BW
BestattungsWelt
Das Fachblatt für die Bestattungsbranche
Ausgabe 05.2014

PLATZ DES GUTEN GESCHMACKS

Was ist ein Sarg? In erster Linie ist er Gradmesser für die Wertschätzung der Hinterbliebenen gegenüber den lieben Verstorbenen. Ein hochwertiger Sarg ist aber auch Ausdruck der Beratungsqualität der Bestatter und eine gute Möglichkeit für Sie, mehr zu verdienen. Hölzer in bester Güte, Sorgfalt in der Verarbeitung, stilvolle Modelle von klassisch bis modern.

Daxecker – Sargkultur aus Oberösterreich.

Daxecker®

Daxecker Holzindustrie GmbH | Hauptstraße 23 | A 4101 Feldkirchen/D. | T +43 7233 6277 0 | www.daxecker.at

Liebe Leserin, lieber Leser,

viele Bestattungsunternehmen scheuen sich noch heute, ihre bisherigen Anzeigenvorlagen zu renovieren. Da wird seit Jahren die Anzeige mit der überdurchschnittlich proportionierten Telefonnummer verwendet, eventuell noch ein Kreuz oder ein Palmwedel dazu, und das Ganze dann möglichst dezent platziert, und zwar in Schwarz-Weiß.

Warum eigentlich? Ein guter Dienstleister darf sein Angebot und sein Leistungsspektrum ruhig interessanter kommunizieren. Ein Familienbetrieb in der Bestattungsbranche, der seit Generationen für die Menschen im Trauerfall da ist, sollte sich genauso positiv darstellen wie ein Familienunternehmen, das seit 1922 namhafte Produkte herstellt.

Dabei spielt es keine Rolle, ob die Firma eher traditionell oder modern ausgerichtet ist, ob es sich um die Neugründung eines Quereinsteigers oder ein familiär geführtes Unternehmen mit langjähriger Geschichte handelt. Werbung soll den (potenziellen) Kunden ansprechen und fordern. Sie soll Neugier wecken. Eine triste Präsenz, die letztlich nur aus einer fett gedruckten Telefonnummer besteht und den Bereitschaftsdienst hervorhebt, hat keine Aussagekraft.

Wichtig ist es, authentisch zu bleiben … und das bedeutet nicht, dass man bei der Werbung bleiben muss, die vielleicht vor der Änderung des Postleitzahlensystems noch funktioniert hat.

Herzlichst

Ihr BestattungsWelt-Team

Nicola Tholen
Projektleitung

Britta Schaible
Redaktion

8
Bilder, die für sich sprechen
Die BestattungsWelt im Gespräch mit dem Fotografen Stephan Pusch

12
Zeigt her eure Urne!
Wie es Ihnen gelingt, einen höherwertigen Sarg zu verkaufen.

20
Was Sie schon immer über Factoring wissen wollten!
Die neue Serie in der BW, Teil 1

BEITRÄGE

3 **Editorial**

6 **Im hohen Norden**
Die BestattungsWelt zu Besuch bei Bestattungen Zobel

8 **Bilder, die für sich sprechen**
Die BestattungsWelt im Gespräch mit dem Fotografen Stephan Pusch

10 **Ein Edelstein als Symbol wider das Vergessen**

12 **Zeigt her eure Urne!**
Wie es Ihnen gelingt, auch zu einer Feuerbestattung einen höherwertigen Sarg zu verkaufen.

15 **Der Bestatter als Chef**
Die Kunst, Mitarbeiter zu führen.

16 **Warum eigentlich?**
Ein Interview mit Erasmus A. Baumeister

18 **Stilvolle Dekorationen mit großer Wirkung**

20 **Was Sie schon immer über Factoring wissen wollten!**
Die neue Serie in der BestattungsWelt, Teil 1

21 **Trauerdruck mit kreativem Anspruch**

23 **Service und Qualität ohne Umschweife**
Die Erweiterung des transparenten Angebots

26 **Termine**

IMPRESSUM

Herausgeber
Verlag BestattungsWelt Ltd.
Friesenwall 19
50672 Köln
Tel. 0221-2779 49 20
Fax 0221-2779 49 50

info@bestattungswelt.com
www.bestattungswelt.com

Chefredaktion und Projektleitung
Britta Schaible
Nicola Tholen

Erscheinungsweise
zweimonatlich

Nächster Anzeigen-/ Redaktionsschluss
20.11.2014

Gestaltung
Florian Rohleder

Copyright
Verlag BestattungsWelt Ltd.

Nachdruck, Vervielfältigung und elektronische Speicherung, auch auszugsweise, sind nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags gestattet.

Für unverlangt eingesendete 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.

Titelfoto
© mtlapcevic/fotolia.com

Es gelten die Mediadaten vom 01.01.2013.

BESTATTERTAG
hören. umsetzen. gewinnen.

„Edelsteine, Glaskörper etc. – Ist das juristisch ok?"

„Asche als Substrat, ja oder nein?"

„DIE ANGEHÖRIGEN WOLLEN DIE URNE MIT NACH HAUSE NEHMEN, KANN ICH DAS MACHEN?"

„Ist die Promession als Bestattungsart erlaubt?"

RECHTLICHE BEDINGUNGEN NEUER
BESTATTUNGSANGEBOTE
Damit Sie wissen, was Sie dürfen.
Ihre rechtliche Sicherheit.

Professor Dr. Dr. Tade Spranger

„DARF ICH DIE URNE ÖFFNEN UND ASCHE IN EIN AMULETT FÜLLEN?"

„KANN ICH EIN PRIVATES KOLUMBARIUM IN MEINEM UNTERNEHMEN BETREIBEN, WENN JA, WIE?"

Termine 2014/2015
14:00 – 18:30 Uhr

Saarbrücken 12. November 2014
Schwerin 26. November 2014
Dortmund 10. Dezember 2014
Jena 17. Dezember 2014
Aschaffenburg 14. Januar 2015
Offenburg 19. Januar 2015
Celle 28. Januar 2015

Weitere Themen des Tages:

Umsatzsteigerung | Kommunikation
Marketing | Architektur | Verwaltung

Der unabhängige Bestattertag ist eine Informationsveranstaltung für Bestattungsunternehmen im deutschsprachigen Raum. Er findet seit 14 Jahren bis zu zwanzig Mal jährlich mit immer wechselnden Themen statt.

Anmeldung + Infos unter: www.bestattertag.de
verbandsunabhängig
Teilnahmegebühr: 20,00 EUR

Im hohen Norden

Die BestattungsWelt zu Besuch bei Bestattungen Zobel

Text: Jutta Riedel

Bereits 1926 wurde das Traditionsunternehmen von Lübbo Gerdes in Norden gegründet – seitdem hat sich nicht nur in der Branche, sondern auch in seinem Bestattungshaus viel getan. Wolfgang Zobel kann nicht nur eine beeindruckende Erfolgsgeschichte erzählen, er blickt auch optimistisch in die Zukunft. Warum das so ist, berichtet er der Bestattungswelt im folgenden Gespräch.

Insa und Wolfgang **Zobel**

BW: Herr Zobel, was macht Ihr Unternehmen aus?
WZ: Wir sind ein gewachsenes Familienunternehmen, meine Frau Insa, unser Sohn Benjamin, insgesamt haben wir fünf sehr motivierte Mitarbeiter. Und natürlich ist die lange Geschichte wichtig. Gerade in ländlichen Regionen ist die Mundpropaganda entscheidend für einen Bestatter. Hier spricht sich alles herum. Wir möchten das Vertrauen der Menschen gewinnen und erhalten, und dafür muss man auch etwas Überzeugendes leisten.

BW: Der Name des Unternehmens hat sich im Laufe der Jahre mehrmals geändert. Geben Sie uns bitte einen kurzen Überblick?
WZ: Ja, gerne. Nach Rudolf Hoffmann folgte mit Heinz Behrendt 1975 der zweite Inhaberwechsel. Das Unternehmen trat von nun an unter dem Namen Bestattungsunternehmen Heinz Behrendt auf. Dieser übergab 2005 aus Altersgründen seinen Betrieb an mich – einen gebürtigen Juister.

BW: Es bestand bereits seit 10 Jahren eine enge Zusammenarbeit bei den Bestattungen auf der Insel Juist, wo Sie bis dahin tätig waren.
WZ: Genau. Auf Juist habe ich als neuen Bestatter Habbo Schwips eingearbeitet, sodass die Verbundenheit fortgesetzt werden konnte. Außerdem besteht eine enge Zusammenarbeit mit dem Bestatter Herrn H. Engelmann von der Insel Norderney. Wir helfen uns immer noch gegenseitig aus, zum Beispiel im Krankheitsfall.

BW: Was ist auf den Inseln das Besondere?
WZ: *(lächelt)* Zum Beispiel, dass die Bestattungen auf Juist immer noch mit Pferdegespann erfolgen. Das ist für einen Großstadtmenschen bestimmt ein ungewöhnlicher Anblick.

BW: Allerdings! In Norden haben Sie viel investiert und verändert. Was war das Wichtigste?
WZ: Um den Ansprüchen an ein modernes Bestattungsinstitut gerecht zu werden, haben wir im Jahr 2008 das Gemeindehaus der Ev.-luth. Kirchengemeinde in Norden am Kampweg gekauft. Nach umfangreichen Umbauarbeiten und Umgestaltungen folgte im November 2009 die Betriebsverlegung.

