

Ein Tabuthema wird salonfähig

Sprechen wir über den Tod

**Special
Krematorien**

Seite 29

STERBEREPORT 2022

Ein Wirtschaftszweig wird sichtbar

VON TIKTOK AUFS TAPET

Tod und Trauer gehen viral

BESTATTER VERDIENEN MEHR SICHTBARKEIT

Wie man Mitarbeiter auf Social Media findet

Fahrgestell One for all „DYNAMIC“

DAS ARBEITSTIER



Best.-Nr.: 15016952

4.750,00 €



Sichere Sargauflage durch Antirutsch-Noppen

Flexible Aufnahme für Überführungstragen von 51-56 cm Breite



auf alle technischen Bauteile



Kein Anheben mehr beim Be- und Entladen dank optionaler Roll-Stützfüße.

Best.-Nr.: 15016342

180,00 €



mit Trage



mit Sarg

Weitere nützliche Technik für den Bestattungsprofi finden Sie unserem aktuellen Transportgeräte-Katalog.

T: 05141 - 888 600 | serviceteam@pludra.de



Technische Daten	
max. Traglast	300 kg
max. Ladekantenhöhe	ca. 700 mm
Breite Tragenaufnahme	510-560 mm
Länge	2060 mm
Breite	560 mm
Höhe (Einsatz / Transport)	650-900 / 270 mm
Gewicht	32 kg

Preise netto zzgl. MwSt.

www.pludra-shop.de

PLUDRA - FRANKFURT GmbH • Bruchkampweg 20 • D - 29227 Celle
Tel.: +49 (0) 5141 - 888 600 • Fax: +49 (0) 5141 - 888 6012 • info@pludra.de
www.pludra.de

AROSA EMMEL

Trauerserien für ein harmonisches Erscheinungsbild

Trauerpapiere | Urnen
Kerzen | Teelichtgläschen
Fotobücher | Mappen
und vieles mehr

Klappkarte 200 g
Best.-Nr.: 9708-RK



Dankkarte 200 g
Best.-Nr.: 9718-DK

Trauerserie „ROSE DER ERINNERUNG“

Kerze
Best.-Nr.: 5322



Teelicht-Gläschen
Best.-Nr.: 5402



Keramik-Urne
Best.-Nr.: 15606901

Bio-Tec3-Urne
Best.-Nr.: 52800001



Fotobuch
Best.-Nr.: 4714



Dokumentenmappe
Best.-Nr.: DM 32

Kondolenzmappe
Best.-Nr.: KM 32



Weitere Trauerserien



Orchidee



Abschied



Sonnenblume



Strand

Das Gesamtsortiment finden Sie in unserem Webshop.

www.emmel-shop.de

Tel. +49 (0) 2242 - 3078

Arosa-Emmel GmbH
Uferstraße 10 • D - 53773 Hennef
Fax: +49 (0) 2242 - 8 34 75
verkauf@emmel-papier.de

AUSGEZEICHNET!

**BESTATTUNGSWÄSCHE
THOMAS NUNNENKAMP**



- ✓ Große Sortimenttiefe und -breite
Über 1.000 Artikel in vielen Varianten
- ✓ Hohe Lieferfähigkeit
schnell und flexibel
- ✓ Höchste Qualität
Eigene Näherei: „Made in Germany“
- ✓ Individuelle Kundenlösungen
durch eigene Werkstätten

