€ 7,50

BestattungsWelt

Das Fachmagazin für die Bestattungsbranche

Ausgabe 03.2022

GUT VERNETZT?

Jenseits des Üblichen.

Daxecker®

SARGKULTUR AUS ÖSTERREICH

A 4101 Feldkirchen an der Donau | T +43 7233 6277 0 | info@daxecker.at | daxecker.at

Liebe Leserin, lieber Leser,

Lockdowns, Ausgangssperren und verschärfte Kontaktregelungen: Sie haben sicherlich dazu beigetragen, die Pandemie einzudämmen. Aber sie haben auch ihre Narben hinterlassen, sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Leben.

Es ist geradezu natürlich, dass wir uns über ein bisschen sogenannte „Normalität" wieder freuen. Insbesondere in einer Zeit, die darüber hinaus von dem Krieg in unmittelbarer Nähe geprägt ist, ist der menschliche Kontakt wichtiger denn je.

Kontaktpflege und Vernetzungen, das Händeschütteln oder auch einmal eine Umarmung wagen: All diese Rituale und Gesten helfen uns, unsere Verbindungen trotz der Belastungen zu intensivieren.

Und auch wenn wir uns der Vorsicht und unserer Selbstverantwortung nach wie vor bewusst sein sollten – der Austausch und das persönliche Gespräch „live" und vor Ort haben einfach einen besonderen Wert.

Herzlichst

Ihr BestattungsWelt-Team

Britta Schaible
Redaktion

Nicola Tholen
Projektleitung

10
Mit starken Partnern zum Erfolg
Die BW im Interview mit Thomas Schippan, Bestattungshaus Schippan

14
Premiumbestatter nutzen den HinterbliebenenService der ADELTA.FINANZ AG

20
Social Media und Bestatter?
Die BW im Gespräch mit Social-Media-Expertin Jennifer Gessler

BEITRÄGE

3 **Editorial**

6 **„Ja, ja, gestorben wird immer!“**
Erasmus A. Baumeister

9 **Abschiedslieder**
Das neue Liederbuch

10 **Mit starken Partnern zum Erfolg**
Die BW im Interview mit Thomas Schippan, Bestattungshaus Schippan

12 **Geschichten aus der eigenen Suppe und vom Tellerrand**
Jule Baumeister, Baumeister & Baumeister

14 **Premiumbestatter nutzen den HinterbliebenenService der ADELTA.FINANZ AG**

16 **Bestatter als „Andenkenbewahrer“**
Das Foto- und Erinnerungsbuch, Rapid Data GmbH

18 **Die MMV Gruppe**
Partner der ADELTA.FINANZ AG

19 **Der Trauer eine Chance geben**
Carolin Reimann – Begleitung in schwierigen Lebensphasen

20 **Social Media und Bestatter?**
Social-Media-Expertin Jennifer Gessler

22 **Live und in Farbe**
Die ADELTA.FINANZ AG auf der BEFA FORUM 2022

23 **Leave Green: Der Sommer kann kommen**
Bei Harter Bestattungen in Schiltach wird es noch grüner!

26 **Termine/Inserenten**

IMPRESSUM

Herausgeber
Verlag BestattungsWelt Ltd
c/o ADELTA.FINANZ AG
Marc-Chagall-Straße 2
40477 Düsseldorf

Geschäftsführung
Hans-Joachim Frenz

Redaktionsanschrift
Verlag BestattungsWelt Ltd
Jakob-Esser-Platz 2
50354 Hürth
Telefon: 0173-9449522
info@bestattungswelt.com
www.bestattungswelt.com

Chefredaktion und Projektleitung
Britta Schaible
Nicola Tholen

Erscheinungsweise
zweimonatlich

Nächster Anzeigen-/Redaktionsschluss
15.07.2022

Gestaltung
Florian Rohleder

Titelfoto
Jonas Jacobsson/unsplash.com

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 01.01.2022.
€ 7,50

Hinweis: Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird in diesem Magazin auf eine geschlechtsneutrale Differenzierung verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat redaktionelle Gründe und impliziert keine Wertung.

BESTATTERTAG

HÖREN, UMSETZEN, GEWINNEN

Informationen und Anmeldung unter
www.bestattertag.de

Stuttgart/Ulm
29.06.2022

Tagungshaus
Kloster Heiligkreuztal
Am Münster 7
88499 Altheim-Heiligkreuztal

oder per Livestream

Dabei sein!

Aus Ihrem Büro, von zu Hause, oder von wo auch immer Sie möchten.

Infos zu unseren Referenten und den Zeiten der einzelnen Vorträge finden Sie auf unserer Website. Bitte melden Sie sich zum Livestream an unter: www.bestattertag.de Sie erhalten den Einladungslink per E-Mail.

Stellen Sie Fragen per Live-Chat!

„Ja, ja, gestorben wird immer!“

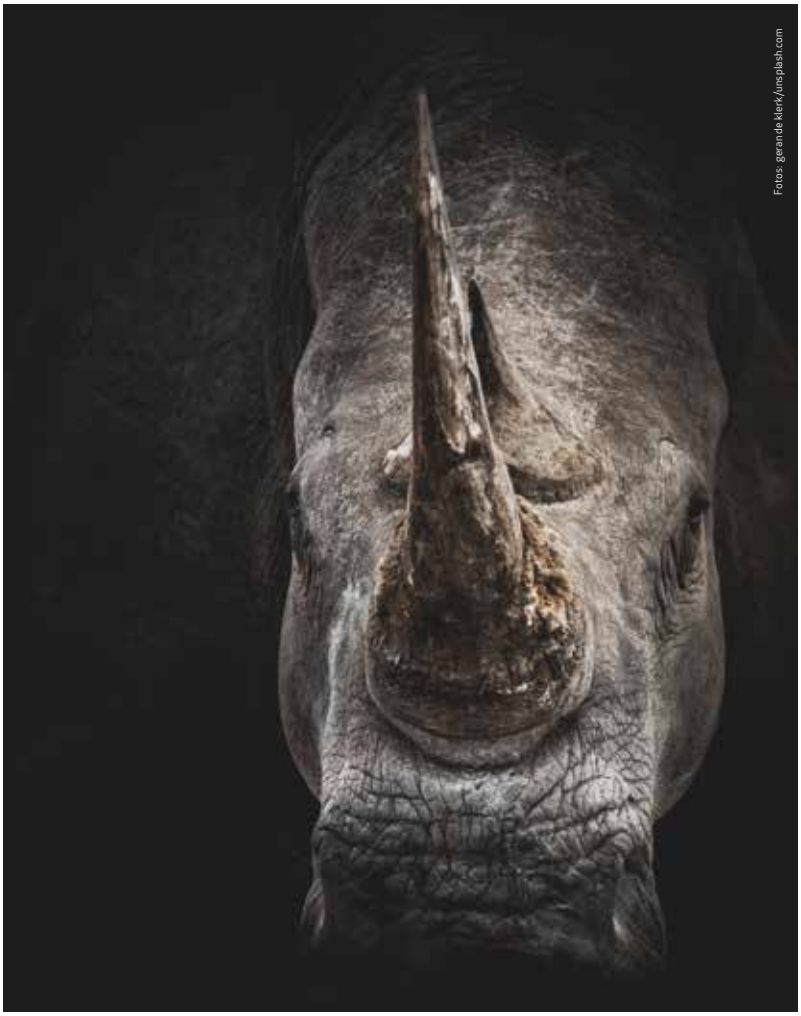
Text: Erasmus A. Baumeister

„Gestorben wird immer." Diesen Spruch kennt jeder, seit seinem ersten Tag in der Bestattungsbranche.

