

# AFSCHEID ALS PERSOONLIJK RITUEEL

IN ONZE MAATSCHAPPIJ WORDEN WIJ OPGEVOED ALS CONSUMENTEN. ALLES KIEZEN WIJ: VAN DE KLEUR VAN ONZE BROEK, PEN OF BANKSTEL, TOT ONZE UITVAART. WE WETEN NIET ANDERS MEER DAN DAT WE VEEL MATERIËLE EN IMMATERIËLE ZAKEN ZELF KUNNEN BEPALEN OF BËINVLOEDEN, SOMS MET ÉÉN ENKELE MUISKLIK. ZEKER ALS WE IETS KOPEN EN ERVOOR BETALEN, DAN WILLEN WE IETS TE KIEZEN HEBBEN. KIEZEN MAAKT DAT WIJ ERGENS ONS INDIVIDUELE STEMPEL OP KUNNEN DRUKKEN. ZO GAAT HET IN ONS LEVEN EN ZO GAAT HET NIET ANDERS ROND ONS STERVEN. WAT KIEZEN WE DAN BIJ ONS EIGEN AFSCHEID OF DAT VAN ONZE OVERLEDEN NAASTEN EN WAAROM MAKEN WIJ DEZE KEUZES? EEN RITUEELBEGELEIDER KAN HIERBIJ HELPEN.

Vrijwel iedere uitvaart in Nederland is een persoonlijke uitvaart en reflecteert wat van betekenis is voor de overledene en diens nabestaanden. Een kerkelijke uitvaart is niet meer vanzelfsprekend in ons land. Ook dat is een keuze-optie geworden. Religieuze instellingen hebben nog maar een zeer bescheiden invloed op het uitgeleide-doen. Vergeleken met andere Europese landen is de invloed van kerkelijke instellingen in ons land het meest bescheiden. Zelfs in Denemarken, het meest gesecculariseerde land ter wereld, heeft de kerk meer invloed. Denen houden de uitvaartdienst namelijk traditiegetrouw in de Evangelische Lutherse kerk om zo op het gewenste kerkhof begraven te kunnen worden.

**NABESTAANDEN WORDEN KIEZENDE CONSUMENTEN** In Nederland zijn wij zelf de regisseur van de uitvaarten van onze naasten geworden. Wij worden hierin opgevoed door het uitvaartwezen, dat vanwege onze wetgeving en de afnemende invloed van het instituut kerk een bijzondere positie heeft gekregen. De lege plek die de religieuze instellingen sinds de zestiger jaren hebben achtergelaten,

is door uitvaartorganisaties snel en deskundig opgevuld. De uitvaartbranche heeft veel invloed op de lijkbezorging (ruim 63 procent heeft in de eerste drie kwartalen van 2016 gekozen voor crematie). Maar misschien nog wel belangrijker: de uitvaartondernemers zijn professionele dienstverleners die hun klanten een uitvaart op maat bieden. Nabestaanden worden zo kiezende (en betalende of verzekerde) consumenten: begraven of cremen, welke kist, bloemen, rouwbrieven, bedankkaartjes, herinneringsprentjes, voorganger, rituelen, muziek, fotopresentatie, genodigden, drankjes, hapjes, wat te doen met het graf of de as? Allemaal voorgelegde vragen om het de consument zo comfortabel mogelijk te maken in een hectische en ongemakkelijke situatie, en hem praktische zaken uit handen te nemen.

Onze crematoria worden in Engeland beschreven als hotels vanwege hun moderne inrichting en uitgebreide horecavoorzieningen. Een prachtig voorbeeld van onze commerciële en service-gerichte wijze van uitgeleide-doen, vind ik nog steeds

de vermakelijke uitspraak van Harry Mens tijdens een televisie-uitzending van Pauw (in september 2016), naar aanleiding van de opening van zijn nieuwe crematorium in Lisse. "Cremen moet weer leuk worden", legde

hij uit. Alsof het de opening van een archeologisch museum betrof en hij ons wees op de interessante en leuke routes die waren bedacht om de bezoekers een fijne museumervaring te bezorgen. Maar nee, het betrof toch echt de opening van zijn nieuwe crematorium in de duin- en bollenstreek. "Dood", lichte Mens toe, "is niet voor iedereen narigheid. Sommige mensen hebben een rijk leven achter de rug en willen van hun crematie een feest maken." Tja, daar had hij dan wel weer een punt. In mijn werk als ritueelbegeleider vraagt de familie mij soms een afscheidsdienst mee voor te bereiden waarin wij het leven van iemand vieren in plaats van veel woorden te besteden aan iemands dood en afscheid. Voor

