

Döden in i minsta detalj

Dödsdoulor, designade urnor och exit-party. Det blir allt trendigare att sätta en personlig prägel på livets slut – i alla fall om man ska tro den växande branschens experter.

TEXT: SOFIA HEDSTRÖM DE LEO FOTO: AGATON STRÖM



KREATIVA KISTOR

I USA har många techentreprenörer gett sig in i begravningsbranschen och skapat innovativa och prisvärda kistor.

BEGRAVNINGSBYRÅN SPARROW som ligger i hipsterstadsdelen Greenpoint i New York har två ingångar: en traditionell som leder till kapellet och en som går via en butik där det säljs kaktustvålar och bergamottoljor. Butiken med sina väl utvalda produkter påminner om den på ett eklektiskt designerhotell och enligt Erica Hill, som öppnade begravningsbyrån för ett år sedan, är det många som först inte förstår att Sparrow framför allt fokuserar på livets sista resa.

– Mitt mål är att man inte ska känna att man är på en begravningsbyrå, därför är det viktigt att det doftar gott och är vackert. Många som kommer hit är redan ledsna och arga, jag vill inte att lokalen ska förstärka negativa känslor.

Erica Hill, som tidigare bland annat arbetat för inredningsgiganterna Roman & Williams och som dokumentärfilmare, säger att hon tänker estetik när det gäller allt. Själva är hon osminkad, bär en vit skjorta, stora glasögon, har en "mommy"-tatuering på underarmen och påminner om skådespelerskan Julianne Moore med sitt långa röda hår. Keramik i kobolt-blått och apelsinorange dekorerar de



FÅ DÖDEN MINDRE SKRÄMMANDE

Erica Hill driver begravningsbyrån Sparrow i New York, som både har en traditionell entré och en andra ingång som går genom en trendig inredningsbutik.



SKRÄDDARSYTT FARVÄL

Nyligen hölls en minnesceremoni för en dj på Sparrow och då förvandlades lokalen till en dansfest för de närmare 150 gästerna.

olika rummen, föremål som är skapta av keramik som Erica sökt upp och som aldrig tidigare samarbetat med en begravningsbyrå.

– Om du ska ha någons aska hemma vill du antagligen inte att det ska vara en tråkig vit behållare som står i en bokhylla, utan något som är mer personligt.

Sparrow marknadsförs som en samtida begravningsbyrå och här finns rum med handmålade väggar och takfönster där man kan fira en anhörig som gått bort eller anordna ett exit-party innan man lämnar jordelivet. Nyligen hölls en minnesceremoni för en dj och då förvandlades lokalen till en dansfest för de närmare 150 gästerna. Här anordnas även event om döden där det serveras mat och dryck. Tanken är att det ska vara trevligt och att döden ska kännas som ett mindre tabubelagt ämne.

TROTS ATT SPARROW bara haft öppet i ett år har man redan expanderat till såväl Manhattan som Los Angeles och är nu på väg att öppna upp i Miami. Men även i andra delar av världen har samtida begravningsbyråer börjat synas allt mer, byråer som tvärtom traditionen inte gått i arv utan startats av människor med en helt annan bakgrund.

På Södermalm i Stockholm finns Systrarna Ocklind som drivs av Anna Ocklind Raask och Sofia Ocklind Rast-

”Människor har blivit mer medvetna och vill att det ska vara personligt”



SADLADE OM

Efter sin mammas bortgång sadlade syskonen Anna och Sofia om och startade begravningsbyrå på Södermalm.



UTVALD DESIGN

”Mitt mål är att man inte ska känna att man är på en begravningsbyrå”, säger Erica Hill som driver Sparrow.

DESIGNSAMARBETE

”Den är både feminin och maskulin, andas modernitet och tradition, den är varm och omslutande, enkel men har genomtänkta detaljer”, säger systrarna Ocklind om urnan. Ocke som de designat tillsammans med Claesson Koivisto Rune. Foto: Ida Borg.



bäck. Syskonen växte upp på en släktgård i Jämtland med föräldrar som var engagerade i samhället. Efter mammans bortgång 2018 upplevde de ett starkt behov av att själva göra nytta. Därför bestämde de sig för att ta tjänstledigt från sina jobb på TV4 respektive H&M för att starta en begravningsbyrå. Men de återvände aldrig till sina ordinarie tjänster – de hade hittat något som kändes både viktigare och mer kreativt.