Das Schlimme ist, dass dieses Zitat immer völlig unreflektiert und inflationär von Menschen benutzt wird, die nicht die geringste Ahnung von dieser Branche haben – und das seit Generationen. In diesem Satz steckt die vorausgesetzte Annahme, dass ein Bestattungsunternehmen immer eine Goldgrube ist. Das Berufsbild des Bestatters wird gleichgesetzt mit einem zweistelligen Millionen Lottogewinn, es ist nur pures Glück ein Bestattungsunternehmen zu führen. „Der Bestatter kann ja vor Geld gar nicht geradeaus gucken", haben viele Menschen als typisches Klischee im Kopf. Dieser Satz suggeriert, dass ein Bestattungsunternehmen eigentlich fast nichts tun muss, und die Taschen füllen sich wie von selbst. Die Fortsetzung dieses völlig grundlagenlosen Spruchs ist: „Bestattungen, ein todsicheres Geschäft." Es ärgert mich, dass immer noch so viele Menschen dieses großartige Berufsbild der Bestatterin, des Bestatters so maßlos unterschätzen. Ein Bestattungsunternehmen muss sich genau wie alle anderen Unternehmen am Markt behaupten. Es gibt an jeder Ecke Wettbewerb. Die Bestattung ist kein Statussymbol mehr, sodass die Geschäfte wie von selbst auf höchstem finanziellen Niveau laufen würden. Nur ein Bestattungsunternehmen, das auf einem hohen Qualitätsniveau arbeitet, sich immer weiterentwickelt und den Zeitgeist widerspiegelt, wird sich in Zukunft dauerhaft am Markt halten können. Es bedarf unglaublich viel, um ein Bestattungsunternehmen erfolgreich, kaufmännisch positiv und zukunftstauglich betreiben zu können. Von selbst geht hier gar nichts, wie der Satz „Gestorben wird immer" unterstellt. Diese immer noch komplett falsche Wahrnehmung unserer Branche hat zwei Ursachen.

> Erstens: Es gibt keine Lobby in der deutschen Bestattungsbranche.

Erstens: Es gibt keine Lobby in der deutschen Bestattungsbranche. Verbände versagen in der perfekten Positionierung dieser systemrelevanten Branche komplett. Jahrzehntelange Passivität der dafür zuständigen Institutionen in den Bereichen Imagebildung, Vernetzung mit Gesellschaft, Politik und Medien haben die Sicht der Menschen auf die Bestattung vor Jahrzehnten einfrieren lassen. Zweitens sind die Themen Tod, Trauer, Sterben, Bestattung natürlich für die Bevölkerung, auf den ersten Blick, Antithemen. Außerdem wird die Bestattung in deutschen Familien viel zu selten konsumiert. Man kauft sich nicht dreimal wöchentlich eine Bestattung, so wie man vielleicht im Supermarkt ist. Der normale Bürger hat viel zu wenig Kontakt zur Bestattungsbranche. Weil hier einiges schiefläuft, was in anderen Branchen seit Jahrzehnten optimal funktioniert, muss jedes Bestattungsunternehmen für sich selbst sehen, dass es im eigenen Biotop das richtige Image hat und über die perfekte Marktposition verfügt. Nichts und niemand außer dem Bestattungsunternehmen selbst ist hierfür zuständig. Das bedeutet: Man muss selbst sehen, wie ein Image aufgebaut wird, wie Berührungsängste eliminiert werden, wie Fehlinformationen behoben werden, wie Vorurteile abgebaut werden, wie Vertrauen erzeugt wird, wie man Menschen ohne aktuellen Sterbefall erreicht, wie die Bestattung wieder zu einem angemessenen Wert der Deutschen wird,



Fotos: gerande kierk/unsplash.com

wie Informationslücken gefüllt werden, wie maximale Transparenz erzeugt wird und wie Kunden akquiriert werden. Ein Bestattungsunternehmen muss in 2022 auch den Zeitgeist erkennen, aufnehmen und umsetzen. Zeitgeist hat nicht nur mit Einrichtung, Ernährung und Mode zu tun, Zeitgeist gehört auch in das Bestattungsunternehmen 2022. Jetzt die gute Nachricht: Da die Bestattung gerade wenig bis gar nicht zum Zeitgeist der Menschen gehört, hat ein Bestattungsunternehmen genau jetzt die Möglichkeit, den Zeitgeist zu diesem Thema selbst zu kreieren. Das ist eine großartige Chance. Wir können uns den Markt von Morgen selbst gestalten. So etwas gibt es nicht noch mal. Das Thema ist anti, die Menschen haben keine Ahnung, was möglich ist, aber dennoch betrifft es jeden. In allen Kulturen der Menschheit war die Bestattung immer etwas Besonderes, seit vielen Jahrtausenden. Nur in Deutschland zu Beginn des dritten Jahrtausends nicht mehr? Unsinn! Wir müssen es eben nur in die Hand nehmen, und zwar leider jeder für sich. Ein Blick zurück auf die Jahre in Deutschland, als es noch Sterbegeld gab, als die „Geld spielt keine Rolle"-Bestattung üblich war, lohnt nicht – das kommt so nicht zurück. Die Branche muss sich mit maximaler Kraft in die Zukunft orientieren. Die angesagte und statusbewusste Bestattung 2022 ist gefragt. Unsere Branche muss es den Menschen vormachen, wie man heute bestattet, und nicht zeigen, dass heute eigentlich genau so bestattet wird wie vor 50 Jahren. Ein Bestattungsunternehmen muss dauerhaft mit den Menschen im eigenen Einzugsgebiet kommunizieren. Das Thema Bestattung muss gesprächstauglich werden, auch wenn gerade kein Sterbefall anliegt. Durch die Nutzung aller Medien ist das auch kein Problem. Außerdem muss die Bestattungsbranche, im Verhältnis zu allen anderen Branchen, nur einen Bruchteil des Umsatzes für Marketing, Kommunikation und Akquise ausgeben, um schnell viel zu bewegen. Mit den kleinen, richtigen und lokal ausgerichteten Ideen und Medien ist die Zielgruppe einfach und punktgenau zu erreichen. So kommen wir schnell davon weg, dass uns die Hinterbliebenen immer mehr die „ach so bescheidene und schlichte verstorbene Oma" einreden. Ein Bestattungsunternehmen zeigt heute den Menschen in guten Zeiten, wie 2022 würdig bestattet wird. Hierzu gehört auch eine maximale Preistransparenz. Früher kamen Preise in einem Beratungsgespräch erst auf den Tisch, wenn die Tür gut abgeschlossen war. Die bundesweite Tendenz geht ganz klar zur kompletten Preistransparenz auf der Website etc. Das baut ein stabiles Vertrauen auf. Das sind eben die Preise, die dieses Bestattungsunternehmen braucht, um die eigene perfekte und individuelle Qualität liefern zu können. Wer die billigste Entsorgung sucht, der soll woanders hin gehen. Wenn die Qualität eines Bestattungsunternehmens stimmt, dann ist der Preis gar nicht so wichtig. Die Menschen haben so oder so die 10.000,00 € im Kopf, wenn sie vor Ihrer Tür stehen. Wenn dann die reine Bestattungsleistung am Ende 3.000,00 € oder 3.500,00 € kostet und die Qualität überzeugend war, ist dem Kunden das egal, weil beide Preise so weit weg sind von dem, was er befürchtet hat. Lassen Sie sich für Ihre perfekte Arbeit angemessen bezahlen. Beide Seiten müssen zufrieden sein, Kunde und Unternehmen.

> Das Thema Bestattung muss gesprächstauglich werden, auch wenn gerade kein Sterbefall anliegt.

Mit fast 30 Jahren Erfahrung im Marketing für Bestattungsunternehmen ist uns schon jede Situation und lokale Eigenart begegnet. Nutzen Sie unser Know-how. Man muss nicht jeden Fehler und jede Erfahrung selbst machen. Ich besuche Sie gern zu einem kostenlosen und unverbindlichen Beratungstermin. Wir arbeiten gerade für über 1.700 Bestattungsunternehmen jeder Größenordnung, vom Existenzgründer bis hin zu Unternehmen mit 5-stelligen jährlichen Bestattungszahlen. Kein Unternehmen ist uns zu klein oder zu groß. Ich freu mich, Sie und Ihr Unternehmen kennenzulernen!

