BESTATTUNG
DAS FACHMAGAZIN DER BESTATTUNGSBRANCHE
01/2024 | ISSN 1613-4850

01
24

Trauer feiern

Digitale Ideen für eine analoge Branche

Kunstvoll verzierte Erinnerungsurnen aus Edelstahl

„Leuchtturm“
emailliert
*Bestell-Nr. 088**16000006***

„Baum des Lebens“
emailliert
*Bestell-Nr. 082**16000011***

„Kristall“
mit Zirkon
*Bestell-Nr. 063**16000007***

„Kristallring“
mit Zirkonen, emailliert
*Bestell-Nr. 094**16000002***

„Steuerrad“
emailliert
*Bestell-Nr. 082**16000003***

Hochwertig handgeschnitzt!

„Rose“
Kirsche, 55x70x55 mm
*Bestell-Nr. 022158**48006***

Memoryfach mit Schraub-verschluss

„Flamme mit Herz“
Zirbe, 75x65x40 mm
*Bestell-Nr. 021158**48007***

„Engel mit Herz“
Zirbe, 50x110x40 mm
*Bestell-Nr. 022158**48003***

„Erinnerungslicht Herz“
mit Teelicht
Ahorn, 110x55x90 mm
*Bestell-Nr. 036158**48008***

Preise zzgl. MwSt.

FORUM BEFA
23. Bestattungsfachausstellung
23rd Funeral Exhibition
DORTMUND
12. + 13. APRIL 2024
Termin vormerken!

www.pludra-shop.de

PLUDRA - FRANKFURT GmbH
Bruchkampweg 20 • 29227 Celle / Germany
Tel.: +49 5141 - 888 600 • Fax: +49 5141 - 888 6012
E-Mail: info@pludra.de • www.pludra.de

PLUDRA INTERNATIONAL

NEU!

AROSA EMMEL

Bio-Urnen „Steinoptik“ beschichtet

Farben

Grün

Grau

Anthrazit

Terrakotta

Dunkelblau

Sandbeige

Embleme

Rosenzweig

Rose

Betende Hände

Made in Germany

Arosa - Emmel GmbH
Uferstraße 10 • D-53773 Hennef
Tel.: +49 (0) 2242 - 3078 • Fax: +49 (0) 2242 - 83475
info@arosa-emmel.de

Bestellung unter:
Tel.: 02242 - 3078
verkauf@emmel-papier.de
www.emmel-shop.de

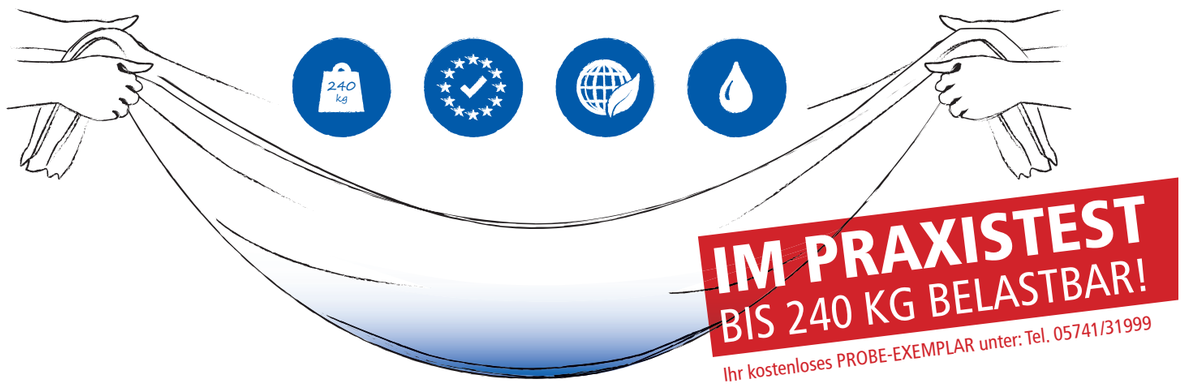
Unser neues, verbessertes

EINWEG-TRAGELAKEN

- Belastbar bis 240 kg
- Schützt den Bestatter und das Arbeitsumfeld
- Flüssigkeitsundurchlässig
- Reißfest
- Rückstandslos verbrennbar gemäß VDI 3891
- Längen auf Wunsch änderbar
- Zwei Modelle

Einweg-Tragelaken, 150 x 230 cm
Verpackungseinheit: 10 Stück
Artikelnummer 370

Einweg-Tragelaken, 160 x 250 cm
Verpackungseinheit: 25 Stück
Artikelnummer 375



Heuweg 62 · 32312 Lübbecke · Telefon: 05741/31999 · Telefax: 05741/319970
E-Mail: info@nunnenkamp.de · Internet: www.nunnenkamp.de

BESTATTUNGSWÄSCHE
THOMAS NUNNENKAMP

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

digitale Ideen für eine analoge Branche? Vielleicht denken Sie jetzt: „Für mich nichts Neues, ich nutze sogar Social Media!" Doch die bloße Nutzung bringt nicht zwangsläufig einen Nutzen … In dieser Ausgabe zeigen wir, welche Wirkung authentische Kurzfilme haben können, in denen Sie oder Ihre Mitarbeitenden auf Facebook, Instagram oder TikTok Einblicke in den Arbeitsalltag gewähren.

Außerdem dürfen Sie sich mit uns in einem Erinnerungsraum im Metaverse umsehen, in dem sich Hinterbliebene zum virtuellen Feiern oder Gedenken zusammenfinden. Zudem haben wir ein Forschungsprojekt unter die Lupe genommen, das sich mit Digital Afterlife befasst – genauer mit den ethischen Aspekten des digitalen Weiterlebens als Avatar: Was, wenn sich Ihre Hinterbliebenen nach Ihrem Ableben ein Double programmieren lassen, das ausschließlich Ihre besten Eigenschaften besitzt?

Zum Titelthema passt auch unsere neue Website, die sich auch an Bestatterkunden wendet: Sie können sich künftig durch die Produkte und Services unserer Mitgliedsunternehmen klicken und sich einen Merkzettel zusammenstellen – zur optimalen Vorbereitung auf das Gespräch beim Bestatter.

Wir freuen uns besonders, zwei junge Unternehmen im neuen Start-up-Tarif unseres Verbands zu begrüßen und Ihnen im Heft vorzustellen. Und auch langjährige Mitglieder warten mit strategischen Neuigkeiten auf.

Ich wünsche Ihnen eine inspirierende und abwechslungsreiche Lektüre.

Ihr Christian Greve
Vorstandsvorsitzender des Bundesverband Bestattungsbedarf e.V.

INHALT

EDITORIAL

IMPRESSUM

MELDUNGEN

08 Länderübergreifende Partnerschaft
08 Geschäftsübergabe nach 60 Jahren
09 Ein unterirdisches Experiment
09 Einsamkeit verstehen und bewältigen
10 Berliner Luhmann Gruppe sichert Unternehmensnachfolge

IN EIGENER SACHE

16 Neue Website für Mitglieder, Bestatter und ihre Kunden

INTERVIEWS

11 Ein Design für Grabstein und Urne
12 Im Metaverse ist Raum für Trauer
14 Digitales Weiterleben – Unsterblich als Avatar?
18 Was Social Media für Bestatter wirklich bringt
20 „Individualität entsteht durch Machen!“
24 „Über die Erwartung hinausgehen“
26 Ja und Amen – Vatikan lockert Regelung zu Ascheverstreuung und Ascheteilung

BERICHT

22 Ein Lebenswerk lebt weiter

PRODUKTE

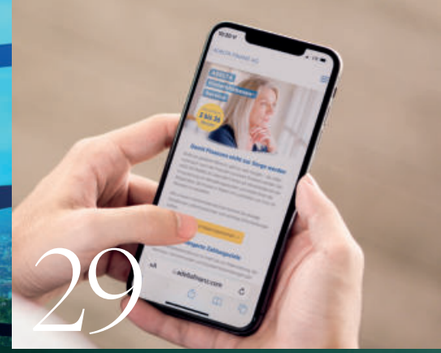
29 Individuelle Kundenbetreuung mit Überblick
30 Flexibel Särge versenken

SERVICE

33 Podiumsdiskussion „Opa gehört nach Hause!“
33 Praxis-Workshop – Friedhof digital sichtbar machen
34 Termine und Vorschau

Gerne kümmert sich Renate Vogel um Ihre Anzeigen.

Tel. +49 30 26393488
info@ubv-bonn.de



IMPRESSUM

Herausgeber: Bundesverband Bestattungsbedarf e.V.
Flutgraben 2 | 53604 Bad Honnef
info@bestattungsbedarf.com
www.bestattungsbedarf.com
Vorsitzender: Christian Greve
Ansprechpartner: Michael Neues, Tel . +49 2224 9377-0

Verlagsleitung:
Bundesverband Bestattungsbedarf e.V.

Anzeigenleitung:
Renate Vogel, Tel. +49 30 26393488, info@ubv-bonn.de
Mediadaten: zeitschrift.bestattungsbedarf.com

Redaktion:
Carolin Oberheide, bestattung@oberheide-pr.de

Gestaltung:
einfachferber Agentur für Kommunikation, postfach@einfachferber.de

Druck:
DCM Druck Center Meckenheim GmbH, Werner-von-Siemens-Straße 13, 53340 Meckenheim

Bildnachweis:
iStock: Cover: metamorworks, S.9 MariamArsaliaa, S.10 Olga Kurbatova, S.12 Trodler, S.14 ConceptCafe, S.17 Kiyyah, S.18 Softulka, Tarchyshnik, S.24 Ljupco, S. 26 gladder, S.29 Liubomyr Vorona, urfinguss

Die BESTATTUNG erscheint zweimonatlich in einer Auflage von 6.500 Exemplaren.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in den redaktionellen Beiträgen auf die zusätzliche Formulierung der weiblichen Form verzichtet. Wir möchten deshalb darauf hinweisen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

BUNDES VERBAND **BESTATTUNGS BEDARF**

Länderübergreifende Partnerschaft

Gemeinsame Sache

++ Rhein-Taunus-Krematorium spricht mit Funecap über Beteiligung ++ Judith Könsgen zur Geschäftsführerin ernannt ++

Das Rhein-Taunus-Krematorium befindet sich in Gesprächen über eine mögliche Beteiligung der europäischen *Funecap Gruppe* an dem Krematorium. *Judith Könsgen* steigt in die Geschäftsführung auf. Damit bleibt das Krematorium weiterhin familiengeführt.

Karl-Heinz Könsgen, Geschäftsführer und Gesellschafter des Rhein-Taunus-Krematoriums, sagt: „Mit der Funecap Gruppe sprechen wir mit einem Unternehmen, das bereits durch seine Beteiligungen an verschiedenen europäischen Krematorien über ein tiefgreifendes Verständnis für unser Geschäftsfeld verfügt. Sie wären unser Wunschpartner. Ich freue mich zudem, dass mit Judith nun meine Tochter in die Geschäftsführung aufsteigt.“ *Thierry Gisserot,* Präsident der Funecap Gruppe, unterstreicht: „Die langjährige Vertrautheit mit der Familie Könsgen und dem Rhein-Taunus-Krematorium bilden die Grundlage für eine mögliche Beteiligung, die auf langfristige Zusammenarbeit ausgelegt wäre. Bereits heute sind wir mit verschiedenen europäischen Krematorien Partnerschaften eingegangen.“

Die im Jahr 2010 gegründete Funecap Gruppe mit Sitz in Paris ist ein Unternehmen, das von mehreren Familien geführt wird. Der Erfolg von Funecap basiert auf der Zusammenarbeit mit ausgewiesenen Experten in verschiedenen Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist. Funecap ist auch an Krematorien in Deutschland beteiligt. Bei einer Partnerschaft mit dem Rhein-Taunus-Krematorien würden die Krematorien weiterhin eigenständig bleiben. Karl-Heinz Könsgen würde die Funecap Gruppe zusätzlich bei neuen Projekten beraten.