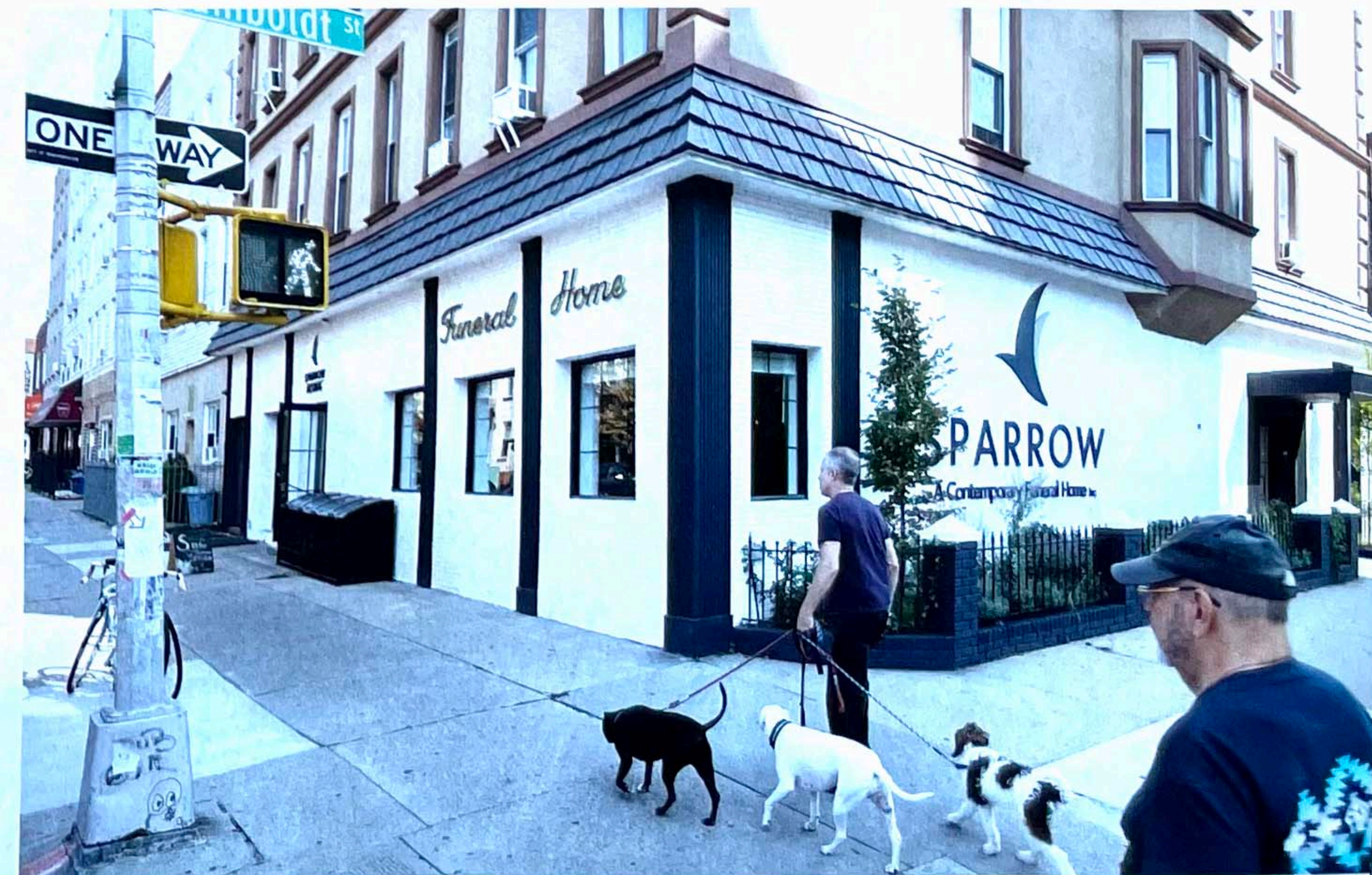
– Begravningsbranschen är på många sätt standardiserad. Människor har i dag blivit mer medvetna och vill att det ska vara personligt, säger Sofia Ocklind Rastbäck som också berättar att det är lättare för människor att bli berörda under en ceremoni när man på olika sätt lyckas spegla personen som man tar avsked av.