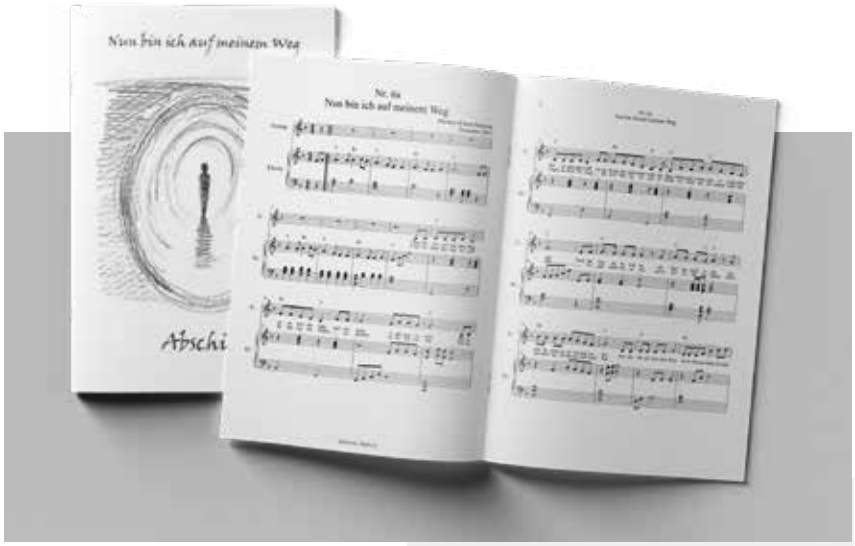
www.erasmus1248.de

Abschiedslieder

Das neue Liederbuch

Text: Britta Schaible

Die „Geschwister Hammer" – das sind Klaus Hammer mit seiner Schwester Inge Hoffmann aus Neupotz in der Südpfalz, die weit über der Pfälzer Region bekannt sind.

Bereits seit ihren frühen Kindertagen stehen sie gemeinsam auf der Bühne und singen über Themen aus dem Leben, die berühren – in der Regel begleitet von Gitarre und/oder Klavier. Das Repertoire ist vielseitig: Chansons, internationale Lieder, Interpretationen von Reinhard Mey oder Otto-Reuter-Couplets gehören z. B. zum Programm.
Insbesondere in den letzten Jahren hat Klaus Hammer viele eigene Songs geschrieben. Ganz neu ist jetzt das Liederbuch mit dem Titel „Nun bin ich auf meinem Weg – Abschied" erschienen.

Es enthält sechs einfühlsame Lieder, die für die musikalische Gestaltung einer Trauerfeier bestimmt sind, inklusive der Texte und den Notenblättern für Gitarre und Klavier. Außerdem liegt eine CD bei.

Bestellungen über:
klaushammerneupotz@web.de
Tel. 07272/742 21
Preis: € 20,-
www.hoffmann-hammer-trio.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.

Fotos: Bestattungshaus Schippan

Mit starken Partnern zum Erfolg

Die BestattungsWelt im Interview mit **Thomas Schippan**,
Inhaber des Bestattungshaus Schippan aus Großräschen in der Niederlausitz

Text: Stefanie Nerge

Ein Bestattungsunternehmen, das sich als moderner Dienstleister präsentieren möchte braucht in der heutigen Zeit mehr als nur ein Ladenlokal in guter Lage. Es ist wichtiger denn je, ein starkes Netzwerk aus zuverlässigen Partnern zu haben, um seine eigenen Leistungen den Kunden gegenüber zu steigern. Diese Tatsache erkannte auch Thomas Schippan, als er 2019 das Familienunternehmen von seinem Vater übernahm. Das Bestattungshaus wurde 1992 von Günter Schippan gegründet.

BW: Herr Schippan – seit 2019 sind Sie nun Inhaber des Bestattungshaus Schippan. Was hat sich in den letzten drei Jahren in Ihrem Unternehmen verändert?
TS: Ich sage es mal so: Wir haben viele Bereiche grundlegend verändert. Neben der täglichen Arbeit ging das immer nur in kleinen Schritten, aber es gab eben viele Dinge, die ich gern anpacken wollte. Unter anderem habe ich im ersten Schritt die ADELTA. FINANZ AG mit ins Boot geholt. 2019 war finanziell gesehen ein hartes Jahr für uns und da hat uns die Zusammenarbeit mit der ADELTA sehr geholfen. Ich konnte sofort alle neuen Aufträge und deren Rechnungen über die ADELTA.FINANZ AG abrechnen und hatte dadurch keine Außenstände mehr, denn das Geld ist binnen 12 Stunden auf unserem Konto. So war sichergestellt, dass ich für alle weiteren Veränderungen liquide bin, meine Mitarbeiter bezahlt werden und meine Verbindlichkeiten gegenüber Lieferanten und Herstellern beglichen werden. Das war eine große Erleichterung für mich.

BW: Wie reagierten Ihre Kunden auf Ihren neuen Finanzpartner?
TS: Durchweg positiv! Ich habe teilweise so was wie Dankbarkeit von Kundenseite erfahren. Durch die Ratenzahlungsmöglichkeit, die ja von der ADELTA Finanz AG angeboten wird, kann sich der ein oder andere Kunde eben doch eine größere Blumendekoration oder sich eine besondere Schmuckurne aussuchen, weil die Rechnung in Raten gezahlt werden kann. Oft hilft es den Kunden auch, das erweiterte Zahlungsziel von 21 Tagen zu nutzen. Wir sind hier sehr ländlich geprägt und allen unseren Kunden ist es wichtig, eine würdevolle Beisetzung zu haben.

BW: Was war Ihr nächster Schritt?
TS: Die Agentur Erasmus A. Baumeister wieder stärker in unsere Marketingaktivitäten einzubinden! Mein Vater arbeitet schon seit 2009 mit der Agentur zusammen und da mussten nun einige Sachen überarbeitet und neu konzipiert werden. Und der Markt hat sich auch seitdem verändert, auch darauf wollte ich reagieren.

BW: Die Agentur Erasmus A. Baumeister ist als Marketingagentur spezialisiert auf das

Bestattungsgewerbe. Welche Maßnahmen haben Sie umsetzen lassen?
TS: Zunächst einmal habe ich zwei Presseartikel über den Generationswechsel im Hause Schippan erstellen lassen, damit ich hier in der Region auch über die Tagespresse diese Information verbreiten konnte. Dann habe ich unsere Website komplett überarbeiten und neu gestalten lassen. Dazu kamen noch eine Anzeigenserie, eine Broschüre und ein Flyer. Und der Knaller war ein Imagevideo. Das haben wir im August 2019 erstellen lassen.

BW: Wie war die Resonanz auf diese ganzen Maßnahmen?

TS: Unglaublich! Das Video fand so großen Anklang, dass es auf dem Marketingportal von Seenland TV verlinkt ist und es am Totensonntag in voller Länge im Werbeblock des Senders lief. Damit hätte ich nie gerechnet. Aber auch alle anderen Marketingaktionen mit der Agentur Baumeister werden sehr gut angenommen. Die Anzahl meiner Bestattungsaufträge hat sich seit dem Jahr 2020 um fast 50 Prozent erhöht.

BW: Was haben Sie darüber hinaus noch verändert?
TS: Ich fühle mich der Region Niederlausitz und dem Land Brandenburg sehr verbunden und dies soll sich auch in unserem Sortiment widerspiegeln. Wir bestellen fast ausschließlich nur bei Lieferanten und Herstellern aus der Region. Das hat einfach viele Vorteile, schafft Arbeitsplätze und die Lieferwege sind kurz und schnell. Das spart Energie und Zeit.

BW: Wie gehen Ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit den Veränderungen um?
TS: Sehr gut. Wir sind zu einem großartigen Team zusammengewachsen. Alle ziehen mit. Die Zusammenarbeit mit ADELTA gibt auch den Mitarbeitern finanzielle Sicherheit. Die Marketingmaßnahmen sorgen für Beschäftigung und mit den neuen Lieferanten ist die Zusammenarbeit unkompliziert. Besser geht es nicht.

BW: Wie wirkt sich das auf Ihren Arbeitsalltag aus?

TS: Meinem Team und mir ist es wichtig, dass wir uns Zeit für unsere Kunden nehmen. Da sind Trauergespräche von zwei bis drei Stunden nicht unüblich und mein Ziel ist es, dass sich die Hinterbliebenen nicht bedrängt fühlen, in dieser Zeit alles unter Dach und Fach zu bringen. Wir arbeiten mit Menschen in hochemotionalen Situationen und sie sollen sich bei uns gut aufgehoben fühlen und die Zeit bekommen, die sie brauchen. Wissen Sie, unsere Zeit ist so schnelllebig geworden und da sollte man dem Abschied von einem verstorbenen Nahestehenden doch ausreichend Zeit einräumen.

