

# Nieuwe arbeidsmarktcampagne voor Monuta.

Denk mee over de toekomst van de uitvaart.

07 SEPTEMBER 2016

## SAMENVATTING

*Talentvolle mensen haken nu nog te vaak af bij het zien van vacatures in de uitvaartbranche. Echter, zo snel als het leven verandert, verandert ook de manier waarop we afscheid nemen. Dat maakt de uitvaartbranche dynamisch en volop in beweging. De nieuwe arbeidsmarktcampagne laat daarom prikkelende toekomstvisies zien van influencers met uiteenlopende expertises. Om aan te tonen dat trends en ontwikkelingen vanuit diverse vakgebieden leiden tot spannende vraagstukken bij Monuta.*

**M**onuta is op zoek naar professionals voor zowel de ondersteunende afdelingen (denk aan marketing, compliance of HR) op het hoofdkantoor in Apeldoorn, als de tientallen vestigingen in het land. Tot nu toe haken teveel talentvolle mensen af, voornamelijk doordat er hardnekkige vooroordelen hangen rond het werken in de uitvaartbranche. Monuta wil dit doorbreken met een campagne die aantoont dat de uitvaartwereld veel verder gaat dan koffie, cake en een luisterend oor.

In de campagne, ontwikkeld samen met N=5, roepen presentatrice Anita Witzier, Marktplaatsdirecteur Olivier van Duijn, Wendy van reismisje.nl, advocaat Oscar Hammerstein, Katrina Spade van urbandeathproject.org en Generatie Z-auteur Jos Ahlers vanuit hun eigen vakgebied, met prikkelende vragen op om mee te denken over de toekomst van de uitvaart. Hierin komen trends en ontwikkelingen aan bod die je wellicht niet direct zou koppelen aan de uitvaart. Denk bijvoorbeeld aan de deeleconomie, duurzamer leven en digitalisering van onze samenleving. Deze ontwikkelingen zorgen voor spannende vraagstukken in de uitvaart. En laten zien dat er bij Monuta ruimte is voor een breed scala aan professionals uit diverse werkvelden.

Monuta breekt in de campagne met stereotype afbeeldingen, zoals rouwende mensen of herfstbladeren. Met strakke uitingen worden (letterlijk) de wetten van rouwcommunicatie doorbroken. Zo dragen beeldtaal en tekst beiden uit dat het werken in de uitvaartbranche niet alleen bijzonder en zinvol is, maar ook uitdagend en afwisselend. De campagne is deze zomer eerst intern afgetrapt. Vanaf 5 september is de campagne breed zichtbaar via social, online en outdoor en op de campagnesite [www.detoekomstvandeuitvaart.nl](http://www.detoekomstvandeuitvaart.nl).

Met prikkelende quotes van bekende persoonlijkheden zetten we potentiële medewerkers aan het denken over de toekomst van de uitvaart:

'Ook je allerlaatste reis kan toch een Caribisch feestje worden?'

- **Wendy Pasop**, reismeisje.nl

'Goede spullen weggooien is zonde, waarom dan een splinternieuwe kist verbranden'

- **Olivier van Duijn**, Directeur Marktplaats

'Als de dood in de natuur voor nieuw leven zorgt, dan kan dat toch ook bij ons?'

- **Katrina Spade**, urbandeathproject.org

'Hoe interesseer je jongeren voor hun uitvaart als hun pensioen al te ver van hun bed is?'

- **Jos Ahlers**, Auteur Generatie Z

'Als we zo'n hekel hebben aan gecondoleerd, verzinnen we toch iets nieuws?'

- **Anita Witzier**, presentatrice

'Als zelfs de wetten van het Vaticaan niet meer heilig zijn, waarom dan wel die van de uitvaart?'

- **Oscar Hammerstein**, Advocaat



#### RELEVANTE LINKS



Website - De toekomst van de uitvaart

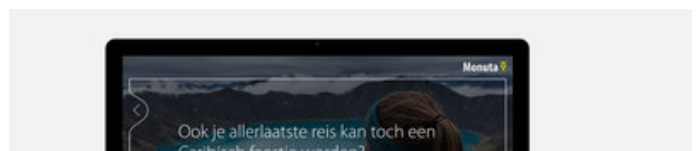
<https://detoekomstvandeuitvaart.nl/>

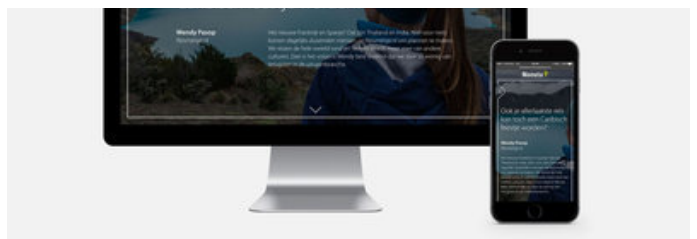
#### CITATEN

*"De campagne rekent af met het stereotype beeld dat hangt rondom werken in de uitvaartbranche, qua vorm én qua boodschap."*

— Joris Gruiters, Strategy Director N=5

#### AFBEELDINGEN





#### CONTACTPERSONEN



**Leonie van der Mark**

Account Director

Reclamebureau N=5

020 - 535 63 73



N=5newsroom