

**ACTIE** Louis Hilgers zegt veel reacties te krijgen op oproep te stoppen met reclame bij uitvaarten

# ‘Geen reclame bij de dood’

Voortgekomen uit een jarenlange frustratie lanceerde Hoensbroekenaar Louis Hilgers (63) de site geenreclamebijdedood.nl. Naar zijn zeggen volgde een storm aan reacties.

door **Nils Rompen**

**D**e naam van de drukker op het bidprentje, de naam van het crematorium op de urn, het logo van de uitvaartonderneming op de kleding, de naam van de fabrikant op de steen. Zo maar een paar voorbeelden die Hilgers opsomt. „Wat heeft de overledene daarmee te maken? Helemaal niets!” De frustratie van Hilgers begon drie jaar geleden, na het overlijden van zijn broer. „Het was de wens van mijn broer dat hij vanaf hier weg zou worden gereden. De rouwauto stopte voor mijn huis en ik zag meteen een groot reclamebord van de uitvaartonderneming. Toen heb ik onmiddellijk ervoor gezorgd dat het bord verwijderd werd.” Toen het later die dag begon te regenen kreeg iedereen een paraplu waar groot de naam van de uitvaartonderneming op gedrukt stond. „Het leek wel een heuse reclamekaravaan.”

Dit was de druppel voor Hilgers. „Ik moest echt iets gaan doen.” Hilgers liet een professionele website ontwerpen en stuurde een mail naar alle Nederlandse uitvaartondernemingen en een persbericht naar de landelijke media. Een storm aan reacties volgde volgens hem. „Nu je het zegt, dat is het meeste wat ik hoor.” Alle reac-



Louis Hilgers ergert zich aan allerlei vormen van reclame rondom uitvaarten en crematies.

foto **Luc Lodder**

ties plaatst Hilgers op de site. „Je moet dit initiatief dan ook los zien van mij als persoon.”

De grote uitvaartorganisaties herkennen zich niet in de kritiek van Hilgers.

„Wij gaan heel terughoudend te werk als het om begravenissen gaat. We mogen best duidelijk

maken wie de dienst heeft verzorgd”, vindt woordvoester Susan Versteeg van Monuta. „En als het regent zorgen wij wél voor de paraplu’s.” Monuta gaat dan ook zijn beleid niet aanpassen.

Hilgers heeft niks tegen reclame op televisie of op de radio, maar bij een begrafenis of crematie

hoeft dat niet. „Het is meestal zonder toestemming. Je ziet het vooral bij de grote Nederlandse uitvaartondernemingen.”

DELA laat in een reactie weten dat het logo op de bedrijfskleding wettelijk verplicht is en dat zij er ook belang bij hebben dat mensen weten wie de uitvaart ver-

zorgt. De oplossing van dit reclameprobleem zou een bindende gedragscode zijn, vindt Hilgers. „Maar dat was mijn doel niet. Ik wilde de discussie op gang brengen en dat is gelukt, dus in feite heb ik mijn doel al bereikt. Hoe het nu verder gaat weet ik nog niet. Ik blijf zeer zeker een vinger aan de pols houden.”