

REPORTAGE ■ OP BEZOEK BIJ DOODSKISTENFABRIKANT FUNICO

HET BED VAN DE DOOD

Het 1 november-weekend mag dan in het teken staan van de dodenherdenking, voor Funico, de grootste Belgische fabrikant van doodskisten, begint het hoogseizoen pas na Kerstmis. 'We leggen zelfs buffervoorraden aan om die piek op te vangen.'

PASCAL DENDOOVEN

'Demaco Lijkkisten' staat in grote letters te lezen op de gevel van de Gentse fabrikant van doodskisten, onderdeel van de groep Funico. Pal naast de lijkistenbouwer zit een vrijetijdsbedrijf. Het contrast tussen de toonzalen van beide bedrijven kan nauwelijks groter zijn.

Wie in de verzorgde toonzaal van Funico-dochter Demaco binnenstapt, ervaart even een beklemmend gevoel. De toonzaal is volgestapeld met doodskisten, liggend in rijen en rechtopstaand tegen de muur. Daarboven prijkt een collectie urnes voor de crematie-as. Pal rechts naast de entree staat het assortiment lijkisten voor kinderen. Witte kistjes.

Keuze uit 220 kisten

'Voor ons is een lijkist een kwalitatief meubel dat met heel veel zorg gemaakt wordt, maar met kinderkisten heb ik het toch moeilijker', zegt Maarten Janssen, de productiemanager die ons rondleidt in de etalage en het aanpalende productie-atelier. 'Dat wringt. Het botst met de cyclus

van het leven.'

Funico produceert 200 tot 220 verschillende doodskisten. 'Tel daarbij de kleurenkeuze en je komt uit op 800 verschillende referenties.' Dat het gamma zo groot is, heeft ook te maken met lokale voorkeuren. 'De klassieke doodskist is zeshoekig, maar in Luik kiest men voor achthoekige kisten. Maar ook elders in Wallonië zijn er regionale verschillen', zegt Bart Decuyper, bedrijfsleider van Funico. Decuyper is geboren tussen de doodskisten. Zijn ouders richtten het bedrijf op en hij stuurt het sinds 1987 aan.

Onder Bart Decuyper werd Funico Belgisch marktleider, goed voor een afzet in eigen land van 65.000 doodskisten, wat neerkomt op 65 procent marktaandeel. Aninco en handelaar Lamco verdelen grotendeels de rest van de markt onder elkaar. Inclusief export staat Funico voor 80.000 tot 90.000 doodskisten per jaar. Overnames speelden een belangrijke rol in de uitbouw. Er kwamen er vier aan te pas.

Funico wil de komende jaren

vooral groeien in Frankrijk, Nederland en eventueel Engeland. 'Het is een erg gefragmenteerde markt. De twee grootste spelers in Europa produceren jaarlijks elk 150.000 lijkisten, 5% van de markt', zegt Decuyper. 'We gaan proberen wat we in België gedaan hebben, ook elders toe te passen.'

Taboes verdwijnen

Dat belooft nog meer regionale verschillen. In Nederland bijvoorbeeld wordt de doodskist niet gekocht voor de ogen van de toeschouwers. 'De ceremonie is er veel belangrijker dan de kist', zegt Decuyper. Wat betekent dat er minder geld in de kist wordt gestopt. De vorm van de doodskist is dan weer anders dan in België. 'Het moet een afdalende kist zijn: hoog aan het hoofd, lager aan de voeten', weet Janssen.

'Traditioneel was een kist in onze contreien een eiken kist, maar mdf-vezelplaat steekt het meer en meer naar de kroon', zegt Janssen. In Wallonië ligt dat nog anders. Daar bestaat nog een sterke houtcultuur. De kist moet massief



eik zijn en ook voldoende dik. Hij weegt al gauw 40 kilogram.

Testaankoop berekende in het verleden dat in Wallonië gemiddeld meer dan 1.100 euro aan de doodskist wordt gespendeerd terwijl dat in Vlaanderen minder dan 800 euro is. 'Ik kan niets zeggen over de prijzen. Het zijn onze klanten, de begrafenisondernemers, die elk hun eigen beleid hebben. Vaak zijn er nog allerlei andere diensten aan verbonden', zegt Decuypere.

'Zo zie ik steeds meer begrafenisondernemers die in aula's investeren om een dienst in familiekring aan te bieden. Klassieke taboes zijn snel aan het verdwijnen. Vroeger gingen na een sterfgeval een week lang de rolluiken naar beneden en vertoonde de weduwe zich alleen in het zwart met een sluier voor het aangezicht. Mensen leggen nu meer hun eigen accenten. Sommigen hebben liever een uitvaart in een aula in plaats van een onpersoonlijke viering. Met filmpjes, foto's en persoonlijke getuigenissen wordt de overledene herdacht. Het accent komt te liggen op wie de dode was', zegt Decuypere.

De plechtigheid bij het afscheid van ondernemer Luc Vriens (Waterleau) is daar een goede illustratie van. Het afscheid gebeurde in een grote tent op de festivalweide van Werchter. Toen bij het slot de kist werd buitengedragen, werd het publiek gevraagd een toast uit te brengen met het glas champagne hoog in de lucht.