Das Rhein-Taunus-Krematorium, als Familienbetrieb in Dachsenhausen bei Koblenz ansässig, zählt mit acht modernen Einäscherungsanlagen zu den großen und führenden Krematorien Europas. Es wurde 1998 als eines der ersten privatwirtschaftlich geführten Krematorien gegründet.

Beide Unternehmen sehen in einer Kooperation eine erfolgversprechende Möglichkeit, die Zukunftsfähigkeit des Rhein-Taunus-Krematoriums langfristig zu gewährleisten. Mit der Ernennung von Judith Könsgen als Geschäftsführerin, die bereits seit 10 Jahren im Unternehmen tätig ist, übernimmt die nächste Generation der Familie Könsgen nun mehr Verantwortung. Die Zusammenarbeit zweier familiengeführter Unternehmen mit profundem Know-how im Kremierungsbereich bietet eine Plattform für den gemeinsamen Austausch von Impulsen und Ideen, um Bestattungshäusern einen qualitativ hochwertigen Service zu bieten.

Die mögliche Beteiligung steht noch unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Genehmigung.

→ ***rhein-taunus-krematorium.de***

Geschäftsübergabe nach 60 Jahren

Fit für die Zukunft

Robert Demmer und Thomas Pludra

In den letzten sechs Jahrzehnten wurde aus einem kleinen Großhandel ein internationaler Hersteller und Vertreiber von Bestattungsbedarf mit Kunden in ganz Europa und Übersee – PLUDRA International.

Unter dem Motto „Immer eine Innovation voraus“ entstanden bei Pludra immer wieder wegweisende Ideen. Als einziges Unternehmen der Branche verfügt Pludra über ein eigenes Kundencenter und ein Produktangebot von mehreren tausend Artikeln aus den Bereichen Urnen – Bestattungswäsche – Särge und Technik. Vieles daraus stammt aus eigener Herstellung.

„Auch ein Unternehmer geht mal in den Ruhestand.“

In den 60 Jahren des Firmenbestehens wurde das Unternehmen immer von der Familie Pludra geführt. Nach 46 Jahren Betriebszugehörigkeit setzt sich nun auch *Thomas Pludra* zur Ruhe und übergibt das Unternehmen an seinen langjährigen Geschäftspartner *Robert Demmer.* Er ist in der Branche bekannt als Geschäftsführer der Firma *Arosa-Emmel GmbH.* Robert Demmer wird das Unternehmen zusammen mit seiner Frau *Tanja Demmer* weiterführen und ist voller Tatendrang mit vielen neuen Ideen.

So ist das Unternehmen PLUDRA – Fit für die Zukunft!

Un-Fass-Bar – Exhumierter Whisky

Ein unterirdisches Experiment

Im 760-Seelen-Dorf Rüdenau steht die St. Kilian Distillers GmbH, Deutschlands innovative Whisky-Destillerie. Keine fünf Autominuten entfernt baut Jürgen Stahl Särge. Was Spirituosen mit Erdmöbeln zu tun haben? Lagert man das eine im anderen, kommt ein köstlich-erdiger Tropfen heraus!

Die St. Kilian Destillerie rühmt sich ihrer Experimentierfreudigkeit. So hatte man bereits Erfahrungen mit vergrabenen Fässern gesammelt, bevor *Andreas Kreser* und Master Distiller *Mario Rudolf* auf die zündende Idee kamen, die nächste „Beisetzung“ stilvoller zu gestalten. Da kam eine Kooperation mit der Heavy Metal-Band *Grave Digger* gerade recht. Die Idee war ein Whisky mit dem heimeligen Namen „Exhumation“ und einem geflügelten Totenkopf.

Da zu einer richtigen Exhumierung auch ein vernünftiger Sarg gehört, knüpfte *Andreas Thümmler* den Kontakt zu *Jürgen Stahl.* Als Whisky-Afficionado war dieser sofort begeistert von der Idee, je fünf 30 Liter-Fässer in drei Särgen für zwei Jahre zu ver- bzw. begraben.

Bevor es unter die Erde ging, hatte der Whisky schon eine zweijährige überirdische Vorgeschichte und war in Fässern aus frischer Pfälzer Eiche gereift. Diese wurden vor der Beisetzung geleert und in kleine Oloroso Sherry-, Amarone Rotwein-, Ruby Portwein- sowie amerikanischen Weißeichen-Fässer gefüllt. Während die Umgebung im Erdreich sehr feucht ist und verhältnismäßig mehr Alkohol als Wasser aus dem Fass entweicht, lagerten die Fässer im Sarg im Trockenen mit einem geringen Luftaustausch und Alkoholverlust. Für die Grave Digger Edition wurde eine Cuvée aus im Sarg und daneben im Erdreich gelagerten Single Malt Whiskys hergestellt. „Das Resultat ist eine mystische Essenz von dunklem Rauch, unvergleichlicher Tiefe und komplexem, dezent erdig-würzigem Geschmack“, heißt es auf der Website. Die Ruhe in Frieden scheint der Sonderedition gutgetan zu haben.

Diese Meinung teilten auch die Whisky- und Metal-Fans, die nach einem Online-Tasting den Webshop mit 460 verfügbaren Flaschen direkt leerkauften. Flankiert wurde das Ganze von einer feierlichen Zeremonie: Mitarbeitende der St. Kilian Distillery gruben die Särge in stilechter Totengräberkleidung bei Nacht und Nebel aus. Da sie noch einigermaßen intakt waren, könnte man über eine Fortsetzung nachdenken … Für die nächste größere Aktion stellt Jürgen Stahl gerne wieder ein paar frische regionale Erdmöbel zur Verfügung.

→ ***stahl-sarg.de***

→ ***stkiliandistillers.com***

Bundesregierung veröffentlicht Infosammlung für Bestatter

Einsamkeit verstehen und bewältigen

Einsamkeit ist ein allgegenwärtiges Gefühl, mit dem besonders Bestatterinnen und Bestatter im Kontakt mit trauernden Kunden konfrontiert sind. Im Rahmen der Strategie der Bundesregierung gegen Einsamkeit wurde vom Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) ein Informationsblatt für Bestatter und Experten der Abschiedskultur erarbeitet. Es greift das Thema Einsamkeit, den Umgang damit und Möglichkeiten zur Überwindung auf.

Neben einer kurzen Fakten-Übersicht dazu, was Einsamkeit bedeutet, stellt das Informationsblatt "Einsamkeit verstehen und bewältigen" auch konkrete Hilfsangebote vor. Der Anspruch der Bundesregierung ist es, diese Angebote bei einsamen Menschen und ihrem Umfeld, bekannt zu machen, indem es auf Social Media-Kanälen verbreitet und als Flyer ausgelegt wird.

→ ***Zum Flyer***

→ ***Weitere Informationen zur Strategie gegen Einsamkeit***

Berliner Luhmann Gruppe sichert Unternehmensnachfolge

Sieben gehen gemeinsam weiter ...

Die Luhmann Gruppe bereichert seit Dezember mit sieben Berliner Instituten die Ahorn Gruppe. Dazu zählen die fest in den Kiezen verwurzelten Bestattungshäuser Luhmann Bestattungen, Georg Spich Bestattungen, Bauschke Bestattungen, Herbert Richert Bestattungen, Elise Hoche Bestattungen, Georg Hannow Bestattungen und A. Hunold jun. Bestattungen.

Nachdem Günter Luhmann selbst über Jahrzehnte die Nachfolge etablierter Berliner Familienbetriebe übernommen hatte, war es nun für den 78-Jährigen nach 46 Berufsjahren an der Zeit, sein eigenes Unternehmen in gute Hände zu übergeben. Für ihn kam dafür nur die Ahorn Gruppe in Frage. „Ich selbst habe die Unternehmen immer im Sinne eines Familienbetriebes weitergeführt. Bei der Ahorn Gruppe kann ich mir sicher sein, dass sie den Geist der Institute beibehalten und sie weiter sicher für die Zukunft aufstellen wird. Hier weiß ich die Kundschaft sowie die Mitarbeitenden in guten Händen.“

Der Vorstandsvorsitzende der Ahorn Gruppe *Olaf Dilge* begrüßt das Wachstum am Hauptstadtstandort: „Die Bestattungsinstitute von Günter Luhmann gehören fest zum Bild des jeweiligen Stadtteils. So freut es mich umso mehr, dass das bewährte Team weiterhin für die Menschen vor Ort da sein und ihnen mit Rat und Tat bei Fragen rund um Bestattung und Vorsorge zur Seite stehen wird. Gleichzeitig profitieren die neuen Kolleginnen und Kollegen von der Ahorn-Infrastruktur in Berlin und unserem umfangreichen Weiterbildungsangebot auf der zweifach ausgezeichneten digitalen Lern- und Austauschplattform ‚Ahorn Campus‘.“ Zusammen mit dem Erwerb der Luhmann Gruppe ist die Unternehmensfamilie der Ahorn Gruppe im Jahr 2023 um insgesamt 19 Bestattungsinstitute an 26 Standorten und die Internetplattform *Emmora* gewachsen.

→ ***ahorn-gruppe.de***

ANZEIGE

Erstmals einheitliches Gestaltungskonzept

Ein Design für Grabstein und Urne

Seit 2013 steht der Name Rokstyle für das erste Grabstein-Fashionlabel – und seit dem 1. Februar 2024 auch für passende Urnen im gleichen Design. Steinmetz Alexander Hanel erzählt, wie er auf die Idee einer einheitlichen Gestaltung vom Urnengefäß über den Grabstein bis zur Grabgestaltung kam und welche Rolle das Unternehmen Alento für die neue Marke Rokstyle Memorial spielt.

Für die Idee, den Friedhof mit einer Designmarke für Grabsteine zu verändern, wurden Sie mehrfach prämiert, unter anderem mit dem German Design Award. Wie sind Sie auf die Urne gekommen?

Nachdem wir zu den Grabsteinen auch den passenden Grabschmuck entwickelt hatten, waren Urnengefäße die logische Fortführung. In Gesprächen mit Bestattern hatte ich erfahren, dass Kunden sehr offen für ein durchgehendes Design sind. Hinzu kamen auch entsprechende Nachfragen von unseren Endkunden. So kam ich darauf, Rokstyle-Kunden ganzheitlich ein schönes Andenken an ihren verstorbenen Menschen anzubieten. Wer eine Bestattung plant, hat die Wahl von ausgefallenen Motiven bis hin zum schlichten, eleganten und zeitlosen Design.

Bei der Urnenproduktion gehen Sie einen gemeinsamen Weg mit Alento Urnen. Wie sind ihre ersten Erfahrungen?