BW: Welche Räumlichkeiten haben Sie dort?
WZ: Wichtig war uns, dass es helle und freundliche Räume werden. Das ist alles gelungen. Wir schaffen am Kampweg eine Atmosphäre, die den Angehörigen die Situation ein wenig erleichtert. Unser Abschiedsraum wird so gut angenommen, dass wir für die Zukunft einen Anbau planen, um dieses Angebot zu vergrößern.

BW: Wie gewinnen Sie Menschen für sich?
WZ: Alle zwei bis drei Jahre veranstalten wir einen Tag der offenen Tür. Das wird sehr gut angenommen, ich würde das wirklich jedem Kollegen empfehlen. Ein Grund ist sicherlich auch, dass wir das in einer freundlichen Jahreszeit machen, im Mai oder Juni, da fällt der Umgang mit dem schwierigen Thema bestimmt leichter als im tristen November.

BW: Wer kommt an diesen Tagen zu Ihnen? Sind es hauptsächlich Einzelpersonen? Ältere Menschen?
WZ: Es gibt zwar immer noch Berührungsängste, aber es kommen vermehrt kleine Grüppchen zu uns, zum Beispiel Freundinnen, eben nicht nur Familien oder Verwandte, und auch aus unterschiedlichen Altersgruppen.

BW: Über welche Themen sprechen Sie?
WZ: Wir möchten das Thema Sterben alltäglicher machen, denn wir alle sind ja davon betroffen. Insofern leisten wir ein bisschen Aufklärungsarbeit. Und die Bestattungsvorsorge ist in den letzten Jahren wichtiger geworden, da die Krankenkassen ja kein Sterbegeld mehr bezahlen, auch jüngere Menschen interessieren sich jetzt dafür und entscheiden sich nach einem Gespräch häufig, auf diese Weise Verantwortung für ihre Familie zu übernehmen.

BW: Welche Bestattungsmöglichkeiten werden in Ihrer Region angeboten?
WZ: Auch da ändert sich viel, das bewerte ich positiv. Die Friedhöfe werden umgestaltet, Gräber umgewidmet, es gibt inzwischen schöne Urnengemeinschaftsgräber mit Gedenksteinen als Alternative zu anonymen Grabstellen, aber auch neue Baum- und Obstwiesengräber. Auch Seebestattungen werden jetzt häufiger gewählt.

BW: Sprechen wir über die Zukunft. Wie wird es mit Ihrem Unternehmen weitergehen?
WZ: Wir freuen uns besonders, dass unser 25-jähriger Sohn die Ausbildung zur Bestattungsfachkraft erfolgreich abgeschlossen hat und den Familienbetrieb später weiterführen wird – das ist ein sehr schönes Gefühl.

BW: Das freut uns für Sie! Haben wir noch etwas vergessen?
WZ: Unser neues Bestattungsfahrzeug, eine E-Klasse, trägt auch zur positiven Wahrnehmung des Unternehmens bei, das spüren wir, wenn wir unterwegs sind …

BW: Das bedeutet, dass Sie in den letzten Jahren viel riskieren und investieren mussten.
WZ: Was ohne die ADELTA Bestattungs-Finanz nicht möglich gewesen wäre. Ich hatte in den ersten Geschäftsjahren immer wieder Kunden, die nicht bezahlen konnten, obwohl ich bereits für sie gearbeitet hatte. Ich habe noch einen Ausstand von einigen Tausend Euro, der sich über Jahre hinzieht …!

BW: Diese Unsicherheit fällt jetzt weg?
WZ: Ja, da die ADELTA sich um alles kümmert. Das ist eine große Entlastung. Ich begegne den Menschen unvoreingenommen. Ich weiß zum Beispiel in der Regel nicht, ob ein Kunde Schwierigkeiten mit der Finanzierung hat, und behandle ihn deshalb auch nicht anders.

Wolfgang Zobel hat sich vor vier Jahren für die Premiumdienstleistung des Marktführers ADELTA BestattungsFinanz entschieden. Seitdem hat er wieder finanziellen Spielraum – und den Rücken frei für seine eigentliche Arbeit und den Blick in die Zukunft. Deshalb empfiehlt er die ADELTA seinen Kollegen gerne und aus Überzeugung.

www.bestattungen-zobel.de

Bilder, die für sich sprechen

Die BestattungsWelt im Gespräch mit dem Fotografen Stephan Pusch

Text: Britta Schaible
Fotos: Stephan Pusch

Für den Künstler Stephan Pusch gehört die Bestatterfotografie zu den Schwerpunkten innerhalb seines Portfolios. Er ist bundesweit unterwegs, um mittels seiner Fotos zu kommunizieren, dass ein Bestattungsunternehmen ein modernes Dienstleistungsunternehmen ist: ein Unternehmen, das von Menschen geführt wird, die den Menschen im Trauerfall mit einem großen Angebot zur Seite stehen.

„Mein Anliegen ist es, durch meine Fotos die Berührungsängste gegenüber der Branche seitens der Bevölkerung, die leider noch existieren, abzubauen. Früher musste man den Bestatter noch überwiegend in dunklen und bedrückend gestalteten Räumen aufsuchen … Das hilft den Hinterbliebenen nicht, gerade in einer Zeit, in der sie aufgrund eines Sterbefalls schwer belastet sind. Umso erfreulicher ist die Feststellung, dass ein Umdenken stattfindet. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass sich der Bestatter heute im Allgemeinen gerne ganz anders präsentiert."

Moderne und freundlich gestaltete Räumlichkeiten sind für das Bestattungsunternehmen wichtig, damit sich die Kunden dort wohlfühlen. Stephan Pusch fängt diese Stimmung mit seinen Fotos ein und transportiert sie weiter. Durch seine Tätigkeit haben sich auch bei ihm Hemmschwellen abgebaut und alte Bilder, Vorstellungen und Klischees konnten beseitigt werden.

Seine Fotos finden Verwendung in besonders ansprechend gestalteten Imagebroschüren, Flyern, Anzeigen, PR-Artikeln und auf den Internetseiten der Bestattungsunternehmen. Stephan Pusch konnte in den letzten Jahren nicht nur viele Situationen mit seinen Bildern einfangen. Durch die Fotografie entsteht auch eine besondere Nähe zum Kunden, die sich außerhalb der Linse abspielt. Und da erfährt er vieles, auch zwischen den Zeilen. „Die Bestatter von heute haben verstanden, dass man sich zeitgemäß präsentieren muss. Aber das Wichtigste ist es, authentisch zu sein."

> „Fotos müssen die Persönlichkeit und die Menschlichkeit der Bestatter zum Ausdruck bringen.

Stephan **Pusch**

Für den Fotografen ist es ein besonderes Anliegen, die Persönlichkeit und die Menschlichkeit des Bestatters/der Bestatter/in zum Ausdruck zu bringen. Darüber hinaus sollen die Bilder aber auch das gesamte Umfeld zeigen: Außenansichten, Innenansichten, die verschiedenen Mitarbeiter, Friedhöfe und Kirchen vor Ort und auch die Region mit ihren Sehenswürdigkeiten, in der sich das Unternehmen befindet.

„Durch meine Fotos möchte ich dazu beitragen, dass sich auch die Menschen, die gerade nicht von einem Trauerfall betroffen sind, für das Unternehmen interessieren. Sie sind die potenziellen Kunden von morgen und werden später froh sein, eine gute und verlässliche Adresse zu kennen, die ihnen in einer extrem schwierigen Zeit Unterstützung und Hilfe bietet." Bilder, die den/die Bestatter/in mit Familie zeigen, in der Freizeit oder auch mit Hund, Katze oder Aquarium, wecken Sympathie. So können langsam, aber sicher alte und verworrene Bilder in den Köpfen der Menschen zu Grabe getragen werden.

www.stephanpusch.com

Fotos: Mevisto GmbH

Warum der Name MEVISTO?
Metamorphose: Verwandlung, Umformung
visto: sichtbar machen

Warum der Pudel im Logo?
Aus Haaren des Pudels wurden die ersten Saphire und Rubine hergestellt.

Ein Edelstein als Symbol wider das Vergessen

Text: Mevisto GmbH

Einzigartige Erinnerungen an geliebte Menschen in einzigartiger Form: Seit mehr als zwei Jahren bietet Mevisto aus Österreich Bestattungsunternehmen und deren Kunden diese besonderen Edelsteine der Erinnerung an.

Es handelt sich dabei um Saphire und Rubine, die aus der Asche von Verstorbenen gefertigt werden. Genauer gesagt mit daraus extrahierten Oxiden. Die Nachfrage nach diesen sehr persönlichen Erinnerungssteinen ist in Deutschland stark gestiegen. Was durch immer mehr Bestellungen bei den Bestattungsunternehmen belegt wird. Diese Form der Erinnerung bietet Hinterbliebenen einen zusätzlichen Vorteil: Wer die Verstorbenen erdbestatten möchte, kann das weiterhin tun. Die Edelsteine können nämlich auch aus deren Haaren bzw. daraus gewonnenen Elementen hergestellt werden.

Anfänglich herrschte noch starke Skepsis unter den deutschen Bestattungsunternehmen. Sicherlich auch ob der rechtlichen Gegebenheiten. Vor allem jedoch aufgrund der Unsicherheit, ob die gefertigten Saphire und Rubine tatsächlich Teile der Asche von Verstorbenen enthalten. Dass dem so ist, kann das Unternehmen mithilfe seines eigenen hierfür entwickelten Verfahrens wissenschaftlich nachweisen. Sichergestellt wird dies durch Bestätigung seitens unabhängiger und angesehener Prüfungsinstitute, was bisher noch keinem anderen Anbieter in dieser Art und Weise gelungen und somit weltweit einzigartig ist.

