



BESTATTUNGSWELT

Das Fachblatt für die Bestattungsbranche
Ausgabe 03.2019

- | | | | | | | | |
|-----------|------------|-----------|------------|---------|-----------|-----------|------------|
| Albrecht | Koch | Berger | Pieper | Kaiser | Becker | Frank | Martin |
| Aue | Krämer | Braun | Richter | Keller | Berger | Friedrich | Meyer |
| Bauer | Krause | Fischer | Rosenkranz | Klein | Braun | Fuchs | Müller |
| Baumann | Krüger | Frank | Roth | Koch | Fischer | Hofmann | Nagel |
| Beck | Lehmann | Friedrich | Schäfer | Krämer | Frank | Huber | Neumann |
| Becker | Lorenz | Fuchs | Schlüter | Krause | Friedrich | Illner | Peters |
| Berger | Ludwig | Hofmann | Schumacher | Krüger | Fuchs | Jäger | Pieper |
| Braun | Martin | Huber | Schuster | Lehmann | Hofmann | Kaiser | Richter |
| Fischer | Meyer | Illner | Schwarz | Lorenz | Huber | Keller | Rosenkranz |
| Frank | Müller | Jäger | Simon | Ludwig | Illner | Klein | Roth |
| Friedrich | Nagel | Kaiser | Vogel | Martin | Jäger | Koch | Schäfer |
| Fuchs | Neumann | Keller | Vogelsang | Meyer | Kaiser | Krämer | Schlüter |
| Hofmann | Peters | Klein | Wagner | Müller | Keller | Krause | Schumacher |
| Huber | Pieper | Koch | Walter | Nagel | Klein | Krüger | Schuster |
| Illner | Richter | Krämer | Weber | Neumann | Koch | Lehmann | Schwarz |
| Jäger | Rosenkranz | Krause | Weiß | | Krämer | Lorenz | Simon |
| Kaiser | Roth | Krüger | Werner | | Krause | Ludwig | Vogel |
| Keller | Schäfer | Lehmann | Winkler | | Krüger | | Vogelsang |
| Klein | Schlüter | Lorenz | Winter | | Lehmann | | Wagner |
| | Schumacher | Ludwig | | | Lorenz | | Walter |
| | Schuster | Martin | | | Martin | | Weber |
| | Schwarz | Meyer | | | | | Weiß |
| | Simon | | | | | | Werner |
| | Vogel | | | | | | Winkler |
| | Vogelsang | | | | | | |
| | Wagner | | | | | | |
| | Walter | | | | | | |
| | Weber | | | | | | |
| | Weiß | | | | | | |
| | Werner | | | | | | |
| | Winkler | | | | | | |
| | Winter | | | | | | |
| | Wolf | | | | | | |
| | Zimmermann | | | | | | |
| | Albrecht | | | | | | |
| | Aue | | | | | | |
| | Bauer | | | | | | |
| | Baumann | | | | | | |
| | Beck | | | | | | |

**Ein Eintrag im Telefonbuch oder
ein Name, über den man spricht –
was möchten Sie erreichen?**





Individuell und einzigartig!

Kremationsasche ist nicht mehr die einzige Kohlenstoffquelle, welche bei der ALGORDANZA die Basis für den Erinnerungsdiamanten bildet. Dieser kann nun auch aus mindestens fünf Gramm Haaren der verstorbenen Person entstehen.

Dies ist für die Hinterbliebenen eine schöne Alternative und Ergänzung, wenn neben dem Erinnerungsdiamanten auch eine Beisetzung in Sarg oder Urne gewünscht oder gar gefordert ist.

Die Beauftragung und der Besitz eines Erinnerungsdiamanten aus Haaren ist in allen Bundesländern Deutschlands uneingeschränkt erlaubt!



Liebe Leserin, lieber Leser,

das Grabmal ist ein Thema, das leider in den letzten Jahren etwas in Vergessenheit geraten ist. Das ist mehr als schade, denn ist es nicht ein Symbol gegen das Vergessen? Eine besondere Würdigung?

Viele Bestatter legen keinen Wert auf die Beratung zur Grabgestaltung. Oft erhalten die Angehörigen lediglich einen kleinen handgeschriebenen Zettel mit einer Mobilfunknummer des Steinmetzes um die Ecke. Sicherlich gehört Ausstattung nicht zur Kernkompetenz eines Bestattungsunternehmens. Niemand muss sich aktiv der Grabmalkunst widmen, aber eine engagierte Beratung und Hilfe sollten auch hier selbstverständlich sein.

Mit der Beisetzung des Sarges oder der Urne ist die letzte Ruhestätte nicht nur eine Endstation der Bestattungszeremonie. Die Hinterbliebenen, die das Grab als Ort der Erinnerung jahrelang besuchen, werden sich immer wieder über den Anblick einer individuellen und gepflegten Anlage freuen und den Bestatter direkt damit in Verbindung bringen. Und wer sich als Kunde auf der ganzen Linie und dauerhaft gut beraten und betreut fühlt, der spricht auch gerne Empfehlungen aus.

Historische Gräber mit imposanten und symbolträchtigen Grabmälern sind seit jeher Anziehungspunkte für die Besucher eines Friedhofs. Dieser handwerklichen Kunst wieder mehr Aufmerksamkeit zu schenken, ist eine schöne Idee, die sich lohnt.

Herzlichst

Ihr BestattungsWelt-Team

Britta Schaible
Redaktion

Nicola Tholen
Projektleitung





6

Kein Bedarf
Erasmus A. Baumeister



12

Ein Leben für die Mode
Beerdigung von Karl Lagerfeld
Hans-Joachim Frenz



22

Der Zubehörkreis
Ihr Ausstellungsraum kann mehr
Dipl.-Ing. Architektur Karsten Schröder

BEITRÄGE

- 3 Editorial
- 6 **Kein Bedarf**
Erasmus A. Baumeister
- 10 **Durchblick oder Langeweile?**
Schaufenstergestaltung
- 12 **Ein Leben für die Mode**
Beerdigung von Karl Lagerfeld
Hans-Joachim Frenz
- 14 **Pietät, Freundlichkeit, Ehrlichkeit, Helfen – dafür steht Bestattungen Hütte**
Die Bestattungswelt im Gespräch mit Katrin Wernze von Bestattungen Hütte aus Geseke
- 16 **Der sympathische Bestatter**
Dipl.-Kfm. Wolf Meth, Bestattercoach
- 18 **Trauerdruck ist viel mehr als nur Papier**
Rapid Data GmbH
- 20 **Geeignetes Personal – Traum oder Wirklichkeit?**
Die Bestatter-Akademie
- 22 **Der Zubehör-Kreis**
Ihr Ausstellungsraum kann mehr
Dipl.-Ing. Architektur Karsten Schröder
- 24 **Zeitgemäße Bestattungskultur in Deutschland**
Die Serie in der Bestattungswelt (letzter Teil)
- 26 **Ihre Chance – die Babyboomer aus zwei Perspektiven**
Ein Generationswechsel auf allen Ebenen
Jule Baumeister, Baumeister & Baumeister
- 27 **Lesenswert**
Der BW-Buchtip
- 27 **Nachhaltig gut**
Die Bestattungswelt folgt dem ökologischen Bewusstsein.
- 30 **Termine/Inserenten**

IMPRESSUM

Herausgeber Agentur Erasmus A. Baumeister e.K. c/o Verlag Bestattungswelt Ltd Neusser Straße 617-621 50737 Köln	Redaktionsanschrift Verlag Bestattungswelt Ltd Jakob-Esser-Platz 2 50354 Hürth Telefon: 02233 628 328 info@bestattungswelt.com www.bestattungswelt.com	Chefredaktion und Projektleitung Britta Schaible Nicola Tholen Erscheinungsweise zweimonatlich Nächster Anzeigen-/Redaktionsschluss 28.06.2019	Gestaltung Florian Rohleder Copyright Verlag Bestattungswelt Ltd. Nachdruck, Vervielfältigung und elektronische Speicherung, auch auszugsweise, sind nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags gestattet.	Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bilder, Bücher und sonstige Unterlagen wird keine Gewähr übernommen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion oder des Verlags wieder.	Bei Preisausschreiben der Redaktion ist der Rechtsweg ausgeschlossen. Es gelten die Mediadaten vom 01.01.2019. € 7,50
--	---	---	---	--	---



BESTATTERTAG

hören. umsetzen. gewinnen.



HANNOVER

05.06.2019

MITTWOCH 09:00-16:30 UHR

HOTEL ESPLANADE
BAHNHOFSTRASSE 8
31542 BAD NENNDORF

- Grundlagen der Raumgestaltung von Bestattungsunternehmen
- Umbau oder Neubau, was kostet bauen?



- Sozialamtsbestattungen aus Sicht eines Premiumdienstleisters
- Endlich ohne Außenstände und Ausfallrisiko arbeiten



- Kein Konzept ohne geschulte Mitarbeiter
- Markteroberung für Bestattungsunternehmen
- Optimierung der Bestattungsrechnung
- Verkaufspsychologie für Bestatter – mehr Umsatz pro Auftrag



- Die Schaufensterausstellung als entscheidendes Element eines ganzheitlichen Marketingkonzeptes



- Bestattersoftware, maßgeschneidert



- Innovative Ideen & hochwertige Qualität für den Bestattungsbedarf



- Die Diamantbestattung – eine gefragte Alternative zu traditionellen Bestattungsformen



Teilnahmegebühr: 49,- EUR (Auszubildende kostenfrei)

MITTWOCH 18.09.2019
BONN

MITTWOCH 09.10.2019
STUTT GART



Kein Bedarf

Text: Erasmus A. Baumeister

Mein Team und ich hören manchmal von Bestattungsunternehmen die Aussage: „Wir haben keinen Bedarf, wir brauchen keine Marketingmaßnahmen, danke!“ Eine typische Floskel, die mal eben benutzt wird, wenn die Zeit knapp ist oder man gedanklich ganz anders unterwegs ist. Aber der Hauptgrund für temporäres Desinteresse an der Vokabel Marketing ist, dass dieser Terminus alles und nichts bedeutet.

Marketing ist nicht Werbung auf Einkaufswagen des Discounters um die Ecke. Marketing ist nicht die 14-tägige Anzeige in der Tageszeitung. Marketing ist nicht die Planung, dass der Neffe, der in drei Jahren ins Unternehmen kommt, sich dann um einen Facebook-

Account für die Firma kümmern soll. Und Marketing ist auch nicht der mit Firmenlogo und Namen bestickte Hemdkragen der Außendienstmitarbeiter. Marketing ist etwas Ganzheitliches, es ist das Zusammenspiel von Image, Marke, Tradition, Kommunikation, Logo, Werbung, Philosophie, Qualität, Anspruch, Kundenzufriedenheit, Leistungsspektrum, Kundenakquise, Marktposition, Zieldefinition, Wettbewerbsanalyse, Nachhaltigkeit, Zukunftsorientierung und Unternehmertum. Marketing bedeutet nicht nur Werbung und Kommunikation. Marketing im Ganzen ist wichtiger denn je. Das reine Anbieten von Bestattungsleistungen ist Vergangenheit. Jedes Bestattungsunternehmen betreibt irgendeine Art von Marketing, konzipiert und geplant, oft auch zufällig, teuer und belanglos. Natürlich sind auch viele Bestattungsunternehmen in diesem Bereich sehr gut versorgt. Auch muss kein Bestattungsunternehmen alles umsetzen, was im Marketing für die deutsche Bestattungsbranche möglich ist. Aber es muss eben eine für das einzelne Unternehmen individuell entwickelte Konzeption mit einer gewissen Laufzeit sein. Wenn Vater und Sohn sich seit 10 Jahren über den Generationswechsel streiten und dieser Zwist schon lange die Öffentlichkeit erreicht hat, dann ist das Marketing, aber eben negatives. Wenn der Vater seinem 35-jährigen Sohn mit 65 Jahren das Unternehmen übergibt und weiter als beliebter Trauerredner arbeitet, im Kirchenvorstand

sitzt, für die Renaturierung der örtlichen Froschtümpel kämpft und Kassenwart bei der freiwilligen Feuerwehr bleibt, dann ist das positives Marketing. Wenn im Jahre 2019 das Firmenlogo ein schwarzes, liegendes Kreuz mit diagonal arrangiertem Palmwedel ist, dann ist das keine Entwicklung in Richtung eines zukunftsorientierten Marketingkonzepts. Wenn dieses Logo eine wahre Geschichte erzählen kann und in die Gegenwart, mit Farbe und Profidesign, übersetzt wird, dann kann es eine gute Basis für ein nachhaltiges Konzept sein. Vielleicht hat der Firmengründer als junger Mann im Jahre 1868 ein silbernes Kreuz und einen Palmwedel von seiner Pilgerwanderung nach Lourdes mitgebracht. Als Erkennungsmerkmal hat er diese beiden Attribute auf seine erste Bestattungskutsche gemalt, so ist es bis heute weitergeführt worden. Das Logo hat eine wahre Geschichte, besser geht es nicht, sie muss transportiert werden, es interessiert. Das Logo muss aber trotzdem mit gleicher Symbolik in die Gegenwart übersetzt werden. Haben das Kreuz und der Palmwedel keine Geschichte, außer dass vor 60 Jahren die Zeitung bei der Gestaltung der ersten Anzeige dieses Standardsymbol ungefragt in der Anzeige platziert hat, dann ist diese Gestaltung keine Basis für nachhaltigen Erfolg. Marketing bedeutet auch nicht nur, entsprechende Kommunikationsinstrumente zu haben, oder dass die neue Logofarbe auch im Interior-Design und bei Schlips und Halstuch vorkommt, sondern die Instrumente auch zu nutzen und zu wissen, wie sie eingesetzt werden. Was hilft eine großartige Image-Ratgeberbroschüre, wenn sie nur im Empfang oder im Beratungsraum liegt? So ein Kommunikationsinstrument muss tausendfach im Jahr Menschen erreichen, die mit diesem Unternehmen noch nichts zu tun hatten.

