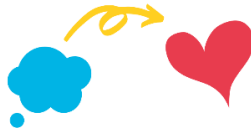


8.Samenvatting

De begraafplaats van de toekomst

Van hoofd naar hart



De begraafplaats van de toekomst is een **uitnodigende, multifunctionele** omgeving. Hier worden overledenen begraven of wordt hun as bijgezet. Deze plek wordt bezocht door mensen die overledenen **herdenken**, genieten van de **natuur- en/of historische** waarden, deelnemen aan **activiteiten** die in het teken staan van **herdenken** en/of het **bespreekbaar maken van de dood en rouw**.

Deze definitie is voortgekomen uit de **SWOT-analyse**, die met behulp van interviews en research tot stand is gekomen.

SWOT				
	Kracht	Zwakte	Bedreiging	Kansen
1	Gedenkplek	Weinig klantgericht	Weinig klantgericht	Meer klantgericht zijn
2	Het is een fysieke plek (je kunt er naartoe)	Kostbaar (voor klant)	Cremeren	Buit de plek uit
3	Groen	Onderhoud (voor klant)	Houding gemeenten (niet meewerken, zien belang niet)	Asbestemmingen
4	Rust & contemplatie	(Verouderde)Regels en statuten	Natuurbegraven	Integreer (vorm van) natuurbegraven
5	Normaliseert dood	Doet denken aan dood	Onderhoudskosten (voor beheerder)	Meer PR, meer ondernemer zijn, commerciëler zijn

Uit het onderzoek en de analyse is een kernwoord gedestilleerd dat het hart van de definitie is: **verbinding**.

Verbinding is het kernwoord, het gaat door alle lagen en alle vormen van relaties heen:

- ✓ Van begraafplaats naar nabestaanden, naar de stad/dorp, naar andere organisaties (rouw, hospice, historische kring, natuurliefhebbers etc.);

- ✓ Begraafplaatsbeheerders onderling (via databank, facebook, kijk-eens-bij-elkaar-dagen);
- ✓ Van LOB naar begraafplaatsbeheerders: voorlichting, delen kennis, verbindende rol;
- ✓ Van LOB naar gemeenten en kerken en overige belangenbehartigers van begraafplaatsen.

Verbinding werkt van twee kanten:

- ✓ Versterk je kracht door gebruik te maken van de kracht van de ander;
- ✓ Bied anderen jouw kracht aan (de ruimte, de faciliteiten, de expertise) en versterk elkaar.

Aanbevelingen

Uit het onderzoek en de analyse komen vele aanbevelingen naar voren, de belangrijkste zijn:

- ✓ Omarm asbestemmingen, geef er meer ruimte aan, letterlijk en figuurlijk;
- ✓ Geen 'ja, maar'-denken meer;
- ✓ Faseer, werk modulair maar doe iets: kleine stapjes, maar *altijd* stapjes;
- ✓ Werk samen, verbind, versterk elkaar;
- ✓ Deel je kennis, deel je relaties;
- ✓ Welkom-gevoel voor bezoekers zoveel mogelijk concretiseren in zo breed mogelijke zin;
- ✓ Maak kosten overzichtelijk en transparant;
- ✓ Wees altijd snel bereikbaar, voor professional en publiek;
- ✓ Denk als een ondernemer, denk commercieel, denk in mogelijkheden;
- ✓ Trek onophoudelijk aan gemeenten en kerken: er is een nieuwe rol voor begraafplaatsen;
- ✓ Stap af van de gedachte dat alles kostendekkend moet zijn;
- ✓ Wees actief: organiseer zoveel mogelijk: wees zichtbaar, online en offline;
- ✓ Betrek altijd (lokale) pers.

PR en communicatie

- ✓ Raak de waarden van mensen: beïnvloed de emotie, niet de ratio;
- ✓ Stop met weerleggen van argumenten en werk met positieve frames: de begraafplaats is een plek van liefde, een plek van herdenken en samenzijn;
- ✓ Je communicatie is altijd eenduidig, al je uitingen passen bij elkaar en spreken elkaar niet tegen. Herhaal je boodschap zo vaak mogelijk, en gedurende lange tijd;
- ✓ Promoot jezelf actief en structureel: er is meer nodig dan af en toe een open dag;
- ✓ Win indien nodig advies in en neem PR en communicatie serieus.