Dieser Umstand und der starke Wunsch betroffener Hinterbliebener nach einer besonderen Erinnerung an geliebte Menschen hat die gesteigerte Nachfrage sicher beeinflusst. Sie können Verstorbene dadurch zu Hause haben oder sogar ständig bei sich tragen, z. B. in einen Ring gefasst. Die leistbaren Preise und die angebotene Vielfalt der Edelsteine dürften weitere Gründe sein.

DAS VERFAHREN IM DETAIL:

- *Auslieferung der Urne an den Hersteller*
- *Analyse und Aufbereitung der Asche*
- *Extrahierung der erforderlichen Elemente*
- *Wachstum des Rohkristalls Veredelung des Generationensteins durch hochwertigen Handschliff*
- *Übergabe des persönlichen und einzigartigen Edelsteins und der Urne inklusive Zertifikat*

Das wissenschaftlich anerkannte Herstellungsverfahren ermöglicht ein stabiles Wachsen des Edelsteins. Die komplette Fertigstellung und Übergabe des Generationensteins an die Hinterbliebenen erfolgt innerhalb von 30 Tagen.

Die Zahl der Bestattungsunternehmen, die mittlerweile die Erinnerungssteine von Mevisto aktiv anbieten, hat sich im ersten Halbjahr 2014 in Deutschland mehr als verdreifacht. Bis Ende des Jahres rechnet das Unternehmen im Vergleich zu 2013 mit vier bis fünf Mal so viel neuen Kooperationspartnern.

Auch den Wunsch nach einem einzigartigen Träger der individuellen Saphire und Rubine wird das Unternehmen bald vielen Interessenten erfüllen. Die Entwicklung einer eigenen und damit personalisierten Schmuckkollektion wurde gestartet. Die Einführung ist für das Frühjahr 2015 geplant. Dabei können Sie sich darauf verlassen, dass die hohe Qualität der Edelsteine ebenso für den Schmuck beibehalten wird. Angeboten wird die Kollektion in den unterschiedlichsten Designs und Preisbereichen.

Damit sich möglichst viele potenzielle Kunden den Wunsch nach einem solch besonderen „Erinnerungsträger“ erfüllen können.

Da es sich bei Mevisto um ein sehr innovatives Unternehmen handelt, dürfen Partner und Kunden damit rechnen, in den nächsten Jahren noch von vielen weiteren Neuerungen und Entwicklungen im Bereich der persönlichen und einzigartigen Erinnerungen zu lesen und hören.

www.mevisto.eu

NEU
Jetzt auch aus ACRYL, z. B. weiß, satiniert, farbig oder verschiedene Dekore!

Westhelle Köln GmbH
Bestattungsbedarf · Särge · Dekorationen

Stelen-Schachtelsystem BABUSCHKA © Das System ist gesetzlich geschützt.

• formschön, modern, leicht, praktisch und vielseitig in seinen Möglichkeiten • erhältlich in allen RAL-Farben, verschiedenen Dekoren und Echtholz-Furnieren • ideal für den einfachen, leichten und schnellen Transport und Aufbau (Einzelteile zwischen 1,9 und 7 kg) • 5-teilig und ineinander schachtelbar • verschiedene Aufsätze wie Windlicht, Rednerpult-Aufsatz und/ oder runde Platte.

www.westhelle-koeln.de • Tel.: 02 21 - 39 57 16

Zeigt her eure Urne!

Wie es Ihnen gelingt, auch zu einer Feuerbestattung einen höherwertigen Sarg zu verkaufen

Text & Grafik: Dipl.-Ing. Arch. Karsten Schröder

Sollte eine Sargausstellung zu Ihrem Unternehmen gehören und sollten sich darin Urnen befinden, rücken Sie diese jetzt ins Licht. Die Urne begnügt sich immer seltener mit einer Nebenrolle. Überdenken Sie die Anzahl Ihrer Sargmodelle, streichen Sie den hippen Eyecatcher, zeigen Sie nicht unbedingt jedes Holz und geben Sie dafür der Urne einen Platz neben dem Sarg. Im besten Fall eine Urne mit Geschichte.

Es gibt sie ja, die Urne mit Geschichte. Die Urne mit selbst gemaltem Bild von der Enkelin um den Bauch, einer Flaschenpost am Deckel, besprüht mit dem Hobby des Verstorbenen oder kalligrafiert mit seinem Lieblingssatz. Selbstverständlich dem Zeitgeist dienend, mit ökologischer Verträglichkeit, geschlossenem Co_2-Kreislauf und im Einklang mit der Natur. Ihre Kunden sind sicherlich bereit, für eine letzte persönliche Geste etwas mehr Geld auszugeben, aber darauf gebracht werden müssen sie in Ihren Räumen!
Zeigen Sie Ihrem Kunden, dass es mittlerweile mehr gibt als die Urne mit der formalen Erotik eines Eiskratzers. Machen Sie Ihren Lieferanten Dampf! Lassen Sie zum „Was?!" auch das „Wie?!" liefern. Wie präsentiere ich dieses Modell in meinem Ausstellungsraum? Eine Urne lässt sich extrem kunstvoll inszenieren. Mit Acrylsäulen, Röhrenvasen, Kerzen, Gräsern oder eingesetzt in amorphe, blütenbesetzte Formen. Schon auf dem Weg in Ihre Ausstellung zeigen Sie Ihrem Kunden auf großformatigen Fotografien, was Ihre Floristen können und wie feierlich diese Kunstwerke in Ihrer Gemeindekapelle oder Ihren Abschiedsräumen wirken.
Nehmen Sie sich für eine Umgestaltung nachfolgende Punkte zu Herzen. Inszenieren Sie dabei die Urne als Solitär oder einigen Sargmodellen direkt zugeordnet. Führen Sie mit dieser neuen Gliederung Ihren Besucher und geben Sie ihm Entscheidungssicherheit. Lassen Sie die Produktauswahl nicht zur Qual werden, sondern zeigen Sie auch hier: gelebte Empathie.

Punkt 1 Die Gliederung

Die Särge nur in größter Not dreifach gestapelt. Wenn, dann treppenförmig ansteigend und leicht nach vorne geneigt. Eine dreifache Stapelung macht eine lichte Raumhöhe von 3,0 m zwingend erforderlich. Sonst wird der Gang durch Ihre Ausstellung zur Mutprobe. Wir sehen nur alle 15 Jahre einen Sarg und wollen nicht erschlagen werden von 30 schweren Truhen in unterbelichteten Räumen. Bilden Sie nach Möglichkeit ein kleines Zentrum, das Sie mit Ihren Kunden direkt nach dem Eintritt ansteuern können. Einen Ort zum Luftholen und Festhalten. Dies könnte ein Stehtisch sein, darauf kleine Wasserflaschen und einige Gläser, dazu Ihr Hauskatalog oder ein Notizblock. Hier beginnt die Führung und hier wird am Ende die Entscheidung getroffen.
Alle Särge stehen einzeln, 7 Grad geneigt, auf unsichtbaren Katafalken und zeigen mit dem Fußende in Richtung dieses Zentrums. Die kleinen Freiräume des entstehenden Fächers nutzt der Berater, um die Kunden an das Fußende zu ziehen und den Kontakt mit dem Produkt herzustellen. Dazu dient auch der galante Preisaufsteller, der seitlich neben dem Sarg steht. Dieser trägt in 1,1 Meter Höhe das A6 große Preisschild, versehen mit Ihrem Logo, einem Modellnamen mit regionalem Bezug und dem Preis inkl. Mehrwertsteuer.
An erster Position dieses Sargfächers platzieren Sie den „Anker", ein Modell aus dem oberen Preissegment, darauf folgen vier Ihrer ganz persönlichen Lieblingsmodelle und ein ausgeschlagener Sarg. Zwei Senkrechtständer links und rechts hinter diesem Fächer präsentieren evtl. die Messeneuheit und den Ladenhüter. Am Ende der Ausstellung, in diesem Fall auch gerne zweifach gestapelt, zwei von den günstigsten Modellen, die „Sozial-" und „Fürsorgesärge".
Für diese zehn Särge, 25 inszenierte Urnen auf einzelnen Galeriesockeln und Wandkonsolen, den Garnituren und einer kleinen Vitrine bieten Sie Ihrem Kunden einen Raum von 40 m². Das wird Ihnen unter Umständen etwas luftig vorkommen, aber versuchen Sie diesen Raum mit den Augen Ihrer Kunden zu sehen und bringen Sie eine Reihung in Ihre Ausstellung!

