkaarten. Dit leidt tot dertien-in-een-dozijn-uitvaarten en dient vooral om gulzige commerciële ondernemingen veel geld op te leveren. Hoe heeft dit zover kunnen komen?

Ik realiseerde me: de machtige uitvaartindustrie is een uitwas van onze westerse cultuur, waarin we de dood en afscheid nemen mijlenver van ons af hebben geduwd. Terwijl we druk zijn met leven, willen we niet stilstaan bij de dood. En als er uiteindelijk iemand dichtbij sterft, verkeren we in een roes van rouw en zijn we tot weinig in staat, we voelen ons niet creatief, niet scherp. Als geroepen verschijnt daar de uitvaartbegeleider, die ons 'volledig ontzorgt'. We krijgen een catalogus onder onze neus geduwd en volgen gedwee wat ons wordt voorgesteld. We weten niet beter en het is ook allemaal te ingewikkeld op dat moment, dus we zijn geneigd het aan de deskundigen over te laten. Maar ongemerkt laten we de uitvaartindustrie zo voor ons bepalen hoe onze uitvaarten eruitzien. Er werken lieve, betrokken mensen, maar zij maken deel uit van een commercieel systeem met verdienmodellen die dwingen tot standaardisatie omdat dit efficiënt is en de meeste winstmarge oplevert. Het zal geen verrassing zijn dat ook milieuvriendelijkheid in deze verdienmodellen niet voorop staat. Ik ben enorm geschrokken van de milieubelastende gebruiken rondom uitvaarten. Hierover heerst een grote onwetendheid, terwijl de noodzaak groeit om zorgvuldiger om te gaan met de planeet. Ik voel me geroepen om bij te dragen aan de bewustwording rondom afscheid nemen.

Terwijl ik bezig was met dit boek kwamen de eerste coronamaatregelen, die ons dwongen om uitvaarten in kleinere kring te organiseren, met onderlinge afstand. Het leek een onmogelijke opgave. Maar waar aanvankelijk alom lichte paniek ontstond, dienden zich al gauw allerlei creatieve vormen aan om mooi afscheid te nemen ondanks de beperkingen. Ik ontdekte dat een uitvaart in intieme kring eigenlijk heel helend was. Uitvaarten werden teruggebracht tot de essentie: wat hebben we werkelijk nodig om goed afscheid te nemen? Wat

vooral belangrijk blijkt, is dat de rituelen en vormen van een uitvaart iemands eigenheid weerspiegelen, en dat de mensen die afscheid moeten nemen in een prettige energie kunnen zijn.

Als we een uitvaart zien als iemands portret, doet het ons op een andere manier kijken naar de vormgeving ervan. Zeker als we ons realiseren dat werkelijk alles mogelijk is, net zoals bij een bruiloft. In mijn nog korte loopbaan als uitvaartbegeleider heb ik een hele wereld aan mogelijkheden ontdekt, die de uitvaartindustrie niet laat zien. Er zijn houtbewerkers die handgemaakte kisten van lokale bomen maken, mandenmakers die grafmanden vlechten, keramisten die bezielde urnen creëren en bloemisten die uitsluitend met seizoensbloemen werken en plastic en pesticiden mijden. Ik ontmoette familieleden die hun liefde voor de overledene uitdrukten door iets zelf te maken, zoals een bloemstuk of een wade; vrienden die zich aanboden als regelaars van de uitvaart, om zo de regie in eigen hand te houden. Want zo kan een uitvaart ook worden vormgegeven: volgens zelfsturende principes, met eigen creativiteit. Voor veel minder geld bovendien, en veel minder belastend voor het milieu. Want veel dingen die ons door de industrie worden aangemeten hebben we in wezen niet nodig.

Ik geloof in een nieuwe cultuur van de dood en afscheid nemen. Uitvaarten kunnen helende rituelen zijn als ze een portret vormen in iemands geest. Ik geloof in een manier van omgaan met de dood die dichterbij het leven staat en ons beter doet begrijpen hoe de natuur werkt. Ik geloof in andere verdienmodellen voor de uitvaartbranche, gebaseerd op toegevoegde waarde en oneindige keuzevrijheid. En ik geloof dat nadenken over ons eigen afscheid ooit, ons helpt om voorbereid te zijn en rust te vinden. In de praktische zin, maar vooral ook mentaal. Vroeg of laat komt de dood op ons pad en moeten we afscheid nemen. Dit is zo onvermijdelijk dat we er maar beter

bij stil kunnen staan. Op tijd, met rust. Nadenken over onze eigen sterfelijkheid, over wat we ooit achterlaten en hoe we herinnerd willen worden, is confronterend en moeilijk, maar tegelijk inspirerend. Het dwingt ons immers ook om ons af te vragen op wat voor leven we willen terugkijken.