www.nunnenkamp.de

Heuweg 62 · 32312 Lübbecke · Telefon: 05741/31999 · Telefax: 05741/319970

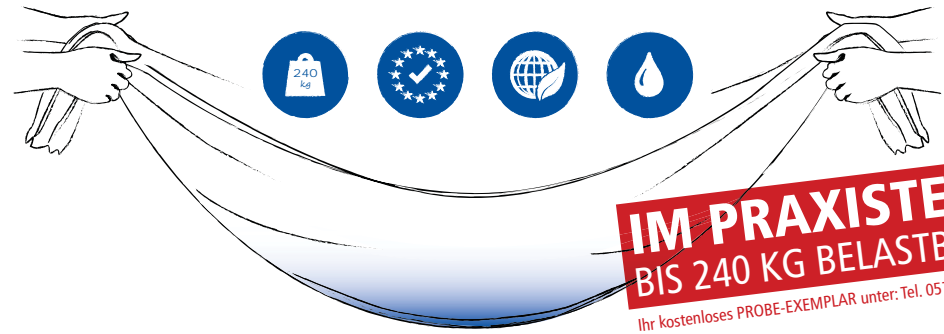


Unser neues, verbessertes EINWEG-TRAGELAKEN

- 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



**IM PRAXISTEST
BIS 240 KG BELASTBAR!**

Ihr kostenloses PROBE-EXEMPLAR unter: Tel. 05741/31999

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

**BESTATTUNGSWÄSCHE
THOMAS NUNNENKAMP**

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

unsere Branche ist so lebendig wie nie zuvor: TikTok, Insta-Formate, Trauerportale, Podcasts, ein Vorsorge-Set mit Konfetti-Regen – und nicht zuletzt der stylische Sterbereport des Wirtschaftsmagazins *brand eins* zeigen, dass der Tod im Leben angekommen ist.

Kann man also noch von einem Tabu reden? Oder ist der Tod im Gegenteil sogar ein Trendthema?

Wie positionieren wir uns als Bestatter und Zulieferer, wenn immer mehr Menschen wissen, dass sie eine Trauerfeier selbst gestalten dürfen, wie Bestatter Verstorbene versorgen, was im Krematorium passiert, wie eine Kompostierung funktioniert und was ein Sarg kosten „darf“?

Fest steht: Kundinnen und Kunden sind interessierter und informierter denn je, wissen, was sie (nicht) wollen und fordern Transparenz ein. Wer diese als Wettbewerbsvorteil erkennt und nutzt, könnte für seine Offenheit belohnt werden.

Eine inspirierende und ermutigende Lektüre wünscht Ihnen
Ihr Christian Greve



IN EIGENER SACHE

Nach gut 15 spannenden und erfolgreichen Jahren bei Rapid Data verantworte ich seit Oktober das Sales-Management bei der DELTA. FINANZ AG. Als Ingenieur mit einem Master in Marketing schlägt mein Herz seit Beginn meiner beruflichen Laufbahn für den Vertrieb. Daher freue ich mich sehr auf die neuen Herausforderungen – und auf die Fortführung der freundschaftliche Kooperation zwischen Rapid und Adelta. In meinem Fokus wird künftig das sensible Forderungsmanagement stehen – ein zentrales Thema in diesen unsicheren Zeiten, über das Sie in der „Bestattung“ bald mehr lesen werden.

INHALT

→ EDITORIAL

→ IMPRESSUM

→ INTERVIEWS

- 10 Der Tod ist im Mainstream angekommen
- 12 Sterbereport 2022 – Ein Wirtschaftszweig wird sichtbar
- 14 21Gramm
- 16 Tod und Trauer gehen viral
- 17 Nichts verbindet uns so wie unsere Sterblichkeit
- 20 Im Angesicht des Todes das Leben positiv gestalten
- 22 Dunkles Thema, buntes Buch
- 24 Bestatter verdienen mehr Sichtbarkeit

→ SPECIAL KREMATORIEN

- 29 Erdgas-Knappheit
- 30 Gute Frage: Ist Holz die natürliche Alternative zum Erdgas?