*Sommige mensen uiten hun emoties rond verlies en rouw op een creatieve manier. Binnen die persoonlijke creativiteit kunnen soms nieuwe en eigentijdse rituelen ontstaan.*





Kleuren, licht-doorbroken  
vinden hun weg terug  
naar de bron.

Glijden, stormen, dansen  
naar vergetelheid..

Laten ons achter.  
Ingekeerd.

*Wij  
zijn de  
consument  
van  
hoe wij  
leven en  
afscheid  
nemen.*

sommige gezelschappen is een feestelijk afscheid inderdaad helemaal op zijn plaats.

### KEUZES, WENSEN EN BEHOEFTE

Naast een afscheidsdienst in kerkelijk verband, of het geheel zelfstandig organiseren van een uitvaart – beide zijn uitzonderingen in het vormgevingsproces – zijn er in Nederland globaal gezien twee mogelijkheden om een afscheidsdienst vorm te geven. De eerste optie is dat de familie zelf de afscheidsdienst voorbereidt, waarbij de uitvaartverzorger dan een oogje in het zeil houdt en de dienst namens de familie opent en sluit. Een andere mogelijkheid is dat de familie zich

laat ondersteunen door een vakspecialist: de ritueelbegeleider. Dit vrije beroep bestaat in Nederland sinds 1995, met in 2003 de eerste officieel opgeleide ritueelbegeleiders. Samen met een ritueelbegeleider worden woorden, beelden, klanken, symbolen en rituelen gecomponeerd tot een geheel dat past bij de overledene en bij de nabestaanden.

De basis van ieder keuzeprocess wordt gevormd door wensen en behoeften van de consument, zo ook bij het keuzeprocess rond een afscheidsdienst. Wat willen de nabestaanden dat het afscheid hen brengt: een eerbetoon aan de overledene, een laatste gelegenheid om diens wensen volledig in vervulling te laten gaan, het vertellen van een gemeenschappelijk verhaal rond de overledene, 'simpelweg' een uur van afscheid nemen en loslaten, een samenzijn met familie en belangstellenden, enzovoort, enzovoort. Deze basiswens staat aan het begin van ieder afscheid en kleurt alle verdere keuzes die worden gemaakt. Daarnaast zijn er drie bronnen die van invloed zijn op de keuzes rond een afscheidsdienst.

#### 1. HERKENBAARHEID

Omdat religie en tradities niet vanzelfsprekend de vormgeving van een afscheidsdienst bepalen, gaan nabestaanden op zoek naar alles wat voor henzelf herkenbaar is. Ze zoeken naar persoonlijke 'herkenningspunten'. Naar woorden en teksten in hun eigen taal, hun eigen foto's, soms hun zelf bedachte rituelen of muziek die hen raakt en herinneringen bovenbrengt. Ze zoeken kortom naar woorden en beelden die werken.

Religie kan zeker nog een rol spelen bij de vormgeving van een afscheidsdienst, maar dit is een bewuste keuze die nabestaanden maken. Zo heb ik deze zomer een afscheidsdienst vormgegeven van een overleden man die zestig jaar geleden een magnolia had geplant in zijn achtertuin en deze met veel zorg had opgekweekt. De boom werd bemest met de luiernihoud van zijn kinderen, en vele jaren besproeid, gesnoeid en gepamperd. Zodat er zestig voorjaren later een bloemenzee van tien meter prijkte. Deze meneer was een voormalig kerkbezoeker, maar "had er niets meer mee", zoals zijn kinderen dat verwoordden. Dus er klonken geen psalmen of gebeden. Maar een zegening was voor allen een





prachtig gebaar. En zo kwamen we op het idee om hem met een tak van zijn eigen boom te zegenen.