Onze uitvaart is een uitdrukking van wie we zijn geweest en hoe we worden gezien. Onze cultuur rondom de dood en afscheid nemen zou daarom ook door onszelf als gemeenschap bepaald moeten worden, niet door een industrie. We moeten ons de dood weer toe-eigenen.

Wat komt er allemaal kijken bij een uitvaart en wat is er allemaal mogelijk? Ik deel naast mijn eigen professionele kennis, tips en fijne adressen, veel ervaringsverhalen die kunnen inspireren. Dit handboek is gericht aan alle stervelingen en de kring dierbaren om hen heen. En hierbij is het belangrijk om het volgende onderscheid te maken: een uitvaart gaat altijd over degene die overlijdt, maar is voor de mensen om diegene heen. Soms spreek ik de lezer in dit boek aan met *je*, soms met *jullie*. Het boek is geschreven aan jullie als kring van directe naasten die de uitvaart zullen gaan vormgeven. Maar sommige onderdelen van het boek gaan ook over persoonlijke vraagstukken, zoals *jouw* eigen wensen. Misschien lees je dit boek in de situatie dat jullie nu direct een uitvaart moeten vormgeven. In het begin vind je een behulpzaam overzicht van wat er zoal bij een uitvaart komt kijken, waarmee jullie hopelijk meer grip voelen. Het kan ook zijn dat jullie weten dat er een uitvaart nadert, en jullie goed voorbereid willen zijn op die situatie. Heel goed dat jullie je er nu al in verdiepen, het scheelt enorme tijdsdruk. En uiteraard kan het ook zijn dat je dit boek leest terwijl je nog lang niet van plan bent om dood te gaan. Ook dan kunnen de inzichten je dienen, misschien zelfs om een oud verlies beter te ver-

werken. Eigenlijk kun je dit boek dus op elk moment in je leven lezen.

Als aanvulling op het boek vind je op www.bijafscheid.nl een platform met inspiratie, tutorials en adressen. Daar kun je bijvoorbeeld ambachtsmensen en vormgevers vinden of dingen zelf leren doen, zoals een kist, wade of bloemstuk maken, of de uitvaart zelf regelen.

Ik hoop jullie samen op weg te helpen naar een mooi afscheid. Passend bij wie jullie zijn, wat jullie kunnen. Met respect voor onze relatie met de natuur. Dat is altijd mogelijk, ongeacht jullie budget en ongeacht of jullie een lokale ondernemer bellen, een onafhankelijke begeleider of een grote maatschappij. Het allerbelangrijkste is jullie eigenheid en inspiratie. En een flinke portie eigen wijsheid.

Eigen het je toe,
Susanne

DE KEUZES RONDOM EEN UITVAART

Er zijn duizend onderdelen van een uitvaart waar jullie je in kunnen verdiepen. Op deze bladzijden vinden jullie een behulpzaam overzicht van wat er zoal aan keuzes volgt, en waarover jullie in dit boek meer zullen lezen. Dit overzicht is ook een goede leidraad om eigen uitvaartwensen vast te leggen.

DE OPBARING

Hoe willen jullie je dierbare opbaren? In een kist, op een baar of gewikkeld in een doek? Thuis of op een andere plek? Hoe ziet het eruit? En hoe ziet jullie dierbare eruit? Wil diegene gezien worden? > Hoofdstuk 5, 14

DE LICHAAMSBESTEMMING

Wil jullie dierbare dat diens lichaam wordt begraven, gecremeerd, opgelost? Of in de toekomst misschien gecomposteerd? > Hoofdstuk 7

DE LOCATIE

Wat zijn plekken die bij jullie passen, voor mensen om samen te komen voor het afscheid? Blijven jullie op één plek? En vraagt dit nog om een bepaalde inrichting of aankleding? > Hoofdstuk 9, 10

HET ROUWBERICHT

Hoe wordt er over het afscheid gecommuniceerd? Een gedrukte kaart, een digitaal kaartje? Hoe wordt er woord en vorm aan gegeven? En willen jullie een advertentie of iets online? > Hoofdstuk 12

VERVOER

Hoe wordt jullie dierbare vervoerd? En jullie zelf? Bijvoorbeeld (een stoet van) classics, campers, motoren of lopend, fietsend?