Punkt 2 Die Gruppierung

Ich glaube an das Ensemble! Ich glaube an die gemeinsame Präsentation von Sarg und Urne. Nicht in jeder Region und nicht mit jedem Sarg, aber es gelingt sicherlich mit einigen wenigen Modellen. Lassen Sie mich meine Vision erläutern: Ihr Kunde hat sich im Beratungsgespräch für das Trauerpapier mit weißer Calla entschieden, und auf dem Weg in die Ausstellung fällt sein Blick unweigerlich auf eine Fotografie, die einen weißen Calla-Bogen über einem aufgebahrten Sarg in Ihrer Feierhalle zeigt. Nach Eintritt in den Ausstellungsraum steuert Ihr Kunde zielgerichtet auf das Zentrum zu und betrachtet in Ihrem Sargfächer ein Ensemble aus Sarg, mit Calla-Intarsie auf dem Deckelbrett, und einer punktuell beleuchteten Urne mit Calla-Blüte in Airbrush-Technik. Diese mit Gräsern umspielte Urne ist am Kopfende des Sarges platziert und steht auf einem 1,0 m hohen Galeriesockel, versehen mit Ihrem Firmenlogo in Graustufe. Vor dieser Urne wird die Alternative inszeniert. Eine zum Sargholz passende Urne auf einem 0,7 m hohen Sockel, dekoriert auf einer größeren Glasplatte mit kleinen, schmalen Röhrenvasen und einzelnen Gräsern. Hinter Sarg und Urne erkennt Ihr Kunde dann eine Garnitur, fixiert mit Nadeln auf einer gerahmten Trägerplatte mit feinem Calla-Ornament.
Jetzt heißt es für den Kunden nicht mehr: Körperform oder Truhe? Griffe oder Stange? Sondern: Lilie oder Rose? Lebensfluss oder Weidenbaum? Sich bei der Auswahl von Vorlieben leiten zu lassen, fällt leichter als von konstruktiven Sachverhalten. Dank dieser Vorliebe konnte zügig eine Entscheidung getroffen werden und Ihr Kunde darf „raus aus diesem Raum!". Jetzt, erleichtert und gut beraten, zeigen Sie ihm Ihre Abschiedsräume, von denen er auf den Wandbildern ja schon einen kleinen Eindruck bekommen hat.

Punkt 3 Die Raumgestaltung

Hauptdarsteller sind Ihre Produkte. Lenken Sie nicht davon ab, auch wenn noch viele Buchsbäume und Kunstblumen in Ihrem Deko-Lager stehen. In den allermeisten Fällen überfordern sie den Raum und verstellen den Blick für das Wesentliche. Probieren Sie einmal den „unverstellten Blick" und fragen Sie Ihre Berater, was Sie davon halten. Gleichgültig, welche Unternehmensfarbe Sie über Ihre Fassade und Korrespondenzmittel transportieren, für die Wandflächen in Ihrer Ausstellung empfehle ich einen hellgelben Farbton. Sie planen, gemeinsam mit Ihrem Kunden, eine individuelle und würdevolle Abschiednahme und sollten versuchen, seine kreative Mitarbeit etwas anzuregen. Ein Gelb kann das. Ihr Bodenbelag drängt sich nicht auf, orientiert sich farblich an der Ware und glänzt ausschließlich durch seine guten Trittschallwerte. Einzelspots mit kardanischer Lagerung, blendfrei ausgerichtet und mit schmalem Lichtkegel beleben Ware und Wandbilder und ergänzen punktuell das allgemeine Raumlicht. Vermitteln Sie selbstbewusst, in welchem Ausstellungsraum sich der Kunde gerade befindet. Nach vertrauensvoller und professioneller Beratung in einem wertigen Ambiente steht Ihr Firmenname direkt neben dem Preis und Ihr Logo strahlt von den Wänden.
Nach konsequenter Umsetzung dieser Punkte bleibt nicht viel für individuelle Gestaltung und persönlichen Geschmack. Nicht im Ausstellungsraum. Hier konfrontiert sich Herz und Auge mit einem Produkt, nach dem sich Ihr Kunde so wenig sehnt wie nach keinem zweiten. Warme Farbtöne, stimmungsvolles Licht und die Sprache der Blumen, gepaart mit einer sachlichen Produktpräsentation, scheint mir im Ausstellungsraum der respektvollste Umgang mit den Gefühlen Ihrer Kunden zu sein.
Und der höherwertige Sarg zur Urne? Der Kunde ist König und soll es auch bleiben. Selbstverständlich hat er das Recht auf seinen „Brenner", aber Sie dürfen diesen günstigsten aller Särge in ein Ensemble einbinden oder ihn am Ende eines schönen Weges zeigen.

www.2plus-konzeptionen.de

Der Bestatter als Chef

Die Kunst, Mitarbeiter zu führen.

„Sucht man in der Literatur nach einer Definition des Begriffes ‚Führung', so findet man in der Regel eher einseitige Sichtweisen, was die Beeinflussungsrichtung angeht. Es wird davon ausgegangen, dass ausschließlich die Führungskraft die ihr unterstellten Mitarbeiter in ihrem Handeln beeinflusst. Dass jedoch Führung auch immer einen wechselseitigen Prozess zwischen der Führungsperson und dem ‚Geführten' beinhaltet, wird in vielen Begriffsabgrenzungen nicht berücksichtigt", schreibt Stephanie Weber in ihrem Buch „Führung von unten".

Foto: Die Bestatter-Akademie

Frank-Eric Müller Inhaber der Bestatter-Akademie

Der Internetsprachübersetzer „langalot" übersetzt „Führung" z. B. mit: „Führung ist der Versuch, steuernd und richtungsweisend auf das Verhalten von sich selbst und von anderen Menschen einzuwirken, um Ziele zu erreichen."
Häufig wird „Führung" verbunden mit: Ausübung von Autorität, Macht und Herrschaft, Orientierungshilfe, Erbringung von Koordinierungs-, Regel- und Steuerungsleistungen, Kontrolle oder der Übernahme von Verantwortungs- sowie Repräsentationspflichten.
Viele Unternehmen orientieren sich jedoch mit ihrem Führungsverständnis an einer Definition des Schweizer Dozenten Prof. Dr. Rolf Wunderer, Institut für Führung und Personalmanagement der Universität St. Gallen: „Führung wird verstanden als ziel- und ergebnisorientierte, aktivierende und wechselseitige, soziale Beeinflussung zur Erfüllung gemeinsamer Aufgaben in und mit einer strukturierten Arbeitssituation. Mitarbeiterführung gestaltet die Einflussbeziehungen in führungsorganisatorisch differenzierten Rollen im Rahmen von Arbeitsverträgen."
Stephanie Weber legt in der o. g. Definition Wunderers von Führung einen Akzent auf das Stichwort „wechselseitige" und führt aus: „Auch die hierarchisch unterstellte Person kann demzufolge mit Hilfe ihres Verhaltens durchaus in verschiedenen Situationen Einfluss auf ihren Chef ausüben. Diese Möglichkeit resultiert aus der Tatsache heraus, dass bei menschlichen Beziehungen jedweder Art ein gewisses Verhalten in der Regel eine bestimmte Reaktion hervorruft. So besteht für den ‚Geführten' ein gewisser Handlungsspielraum, wie er sich seinem Chef gegenüber verhält. Er hat zum Beispiel die Möglichkeit, nüchtern anhand von Fakten von einer Idee zu überzeugen, oder er versucht zunächst ein persönlicheres Verhältnis zu seinem Vorgesetzten aufzubauen. Die Auswahl bzw. der gezielte Einsatz der Beeinflussungsmethoden ist natürlich in Abhängigkeit von der jeweiligen Situation sowie von der Persönlichkeit und dem Führungsstil des Chefs zu treffen."
Mit anderen Worten: Mein Verhalten hat u. a. Auswirkungen auf die Führung.
In der Tat, die gängigen Überlegungen zum Thema Führung in der Literatur zentrieren sich auf das Wie. Wer eine „Wahnsinnskarriere" anstrebt und dazu „Die 30 Erfolgsgeheimnisse der Führungselite" lüften oder „Die Kunst der Motivation" erlernen will, wird rasch fündig. An Ratgebern für den Weg nach oben mangelt es wahrlich nicht.
Daneben gibt es aber auch noch die Frage nach dem Wer. Wer ist der, der führt? Führung hat neben den erlernten Führungsinstrumenten auch etwas mit dem eigenen Selbst und der eigenen Persönlichkeit zu tun. Wie jemand mit sich selbst und anderen umgeht, hängt u. a. auch von der eigenen Biografie, dem Persönlichkeitsmodell oder dem Menschenbild ab – und den Taten.
Gerald Huesch – Chairman & CEO der Global Leadership School – resümiert: „Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die Tatsache, dass die Führungskraft das Klima der Organisation und somit das Unternehmensergebnis als Ganzes beträchtlich beeinflussen kann, von großer Bedeutung ist. Unterschiedliche Führungsstile haben differierende Wirkungen, die direkt die Mitarbeiter in der Organisation betreffen und somit den unternehmerischen Misserfolg oder Erfolg beeinflussen. Dass die Führungskraft eine außergewöhnliche Wirkkraft auf die einzelnen Mitarbeiter, auf Gruppen und das ganze Unternehmen haben kann, ist hinreichend bekannt. Doch wie bei geschäftlichen Erfolgen gehen diese meist nur aus Taten hervor. Nun müssen Führungskräfte die Lücke zwischen Wort und Tat schließen, wenn sie wirklich Leader werden wollen. An Wissen und Können fehlt es in der Geschäftswelt nicht."
Dem „Erfolg-ist-machbar"-Trend hält zurzeit der Philosoph Ferdinand Rohrhirsch, Privatdozent an der Katholischen Universität Eichstätt, entgegen: „Führung kann man nicht lernen." In seinen Ausführungen zum Thema legt Rohrhirsch dar, dass Führungswerkzeuge zwar wichtig, aber nicht das Erfolgsgeheimnis schlechthin sind: „Nicht das Werkzeug macht den Meister zum Meister, sondern die Erfahrung im Umgang damit."
Also: Zur Führungskraft werde ich, wenn ich Führung ausübe, lerne, mich weiterentwickle und meine angelegten Potenziale ausbaue. Das gilt auch für die Führung von Projekten und das Führen von Teams und Beratungen durch Moderation. Allerdings – so Rohrhirsch – gehört dazu auch die Fähigkeit, „sich selbst zu erkennen und anzunehmen in der ganzen Brüchigkeit und Vergänglichkeit der eigenen Existenz". Klingt hochphilosophisch, könnte aber ein Aspekt sein, der in der eigenen Führungsentwicklung eine Rolle spielen könnte.