Marketing ist etwas Ganzheitliches ...

Die große Kunst in der Bestattungsbranche ist die Aktivierung der Instrumente, die nutzbar sind. Marketing- und Kommunikationsinstrumente zu haben, ist die eine Sache, diese aber zielgerichtet einzusetzen und schnell das erwünschte Feedback zu erhalten, ist eine Herausforderung, für die wir die Lösung, mit 25 Jahren Branchenerfahrung, haben. Egal, wie gut ein Unternehmen aufgestellt ist, es gibt immer einen Bedarf im ganzheitlichen Marketing. Manchmal ist der Bedarf klitzeklein, manchmal riesengroß. Selbstverständlich hat heute fast jedes Bestattungsunternehmen eine Internetpräsenz, also oberflächlich gesehen keinen Bedarf für eine Veränderung. Nur die Bedeutung des wichtigsten Kommunikationsinstrumentes der Gegenwart und der Zukunft ist in unserer Branche noch nicht entsprechend angekommen. Viele denken, dass man eine Internetpräsenz hat, weil das heutzutage wohl so ist und die anderen ja auch eine haben. Wenn ich dann da mitmache und auch online bin, dann ist ja alles o. k. Leider ist dieser Gedanke vor 20 Jahren abgelaufen. Die perfekte Internetpräsenz ist heute das Instrument zur Kundenakquise und zur Steigerung von Umsatz und Ertrag pro Auftrag. Eine funktionierende Website in der deutschen Bestattungsbranche hat nur eine Chance, wenn sie grafisch, inhaltlich, technisch und konzeptionell immer top ist, der Wettbewerb ist hart und schnell. Eine Bestatterwebsite hat eine maximale Lebensdauer von fünf Jahren, dann muss sie wieder komplett neu angelegt werden.

Natürlich. Nachhaltig. Made in Germany. Das ist unser Anspruch.

Einladung zur Hausmesse

Sa., 15. Juni 2019, 9.30 bis 18 Uhr
So., 16. Juni 2019, 9.30 bis 17 Uhr

In unserem Meisterbetrieb:
Laudieker Weg 19 • 49219 Glandorf

Das erwartet Sie:

- Zwischen Tradition und Moderne: unser erweitertes Sortiment an Särgen und Zubehör
- Einblicke in den Sargbau: unser neues Qualitätssiegel & persönliche Werksführungen
- Unsere Gäste: *Rapid Data, Kuhlmann Cars, Agentur Erasmus A. Baumeister*

Alle weiteren Infos zur Messe finden Sie unter:
www.schmidt-hendker.de

Exklusiv 10 % Messe-Rabatt:

An den beiden Messe-Tagen profitieren Sie von 10 % Rabatt auf alle Gla-Sarg-Zubehör-Produkte. Er gilt bei persönlicher Bestellung vor Ort in Glandorf.



Die Internetpräsenz ist nicht nur da, sondern es müssen maximale Besucherzahlen erreicht werden, und das geht bestimmt nicht nur über gekaufte Klicks. Wir kennen bei über 1.500 Bestattungsunternehmen, die wir im Onlinebereich betreuen, ganz genau alle Möglichkeiten, um den Verkehr auf einer Internetpräsenz eines Bestattungshauses zu multiplizieren. Es gibt einen großen Bedarf an Weiterentwicklung. Eine Internetpräsenz muss sich regelmäßig verändern, 2-3 mal monatlich mindestens. Da kaum ein Bestattungsunternehmen hierfür Zeit hat, bieten wir verschiedene Konzepte, damit Google Ihre Website dauerhaft liebt. Dass das Wort Marketing nicht nur Werbung bedeutet, ist schon klar geworden. Ohne eine gute und qualitative Bestatterleistung gibt es auch kein gutes Marketing-Gesamtkonzept, weil die verkaufte Leistung eben auch ein wichtiger Bestandteil des Marketings ist. Stimmt die Qualität des Unternehmens nicht, dann hilft auch die beste Kommunikation nicht viel. Also: Marketing ist das Zusammenspiel aus sehr vielen Faktoren, die im Gesamten zum großen Erfolg führen. Diese Erfahrung können wir Ihnen in kostenlosen Gesprächen mit unzähligen Referenzen an vielen Beispielen präsentieren, um Ihnen dann ein individuelles Angebot zur Marketingoptimierung Ihres Unternehmens zu machen. Sie liefern Ihren Kunden eine hochqualitative und moderne Dienstleistung in wunderbaren Räumen mit tollen Produkten, dann muss auch Ihr Marketing diesem Qualitätsniveau entsprechen. So können Berührungsängste und Vorurteile schnell abgebaut werden, so kann antiquiertes Klischeedenken aufgelöst werden. So wird das traditionelle Bestattungshaus weiterhin der erfolgreiche Regionalanbieter für individuelle Bestattungen sein und muss den Wettbewerb aus dem Internet und von Discountanbietern nicht fürchten. Marketing bedeutet auch die Definition von Zielen. Wenn ein Bestattungsunternehmen das zu erreichende Ziel nicht kennt, ist auch die Entwicklung von Kommunikationsinstrumenten nicht möglich. Vor der Auswahl eines konkreten Werkzeugs liegt die Entscheidung, wie das Ergebnis aussehen soll, daraus ergibt sich die Wahl der Waffen. Sollen mehr Bestattungen akquiriert werden? Sollen Umsatz und Ertrag gesteigert werden? Soll ein neuer Markt erobert werden? Soll der Wettbewerb

Sie liefern Ihren Kunden eine hochqualitative und moderne Dienstleistung in wunderbaren Räumen mit tollen Produkten, dann muss auch Ihr Marketing diesem Qualitätsniveau entsprechen.

ferngehalten werden? Soll ein Unternehmen übernommen werden? Soll die Generationsübergabe vorgenommen werden? Wie geht das alles? Macht Buswerbung Sinn? Kann ich mich als Bestattungsunternehmen auf Plakatwandwerbung sehen lassen? Wie erobere ich Seniorenwohnheime, Hospize und Kirchengemeinden? Wie organisiere ich Veranstaltungen und Vorträge mit viel Publikum? Wie optimiere ich die Kooperation mit den anderen Gewerken zu meinen Gunsten, wie Friedhof, Steinmetz und Gärtner? Wie schule ich meine Mitarbeiter? Kann ich das Bestattungsvorsorgegespräch berechnen? Braucht mein Bestattungshaus eine Kinderspielecke? Wie biete ich ökologische Bestattungen an? Wie verhalte ich mich erfolgreich bei Preisanfragen? Wie finde ich neue, gute Mitarbeiter? Was ist eigentlich mit dem Telefonbuch, lohnt sich das noch? Was mache ich mit Callcentern, die meine Website optimieren wollen? Wie kann ich mein Schaufenster als Akquiseinstrument nutzen? Wie verkaufe ich für die Feuerbestattung einen etwas besseren Sarg? Wie bekomme ich besonders viele positive Google-Rezensionen? Was soll ich tun, wenn der Wettbewerber mir alles nachmacht? Wie sehen Beratungsunterlagen aus, die zu meinem Niveau als Qualitätsanbieter passen? Was ist ein Trauerparcours? Wie soll ich mit der wachsenden Zahl der Online-Bestatter umgehen, soll ich kooperieren? Welche Zusatzleistungen kann ich meinen Kunden anbieten? Wie perfektioniere ich meine Rechnung? Wie bewege ich mich als Bestattungsunternehmen erfolgreich im Social-Media-Bereich? All das sind Marketingfragen, die mit unserer großen Erfahrung optimal gelöst werden können. Man kann nicht alles selbst machen, die ganze Welt und auch die Bestattungsbranche sind viel zu komplex geworden. Nicht jeder Fehler muss selbst gemacht werden. Mein Unternehmen nennt sich seit fast 25 Jahren Marketingagentur und Unternehmensberatung. Tja, mit der Unternehmensberatung haben wir eine weitere Vokabel, die durchaus erklärungsbedürftig ist.

Mit Unternehmensberatung ist keineswegs gemeint, dass ich Ihr Unternehmen besser führen kann als Sie. Ich weiß auch nicht alles besser, sondern ich habe 25 Jahre Erfahrung mit über 1.500 Bestattungsunternehmen als Kunden und ich kenne mindestens noch einmal so viele Unternehmen aus der Branche quer durch alle Gewerke (Friedhöfe, Gärtner, Steinmetze, Verbände, Kirchen). Und so kann ich Ihnen aus meinen täglich wachsenden Erfahrungen vielleicht nur eine kleine Idee zur Verfügung stellen, die Ihr Unternehmen noch erfolgreicher und zukunftstauglicher macht. Marketing und Beratung sind so großartige und umfangreiche Bereiche, so dass es kein Unternehmen gibt, das ohne irgendeinen Bedarf diesbezüglich existiert. Ob groß oder klein, es gibt immer einen oder einige vernachlässigte Bereiche, die perfektioniert werden können. Heute zählen eben auch die Perfektion und die Qualität in früher unwichtigen und nebensächlichen Bereichen. Gerne sprechen wir mit Ihnen über Ihr Unternehmen, Ihren Wettbewerb, Ihre Ziele und unsere Leistungen, völlig kostenlos und unverbindlich.

www.erasmus1248.de

LAVABIS® Hygiene Online
www.lavabis.de

Bestatterbedarf	Desinfektion und Reinigung	Hygienebekleidung
Bestattungsmkosmetik	Embalmungs-Geräte und Instrumente	Praktische Sets
Chirurgische Instrumente	Embalmungs-Produkte	Wasch- und Sezierlische

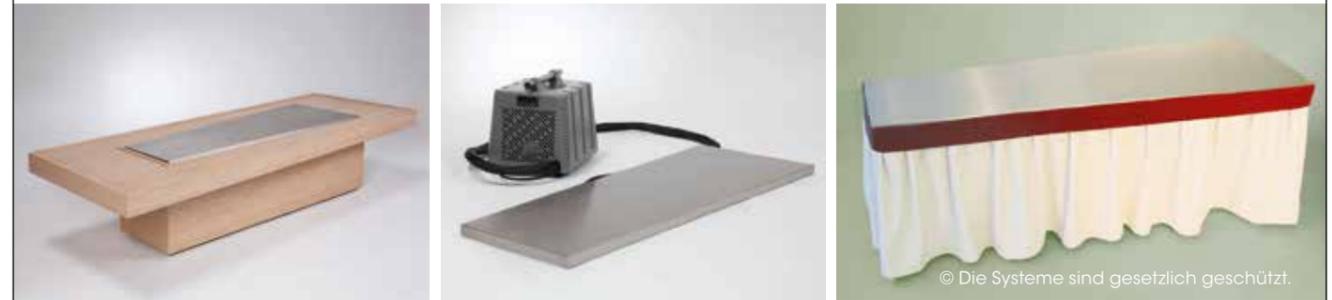
Bestatterbedarf für hygienische Versorgung der Verstorbenen rund um die Uhr unter www.lavabis.de online bestellen - europaweite Lieferung.

LAVABIS GmbH · Steilshooper Allee 49 · 22309 Hamburg
+49 40 46655525 · +49 40 46655527 · info@lavabis.de



Westhelle Köln GmbH
Bestattungsbedarf · Dekorationen · Einrichtungen

Mobile Kühlungen & Kühl-Katafalke



Mobile Kühlplatten, Kühlmatratzen und Kühlkatafalke für den vielseitigen Einsatz in und unter dem Sarg, im Sterbebett, unter oder auf einer Bahre, auf einem Scherenwagen oder Katafalk. Schnelle gezielte Wirkung durch digitale Temperaturregelung (von - 25° C bis + 15° C) • praktische perfekte Lösung für die würdevolle offene Aufbahrung • optimale, wirtschaftliche Alternative zum „Schneewittchen-Sarg“ und Klimaraum • Hausaufbahrung leicht gemacht • extrem leise und diskret • in vielen Varianten und Größen erhältlich • Kühlkatafalk-Oberfläche nach Wunsch

www.westhelle-koeln.de · Telefon 02247 9682564

Seebestattungs-Reederei Albrecht

Seebestattungen in der Nordsee

Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung ist die Reederei Albrecht ein vertrauensvoller Partner für Seebestattungen in der Nordsee. Von Belgien bis Norwegen bieten wir Ihnen Beisetzungen in der Nordsee von nahezu allen Küsten- und Inselhäfen an.

Mit unseren beiden stilvoll eingerichteten Bestattungsschiffen, jährlich mehr als 30 Gedenkfahrten zur Beisetzungsposition ab unserem Heimathafen Harlesiel und der Gedenkstätte „Brücke der Erinnerung“ runden wir das breite Leistungsangebot ab.