Of brengen jullie je dierbare gewoon zelf met een eigen auto?
> Hoofdstuk 15

WOORDEN TIJDENS CEREMONIE

Wat voor speeches en andere voordrachten stellen jullie je voor? Hoe kan er een compleet beeld van iemands leven worden gegeven? Wie gaan spreken en wat gaan zij uitlichten? Zijn er teksten die veel zeggen over iemands eigenheid? > Hoofdstuk 17

MUZIEK EN BEELD

Wat is iemands muziek? En welke muziek troost jullie? Willen jullie dit live? Zouden jullie foto's getoond willen hebben? Of bijv. een filmvertoning of performance? > Hoofdstuk 17

RITUELEN

Wat voor ritueel kan symboliek brengen rondom de ceremonie? Kaarsen aansteken, een gezamenlijk bloemstuk maken, samen zingen, misschien wil de vriendengroep iets symbolisch doen? > Hoofdstuk 18

SAMENZIJN

Hoe stellen jullie een samenzijn met de mensen voor? Is dat thuis, of ergens anders? Gaan jullie in een rijtje, of absoluut niet? Wat moet er geserveerd worden, waar houden jullie van? Welk eten en drinken biedt troost en helpt om samen herinneringen te delen? > Hoofdstuk 10, 21

NA DE UITVAART

Wat volgt er aan regelzaken na de uitvaart? Wat te doen met erfstukken zoals kleding, meubels en servies? En in welke vormen willen jullie je dierbare herinneren? Bomen aanplanten, een (graf) monument, (as)sieraden, een urn? > Hoofdstuk 24, 25, 26

UITVAARTCOMMERCIE, HOE BELANDEN JULLIE NIET IN DE FUIK?

Even een korte inleiding over commercie in de uitvaartindustrie. Om een zuur boek te voorkomen beperk ik mijn kritiek tot dit ene hoofdstuk. Voor een diepere analyse raad ik aan om *Laat je niet kisten door de commercie* van journalist Marieke Henselmans te lezen. Zij beschrijft de ontluisterende manier waarop de commerciële systemen werken. Er zijn grofweg twee typen verdienmodellen die om waakzaamheid vragen.

ALLES-IN-EIGEN-HUIS-VERDIENMODEL

'Bel ons direct na overlijden, we zijn dag en nacht bereikbaar,' galmt de leus van een grote uitvaartverzekeraar. Dezelfde boodschap verschijnt boven aan je zoekresultaten als je 'uitvaart' googelt. Of misschien hebben jullie bij je overleden dierbare een uitvaartverzekeringsspolis gevonden met daarop een 0800-nummer. De tekst is duidelijk, het is belangrijk dat je snel belt. Dus dat doe je braaf, als je niet beter weet. Een vriendelijke medewerker belooft: er komt meteen iemand naar jullie toe. Zo, de eerste horde is genomen, het stelt je gerust. Maar eigenlijk moeten de alarmbellen nu juist gaan rinkelen. Je bent met open ogen in de fuik beland van een verzekeringsmaatschappij. Die maatschappij is behalve verzekeraar ook

uitvaartbegeleider. En bovendien eigenaar van uitvaartlocaties, crematoria, begraafplaatsen, kistendepots, rouwvloten en verzorgingsteams. De uitvaartbegeleider die na het ongemerkt dwingende telefoongesprek op de stoep verschijnt in een representatieve outfit is bijzonder meelevend en een capabele regelaar, maar uiteindelijk is diegene een verkoopmedewerker van het alles-in-eigen-huis-verdienmodel. Met verkooptargets en een maximaal aantal uren om jullie te begeleiden. Alle voorgestelde mogelijkheden zijn niet geheel toevallig de opties waar de maatschappij het meest aan verdient: er is een commercieel belang bij het slijten van specifieke kisten, locaties en rouwauto's. 'Wij van Wc-eend adviseren Wc-eend.'

Niet voor niets constateerde de toezichthouder Autoriteit Financiële Markten (AFM) in 2011 in een rapport dat er ongewenste prikkels zijn in de markt voor uitvaartverzekeringen. Niet alleen de bekende maatschappijen werken met dit type verdienmodel, het komt ook voor bij kleinere lokale uitvaartondernemingen en -verenigingen. Dit gebeurt niet perse met kwade intenties, maar het werkt wel standaardisering in de hand. We zien telkens weer dezelfde producten, en diensten en uitvaarten zijn inwisselbaar.