Ook de keuze van de kist past in een maatschappelijke trend. Vandaag is die bij voorkeur sober en strak. 'Maar zo'n kist blijft moeilijk te maken. Je mag de verbindingen niet zien, alles moet worden weggewerkt.'

Volgens Decuypere is er meer innovatie in de markt van de doodskisten dan velen denken. 'Elk jaar zijn er vakbeurzen en daar willen de begrafenisondernemers nieuwe collecties zien.' Horen ook Fair Trade-kisten en ecologische kisten daarbij? 'Dat leeft niet echt. Een kist moet in de eerste plaats mooi zijn. Iedereen zit er met een vergrootglas op te kijken.'

Funico kiest bewust voor kwaliteitshout, ook al beseft iedereen dat de kist in de grond of in de oven verdwijnt. 'Toegegeven, als er ergens een crematorium neerstrijkt, ontstaat er initieel druk op de prijzen. De mensen denken dan: als we voor verbranding kiezen, hebben we dan nog wel een kist nodig? Maar in streken waar het crematorium al langer ingeburgerd is, zie je dat het niet uitmaakt. Cremeren of begraven: het beïnvloedt de keuze van de kist niet.'

Wat wel invloed heeft, is wie de factuur betaalt. Zo zijn de OCMW-kisten wel netjes, maar zeer basic want vervaardigd uit spaanplaten zonder enig extraatje. 'Extraatjes zoals handvaten geraken sowieso uit de mode', zegt Decuypere. De crisis heeft ook in de sector sporen nagelaten. Ook hier zijn de bud-

getten verlaagd en is er margedruk. 'Vandaar dat schaalvergroting belangrijk wordt om het rendement te bewaken.'

De productie zelf, vooral dan de assemblage van de kisten, blijft relatief arbeidsintensief. Massieve kisten worden met de hand ineengetimmerd. De beits wordt manueel aangebracht. 'We kunnen nog wel wat automatiseren, maar bij assemblage zijn de mogelijkheden beperkter', zegt productiedirecteur Janssen.

Seizoenpiek

De werknemers in de fabriekshal lijken hun job als het maken van een meubel te beschouwen. 'Ik heb het nog maar één keer meegeemaakt dat een sollicitant die bij ons wilde beginnen, wit wegtrok toen hij zag dat zijn job het maken van doodskisten was. In jobadvertenties hebben we het liever over industriële schrijnwerkerij. Maar iedereen die eens googelt, ziet waarover het gaat.'

In de productiehal in Drogen heerst ondanks de herfstvakantie een redelijke drukte. 'Neen, dit is nog niet het piekseizoen', zegt Janssen. 'Dat komt pas na Kerstmis als de vrieskou toeslaat. De vraag naar lijk-kisten stijgt dan met 15% tot 20%. We leggen zelfs buffervoorraden aan om die piek op te vangen.'

We vragen een schrijnwerker in de hal wat zijn favoriete lijk-kist is. 'Voor mij maakt het niet uit', zegt hij. 'Als je dood bent, is toch alles voorbij.'

Funico-aandeelhouder Down2Earth haalt 66 miljoen op

Het investeringsfonds Down2Earth is sinds vorige maand de nieuwe financiële hoofdaandeelhouder van Funico. Eerder participeerden Trustcapital (Christian Dumolin) en de tandem Vectis-Gimv in het kapitaal.

Down2Earth Capital (D2E Capital) werd een jaar geleden opgericht door Ivo Marechal, Alain Keppens en Peter Kloeck. Hun nieuwe fonds haalde in relatief korte tijd 66,25 miljoen euro op. Dat is een stevige prestatie. De initiële ambitie lag op 50 miljoen.

De fundraising gebeurde deels via het netwerk van Bank Degroof. Enkele tientallen investeerders stapten in het kapitaal. Daar zitten ook heel wat bescheiden 'tickets' van pakweg 150.000 euro tussen. Bij de grote investeerders zitten onder

meer Diane de Spoelberch (via Oak Estate), met in totaal 3 miljoen euro.

Twee namen uit de interimsector vallen op. Conny Vandendriessche (ex-Accent Interim), die via Pro-Manage 1,5 miljoen op tafel legt, en Mark Maesen van Actief Interim, die eveneens 1,5 miljoen ophoest. Ook Jan Claes (JBC) en de Limburgse Reconversie Maatschappij (LRM) nemen een belang van 1,5 miljoen. Jacques de Mévius doet mee voor 900.000 euro, net zoals Michel Delloye (Industrielle des Cytises). VDK Spaarbank legt 600.000 euro op tafel.

Heel wat privépersonen investeren via twee apart opgerichte privaks (D2E Privak) en D2E Investment Fund. Zulke zogenoemde 'feeder funds' hebben een gunstig fiscaal regime. (pdd)



De productie zelf van de kisten blijft relatief arbeidsintensief. © Brecht Van Maele



Kruisen in het atelier. © Brecht Van Maele

‘Mensen leggen nu meer hun eigen accenten. Met filmpjes, foto’s en persoonlijke getuigenissen wordt de overledene herdacht. Het accent komt te liggen op wie de dode was’