Reederei Albrecht · Friedrichsschleuse 3a · 26409 Carolinensiel-Harlesiel
www.seebestattung-albrecht.de



Durchblick oder Langeweile?

Draußen vor der Tür ist es. Gehen Sie mal kurz raus und schauen Sie nach. Ist es noch da? Oder war da nie eines? Fenster putzen könnte man auch mal wieder. Oder die Gardine waschen.

Wie sieht Ihr Schaufenster aus?

Falls Sie glücklicher Besitzer eines Schaufensters sind, lohnt sich das Weiterlesen. Aber noch viel mehr lohnt es sich, wenn Sie noch gar keins haben. Denn Schaufenster kann man günstig anmieten. Also lesen Sie gerne weiter und entscheiden Sie selbst, ob Sie Durchblick haben möchten oder die Menschen langweilen.

Bummeln gehen

In der Stadt ein bisschen bummeln gehen. Sich einfach treiben lassen, ganz ohne konkrete Kaufabsichten und schauen, was es so gibt. Ein Eis auf die Hand, bequeme Schuhe natürlich und dann herumschlendern. An welchen Schaufenstern bleiben Sie stehen? Beim Juwelier vielleicht. Da kann man die teuren Uhren angucken und ein bisschen träumen. Es glitzert und funkelt alles so schön und die Preise sind wirklich spannend. So teuer ist die goldene Uhr? Entertainment pur! Kleider machen bekanntlich Leute und Mode geht immer. Also bei dem Herrenausstatter mal schauen, welches Sakko zu

welchem Hemd passen würde und was die schöne Lederjacke wohl kostet. Auch hier findet Inspiration statt und die Augen erfreuen sich an schönen Dingen. Das macht einen Schaufensterbummel aus.

Heuschnupfen und vergilbte Gardinen

Hand aufs Herz – wie oft sind Sie schon fasziniert vor dem Schaufenster einer Apotheke stehen geblieben? Die Pharmaindustrie gestaltet hier meistens ihre Werbung für allerlei Mittelchen gegen Heuschnupfen, Tipps und Tricks zur Erkältungszeit oder es sind die neuesten Blutdruckmessgeräte ausgestellt. Lang-weilig! Oder wie wäre es mit einem Schaufenster eines Versicherungsmaklers? Die sind auch absolut fesselnd. Eine vergilbte Gardine, ein Banner mit einem Logo und die Telefonnummer.

Quälgeister sind die besten Lehrmeister oder warum die Urne nicht ins Schaufenster möchte

Wir bummeln zurück zu Ihrem Fenster. Falls Sie noch auf der Straße stehen, kommen Sie bitte wieder herein. Was auch immer Sie da draußen gesehen haben – Sie können es besser machen. Und zwar ganz einfach,

indem Sie sich in den Passanten, also in den potenziellen Kunden, der an Ihrem Fenster vorbeigeht, hineinversetzen. Was möchte er sehen? Möchte er sich langweilen oder sogar beim Anblick der Urne erschrecken? Und warum finden Sie selbst das Schaufenster des Versicherungsmaklers in Ihrem Ort so sterbenslangweilig? Quälgeister sind die besten Lehrmeister. Machen Sie es besser!

„Hoffentlich sieht mich keiner!“

Die Menschen bleiben vor Ihrem Schaufenster in erster Linie deswegen NICHT stehen, weil Sie der Bestatter sind. Das ist ein Thema, was ganz weit weggeschoben wird. Wer möchte sich schon mit dem Lebensende beschäftigen, während er sein Schokoladeneis genießt und durch die Stadt bummelt? Dann steht da noch diese Urne, die einfach gruselig aussieht. Da möchte man jetzt nicht rein und später eigentlich auch nicht. Sie ist weder schön, noch würde ein Preisschild sie interessanter machen. Außerdem – was sollen denn die Leute denken, wenn ich vor dem Bestattungshaus stehen bleibe? Die könnten ja denken, dass jemand gestorben ist.

Überraschung – wir sind auch Bestatter

Deutschland wurde in den Jahren 1954, 1974, 1990 und 2014 Fußballweltmeister. Beim sogenannten „Wunder von Bern“ im Jahre 1954 ging das Endspiel überraschend mit einem 3:2 gegen Ungarn zu Ende. 1974 waren Paul Breitner und Gerd Müller die Sieges-Torschützen. Im Jahre 1990 fand das Finale in Rom statt und Deutschland gewann



mit einem 1:0 gegen Argentinien. 2014 war das Halbfinale mit dem 7:1 gegen Brasilien die eigentliche Sensation, wobei das Finale gegen Argentinien durch das erlösende Tor von Mario Götze mit einem 1:0 ausging. Gelesen in einem Bestatterschaufenster,

neulich beim Bummeln. Dekoriert war es mit einigen Fußbällen und Fotos von dieser WM-Historie. Dann wurde gekonnt der Bogen zur individuellen Trauerfeier gespannt. Bis der Betrachter merkt, dass er vor dem Schaufenster eines Bestatters steht, vergehen einige Minuten. Das Schaufenster hat einen Mehrwert geboten, Interesse geweckt, Informationen geliefert. Und das vollkommen unerwartet.

„Bildung to go“

„Das sieht interessant aus, das sehe ich mir mal genauer an.“ Genau das sollten Passanten denken, wenn Sie an Ihrem Fenster vorbeigehen. Sie können in Ihrem Schaufenster Denkanstöße geben, Informationen liefern und „Bildung to go“ mitgeben. Das Erstaunen ist noch immer groß, wenn der Bestatter „Themen aus dem Leben“ zeigt. Aber es ist überhaupt nicht abwegig, denn vor dem Tod kommt bekanntlich das Leben. In Ihrem Fenster können daher die unterschiedlichsten Inhalte stattfinden – ob es Informationen über berühmte Persönlichkeiten wie zum Beispiel John F. Kennedy, Martin Luther oder Johann Wolfgang von Goethe sind oder allgemeine Themen wie Licht, Zeit, Gotik, Vier Jahreszeiten, Ahnengalerie, Stille, Seerosen, Pilgern oder Pustelblume. In der beigegefügt Broschüre finden Sie einen Überblick über alle Themen, die wir gerne für Sie umsetzen. Sorgen Sie für Durchblick statt für Langeweile.

www.erasmus1248.de

Made in Germany
zeitlose Designs
schnelle Lieferzeiten
einfache Handhabung
schneller Einstieg

info@nanogermany.de
T: (0)2153 127 88 81

Erinnerungsschmuck + Objekte
befüllbar + mit Patentverschluss

nano Secret

Neu!

Fingerprintschmuck
Finger, Babyhände + Füße, Pfoten, Handschrift, ...

nano Lifelines



PROMINENTE BESTATTUNGEN

Ein Leben für die Mode

Beerdigung von Karl Lagerfeld

Chloé, Fendi, Chanel – die Modewelt und viele Luxusmarken sind untrennbar mit dem Namen Karl Lagerfeld verbunden. Er wurde gerne als Modezar bezeichnet und war über 60 Jahre in der Branche tätig. Am 19. Februar starb er in Neuilly-sur-Seine in Frankreich. Die Beisetzung fand am 22. Februar im engen Kreis in Nanterre bei Paris statt. Ein Rückblick auf ein Leben für die Mode – und die große Liebe zu einer Katze.

Text: Hans-Joachim Frenz

Um sein Geburtsjahr machte Karl Otto Lagerfeld lange Zeit ein Geheimnis, eine Geburtsanzeige in den *Hamburger Nachrichten* datiert seinen Geburtstag allerdings auf den 10. September 1933. Seine ersten Lebensjahre verbrachte er in der Hansestadt und auf dem Anwesen seiner Familie in Bad Bramstedt nördlich der Hansestadt. Sein Vater Otto Lagerfeld war ein wohlhabender Unternehmer, der eine Kondensmilch-Fabrik leitete. Während der Bombardierungen Hamburgs im Zweiten Weltkrieg zog die Familie Lagerfeld sich nach Bad Bramstedt zurück, bevor sie nach Ende des Krieges wieder nach Hamburg umsiedelte.

Von der Hansestadt in die Modemetropole

Karl Lagerfeld hielt es nicht lange in Hamburg – schon Anfang der 1950er-Jahre zog er gemeinsam mit seiner Mutter nach Paris. Schnell wurde hier sein Talent für Mode und Design entdeckt. 1954 gewann er den Wettbewerb des Internationalen Wollsekretariats für den Entwurf eines Mantels und begann daraufhin eine Schneiderlehre. Seine größte Bekanntheit erreichte er bei Chanel, wo er seit 1983 ununterbrochen als Kreativdirektor tätig war – eine Seltenheit in der Modebranche. Der Wiederaufstieg des Labels und auch die große internationale Bekanntheit werden zu großen Teilen Lagerfelds Arbeit zugeschrieben.

Neben seiner Tätigkeit für Chanel entwarf er auch die Pelzkollektion des italienischen Modehauses Fendi und gründete 1984 sein eigenes Label Karl Lagerfeld. Doch er war nicht nur Designer, sondern auch Fotograf und Entdecker zahlreicher Supermodels wie Claudia Schiffer – ein Künstler durch und durch. Auch äußerlich war Lagerfeld stets zu erkennen. Sein Markenzeichen: ein weiß gepudertes Zopf, der hohe Kentkragen, eine dunkle Sonnenbrille sowie Handschuhe.

Mode für die Katze

Bekannt war er außerdem für seine Liebe zu seiner französischen Birma-Katze Choupette. Sie gehörte ursprünglich dem Model Baptiste Giabiconi, der sie während eines Auslandsaufenthaltes Karl Lagerfeld zur Pflege überließ, der sie schließlich nicht mehr hergeben wollte. Lagerfeld entwickelte ihr zu Ehren einige Kollektionen, außerdem warb sie unter anderem für Opel. Choupette liebt laut Karl Lagerfeld Privatflugzeuge und sei nur an ihrer Schönheit und dem Verführen anderer Menschen interessiert. Die Katze gilt als Alleinerbin Lagerfelds und in seinem Testament soll ihr Leben bei ihren Nannys bis zu ihrem Lebensende gesichert sein. Auf ihrem eigenen Twitter-Account @ChoupettesDiary hält sie ihre Fans stets auf dem Laufenden.

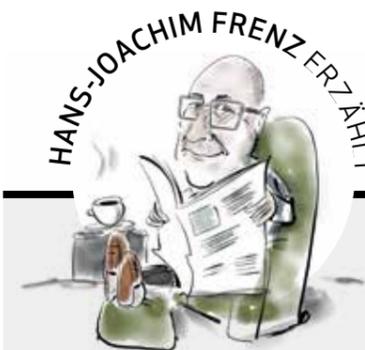
Abschied im kleinen Kreis

Wie verabschiedet sich eine so bekannte Persönlichkeit aber aus dem Leben? So schildernd sein Leben in der Modebranche war, so einfach war sein letzter Weg. Dass er keine Beerdigungen mochte, daraus machte er kein Geheimnis. Einem Interview in einer französischen Zeitschrift zufolge wollte Lagerfeld keine große öffentliche Feier. So habe er sich eine Einäscherung und eine gemeinsame Beisetzung mit der Asche seiner Mutter und seines 1989 verstorbenen Lebensgefährten Jacques de Bascher gewünscht. Die Beisetzung fand in Nanterre, einem westlichen Vorort von Paris, statt. Eine Tageszeitung berichtet von einer kleinen Feier im Beisein von den engsten Freunden Lagerfelds, unter anderem Prinzessin Caroline von Monaco, ihrer Tochter Charlotte Casiraghi sowie Virginie Viard, die seine rechte Hand bei Chanel war und dort auch seine Nachfolge übernehmen wird. Auch Choupette soll vor Ort gewesen sein.

Medienberichten zufolge soll Lagerfeld ein Handbuch mit genauen Anweisungen für die Schaufensterdekoration seiner Lagerfeld-Geschäfte nach seinem Tod hinterlassen haben. So sollten die Schaufenster frei von Kleidungsstücken und lediglich mit einem Strauß weißer langstieliger Rosen dekoriert sein.

Auch Chanel nahm Abschied vom langjährigen Kreativdirektor und Chefdesigner. Die Präsentation der Herbst-/Winterkollektion 2019/20 von Chanel im Pariser Grand Palais im Februar war gleichzeitig die letzte Kollektion Lagerfelds und die erste Show nach seinem Tod. Nach dem Ende der Show und einer Schweigeminute ertönte seine Stimme aus dem Off und Ausschnitte aus einem Interview mit ihm wurden abgespielt. Ein würdiger Abschied für einen großen Künstler.

www.adelta-sepulkral.com



Hans-Joachim Frenz ist Direktor des Gesamtvertriebs der ADELTA.FINANZ AG, Düsseldorf, und erzählt hier über Bestattungen prominenter Persönlichkeiten.

