

'Reclame op grafsteen is toch schaamteloos'

Actie tegen naam uitvaartbedrijf op zerk of urn

HOENSBROEK • Louis Hilgers (63) uit Hoensbroek ergert zich er al jaren aan: reclame bij uitvaarten. „Toen de naam Yarden groter op de urn stond dan de naam van mijn overleden broer, was de maat vol.” Met zijn website geenreclamebijdedood.nl voert Hilgers nu actie tegen deze 'sluikreclame'.

VICTOR SCHILDKAMP

De reacties op zijn website stromen binnen. Het overdondert Louis Hilgers zelf ook: zijn website, vol met voorbeelden van stiekeme reclame bij uitvaarten, roept veel reacties op. „Ik ben blijkbaar niet de enige die er zo over denkt. Veel mensen was het nooit opgevallen, maar zeggen toch: 'het kan eigenlijk niet.'”

Hilgers ergert zich er zelf al decennia aan, maar deed er nooit wat mee. Tot zijn broer Jo overleed, eind 2007. „Waarom zie je altijd op herdenkingsprentjes de naam van een uitvaartorganisatie? En op rouwkaarten? Het is toch schaamteloos? Bij de uitvaart van mijn broer ging het regenen, klappen de medewerkers hun paraplu's open, zie ik opeens overal de naam Monuta te-

Louis Hilgers

‘Op grafstenen zie je naam van de maker. Wat een lef’

voorschijn komen. Toen ik de urn van mijn broer kreeg, stond daar op het deksel de naam Yarden in ongeveer nog grotere letters dan die van mijn broer.”

Hilgers laat een foto van de urn van zijn 67 jaar oud geworden broer zien. Boven 'Joseph Hendricus Marie' staat vrij nadrukkelijk de naam Yarden. „Het is toch niet meer dan ongegeneerde reclame, van: kijk eens wat een mooie urn wij hebben gemaakt.

„Je ziet het zelfs op grafstenen,”



Louis Hilgers: 'Ik ben niet tegen reclame. Maar doe het niet na de dood.' FOTO ANNEMIEK MOMMERS

vervolgt Hilgers. „Daar staat gewoon de naam van de maker op. Sommigen doen het nog bescheiden aan de achterkant, maar je ziet het ook pal van voren, bovenaan. Waar halen ze het lef vandaan.”

Hilgers haast zich te zeggen dat hij niet tegen reclame van uitvaart-

organisaties is. „Ik ben niet tegen reclame,” benadrukt hij. „Maar doe het niet na de dood. Zodra je met zo'n organisatie in zee gaat omdat er iemand is overleden, zit ik niet meer te wachten op reclame op jasjes, grafstenen of urnen. Ik richt me op alle grote uitvaartorganisaties. Ik



Op het deksel van de urn staat de naam Yarden in grotere letters dan die van de overledene Joseph Hendricus Marie.

wil de discussie aanzwengelen.”

Uitvaartorganisatie Yarden heeft al laten weten daar best op te willen ingaan. Frank Fransen van Monuta zegt dat er 'continu wordt nagedacht over de vraag of reclame-uitingen kunnen of niet'. „Maar we zijn nu eenmaal trots op wat we doen en willen daarom graag laten zien wie we zijn.”

Voorzitter Paul Koeslag van branchevereniging BGNU vindt dat 'beschaafd en bescheiden' moet kunnen. „Reclame hoort bij ondernemen en bedrijven hebben het ook nodig. Wij krijgen daar nooit klachten over. En je kunt het bij uitvaartorganisaties best regelen als je geen reclame-uiting wilt zien. Keuzevrijheid staat voorop.”

Koeslag wil tijdens de ledenvergadering in februari aandacht besteden aan de discussie die Louis Hilgers is begonnen. „Wat dat betreft heeft hij zijn zin.”