BW: Sie engagieren sich sehr persönlich für Ihre Kunden, wie schalten Sie ab?
TS: Ich fahre sehr gern mit meinem Motorrad durch unsere wunderschöne Landschaft. Das bringt mich auf andere Gedanken, aber auch auf neue Ideen, was wir vom Bestattungshaus Schippan in der Zukunft noch alles verändern und bewegen können.

BW: Und was schwebt Ihnen da konkret vor?
TS: Wir arbeiten derzeit an einigen neuen Marketingprojekten, aber davon erzähle ich Ihnen dann in unserem nächsten Gespräch.

Herr Schippan, ich danke Ihnen sehr für dieses informative Gespräch. Wir wünschen Ihnen für die Zukunft alles Gute und weiterhin viel Erfolg!

www.bestattungshaus-schippan.de

Geschichten aus der eigenen Suppe und vom Tellerrand

Text: Jule Baumeister

‚Huch – die ist aber jung … ist ja jünger als ich – ts … Er ist doch bestimmt schon Mitte … jaaanee Ende siebzig … Ihre Arme sind komplett tätowiert … und das bei ihm … oder seine Tochter? … Hat der ne Tochter …? Hmm – und der lange goldene Rock – einfach so morgens am Gate … Passt das … zu ihm … Vaterkomplex … Sugardaddy … Prominenzfaktor …?‘

Das – oder so ähnlich – Gedanken sind selten eine grammatische Granate und nur schwerlich retrospektiv wörtlich wiederzugeben –, liebe Leser, waren meine Gedanken letzte Woche morgens in Hamburg am Gate, neben mir stand ein durchaus international prominenter Mann mit einer attraktiven und sympathischen Begleiterin. Ich – ich bin sicher, noch eine Viertelstunde vorher hätte ich Stein und Bein geschworen, dass ICH, ausgerechnet ich niemals mit solchen Spontanklischees in diese Welt blicken würde – habe mich deutlich vor mir selbst erschreckt, trotzdem noch einen obendrauf gesetzt und gegoogelt, ob das seine Tochter oder Frau ist. Es ist seine neue Frau. Und der goldene Plisseerock war ehrlich gesagt maximal klasse und das perfekte Signal für einen Alltagsmoment mit der neuen großen Liebe!
Eine ganz schöne Hybris, die ich da an den Tag lege – und doch wahrscheinlich völlig normal und verbreitet.

Evolutionsbiologisch ist es sowohl erklärbar als auch überlebenswichtig, mit kognitiv verankerten Bildern, die es uns erlauben, maximal schnell einen Sachverhalt zu erkennen, zu beurteilen und darauf hin zu reagieren. Wir brauchen Klischees, um interagieren zu können, um nicht unterzugehen. Wenn mir vor der Höhle ein zähnefletschender Bär begegnet, ist es wenig sinnvoll zu analysieren, wo ihn wohl der Schuh drückt.

Wir haben es offensichtlich verlernt, überlebenswichtige Klischees von absolut überflüssigen und sogar diffamierenden Bildern zu unterscheiden.

Und wir sollten, ja eigentlich müssen wir die Riesenchancen, die darin liegen, diese Klischees zu überwinden, erkennen. In dem Moment, in dem ich mich von diesen Bildern befreie, eröffnen sich mir Horizonte – ich erkenne einen hausgemachten Tellerrand, über den ich dann ja auch hinausblicken kann.

Großartige Aussichten, nicht wahr? Und das bei einer so minimalen Selbstüberwindung, einem minimalen Perspektivwechsel.

Diese Möglichkeit des Erkenntnisgewinns kann uns über uns hinauswachsen lassen – in absolut jeder Hinsicht. Wenn wir uns selbst erlauben, unsere funktionierenden und routinierten Wege – im ersten Schritt gedanklich – zu verlassen, erlauben wir uns, neue Möglichkeiten für uns selbst zu sehen, um daraus neue Wege zu formieren.

Als Unternehmer tragen Sie, genauso wie ich auch, große Verantwortung – Verantwortung für Ihr Unternehmen, Ihre Mitarbeiter, Ihre Familie, Ihre Region, die Wirtschaft, für sich selbst. Diese Verantwortung bedeutet das Sorgetragen für sowohl den Fortbestand als auch das Wachstum des eigenen Unternehmens. In diesem Kontext neigen wir natürlich dazu, das Bewährte zu tun, was absolut das Richtige ist – aber nicht reicht.

Das Unternehmen auf demselben guten Niveau zu halten oder sogar auszubauen, bedeutet eine permanente Weiterentwicklung – ohne Bewegung können wir langfristig noch nicht mal ein Niveau halten. Also müssen wir uns bewegen. Wenn wir uns dann trauen, uns von unseren nicht überlebensnotwendigen Klischees zu verabschieden und unsere eigene Suppe mutig mit neuartigen Gewürzen aufzupeppen, dann kann eine echte Weiterentwicklung beginnen und leben. Wir müssen uns antrainieren, unseren Blick und unsere Gedanken zu öffnen, um nicht in den Stillstand und falsche Muster – was in jedem Fall den Abstieg nach sich zieht – zu verfallen.

Unternehmer sein bedeutet Verantwortung zu tragen, viel Arbeit und Mut. Eben auch den Mut vermeintlich fremdes und neues zu denken und zuzulassen – sowohl für sich selber als auch für sein Umfeld. Ich bin sicher: Wir dürfen, ja wir müssen auch unser Umfeld mit permanenten Horizonterweiterungen konfrontieren und hier und da ein bisschen mehr Chili in die Suppe des anderen werfen. Als Unternehmer sind Sie Motor der Gesellschaft – verstehen Sie sich als solcher –, wachsen Sie selbst und lassen Sie Ihre Umgebung mitwachsen.

Mit mutigen Schritten werden und bleiben Sie sichtbar, Sie wachsen – und trauen Sie Ihrem Umfeld durchaus zu, mitzugehen.

www.baumeister-baumeister.de

Foto: ADELTA.FINANZ AG

Ratenzahlung von **3 bis 36** Monaten

Premiumbestatter nutzen den HinterbliebenenService der ADELTA.FINANZ AG

Text: Hans-Joachim Frenz

Individuelle Kundenbetreuung mit Überblick

Der Bestatter baut bereits ab dem Zeitpunkt des Trauergespräches zu seinen Kunden eine emotionale Bindung auf, die sich während der Planung und Durchführung der Beisetzung noch vertieft.

Auf der anderen Seite muss ein Bestattungsunternehmen auch wirtschaftlich handeln – immer mit Blick auf den Kontoauszug. Zur Vermeidung von Außenständen und Forderungsausfällen nutzen daher immer mehr Bestatter den Abrechnungsservice der ADELTA.FINANZ AG. Durch die erwähnte enge Bindung zu ihren Kunden ist es natürlich verständlich, dass sie wissen möchten, wie das Mahnwesen mit einem Abrechnungsservice funktioniert, wenn der Kunde nicht pünktlich zahlt. Zunächst gilt grundsätzlich ein Zahlungsziel von 21 Tagen. Wird innerhalb dieser Zeit die Rechnung nicht beglichen, versendet die ADELTA.FINANZ AG am 25. Tag eine freundlich formulierte Erinnerung. Bei weiterem Ausbleiben des Geldeingangs wird die erste Mahnung am 33. Tag verschickt, nach weiteren 12 Tagen erfolgt die zweite Mahnung. Die ADELTA ist daran interessiert, so wenig Vorgänge wie möglich an einen Rechtsanwalt abzugeben. Daher werden die Hinterbliebenen bei Nichtzahlung auch telefonisch kontaktiert. So wird versucht zu klären, warum bisher keine Zahlung erfolgte, und es ergibt sich auch die Möglichkeit, ihnen noch einmal eine Ratenzahlung/Rückzahlungsvereinbarung anzubieten. Ein Gang zum Rechtsanwalt lässt sich so in den meisten Fällen verhindern. Der Bestatter hat zu jedem Zeitpunkt über sein Kundenportal einen Überblick über die offenen Forderungen. So kann er auf einen Blick erkennen, wie das Zahlungsverhalten seiner Kunden ist und welcher seiner Kunden nicht pünktlich zahlt. Er bleibt jederzeit Herr des Mahnverfahrens und hat sogar die Möglichkeit, das

Erinnerungsschreiben an seinen Kunden weitere 10 Tage zurückzustellen. Dadurch kann er selbst noch einmal Kontakt mit seinem Hinterbliebenen aufnehmen. Erfolgt daraufhin immer noch keine Zahlung, wird dann erst nach den 10 weiteren gewährten Tagen die Erinnerung versendet. Möchte der Bestatter dies nicht, so hat er sogar die Möglichkeit, die Forderung zurückzukaufen. So ist in jedem Fall ein sensibler und sehr individueller Umgang mit säumigen Zahlern möglich.