*Voor deze reis rest mij  
om Gods zegen te vragen.*

*En dat zegenen doe ik met  
een tak van de Magnoliaboom*

*die jij leven hebt gegeven,*

*en die in bloei zal staan  
ieder jaar opnieuw.*

*Vanaf nu als ode  
aan jouw leven.*

te ver. Zij hebben graag een eigen gemaakt handwerk bij de overledene liggen waarover wat wordt verteld, en zoeken naar creatieve woorden:

*Jouw leven was handwerk op maat.*

*Kleurrijk en mooi.*

*Met soms een los draadje misschien,  
of een steekje laten vallen.*

*Maar wie heeft dat nou niet?*

*En nu is de laatste steek gezet  
en de laatste draad gehecht.*

*Het is af, het is goed.*

*Het kunstwerk van jouw leven.*

## 2. BEELD VAN DE OVERLEDENE

Het voorbereiden van een afscheidsdienst leg ik soms aan families uit als het samenstellen van een fotoboek dat je kunt bestellen bij de Hema of Kruidvat. Je gaat met elkaar zitten rond een hele stapel foto's en maakt samen een keuze wat tijdens de afscheidsdienst getoond wordt. Een afscheidsdienst mag eerlijk zijn, mag recht doen aan het hele leven van een overledene, en het gezelschap dat afscheid neemt moet daar niet met kromme tenen zitten. Zij die afscheid nemen, bepalen wat wordt getoond. En dat zijn natuurlijk niet alleen foto's, maar ook alle beelden in taal, muziek, rituelen, of creatieve uitingen. Voor sommige nabestaanden heeft in dit keuzeproces de overledene het laatste woord. En voor anderen is hun eigen stem in het geheel belangrijk.

## 3. PERSOONLIJKE CREATIVITEIT

Ook de persoonlijke creativiteit van de nabestaanden heeft een sterke invloed op de keuzes die worden gemaakt. Sommige mensen uiten hun emoties rond verlies en rouw op een creatieve manier. Ze hebben de 'interne behoefte' om iets te schrijven, te zingen, te spelen of te maken. Binnen die persoonlijke creativiteit kunnen soms nieuwe en eigentijdse rituelen ontstaan. Bij een mevrouw die erg goed was in handwerken, kunnen de nabestaanden tijdens de afscheidsdienst bijvoorbeeld een knot rode wol onderling doorgeven. De draad die kriskras langs de aanwezigen gaat, laat op creatieve wijze zien hoe zij aan de overledene zijn verbonden en, daarmee, aan elkaar. Maar voor een ander gezelschap gaat deze rituele handeling veel

**DIEPTE** Wij zijn de consument van hoe wij leven en afscheid nemen. De uitvaarten die op ons pad komen, richten wij in als een keuzeproces. Dat klinkt heel oppervlakkig en het maakt de dood gewoon. Binnen dat keuzeproces zie ik echter dat mensen op hun eigen manier de diepte ingaan. Niet zelden ben ik met families in gesprek over wezenlijke zaken in het leven en over persoonlijke zingevingsvragen. We hebben het bijvoorbeeld over familiebanden, over het 'waartoe hier op aarde?', over heftige gebeurtenissen in een mensenleven en over heel veel andere zaken die doorgaans niet zomaar ter sprake komen.

Op deze manier bewust bezig zijn met een uitvaart, maakt dat mensen afscheid nemen op een manier die past bij hun band met de overledene en hun persoonlijke zingeving. En het schept een gelegenheid voor mensen om bewust na te denken over – en uitdrukking te geven aan – hoe zij in hun eigen leven staan. ●

**SIMONE SNAKENBORG** (1969) IS ZELFSTANDIG RITUEEL-BEGELEIDER EN MEDE-OPRICHTER VAN EN VOORGANGER BIJ DE ONAFHANKELIJKE GELOOFSGEMEENSCHAP EKKLESIA TILBURG.