> „Sämtliche Mitarbeiter tragen auf ihre Art zum Erfolg der Firma bei und sind damit gleichermaßen wichtig.

Wir wissen: Sämtliche Mitarbeiter – vom Chef bis zur Schreibkraft – tragen auf ihre Art zum Erfolg der Firma bei und sind damit gleichermaßen wichtig. Freilich hat nicht jeder dieselben Fähigkeiten. Wer von seinen Mitarbeitern hohen Einsatz erwartet, sollte sie in ihrer Begrenztheit ernst nehmen und gezielt ihre Stärken fördern, statt sie allgemeinen Leistungszielen zu unterwerfen. Die Mitarbeiter als Person zu achten – das klingt so trivial und ist doch ungeheuer schwierig.
Ein Kriterium zur Ausgestaltung einer „guten Führungskraft" ist die Arbeit an der eigenen Person. Das ist ein lebenslanges und mühevolles Unterfangen. Helfen kann dabei ein Coach, der aber nicht jene klassisch-neutrale Haltung einnimmt, sondern den Chef oder die Chefin in seinem und ihrem permanenten Sinn- und Wertekonflikt mit anderen Werten und Ansichten konfrontiert und dabei als Coach über hohe Lebenserfahrung und tiefe Einsichten in die Lebenszusammenhänge verfügt.

Laut Umfragen in einigen Großbetrieben möchten Mitarbeiter einen Chef/eine Chefin haben, ...
... der/die keine Angst hat. Weder vor dem Chef noch vor den Mitarbeitern. Weder vor einer schwierigen Aufgabe noch vor möglichen Fehlschlägen.
... der/die bereit ist, letzte Entscheidungen selbst zu verantworten und sie auch durchzusetzen.
... der/die den Belastungen standhält. Der/die kritisch und dennoch kommunikativ ist.
... der ihnen auch einmal die Meinung sagt, wenn es nötig ist und dabei nie die Selbstbeherrschung verliert.
... der/die sachlich gut Bescheid weiß, aber auch zugibt, dass er/sie nicht alles wissen kann.
... der/die zuverlässig ist und bei dem/der man weiß, woran man ist.
... der/die ihnen aufmerksam zuhört, wenn sie mit ihm/ihr sprechen.
... der/die für die Mitarbeiter eintritt, wenn er/sie der Überzeugung ist, dass sie im Recht sind.
... auf den/die man stolz sein kann.
Diese Auflistung macht wohl noch einmal deutlich, dass Führung nach Persönlichkeit verlangt. Führung ist mehr als nur angelerntes Wissen oder der korrekte Umgang mit Führungswerkzeugen. Sie muss getragen sein von dem Menschen, der sie lebt.
Die Bestatter-Akademie setzt mit den Seminaren und Themen genau hier an: Neben der Wissensvermittlung soll die Persönlichkeit des Menschen gefördert werden.

Die Bestatter-Akademie ist umgezogen. Wir „sitzen" jetzt in Hamburg. Neu ist auch unsere Website – schauen Sie doch mal vorbei. Neu ist auch unser zweiter PowerPoint-Vortrag für Bestattungsunternehmen zum Thema „Bestattungsvorsorge". Neu sind auch einige Seminarthemen. www.bestatter-akademie.de – Erfolg lernen

Warum eigentlich?

Ein Interview mit Erasmus A. Baumeister

Text: Victor Rossi

Foto: Erasmus A. Baumeister

Victor Rossi: Hallo Herr Baumeister, Sie haben einen interessanten, seltenen und schönen Vornamen, darf ich „Du" sagen?
Baumeister: Nein.

VR: Sie schreiben seit Jahren für jede Ausgabe der Bestattungswelt einen umfangreichen Artikel. Viele Ihrer Aussagen sind sehr direkt und entlarvend. Soll das provozieren?
EAB: Ich möchte meine Erfahrungen in der Bestattungsbranche, die ich seit fast 18 Jahren mit all ihren Gewerken bestens kenne, mit den Lesern teilen und so die Entwicklung in diesem Bereich beschleunigen.

VR: Ihr Schreibstil ist sehr unterhaltsam, manchmal aber auch ironisch, polemisch und zynisch. Warum?
EAB: Ich werde niemals jemanden bloßstellen oder beleidigen. Ich schildere wahre Erlebnisse (darauf lege ich Wert), ändere Namen und Schauplätze, um an aktuellen, positiven und auch negativen Beispielen den Handlungsbedarf darzustellen, Ideen zu präsentieren und Erfahrungen zu transportieren.

VR: Und Ihr Stil soll unterhalten?
EAB: Präzise Analysen und Erlebnisse aus der direkten Praxis vor Ort müssen nicht ausschließlich wissenschaftlich formuliert sein oder ein künstliches Amtsdeutsch wiederholen, sondern sollen lesbar sein, im Alltag helfen und natürlich auch unterhalten.

VR: Sie sind seit vielen Jahren der Marketingexperte für die Bestattungsbranche. Was ist Ihr Ziel?
EAB: Ich arbeite mit meiner Agentur für Bestatter, Friedhofsgärtner, Steinmetze, Friedhofsverwaltungen und Zulieferer. Ich arbeite für Ein-Mann-Unternehmen, ich arbeite für Unternehmen mit sehr vielen Mitarbeitern und Standorten im ganzen deutschsprachigen Raum. Ich möchte die Branche nicht revolutionieren, sondern weiterentwickeln. Mein Hauptziel ist die Steigerung des wirtschaftlichen Erfolgs meiner Kunden.

VR: Sie beraten alle Ihre Kunden selbst vor Ort?
EAB: Ich bin bei jedem Kunden vor Ort, so lange und so oft, bis wir gemeinsam alles analysiert haben, die Ziele definiert sind und wir ein nachhaltiges Konzept entwickelt haben. Dann übernehmen meine Mitarbeiter das Projekt und setzen alles um.

VR: Sie arbeiten für weit über 1.000 Unternehmen, da ist Ihre Erfahrung sicher groß?
EAB: Meine Erfahrungen aus den letzten 16 Jahren ist das Wertvollste, was ich zu bieten habe. Diese Erfahrung wächst täglich weiter. Auf dieser Basis entwickle ich für jedes Unternehmen und jeden Standort ein maßgeschneidertes Konzept.

VR: Was kann ein Anbieter aus der Bestattungsbranche, neben einer Kooperation mit Ihnen, noch tun, um sich fit für die Zukunft zu machen?
EAB: Es ist ganz wichtig, dass sich jedes Unternehmen permanent weiterentwickelt. In unserer Branche reagieren die Anbieter meistens nur auf irgendwelche Entwicklungen, anstatt sie selbst zu initiieren. Man kann sich den Markt zum Teil gestalten und muss sich ihm nicht immer anpassen.

VR: Ja gut, und wie sehen da konkrete Beispiele aus?
EAB: Ich versuche die Gewerke einer Region immer zusammenzubringen. Wenn Bestatter, Gärtner und Friedhof kooperieren, dann ist das immer zum wirtschaftlichen Erfolg aller. Das klappt nicht immer, aber oft. Es ist auch kein kurzer Weg, aber ein erfolgreicher.

VR: Soll der Bestatter die unzähligen Messen besuchen, um sich auf dem Laufenden zu halten?
EAB: Das kann er tun, es wird nicht schaden. Aber auf den Messen werden nur Produkte, Waren und Werkzeuge präsentiert, das hilft nicht viel. Die sechszehntausendste Variation einer Urne steigert in keinster Weise den unternehmerischen Erfolg. Ein Supermarkt, der zwölf statt sieben Sorten Rollmöpse im Angebot hat, ist auch nicht einfach so erfolgreicher.

VR: Ok, verstehe ich, aber ...
EAB: Bevor ein Bestatter einen Sarg, eine Urne, die Fahrt in einem Leichenwagen oder eine seiner umfangreichen Dienstleistungen verkaufen kann, muss ein Kunde sich erst einmal für dieses Unternehmen entschieden haben. Erst wenn der Kunde in der Beratung sitzt, dann kommen die Produkte und Leistungen. Das heißt, auf den Messen finde ich Arbeitsmaterial, aber nicht die Instrumentarien, die mich in die Lage versetzen, diese anwenden zu können oder zu dürfen.

VR: Was empfehlen Sie?
EAB: Es geht nicht um die Hardware, die ein Unternehmen erfolgreich macht, sondern um das Know-how. In Bezug auf die Bestattung sind die meisten fit und liefern eine sehr hohe Qualität. Auf dem Bestattertag (bestattertag.de), der monatlich zweimal in Deutschland stattfindet, werden immer neue und aktuelle Themen präsentiert und die wichtigsten Basics wiederholt und aufgefrischt.

VR: Wie läuft so ein Bestattertag ab?
EAB: Fünf bis sieben verschiedene Referenten stellen aktuelle Themen und Entwicklungen absolut praxisnah dar. Also direkt für die Umsetzung im eigenen Unternehmen. Das Ganze dauert einen Nachmittag, so von 14:00 bis 18:30 Uhr.

VR: Um was geht es da genau?
EAB: Es geht um die Kundenakquise für Bestattungsunternehmen, es geht immer mehr um juristische Themen, also was ist mit der Asche so alles möglich? Damit der Bestatter absolute Rechtssicherheit hat. So etwas erfährt man auf dem allerneuesten Stand nur auf dem Bestattertag.