Vor einigen Jahren hat die ADELTA für ihre Kunden und deren Hinterbliebenen den HinterbliebenenService eingeführt und ständig verfeinert.

Ihren Bestattungspartnern bietet das Unternehmen den Abrechnungsservice BestattungsFinanz mit drei Funktionen an: Servicefunktion, Finanzierungsfunktion und Versicherungsfunktion.

Das Bestattungsunternehmen gewinnt dadurch Zeit und Sicherheit und kann den Hinterbliebenen über den Service der BestattungsFinanz diverse Vorteile anbieten.

Dazu gehören verlängerte Zahlungsziele für Sozialamtsbestattungen, bei Nachlass- und Versicherungsabwicklung und Teilzahlungsmöglichkeiten.

Hat ein Bestattungsunternehmen die ADELTA.FINANZ AG mit der Abwicklung der Bestattungskostenabrechnung betraut, entlastet es sich von den Verwaltungsaufgaben rund um die Forderung. Bei allen Anliegen zum Abrechnungsausgleich ist die ADELTA mit ihrem HinterbliebenenService zuverlässiger und kompetenter Ansprechpartner der Hinterbliebenen.

Bequeme Ratenzahlung

Auch wenn es mal „eng“ wird, werden die Hinterbliebenen nicht alleingelassen. Bequeme Ratenzahlungen mit einer Laufzeit von 3 bis 36 Monaten erleichtern ihnen den Rechnungsausgleich. Die ADELTA ist in allen Fragen rund um die Ratenzahlung Ansprechpartner, sorgt für die schnelle und unbürokratische Abwicklung der Ratenzahlungsvereinbarung zu moderaten Konditionen und überwacht die Eingänge der Raten.

www.hinterbliebenen-service.de

Jetzt mit
Ratenrechner!

Fotobuch Drabek

Fotobuch Nitschke

Bestatter als „Andenkenbewahrer“

Autorin: Ramona Peglow

Bestattungshäuser wie Drabek und Nitschke verstehen sich als Andenkenbewahrer. Mit individuellen Trauerfeiern und Drucksachen, einzigartigen Andenken, persönlichen Gedenkseiten und hochwertigen Fotobüchern erinnern sie auf vielfältigen Wegen an die Verstorbenen.

Familie Drabek und Nitschke haben etwas gemeinsam: Fast all ihre Kunden möchten ein PowerOrdoMAX-Erinnerungsbuch von ihnen haben, bestellen viele Alben nach und zeigen die hochwertigen Bücher gern im Bekanntenkreis herum. Die beiden Bestattungshäuser sind dadurch immer mit ihrem Logo sichtbar und steigern so auch außerhalb der Trauergemeinschaft ihren Bekanntheitsgrad und Sympathiewert. Doch was macht die Erinnerungsbücher der beiden Bestattungshäuser so besonders?

Freuen Sie sich auf wertvolle Einblicke und blättern Sie auch durch unsere Tipps & Tricks für professionelle Fotografie.

Marion und Klaus Drabek
Trauerhilfe Drabek

In 90 Prozent der Trauerfälle werden bei den Drabeks Erinnerungsbücher bestellt

Marion und Klaus Drabek feiern in diesem Jahr ihr 20-jähriges Firmenjubiläum. Mit guter Arbeit, Freundlichkeit und dem Mut, neue Wege zu gehen, konnten sie Trauerhilfe Drabek an drei Standorten in Horn-Bad Meinberg und in Detmold etablieren und wurden sogar mehrfach ausgezeichnet. Mit den PowerOrdoMAX Services hat das Bestattungshaus in der Region für reichlich Aufsehen gesorgt: Mittlerweile schauen laut den Drabeks Jung und Alt eher auf die Sterbeanzeigen im Gedenkportal als auf die Anzeigen in der lokalen Tageszeitung. Und die Resonanz auf das Erinnerungsbuch bezeichnen Marion und Klaus Drabek als „überwältigend“. Liebe Drabeks, was sind Ihre Erfolgstipps zum Erinnerungsbuch?

„Gleich im Erstgespräch bieten wir das Erinnerungsbuch mit an und zeigen dabei auch Beispielbücher. Sehr positiv fällt dabei die hochwertige Verarbeitung auf und dass es keinen störenden Knick in der Mitte gibt. Im Abschlussgespräch überreichen wir das Erinnerungsbuch dann mit der Rechnung. Sobald es die Kunden in den Händen halten, ist das Staunen groß! Wir bieten das Buch im Mini-Format an – damit ist es ein Mitnahmebuch, das in jede Handtasche passt und gern beim Kaffeekränzchen vorgezeigt wird. Unser Tipp: Lasst euch wie wir ein eigenes Erinnerungsbuch-Design von Rapid in eu-

ren Hausfarben und mit Bildern aus eurer Region erstellen! Dieser Heimatbezug – bei uns beispielsweise mit den Externsteinen – und auch das Mini-Format kommen in unserer Region so gut an, dass in 90 Prozent der Trauerfälle bei uns ein Erinnerungsbuch bestellt wird und sich daraus in den meisten Fällen Nachbestellungen ergeben."

Blättern Sie durch das Drabek-Fotobuch!

Nitschkes freuen sich über fast 100 Prozent Fotobuch-Nachbestellungen

1994 übernahm Anne Nitschke zusammen mit ihrem Mann Heinz das Bestattungsinstitut Nitschke im nordrhein-westfälischen Neuenkirchen von ihrer Schwiegermutter. Ihre Tochter Sina war von klein auf mit dabei, absolvierte mit 24 Jahren ihre Prüfung zur Bestattermeisterin und führte PowerOrdo und schließlich PowerOrdoMAX im elterlichen Betrieb ein. Mit Services wie dem Gedenkportal setzten die Nitschkes einen Meilenstein in ihrer Region. Die einfühlsame Art der beiden Frauen und ihre Liebe zum Detail, mit der sie beispielsweise aus Trauerdrucksachen und individuellen Fotobüchern kostbare Erinnerungsschätze entstehen lassen, führt Kunden auch von außerhalb ihres direkten Einzugsgebiets zu ihnen. Liebe Nitschkes, was sind denn Ihre Frauenpower-Tipps für richtig gute Erinnerungsbücher?

„Jedes unserer Erinnerungsbücher ist einzigartig. Wir bilden immer die Kerzentexte von der Gedenkseite ab und greifen auch mal das liebste Hobby in Text und Bild auf. So stammt beispielsweise die Zeichnung in dem Buch, das wir hier zeigen, von der Verstorbenen. Eine Doppelseite zeigt den Himmel am Tag des Abschieds – da sind unsere Kunden jedes Mal ganz gerührt. Den Blumenschmuck stellen wir auf einzelnen Fotos dar und heben dabei die Schleife hervor. Wenn die Urne mit einem Spruch graviert ist, setzen wir ihn im Fotobuch noch mal in Szene. Die Software gibt uns einfach viel Raum, um kreativ zu sein – das macht Spaß! Das erste Erinnerungsbuch überreichen wir im Abschlussgespräch als Geschenk in einer Mappe zusammen mit allen wichtigen Unterlagen. Das Buch wird zu fast 100 Prozent mehrfach von den Familienmitgliedern nachbestellt, es sei denn, die Angehörigen wohnen alle in einem Haushalt. Unsere Erinnerungsbücher werden häufig wieder zur Hand genommen und herumgezeigt – und dabei ist unser Name immer präsent."

Fotos: RapidData

Anne und Sina Nitschke Bestattungsinstitut Heinz Nitschke

www.rapid-data.de

Blättern Sie durch das Nitschke Fotobuch!

Die MMV Gruppe

Partner der ADELTA.FINANZ AG

Die MMV Leasing GmbH mit Hauptsitz in Koblenz ist seit fast 60 Jahren einer der führenden Finanzierungsspezialisten für den gewerblichen Mittelstand in Deutschland.