→ ADVERTORIAL

- 18 Perfect match: Trauerfreunde fürs Leben

→ MELDUNGEN

- 08 In eigener Sache
- 08 Der Tod im WDR
- 09 Ewige Ruhe im digitalen Jenseits?
- 09 Individuelle Karten

→ PRODUKTE

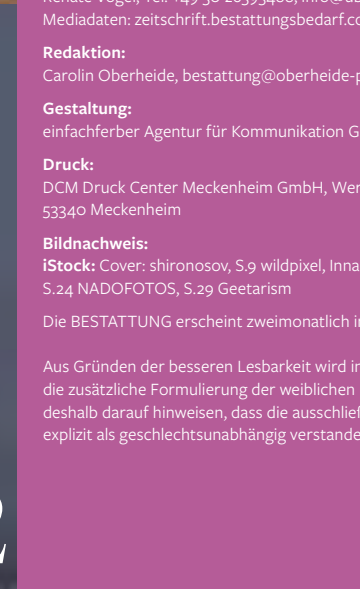
- 26 Bestatter-App bringt neue Mobilität

→ SERVICE

- 32 Tipps und Veranstaltungen
- 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: Christoph Windscheif, 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:
einfacherber Agentur für Kommunikation GmbH, postfach@einfacherber.de

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

Bildnachweis:
iStock: Cover: shironosov, S.9 wildpixel, Inna Sinano S.17 Tim Berghman, S.18 CurvaBezier,
S.24 NADOFOTOS, S.29 Geetarism

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.

Wir stellen richtig
In eigener Sache

In der Ausgabe 4/2022 ist uns ein Fehler unterlaufen. Bei der Vorstellung unseres neuen Mitglieds

Ann-Kathrin König
Unternehmens- &
Personalberatung

haben wir eine falsche Firmierung angegeben. Es handelt sich **nicht** um die König GmbH. Wir bitten um Entschuldigung!



Tröstlich
Individuelle Karten

Manch' eine Geschichte oder Beziehung ist so besonders, dass keine herkömmliche Karte ihr gerecht werden kann. In diesen Fällen fertigt **Trauergestalt** auch Einzelstücke von Hand an. Nach einem ersten Gespräch werden gestalterische Konzepte entwickelt, die die Eigenheiten von Personen und ihrer Bindung zueinander einfangen. Die Gestaltung erfolgt in enger Abstimmung mit den Auftraggebern. Sie fühlen, was passt.

→ trauergestalt.de/trauerkarten/



Seit dem 1. Oktober ist über die Website auch eine erste Kollektion Trostkarten für vielfältige Trauer-Anlässe erhältlich. Mehr Blicke hinter die Kulissen von Trauergestalt bekommen Sie außerdem auf Instagram.

→ [@trauergestalt](https://www.instagram.com/trauergestalt)



Bestattet im Metaverse
Ewige Ruhe im digitalen Jenseits?



Das Metaverse ist ein Mix aus unserer physischen Welt, ihrer virtuellen Version und einer erweiterten Realität. Hier interagieren Nutzerinnen und Nutzer als Avatare in einem gemeinsamen virtuellen Raum, shoppen, bauen Häuser, halten Meetings ab, unterhalten sich – oder bestatten ihre Lieben an einem virtuellen Gedenk-Ort. Die Internetseite basic-thinking.de und der Rolling Stone berichtet von 5.000 individuellen Grabsteinen, die das koreanische Unternehmen „Remember“ als NFTs* vertreibt – inklusive Zugang zu einer privaten Trauerhalle. Dort können User Texte, Bilder, Videos, Sound-Aufnahmen oder 3D-Objekte aufbewahren, die sie mit dem oder der Verstorbenen verbinden. Mit den Einnahmen will das Unternehmen laut Berichten digitale Grundstücke in Metaverses wie Decentraland oder The Sandbox kaufen. Die Idee der Entwickler: Im Metaversum kann jeder überall eine geliebte oder prominente Person besuchen, trauern und ihr Leben gemeinsam feiern.