Telefon: (0211) 35 59 89-23
E-Mail: frenz@adeltafinanz.com



SEEBESTATTUNG AB BÜSUM/NORDSEE

Die letzte Ruhe auf See





Tel. (0 48 34) 13 80 · Fischerkai 2 · 25761 Büsum · www.seebestattung-buesum.de · info@seebestattung-buesum.de

Pietät, Freundlichkeit, Ehrlichkeit, Helfen – dafür steht Bestattungen Hütte

Die Bestattungswelt im Gespräch mit Katrin Wernze von Bestattungen Hütte aus Geseke



Foto: © Paul_Henri/istockphoto.com

Diese vier Merkmale sind für Katrin Wernze, Inhaberin von Bestattungen Hütte in Geseke, die tragenden Säulen ihrer Aufgabe als Bestatterin. Nah am Menschen, auch unkonventionell, wenn die Situation es erfordert, und mit vollem Einsatz, wenn es darum geht, Hinterbliebenen im Abschied Halt zu geben. Im Interview erklärt uns Katrin Wernze, was ihr Bestattungshaus so einzigartig macht.

Text: Nicola Achterberg

Frau Wernze, Sie haben 2011 Bestattungen Hütte in Geseke in der Bäckstraße eröffnet, aber tatsächlich gibt es Ihr Unternehmen sehr viel länger. Wie ist denn die Geschichte dazu und woher stammt der Unternehmensname Bestattungen Hütte?

Unser heutiges Bestattungshaus basiert eigentlich auf der Sargfabrik Hütte und die gab es schon vor über 50 Jahren. Seit ungefähr 30 Jahren wurden dann auch Bestattungen durchgeführt. Der Name stammt übrigens aus der Familie, meine Mutter war eine geborene Hütte.

Sie sind eine junge Ehefrau und Mutter – Hand aufs Herz, gab es auch noch andere Berufswünsche oder war es immer schon Ihr Wunsch, die Familientradition fortzuführen? Da gab es schon zunächst andere Wünsche, ich bin gelernte Gärtnerin Fachrichtung Baumschule, eine sogenannte Baumschulistin. Weil mir Tiere auch sehr am Herzen liegen, habe ich einige Jahre im Tierfutter-Einzelhandel gearbeitet. Mein Großvater suchte, obwohl er vier Söhne hat, dann aber trotzdem irgendwann einen Nachfolger oder eben eine Nachfolgerin. Zu mir hat er gesagt: „Du machst erst mal deinen Fach-

geprüften Bestatter!“ Das kostete damals ca. 10.000 Euro. Dann kam alles zusammen: Mein Großvater starb, ich stand kurz vor der Hochzeit, schwanger – vier Wochen vor der Entbindung meiner Tochter legte ich meine Prüfung zum Geprüften Bestatter ab.

Wo sehen Sie persönlich die Schwerpunkte Ihrer beruflichen Aufgabe?

Ehrlich gesagt: überall. Ich mache das überwiegend allein, es kommt alles, Schwerpunkte gibt es da nicht. Von der Vorsorge bis zur Seelsorge nach der Beisetzung, das gehört für mich alles dazu. Ein Kollege sagte mal: „von A bis Z – von abholen bis zuwerfen“. Das ist vielleicht etwas rustikal ausgedrückt, aber im Kern stimmt es. Angefangen habe ich mit ca. 10 Bestattungen im Jahr, jetzt sind es um die 100.

Die Bestattungsbranche ist ja in einem stetigen Wandel, auch was die Bestattungsarten anbelangt. Welche Form von Bestattungen ist bei Ihnen die häufigste?

Bei uns sind es etwa 40 Prozent Erd- und 60 Prozent Feuerbestattungen. Die Feuerbestattung ist schon auf dem Vormarsch, aber es gibt auch gute Gründe, die für eine Erdbestattung sprechen. Meine Mutter starb vor 12 Wochen, da haben wir uns ganz bewusst für eine Erdbestattung entschieden, weil es auch für die Kinder leichter zu begreifen ist. Ich komme aus einer sehr großen Familie und die Kinder haben Kerzen und kleine Geschenke, Teddybären und Bilder in den Sarg legen können – das hat ihnen schon in jungen Jahren ein gutes Verständnis vom Abschiednehmen gegeben.

Gab es auch schon einmal den Wunsch nach einer ausgefallenen Beisetzungsart? Eher nicht, wir leben hier sehr klassisch.

Auf Ihrer Website sind ausdrücklich Kinder- und Sternenkinderbestattungen genannt. Liegt Ihnen das besonders am Herzen?

Ja, das tut es. Ich habe sehr viele Kinderbestattungen und darunter auch wirklich

schwere Fälle. Das ist natürlich noch mal eine ganz besondere Herausforderung und trotzdem kann ich sagen, dass ich an diesen Beerdigungen auch persönlich gewachsen bin.

Ist das gerade für eine Mutter nicht emotional sehr schwierig, diese Bestattungen zu begleiten? Oder sehen Sie darin auch einen Vorteil?

Ich kann in diesen Fällen besonders gut helfen, weil ich selbst ein Kind habe. Aber es ist natürlich auch so: Seit ich Mutter bin, bete ich jeden Abend. Die Verlustangst ist jetzt noch größer.

Was ist denn für Sie ein Ausgleich zu Ihrem anspruchsvollen Beruf, haben Sie Hobbys?

Also, zunächst mal habe ich meine Mädelsgruppe, wir sind zu acht! Und früher war ich oft reiten, das schaffe ich jetzt nicht mehr. Dafür haben wir Jagdhunde – Tiere sind mir nach wie vor ganz wichtig.

Sie sind 40 und leiten ein erfolgreiches Unternehmen. Wie steht es denn mit Ihren Zukunftsplänen?

Mein größter Traum ist ein Abschiedshaus. Das lässt sich einfach viel familiärer gestalten, das schafft eine ganz andere Atmosphäre als auf einem Friedhof.

Sie arbeiten mit der ADELTA BestattungsFinanz zusammen. Welche Auswirkungen und Vorteile hat das für Ihren Geschäftsalltag?

Dazu muss man vielleicht auch ein wenig unsere Vorgeschichte kennen. Meine Mutter, die im letzten Sommer schwer krank wurde, hatte immer meine Buchhaltung gemacht. Als sie krankheitsbedingt nicht mehr arbeiten konnte, musste ich etwas machen. Es gab viele unbezahlte Rechnungen und ich konnte mich nicht auch noch darum kümmern, Geld einzutreiben. Da habe ich bei der ADELTA angerufen und so kam die Zusammenarbeit zustande. Es ist so wichtig, dass immer jemand von der ADELTA ansprechbar ist, dass sie sich um das Finanzielle kümmern und mir wirklich viel abnehmen.



Foto: © Bestattungen Hütte



Wenn Sie es noch einmal entscheiden sollten, würden Sie die Zusammenarbeit mit der ADELTA BestattungsFinanz also heute wieder so eingehen?

Ja, auf jeden Fall! Die Zusammenarbeit besteht seit Januar dieses Jahres und ich habe bis jetzt ca. 20 Trauerfälle finanziell darüber abgewickelt – ich bin sehr positiv überrascht!

www.bestattungen-huette.de

Verständnis, Menschlichkeit und Bodenständigkeit: Katrin Wernze von Bestattungen Hütte ist eine Unternehmerin mit Herz und Verstand, die anpackt und mit großer Sensibilität Trauernden in jeder Situation beisteht. Die Bestattungswelt wünscht Katrin Wernze, ihrer Familie und Bestattungen Hütte weiterhin viel Erfolg!



Der sympathische Bestatter

Text: Dipl.-Kfm. Wolf Meth, Bestattercoach

Die Menschen kommen zum Bestatter, weil er sein Handwerk perfekt beherrscht?

Wenn er nicht ein Alleinstellungsmerkmal hat (z. B. im kleinen Dorf), wählt man für einen Sterbefall meist unter den bekannten den sympathischeren Bestatter aus – zeigen immer die Umfragewerte und ergibt sich aus dem, was die Menschen so meinen.

Die Auswahl bezieht sich immer auf die handelnden Personen – selten auf den Sachbereich.

Der Erfolgsfaktor für den Bestatter ist also Sympathie?

Spiegelneuronen*: Wir haben ein ausgeprägtes Bedürfnis nach Harmonie und finden dies im Gleichsein mit anderen. Verantwortlich für diese in der Regel unbewusst ablaufenden Verhaltensmuster sind unter anderem die sogenannten Spiegelneuronen. Es gibt beim Menschen Nervenzellen, die eine Basis für Sympathie bilden. Gleiche Verhaltensmuster lassen eine gemeinsame Wellenlänge entstehen und aktivieren bestimmte Nervenzellen. Diese Nervenzellen senden bereits Signale aus, wenn jemand eine Handlung nur beobachtet. Die Ner-

venzellen reagieren genau so, als ob man das Gesehene selbst ausgeführt hätte. Daraus entsteht Mitgefühl oder jemand lächelt uns an – wir lächeln automatisch zurück etc. Es entspringt einem Grundbedürfnis, das z. B. dem Baby ein leichteres Überleben sichert. Doch sind dies noch in uns vorhandene archaische Verhalten, die innerhalb der Gruppe Gefahren ohne Sprache signalisierten.

Heute sind es immer wiederkehrende Signale an die Umgebung, die zwischen den Menschen eine beziehungsstarke oder weniger starke positive Stimmung entstehen lassen – also auch Sympathie entwickeln. Doch das Unterbewusstsein baut einen Kontrollmechanismus als zweiten Schritt ein: Ist das empfangene Signal echt?

Gingen die Forscher ursprünglich davon aus, dass der Stärkste durch Anpassung überlebt (Darwin), müssen wir heute ergänzen, dass der Stärkste der ist, dem es gelingt, andere zu finden, die die eigenen Gefühle und Bedürfnisse „spiegeln“.

Darauf baut die Kommunikationswissenschaft auf: zuerst anpassen – erst dann gelingt führen.

Spiegeln oder Pacing oder Chamäleon-Effekt (NLP-Trainierte sprechen von Rapport aufnehmen)

Dies beginnt mit der Körpersprache und setzt sich fort in Sprache, Tonfall, Lautstärke, Mimik, Kleidungsstil, Fachbegriffen des Gegenübers, Stimmung, Werten, Dialekt (aber nur, wenn man ihn beherrscht) etc. Spiegeln funktioniert bei sympathischen Menschen wie von selbst. Diese Menschen haben ein starkes Bedürfnis nach Harmonie und sind damit sympathisch.

Die angestrebte Gleichheit im Verhalten äußert sich vielseitig, wird sich aber auf das Image einer Bestattung nur dann langfristig als „positiv-sympathisch“ auswirken, wenn es von den in der Öffentlichkeit bekannten Führungskräften und Mitarbeitern der Bestattung permanent angewendet wird – oft in der Öffentlichkeit, natürlich im Trauergespräch, am Telefon, in der Korrespondenz und zwischen den Mitarbeitern innerhalb des Betriebes. Der Chamäleon-Effekt ist wie ein ansteckender Virus. Würgt man ihn aber konsequent ab, geht er verloren. Genauso, wie man verschlossene, eher unfreundliche Menschen durch Spiegeln nicht öffnen kann.

Sympathie ganz generell, intern und extern einzubringen, zieht die Menschen in Ihr Unternehmen. Wie Werbemaßnahmen erreicht dies nicht jeden, doch ein Mehr bringt ein Mehr an Kunden.

Was noch? Wie wird man zum Sympathieträger?

Anerkennung geben: Dazu gibt es Massen an Lehrbüchern. Komisch – ich bin sehr erfahren und freue mich trotzdem immer noch über das „Hast du gut gemacht“. Es ist mir wichtiger als der Freundschaftsklick bei Facebook und es weckt freundschaftliche Gefühle in mir.

Geben wir Anerkennung, machen wir die Menschen groß – auch als Bestatter. Es ist neben dem Sympathieträger, der er zu sein hat, sein gesamtes Auftreten – nicht als Totengräber und Handlanger, sondern als Organisator eines Fests des Abschieds, einer Betreuung in einem repräsentativen Bestattungshaus, würdig genug für unsere Kunden. Etwas Glanz in einer für die Menschen schwierigen Zeitspanne – auch das ist Anerkennung. Diese Anerkennung bekommt jeder, auch der mit beschränkten Mitteln – das spricht sich herum.

Doch in jeder Begegnung müssen wir die Werte der Menschen erkennen und uns diesen anpassen – durch empathisches Zuhören. Zeigen Sie Interesse für die Belange Ihrer Mitmenschen und Kunden – nur so können Sie Menschen beraten, für die Sterben eine Ausnahmesituation ist. Vor allem: Mögen wir die Menschen, dann mögen sie uns. „Wie man in den Wald hineinruft, so schallt es zurück.“

Optimismus: Sind Sie ein Mensch, der optimistisch im Leben steht? Die Menschen wissen, dass Sie Bestatter sind, doch auch im Leid tut die Begegnung mit einem optimistischen Menschen gut – gepaart mit Empathie.

Auch wenn wir sympathisch sein wollen – spielen wir nicht – bleiben wir authentisch

Sympathisch sein ist besonders in jungen Jahren eine entscheidende Frage. In der Pubertät meines Sohnes mutierte ich sehr plötzlich vom Vorbild zum Feind. Er konnte in seiner Suche nach seinem persönlichen Lebensweg mein Verhalten nicht mehr nachempfinden. Er wollte anders sein – auf jeden Fall, als ich es war – bis ihn seine Freunde heftigst korrigierten. „Warum gibst du dich denn so komisch?“

Das heißt, wir finden Menschen sympathisch, deren Verhalten wir nachempfinden können, selbst wenn wir sie gar nicht so gut kennen. Aber nachempfinden heißt in der Kommunikation anpassen, nicht selbst eine Rolle spielen.