PROVISIE-VERDIENMODEL

Bij het tweede type verdienmodel zijn de inkomsten van een uitvaartonderneming gebaseerd op de doorverkoop van producten. Dit kan ik het beste illustreren aan de hand van de kist. Mensen hebben doorgaans geen idee wat een kist moet kosten. 1.000 euro? 1.200? 'Maar uw vader verdient toch een eervol afscheid?' Eh, 1.500 dan? Van deze onwetendheid maken allerlei ondernemingen, groot en klein, misbruik. De prijzen voor milieuvriendelijke houten kisten liggen rond de 350 euro,

maar kistenleveranciers staan onder druk om hun prijzen af te schermen of hoger te presenteren dan ze zijn, anders nemen uitvaartondernemingen simpelweg niet bij hen af. Omdat families geen idee hebben, wordt al gauw het dubbele van de inkoopprijs in rekening gebracht of zelfs meer. Uiteraard zijn marges op verkochte producten gangbaar, en in een restaurant gaat de wijn toch ook een paar keer over de kop? Ja, maar hiervan worden ook de ober en de huur betaald: het is de toegevoegde waarde van het drinken van een glas wijn buitenshuis. Voor uitvaartbegeleiding betaal je al een tarief, en bovendien levert de uitvaartbegeleider amper toegevoegde waarde aan de kist.

Het echt kwalijke is dat families structureel een onvolledig aanbod gepresenteerd krijgen: namelijk enkel de producten waar een ondoorzichtige marge bovenop kan. Producten en diensten waar de uitvaartindustrie niet (voldoende) op kan verdienen, worden dus niet onder de aandacht gebracht. En houtbewerkers en kistenfabrikanten die hun prijzen transparant maken, bereiken het grote publiek niet.

De kist is de melkkoe van de uitvaartbranche. Maar het provisiegebaseerde verdienmodel dringt ook op andere vlakken door. Als de nabestaanden een thuisopbaring willen, stelt de uitvaartonderneming bijvoorbeeld alleen de dure koelapparatuur voor waarin geïnvesteerd is, want die investering moet natuurlijk worden terugverdiend. De prima alternatieven, zoals graszoden of Bio Sac 200, worden niet genoemd of afgeraden: 'Over die alternatieven horen we slechte verhalen.' Ook als het gaat om rouwbloemen, drukwerk, rouwauto's, krantenadvertenties of uitvaartcentra maken uitvaartondernemingen prijsafspraken met vaste leveranciers, om meer marge te kunnen rekenen. Dit provisie-verdienmodel brengt bij commerciële ondernemingen geld in het laatje zonder dat zij waarde hoeven toe te voegen.

Een nare variant van het provisiemodel doet zich voor bij ziekenhuismortuaria, hospices en verzorgingshuizen. Sommige huizen sluiten namelijk contracten af met uitvaartondernemingen, om ervoor te zorgen dat een overledene snel en volgens huisprotocol de deur uit gaat. Zonder inspraak van de familie worden overleden mensen dan door zo'n onderneming overgebracht naar een andere plek. Kosteloos, wordt dan benadrukt door het verzorgingshuis en de uitvaartonderneming. Dat klopt, maar de realiteit is dat families de drempel inmiddels al over zijn bij deze onderneming en het erg lastig is om er weer van af te komen. Als jullie bovendien niet snel genoeg ingrijpen betalen jullie ook nog de kosten van het verblijf in een uitvaartcentrum waar jullie niet om gevraagd hebben. Een hotel is doorgaans goedkoper. Marieke Henselmans schrijft in *Laat je niet kisten* over gijzelingspraktijken waarbij iemands lichaam zonder overleg is overgebracht naar een commerciële partij en pas tegen forse betaling wordt vrijgegeven.

ONTSNAPT AAN HET ZWARTE PAK verhaal van Cherry

Mijn vader heeft ruim veertig jaar in de uitvaartbranche gewerkt. Toen zijn eigen overlijden naderde, maakte hij ons kenbaar wat zijn wensen waren. Omdat hij goed op de hoogte was van het winstmodel binnen de branche, kozen we op zijn aanraden voor een onafhankelijke zelfstandige uitvaartondernemer. Toen mijn vader verplaatst werd naar het hospice van het verpleeghuis, werd mij dezelfde dag door het personeel een folder van een uitvaartonderneming overhandigd. Ik heb hen vriendelijk bedankt en uitgelegd dat wij daarin een vrije keuze