→ remember.place/memorial-stone

*Ein Non-Fungible Token (NFT) ist ein „kryptografisch eindeutiges, unteilbares, unersetzbares und überprüfbares Token, das einen bestimmten Gegenstand, sei er digital oder physisch, in einer Blockchain repräsentiert“. Während NFTs mit der Blockchain dieselbe Technologie benutzen wie Kryptowährungen, sind sie im Unterschied zu diesen einmalig und nicht teilbar (non-fungible, dts.: „nicht austauschbar“). Ein NFT kann nur als Ganzes erworben werden und existiert nur ein einziges Mal.

Quelle: Wikipedia

→ Mehr zum Thema:



Sehens- und hörensenswert
Der Tod im WDR

Nicht nur im Insta-Format #21gramm.wdr (siehe Seite 14) widmet sich der WDR dem Thema Trauer und Tod – auch in Dokumentationsformaten wie „Menschen hautnah“ oder „Echtes Leben“. Nun kommen speziell für die Mediathek entwickelte Serien und Podcasts hinzu. Zum Beispiel:

„Stärker als der Tod“ – eine fünfteilige Serie über die 35-jährige Maria, die ihren Mann bis zu seinem Tod begleitet und nun für sich und ihre kleinen Kinder einen Neuanfang schafft.



Und der Podcast „Sick of it - Statements einer Sterbenden“, in dem die an Krebs erkrankte Franziska Knost kurz vor ihrem Tod über vermeintlich erstrebenswerte Lebensziele diskutiert und ihre persönliche „F**ck-it-Liste“ vorstellt.



Anzeige

Ein Symbol der **L**iebe



Der Erinnerungsdiamant

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

Gerne beraten wir Sie kostenfrei unter Tel. 00800 7400 5500



Anzeigen

Schaffen Sie besondere Erinnerungen.

GRABSTEILE
made by Stahl Holzbearbeitung

STAHL
SARGFABRIKATION

www.stahl-sarg.de/shop

Seit drei Jahren macht Charlotte Wiedemann Öffentlichkeitsarbeit für den Tod – seit letztem Jahr auch als Mitarbeiterin der Ahorn Gruppe. In der Zeit hat sich viel verändert.

Charlotte Wiedemann

Autorin und Referentin Bestattungskultur bei der Ahorn Gruppe

Der Tod ist im **Mainstream angekommen**

TOD TUT NOT



Deine Mission ist die Enttabuisierung von Tod und Sterben. Was ist dein Resümee nach drei Jahren?

Damals war die Stimmung eine andere: Es gab kaum Momentum; über den Tod sprach man nicht so gern in der breiteren Öffentlichkeit. Doch im Zuge der Pandemie, des Krieges sowie öffentlichen Diskussionen über Körperlichkeit und Psyche kam auch der Tod wieder mehr ans Licht. Unsere Gesellschaft geht heute viel offener mit vermeintlichen Schwächen und Tabus um. Menschen haben ein Bedürfnis entwickelt, gemeinsam hinzuschauen, einander zu unterstützen und eine Haltung zu entwickeln. Sie suchen gezielt nach Antworten und schätzen Ehrlichkeit. Das erleben wir täglich auf unserem TikTok-Kanal @dertod_undwir mit 120.000 Followern.

Wen und was erreicht ihr über TikTok?

Mit anderen Formaten wie unserem Blog friedlotse holen wir Menschen ab, die an philosophischen Inhalten interessiert sind und ein bestimmtes Thema rund um Bestattung vertiefen wollen. Da ist eine kleine, aber feine Community entstanden. Auf TikTok stolpern Menschen über unsere Inhalte, die weder danach gesucht, noch sich bisher zwangsläufig mit dem Thema auseinandergesetzt haben – und bleiben dran. Mit TikTok kommen wir unserem Ziel der Enttabuisierung also ein großes Stück näher. Wir kommunizieren mit sehr unterschiedlichen Menschen, die wir weder kennen noch einschätzen können. Und wir fragen, was sie interessiert und gehen gezielt darauf ein.

Welche Inhalte kommen dabei heraus, wenn ihr das Publikum entscheiden lasst?