Die Redaktion der BestattungsWelt im Interview mit Gesprächspartner Christian Birkholz, Unternehmenskundenberater bei der MMV: Er kennt den Leasingmarkt seit Jahrzehnten und ist als Ansprechpartner für ADELTA seit vielen Jahren mit der Bestatterbranche vertraut.

BW: Wann kann Leasing für den Unternehmer ein geeignetes Finanzierungsinstrument sein?
CB: Mit einer Finanzierung seiner Investitionsvorhaben über eine freie Leasinggesellschaft, wie zum Beispiel der MMV, schont der Unternehmer seine Liquidität und die Kreditlinien bei seiner Hausbank.
Da Leasing „bilanzneutral" ist – das heißt: Die Objekte werden nicht beim Leasingnehmer, sondern bei der Leasinggesellschaft bilanziert –, können die Leasingraten voll als Kosten geltend gemacht werden. Daraus lässt sich für Unternehmen mit einer guten Ertragslage und damit zwangsläufig entsprechenden Steuerlast einiges gestalten.

BW: Wann bietet sich Leasing speziell für Betriebe der Bestattungsbranche an?
CB: Zuallererst denkt man da natürlich an Fahrzeuge. Vor allem für Bestattungswagen, die in der Regel mit einem stattlichen Kaufpreis versehen und werthaltig sind, ist Leasing eine interessante Option. Hier bietet sich der klassische Teilamortisationsvertrag ohne Kilometer-Begrenzung an. Über den kalkulierten Restwert lässt sich die monatliche Belastung steuern, und dennoch hat der Bestatter die Möglichkeit, dass Fahrzeug am Laufzeitende zu übernehmen, ohne über Mehrkilometer, Gebrauchsspuren oder Ähnliches diskutieren zu müssen.

BW: Was sind die außergewöhnlichsten Objekte, welche die MMV als langjähriger Kooperationspartner bislang für ADELTA-Mandanten finanziert hat?
CB: Neben den schon genannten Fahrzeugen finanzieren wir natürlich auch regelmäßig spezielle Branchenobjekte wie Sargkühlzellen und entsprechendes Mobiliar, aber auch die IT, Software und Telekommunikationstechnik, ohne die heute in keinem Unternehmen mehr etwas geht.
Die MMV bietet aber auch Lösungen für Objekte wie LED-Beleuchtungen oder Photovoltaikanlagen. Stichwort: Nachhaltigkeit. Auch für diese Investitionen eignen sich Leasing oder auch Mietkauf hervorragend.

BW: Abschließend noch eine Frage zur MMV Leasing: Was zeichnet Ihr Haus besonders aus?
CB: Während sich die meisten Banken immer weiter von ihren Kunden entfernen und für diese kaum noch erreichbar sind, legen wir unverändert größten Wert auf die Nähe und den persönlichen Kontakt zu unseren Partnern. In 13 Niederlassungen bundesweit stehen meine 160 Kolleginnen und Kollegen für persönliche Beratungsgespräche bei unseren Kunden bereit, um dabei maßgeschneiderte Finanzierungslösungen zu entwickeln.
Und, wenn ich noch ein zweites Merkmal nennen darf: Da wir als MMV Gruppe auch Produkte der MMV Bank anbieten können, steht uns und unseren Partnern nicht nur Leasing und Mietkauf, sondern auch die klassische Darlehensfinanzierung und somit die gesamte Palette zur Verfügung.

BW: Wir bedanken uns herzlich für das Gespräch.

www.mmv.de

Ihr MMV Ansprechpartner
Christian Birkholz

Der Trauer eine Chance geben

Text: Britta Schaible

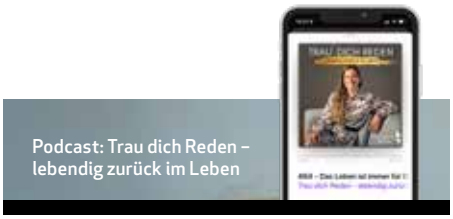
Lebenskraft und Zuversicht zurückgewinnen: Die Expertin Carolin Reimann bietet ihre Begleitung in schwierigen Lebensphasen bundesweit online an.

Vielen Menschen fällt es nicht leicht, ihrer eigenen Trauer den notwendigen Raum zu geben. Sie fühlen sich oft nicht in der Lage, Hilfe durch eine professionelle Begleitung zu suchen. Wenn die emotionale Belastung dauerhaft den Alltag einschränkt und sich außerdem körperliche Beeinträchtigungen einstellen, ist es sehr empfehlenswert, eine entsprechende Unterstützung in Anspruch zu nehmen.
Carolin Reimann sieht sich nicht als klassische Trauerbegleiterin. Es geht ihr viel mehr darum, trauernden Menschen Wege zu zeigen, wie sie in schwierigen Zeiten ihre innere Ruhe, ihr Gleichgewicht und letztlich auch ihr Vertrauen in das Leben wiedergewinnen können. Mit der von ihr entwickelten BALANCE-Methode konnte sie bereits vielen Trauernden helfen. Ihr besonderer Onlineservice ermöglicht es den Hinterbliebenen, die Beratung in ihren eigenen vier Wänden in Anspruch zu nehmen.

Foto: Carolin Reimann

Individuelle Lebenskraftbegleitung
Das Konzept bietet verschiedene digitale Onlineprogramme an mit einem eigens dafür entwickelten Journal/Workbook. Dieses Journal ist ein personalisierbarer und stiller Begleiter über 12 Monate. Einen bleibenden Erinnerungswert an einen liebenswerten Menschen schaffen, in dem auch Jahre später mit Freude an die gemeinsame Zeit erinnert werden kann, ist die Idee. Die täglichen Fragen lassen Raum für aufkommende Gedanken & Gefühle. Darüber hinaus bietet das Workbook verschiedene Übungen – bestehend aus Erinnerungsfragen, Meditationen und Entspannung.

www.traudichreden.de



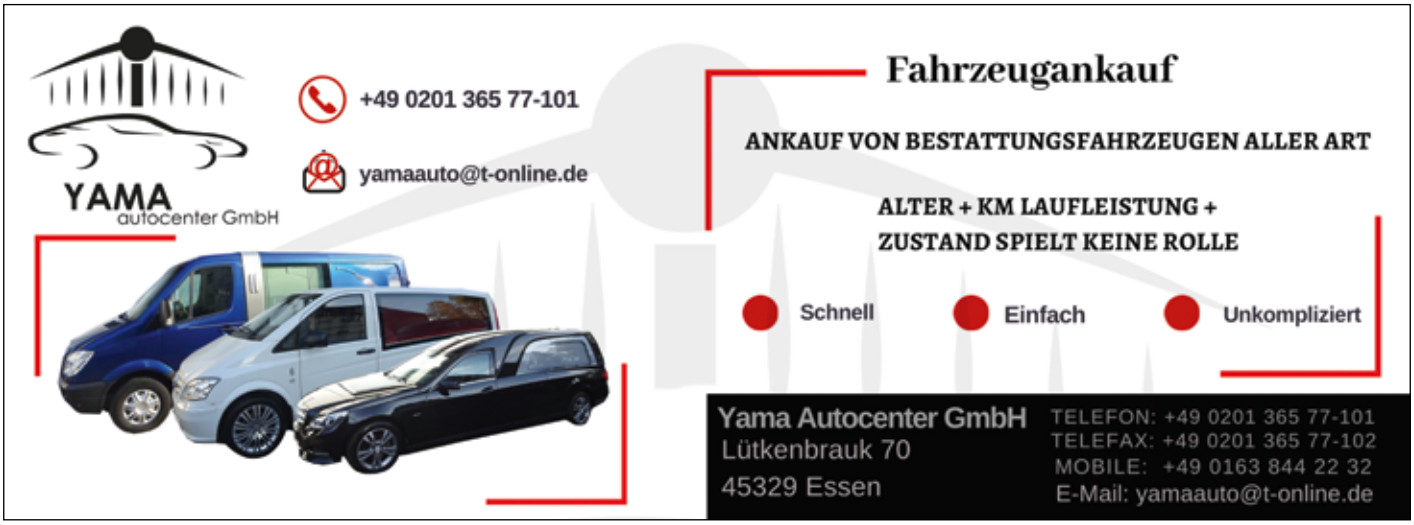


Foto: Jeremy Bezanger/unsplash.com

Social Media und Bestatter? Ja! Es funktioniert!