Sofia Ocklind Rastbäck liknar en begravning vid ett event och menar att dramaturgin är avgörande när de planerar en ceremoni, med musik, poesi och andra inslag.

Systrarna Ocklind erbjuder en rad speciallösningar anpassade efter den som gått bort, som en bädd av ljung till någon som älskade fjällen, specialdesignade urnor och kistor som man kan rita på. Blommor behöver inte heller bara vara för den avlidne, efter systrarnas ceremonier uppmanas gästerna att ta med sig blommor hem.

POPULÄRT KONCEPT

Begravningsbyrå Sparrow öppnade upp i stadsdelen Greenpoint i Brooklyn för snart ett år sedan och har redan expanderat till Manhattan såväl som Los Angeles och snart även Miami.



”När du blir medveten om din egen död ser du ditt liv på ett annorlunda sätt”

En rapport från Uppsala universitet visar att antalet begravningar minskade, enligt Svenska kyrkans ordning, från 81 till 65 procent under 2010-talet. Sofia Ocklind Rastbäck berättar att många som gått ur Svenska kyrkan ändå värdesätter rituella inslag, som att tillsammans bära en kista. Hon säger också att en akt med urna gör det lättare att välja en ovanlig plats för ceremonin, såsom en fjälltopp eller en teater.

– För svenskar står naturen för mycket av det heliga och många vill att den ska vara närvarande.