Nicht alle kennen Sie und man trifft sich – das erste Mal:

Der erste Eindruck ist immer maßgeblich,

aber besonders im Trauergespräch mit unbekanntem Hinterbliebenen. Was muss stimmig sein, dass der erste Eindruck positiv ist?

- Körpersprache, Stimme und nochmals Körpersprache.
- Unterschiedliche Wirkung zwischen Mann – Frau und gleichgeschlechtlichem Gegenüber.
- In wenigen Sekunden hat das Gegenüber seine Meinung über uns manifestiert, ob wir sympathisch, vertrauenswürdig oder attraktiv sind.
- Warmherzigkeit und Kompetenz werden instinktiv ermittelt.
- Selbstbewusste Ausstrahlung ist ein Haltegriff für unsere Gegenüber.
- Und viele Details:
- Für die Wirkung auf andere ist der erste (Primacy-Effekt) und letzte Eindruck (Recency-Effekt) am stärksten, Das Gespräch in der Mitte (Halo-Effekt) zählt nicht so stark für das Ankommen.
- Auch im Trauergespräch sollten Sie ein leichtes Lächeln zur Begrüßung versuchen – es erhöht den Erinnerungswert.

Jedoch nicht zu vergessen ist: Spiegeln ist noch wichtiger!

- Fester Händedruck ist ein Signal für Kompetenz.
- Drei Sekunden Blickkontakt.
- Ruhige, sonore, entspannte Stimme – langsames Sprechen.

Die Menschen kommen zu Ihnen, wenn Sie Menschen wirklich mögen und gelernt haben, dies zu zeigen – immer wieder in der Öffentlichkeit. Selbst wenn Sie eine Rede halten, sollen die Trauergäste das Gefühl bekommen: Der Redner weiß, was uns gut tut – **unser** Bestatter!

meth@meth-consulting.com
und **+49 170 8320787**

Wolf Meth, NLP-Trainer und Diplomkaufmann, Unternehmensberater, seit 15 Jahren Bestattercoach, Zusatzangebot: www.asche-glas-koerper.com

*Spiegelneuronen: Giacomo Rizzolatti stieß 1996 im Rahmen seiner Forschung auf die Spiegelzellen. Die Wirksamkeit wird von den Forschern heftig diskutiert.

ESCHKE

Bestattungsfuhrwesen
Familienbetrieb in 4. Generation seit 1910

Tradition Qualität Innovation

Fernüberführungen europaweit

Ihr Dienstleister aus Berlin

Würdevolle Überführungen
Friedhofsdienste
Callcenter
Behördenservice

„Jeht nicht, jibt’s nicht!“

Lauterstr. 34 · 12159 Berlin-Friedenau
Tel: 030 - 851 55 72 · Fax: 030 - 851 52 10
www.bestattungsfuhrwesen.de

Trauerdruck ist viel mehr als nur Papier

„Und kann auch richtig schön und bunt sein“



Thomas Voss plädiert dafür, Trauerdruck mit Scrivero einfach mal zu testen.

Gelungener Trauerdruck verleiht dem geschriebenen Wort einen ganz besonderen Wert, der über die eigentliche Mitteilung hinausgeht. Trauerdrucksachen werden oft als persönliche Erinnerungsstücke aufbewahrt. Sei es die Traueranzeige, die Trauerkarten oder auch die Kondolenzliste und die persönlichen Danksagungen: Sie werden in die Trauerarbeit mit einbezogen und dienen der Trauerbewältigung. Nicht selten sind sie ein wichtiger Bestandteil des Gedenkens an einen geliebten Menschen – auf Lebenszeit.

Trauerdrucksachen müssen also einen hohen Anspruch erfüllen. Die Texte und die Gestaltung sollen zur Persönlichkeit des Verstorbenen passen und gleichzeitig auf das Verhältnis zwischen Angehörigen und Verstorbenem eingehen. Ihre Erstellung ist damit eine sensible Aufgabe, die Erfahrung und Fingerspitzengefühl verlangt.

Nur schwarz-weißer Trauerdruck? Längst nicht mehr!
Zu diesem Fingerspitzengefühl des Bestat-

ters gehört auch das Wissen, dass Trauerdruck gar nicht traurig und erst recht nicht nur schwarz-weiß sein muss. Dafür steht Bastian Büsselmann, Geschäftsführer der Bestattungshäuser Behrens-Funke in Bad Zwischenahn und Edewecht sowie des Bestattungshauses Ott in Rastede: „Trauerdruck muss Spaß machen. Und kann auch richtig schön und bunt sein.“

Büsselmann weiß, dass sich viele Angehörige gar nicht im Klaren darüber sind, welche gestalterischen Möglichkeiten ihnen

offenstehen. „Ich frage dann manchmal so etwas wie ‚spiegelt die schwarze Rose und die schwarze Umrandung der Trauerkarte wirklich das Leben ihres Vaters wider?‘“ Schlussendlich ist dann eine farbige Sonnenblume auf der Trauerkarte zu sehen. Im Hintergrund ein Baum, der im Wind weht. Warum? Weil der Großvater, Vater, Bruder und Sohn ein leidenschaftlicher Gärtner war. Und ein Sonnenblumenfeld hinterm Haus hatte. Für die Bienen, Vögel und Insekten. „Das verschafft den Angehörigen eine persönliche Erinnerung, die im Gedächtnis bleibt. Und das Leben des Verstorbenen auch wirklich widerspiegelt.“

Im Mittelpunkt: Individualität und Persönlichkeit
Die Gestaltung von Trauerdruck muss Spaß machen, weil dann das Ergebnis

stimmt und die Arbeit leicht von der Hand geht. Bastian Büsselmann setzt dabei auf die Schulung seiner Mitarbeiter mit Scrivero: „Wenn jeder das Programm beherrscht, dann kann sich auch jeder selbst mit einbringen und seiner Kreativität freien Lauf lassen.“ Trauerkarten und -briefe sind etwas sehr Individuelles. Nur die Leute auch damit „abzuholen“ – das sei viel wichtiger. „Ich bin wie ein Wedding Planner – nur auf einer anderen emotionalen Ebene.“ Das las der Geschäftsführer und leidenschaftliche Bestatter in einem Artikel über einen Bestatterkollegen. „Und genau das ist es“, steuert Ute Trops bei, Scrivero-Coach bei Rapid Data. „Bestatter sind heute Dienstleister, Allrounder und Eventmanager. Trauerdruck bietet ihnen eine Möglichkeit, individuell auf die Wünsche ihrer Kunden einzugehen und sich gleichzeitig als Unternehmer zu präsentieren.“ Thomas Voss, Geschäftsführer von Voss Bestattungen in Paderborn, erfährt immer wieder, wie bedeutungsvoll professionell gestaltete Trauerdrucksachen sind. „Die Leute wollen einfach etwas Schriftliches haben. Ganz nebenbei ist das ja auch Werbung für uns. Doch das Wichtigste ist, dass sich die Leute bei uns gut aufgehoben fühlen – gerade wenn man darauf eingeht, etwas ganz Persönliches zu entwerfen.“

Das muss Software für Trauerdruck können
Ute Trops verdeutlicht ihren Ansatz gerne mit einem simplen Vergleich: „Bestatter sind normalerweise keine Texter, keine

Designer und auch keine Schriftsetzer. Software für Trauerdruck muss daher unkompliziert sein – und vor allem im Arbeitsalltag funktionieren.“ Um Trauerdruck passend formulieren und gestalten zu können, sollten Bestatter mit den Funktionen und dem Aufbau verschiedener Trauerdruckformate vertraut sein, dazu über eine große Sammlung an Formulierungen, Zitaten, Symbolen und Bildern verfügen. „All das bietet Scrivero. Trauerdruckprogramme sind zu einem unverzichtbaren Arbeitsinstrument geworden. Die sollen den Bestattern helfen und nicht auch noch abverlangen, ein Examen in Typografie zu besitzen.“ Den entscheidenden Vorteil von Scrivero hat Thomas Voss schnell erkannt: „Als ich das Programm bekommen habe, habe ich es kostenlos getestet, fix verstanden und für gut befunden – gerade weil es eng mit PowerOrdo verknüpft ist.“ Mittlerweile machen fast alle Mitarbeiter bei Voss Bestattungen Trauerdruck mit Scrivero. Bei der fehlerfreien Übernahme aller druckrelevanten Daten aus PowerOrdo und der Erstellung druckfertiger Dateien in jedem einzelnen Auftrag kann jetzt nichts mehr schiefgehen.

Entscheidende Vorteile erkennen: das Gesamtpaket
„Mit anderen Programmen ging das vorher auch“, erinnert sich Bastian Büsselmann zurück. „Doch jetzt habe ich alles, was ich möchte: eine breite Auswahl an Vorlagen und Motiven, sodass wir auch mit Blankos arbei-

ten können. Und: Zufriedene Mitarbeiter, die auch gerne Trauerdruck gestalten.“ Das Geheimnis einer guten Trauerdruck-Software ist jedoch immer das Gesamtpaket: Es dürfen keine riesigen Anschaffungsgebühren anfallen und die laufenden Kosten müssen stimmen. Das Programm muss immer auf dem aktuellen Stand bleiben und darf nicht plötzlich veraltet sein. Dazu eine ausführliche Einweisung im zweitägigen Seminar, eine knackige Online-Schulung oder auf Wunsch ein Schulungs-Besuch beim Bestatter vor Ort – all das ist die Basis. Der überzeugendste und wichtigste Aspekt im Gesamtpaket ist und bleibt für Ute Trops jedoch die Menschlichkeit. „Ich meine damit zuverlässigen Kundenservice von Mensch zu Mensch. Man muss sich nämlich eines klarmachen: Hinter PowerOrdo und Scrivero steht eine ganze Truppe von Menschen, die alle dafür arbeiten, dass unsere Bestatter zufrieden sind und sich auf den eigentlichen Trauerfall konzentrieren können.“ Bastian Büsselmann handhabt das mittlerweile ganz klar: Wenn etwas nicht funktioniert, ermutigt er seine Mitarbeiter, sich an den Rapid-Support zu wenden. „Ich sage nur noch: Ruft da doch einfach an. Das dauert nicht lang und man spricht mit jemandem persönlich, der einem weiterhilft. Und die Rückrufe klappen immer – selbst wenn Ute mal nicht da ist.“

www.rapid-data.de

Seebestattungen ab Cuxhaven / Nordsee -Die Reederei Ihres Vertrauens-







Informationen über Seebestattungen und Gedenkfahrten zum Todestag erhalten Sie auf Anfrage.

Reederei NARG | Kapitän-Alexander-Str. 19 | 27472 Cuxhaven | Tel. (04721) 7 25 01 | Fax.(04721) 72 51 00
info@reederei-narg.de www.reederei-narg.de

Geeignetes Personal – Traum oder Wirklichkeit?

Heute geeignete Mitarbeiter zu finden, kann sich aus den verschiedensten Gründen als komplex darstellen. Vielleicht ist es ja aber auch einfacher als wie gedacht mit dem nötigen Hintergrundwissen. Dazu gehören das Verständnis und die Zuordnung der am Arbeitsmarkt verfügbaren Generationen, verschiedenste Suchwege, aber auch eine Klarheit über die eigene Arbeitsplatzbeschreibung.

Verschiedene Generationen – verschiedene Einstellungen

Wenn der Bestatter aus der „Generation Babyboomer“ (Geburtsjahre bis 1964) in den Ruhestand gehen will, das Organisationstalent der „Generation X“ (Geburtsjahre 1961 bis 1981) sich beruflich umorientieren möchte, der Fachberater der „Generation Y“ (Geburtsjahr 1980 bis 1995) nach der Elternzeit nicht wiederkehrt und der Azubi der jüngsten „Generation Z“ (Geburtsjahre 1996 bis 2002) twittert, dass Bestattung wirklich nicht sein Ding ist und er aussteigt, spätestens dann ist guter Rat teuer: wie „Ersatz“ beschaffen für dieses besondere Berufsfeld?

Kandidaten abholen und Bewerber gewinnen

So unterschiedlich wie die Generationen groß geworden sind und heute Arbeit und Leben definieren, so differenziert wollen und müssen sie im Markt geworben, ja sogar „abgeholt“ werden. Grundsätzlich bedeutet dies für Sie als Arbeitgeber eine genaue Analyse darüber, welche Zielgruppe Sie anwerben wollen. Damit ist nicht allein die Arbeitsplatz- und Stellenausschreibung gemeint, sondern eben auch der Aspekt, aus welcher Generation Sie Verstärkung oder Ersatz für eine Aufgabe suchen. Entsprechend dieser Parameter gilt es im „Kampf um die Talente“, mögliche Beschaffungswege zu installieren oder, wie man im Personalbereich sagt, zu veredeln. Hier mangelt es oftmals an dem nötigen Hintergrundwissen, die Dienstleistungen am Personalbeschaffungsmarkt zu verstehen



Nicole Scheuermann
Personalreferentin und Laufbahnberaterin,
Referentin der Bestatter-Akademie

und zu bewerten. Auf jeden Fall sollten Sie selbst nötige Schritte einleiten, Ihr Unternehmen und die vakanten Stellen auf dem Arbeitnehmermarkt attraktiv zu bewerben.