Alento ist sowohl bei der Verarbeitung als auch beim Vertrieb erfahren – und beide kommen wir aus Bayern. Das hat sofort gepasst. Mir und auch Alento sind der sorgsame Umgang mit unserer Natur und den natürlichen Ressourcen sowie die biologische Abbaubarkeit wichtig. Daher verwenden wir überwiegend Rohstoffe, die aus Resten der Zellstoffindustrie aufbereitet werden, sowie Flüssigholz. Hierbei handelt es sich um einen Bio-Verbundwerkstoff, der vornehmlich seine Verwendung im Spritzguss findet. Die Fertigungen bestehen aus Holzderivaten, also aus einer verrottbaren Verbindung an Biopolymeren.

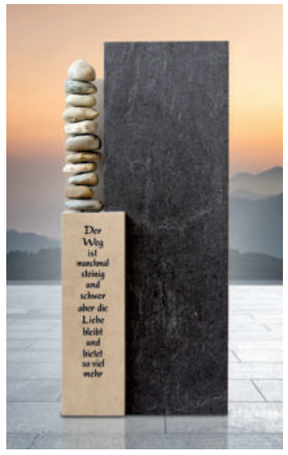
Vertreiben Sie die gesamte Produktserie über Bestatter oder im Direktvertrieb?

Unser Vertrieb bei Urnengefäßen läuft ausschließlich über Bestatter, Grabsteine und Grabschmuck über unser Steinmetz-Händlersystem. Vielen ist der Grabstein aus den Medien bekannt oder er steht schon auf einem Familiengrab – für Bestatterinnen und Bestatter ein überzeugendes Argument für die passende Urne zum Grabstein und zur Grabgestaltung. Natürlich funktionieren die Urnengefäße auch unabhängig vom Gesamtkonzept und sprechen mit Aufschriften wie „Die Liebe bleibt“ oder „Leise weht ein Blatt vom Baum“ und verschiedenen Motiven, Symbolen oder Applikationen für sich. Auf einer Urne sitzt beispielsweise ein Vogel, auf eine andere sind Ziersteine appliziert, die sich jeweils auf dem Grabstein fortsetzen.

Erhältlich sind die Urnen einzeln oder im Rokstyle-Gesamtkonzept ab 1. Februar 2024 in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

→ ***rokstyle.memorial***

→ ***biournen.eu***



Auch für Bestatter

Im Metaverse ist Raum für Trauer

Das Startup VYVYT hat sich auf digitale Angebote im Bereich „Death Tech“ spezialisiert. Gründerin Lilli Berger ist gelernte Bestatterin und hat vor drei Jahren gemeinsam mit zwei Mitstreiterinnen und Mitstreitern den ersten virtuellen 3D-Erinnerungsraum farvel vorgestellt. Nun sucht Lilli Pioniere der Bestattungsbranche, die bereit für neue Wege der Trauerarbeit sind.

Was ist neu im Erinnerungsraum?

Neuerdings können wir neben Bildern auch persönliche Gegenstände in die digitalen Räume übertragen, die das individuelle Gedenken unterstützen können. Und wir arbeiten daran, ganze Räume ins Virtuelle zu übersetzen. Ein 3D-Modell der Räume eines Bestattungsunternehmens kann genauso realisiert werden wie individuelle Erinnerungsräume, etwa aus dem Zuhause der verstorbenen Person. Perspektivisch stellt VYVYT für die Bestattungsbranche den Einstieg in das Metaverse dar und bietet somit Zugang zu einer hochmodernen Technologie.

Um das Metaverse ist es in den Medien etwas still geworden. Was passiert aktuell in den Entwicklungen und welche Rolle kommt hier VYVYT zu?

Im Silicon Valley hat sich schon längst ein Wettstreit um den Markt digitaler Death Care entwickelt, mit dem Ziel, Trauer, Tod und Abschied in digitale Welten zu übertragen. Doch in Deutschland sprechen wir bisher nur von Webseiten, auf denen sich Beerdigungen digital planen lassen oder von Apps, die beim Trauerprozess unterstützen. Wir haben eine weltweit einzigartige Bestattungskultur. Nirgendwo sonst gibt es so viele unabhängige Familienbetriebe. Deshalb ist es mir wichtig, dass wir an deutschen Death-Tech-Lösungen arbeiten und nicht das Feld den amerikanischen Tech-Riesen überlassen.

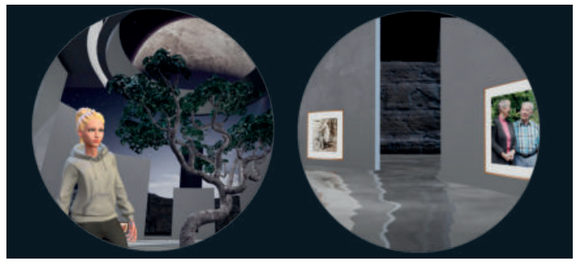
In unserem Interview Anfang 2023 arbeitetet Ihr gerade an B2B-Lösungen, auch für Bestattungsunternehmen. Wie ist der Stand der Dinge?

Bestattungsunternehmen sind eingeladen, unseren Erinnerungsraum in ihr eigenes Angebot aufzunehmen. So können sie beispielsweise Menschen die Teilhabe am gemeinschaftlichen Gedenken ermöglichen, die aus gesundheitlichen Gründen nicht physisch anreisen können und somit ausgeschlossen wären. Wichtig ist uns: Die Bestattungszeremonie soll nicht ersetzt, sondern vielmehr ergänzt werden. Zusätzlich zur klassischen Trauerfeier können Bestattungsunternehmen ihre Dienstleistungen mit virtuellen Abschiedsfeiern im Erinnerungsraum ergänzen. Zum Beispiel auch zum ersten Todestag oder Geburtstag der verstorbenen Person. Bestattungsunternehmen, die offen für solche neuen Wege sind, können sich gerne mit uns in Verbindung setzen, damit wir gemeinsam eine passende Lösung für ihre Bedürfnisse finden können.

Habt ihr schon virtuelle Erinnerungsfeiern organisiert?

Ja. Die Trauerfeiern im virtuellen Raum sind sehr unterschiedlich. Wir haben hier schon viel erlebt, von andächtigen Zeremonien bis hin zu spielerischer Leichtigkeit mit verkleideten Avataren und Spielelementen. Das Besondere sind die Interaktionen, die in 3D-Räumen passieren: Sie schaffen neue und bleibende Erinnerungen. Bei 2D-Videoanrufen ist das weniger der Fall. Nach meiner Erfahrung können unser Gedächtnis und unsere Gefühle mit drei Dimensionen einfach mehr anfangen.

→ *vyvyt.com*



ANZEIGE

Made im Hunsrück

Särge von Andres & Massmann

Andres & Massmann

SEIT 1922

Andres & Massmann GmbH & Co. KG • Zur oberen Heide • 56865 Blankenrath • 06545 9364-0 • www.andres-massmann.de

Das Partnernetzwerk für hochwertige Bestattungsunternehmen.

Digitales Weiterleben: Unsterblich als Avatar?

Digitale Technologien beeinflussen auch den Umgang mit Tod, Trauer und Erinnerung. Im Kontext der so genannten Digital Afterlife Industry (DAI) ermöglichen KI-basierte Anwendungen das „Weiterleben“: Menschen können mit digitalen Repräsentationen von Verstorbenen interagieren, Avatare, Chatbots und dergleichen sind in der Lage, die optische Erscheinung und das frühere Kommunikationsverhalten der Toten immer realistischer zu imitieren. Dies hat sowohl einen Einfluss auf die private Trauer als auch auf die öffentliche Erinnerungskultur und die historisch-politische Bildung. Matthias Meitzler ist Mitarbeiter des interdisziplinären Forschungsprojekts Edilife an der Universität Tübingen, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wird. Am 19. Januar wurden erste Ergebnisse auf einer Konferenz vorgestellt.

Matthias Meitzler
Universität Tübingen

Die Digital Afterlife Industry ist ein neuer Wachstumsmarkt für Start-Ups und die großen kommerziellen Plattformbetreiber. Für sie spielt insbesondere die Interaktion mit Verstorbenen über Kommunikationsplattformen, Chatbots oder Avatare eine bedeutende Rolle. Welche Beispiele fallen Ihnen spontan ein?

Prominente Personen können nach ihrem Tod digital ‚wiederauferstehen‘ und Museumsbesuchende etwa mit den Repräsentationen von Holocaustzeitzeuginnen und -zeugen in Kontakt treten. Im Bildungsbereich kann digitale Lehre auch von Verstorbenen ‚übernommen‘ werden, wenn verstorbene Personen des öffentlichen Lebens zu bestimmten Anlässen virtuell wiedererscheinen. So hielt beispielsweise das digitale Alter Ego des US-Präsident Kennedy die Rede, die er am Tag seiner Ermordung gehalten hätte; und im Rahmen der US-Wahl 2020 ermöglichte das Deepfake eines beim Parkland-Massaker getöteten Jugendlichen eine besonders eindringliche politische Kampagne zur Verschärfung der Waffengesetze.

Aber auch im persönlichen Umfeld werden entsprechende Anwendungen bereits eingesetzt, wie im Fall einer koreanischen Frau, die ihrer toten Tochter auf diesem Weg wiederbegegnete oder in Form von Rekonstruktionen kurzer Videoanimationen verstorbener Verwandter auf der Basis von Fotos als Dienstleistung der Genealogie-Plattform MyHeritage.

Derartige Technologien bringen nicht nur neue Chancen mit sich, sondern auch einige Herausforderungen in Bezug auf Ethik und IT-Sicherheit. Welche sind das?

Wenn ich mich mit einem Avatar unterhalte, hinterlasse ich sensible Daten. Womöglich spioniert er mich aus und manipuliert mich. Vielleicht brauchen wir eine Kennzeichnungspflicht, um Nutzenden zu signalisieren, dass es sich um den Avatar eines verstorbenen Menschen handelt. Die nächste Frage ist, ob einfach vorausgesetzt werden darf, dass ein Verstorbener mit seiner virtuellen Reproduktion einverstanden gewesen wäre. Und dann: Wer hat ein Recht darüber zu entscheiden, ob ein Avatar alle Eigenschaften seines Vorbilds bekommt oder unliebsame Charakterzüge weggelassen werden? Sind es die Angehörigen oder ist es der kommerzielle Anbieter, der möchte, dass man das Produkt möglichst oft und möglichst lange nutzt.

Mit den technischen Möglichkeiten, natürliche Personen virtuell zu repräsentieren, gehen auch datenschutzrechtliche und sicherheitstechnische Implikationen einher. Darum wollen wir auf der Basis unserer Forschungsergebnisse eine öffentliche Debatte anstoßen und überlegen, wie wir mit dem Thema umgehen wollen: ob es eine Regulierung und Unterstützung aus der Politik braucht und unter welchen Umständen Avatare im Trauerprozess mehr eine Chance als eine Gefahr darstellen.

Ich habe einige Interviews mit Trauernden und Trauerbegleitenden zu diesem Thema geführt, um ein Stimmungsbild zu Erwartungen, Hoffnungen und Ängsten einzuholen. Noch empfinden viele Menschen den Gedanken an digital ‚weiterlebende‘ Verstorbene als eher beängstigend. Dies liegt u.a. an der Befürchtung, dass die persönliche Erinnerung manipuliert und überschrieben werden könnte, an einer Angst vor Kontrollverlust. Zudem könnte es Probleme bei der Trauerverarbeitung geben: Viele Personen aus der Trauerbegleitung sind der Ansicht, dass Avatare Trauernde davon abhalten könnten, die Realität und Irreversibilität des Todes zu begreifen. Wenn das Alter Ego einer verstorbenen Person vorgibt, dass sie noch lebt, könnten Trauernde in einer Art Scheinwelt gefangen bleiben.