Das sind Themen zur Verstorbenenversorgung, aber auch Fragen aus reiner Neugier, zum Beispiel ob die Periode bei verstorbenen Frauen weiterhin läuft, ob Toten die Augen zugeklebt werden oder ob ein Verstorbener einen Sonnenbrand kriegen kann ... Nachdem wir anfangs alle Inhalte in der Redaktionssitzung geplant haben, beantworten wir in den Clips seit der zweiten Runde fast ausschließlich Fragen aus der Community. Die Resonanz sind mehrere Millionen Likes insgesamt und 2 Millionen Views für unser beliebtestes Video, absurderweise zum Thema ‚Kaloncreme‘. Eine derartige Transparenz ist ungewöhnlich für die Bestattungsbranche und speziell für ein großes Unternehmen wie die Ahorn Gruppe. Doch unsere Vorstände sind sehr offen für neue Ansätze und Wagnisse.

Ein solches Format verlangt nach Transparenz. Was löst ihr mit der Offenlegung eurer Tätigkeit aus?

Wir erfahren, dass es den Menschen teilweise wie Schuppen von den Augen fällt, dass sie das Thema bislang nicht auf dem Schirm hatten. Sie schreiben uns zu Hunderten von ihren eigenen Bestattungswünschen, machen sich Gedanken über die Beisetzung der Großeltern oder darüber, ob der Beruf etwas für sie wäre. Unsere Ausbildungsplätze sind aktuell gut gefüllt.

Es gibt allerdings auch Gegenwind, sowohl intern als auch extern. Die Branche war lange eher schweigsam, und die Taktung auf TikTok ist sehr hoch, was zu viel Respekt und teilweise auch Angst vor zu viel Enttabuisierung auf einmal führt. Doch wir möchten unsere Verantwortung als Marktführer ernstnehmen. Wir sind angetreten, um im Sinne der ganzen Branche und Gesellschaft Tabus zu brechen.

Was ist nach eurer Erkenntnis das größte Tabu?

Das größte Tabu auf dem Kanal ist das Thema Geld. Lange Zeit haben Bestatterinnen und Bestatter nicht selbstbewusst kommuniziert, welche wichtige Arbeit sie machen. Statt die Versorgung der Verstorbenen angemessen zu bepreisen, mussten viele an der Produktmarge verdienen. Bei Kundinnen und Kunden entsteht dadurch ein Gefühl der Intransparenz. Inzwischen sind viele Betriebe dazu übergegangen, nicht nur die Produkte zu bepreisen, sondern auch die Dienstleistung und Begleitung, also zusammengefasst: ihre wertvolle Zeit als Fachkräfte. Hier beginnt Transparenz und hierin liegt die große Chance für Bestatterinnen und Bestatter, eine angemessene Wertschätzung und Aufmerksamkeit für Leistungen zu erfahren, von der die Kundschaft vorher oft nichts wusste. Wenn ich mit zwei Menschen eine Stunde lang eine verstorbene Person versorge, kostet das einfach Zeit und somit Geld. Das ist für jede und jeden nachvollziehbar.

Anfangs war unser aufgeschlossener Vorstandsvorsitzender Olaf Dilge selbst vor der Kamera. Mittlerweile hat mein Kollege, der Bestattungsberater Christian Weber diesen Part großteils übernommen. Wir beide wer-

den inzwischen auf der Straße erkannt und angesprochen. Das zeigt: Wir sind im Mainstream angekommen.

Wie geht ihr – bei aller Euphorie für das Thema – mit dieser Bekanntheit um?

Pro Video abonnieren uns im Schnitt 2.500 Menschen. Meine Euphorie ist einer Ambivalenz gewichen. Ich merke, welche Verantwortung wir mit dem Kanal haben. Es gibt Grenzen und viel Moderationsbedarf. Leerlauf ist Tabu, denn es gibt Menschen, die unmittelbar Rat suchen, die suizidal sind, die trauern oder bei denen die Bestattung eines ihnen nahestehenden Menschen kurz bevorsteht. Zum Glück ist unter den 1.100 Mitarbeitenden im Unternehmen immer jemand, der eine passende Antwort geben kann.