Headhunter und Zeitarbeit

Während Personalberater (Headhunter) früher nur zum Einsatz kamen, wenn es um Führungspositionen ging, werden heute schon bei den klassischen Aufstiegsqualifizierungsprofilen wie Meister und Facharbeiter die diversen Personalberater zur Unterstützung angefragt. Die Beschaffungskosten sind hier extrem hoch. Daneben hat sich mit der Zeitarbeit schon lange ein Strang an Personaldienstleistungsunternehmen am Markt etabliert, die ebenfalls gute Dienste leisten. Mitarbeiter, die Sie über diesen Rekrutierungsweg temporär ins Unternehmen holen, gilt es nach Equal Pay (wie die Stammmitarbeiter) zu entlohnen und Equal Treatment (Gleichbehandlung) ins Unternehmen zu implementieren. Das ist eine Selbstver-

ständigkeit für Unternehmen, die an einer Übernahme der Mitarbeiter und langfristigen Bindung interessiert sind. Zeitarbeitnehmer wie Arbeitgeber haben über diesen Weg der Beschäftigung eine sehr gute Möglichkeit der gegenseitigen Erprobung und Einfindung in die Tätigkeit und die Arbeit. Oft finden Menschen hierüber den Weg in Tätigkeitsfelder, die sie ansonsten für sich nicht in Erwägung gezogen hätten. In der Regel gilt ein Stundenverrechnungssatz, der in der Höhe des regulären Stundensatzes ergänzend zum selbigen angewiesen werden muss und alle Kosten wie Fehlzeiten, Urlaube und ggf. (Ersatz-)Beschaffung beinhaltet.

Der Personalvermittler

Ein weiterer Weg und Partner für die Personalbeschaffung kann nach wie vor auch der Personalvermittler sein. Mit dem sogenannten Aktivierungs- und Vermittlungsgutschein der Agentur für Arbeit, den Bewerber im Leistungsbezug anfordern können, werden die Aufgaben des Personalvermittlers entlohnt. Der Arbeitgeber und Weisungsbefugte ist nach der Vermittlung direkt das suchende und einstellende Unternehmen. Der Personalvermittler übernimmt, wie die Bezeichnung schon aufführt, nur den Schritt der Vermittlung.

Die Mündigkeit der Bewerber und Mitarbeiter

Die Haltung, mit der Sie als Unternehmen Personal suchen oder suchen lassen, ist genauso von Bedeutung wie die Wertschätzung, die Sie für Ihr bestehendes Personal aufbringen. Darüber wird sich letztlich entscheiden, ob Sie Ihre Personaldecke nachhaltig Ihrem Auftragsvolumen entsprechend anpassen und halten können – gerade auch unter dem Aspekt der individuellen und besonderen Dienstleistungen, die Bestatter für den Markt ausrichten. Die Erfahrung zeigt, dass quer durch alle Generationen die Bewerber die Unternehmen unter die Lupe nehmen. Neben den sicherlich altbekannten und genutzten persönlichen Kontakten gibt es mittlerweile zu allen Themen Portale und Informationsquellen, ob über die Art und Qualität Ihrer Dienstleistungen, Gehalts- oder auch Arbeitskulturvegleiche.

Was ist Ihre Botschaft?

Von der klassischen Printanzeige über die Stellenportale, die eigene Homepage hin zu „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ oder

dem Einkauf, einer Personalbeschaffungsmaßnahme der oben genannten Dienstleister sind die Wege vielfältig. Um geeignetes Personal zu finden, gilt es, so viele Ebenen wie möglich zu beachten. Folgende Fragen können dabei helfen:

- Was ist die Botschaft, die Sie potenziellen Bewerbern senden wollen?
- Wie könnten Sie ein attraktives Jobangebot formulieren?
- Wie beschreiben Sie Ihr Markenbild?
- Wo treffen Sie Ihre Zielgruppe an – wo bewegt sich Ihre Zielgruppe?
- Welche Recruiting-Kanäle haben Sie?
- Welche Argumente könnten ihn oder sie zur Kontaktaufnahme mit Ihnen überzeugen?
- Wie formulieren Sie den Nutzen und den Mehrwert für einen Bewerber?
- Was findet der Bewerber bei Ihnen, was er in anderen Instituten nicht finden würde?

Bei der Mitarbeitersuche sollten Sie vom Bewerber her denken. Ändern Sie zunächst Ihre Perspektive und versetzen Sie sich in seine Situation.

Die Stellenausschreibung

Bewerber wünschen sich schon zu Beginn ihrer Stellensuche Information und Transparenz über die Arbeitsinhalte, aber auch über den Arbeitgeber. Grundsätzlich ist es, eine fundierte Stellenausschreibung zu entwickeln. Dazu gehören neben der Unternehmensvorstellung, der Stellenbezeichnung, dem gewünschten Zeitpunkt der Besetzung auch das Stellenziel, mögliche Befugnisse

innerhalb der Stelle und ganz klassisch natürlich die Tätigkeitsinhalte.

Anforderungen und Qualifikationen aus der Fach-, Sozial- und persönlichen Kompetenz geben dem Bewerber Einordnung in den Anspruch der Tätigkeit. Angaben zum Arbeitsort und Möglichkeiten zum Arbeitsweg (Nahverkehrsvergütung, Dienstfahrrad oder Dienstwagen) bilden neben dem Arbeitsvolumen (Teilzeit/Vollzeit), möglichen Befristungen und der Entlohnung inklusive Benefits und Urlaubsansprüchen einen Gesamteindruck.

Stellen Sie mit Ihren Kontaktsträngen (E-Mail und Telefon) einen direkten Zugang zum Unternehmen her. Ein benannter Ansprechpartner zur Rückfragen ist genauso wichtig wie die zielgerichtete Variabilität der Bewerbung (Print und online).

Beachten Sie die Vielzahl an rechtlichen Rahmenbedingungen in der Formulierung der Ausschreibung: das Teilzeit- und Befristungsgesetz, das Bundesurlaubsgesetz, das Arbeitszeitgesetz, das Arbeitnehmerüberlassungsgesetz und natürlich das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz.

Was macht Sie als Arbeitgeber attraktiv?

In Konkurrenz zu anderen Bestattungsunternehmen, aber sicherlich auch zu anderen Tätigkeitsfeldern stellt sich die Frage, womit Sie sich in der Masse der potenziellen Arbeitgeber für den Bewerber/die Bewerberin positiv hervorheben können. Diese Frage kann man zunächst sicherlich gut im eigenen Team beantworten. Also fragen Sie Ihre Mitarbeiter/innen, warum sie bei Ihnen

arbeiten, was gut ist, was an den Tätigkeiten Freude bereitet oder auch Befriedigung verschafft. Stellen Sie die Frage so offen wie möglich und Sie werden über die Vielzahl und Diversität der Antworten überrascht sein. Und dann verändern Sie die Frage im Kontext Ihres Unternehmens – z. B. an die Friedhofsverwaltung, im Krankenhaus, im Pflegeheim, an all den Schnittstellen, wo die Übergabe Ihrer „Aufträge“ erfolgt. Fragen Sie: Was müssten wir als Arbeitgeber anbieten, dass ihr bei uns arbeiten wollt? Was wäre von Mehrwert für euch? Wann würdet ihr euch für uns entscheiden? Sie werden Antworten bekommen, die Einblicke in Ihre Arbeitgeberattraktivität und Ihr Arbeitgeberimage geben und sicherlich nicht nur hilfreich für eine aktuelle Ausschreibung sind. Weitergedacht können Sie diese Frage sogar Bewerbern im persönlichen Gespräch stellen und daraus eigene Handlungsstränge ableiten. Mit diesem Portfolio an authentischem Input lassen sich also vielseitige Maßnahmen ableiten für die Ausschreibung an sich und Ihre bewusste Gestaltung der Arbeitgeberattraktivität.

Nehmen Sie professionelle Hilfe in Anspruch

Bei Ihnen vor Ort könnte es Menschen und Einrichtungen geben, die Ihnen bei der Personalsuche behilflich sein können. Nehmen Sie sich für diese Recherche etwas Zeit. Alternativ stehen wir gerne für Ihre Anliegen mit Rat und Tat zur Seite. Die Bestatter-Akademie berät Sie gerne.

www.bestatter-akademie.de

A
BESTATTER
AKADEMIE

Weiterbildungsangebote
für Bestattungsunternehmen

www.bestatter-akademie.de

Die Frageme
1. Form offene Fragen
geschlossene Fragen
2. Bei
3. Antwort

Der Zubehör-Kreis

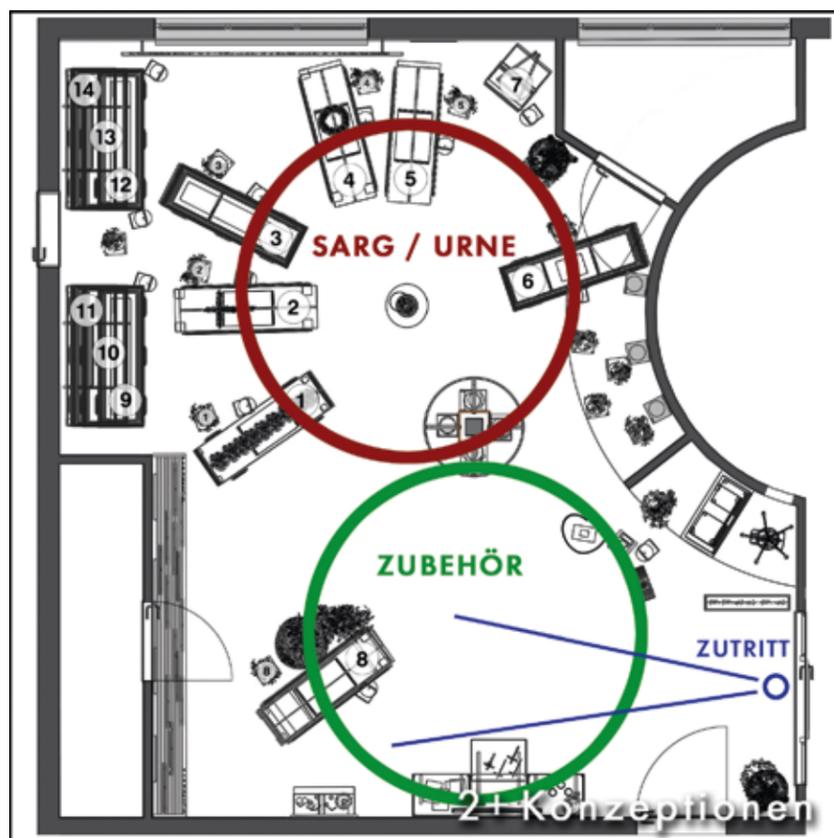
Ihr Ausstellungsraum kann mehr

Text & Grafiken:
Dipl.-Ing. Architektur Karsten Schröder

Bei unserer gemeinsamen Reise durch die Bestatteräume betreten wir in dieser Ausgabe noch einmal Ihren Ausstellungsraum. Verstehen Sie nachfolgende Gedanken als eine Ergänzung zu den Anregungen in „Zeigt her eure Urne!“ (BW 05/2014) und „Das Heilige und der Verkauf“ (BW 03/2017).

Es hat sich in der Praxis als äußerst sinnvoll erwiesen, einen Zubehör-Kreis im Zutrittsbereich des Ausstellungsraumes zu bilden. Was kann dieser Zubehör-Kreis? Er empfängt und verabschiedet Ihren Kunden aus dem Ausstellungsraum und liefert schon beim Eintritt eine Initialzündung zur Mitwirkung an der bevorstehenden Abschiednahme. Der Kunde ist zunächst einmal überrascht, was es alles gibt, und stellt Fragen, die Sie ihm beantworten. Er darf auch gerne entrüstet ablehnen, aber er soll sich äußern.

Der Zubehör-Kreis besteht aus den Elementen „Vitrine“, „Aufsteller“, „Wandschrank“ und „Sandherz“. Die Glasvitrine mit den großen Schubladen zeigt Erinnerungsschmuck, Kreuze, Talare und Spruchbänder aus Filz. Zu dieser Glasvitrine gehört der Bildschirm an der Wand. Dieser zeigt, in langsamen Bilderfolgen, Fotografien zum Wiedererkennen Ihrer Region, Eindrücke aus dem Urnenwald und dem Kolumbarium, aber auch Ausschnitte aus Ihrem Online-Auftritt. Der Aufsteller, als zweites Element, zeigt Kerzen, Karten und höchste Handwerkskunst aus Porzellan. Der Wandschrank präsentiert, zum seitlichen(!) Vergleich, die Garnituren. Auf diesem Garniturenschrank, der ja nicht so hoch sein muss, machen Sie Stimmung mit Bildern aus den Abschiedsräumen Ihres Einzugs-



gebietes oder zeigen, kombiniert mit Ihren Särgen und Urnen, die Arbeit Ihres Floristen. Zum Garniturenschrank gehören ein ausgeschlagener Sarg mit Sargdeckelhaltern und ein Korb mit Ausschlagstoff zum Anfassen. Das Sandherz aus Acryl mit Kerzenschale und Bildaufsteller bietet ein Ritual an. Wird dieses Dreigestirn nicht in der Feierhalle benötigt, macht es Werbung im Ausstellungsraum. Für diesen Zubehör-Kreis sortieren Sie aus. Die „gleichen Modelle, nur in einem anderen Holz“ und Ihre „Krema-Särge“ wandern, dreifach gestapelt in den unbeheizten Nebenraum oder in ein neues Außenlager

für 550 €/m² inklusive Bodenplatte. Fehlt der Platz im Bestand oder das nötige Geld für die Lagerhalle, präsentieren Sie diese zusätzlichen Särge ausschließlich im Katalog. Dafür erhalten Sie Platz in Ihrer Ausstellung, um Ihren Kunden abzuholen. Er wird, in Ihrem Ausstellungsraum stehend, sein Vorhaben starten, sich mit dem für ihn passenden Ritual zu verabschieden, zu trauern und zu erinnern. Sollte Dekoration nicht Ihr Ding sein, dann machen Sie es zu Ihrem Ding. Holen Sie sich immer wieder Dekorateur ins Haus, die liefern, was der Kunde in „seinen“ Räumen erwartet.



