Het blad ’Later…’ is een echte glossy; 148 pagina’s mooi dik papier en heel veel beeld. Het magazine ligt in alle supermarkten en boekhandels. In het huidige medialandschap een gewaagd initiatief om een tijdschrift uit te brengen, maar het ondernemerschap rond de dood lijkt geen grenzen te kennen.

„Er is echt zoveel mogelijk bij uitvaarten”, zegt Marlies Bol-Haagsma (48), hoofdredacteur en oprichter van het glossy magazine die helemaal over de dood en uitvaarten gaat. „Neem bijvoorbeeld al die verschillende kisten, en dan blijken er ook nog kisten te zijn waarin je op de zij kunt liggen. Dat proberen wij in een mooie glossy één keer per jaar in beeld te brengen. We hopen er 25.000 te verkopen, dan spelen we quitte en houden we genoeg geld over om er volgend jaar weer één te maken.”

De uitvaartplechtigheid wordt meer en meer persoonlijk ingekleurd. Dat heeft er onder andere voor gezorgd dat het aantal uitvaartondernemers heel hard groeit. In 2007 waren er volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) 1100 uitvaarbedrijven. Dit jaar zijn dat er al 1990. Driekwart is zzp’er.

„De groei komt omdat de uitvaartmarkt is vrijgegeven”, zegt Paul Koeslag, voorzitter van BGNU, de branchevereniging van uitvaartondernemingen. „Wij gaan overigens uit van zo’n 1800 ondernemers, want er zitten in de CBS-cijfers ook ondernemers verwerkt die elders een nieuwe vestiging hebben geopend. Het blijft desalniettemin een forse groei.”

**Budgetuitvaart**

Het aantal uitvaartondernemers groeit daarmee veel harder dan de totale omzet van de bedrijven en het aantal sterfgevallen. Die is tussen 2010 en 2015 slechts 10% gestegen tot €1,15 miljard. Een van de redenen dat de omzet minder hard stijgt is de opkomst van de budgetuitvaart, een sobere begrafenis- of crematieplechtigheid onder de €4000. Een andere reden is dat de toename van het aantal sterfgevallen met 12% tot 149.000 in 2016, achterblijft bij de stijging van het aantal ondernemers. Het aantal sterfgevallen ligt volgens het CBS in 2040 op 190.000, een zeer bescheiden groei van 1,2%.

„Als je rijk wilt worden, moet je geen uitvaartondernemer zijn”, zegt Barbara Alma, zelfstandig uitvaartondernemer uit Naarden. „Als je het goed doet, houd je er zo’n beetje een modaal salaris van over. Het is heel hard werken en vaak op onregelmatige tijden zoals ’s nachts en in het weekend.”

**Keurmerk**

Ondernemers die om het geld voor de uitvaartbranche kiezen, zijn vaak niet de beste, bevestigt Koeslag. „En je hebt ook mensen die het er gewoon even bij doen en dan niet verder komen dan acht plechtigheden in een jaar. Dat is geen uitvaartondernemer, want die krijgt het vak zo nooit goed in de vingers. Om voor een keurmerk in aanmerking te komen, moet een ondernemer minimaal 25 uitvaarten per jaar verzorgen.”

De BGNU maakt zich dan ook erg zorgen over de kwaliteit. Van de bijna tweeduizend uitvaartbedrijven beschikken er slechts driehonderd over een kwaliteitskeurmerk.

„We zien dan ook dat er soms pijnlijke fouten gemaakt worden”, zegt Koeslag. „Dat een ondernemer bijvoorbeeld vergeten is bij de gemeente verlof tot crematie aan te vragen. Dan moet de eigenaar van het crematorium zeggen dat de crematie niet door kan gaan, omdat er geen toestemming is. Daar sta je dan met je familie.”

**Drijfveer**

De belangrijkste drijfveer van een goede uitvaartondernemer moet volgens Alma passie zijn. „Ik verloor acht jaar geleden op mijn 45ste mijn man. Op zo’n jonge leeftijd heb je niet veel vrienden en kennissen die dat hebben meegemaakt. Dan sta je er dus best alleen voor. Voor mij was dat de reden om uitvaartondernemer te worden. Op 4 november organiseer ik een speciale bijeenkomst om de overledenen te herdenken. De protestanten doen dat tijdens de sluiting van het kerkelijk jaar en de katholieken herdenken vandaag 2 november. Ik wilde ook wat doen voor niet-religieuzen.”

Voor Bol-Haagsma was haar ziekte de reden om ’Later…’ te maken. „Er werd bij mij kanker geconstateerd en ik zou nog maximaal 11 maanden te leven hebben. Dan ga je nadenken over de dood. Ondertussen verloor ik mijn 19-jarige zoon. Dan ga je nadenken over hoe je alles wilt hebben en zo’n uitvaartondernemer haalt niet alles uit de kast. Daarom ben ik begonnen met dit blad. Ik wil laten zien wat er allemaal mogelijk is.”