- TikTok: @dertod_undwir
- Blog: friedlotse.de/blog
- ahorn-gruppe.de

STERBEREPORT

Ein Barometer für die Bestattungsbranche

Wie entstand die Idee zu einem Branchenreport, Charlotte Wiedemann?

Ein Report ist in den meisten Branchen üblich – als unser neuer Finanzvorstand Florian Graetz antrat, fragte er schon eingangs: Wieso gibt es eigentlich keinen für die Bestattungsbranche? Das sah auch das Wirtschaftsmagazin brand eins so, allen voran Susanne Risch und Holger Volland, die mit der Idee an uns herantraten, eine Sonderpublikation zum Thema Tod zu veröffentlichen. Die Redakteurinnen und Redakteure der brand eins haben sich dem Thema dann mit journalistischer Attitüde, Ehrgeiz und Integrität genähert und sind mit Ideen für Stories an uns herangetreten, die wir mit Menschen innerhalb und außerhalb der Gruppe umgesetzt haben. Wir möchten, dass der Report dazu beiträgt, dass die Menschen mehr über den Tod und das Sterben erfahren, dass sie wissen, wie Bestattungsunternehmen arbeiten. Und wir suchen den Diskurs, die Interaktion und auch Kontroversen in kleinen Gesprächsrunden zu Trendthemen. Damit

möchten wir ein Zeichen für Kollegialität setzen, Netzwerke bilden und stärken, denn manche Themen können nur gemeinsam gedacht werden.

Im Sterbereport haben wir eine Umfrage visualisiert, wie die Deutschen zum Thema Tod und Bestattung stehen, wir haben eine Kostenübersicht für eine Bestattung erstellt, über Nachwuchs und Quereinstieg geredet, über Start-ups und Interkulturalität. Mein Herzensthema ist auch dabei: die Totenversorgung. Mein Ziel ist es, den Menschen Informationen zu geben, damit sie ihre eigenen Entscheidungen treffen können. Nicht nur, was die Bestattung, sondern auch den Abschied davor betrifft. Gleichzeitig möchte ich das Berufsbild stärken: Für mich gibt es keinen schöneren und wichtigeren Beruf oder die Berufung des Bestattungsberufes. Dieses Gefühl möchte ich mit unseren Fachleuten und der Gesellschaft teilen.



STERBEREPORT 2022

Tod und Trauer, Menschen und Möglichkeiten, Abschied und Ansehens, Regeln und Riten, Nachlass und Nachfolge, Produkte und Preise, Bestattung und Bestattung – eine Branche im Umbruch



STERBEREPORT 2022

Ein Wirtschaftszweig wird sichtbar

Susanne Risch verantwortet seit mehr als 20 Jahren Corporate Publishing-Projekte im Wirtschaftsverlag brand eins. Nur selten hat sie und die ganze Redaktion ein Projekt so gepackt wie der im September erschienene Sterbereport.

Wie hat sich Ihre Redaktion den wirtschaftlichen und emotionalen Dimensionen der Bestattungsbranche genähert?

Tod und Trauer, Abschied und Anteilnahme, Begleitung und Bestattung – die Themen betreffen jeden von uns und sie gehen uns sicher ganz unterschiedlich nahe. Aber es gab niemanden in der Redaktion, ja im ganzen Haus, der nicht mehr über unser Projekt wissen wollte, eigene Ideen und Erlebnisse beigesteuert oder auch persönliche Ängste und Hoffnungen formuliert hat.



Susanne Risch
Vorstand und Chefredaktion, brand eins

Will sagen: Wir haben bei uns selbst angefangen mit unseren Überlegungen – und sind dann ausgeschwärmt in die Branche.

Welchen Einfluss hatte der Auftraggeber auf Inhalt und Vertrieb?