Nur zur Messe gehen und gucken genügt nicht. Drehen Sie den Spieß um. Sagen Sie den Herstellern: „Wir wollen im Ausstellungsraum eine feierliche Stimmung erzeugen, wertige Produkte mit einer Geschichte vorstellen, diese als Kunstobjekte in Szene setzen, punktuell beleuchten, Berührungspunkte abbauen und zur Mitgestaltung anregen. Liefert uns dieses Werkzeug!“

Sie sind und bleiben erster Ansprechpartner für den Hinterbliebenen und nicht selten gabelt sich für den Kunden in Ihrem Unternehmen der Weg in aktive Bewältigung oder pathologische Trauer. Bieten Sie Ihrem Kunden mit Zubehör den ersten Schritt auf dem gesünderen von beiden Wegen.

www.2plus-konzeptionen.de



Karsten Schröder erarbeitet Raumbücher für Bestattungsunternehmen im deutschsprachigen Raum. Seine Arbeit beginnt mit der gemeinsamen Aufstellung eines Raumprogramms und einer Flächenermittlung, gefolgt von einer ersten Kostenschätzung und dem anschließenden Vorentwurf. Dieses Raumbuch übergibt er dann den jeweiligen Architekt/Innen zur Umsetzung vor Ort.



HANDELSAGENTUR MARTIN PLAUMANN



MIETFAHRZEUGE*

*AB 80 EURO/TAG

IHR HANDELSPARTNER FÜR
Bestattungswagen, Mietfahrzeuge, Finanzierung
Ankauf von Bestattungsfahrzeugen.

Kaufen und verkaufen Sie kein Bestattungsfahrzeug ohne Angebot von uns!

Sofort verfügbar:



VW T6 2,0 TDI lang, Vorführgewagen, EZ: 12.07.2018, ca. 16.000 km, 75 KW/102 PS, 2 Schiebetüren, Euro 6 Plus Preis: 42.000,- € zzgl. MwSt.

VW T6 Neuwagen 2,0 TDI, 150 PS, Automatik, LED, Navigation, Rückfahrkamera usw. Preis: 45.885,- € zzgl. MwSt.



Handelsagentur Martin Plaumann · Tel: 04240-919 75 98 · Fax: 04240-919 75 99
post@handelsagentur-plaumann.de · www.handelsagentur-plaumann.de



Zeitgemäße Bestattungskultur in Deutschland

Die Serie in der Bestattungswelt (Teil 4)

Mit dieser Ausgabe endet die vierteilige Serie zum Symposium der Algordanza in Magdeburg im vergangenen Jahr. Die Veranstaltung enthüllte interessante Aspekte und Entwicklungen innerhalb der Bestattungskultur, die aus rechtlicher, wirtschaftlicher, historischer, ethischer und aus menschlicher Sicht von Experten beleuchtet und analysiert wurden. Fortsetzung erwünscht.

In seinem Vortrag „Körper, Leib und Asche – Sterbliche Überreste theologisch“ zeigte Professor Dr. Thomas Klie vom Lehrstuhl für praktische Theologie der theologischen Fakultät der Universität Rostock am Beispiel des dänischen Königshauses auf, wie

im nahen Ausland selbst in höchsten und prominentesten Kreisen sehr pragmatisch und entspannt mit Themen wie Ascheteilung und Bestattung umgegangen werden kann.

Aus Sicht von Professor Klie sind hierfür die Willensbekundung des Verstorbenen vor dem Tod sowie die Akzeptanz der Hinterbliebenen essentielle Voraussetzungen. Die Aufteilung sterblicher Überreste ist dabei in der christlichen Kirche durchaus bekannt und verbreitet: Reliquien wurden und werden erstellt und gehandelt. Die Aufteilung von Kremationsasche hat durchaus historische Vorbilder.

Aus ethischer Perspektive hält Professor Klie fest, dass sterbliche Überreste in der evangelischen Tradition keiner gesondert übersteigerten Wertschätzung unterliegen. So wäre

eine evangelische Trauerfeier ohne Leiche durchaus denkbar, denn die Trauerfeier richtet sich ausschließlich an die Angehörigen bzw. Hinterbliebenen und nicht an den Toten. Dennoch gilt in vollem Umfang, dass die Kremationsasche in der evangelischen Theologie nach wie vor als tote Person gilt und es an dieser Stelle keinen Unterschied zum verstorbenen, nicht kremierten Körper gibt. Auch für die Kremationsasche gilt der wichtige postmortale Achtungsanspruch, der die Herabwürdigung einer toten Person verbietet, nach wie vor. Zwar mag dieser entsprechend dem Ablauf der Trauer und der Totenruhe verblassen: Aus einem „Jemand“ wird durch den Tod jedoch keinesfalls ein „Etwas“.

Mit Fokus auf den Erinnerungsdiamanten sieht Professor Klie bei der Umwandlung

bzw. der Transformation von Kremationsasche in einen Diamanten eine „zweite Kremation“. In Analogie zur Diskussion über die Einführung der Kremation zu Anfang des letzten Jahrhunderts, die ohne theologische Deutungsverluste integriert wurde, sollte auch diese zweite Transformation (Asche zu Diamant) vor den erwähnten Hintergründen keinen fundamentalen Widerstand in der evangelischen Theologie provozieren. Die Umgangsformen mit dem Tod ändern sich.

Die unternehmerische Sicht auf die aktuelle Bestattungskultur stellte Gerd Rothaug dar. Als Landesinnungsmeister der Bestatter in Thüringen und stellvertretender Vorsitzender des Berufsverbandes privater Krematorien Berlin-Brandenburg e.V. und Unternehmer konzentrierte er sich dabei auf die praktischen Auswirkungen und Folgen der neueren Bestattungsgesetzgebung mit Fokus auf das Bundesland Brandenburg.

Dabei stehen nach Rothaug zwei Aspekte im Vordergrund: Zum einen muss der Bestatter auch in Zukunft für die übermittelten differenzierten Bedürfnisse der Menschen hinsichtlich einer Bestattung Lösungen finden, zum anderen kann nur durch eine zeitgemäße Mitgestaltung der Bestattungskultur und Bestattungsgesetzgebung der Trend einer Entsorgungsmentalität künftig vermieden werden.

So kann als Erfolg der Novelle in Brandenburg gelten, dass Fehl- und Frühgeburten künftig würdevoll bestattet werden können. Auch müssen Implantate, die aus Metall (-legierungen) bestehen, nun nicht mehr in die Aschekapsel abgefüllt und bestattet werden. Bedauerlicherweise konnte eine Ascheteilung bzw. die Möglichkeit zur Entnahme geringer Mengen für Erinnerungsobjekte nicht im Brandenburger Bestattungsgesetz verankert werden.

Als Konsequenz führt dies nun zu einer institutionalisierten Umgehung, in diesem Fall über die Tschechische Republik. Ein weiterer offener Punkt, auf den Rothaug verwies, ist die Diskussion über die Sargpflicht vor dem Hintergrund der Religionsfreiheit in Deutschland. Es sei schwer zu vermitteln, dass nur bestimmte Bevölkerungsgruppen künftig auf einen Sarg verzichten dürfen, selbst wenn die Motivation für andere hierzu einen ökonomischen, nicht aber einen religiösen Hintergrund hat.

Das Schlusswort des Symposiums sprach der Geschäftsführer der Algordanza Erinnerungsdiamanten GmbH, Herr Frank Ripka.

In seinem Vortrag über die deutsche Bestattungskultur aus internationaler Sicht legte er den Fokus auf eine verbesserungswürdigere Kommunikation zwischen allen Beteiligten in der Bestattungswelt sowie auf die Notwendigkeit, den künftigen und nicht planbaren Entwicklungen der Bestattungskultur in Deutschland von Gesetzes wegen keine Hürden entgegenzustellen, sondern Luft und Freiräume zur Entwicklung zu geben.

Aus einem „Jemand“ wird durch den Tod jedoch keinesfalls ein „Etwas“.

Gesellschaftliche und auch technische Entwicklungen haben im Bestattungswesen in der Vergangenheit zu den nun vorliegenden rechtlichen Definitionslücken geführt. Diese verursachen rechtliche, soziale und unternehmerische Risiken und sollten im fairen Konsens aufgelöst werden.

Dabei gilt es, auf die Wünsche und Impulse der Gesellschaft zu reagieren: Kontinuier-

lich ist auszuloten, was ethisch, rechtlich und gesellschaftlich sinnvoll, möglich und auch umsetzbar ist. Wünschenswert ist, dass der einzelne Mensch und seine Familie die Entscheidungshoheit über die individuell gewünschte Bestattungsform und -art haben und nicht der Staat oder eine Organisation, der er möglicherweise nicht angehört. Dazu ist ein guter Dialog mit allen Beteiligten – der Gesellschaft, der Politik, den Religionsgemeinschaften und Verbänden essenziell. Im Rückblick vieler Teilnehmer war die Informationsveranstaltung erfolgreich, hat sie doch das gesetzte Ziel, über die zeitgemäße Bestattungskultur umfassend zu informieren, voll erfüllt. Es wurden viele Facetten der Bestattungskultur (Gesellschaft, Recht, Kirche und Unternehmen) beleuchtet und diskutiert. Viele Kontakte konnten geknüpft, viele Fehlinformationen konnten korrigiert werden. Die Algordanza als Initiator und Veranstalter dieses Symposiums sieht diese Veranstaltung als Bereicherung und sinnvolle Investition in die Bestattungskultur an.

www.algordanza.com

Ihre Chance – die Babyboomer aus zwei Perspektiven

Ein Generationswechsel auf allen Ebenen



Text: Jule Baumeister

Ein Familienunternehmen in der Familie weiterzuführen, ist schon lange keine Selbstverständlichkeit mehr. Was früher noch nicht mal als ernsthafte Fragestellung denkbar war, ist heute normal. Ein seit Generationen bestehendes Familienunternehmen hat keinen natürlichen Nachfolger. Entweder weil es keinen gibt oder weil die folgende Generation nicht will oder nicht kann oder doch nicht soll.

Ein Bestattungsunternehmen zu besitzen, ist das eine – ein Bestattungsunternehmen erfolgreich zu führen, das andere. Ich erlebe es immer häufiger, dass die „jungen“ Generationen einfach keine Lust haben auf das mütter- oder väterliche Unternehmen. Die Gründe dafür sind vielfältig. Es passiert häufig, dass die Vorgängergeneration einfach nicht loslassen kann oder sogar nicht will und dadurch die Handlungsfähigkeit und Eigenständigkeit der neuen Genera-

tion eingeschränkt oder gar zum Erliegen gebracht wird oder einfach nicht mehr jung und tatkräftig ist – vgl. Prinz Charles –, weil Papa nicht abdanken kann. Oder die Folgegeneration will einfach kein Bestatter sein, was völlig legitim ist, soll aber traditionsbedingt übernehmen. Und so weiter. Wenn ein Bestattungsunternehmen also in die bedauernswerte Situation gerät, lieblos, zerrissen und unengagiert geführt zu werden, schwächt es. Die Umsätze und damit Gewinne gehen zurück. Das ist die Chance für engagierte Bestattungsunternehmen mit Liebe zum Bestattersein und solche, die es werden wollen! Ein Unternehmen, dessen durchschnittliche Umsätze pro Sterbefall zurückgehen oder schon niedrig sind, haben einen deutlich geringeren Marktwert als solche, die gesunde oder sogar überdurchschnittliche Umsätze machen – sind also schlichtweg günstiger, mit geringerem Risiko zu erwerben. Das ist die Chance. Ein Unternehmen zu kaufen, das seit Jahrzehnten besteht, ist im-

mer eine große Investition, aber es ist eben auch die Riesenchance, das schon vorhandene Potenzial zu nutzen und es wieder erfolgreich zu machen – die Erstetablierung fällt weg. Sie haben auf einen Schlag ein schon bestehendes Marktsegment, was Sie nicht erst erobern müssen – es ist schon da! Sie fangen nicht bei null an. Sie müssen es nur noch stärken.