hadden en al met iemand een samenwerking waren aangegaan. Het verpleeghuis benadrukte een vast beleid te voeren. Ze bleken een contract te hebben met de betreffende uitvaartonderneming, die als enige de toestemming had om overledenen op te halen. We vonden het schandig dat ons op deze manier keuzevrijheid werd ontnomen, en bleven benadrukken al een uitvaartondernemer te hebben. Mijn vader is ongeveer zes weken op deze hospice-afdeling verzorgd. In deze periode is de uitvaart meerdere malen ter sprake gebracht door het personeel. Ze bleven maar terloops informeren of wij op de hoogte waren van het beleid. Wij herhaalden dat alles al geregeld was en dat we daarin een vrije keuze hadden. De avond dat mijn vader overleed, heb ik onze uitvaartondernemer op de hoogte gebracht en zij begaf zich op weg. Onder het personeel ontstond er een soort van tumult. Er is ons door meerdere verpleegkundigen gevraagd of wij 'hun' uitvaartonderneming al gebeld hadden, gezien het beleid. Ondanks ons verdriet bleven wij standvastig. Toen ik even op de gang stond, werd ik door een verpleegkundige opeens voorgesteld aan een man in zwart pak met een dik horloge en een matje in de nek. Achter onze rug om had de verpleging toch ook de andere uitvaartonderneming laten komen, ondanks dat wij als familie herhaaldelijk kenbaar hadden gemaakt dit niet op prijs te stellen. Wij zijn, mede door de ervaringen van onze vader, bij ons besluit gebleven. Maar er zijn ook mensen die dat op zo'n moment niet kunnen opbrengen.

EEN EERLIJKER ALTERNATIEF: HET URENMODEL

Het vak van uitvaartbegeleiding zoals we dat nu kennen, is gegroeid in een naoorlogs tijdperk waarin we dood en verlies ver van ons af wilden duwen, er niets meer mee te maken wilden hebben. Dit vacuüm bood de ideale omstandigheden voor een industrie om zichzelf onmisbaar te maken. Maar tijden veranderen en we zijn langzaamaan het herontdekken dat we veel gewoon zelf kunnen, zelf inspiratie en creativiteit kunnen hebben. Afscheid nemen is een groepsproces, het is een geheel aan rituelen van de familie, vrienden en bekenden om iemand heen. Dat is het in de hele geschiedenis van de mensheid al geweest, en dat is het nog steeds in veel culturen wereldwijd. Alle elementen van een afscheid zijn bedoeld om óns te dienen. Niet een industrie.

Wat is dan een eerlijker verdienmodel, waar moet je als familie naar op zoek, hoe zou de uitvaartwereld zich moeten aanpassen? Mijn antwoord is kleinschaligheid, duurzaamheid en een verdienmodel op basis van uren: daadwerkelijk door de uitvaartbegeleider bestede tijd, losgekoppeld van de doorverkoop van producten. Dit model maakt uitvaartbegeleiding onafhankelijker en creatiever. Wil je zelf een kist timmeren? Prachtig! Liever geen dure wade? Kies een laken uit de kast! Met je eigen auto naar het crematorium? Waarom niet. Ecologisch opbaren? Yes. Zelf de kist dragen? Ik maak niet anders mee dan dit soort eigen creativiteit. Onafhankelijke uitvaartbegeleiders rekenen een eerlijke vergoeding voor hun begeleiding, die in goede verhouding staat tot hun inspanning en kwaliteit. De ene keer is dat een intensieve fulltime begeleiding, de andere keer slechts een paar uur voor essentiële zaken. De toegevoegde waarden van de uitvaartbegeleider zijn diens aandacht, diens ervaring en diens netwerk. Diens voortdurend ontwikkelende en veelzijdige netwerk, want er zijn telkens nieuwe

makers, nieuwe plekken, nieuwe mogelijkheden. Zelfstandige uitvaartondernemers zijn doorgaans de enigen die dit onafhankelijke urenmodel bieden, die de creativiteit hebben om uitvaarten echt kloppend vorm te geven en die bereid zijn om transparant de onderliggende specificaties te overhandigen van de kostennota. Ik ben overtuigd dat alleen zij de hoognodige vernieuwing in de uitvaartwereld mogelijk kunnen maken. Realiseer je dat je scherp moet zijn op oneigenlijk winstbejag, en dat is lastig als je in de rouw bent. Volg niet blind de opties die je worden voorgeschoteld. Onze uitvaartcultuur kunnen we alleen verbeteren als we ons als kritische, bewuste wezens opstellen.