



Gezellig dood

“BIJ TOP DOEN WE AAN RELATIEBEHEER EN KLANTCONTACT. MIJN FAMILIE HEEFT EEN EENVOUDIGER MARKETING-STRATEGIE. WE BELLEN ELKAAR ZODRA ER IEMAND DOOD IS. UITSTEKENDE OPKOMST, NAUWELIJKS AFZEGGINGEN. ALLEEN DE AANLEIDING VERDIENT NOG WAT AANDACHT.”

‘Och heren, wie is er dood?’
mompel ik. Mijn mobiele telefoon gaat. Ik zie de naam van mijn nicht op het scherm.

Haar broer. Mijn neef.
Het kwam niet onverwacht. Zoals dat meestal gaat met de dood. Ik weet dat hij er een keer aankomt, maar als hij eenmaal voor de deur staat, vind ik hem toch behóórlijk opdringerig.

De begrafenis is geweest.
Verdrietig. Maar daarna wordt het gezellig. Dan ook ècht gezellig. Verhalen. Over vroeger in Oldebroek. Over familieleden. Over streken. Ruzietjes. Eigenaardigheden die kennelijk al tientallen jaren wachten om opnieuw verteld te worden. Over vroeger.

Over onze familie.
Over opa en oma.

Ze waren al overleden voordat ik geboren werd. Dat is het nadeel van de jongste zijn. Ik kwam binnen toen de voorstelling al halverwege was. Niemand heeft eraan gedacht het eerste deel op te nemen.

Ik luister ademloos.
‘Echt waar?’ ‘Heeft oma dát gedaan?’ ‘Waarom weet ik dit niet?’ Omdat ik te laat geboren ben. Verdulleme.

Ik kijk om me heen en denk: wat is dit toch fijn. Die vanzelfsprekendheid. Dat we elkaar jaren nauwelijks spreken en binnen vijf minuten is het weer als vanouds. Er hoeft alleen iemand dood te gaan. Hm. Dat is toch eigenlijk een tamelijk beroerde

marketingstrategie voor een familiereünie.

Bij **TOP** proberen we klanten juist aan ons te binden met goed contact, persoonlijke aandacht en regelmatig een berichtje. Ik hanteer blijkbaar een ander relatiebeheersysteem bij familie.

We kwamen die middag allemaal tot dezelfde conclusie. We gaan elkaar weer zien. Binnenkort. In Oldebroek. Onze heimat. De plek waar onze familiegeschiedenis ligt. Ik verheug me er nu al op. Ik pak mijn agenda. Gelukkig hoeft er voor de verandering niemand dood.

Liefs, Hetty