Unsere Redaktion hat bei Corporate Publishing-Projekten inhaltlich freie Hand. Für unseren Auftraggeber, die Ahorn Gruppe, war das Projekt daher ähnlich abenteuerlich wie für uns: Am Anfang wissen ja beide Partner nicht recht, worauf sie sich bei einem so großen Projekt einlassen. Wir sind zwar Dienstleister und produzieren im Auftrag eines Kunden – bleiben dabei aber unabhängige Journalisten. Im Gegensatz zu unserem monatlichen Wirtschaftsmagazin ist der Sterbereport allerdings nicht am Kiosk erhältlich. Den Vertrieb an Fachpublikum übernimmt die Ahorn Gruppe.

Nach welchen Kriterien haben Sie die Schwerpunkte ausgewählt?

Anfangs haben wir uns in der Redaktion gemeinsam den Kopf zerbrochen und Themen gesammelt. In dieser Phase gibt es kein Richtig oder Falsch. Im Austausch mit Charlotte Wiedemann von der Ahorn Gruppe haben wir viel über die Branche und ihre Prozesse gelernt und beispielsweise erfahren, dass der Bestatterberuf nicht geschützt ist. Einige ihrer Stichworte haben wir aufgegriffen und tiefer recherchiert, beispielsweise wie viel CO₂ bei einer Kremation ausgestoßen wird, welche Bestattungsarten im In- und Ausland legal bzw. illegal sind, was eine Bestattung überhaupt kosten darf und woran Bestatter verdienen.

Sechs Wochen lang liefen alle in alle Richtungen, wir hätten Material für fünf Hefte gehabt. Am Ende haben wir uns auf die ökonomisch relevanten Themen und auf Infografiken fokussiert. Es sollte ja in erster Linie ein BtoB-Heft werden. Deshalb mussten wir auch immer wieder unseren Impuls einer weichen, emotionalen und empathischen Gestaltung unterdrücken. Besonders wichtig waren uns auch ansprechend und leicht konsumierbar aufbereitete Zahlen. Darauf legen wir in all unseren Publikationen großen Wert. Das Heft soll ja auch unterhaltsam sein und immer wieder zur Hand genommen werden.

Welche Erkenntnisse haben Sie persönlich durch die eingehende Beschäftigung mit der Branche gewonnen?

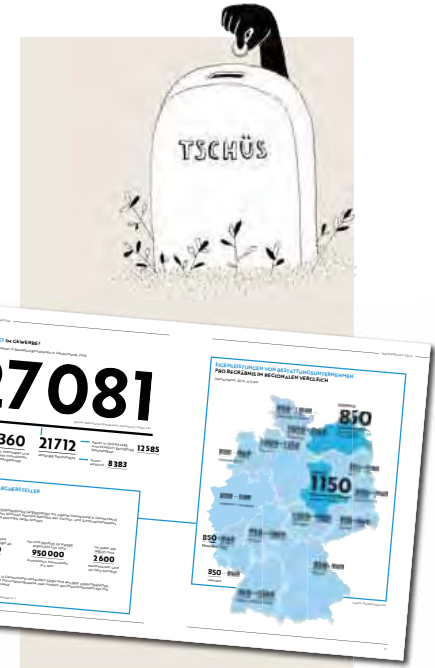
Vor nicht langer Zeit habe ich meine beiden Eltern verloren. Im Nachhinein hätte ich mir gewünscht, besser vorbereitet gewesen zu sein. Mir war nicht bewusst, wie groß die Bandbreite der Dienstleistungen und Möglichkeiten ist und dass man so vieles mitgestalten und entscheiden kann. Die acht Monate der Recherche waren wie ein Crashkurs zum Sterben und Bestatten.