Wie blicken Sie persönlich auf das Thema und in die Zukunft der gesellschaftlichen Diskussion?

Ich würde dafür plädieren, die Perspektive weiter auszudifferenzieren. Die pauschale Befürchtung, dass Avatare ein Eigenleben entwickeln und über die Trauernden herrschen, ist angesichts der vielen möglichen Anwendungsformen und Trauerszenarien etwas unterkomplex. Vielmehr hängt es davon ab, in welchem Verhältnis man zu der verstorbenen Person steht und was man sich von der Technik konkret erwartet: Soll es tatsächlich darum gehen, einen Menschen hierdurch wiederzubekommen und einen virtuellen Alltagsbegleiter zu haben, der permanent ansprechbar ist – oder gibt man sich vielleicht mit wesentlich niedrigschwelligeren Möglichkeiten zufrieden? Es könnte ja schon trostreich sein, zu bestimmten Anlässen noch einmal die Stimme einer geliebten Person zu hören oder noch etwas Persönliches mitzuteilen. Auch gibt es z.B. Angebote, bei denen der Avatar keine neuen Sätze generiert, sondern zuvor aufgenommene Videosequenzen passend zu der Frage der nutzenden Person abgespielt werden. Manche wollen auch einfach nur einen Menschen im Familiengedächtnis bewahren oder ihn auf diese Weise ‚kennenlernen‘, wenn er vor der eigenen Geburt verstorben ist.

Das Thema Trauer steht bekanntlich nicht ganz oben auf der politischen Agenda – Künstliche Intelligenz und ihre Auswirkungen generieren zurzeit hingegen größere Aufmerksamkeit. Doch auch der Bereich der Trauerkultur wird hiervon nicht unberührt bleiben. Darum ist es wichtig, frühzeitig darüber nachzudenken, wie man entsprechende Angebote gestalten, einrahmen und begleiten kann.

Zur Tagung: ***Zum Projekt Edilife:***

ANZEIGE

WO STEHT DIE FEUERBESTATTUNG?
Zwischen kulturellem Wandel und gesellschaftlicher Verantwortung

Das 12. Symposium der FUNUS STIFTUNG

Tagungspauschale: 205,00 € inkl. Catering

Do 25.04.2024 · Zentrum für Endlichkeitskultur · Kabelsketal
Anmeldung und weitere Informationen finden Sie auf unserer Website:
www.funus-stiftung.de/symposium

bestattungsbedarf.com

Neue Website für Mitglieder, Bestatter und ihre Kunden

Im Februar ist es soweit: Die neue Website des Bundesverbands Bestattungsbedarf e.V. geht live! Zu den neuen Funktionen zählt ein Merkzettelsystem für Bestatterkunden. Hinter der frischen Gestaltung und nutzerfreundlichen Programmierung steckt unser Mitgliedsunternehmen aiu Kommunikation & Markenführung GmbH & Co. KG, namentlich Geschäftsführer Michael Kaufmann, Ina Eichhorn und Heidi Lindenberg.

Was waren die Hauptanforderungen an den neuen Internetauftritt?

Die neue Website sollte vor allem eine Plattform sein, auf der sich jedes Mitgliedsunternehmen mit bis zu vier Produkten oder Dienstleistungen präsentieren kann. Diese Präsentationen sollten nicht nur ansprechend gestaltet sein, sondern auch für Mitglieder leicht zugänglich und selbst verwaltbar.

Wir haben eine benutzerfreundliche Schnittstelle entwickelt, die es den Unternehmen ermöglicht, ihre Angebote in Bild und Kurzbeschreibung darzustellen. Zielgruppe sind einerseits Bestatterinnen und Bestatter, andererseits wendet sich der Verband mit einem Merkzettelsystem erstmals auch an Trauernde und Vorsorgende.

Der Merkzettel soll Bestatterkundinnen und -kunden bei der Produktauswahl und Vorbereitung für das Gespräch im Bestattungsinstitut unterstützen. Wie funktioniert er genau?

Der Merkzettel ist das Highlight der neuen Seite. Diese praktische Funktion eröffnet Website-Besuchenden die Möglichkeit, Ideen und Anregungen für ihre eigenen Bedürfnisse zu sammeln und mit ihrer Bestatterin oder ihrem Bestatter zu besprechen. Wer sich auf der Website umsieht, kann nun Produkte und Dienstleistungen von Mitgliedsunternehmen liken und zu einem persönlichen digitalen Merkzettel zusammenstellen, der automatisch als pdf-Datei zum Ausdrucken generiert wird. Die Liste enthält auch Bestellnummern, sodass die Bestatterin oder der Bestatter das gewünschte Produkt bei Bedarf direkt bestellen kann.

Auch an Journalisten wurde gedacht. Es gibt nun eine eigene Presse-Seite, auf der auch Bilder angefordert werden können.

Richtig: Viele Mitglieder haben ihre Bilder für die Pressearbeit zur Verfügung gestellt, die bei Carolin Oberheide angefordert werden können. Durch diese Funktion kann auch der Presseverteiler mit interessierten Medienschaffenden erweitert werden. Auch Pressemitteilungen und ausgewählte Artikel stehen wie auch unsere Zeitschrift „Bestattung“ zum Download bereit.

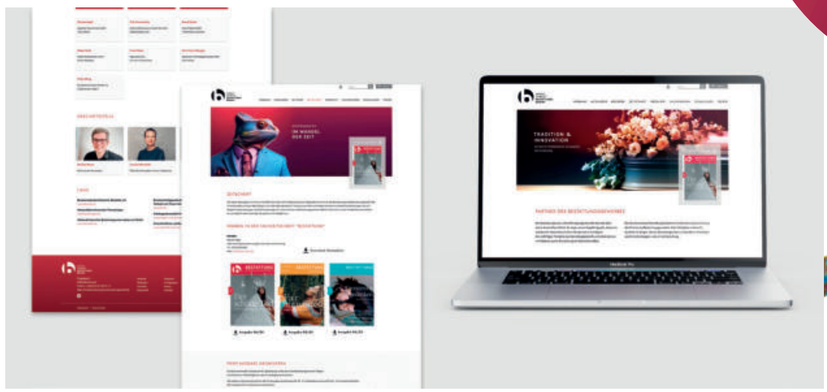
Die neue Website baut inhaltlich auf der bisherigen auf – sieht jedoch gänzlich anders aus. Wie verlief der kreative Prozess?

Die Herausforderung bei der kreativen Umsetzung der Website lag darin, die Bedürfnisse und Ansprüche des Bundesverbandes zu verstehen, in das Design zu integrieren und allen Mitgliedern gerecht zu werden. Wichtig war uns, eine benutzerfreundliche und informative Website zu gestalten, die die Botschaft und Ziele des Bundesverbandes klar kommuniziert. Durch eine moderne Bildsprache und klare Strukturen ist es uns gelungen, die Zulieferindustrie in ihrer Vielfalt zu repräsentieren. Der kreative Prozess war bei diesem Auftrag besonders spannend, da wir eng mit den Mitgliedern aus dem Vorstand und der Geschäftsstelle zusammenarbeiten durften.

→ *aiu-bestatterkommunikation.de*

Anmerkung der Redaktion:
Heimlicher Liebling und neues Maskottchen ist ein Chamäleon, das unsere Flexibilität und Offenheit für Individualität symbolisiert.
Haben Sie es schon gefunden?

→ *bestattungsbedarf.com*



ANZEIGE

Nachfolge garanten

Ihr Unternehmen in besten Händen

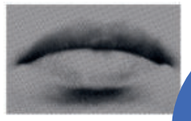
Früher oder später möchten wir uns alle einmal aus dem aktiven Geschäft zurückziehen – und suchen nach einer guten Nachfolge für unser Lebenswerk. Gelingt die Weitergabe des Betriebs im Familienkreis nicht, tut sich die Frage nach einer Alternative auf, mit der Sie sich wohlfühlen.

Wir von der Bestatterfamilie ermöglichen Familienbetrieben eine gute und erfolgreiche Zukunft. Beim Unternehmensübergang bewahren wir die Tradition Ihres Hauses – und bringen gleichzeitig die notwendigen Innovationen ein.

Wenn auch Sie sich Gedanken über die Zukunft Ihres Betriebs machen, dann lassen Sie uns miteinander sprechen. Selbstverständlich unter größter Diskretion. Denn gemeinsam werden wir eine gute Nachfolgelösung finden. Versprochen.

www.die-bestatterfamilie.de

Die Bestatter familie



NEUES MITGLIED

Willkommen im Verband!

Messbar zum Erfolg:

Alles begann mit dem Unvergessen.de Gedenkportal. Seit 2022 steht die Marke „Unvergessen“ auch für eine zehnköpfige Social Media Agentur speziell für Bestatter – mit jeder Menge branchenspezifischem Know-how. Das Team um Philip Pelgen startete im August 2022 mit drei Bestatterkunden in die Pilotphase. Mittlerweile hat das Start-up über 20 Kunden von Bern bis nach Kiel.

Woran denkt Ihr, wenn Ihr Euch an den Start als Social Media Agentur erinnert?

Wir hatten zwar viel Erfahrung und Wissen vom Gedenkportal Unvergessen.de, bei dem wir in Summe über 400.000 Follower auf den verschiedenen Social Media-Kanälen haben. Das Wissen hat sich jedoch nicht 1:1 auf Bestatter übertragen lassen. Tatsächlich haben wir anfangs sehr viel Zeit investiert, um spezifische Bestatterthemen und -inhalte auf Social Media auszuprobieren: Friedhöfe, Krematorien, Trauerfeiern, Bestatteralltag – wir haben systematisch untersucht, was einen messbaren Effekt hat.

Was mich überrascht hat ist, dass die Kernthemen überall funktionieren, ob Stadt oder Land, Nord oder Süd, katholisch oder konfessionslos. Wir haben eine Datenbank aufgebaut, sehr viele Daten gesammelt und ausgewertet, welche Themen bei welchen Zielen funktionieren. Inzwischen haben wir ein sehr gutes Zielgruppenverständnis. Mit den Social Media-Aktivitäten verfolgen unsere Bestatter ganz unterschiedliche Ziele: Die einen suchen Personal, die anderen wünschen sich mehr Aufträge, haben ein Alleinstellungsmerkmal, das sie gerne publik machen möchten oder wollen einfach ihre Qualität sichtbar machen und sich als Familienbetrieb profilieren.

Welche Bestattungsinstitute sind Eure Zielgruppe?

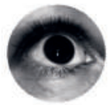
Für uns als Agentur haben wir Qualitätsführer als Zielgruppe entdeckt. Das heißt: Bestatterinnen und Bestatter, die auch rund um die Beisetzung besonders großen Wert auf die Betreuung der Angehörigen legen und darauf, dass die Trauerfeier das Leben der Verstorbenen widerspiegelt. Diese Anbieter haben viel zu zeigen und zu erzählen, das man in gute Inhalte umwandeln kann. Auf uns kommen fast ausschließlich Bestatter mit diesem Qualitätsanspruch zu. Dies sagt übrigens nichts über die Größe des Unternehmens aus. Zwischen 150 und 1.000 Bestattungen ist alles dabei.

Was sind die relevantesten Kanäle und wen erreicht man wie?