Das Spannende ist, dass wir es hier sowohl mit den Babyboomern zu tun haben, die keine Lust mehr haben (als Babyboomer- generation werden in Deutschland die geburtenstarken Jahrgänge der Mitte 1950er Jahre bis Ende der 1960er Jahre bezeichnet, diese Babyboomer sind also heute zwischen 49 und 65 Jahre alt), als auch mit der Baby-boomergeneration, die in den kommenden 35–50 Jahren die Sterbezahlen steigen lassen wird. Die doppelte Chance also! Kaufen Sie ein günstiges Unternehmen und bauen Sie es qualitativ und quantitativ aus – steigern Sie den Umsatz pro Sterbefall und steigern Sie die Sterbefallzahlen. Selten sind die Zeiten so günstig.

www.baumeister-baumeister.de

Lesenswert

In dieser Ausgabe möchten wir Ihnen einen Titel empfehlen, der sich inhaltlich mit dem Thema Sterbebegleitung auseinandersetzt.

Marianne Sägebrect

Ich umarme den Tod mit meinem Leben

Die Schauspielerin Marianne Sägebrect liebt das Leben mit all seinen Facetten, begeistert sich leidenschaftlich für andere Menschen, für Geschichten und die großen und kleinen Fragen des Lebens. Eigenwillig, unbestechlich und bodenständig schildert sie in ihrem neuen Buch ihre eigene Sicht auf die Dinge. Mit ihren feinsinnigen Beschreibungen kommt sie den Leserinnen und Lesern ganz nah und verzaubert sie durch ihre besondere Wahrnehmung in einer eigenen Sprache voller poetischer Farben.

Es ist ihr persönlichstes und wichtigstes Buch, erwachsen aus den Erfahrungen in der Sterbebegleitung als junges Mädchen und ihrem langjährigen Engagement in der Hospizbewegung. Unerschütterlich vertritt sie ihren Glauben an Gott, an die Unsterblichkeit der Seelen, an das Gute im Menschen und an die Kraft der Liebe. Und ermutigt dazu, das Sterben wieder ins Leben zu holen.

Marianne Sägebrect
Ich umarme den Tod mit meinem Leben
Hardcover mit Schutzumschlag
ISBN: 978-3-579-07319-4
Gütersloher Verlagshaus
€ 18,00 inkl. MwSt.
Erscheint am 27. Mai 2019



Nachhaltig gut

Die Bestattungswelt folgt dem ökologischen Bewusstsein. Auf Wunsch können Sie unser Fachmagazin jetzt online bestellen.

Ob Bestattungsart oder Sarg und Urne: Die Nachhaltigkeit ist in der Bestattungsbranche bereits seit vielen Jahren ein wichtiges Thema und zieht sich durch alle Bereiche. Die Bestattungswelt möchte auch ihren Beitrag zur Schonung der Ressourcen leisten. Ab sofort bieten wir unseren Lesern und Abonnenten die Möglichkeit an, unser Fachmagazin online zu beziehen. Sie können entscheiden, ob Sie unser Magazin in Zukunft auf diesem Wege erhalten möchten oder wie gewohnt postalisch. Bitte beachten Sie: Die digitale Ausgabe der Bestattungswelt ist keine abgespeckte Form der gedruckten Ausgabe. Alle Inhalte, Anzeigen, PR-Auftritte sowie Berichte und weitere Informationen werden hier entspre-

chend vertreten sein. Unsere Kunden, die Beilagen buchen, werden selbstverständlich hierin auch berücksichtigt. Neben dem umweltbewussten Aspekt gibt es außerdem noch einen weiteren Vorteil: Wir sind sicher, dass wir mit der Online-Version eine noch größere Reichweite generieren, denn auch die Mitarbeiter Ihrer Firma können sich mit ihrer Firmenadresse als Empfänger registrieren lassen. Grüner Daumen nach oben – machen Sie mit! Bitte informieren Sie uns per E-Mail, ob wir Sie in unseren Online-Verteiler aufnehmen dürfen. Vielen Dank!

info@bestattungswelt.com
www.bestattungswelt.com



BESTATTUNGSWELT
Das Fachblatt für die Bestattungsbranche

unabhängig | innovativ | kreativ

Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihr Produkt in einem modernen Kommunikations- und Werbemedium vorzustellen, gerne auch als redaktionelle Anzeige! Anzeigen immer 4-farbig, ab € 170,00.

Tel. 0221 277 949 20

www.bestattungswelt.com

bestattungswagen-wolf.com



2 Bodensysteme: oben liegender Boden mit Bahnen oder mit elektr. Hubsystem
viele Aussenfarben, Panorama, Spange, Edelstahlleisten oder neutrales Schwarzglas

sofort lieferbar, neue Vito mit EURO 6 ab 39.990 € zzgl. MwSt

Bestattungswagen **WOLF OHG**

Südstraße 7-9 57632 Eichen info@bestattungswagen-wolf.com Tel. 0170-7722320

Mobile Lautsprecheranlagen für Bestattungen



Neue gesetzliche Bestimmungen!
Wir liefern zukunftssichere, gebühren- und anmeldefreie Funkfrequenzen!

Wahlweise:
Sender
- Handmikrofone
- Ansteckmikrofone
- Headsetmikrofone

LINN SPRACHVERSTÄRKER

- Hochwertige, robuste Profigeräte, glasklarer Klang, auch auf weite Entfernungen
- Einsetzbar in und vor der Trauerhalle, am Grab, im Friedwald, ...
- Laiensichere Bedienung
- Individuelle Ausstattungen durch Bausteinsystem
- Einspielen ausgewählter Trauermusik möglich
- Kürzeste Aufbauzeiten dank:
 - drahtloser Mikrofontechnik
 - netzunabhängigem Akkubetrieb
- **Unverbindlicher Teststellungsservice**
- Wir betreuen Sie auch nach dem Kauf, eigene Technikabteilung - schnelle Bearbeitung



LINN SPRACHVERSTÄRKER e.K.

DONATUSSTR. 156 50259 KÖLN
TEL 02234 / 2004040 FAX 02234 / 2005240
info@linn-sprachverstaerker.de

Profitieren Sie von unserem **Beratungsservice** !
Unter **02234 / 200 40 40** stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Oder besuchen Sie uns unter:
www.linn-sprachverstaerker.de

AHORN GRUPPE

Bestattungskultur gestalten

Ronald Dahlheimer
Direktor Unternehmensentwicklung
+ 49 172 403 12 04
ronald.dahlheimer@ahorn-gruppe.de
www.ahorn-gruppe.de



Machen Sie den ersten Schritt!



Mit uns lebt Ihr Lebenswerk weiter.

Sie suchen nach einem Nachfolger für Ihr Bestattungsinstitut? Tragen Sie sich mit dem Gedanken, Ihr Bestattungsunternehmen zu verkaufen?

Wenn Sie keinen Nachfolger innerhalb der Familie finden sind wir jederzeit zu einem Gespräch zum Verkauf interessiert. Erfolgreich geführte Bestattungsunternehmen im gesamten Bundesgebiet finden innerhalb der Ahorn Gruppe eine neue Zukunft. Für ein gutes Gefühl, wenn wir Ihre Nachfolge antreten.

Vertrauen Sie auf unsere Kompetenz, Erfahrung und Seriosität. Ihre Kunden von heute werden es Ihnen morgen danken.

SEEBESTATTUNG

Der maritime Abschied in Nord- & Ostsee

Sylt | Warnemünde

Nordstrand | Wismar | Rügen | Usedom



- ⚓ Erfahrung seit mehr als 20 Jahren
- ⚓ eigene Flotte an 6 Standorten
- ⚓ stilvolle und komfortable Räumlichkeiten
- ⚓ maritime Trauerfeiern für bis zu 100 Gäste (standortabhängig)
- ⚓ auch anonyme & stille Seebestattungen möglich
- ⚓ Gastronomie und Service an Bord

www.seebestattung-adlerschiffe.de

ADLER-SCHIFFE

Ansprechpartner: Karin Micklisch & Petra Krüger · Tel. 0 46 51 - 98 70 814
seebestattung@adler-schiffe.de · Zentrale: Adler-Schiffe GmbH & Co. KG
Boysenstr. 13 · 25980 Sylt/Westerland

TERMINE

MESSEN

21.09.2019
Forum BEFA, Mannheim
www.forum-befa.de

TAGUNG

03.-06.10.2019
LEBEN – STERBEN – FEIERN,
Bad Belzig
www.leben-sterben-feiern.de

FRIEDHOFSVERWALTUNGSTAG

14.11.2019 Essen
Weitere Informationen unter
www.friedhofsverwaltungstag.de

BESTATTERTAG INTENSIV

05.06.2019 Hannover
18.09.2019 Bonn
09.10.2019 Stuttgart
27.11.2019 Bremen
04.12.2019 Magdeburg

Anmeldung und weitere Informationen unter www.bestattertag.de

WORKSHOP LAVABIS
BESTATTUNGSKOSMETIK

29.06.2019 Köln
27.07.2019 Hamburg
26.10.2019 Osterburken

Weitere Informationen unter www.lavabis.de

INSERENTEN

- 2 Algordanza Erinnerungsdiamanten GmbH
www.algordanza.com
- 5 Bestattertag
www.bestattertag.de
- 7 Sargbau Schmidt Hendker GmbH
www.sarg-online.de
- 8 Lavabis GmbH
www.lavabis.de
- 9 Westhelle Köln GmbH
www.westhelle-koeln.de
- 9 Seebestattungs-Reederei Albrecht
www.seebestattung-albrecht.de
- 11 Nano Solutions GmbH
www.nanogermany.de

- 13 Reederei H. G. Rahder GmbH
www.seebestattung-buesum.de
- 15 ikt Lenz GmbH & Co. KG
www.natururne.de
- 17 Eschke Bestattungsfuhrwesen GmbH & Co. KG
www.bestattungsfuhrwesen.de
- 19 Reederei Narg
www.reederei-narg.de
- 21 Bestatter-Akademie
www.bestatter-akademie.de
- 23 Handelsagentur Martin Plaumann
www.handelsagentur-plaumann.de
- 25 Reederei Huntemann GmbH
www.reederei-huntemann.de

- 28 Bestattungen Wolf OHG
www.bestattungen-wolf.de
- 28 Ahorn AG
www.ahorn-ag.de
- 29 Linn Sprachverstärker
www.linn-sprachverstaerker.com
- 29 Adler-Schiffe GmbH & Co. KG
www.adler-schiffe.de
- 30 Ralf Krings Licht & Leuchter
www.licht-leuchter.de
- 31 Adelta.Finanz AG
www.adeltafinanz.com
- 32 Rapid Data GmbH
www.rapid-data.de

BEILAGEN

- Adelta.Finanz AG
www.adeltafinanz.com
- Agentur Erasmus A. Baumeister e. K.
www.erasmus1248.de
- Forevent GmbH
www.forum-bestattung.de
- Rapid Data GmbH
www.rapid-data.de



Licht und Leuchter

Waren aus NE-Metallen und Metallgestaltung

Vollendete und zeitlose Edelstahldekorationen, die in Punkto Verarbeitungsqualität und Vielseitigkeit keine Wünsche offen lassen. Oberteile und Grundfüße lassen sich innerhalb unseres Programmes vielfältig kombinieren. Wir fertigen nach Ihren Wünschen bis hin zum maßgeschneiderten Unikat und liefern das komplette Zubehörprogramm für die stilvolle Trauerfeier.



Ralf Krings seit 1985

Waren aus NE-Metallen
Metallgestaltung
Donatusstraße 107-109 · Halle E1
50259 Pulheim

www.licht-leuchter.de
e-mail: Ralf.Krings@t-online.de
Telefon 0 22 34/92 25 46 · Mobil 01 72/2 89 21 57
Telefax 0 22 34/92 25 47



” MIT SPEED AUF KURS BRINGEN

Durch unsere Leidenschaft Rennen zu fahren, wissen wir, dass Power und Freude mehr Speed auf die Piste bringen. Beim Slalom auf der Rennstrecke und beim Rennen um geschäftlichen Erfolg. Und richtig Gas geben kann man nur wenn man sich sicher fühlt. Auf der Rennstrecke bauen wir auf die Sicherheit unserer Tourenwagen und in unserem Geschäft auf die Zuverlässigkeit von ADELTA.FINANZ. Diese Freiheit gönnen wir uns.



„BestattungsFinanz ist unsere Pole-Position, um mit freiem Kopf Gas geben zu können.“
Corinna und ihr Vater Johannes Riegler,
Inhaber Bestattungshaus Riegler

www.adelta-sepulkral.com

Nehmen Sie direkt mit uns Kontakt auf:
Marc-Chagall-Straße 2 | 40477 Düsseldorf | Tel.: +49 (0)211 355 989-0 | info@adeltafinanz.com

ADELTA.FINANZ AG
Vertrauen – Sicherheit – Zuverlässigkeit

Online
erfolgreicher
sein:
webtool.de

Gabriele und Reiner Kahl
Coburger Bestattungsinstitut Kahl,
Coburg

Entscheidungen reifen lassen.

 **RAPID**DATA
Ihr Erfolg ist unser Programm

PowerOrdo Scivaro Webtool PowerOrdo Krematorium

Rapid Data GmbH Telefon +49 451 619 66-0 info@rapid-data.de www.rapid-data.de