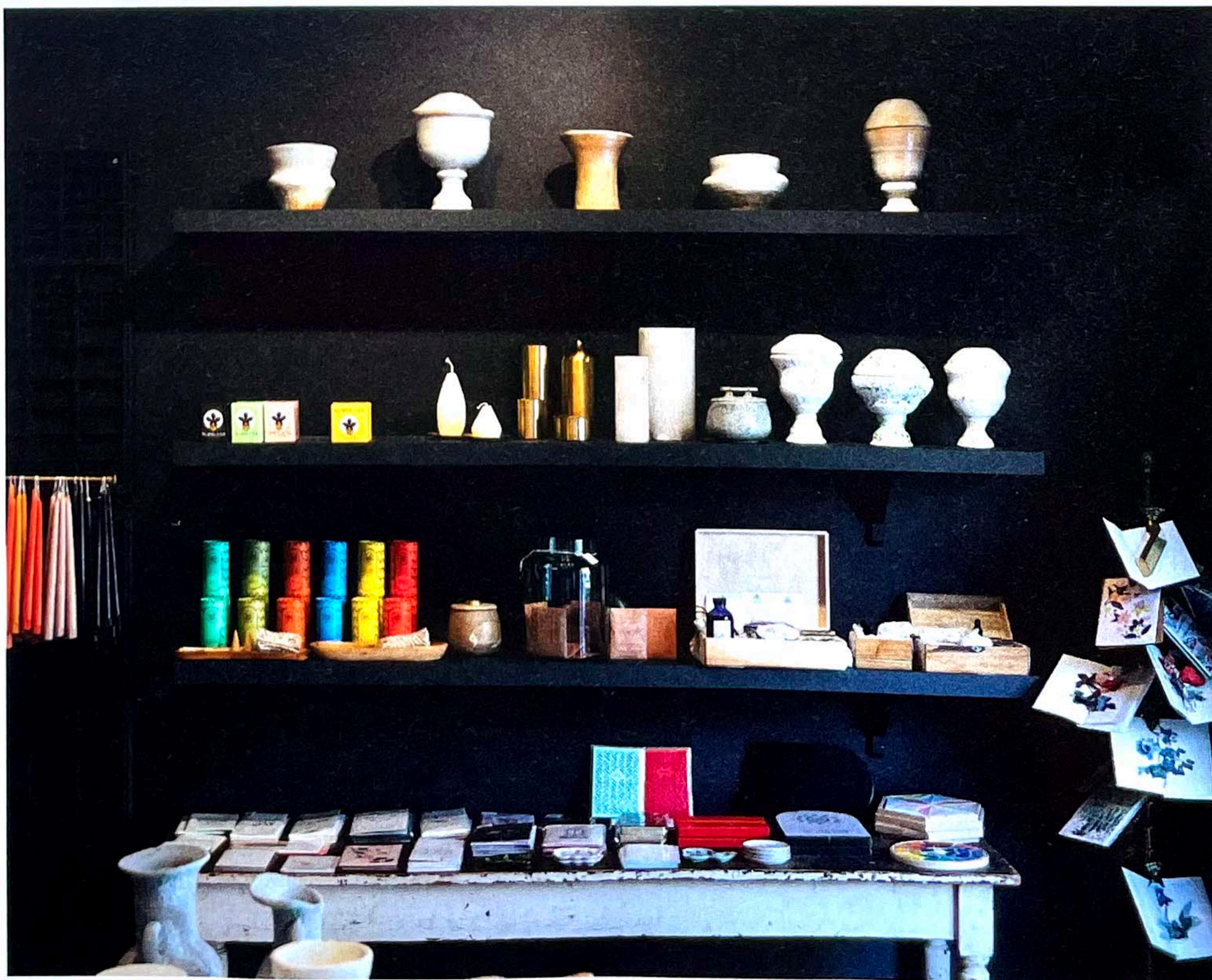
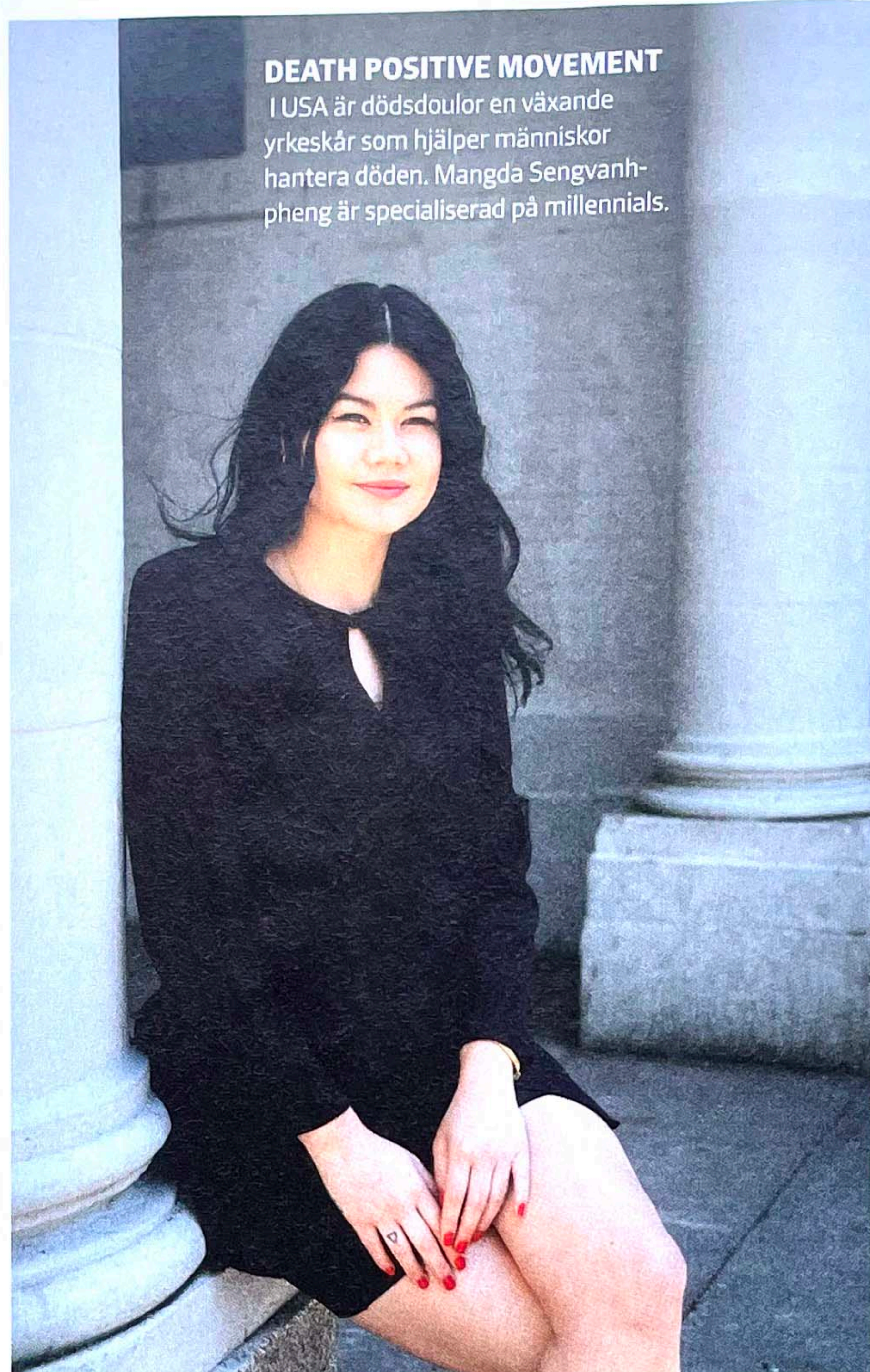
BEGRAVNINGSBYRÅERNA är inte ensamma om att se potential i en bransch som länge varit oförändrad. I USA finns den populära appen Cake, vilken årligen används av runt 40 miljoner människor som vill planera sin sista tid i livet. Det finns också appar som flera gånger om dagen kan påminna dig om att du är döende, såsom WeCroak.