Die Zielgruppe unserer Kunden ist meist zwischen 40 und 70 Jahre alt. Für die breite Zielgruppe ist Facebook die relevanteste Plattform. Menschen um die 30 sind eher bei Instagram, jüngere bei TikTok. Das wird sich in den nächsten Jahren weiter verschieben: Instagram wird Facebook auch in der älteren Zielgruppe näherkommen, TikTok rückt altersmäßig auf und neue Formate werden folgen. Für einige unserer Kunden bespielen wir auch TikTok, wenn es zu den Zielen passt.

Wer folgt einem Bestattungsinstitut und wie gewinnt ihr Follower?

Authentische Videos von Geschäftsführenden und Mitarbeitenden eignen sich am besten, um Menschen zu erreichen. Reels, also Hochkant-Videos mit einer Länge von 30-60 Sekunden sind perfekt: Was hier angezeigt wird, bestimmt der Algorithmus, nicht die User selbst. Wir nutzen die Gelegenheit, dass sie sich treiben lassen und an gut gemachten Filmen länger hängenbleiben, um sie auf ihren lokalen Bestatter zu stoßen. Nicht jeder entscheidet sich daraufhin sofort, dem Account zu folgen. Viele Ältere wissen auch gar nicht, wie das funktioniert. Die berühmte 7-Kontakte-Regel aus dem Marketing gilt auch hier. Das Bestattungsinstitut und die Persönlichkeiten dahinter bleiben dann im Unterbewusstsein. Bei einem plötzlichen Todesfall ist das Gesicht der Bestatterin oder des Bestatters dann schon bekannt und es besteht ein Vertrauensvorschuss. So gewinnen einige unserer Kunden ein paar Tausend Follower innerhalb eines Jahres. Andere haben nur 200-300 Follower, haben aber eine messbare Anzahl von Menschen, die aufgrund der Social Media-Präsenz einen Trauerfall beauftragt haben. Die Zahl der Follower ist zwar schön, aber am Ende nicht entscheidend für eine Beauftragung.



Wie messt ihr die Anzahl der Menschen, die über Facebook, Instagram oder TikTok zu einem Bestatter gefunden haben?

Viele Bestatter werden auf ihre Social Media-Kanäle direkt angesprochen. Außerdem haben wir einen digitalen Bewertungsbogen entwickelt, den Bestatter per Mail an ihre Kunden versenden. In einigen kurzen Fragen werden die Qualitätsmerkmale abgefragt, die dem Bestatter wichtig sind, um Optimierungspotenziale zu identifizieren. Hier geht es beispielsweise um Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit, mit der Dienstleistung, mit der Betreuung und dem Preis-Leistungs-Verhältnis. Darüber hinaus fragen wir ab, wie der Auftraggeber auf den Bestatter aufmerksam geworden ist. So messen wir gleichzeitig die Wirksamkeit verschiedener Marketing-Kanäle, auch der traditionellen wie des Telefonbuchs. Sehr zufriedene Angehörige bitten wir unverbindlich um eine Google-Bewertung, weniger zufriedene dürfen Verbesserungen vorschlagen und müssen sich nicht öffentlich Luft machen. Darüber entstehen jeden Monat zuverlässig neue 5-Sterne Google-Bewertungen. Zudem bekommen Bestatter von uns monatliche und jährliche Auswertungen. So können sie jederzeit den unmittelbaren Erfolg ihrer Social Media-Aktivitäten überprüfen.

→ *unvergessen-agentur.de*

Was Social Media für Bestatter wirklich bringt

Unvergessen Agentur

ANZEIGE

VKF FOLIENSARG BIOSEAL®

NEUES MITGLIED

Willkommen im Verband!

German Design Award für Premium Papierurnen

„Individualität entsteht durch Machen!“

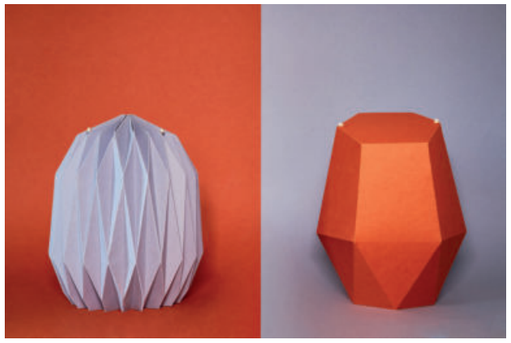
Design-Auszeichnungen für das Regensburger Start-up urnfold: Die Gründerinnen Katharina Scheidig und Kristina Steinhauf gehören zu den Gewinnern des German Design Award (GDA) 2024 und sind seit Kurzem auch Titelträgerinnen der Kultur & Kreativpiloten Deutschland. Urnfold stellt in Handarbeit Urnen aus hochwertigen und nachhaltigen Papieren her. Die Kommunikationsdesignerin Katharina Scheidig hat zusammen mit der Geigenbauerin und perimortalen Wissenschaftlerin Kristina Steinhauf ein Urnendesign aus gefaltetem Papier entwickelt und patentieren lassen.

Die GDA-Jury hat Euch eine Special Mention für exzellentes Produkt-Design und für ökologisches Design verliehen. Was bedeutet diese Auszeichnung für Euch?

Der Preis ist eine offizielle Anerkennung unserer Arbeit und trägt außerdem zur Sichtbarkeit unserer Branche und dem Thema Tod und Trauer bei. Dass wir speziell für ökologisches und Produkt-Design ausgezeichnet wurden, bedeutet uns viel, denn wir haben den Anspruch, mit urnfold-Urnen sowohl ästhetische als auch nachhaltige Produkte zu schaffen: Anstelle von Blech, Kompositverbindungen etc. wird die Asche in einem Behältnis aus Papier in die Erde gelassen, das sich innerhalb kürzester Zeit schadstofflos zersetzt. Wir verwenden besonders hochwertige recycelte oder aus schnell nachwachsenden Rohstoffen hergestellte Papiere aus Biertreber, Hanf, Eukalyptus oder Stroh etc. von Gmund am Tegernsee. Unsere Seeurne besteht aus Algenpapier von Notpla in UK und löst sich besonders gut im Wasser auf. So hinterlässt auch der eigene Tod möglichst wenig negative Spuren auf unserem Planeten.

Wie wirken Eure Urnen unterstützend im Trauerprozess?

Uns ist wichtig, eine Grundlage für einen persönlichen Abschied zu schaffen. Schließlich hinterlässt jeder Mensch eine ganz eigene Geschichte. Die urnfold-Urnen sollen dabei helfen, diese zu würdigen und noch einmal zu erzählen: Sie können bemalt, beschrieben, beklebt, mit Blumen geschmückt, parfümiert, mit letzten Nachrichten versehen und auf vielfältigste Art gestaltet werden. Jeder Mensch hat schon einmal mit Papier gearbeitet; es ist also ein vertrauter und gelernter Prozess. Trotzdem bieten wir zur Inspiration zusätzliche Gestaltungsvorschläge an, sodass Zugehörige sich auch ohne die Unterstützung ihrer Bestatterin oder ihres Bestatters kreativ ausleben können.



GERMAN DESIGN AWARD SPECIAL 2024

urnfold

Katharina Scheidig und Kristina Steinhauf
Gründerinnen „urnfold“

Was war Eure Gründungsidee?

Die Trauerkultur als Teil der gesamtdeutschen Kultur ist massiv unterrepräsentiert. Wir sehen hier großen Innovations- und Handlungsbedarf. Die Themen Sterben, Tod und Trauer sind aktuell in unserer Gesellschaft stark tabuisiert. Zudem ist in den letzten Jahrzehnten eine große Lücke zwischen dem vorwiegend religiös geprägten Umgang mit dem Tod hin zu einer Säkularisierung entstanden. Traditionelle, meist religiöse Rituale rund um den Tod verlieren zunehmend an Verständnis und Bedeutung. Dennoch sind wir der Überzeugung, dass es ergänzend alternativer Rituale bedarf, um Trauer und Tod als Bestandteil des Lebens akzeptieren zu können.

Eine moderne Gesellschaft braucht zeitgemäßes Design

Mit urnfold möchten wir Menschen dabei unterstützen, zeitgemäß und persönlich Abschied zu nehmen. Wir möchten ein Problem lösen, das den meisten Menschen erst im Akutfall präsent wird: Auf den standardisierten und zeitlich eng getakteten Prozess, der direkt nach dem Tod eines Menschen beginnt, ist kaum jemand vorbereitet, sodass nur wenig Raum für die Bedürfnisse des Individuums bleibt. Werte wie ökologische Nachhaltigkeit und zeitgenössisches Design haben im Leben vieler Menschen mittlerweile einen hohen Stellenwert, finden aber angesichts des Todes plötzlich keine Beachtung mehr. Das wollen wir ändern. Bei unserer ersten Urne, die wir Anfang 2023 auf den Markt gebracht haben, handelt es sich um eine Schmuckurne aus besonders nachhaltig produziertem, hochwertigem gefaltetem Papier. Diese kann als fertiges Produkt verwendet oder zusätzlich personalisiert werden. Das soll dabei helfen, den eigenen Trauerprozess aktiv zu gestalten, zu individualisieren und zu enttabuisieren.

→ ***urnfold.de***

ANZEIGE

Jewel Concepts

Jewellery with a personal touch ...
Ein Schmuckstück, individuell und persönlich speziell für sie gefertigt.

Der Abdruck wird innerhalb von 2 – 3 Sekunden mittels einer Spezialtinte abgenommen und als persönlicher Service des Bestatters seinen Kunden nach der Beerdigung mit den anderen Formalien überreicht.

Der Kunde kann nun ohne zeitlichen Druck entscheiden, ob er von dieser Möglichkeit Gebrauch machen möchte.

Gerne beraten wir sie persönlich.

Jewel Concepts GmbH
Postfach 3228
59281 Oelde
Deutschland
T +49 2522 83 87 094
E info@jewel-concepts.de

Jewellery with a personal touch

www.jewel-concepts.de

Viele Bestattungsunternehmen liegen seit Generationen in Familienhand. Während Anforderungen an Transparenz, Qualität und Qualifizierung kontinuierlich steigen, verändern sich auch die Nachfolgelösungen.

Wenn Bestattertöchter und -söhne den elterlichen Betrieb nicht weiterführen können oder wollen, sind andere Lösungen gefragt. Wolfgang Schmitt ist mit seinen beiden Unternehmen Schmitt Bestattungshaus und Hölscher Bestattungen in Hamm einen besonderen Weg gegangen.

Unternehmensnachfolge für Bestatter

Ein Lebenswerk lebt weiter

Viele Bestattungsunternehmen liegen seit Generationen in Familienhand. Während Anforderungen an Transparenz, Qualität und Qualifizierung kontinuierlich steigen, verändern sich auch die Nachfolgelösungen. Wenn Bestattertöchter und -söhne den elterlichen Betrieb nicht weiterführen können oder wollen, sind andere Lösungen gefragt. Wolfgang Schmitt ist mit seinen beiden Unternehmen Schmitt Bestattungshaus und Hölscher Bestattungen in Hamm einen besonderen Weg gegangen.