VR: Hört sich nach sehr viel Praxisbezug an. Also steht der unternehmerische Erfolg als Thema im Mittelpunkt?
EAB: Ja, natürlich, es geht weiter um die existenzielle Frage für viele: Wie gestalte und formuliere ich in meiner Rechnung die Leistungen? Das ist ein so spannendes Thema, das sich immer weiterentwickelt. Hier sind 30 % Umsatzplus drin ohne Preisveränderung und interessanterweise bei noch gesteigerter Kundenzufriedenheit.

VR: Aha, auf dem Bestattertag werden also Wunder gemacht?
EAB: Nein, keine Wunder, sondern die Anpassung der Branche an die Wirtschaft des Jahres 2014. Auf dem Bestattertag werden alle diese Themen an sehr vielen Beispielen verdeutlicht und mit umfangreichen Referenzen belegt. Es ist jedes Mal eine andere Veranstaltung.

VR: Wer soll zum Bestattertag kommen?
EAB: Bestatter, die ihr Unternehmen nicht durch Stagnation in den Sinkflug bringen wollen, die sich weiterentwickeln wollen, die unternehmerisch denken. Der Wettbewerb ist sehr viel härter als noch vor einigen Jahren. Passivität ist dem Untergang geweiht.

VR: Der Bestatter sitzt in dieser Veranstaltung und hört, was für sein Unternehmen gut sein soll?
EAB: Nein, wir diktieren da gar nichts. Er bekommt Anregungen, Erfahrungen und Referenzen präsentiert. Vielleicht bringt ihm die Veranstaltung auch nur eine kleine neue Idee, vielleicht beginnt aber auch ein komplett neues Zeitalter. Der Besucher kann völlig verschwiegen als Beobachter in der letzten Reihe sitzen, er kann auch an Diskussionen teilnehmen, es ist immer spannend.

VR: Können zu dieser Veranstaltung nur Bestatter kommen?
EAB: Das ist eine Veranstaltung für Fachpublikum, ganz klar. Aber viele Bestattungsunternehmen schicken auch ihre Azubis, Praktikanten und auch Söhne und Töchter, die noch gar nicht im Unternehmen tätig sind. Alle sind willkommen. Es gibt auch manchmal ganze Ausbildungsklassen, die hier teilnehmen. Wir laden aber auch Friedhofsgärtner und Friedhofsverwalter ein, wie schon gesagt, ich fördere die interdisziplinäre Kommunikation. Manche Unternehmen kommen mit fünf Personen.

VR: Sie bevorzugen diesen Wissenstransfer auf den sehr häufig wiederkehrenden Veranstaltungen?
EAB: Noch mal, wenn das Unternehmen nicht auf dem Stand von 2014 ist, hilft auch kein neuer Leichenwagen und auch keine Leuchterkollektion, die an die maximale Kraft israelischer Flugabwehr erinnert. Ein Supermarkt rettet sich auch nicht über die Erweiterung seines Erdbeermarmeladensortiments. Ein Bestattungsunternehmen muss wissen, wie es Kunden informiert, aufklärt, akquieriert, und es muss wissen, was es darf, erst dann kommt die eigentliche Leistung.

VR: Der Bestattertag liefert dieses Know-how?
EAB: Genau, seit 14 Jahren, jedes Mal aktuell, es gibt nichts Schnelleres. Selbst Ihre Zeitschrift erscheint nicht so oft, wie es einen Bestattertag irgendwo in Deutschland gibt. Ich kenne Bestatter, die waren schon bis zu sieben Mal da.

VR: Herr Baumeister, Sie sprechen, wie Sie schreiben, das gefällt mir. Ich danke Ihnen für dieses Gespräch.

www.erasmus1248.de

Stilvolle Dekorationen mit großer Wirkung

Text: Britta Schaible
Fotos: Volker Winkler

Dem Abschied einen besonderen Rahmen geben. Die Dekorationen der Firma Engelsinfonie verleihen Ihren Räumlichkeiten eine stilvolle und ansprechende Atmosphäre. Mit einem durchdachten Konzept sticht diese Produktserie hervor.

Das Sortiment, das extra für moderne Trauerfeierdekorationen der Bestattungshäuser entwickelt wurde, umfasst u. a. Säulen, Vasen, Schalen, Katafalke, Urnenkandelaber, Gräser und Orchideen. Die Produkte sind aufeinander abgestimmt und besonders angenehm in der Handhabung durch die Verwendung von leichten Metallen und Materialien. Darüber hinaus ermöglichen die Dekorationen eine extreme Flexibilität: Es können z. B. mehrere Sätze/Gruppen von Gräsern oder Leuchtern verwendet werden oder auch nur ein einzelner Hingucker für eine Urnendekoration.

Sämtliche Produkte können mit wenigen Handgriffen platziert werden, sodass schnell ein wirkungsvolles Ambiente entsteht. Die Dekorationen sind konzipiert für Kapellen, Abschiedsräume, Feierhallen und Ausstellungsräume. Auch ein sonst eher nüchtern gestalteter Raum erhält so im Handumdrehen eine ganz ansprechende, positive, warme und persönliche Atmosphäre.

Dekorationen, die bewegen: Durch die Verwendung von frischen grünen Gräsern aus der Natur oder aber auch den zauberhaften Orchideen-Gestecken wird der Gestaltung des Abschieds auch eine tröstliche Komponente verliehen. Die Arrangements sind in verschiedenen Ausführungen und Größen erhältlich. Die Firma Engelsinfonie achtet selbstverständlich immer auf Qualität. Die hochwertigen Gräser werden sorgfältig verarbeitet und gebunden und sind deshalb sehr langlebig. Bemerkenswert ist außerdem auch das attraktive Preis-Leistungs-Verhältnis, das zu jedem Budget passt.

Akzente setzen mit dem gewissen Extra: Die Produkte der Firma Engelsinfonie zaubern eine beeindruckende Atmosphäre in Ihre Räumlichkeiten. Die Hinterbliebenen werden dies mit Sicherheit zu schätzen wissen.

Für eine Beratung steht Ihnen das Team von Engelsinfonie gerne unter der Telefonnummer 04537/70 68 86 zur Verfügung. Auch der Besuch im Internet lohnt sich: Hier können Sie Broschüren und weiteres Infomaterial anfordern.

www.engelsinfonie.de

Ihr Bestatter-Schaufenster ...

... ist der erste Kundenkontakt.
... spricht Tag & Nacht für Sie.
... macht neugierig.
... schafft Vertrauen.
... ist die preisgünstigste Werbefläche.

Bestatter Schaufenster

Stimmt das alles?

Machen Sie den ersten Schritt!

Fordern Sie unsere Checkliste an!

Telefon

0231 58 68 03 051

www.bestatterschaufenster.de info@bestatterschaufenster.de

Gelungene Trauerfeiern sind Ihre Visitenkarte !

LINN SPRACHVERSTÄRKER

Mobile Lautsprechersysteme für Bestattungen

- 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.
DONATUSSTRAßE 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

DIE NEUE SERIE IN DER BESTATTUNGSWELT:

Was Sie schon immer über Factoring wissen wollten!

Text: Hans-Joachim Frenz

Mit der Hilfe der Adelta.Finanz AG können sich Bestattungsunternehmen auf eine wichtige Unterstützung im Bereich der Zahlungsabwicklung verlassen. Die BestattungsWelt erläutert in dieser und in den kommenden Ausgaben, warum diese Handreichung so wichtig für den unternehmerischen Erfolg der Bestatter/-innen ist.

Foto: ©MK-Photo/fotolia.com

Wie reagieren Kunden des Bestatters auf die Zusammenarbeit mit einem Factoringunternehmen?

Einige Bestatter spielen seit Längerem mit dem Gedanken der Auslagerung ihres Forderungsmanagements, es sind jedoch Ängste gegenüber einem Factoring bzgl. der Kundenreaktion vorhanden, denn letztlich wird dadurch in die sensible Schnittstelle zum Kunden eingegriffen. Die Erfahrungswerte der Adelta.Finanz AG als Premiumdienstleister können dem folgenden Praxisbeispiel entnommen werden:
Ein Bestatter hatte sich entschlossen, trotz anfänglicher Skepsis die Vorteile des Factorings für sein Bestattungsunternehmen zu nutzen. Nach einigen Wochen Erfahrung erhielt die Vertriebsmitarbeiterin der Adelta.Finanz AG folgenden Kommentar: „… meine Befürchtungen, meine Kunden könnten eine Zusammenarbeit mit einem Dienstleister negativ aufnehmen, sind in keiner Weise eingetreten. Bereits im Beratungsgespräch erläutere ich die Gründe, dass ich so mehr Zeit für meine Kunden habe und dass die Hinterbliebenen weitere Vorteile, wie verlängerte Zahlungsziele und Teilzahlungsmöglichkeiten, haben. Viele kennen das Prinzip ohnehin von den Abrechnungsstellen der Ärzte, egal, ob in der Stadt oder auf dem Land. Natürlich könnte ich meinen offenen Forderungsbestand auch über einen teureren Kontokorrentkredit finanzieren oder ich könnte mein Verwaltungspersonal aufstocken. Die Zusammenarbeit mit der Adelta.Finanz AG bietet für mich und meine Kunden aber weitere, wesentliche Vorteile, warum sollte ich mich also dahinter verstecken? Insbesondere der planbare Geldeingang, ohne lästiges Hinter-dem-Geld-her-Telefonieren, verbunden mit einem 100%igen Schutz gegen Forderungsausfall, war für mich ein wesentlicher Grund. Wenn ich Entscheidungen treffe, dann hat das fundierte Gründe, und zu diesen Entscheidungen stehe ich …“

Wie verbessert Factoring meine Liquidität?