Allt fler techentreprenörer ger sig in i dödsbranschen för att skapa prisvärda kistor och urnor. Även yrkeskåren dödsdoulor har växt, då många från restaurangbranschen valde att skola om sig under pandemin.

The National End-of-Life Doula Alliance ökade exempelvis sitt medlems-

DEATH POSITIVE MOVEMENT

I USA är dödsdoulor en växande yrkeskår som hjälper människor hantera döden. Mangda Sengvanhpheng är specialiserad på millennials.



TRÖSTANDE PRYLAR

Sparrow har en butik med oljor, filter och choklad. Många kommer hit utan att förstå att det är en del av en begravningsbyrå.



INDREDNINGS- DETALJ

I USA väljer många att förvara askan efter att någon gått bort hemma och kraven på att urnor ska liknas vid ett designobjekt som kan passa ett välinrett hem har blivit högre.

antal med 1 000 personer under 2021, två år tidigare hade de bara 200 medlemmar. I likhet med en doula som anlitas vid en födsel erbjuder en dödsdoula ett brett spektrum av tjänster. Det kan handla om allt från att skapa en minnesbok till att stå för juridisk hjälp. Doulan anlitas oftast när någon är döende, men vem som helst kan när som helst söka upp en dödsdoula för att förbereda sig för döden.

Doulor ingår inte i det amerikanska sjukvårdssystemet och deras service kan inte ersättas av en försäkring, men många i yrkeskåren erbjuder sina tjänster gratis till vissa klienter för att göra servicen mindre elitistisk. Många Sengvanhpheng är en av dem, hon ser det som sitt uppdrag att göra alla millennials medvetna om livets slut.

– Historiskt har döden alltid varit med oss och skett i hemmet. Det var först på 1900-talet när döden flyttade till sjukhusen som vi började distansera oss och blev rädda, säger hon.

Dödsdoulorna är en del rörelsen Death Positive Movement som startade på 2010-talet, men som fått ett rejält uppsving under pandemin. Daryl Kovalich är en annan nybliven doula i USA som vill öka medvetenheten. Han jobbar fortfarande som art director, men planerar att arbeta heltid med döden inom kort.

– När du blir medveten om din egen död ser du ditt liv på ett annorlunda sätt. Det finns en kraft i det.

Det är med andra ord tid att börja kolla upp urnor och ladda ner dödsappar, om man ska följa trenden, men kanske främst för höja kvaliteten på livet. Det, som pågår här och nu.