Daniel Lapcevic ist Bestattungsfachkraft und seit über zehn Jahren Mitarbeiter bei Schmitt. Er kennt die Betriebsabläufe, hat einen äußerst guten Draht zu seinem Chef Wolfgang Schmitt, ist beliebt bei seinen Kollegen und bringt sowohl die Professionalität als auch die Leidenschaft mit, um das Unternehmen im Sinne seiner Vorgänger zu steuern. Dass er einmal die Unternehmensnachfolge antritt, ist schon seit längerem Thema loser Gespräche zwischen ihm und seinem Seniorchef, wie Wolfgang Schmitt erzählt: „Bei diesen Gesprächen ist es aber zunächst einmal geblieben, weil man ja doch davon ausgeht, dass einem noch viel Zeit bleibt und man das Unternehmen unendlich weiterführt. Als aber meine Frau im letzten Jahr krank wurde, habe ich doch noch ernsthafter darüber nachgedacht, Daniel mit ins Boot zu holen, dass er das Unternehmen komplett übernimmt. Das hat aus verschiedenen Gründen nicht geklappt.“ Die explosionsartig steigenden Zinsen machten eine Finanzierung für den jungen Bestatter unmöglich. „Da haben wir das Ganze erst einmal wieder ad acta gelegt.“

Wolfgang Schmitt

Daniel Lapcevic

Partnernetzwerk als Nachfolgelösung

Eine Situation, die vielen kleinen und mittelständischen, auf den Ruhestand zusteuernden Unternehmern bekannt vorkommt – so auch anderen Bestatterinnen und Bestattern in Hamm. „Wir sind hier sehr gut vernetzt mit anderen Bestattungsunternehmen, treffen uns regelmäßig zum Austausch. Durch den gemeinsamen Stammtisch bin ich an Sereni gekommen“, erinnert sich Wolfgang Schmitt.

Sereni ist ein Partnernetzwerk für Bestattungsunternehmen, das unterschiedliche Lösungen für Nachfolge- und Wachstumsprojekte anbietet. Sereni unterstützt ihre Partnerunternehmen bei administrativen Aufgaben sowie in der Planung und Finanzierung der Nachfolge. „Die Ansätze, die wir verfolgen, sind so verschieden wie die Partner unseres Netzwerkes. Insbesondere bei der Nachfolgeregelung berücksichtigen wir die Individualität der verschiedenen Bestattungsunternehmen und gehen auf die persönlichen Bedürfnisse der einzelnen Bestatter ein“, erklärt Sereni-Geschäftsführer David Thomas. Für Schmitt Bestattungshaus und Hölscher Bestattungen war die gesamte Übernahme durch Sereni alternativlos, mit Daniel Lapcevic als Geschäftsführer und der Option, dass er sich peu à peu in das Unternehmen einkauft.

An der Nachfolge zu scheitern bedeutet für viele Unternehmen das Aus. Laut einer aktuellen KfW-Studie suchen rund 560.000 Unternehmen bis 2026 eine Nachfolge, von denen etwa 190.000 Bedarf einer kurzfristigen Lösung haben. Die größte Hürde laut Nachfolge Monitoring des KfW ist die Suche nach einem geeigneten Nachfolgekandidaten. Daniel Lapcevic, der jahrelang die rechte Hand von Wolfgang Schmitt war, ist ein geeigneter Kandidat. Die Nachfolge mit ihm als Geschäftsführer konnte aber nur mit der Unterstützung von Sereni erfolgreich umgesetzt werden.

Die etablierte Marke bleibt, alle profitieren

Die Übernahme bringt viele Vorteile mit, so Daniel Lapcevic, der zu Beginn der Gespräche sehr skeptisch war: „Wolfgang ist zunächst im Alleingang auf Sereni zugegangen, was mich sehr enttäuscht hat. Heute weiß ich, er wollte erst die Möglichkeiten prüfen und mich nicht vor vollendete Tatsachen stellen. Meine Frau und ich sind schließlich zu dem Entschluss gekommen, dass diese Form der Nachfolge für uns genau das Richtige ist. Hätte ich das Unternehmen selbstständig gekauft, wäre ich so hoch verschuldet gewesen, dass meine Kinder noch hätten tilgen müssen. Ich hätte das volle Risiko allein getragen und im schlimmsten Fall alles verloren, wenn es schiefgegangen wäre.“ Heute besitzt er selbst Anteile am Unternehmen und ist sicher, dass er von der Lösung ebenso profitiert wie die Mitarbeitenden und die Auftraggeber: „An den Geschäftsprozessen hat sich nichts geändert. Ich entscheide vor Ort, wo wir unsere Waren bestellen und wie wir die Beerdigungen planen. Das ist unser Tagesgeschäft und da redet niemand rein. Die etablierte Marke des Unternehmens und die etablierten Arbeitsweisen setzen wir fort, im Sinne der Familie Schmitt. Bei allen Fragen, die nichts mit dem Tagesgeschäft zu tun haben, wie Buchhaltung, Mahnwesen, Marketing und Weiterbildung erhalten wir Unterstützung von Sereni.“

Ein Lebenswerk wird fortgeführt

Unternehmensnachfolgen sind nicht selten begleitet von Konflikten, Missverständnissen und Kompromissen. Mit der Übernahme durch Sereni waren nicht nur die finanziellen Fragen beantwortet, sondern auch die administrativen. Wolfgang Schmitt hatte die Möglichkeit, den Geschäftsführer zu wählen, dem er schon seit vielen Jahren vertraut. „Viele, mit denen ich spreche, sind verwundert, wie locker ich damit umgehe“, erzählt Wolfgang Schmitt. „Es war mir immer ein großes Anliegen, dass die Unternehmensnachfolge jemand übernimmt, der das Unternehmen schon kennt, mit dem es fachlich, aber vor allem auch persönlich passt. Ich finde, das ist jetzt die beste Lösung für Daniel, und für uns sowieso.“

> „Insbesondere bei der Nachfolgeregelung berücksichtigen wir die Individualität der verschiedenen Bestattungsunternehmen und gehen auf die persönlichen Bedürfnisse der einzelnen Bestatter ein.“
>
> ***Christoph Kuckelkorn, Mitbegründer von Sereni***

Das eigene Lebenswerk oder das Lebenswerk, das sich die Familie über Generationen aufgebaut hat, in fremde Hände zu legen, ist eine Entscheidung, die niemand leichtfertig trifft. Daniel Lapcevic erinnert sich an einen Moment, der ihm unter die Haut gegangen ist: „Zum Geburtstag habe ich von Herrn und Frau Schmitt eine sehr berührende Karte bekommen, in der stand, dass durch mich als Geschäftsführer das Unternehmen weiterleben kann. Das hat sich die Familie Schmitt vor Jahrzehnten aufgebaut und wenn man bedenkt, dass man das in kurzer Zeit kaputt machen könnte, da wird einem bewusst, wie groß das Vertrauen ist“, so der neue Geschäftsführer. „Ich möchte das im Sinne der Familie Schmitt weiterführen.“ Hätte Wolfgang Schmitt gewusst, wie reibungslos die Übergabe laufen würde, wäre ihm das Loslassen von Anfang an leichter gefallen.

→ ***sereni.de***

→ ***Quellen und Infos:***

„Über die Erwartung hinausgehen“

Was ist eine Qualitätsbestattung?

Der Wettbewerb in der Bestattungsbranche steigt, ebenso der Kostendruck. Neue, große Player haben seit einigen Jahren den Markt betreten – zum Teil mit internationalem Großkapital ausgestattet. Vor diesem Hintergrund scheint sich eine zunehmende Schere aufzutun zwischen ‚Billig-‘ und ‚Qualitätsbestattung‘.

Doch ist das wirklich so? Und was ist unter einer hochwertigen Bestattung zu verstehen?
Diese Frage beantworten Dominik Kracheletz und Michael aus dem Siepen, Köpfe des Unternehmensverbunds ‚Die Bestatterfamilie‘.

Michael aus dem Siepen und Dominik Kracheletz
Gründer und Geschäftsführer der Bestatterfamilie

Herr Kracheletz, was verstehen Sie unter einer hochwertigen Bestattung?

Dominik Kracheletz: Ganz sicher nicht nur den Eichenholzsarg. Es ist natürlich schön, wenn sich die Qualität einer Bestattung auch dadurch manifestiert, aber in erster Linie würde ich das an der Zufriedenheit der Auftraggeber festmachen und an der Fähigkeit, individuell auf deren Wünsche einzugehen.

Das heißt, eine kostengünstige Bestattung kann genauso hochwertig sein wie eine teurere?

Dominik Kracheletz: Grundsätzlich ja, aber viele Angehörige haben kaum eine Vorstellung davon, welche Möglichkeiten einer individuellen und liebevollen Abschiednahme es in einem modernen Bestattungshaus gibt. Da ist es natürlich der Job eines guten Bestatters, diese Möglichkeiten aufzuzeigen und die Auftraggeber dafür zu sensibilisieren. Das ist sicher auch immer ein schmaler Grad zwischen ‚gut beraten‘ und ‚geschickt verkaufen‘.

Michael aus dem Siepen: Die meisten Angehörigen haben relativ diffuse Vorstellungen von unserer Arbeit, wenn sie ins Beratungsgespräch kommen, oder beziehen sich auf Vorstellungen aus der Zeit vor zehn oder zwanzig Jahren. Sie können gar nicht so genau wissen, wodurch sich eine außergewöhnlich gute Bestattungsleistung auszeichnet, denn meist fehlt einfach der Vergleich. Das heißt, wir haben nicht nur die Verantwortung, auf die Wünsche der Auftraggeber einzugehen, sondern auch sie richtig zu deuten und über die Erwartung hinauszugehen.

Wie gelingt das in der Praxis, ohne dass sich der Kunde übervorteilt fühlt?

Michael aus dem Siepen: Indem man die tatsächlichen Bedürfnisse in unerwartet positiver Weise übererfüllt. Für die Häuser der *aus dem Siepen Gruppe* haben wir vor einigen Jahren in einem intensiven Prozess das Motto ‚Gemeinsam Erinnerungen schaffen‘ gefunden, das wir jetzt auch auf die Betriebe der Bestatterfamilie anwenden. Es sagt aus, dass wir als Bestattungsdienstleister ein Gesamterlebnis schaffen müssen, an das sich die Trauernden trotz des Abschiedsschmerzes später gerne zurückerinnern.

Was bedeutet es konkret in ihrer täglichen Arbeit, gemeinsam Erinnerungen zu schaffen?

Dominik Kracheletz: Das zeigt sich in vielen Details wie der Kerze, die bei der offenen Aufbahrung angezündet und später in einer schönen Box verpackt dem Auftraggeber überreicht wird. Oder den Trostspender-Plüschtieren, die kleine Trauergäste erhalten. Es zeigt sich in der Art und Weise, wie jeder Mitarbeiter auftritt, nämlich bei jedem Kontakt vollständig präsent, mit Empathie, Professionalität und Wissen. Und es macht sich insbesondere an der individuellen Ausgestaltung der Abschiedsfeiern fest, sei es durch eine umfangreiche und aufwändige Themendekoration oder einfach durch ein schönes Bild und liebevoll ausgewählte Accessoires.

Michael aus dem Siepen: Dafür muss man in den Gesprächen die richtigen Fragen stellen, Beispiele zeigen und Ideen einbringen. Dann sehen die Hinterbliebenen den Sinn und Wert solcher ‚Extra-Aufwände‘ und die dadurch gegebenenfalls entstehenden Mehrkosten sind in der Regel keine Hürde mehr. Um die Teams in den Häusern der Bestatterfamilie dafür zu sensibilisieren, erhalten sie intensive Begleitung, da ist es in der Regel nicht mit einer trockenen Handlungsanweisung getan. Nur wenn jeder diese Haltung verinnerlicht hat, kann man die wirtschaftlichen Aspekte mit einer hohen Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsrate in Einklang bringen.

Also doch keine Schere zwischen Billig- und Qualitätsbestattung?