Die Finanzierungsbedingungen für Bestatter haben sich durch das restriktive Kreditvergabeverhalten der Banken verschlechtert. Gleichzeitig sinkt die Zahlungsmoral, was sich in steigenden Zahlungsausfällen niederschlägt. Hier kommt das Finanzierungsinstrument „Factoring“ des auf die Bestattungsbranche spezialisierten Premiumdienstleisters, die Adelta.Finanz AG, ins Spiel. Erstens, um die notwendige Liquidität für offene Forderungsbestände sicherzustellen, zweitens zur Verringerung der Abhängigkeit von Hausbankkrediten und drittens zur positiven Beeinflussung der Bonitäts- und Ratingeinstufung. Verkaufte, offene Forderungen stehen nicht mehr in der Bilanz des Bestatters, da sie innerhalb von 48 Stunden durch die Adelta. Finanz AG ausgeglichen werden. Dadurch verkürzt sich die Bilanzsumme des Bestatters. Als Folge verbessert sich bei konstantem Eigenkapital die Eigenkapitalquote und damit eine wesentliche Komponente im Bilanzrating der Banken. Der Einfluss auf das Rating ist auf jeden Fall gegeben. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Factoring ein effizientes Instrument zur Ratingverbesserung bei Banken darstellt und sich auch in Verhandlungen mit Lieferanten positiv auswirken kann.

Die Adelta.Finanz AG bietet Ihnen unverbindliche Beratungsgespräche in Ihrem Haus an: Tel. 0211-35 59 89 0

www.adeltafinanz.com

Trauerdruck mit kreativem Anspruch

Der innovative Hersteller für exklusive Trauerpapiere und Trauerdrucksachen BOK Eisfeld GmbH verleiht mit seiner neuen Produktlinie creARTiv 3D Ihren Trauerdrucksachen einen ganz besonders eleganten Rahmen.

Eine schöne Idee: Individualität zeitlos, edel und ausdrucksstark in Szene gesetzt:

Durch die Passepartouts der Linie creARTiv 3D erhalten Ihre Trauerdrucksachen nicht nur eine ganz neue Wertigkeit, sondern auch weitere Dimensionen. Der Einleger kann entsprechend der Vorstellungen der Kunden individuell gestaltet und bedruckt werden und wird zusammen mit dem Passepartout überreicht.
Durch den feinen Rahmenrand entsteht der Eindruck eines stilvollen Gemälderahmens mit dreidimensionaler Tiefenwirkung. Proportional stimmige Ausschnitte setzen den Fokus auf Ihre Kreationen. Der ansonsten nicht bedruckbare Seitenrand wird elegant kaschiert, so dass außerdem die Verbrauchskosten aufgrund des reduzierten Satzspiegels optimiert werden.

Ihrer Kreativität und Flexibilität, sind nunmehr keine Grenzen gesetzt:

Neben Ihren eigenen Kreationen und individuellen Kundenwünschen können Motive von Sarg-, Urnen-, und Wäscheherstellern elegant umgesetzt werden. Darüber hinaus werden auch die vielen Designs der Softwareanbieter unterstützt.
Mit creARTiv 3D entstehen ganz neue Dimensionen innerhalb des Trauerdrucks. Diese Linie sticht besonders hervor und setzt sich vom herkömmlichen Standard elegant ab. Ihre Angehörigen werden dieses gewisse Extra sicherlich zu schätzen wissen. Nutzen Sie diese Möglichkeit, Ihre bisherige Angebotspalette niveauvoll zu erweitern.
Das Team von BOK Eisfeld steht für weitere Fragen und Musteranforderungen gerne zur Verfügung.

www.bok-eisfeld.de

Service und Qualität ohne Umschweife

Die Erweiterung des transparenten Angebots

Text: Britta Schaible

Im Jahr 2005 gründete Christian Sauer die Firma FairPreis Bestattungsbedarf.

Das Sortiment ist und war schon immer im Niedrigpreissektor angesiedelt. Die Bestellvorgänge werden unkompliziert und kundenfreundlich abgewickelt und die Kunden freuen sich über die gute Qualität zu günstigen Preisen. Die Richtung des Augenmerks auf Qualität, ein kundenfreundlicher Service und die faire Preispolitik gehören noch heute zu den Maximen des Unternehmens.

Jedoch hat sich bereits vor einigen Jahren eine Veränderung angekündigt. Aufgrund verschiedener Kundenwünsche und Nachfragen wächst das Angebot stetig und lässt inzwischen kaum noch Wünsche offen.

Neben den Ausführungen Standard gibt es auch die Version Premium innerhalb der Produktkategorien. Das Sortiment umfasst Urnen aus verschiedenen Materialen, Deckengarnituren und Sterbewäsche, Sarg- und Grabkreuze, Sargbespannungen, Sarggriffe und Zubehör für den alltäglichen Gebrauch.

Fotos: Christian Geisler

Stilvolle Urnen und Wäschegarnituren gehören u. a. auch zum Sortiment.

Das Unternehmen verzichtet bewusst auf Außendienst und aufwendige Präsentationsmöglichkeiten und kann seinen Kunden dadurch auch in Zukunft eine moderate Preisstruktur anbieten. Die Herstellung erfolgt gemäß den deutschen Qualitätsansprüchen und der VDI-Richtlinie 3891.
FairPreis präsentiert sein Sortiment in einem jährlich erweiterten Katalog mit Staffelpreisen und im übersichtlich gestalteten Onlineshop *www.fp-versand.de*.

Der Versand aller Artikel erfolgt zeitnah bundesweit über Kurierdienste. In der Regel beträgt die Versanddauer 1–2 Werktage. Die Versand- und Verpackungskosten trägt FairPreis Bestattungsbedarf. Außerdem erhalten die Kunden ein 14-tägiges Rückgaberecht, ohne Berechnung von entstehenden Kosten.

Wer gerne ein persönliches Gespräch sucht oder Fragen zu den Produkten hat, kann das freundliche Service-Team werktags täglich von 8.00 Uhr durchgehend bis 17.00 Uhr telefonisch erreichen.

www.fp-versand.de

BW | BestattungsWelt
Das Fachblatt für die Bestattungsbranche
unabhänig · 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 € 150,00.
Tel. 0221-277 949 20 · Fax 0221-277 949 50
www.verlag-bestattungswelt.de

Mercedes Vito 111 Bestattungswagen

Bj. 2009, 39 tkm, Klima, Radio, AHK

18.900.- Euro zzgl. MwSt

TIMO–FISCHER–TRAUERWAREN.de

Tel. 06062-910687 eMail:timo.fischer@online.de

Wir suchen zum nächstmöglichen Termin eine Bestattungsfachkraft zur Verstärkung unseres Teams in Vollzeit.

Trauerhaus Strässer
Roigheimer Str. 45, 74219 Möckmühl
info@bestattungen-straesser.de

BW | BestattungsWelt
Das Fachblatt für die Bestattungsbranche

Ihr Angebot/Ihre Suche wirksam platziert!
Kleinanzeigen ab 150,00 € | Stellenangebot ab 60,00 €

www.bestattungswelt.com

Bestatter sucht Bestattungswagen

E-Klasse W 211 ab 2003
Vito oder VW T 5 ab 2004

Tel. 02685-636 Fax 02685-987542

Großauswahl an guten Bestattungswagen

MB Vito und VW T 5
MB W 210 und W 211
Tel. 0170-7722320

www.gebrauchte-bestattungswagen.de

ESCHKE
Bestattungsfuhrwesen
Familienbetrieb in 4. Generation seit 1910

Tradition Qualität Innovation

Umfassendes Leistungsspektrum für:
Bestatter · Friedhöfe · Krankenhäuser
Callcenter bundesweit.

Eschke Bestattungsfuhrwesen GmbH & Co. KG
Lauterstr. 34 · 12159 Berlin-Friedenau
Tel: 030 - 851 55 72 · Fax: 030 - 851 52 10
www.bestattungsfuhrwesen.de

Für vorgemerkte Käufer suchen wir Bestattungsunternehmen im gesamten Bundesgebiet.

ivd

Fachmakler für Bestattungsunternehmen seit 1985
Unternehmensvermittlung – Immobilien
Günter WOLF
56305 Puderbach – Mittelstraße 13
Tel. 02684-979178 Fax 979179
info@immo-wolf.de

Bernd Rotterdam

Katafalke und mehr!

Bernd Rotterdam
Schreinermeister

Berliner Straße 486 • 51061 Köln
Tel 0221. 640 30 30
Mobil 0171. 522 30 47

individuelle Katafalke • Austattungen • Innenausbau • Möbel und mehr

www.tischlerei-rotterdam.de

Sylter Seebestattungs-Reederei

- *freier und unabhängiger Familienbetrieb*
- *seit über 25 Jahren auf Sylt ansässig*
- *mit uns direkt ab Hafen Hörnum/Sylt*
- *kurzfristige und individuelle Termine*

Kapt. Fritz Ziegfeld

Ms. Ekke Nekkepen

Sylter Seebestattungs-Reederei
Kapitän Fritz Ziegfeld
Boy-Truels-Straße 22 · 25980 Sylt OT Westerland
Tel. 04651 - 92 96 98 · Fax 04651 - 2 86 24
www.sylterseebestattungsreederei.de

VKF FOLIENSARG | BIOSEAL®

Vertrieb durch: **Spezial-Bestattungsbedarf & Folien** · Bergheimer Straße 114 · 69115 Heidelberg

Der aus Metallverbundfolie bestehende **FOLIENSARG** ist ideal für den Auslandstransport und die hygienische Aufbewahrung von Verstorbenen in jeglichem Zustand. Er ist eine kostengünstige Alternative zum herkömmlichen Zinksarg.