An Facebook und Instagram denkt ein Bestattungshaus jetzt nicht unbedingt zuerst, wenn es sich mit einer Marketingstrategie beschäftigt. „Das ist ein Fehler!", so Jennifer Gessler, Social-Media-Expertin. Die BestattungsWelt hat sich mit Frau Gessler zum Interview getroffen. Die Bedeutung von Social Media für Ihr Bestattungsunternehmen? Nachfolgend erfahren Sie mehr dazu:

BW: Warum ist Social Media für Bestatter so wichtig?
JG: Für Bestattungshäuser sind Printmedien oft der einzige Weg, Werbung zu machen. Klar, dies ist auch aus der Historie gewachsen. Aber die Auflagen der Zeitungen sinken ständig. Die Wirklichkeit zeigt, dass ich viele Menschen nur noch online erreiche. Und diese Entwicklung wird sich in der Zukunft auch weiterhin verstärken.

BW: Warum sind Bestatter gar nicht oder kaum in den sozialen Medien vertreten?
JG: Das hat sicherlich verschiedene Gründe. Zum einen haben Social Media den Ruf, dass nur „junge" Leute darin aktiv sind. Aber das stimmt nicht. Wenn wir mal schauen, wie lange es jetzt schon die sozialen Medien gibt, so wird klar, dass diejenigen, die mitgewachsen sind, heute Menschen sind, die mitten im Leben stehen. Insbesondere die Altersgruppe der 40- bis 60-Jährigen ist seit den letzten Jahren besonders aktiv. Das wird eindeutig unterschätzt!
Gleichzeitig nehme ich auch wahr, dass gerade Bestattungshäuser Respekt davor haben, sich in den sozialen Medien zu zeigen. Zum einen, weil sie nicht wirklich wissen, wie sie das tun sollen, zum anderen, weil ich oft höre, dass sie Angst davor haben, dass sie einen Imageschaden davon tragen, zum Beispiel durch negative Kommentare oder weil sie etwas „Falsches" posten.

BW: Ist diese Angst begründet?
JG: Absolut gar nicht! Im Gegenteil! Ich sehe, dass die Leute eigentlich eher positiv reagieren, wenn sich ein Bestattungshaus auch durch ein gutes und professionelles Social-Media-Marketing bemerkbar macht. Bestattern ist oft nicht klar, dass es Menschen gibt, die sich sehr wohl dafür interessieren, wie der Alltag „hinter den Kulissen" aussieht. Gepostete Beiträge, die sich mit aktuellen Themen rund um das Leben befassen, wecken Sympathien. Dabei müssen nicht immer Tod, Trauer und Bestattung im Vordergrund stehen. Gleichzeitig werden auf diese Weise alte Vorurteile und Berührungsängste abgebaut. Der Bestatter ist ein Dienstleister, dessen Arbeit für unsere Gesellschaft enorm wichtig ist. Er hat keinen Grund, sich zu verstecken. Übrigens habe ich bisher wenig negatives Feedback zu Social-Media-Auftritten von Bestattern erfahren. Und sollte es dieses doch einmal geben, gibt es zahlreiche Möglichkeiten, damit umzugehen.

BW: Was ist wichtig, wenn sich ein Bestattungsunternehmen entscheidet, hier aktiv zu werden?
JG: Auf jeden Fall der Spaß! Es macht absolut keinen Sinn, dass man es tut, weil man denkt, dass man es tun muss. Das merken potenzielle Kunden sofort und dann wird es nicht nur verkrampft und erfolglos, sondern wird auch für den Bestatter anstrengend, eine quälende Last, die mit Aufwand verbunden ist.
Man sollte wirklich Lust haben, sich mit den Medien und der dazugehörigen Technik auseinandersetzen zu wollen und auch die Chance darin sehen. Wichtig ist in erster Linie: Haben Sie keine Angst, sich zu zeigen.

BW: Was meinen Sie mit „Keine Angst, sich zu zeigen"?
JG: Es heißt: Soziale Medien – und nicht:

die Onlineversion einer Zeitung. Das bedeutet auch, dass ich nicht nur mit meinen potenziellen Kunden interagieren sollte (was übrigens ein absoluter Vorteil dieses Mediums ist), sondern auch, dass ich die Leute mit in meinen Alltag nehme und zeige, wer ich bin und was mich als Person und mein Unternehmen ausmacht. Für Laien ist es oft von außen schwer zu entscheiden, ob die Qualität eines Bestatters passt oder nicht. Der einzige Unterschied ist: Mag ich die Person? Fühle ich mich hier wohl? Würde ich mich gut betreut fühlen?
Und das finde ich persönlich das Beste an den Sozialen Medien: Wo kann ich sonst so einfach mit Leuten in Kontakt treten? Wo kann ich sonst auf diese unaufdringliche Art zeigen, wer ich bin und die Werte und Philosophie meines Unternehmens vertreten?

BW: Welche Lösung bieten Sie an?
JG: Meiner Meinung nach sind auch viele Bestatter nicht in den sozialen Medien vertreten, weil sie denken, dass es nicht „pietätvoll" ist, sich dort zu zeigen. Somit ist es meine Aufgabe zu zeigen, wie man gleichzeitig sehr nahbar wird und dennoch professionelles und pietätvolles Marketing betreibt. Deshalb haben wir Social-Media-Workshops geschaffen, um Bestattern zu zeigen, wie sie Soziale Medien erfolgreich für sich nutzen können – professionell, pietätvoll – und vor allem: Mit so wenig Aufwand wie möglich.
Meiner Erfahrung nach macht es für Bestattungshäuser wenig Sinn, Social-Media-Agenturen zu beauftragen. Dieser persönliche Touch, den wir ja transportieren möchten, geht so verloren. Deshalb bin ich von unseren Workshops, die wir speziell für die Branche ausrichten, überzeugt. An nur einem Tag erstellen wir eine individuelle Strategie mit dem Bestattungshaus und zeigen ihnen alles, was sie brauchen, damit sie selbstständig agieren können. Mein Ziel ist, dass sie nach unserem Workshop sagen können: Ich weiß jetzt, was ich tue!

BW: Wie sieht so ein Workshop aus?
JG: Ich komme für einen Tag in das Bestattungshaus. Ein Onlineworkshop ist alternativ ebenso möglich, dieser kann dann auf zwei Tage verteilt werden. Ich erkläre, wie das Posten funktioniert und welche Inhalte dabei wichtig sind. Selbstverständlich bin ich auch für technische Fragen jederzeit ansprechbar. Das bedeutet, dass dieser Workshop genauso für Anfänger geeignet ist wie für Fortgeschrittene. Wir steigen auf dem Level ein, auf dem sich der Bestatter aktuell befindet. Darüber hinaus zeige ich, wie man zeitsparend arbeitet, damit man eben nicht ständig posten muss. Und ganz wichtig: Wir entwickeln gemeinsam eine individuelle Strategie.

BW: Warum ist es so wichtig als Bestattungshaus, sich jetzt mit dem Thema Social Media zu beschäftigen?
JG: Ganz einfach: Viele Bestattungshäuser haben das Potenzial noch nicht erkannt oder agieren noch nicht professionell. Es kommen aber immer mehr dazu. Es ist wichtig, jetzt einzusteigen, um in seiner Region der „Platzhirsch" zu werden, bevor es ein anderer tut, und mit potenziellen Kunden in Kontakt tritt. Das ist ein Wettlauf mit der Zeit, den man sicherlich ungern verlieren möchte.

Foto: Jennifer Gessler

Als Marketingberaterin und Social-Media-Expertin gibt **Jennifer Gessler** bereits seit 2017 als Selbstständige Workshops für Unternehmen verschiedenster Größen und Branchen. Auch das Workshop-Konzept für Bestatter und Bestatterinnen ist speziell auf die Branche und das jeweilige Unternehmen zugeschnitten.