Dominik Kracheletz: Das ist regional sehr unterschiedlich. Der überwiegende Teil der Auftraggeber ist bereit, für eine gute Gesamtdienstleistung auch einen angemessenen Preis zu bezahlen – und das sind die Auftraggeber, die wir mit den Häusern der Bestatterfamilie ansprechen. Mein Eindruck ist, dass es große Unterschiede hinsichtlich der individuellen Beratung und liebevollen Ausgestaltung der gesamten Bestattungsdienstleistung gibt, die sich aber durchaus nicht immer an den Kosten ablesen lassen.

→ ***die-bestatterfamilie.de***

JA UND AMEN

Vatikan lockert Regelung zu Ascheverstreuung und Ascheteilung

Im Dezember gab die Glaubenskongregation des Vatikans bekannt, dass ein Teil der Kremationsasche eines Verstorbenen nun an einem für ihn bedeutsamen Ort aufbewahrt werden kann[1]. Damit weicht der Vatikan von seiner früheren restriktiven Haltung ab: Noch 2016 hieß es in einer Instruktion, die Asche darf nicht geteilt werden und sei an einem heiligen oder geweihten Ort aufzubewahren. Zwar wurde die weitere Gültigkeit dieser Anweisung bekräftigt, jedoch mit einer Ergänzung: Familienmitglieder dürfen, den Ausschluss anti-christlicher Praktiken vorausgesetzt, darum bitten, „einen minimalen Teil der Asche ihres Verwandten an einem Ort aufzubewahren, der für die Geschichte der verstorbenen Person von Bedeutung ist.“ Die verbleibende Asche müsse weiterhin an einem heiligen Ort aufbewahrt werden. Frank Ripka befasst sich seit Jahren mit dem Thema Ascheteilung und entsprechenden Gesetzgebungsverfahren. Bislang ist die Entnahme eines kleinen Teils der Kremationsasche zu Erinnerungszwecken oder zur Herstellung eines Erinnerungsobjekts bzw. -schmuckstücks in keinem deutschen Bundesland gestattet.

Frank Ripka
Geschäftsführer der
ALGORDANZA Österreich und Deutschland

Wie stehen Sie zur neuesten Aussage des Vatikans hinsichtlich der Ascheteilung?

Als Privatperson, als Verbandsmitglied und als Repräsentant der *Algordanza* in Deutschland freue ich mich über jede verantwortungsvolle und zeitgemäße Liberalisierung im deutschen Bestattungswesen. Insofern finde ich die Verlautbarung des Vatikans überraschend und positiv.

Jeder Abschied und jede Erinnerung an eine verstorbene Person sind individuell. Ich finde es gut, dass sich viele Bestattungsinstitute ausführlich Zeit nehmen, die hinterbliebenen Familien umfassend zu beraten. Es geht ja darum, das vergangene Leben und die Erinnerung daran entsprechend dem verstorbenen Menschen zu würdigen. Das kann und sollte auch so individuell sein, wie dieser Mensch gelebt hat und er bzw. sie es sich gewünscht haben. Natürlich pietätvoll und im Rahmen dessen, was man gemeinhin als „common sense“ bezeichnet.

Jede Person, die im deutschen Bestattungswesen aktiv ist, kennt hinlänglich das Spannungsfeld, das von den Vorstellungen der Hinterbliebenen, den gesellschaftlichen Veränderungen und der Bestattungsgesetzgebung in Deutschland aufgespannt wird. Ich würde es schön finden, dieses Spannungsfeld so klein wie möglich zu gestalten und deswegen freue ich mich über diese Öffnung.

Und ja, die Position und Meinung der Kirchen in Deutschland hat sowohl im deutschen Bestattungswesen, wie auch in dessen Gesetzgebung traditionell und unstrittig einen bedeutenden Einfluss. Hierzu reicht ein Verweis auf die in 2018 erfolgte Novelle des Brandenburger Bestattungsgesetzes, zu dessen Verschärfung die Verantwortlichen der deutschen Kirchen maßgeblich beigetragen haben.

Die Anweisungen aus dem Vatikan werden offenbar unterschiedlich ausgelegt. Der BR titelt „Die Asche verstreuen? Unter Katholiken weiterhin verboten“[2], andere Medien meinen, weiterhin ein Verbot zur Möglichkeit, Asche zu Diamanten zu pressen herauszulesen[3]. Wie kann das sein?

Ich vermute, dass diese Berichte ein wenig zu schnell und zu oberflächlich erstellt worden sind. Sie geben meiner Ansicht nach die eigentlich klare Verlautbarung des Vatikans nicht korrekt wieder. Denn wenn der Erzbischof von Bologna explizit nach einer Möglichkeit zu einer Ascheverstreuung fragt und der Vatikan wie folgt kristallklar antwortet:

„… a defined and permanent sacred place can be set aside for the commingled accumulation and preservation of the ashes of deceased baptized persons.“

Dann ist das ein eindeutiges Ja zu einer Verstreuung, wenn sie denn auf einem geweihten Friedhof stattfindet. Und auch in Bezug auf die Frage zu der Möglichkeit einer Ascheteilung antwortet der Vatikan ebenfalls positiv und klar:

„…the ecclesiastical authority, in compliance with current civil norms, may consider and evaluate a request by a family to preserve in an appropriate way a minimal part of the ashes of their relative in a place of significance for the history of the deceased person …“

Also auch ein hier ein klares Ja zu einer Ascheteilung. Es ist mehr als bedauerlich und mir unverständlich, dass die bisherige mediale Berichterstattung die vom Vatikan geschaffenen Fakten in diesem Kontext um 180° verdreht.

Und wie und wo soll dieser minimale Teil der Asche des verstorbenen Menschen denn aufbewahrt werden, wenn nicht in einem angemessenen Erinnerungsobjekt, welches „… the person’s historical journey…“ entsprechend repräsentiert? Da mit der neuesten Note der Glaubenskongregation und der in ihr erwähnten Erlaubnis zur Entnahme der geringen Menge Asche auch der Punkt 7 der zugrunde gelegten Instruktion[4] obsolet sein dürfte, lässt sich für den aufmerksamen Leser des Dokuments ableiten, dass es für die Aufbewahrung dieser Asche ein angemessenes „memento“ geben muss – in welcher Form auch immer. Wie auch bei den Reliquien der katholischen Kirche üblich, wird dies immer ein besonderes Schmuckstück oder entsprechend würdevolles Behältnis sein.

Was wird Ihr Unternehmen und was wird der Bundesverband Bestattungsbedarf e.V. diesbezüglich unternehmen – welche Ansprechpartner gilt es zu sensibilisieren?

Die Algordanza wird, wie in den letzten Jahren, auch weiterhin Gespräche mit allen im Bestattungswesen aktiven Personen und Gruppen führen und vermittelnd versuchen, über die aktuellen und unterschiedlichen Positionen in unserem Umfeld aufzuklären. Uns ist wichtig, über den Tellerrand des nur vermeintlich Möglichen zu blicken und – so wie in dieser Situation – auch über den Wandel vermeintlich für die Ewigkeit festbetonierter Positionen zu informieren. Das schafft Möglichkeiten und Potentiale für alle Beteiligten: für Familien, für Bestattungsinstitute, für andere Marktteilnehmer und – ja, natürlich – auch für uns als Unternehmen.

Der Bundesverband Bestattungsbedarf repräsentiert eine Vielzahl von unterschiedlichen Unternehmen in der Bestattungsbranche. Von daher kann ich als Verbandsmitglied nicht sagen, was der Verband unternehmen wird. Ich kann mir aber gut vorstellen, dass wir diesen Positionswechsel des Vatikans intern diskutieren und im Grunde positiv aufnehmen werden. Unsere Mitglieder gestalten ja nicht nur die Bestattungskultur mit, sondern eben auch die Erinnerungskultur. Erinnerungsobjekte gehören für viele hinterbliebene Familien einfach dazu.

Quellen:

1 2 3 4

ANZEIGE

Individuelle Kundenbetreuung mit Überblick

Von Christian Greve

Bereits ab dem Zeitpunkt des Trauergespräches entwickelt sich eine emotionale Bindung zwischen Kunde und Bestatter, die sich bis zur Beisetzung noch vertieft. Gleichzeitig muss ein Bestattungsunternehmen wirtschaftlich handeln – immer mit Blick auf den Kontoauszug. Mit dem Abrechnungsservice der ADELTA.FINANZ AG vermeiden Bestatterinnen und Bestatter Außenstände und Forderungsausfälle.

Wie funktioniert das Mahnwesen mit einem Abrechnungsservice, 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. Der Factoring-Dienstleister ist daran interessiert, so wenig Vorgänge wie möglich an einen Rechtsanwalt abzugeben. Daher werden die Hinterbliebenen bei Nichtzahlung auch telefonisch kontaktiert. So wird versucht, den Grund des Zahlungsausfalls zu klären und es besteht die Möglichkeit, noch einmal eine Ratenzahlung bzw. Rückzahlungsvereinbarung anzubieten. Ein Gang zum Rechtsanwalt lässt sich so in den meisten Fällen verhindern.

Sensibler Umgang mit säumigen Kunden

Über das Kundenportal haben Bestatterinnen und Bestatter zu jedem Zeitpunkt einen Überblick über die offenen Forderungen und das Zahlungsverhalten. Das Mahnverfahren haben sie jederzeit selbst im Griff und sogar die Möglichkeit, das Erinnerungsschreiben an Kunden weitere zehn Tage zurückzustellen, um selbst noch einmal Kontakt aufzunehmen. Erfolgt daraufhin immer noch keine Zahlung, wird die Erinnnerung erst nach zehn weiteren Tagen versendet. Wer dies nicht möchte, hat sogar die Möglichkeit, die Forderung zurückzukaufen. So ist immer ein individueller, sensibler Umgang mit säumigen Zahlern möglich.

Zeit und Sicherheit gewinnen

Vor einigen Jahren hat die ADELTA für ihre Kunden und deren Hinterbliebenen den HinterbliebenenService eingeführt und optimiert ihn permanent. Bestattungspartnern bietet das Unternehmen den Abrechnungsservice BestattungsFinanz mit drei Funktionen an: Service-, Finanzierungs- 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. Auch wenn es bei Hinterbliebenen finanziell mal eng werden sollte, haben Bestatter eine Lösung: die 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.

→ ***hinterbliebenen-service.de***

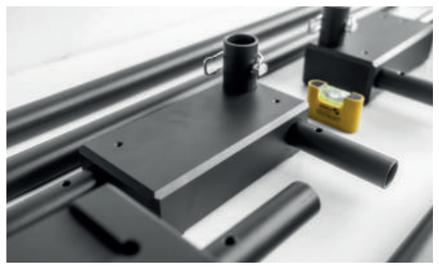
Jetzt mit Ratenrechner!

Flexibel Särge versenken

Bestatter, die mehrere Friedhöfe betreuen, brauchen eine handliche Lösung, um Särge in ein Grab abzulassen. Gemeinsam mit Bestattern und Vertriebspartnern und auf Basis von Erfahrung und Maschinenbau-Fachwissen hat Bernhard Philipp das Modell Philitech Senkamat P4000 für den stationären Gebrauch auf dem Friedhof als ersten zerlegbaren Sargversenkapparat entwickelt. Das Modell basiert auf dem Klassiker Senkamat, der bereits seit 40 Jahren auf dem Markt ist. Auch die Ersatzteile sind gleich. Das erleichtert die Wartung und Reparatur.