Unsere Folie hat eine Breite von 100 cm und ist in beliebiger Länge, auch meterweise, zu beziehen. Grundpreis 13,60 € pro laufender Meter, bei Großabnahme Sonderrabatt!

Vorteile des Foliensarges:

- 100 % luft- und wasserdicht, daher effektiver Schutz vor Infektionen
- reißfest und flexibel, passt damit in jeden Sarg
- einfache und schnelle Handhabung bei einer Versiegelungszeit von nur ca. 4 Minuten
- problemlos zu röntgen und nahezu rückstandslos verbrennbar
- extrem geringes Gewicht und damit erhebliche Reduzierung von Flugkosten

Fordern Sie unverbindlich unser Infomaterial an und informieren Sie sich durch unseren **DEMO-FILM** unter **www.foliensarg.de**

Tel.: 0700 3 65 43 67 27 · Fax: 06221 131238 · info@foliensarg.de · www.foliensarg.de

Termine

FACHMESSEN

HAPPY END
Hamburger Bestattungsmesse
für Privatbesucher

23.11.2014

Hühnerposten Eventlocation,
Hamburg

FRIEDHOFSVERWALTUNGSTAG

Die Inhalte und Termine für die Veranstaltungen finden Sie unter www.friedhofsverwaltungstag.de

DIE BESTATTER-AKADEMIE

04.–05.11. 2014 Stuttgart
„Individuelle Trauerreden"
06.11. 2014 Köln
„Dreierpack – Das Umsatz-Kompakt-Seminar"
25.11.2014 Worms
„Veranstaltungen in Bestattungsunternehmen"
02.12.2014 Frankfurt/Main
„Schreinerei und Bestattung"
14.01.2015 Dortmund
„Individuelle Trauerreden"

Die Termine der Bestatter-Akademie finden Sie unter www.bestatter-akademie.de

BESTATTERTAG

12.11.2014 Saarbrücken
26.11.2014 Schwerin
10.12. 2014 Dortmund
17.12. 2014 Jena
14.01.2015 Aschaffenburg
28.01.2015 Celle

Anmeldung und weitere Informationen über Inhalte sowie Wegbeschreibung unter www.bestattertag.de

INSERENTEN

2 **Daxecker Sargerzeugung**
www.daxecker.at
3 **Reederei H. G. Rahder GmbH**
www.seebestattung-buesum.de
5 **Bestattertag**
www.bestattertag.de
7 **Rappold Karosseriewerk GmbH**
www.rappold-karosserie.de
9 **Ahorn AG**
www.ahorn-ag.de
11 **Westhelle Köln GmbH**
www.westhelle-koeln.de
13 **Reederei Huntemann GmbH**
www.reederei-huntemann.de
15 **ikt Lenz GmbH & Co. KG**
www.natururne.de
17 **Adelta.Finanz AG**
www.adeltafinanz.com
19 **Bestatterschaufenster**
www.bestatterschaufenster.de
19 **Linn Sprachverstärker**
www.linn-sprachverstärker.de
21 **Seebestattungs-Reederei Albrecht**
www.seebestattungen-nordsee.de
22 **Rimann GmbH & Co. KG**
www.rimann-fulda.de
24 **Tischlerei Rotterdam**
www.tischlerei-rotterdam.de
24 **Foliensarg**
www.foliensarg.de
25 **Kurt Eschke KG**
www.bestattungsfuhrwesen.de
25 **Sylter Seebestattungsreederei**
www.sylterseebestattungsreederei.de
26 **Ralf Krings Licht & Leuchter**
www.licht-leuchter.de
27 **Ärzte ohne Grenzen e. V.**
www.aerzte-ohne-grenzen.de
28 **Rapid Data GmbH**
www.rapid-data.de

BEILAGEN
Adelta.Finanz AG
www.adeltafinanz.com
Devota Kleewein
www.devota.at
Messe Dresden Pieta
www.pieta-messe.de
Engelsinfonie
www.engelsinfonie.de

Licht und Leuchter

Waren aus NE-Metallen und Metallgestaltung

Seit 1985 Licht & Leuchter

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

MEDECINS SANS FRONTIERES
ÄRZTE OHNE GRENZEN e.V.
Träger des Friedensnobelpreises

IM GEDENKEN SPENDEN

Machen Sie Ihre Kunden auf eine Gedenkspende für ÄRZTE OHNE GRENZEN aufmerksam und unterstützen Sie so unsere medizinische Nothilfe.
Eine Empfehlung, mit der Sie Gutes bewirken.

DZI Spenden-Siegel Geprüft + Empfohlen!

www.aerzte-ohne-grenzen.de/gedenkspende-empfehlen

BITTE SCHICKEN SIE MIR KOSTENLOS UND UNVERBINDLICH INFORMATIONSFLYER FÜR MEINE BERATUNGSGESPRÄCHE ZU:

Bitte ausfüllen und zurücksenden an:
ÄRZTE OHNE GRENZEN e.V.
Am Köllnischen Park 1, 10179 Berlin
oder per Fax: 030 700 130-340

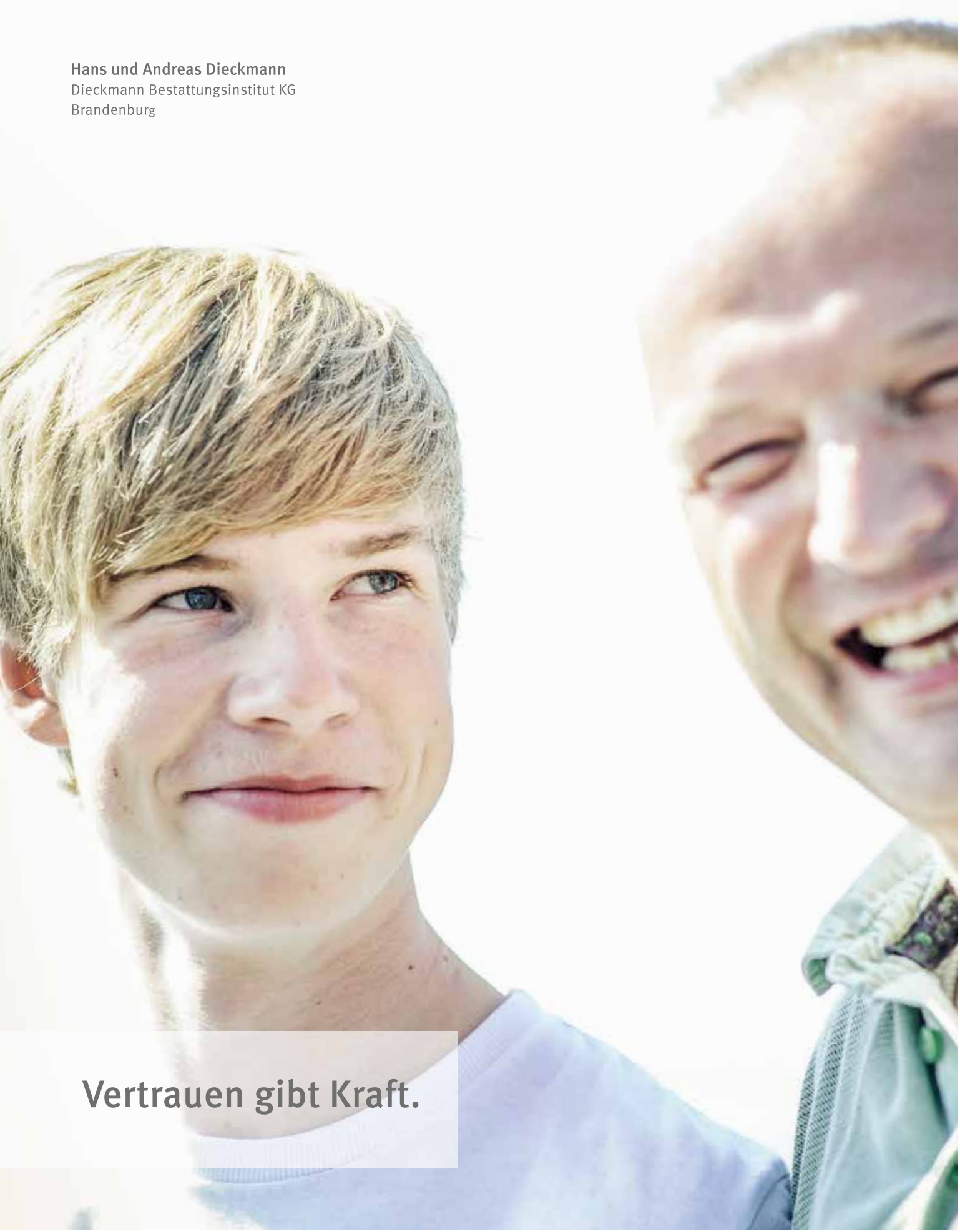
Unseren Spenderservice erreichen Sie:
Montag bis Freitag, 9–17 Uhr
Telefon: 030 700 130-130
spenderservice@berlin.msf.org

☐ **10 Stück**
☐ **20 Stück**
☐ **50 Stück**
☐ **Stück**

Unternehmen
Ansprechpartner
Straße, Hausnr.
PLZ, Ort
Telefon / E-Mail

950000422

Hans und Andreas Dieckmann
Dieckmann Bestattungsinstitut KG
Brandenburg



Vertrauen gibt Kraft.

powerordo

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