BW: Vielen Dank, Frau Gessler, für das Gespräch. Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg und viele anregende neue oder aufgearbeitete Social-Media-Auftritte in der Bestattungsbranche!

www.erasmus1248.de
www.bestattertag.de
www.mach-mich-bekannt.de

SEEBESTATTUNG
AB BÜSUM/NORDSEE
Die letzte Ruhe auf See
REEDEREI H.G. RAHDER

Tel. (0 48 34) 93 81 11 · Fischerkai 2 · 25761 Büsum · www.seebestattung-buesum.de · info@seebestattung-buesum.de

Live und in Farbe

Die ADELTA.FINANZ AG auf der BEFA FORUM 2022

Leave Green: Der Sommer kann kommen

Bei Harter Bestattungen in Schiltach wird es noch grüner!

Text: Britta Schaible

Die Bienen tummeln sich im Insektenhotel, die Dachbegrünung sprießt, die Regentonne wird fleißig genutzt und die Bepflanzung der Upcycling-Paletten erfreut nicht nur das Auge:

Michaela und Michael Harter setzen sich mit unermüdlichem Engagement für mehr Nachhaltigkeit im Bestatteralltag ein.
Das umweltbewusste Projekt Leave Green, das von der Agentur Erasmus A. Baumeister entwickelt wurde, wird von der Familie Harter mit viel Liebe zum Detail umgesetzt. Menschen, Tiere und die Natur zeigen sich gleichermaßen begeistert. Die BestattungsWelt begleitet aktuell in jeder Ausgabe die weitere Entwicklung. Informationen zum aktuellen Stand finden Sie unter:
leavegreen.harter-bestattungen.de oder
www.facebook.com/HarterBestattungen

Darum Leave Green

Leave Green ist das Konzept der Zukunft für die Bestattungsbranche von der Agentur Erasmus A. Baumeister – einzigartig und vor allem ganzheitlich gedacht. Dabei geht es nicht nur darum, die Organisation und Durchführung von Beisetzungen ökologisch zu gestalten: Das Ziel ist außerdem, in allen anderen Unternehmensbereichen im Bestattungshaus ebenfalls ein Zeichen für das wichtige Thema Nachhaltigkeit zu setzen. Für weitere Fragen steht Ihnen Frau Kathrin Bischoff-Berger unter der Telefonnummer 0173 - 564 44 92 sowie unter kab@erasmus1248.de zur Verfügung.

www.erasmus1248.de

Ressourcen schonen, nachhaltig handeln: jeden Tag ein bisschen mehr, jeden Tag ein bisschen besser.

Bestattungswagen **WOLF**

VOM BESTATTER
FÜR BESTATTER

SOFORT VERFÜGBARE NEUE VITO BESTATTUNGSWAGEN

Bestattungswagen **WOLF** OHG | Südstraße 5-7 | 57632 Eichen

+49 170 7722320 | info@bestattungswagen-wolf.com | www.bestattungswagen-wolf.com

Ein Symbol der Liebe

Der Erinnerungsdiamant

ALGORDANZA™
SWISS MADE

Aus Asche oder Haaren: seit 2004 bietet Algordanza diese Dienstleistung erfolgreich in über 34 Ländern an.

Gerne beraten wir Sie kostenfrei unter Tel. 00800 7400 5500

2004 EST.
SWISS MADE

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

Wir suchen abgeschriebene Bestattungswagen

Alle Baujahre, auch Diesel und V6/V8
Bei Ankauf – machen wir den Preis
Bei Kommission – bestimmen Sie den Preis
30 Jahre faire Abwicklung gebrauchter BKW

KFZ-Handel R. Stock Wuppertal/Penzlin
Tel. 0171-8005073 | cardepot.stock@gmx.de

Nachfolger gesucht

Etabliertes und alteingesessenes Bestattungsinstitut in Rheinhessen sucht aus Altersgründen einen Nachfolger.

Nähere Angaben unter
Chiffre BW03-22-01

LAVABIS

der Produktkatalog 2022/2023 ist da!
Wir präsentieren Ihnen unser innovatives Sortiment im neuen LAVABIS Produktkatalog
-
Ihr persönliches Exemplar als Nachschlagewerk und der Top-Berater für Sie!

LAVABIS GmbH
www.lavabis.de

BW | BestattungsWelt
Das Fachmagazin 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. 0173-9449522

www.bestattungswelt.com

TERMINE

+++ Aufgrund der aktuellen Corona-Pandemie können wir die nachfolgenden Termine nur unter Vorbehalt veröffentlichen. Bitte informieren Sie sich zum aktuellen Stand der Veranstaltungen über die jeweilige Internetseite. +++

BESTATTERTAG

Jetzt hybrid: Die nachfolgenden Termine sind sowohl als Präsenzveranstaltung als auch als Live-Stream geplant.

29.06.2022 Stuttgart/Ulm
07.09.2022 Dortmund

www.bestattertag.de

FRIEDHOFSVERWALTUNGSTAG

www.friedhofsverwaltungstag.de

INTERNATIONALE MESSEN

28.–30.09.2022
Uitvaart Vakbeurs
Gorinchem, Niederlande
www.uitvaart-vakbeurs.nl

WORKSHOP

Lavabis Bestattungskosmetik
Aktuelle Informationen zu den Workshops finden Sie unter:
www.lavabis.de

NICHT VERGESSEN!

Liebe Bestatter*innen,

endlich ist es da: Das Leichenwagenmuseum in Deutschland hat seine Tore für Sie geöffnet.

Jeden Samstag von 12–16 Uhr in der Osemundstr. 13, 58809 Neuenrade können Sie – bei freiem Eintritt – eine interessante Auswahl von Leichenwagen der letzten sechs Jahrzehnte bewundern. Randolf Stock und sein Team verkaufen auf Wunsch außerdem Ihren Leichenwagen in den Räumlichkeiten vor Ort. Darüber hinaus sind Exponate und Dekorationen zu dem Thema Bestattungsfahrzeuge im Wandel der Zeit immer willkommen.

Bei Fragen rufen Sie gerne Herrn Stock unter *0171-800 50 73* an oder senden Sie eine E-Mail an *cardepot.stock@gmx.de*

www.cardepot-online.de

INSERENTEN

2 **Daxecker Holzindustrie GmbH**
www.daxecker.at
5 **Baumeister&Baumeister**
www.baumeister-baumeister.de
7 **Nano Solutions GmbH**
www.nanogermany.de
9 **Ahorn AG**
www.ahorn-ag.de
11 **Reederei Narg**
www.reederei-narg.de
13 **Seebestattungs-Reederei Albrecht**
www.seebestattung-albrecht.de
15 **Linn Sprachverstärker**
www.linn-sprachverstaerker.com
17 **Reederei Huntemann GmbH**
www.reederei-huntemann.de
19 **Yama Autocenter GmbH**
www.yamaauto.com
21 **Reederei H. G. Rahder GmbH**
www.seebestattung-buesum.de
23 **ikt Lenz GmbH & Co. KG**
www.natururne.de
24 **Bestattungswagen Wolf OHG**
www.bestattungswagen-wolf.com
24 **Algordanza GmbH**
www.algordanza.com
25 **Westhelle Köln GmbH**
www.westhelle-koeln.de
25 **Lavabis GmbH**
www.lavabis.de
26 **Ralf Krings Licht & Leuchter**
www.licht-leuchter.de
27 **Adelta.Finanz AG**
www.adeltafinanz.com
28 **Rapid Data GmbH**
www.rapid-data.de

BEILAGEN

Adelta.Finanz AG
www.adeltafinanz.com

Ratenzahlung von
3 bis 36
Monaten

Jetzt mit
Raten-rechner

HinterbliebenenService
mit Herz und Verstand an Ihrer Seite

Ein Angebot der ADELTA.FINANZ AG

Nehmen Sie direkt mit uns Kontakt auf:
Marc-Chagall-Straße 2 | 40477 Düsseldorf | Tel.: 0211 355 989-0 | info@adeltafinanz.com
www.adeltafinanz.com

ADELTA.FINANZ AG
Vertrauen – Sicherheit – Zuverlässigkeit

„Meine Bestattersoftware ist ein Werkzeug für alles.“

Axel Möller | Bestattungsinstitut Johannes Möller, Schwarzenbek

Jetzt Video ansehen:
Wie Axel Möller seinen Arbeitsalltag effizient organisiert.

QR-Code scannen oder rapid-data.de/axelmoeller besuchen.

powerordoMAX

www.rapid-data.de