Uwe Koch
Schlosser, Hopf Pietätsartikel GmbH

WARTUNGSFREUNDLICH, LANGLEBIG UND LEICHT BEDIENBAR



Dieter Hopf ist Geschäftsführer der *Hopf Pietätsartikel GmbH*. Für ihn ist der Senkamat ein Stück Familiengeschichte: „Mein Großvater hat sich damals Alter von 70 Jahren noch rege mit dem Erfinder über die Praktikabilität eines Sargversenkers ausgetauscht und war einer der ersten Händler, der den Senkamat in sein Sortiment aufnahm.“ Hopfs Schlosser *Uwe Koch* ist seit fast 35 Jahren mit dem Gerät vertraut: „Friedhofsverwaltungen und Bestatter kommen aus ganz Deutschland zu uns, um ihren Senkamat reparieren zu lassen. Sehr im Kommen ist die regelmäßige Wartung vor der Jahresprüfung der Berufsgenossenschaft. Da bekommen wir je nach Größe des Friedhofs manchmal zehn Geräte auf einmal“, erzählt Uwe Koch. Seine Arbeit ist meist schnell erledigt: „Der Senkamat ist sehr wartungsfreundlich. Oft muss ich nur die Seile wechseln, die naturgemäß dem größten Verschleiß unterliegen und leider auch nicht immer ganz sachgemäß gehandhabt werden“, erzählt der Mechaniker. Doch dass ein Seil gerissen sei, hätte er noch nie erlebt: „Die Seile halten ein Gewicht von 350 Kilo! Außerdem reißt ein Drahtseil nie plötzlich, sodass man mit einer regelmäßigen Wartung absolut auf der sicheren Seite ist.“

Schnelle Ersatzteile

Am zweithäufigsten nimmt Uwe Koch das Getriebe unter die Lupe. „Wir bekommen Geräte zur Generalüberholung, die bis zu 40 Jahre alt sind. Manche Getriebe funktionieren noch einwandfrei, wenn sie sachgemäß gelagert und verwendet wurden.“ Das sei leider nicht immer der Fall, aber: „Einen verdreckten Versenker in ein gangbares, glänzendes Gerät zu verwandeln, macht mir besonderen Spaß“, schmunzelt der erfahrene Handwerker. Für die Wartung braucht der Schlosser lediglich den Getriebekopf mit den Seilen, das einige Kunden auch einfach per Post oder Spedition an die Firma Hopf schicken. Die meisten Friedhofsbetreiber und Bestatter kommen jedoch gerne selbst vorbei und nehmen ihren Senkamat nach drei bis vier Stunden Reparatur oder Wartung direkt wieder mit. Mindestens einen Sargversenker hat Uwe Koch immer in seiner Werkstatt. Alleine über die Weihnachtszeit bis Mitte Januar waren es sechs Stück zur Wartung. Braucht er mal ein Ersatzteil, bestellt er es direkt beim Hersteller Bernhard Philipp und bekommt es am nächsten Tag.

Ersetzt sechs Träger

Der Schlosser ist gespannt auf seinen ersten Philitech Senkamat P4000: Die zerlegbare Variante mit den teilbaren Tragrohren hat er bislang noch nicht gewartet oder repariert, weil sie noch relativ frisch auf dem Markt ist. Die Idee und die Kompatibilität mit dem Klassiker gefallen dem ehrenamtlichen Sargträger schon jetzt, der auch selbst über praktische Erfahrungen auf dem Friedhof verfügt: „Den Sarg über das Grab zu tragen, bedarf viel Erfahrung. Sargwagen, Rollschlitten und die Sargauflage des Versenkers sind eine große Arbeitserleichterung für die Träger. Mit dem Senkamat wird der Sarg auch wesentlich pietätvoller und gleichmäßiger in das Grab abgelassen als manuell.“ Dies ist angesichts des Sargträgermangels ein doppelt wichtiger Aspekt. Darum gehen auch immer mehr Bestatter auf Nummer sicher und kaufen sich ihr eigenes Gerät, das sie flexibel im PKW transportieren und im Handumdrehen selbst aufbauen können. So sind sie unabhängig von den Gegebenheiten und dem Personal des Friedhofs. „Der Preis ist hoch, aber die Wartung lohnt sich immer – auch noch nach Jahrzehnten“, sagt einer, der es wissen muss.

→ ***hopf-online.com***

Seit sich Rainer Reichart, der Sohn des Senkamat-Erfinders Anton Reichart im Alter von 82 Jahren zur Ruhe gesetzt hat, hat der Hersteller Bernhard Philipp den Vertrieb der beiden Modelle zum 1. Januar 2024 selbst übernommen und bietet direkten Service und Preistransparenz über den Online-Shop:

→ **sargversenker-philitech.com/kundenshop/**

SCHNELL SEIN LOHNT SICH!

Die ersten 5 interessierten Leser können den **Philitech Senkamat P4000** unverbindlich und kostenlos für ein halbes Jahr testen!

info@bernhard-philipp.de

Gerne kümmert sich Renate Vogel um Ihre Anzeigen.

Tel. +49 30 26393488
info@ubv-bonn.de

Hopf post mortem

Original Hopf Sarg- und Leichenkühlzellen
werden nach Ihren individuellen Bedürfnissen gefertigt und an die baulichen Gegebenheiten angepasst.

Beratung - Planung - Fertigung - Montage - Service
ALLES AUS EINER HAND – HOPF IHR LIEFERANT

HOPF Pietätstartikel GmbH, D – 68799 Reilingen
Telefon 06205 / 9412-0 Telefax 06205 / 9412 – 22
Internet: www.pietaetsartikel.de; e-mail: info@hopf-online.com

Podiumsdiskussion

„Opa gehört nach Hause!“ – Urne an die Angehörigen oder auf den Friedhof?

Die FUNUS Stiftung lädt am 14. März 2024 ab 16:30 Uhr zu einer Podiumsdiskussion zum Thema „Urne an die Angehörigen oder auf den Friedhof?“ im Zentrum für Endlichkeitskultur in Kabelsketal ein.

Das Podium wird mit zwei renommierten Referenten besetzt sein: *Trix Hübschmann,* Inhaber von *Bestattungen Terra Mater* in Berlin, und *André Könnecke* vom *Verband der Friedhofsverwalter e.V.*. Die Fachreferenten werden die Frage, ob die Asche Verstorbener mit nach Hause genommen werden sollte oder nicht, aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten. Geleitet wird die Diskussion von dem neutralen Moderator *Prof. Dr. Dr. Tade Spranger,* einem erfahrenen Experten auf dem Gebiet des Friedhofsrechts.

Immaterielles Erbe Friedhofskultur

Praxis-Workshop – Friedhof digital sichtbar machen

Ob per Handy, Tablet oder PC: die meisten Menschen informieren sich heute digital - auch über den Friedhof. Den eigenen Friedhof digital sichtbar zu machen ist somit die wichtigste kommunikative Aufgabe von Verwaltungen. Dieser Workshop vermittelt dazu Basiswissen, z.B. darüber, wie man sich bei der Google-Suche oder bei Wikipedia gut sichtbar positioniert. Die wichtigsten Anforderungen an die Webpräsenz stehen dabei genauso im Mittelpunkt wie Auftritte bei Facebook oder Instagramm. Und es geht darum, welche weiteren Chancen die digitale Kommunikation bietet, wie z.B. Friedhofsrundgänge bei der Wander-App „komoot“ zu platzieren.

→ ***Termine:***
20.02.24 und 07.03.24 jeweils 13.00 bis 17.00 Uhr

→ ***Nähere Informationen*** → ***Online-Anmeldung***

Die Debatte, ob die Asche Verstorbener mit nach Hause genommen werden soll, birgt verschiedene Perspektiven, die in der Diskussion beleuchtet werden. Die Befürworter betonen die individuelle Freiheit der Angehörigen, die Asche mit nach Hause zu nehmen. Dies ermöglicht einen persönlichen Bezug und unterstützt den Trauerprozess durch eine tägliche Erinnerung. Zudem eröffnet es Raum für vielfältige Bestattungskulturen, die kulturellen und religiösen Überzeugungen gerecht werden.

Auf der Gegenseite stehen hygienische und gesundheitliche Bedenken, die im Kontext der öffentlichen Gesundheit und Sicherheit berücksichtigt werden müssen. Traditionelle Friedhofsbestattungen werden als Möglichkeit gesehen, den Respekt vor den Verstorbenen zu wahren und einen gemeinsamen Ort der Erinnerung zu schaffen. Auch ökologische Aspekte werden angesprochen, da die Rückführung der Asche mit bestimmten Praktiken wie dem Verstreuen in der Natur ökologische Fragen aufwerfen kann.

Die FUNUS Stiftung bezieht in dieser Diskussion bewusst keine Position, sondern schafft Raum für einen offenen Dialog. Die Entscheidung, dieses Thema in den Mittelpunkt zu stellen, spiegelt das Engagement der Stiftung wider, das Nachdenken und den Dialog über Endlichkeit und Bestattungskultur zu fördern.

→ ***funus-stiftung.de***

ANZEIGE

TERMINE 2024
Mehr Infos auf den Messe-Websites.

I | **TANEXPO 2024,** Bologna
04. bis 06. April, www.tanexpo.com/it

D | **FORUM BEFA,** Dortmund
13. und 14. April, www.forum-befa.com

D | **LEBEN UND TOD,** Bremen
03. und 04. Mai, www.leben-und-tod.de

RO | **FUNERALEXPO,** Arad
09. bis 11. Mai, www.funeralexpo.ro

PL | **NECROEXPO,** Kielce
07. bis 09. Juni, www.funeralexpo.ro

AU | **FORUM BEFA,** Salzburg, 13. und 14. September,
www.forum-befa.com

D | **LEBEN UND TOD,** Freiburg
18. und 19. Oktober, www.leben-und-tod.de

Das nächste Fachmagazin BESTATTUNG erscheint im April 2024

→ **Themenschwerpunkt**
ABSCHIED IM KREMATORIUM
Mehr als Feuerbestattung

→ **Mit Special**
BESTATTUNG IN EUROPA

Informationen für unsere Inserenten
Anzeigenschluss 15. März 2024
Druckunterlagenschluss 22. März 2024
Bitte beachten Sie die Mediadaten 2024.
Download unter: www.bestattung-zeitschrift.de

ANZEIGEN

WENN EIN BESTATTER DEN ANGEHÖRIGEN EIN BESSERES ANGEBOT MACHEN KANN …

So sieht ein Bestatter aus,
der Angehörigen gerade ein
wesentlich günstigeres Angebot
als üblich machen konnte –
dank eines preiswerten Grabes
der Deutschen Friedhofsgesellschaft.

Jetzt Partner werden!

Deutsche Friedhofsgesellschaft

deutschefriedhofsgesellschaft.de
Telefon: 06776 958 640

Wir sorgen für einen ruhigen Schlaf

TAUSCHEN SIE IHRE FORDERUNGEN GEGEN LIQUIDITÄT – DIREKT!

Mit ADELTA haben Sie mehr Zeit und Konzentration auf die eigene Dienstleistung durch Entlastung im Forderungsmanagement.

FACTORING FÜR
TISCHLER-BESTATTER

ALLES AUS EINER HAND:
KEIN SYSTEMWECHSEL NÖTIG!

ÜBER 20 Jahre ADELTA.FINANZ AG KOMPETENZ IM ABRECHNUNGSSERVICE

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