Auch als so bedeutenden Wirtschaftszweig hatte ich die Bestattungsbranche nicht auf dem Zettel. Jetzt ist das Gegenteil der Fall: Mindestens ein- bis zweimal die Woche kommt ein Redaktionsmitglied auf ein neues Bestattungsthema und auf meinem LinkedIn-Account tut sich eine völlig neue Themenwelt auf. Die Resonanz auf den Report ist überwältigend, emotional und anerkennend, dass sich eine Marke wie brand eins traut, ein vermeintlich so sperriges Thema aufzugreifen.

Welche Chancen sehen Sie für weniger Tabu und mehr Sichtbarkeit?

Für Bestatter ist eine aufregende Zeit angebrochen: Nachdem sie jahrzehntelang Werte und einen Ruf aufgebaut haben, treten viele junge Leute in die Branche ein und holen sie aus der Tabuzone. So entsteht Druck auf die Älteren, sich zu professionalisieren, zu digitalisieren und mit transparenten Preisen an die Öffentlichkeit zu gehen. Das ist eine Chance, selbstbewusst und voller Stolz öffentlich zu machen, wie wichtig, wesentlich und verantwortungsvoll der Bestatterberuf ist!

Der Sterbereport zum kostenfreien Download:



Anzeige

„Es gibt nichts Gutes, außer man tut es.“
ERICH KÄSTNER

OB SARGAUSSTATTUNG, URNE ODER ZUBEHÖR ... MIT GOETZ UMWELTBEWUSST BESTATTEN

Bei Goetz Trauerwaren finden Sie eine große Auswahl an Naturstoff-Urnen, Zubehörartikel wie vergängliche Urnenversenknetze, rückstandsfreies Sargeinstreumittel und Sargkreuze aus Holz.

Alle unsere Garnituren mit Mischwatte und umweltfreundlichen Oberstoffen entsprechen der ökologischen Richtlinie VDI 3891 und werden mit dem Umweltzertifikat ausgezeichnet.

Umweltzertifikat des Bundesverbandes für Bestattungsbedarf e.V.

Goetz LEONHARD GOETZ NACHF. TRAUERWARREN • BESTATTUNGSBEDARF • ERBIDHOFFSCHNUR

www.goetz-trauerwaren.de/umwelt

Anzeige

„Mehr als 350.000 Kremations-särge, seit mehr als 18 Jahren, für Kremationen in ganz Deutschland.“

MADE IN BERLIN

lignoBoard WEGA roh
Kiefern-sarg WEGA roh
lignoBoard WEGA marsonia

MHG lignotec

LIGNOTEC DIE BERLINER SARGFABRIK

KREMATIONSSÄRGE - MADE IN BERLIN

über uns
· Berliner Familienbetrieb seit 1927
· Sargbau in deutscher Handarbeit
· 25 motivierte Mitarbeiter

nachhaltig
· regionale Materialien
· umweltfreundliche Produktion
· tausendfach bewährt

effizient
· platzsparend (10 St./m²)
· bundesweite Lieferung
· Palettenversand

lignotec MassivHolz GmbH · sargfabrik@lignotec.com · 030 34 97 91-0 · www.lignotec.com

einundzwanzig

GRAMM



Lara May
Presenterin bei 21Gramm

„Alles, was ich selbst gerne vor dem Tod meines Papas gewusst hätte“

Der Instagram-Kanal 21Gramm thematisiert den Umgang mit Sterben, Tod und Trauer.

Lara May ist seit Start des Instagram-Kanals im Dezember 2021 Presenterin bei 21Gramm. Als sie 2020 ihren Vater verlor, war sie selbst mit den Themen Tod und Trauer konfrontiert. Nicht nur sie, auch ihr Umfeld stieß mit der Trauer an die eigenen Grenzen. Daher möchte sie heute auf dem Instagram-Kanal @21gramm.wdr mehr über diese Themen sprechen. Rund 55.000 Followern bringt sie mit Ihren Kolleginnen und

Kollegen das vermeintlich schwere Thema „Tod“ einer jungen Zielgruppe auf Social Media näher. Im Durchschnitt erreicht ein Post von 21Gramm ca. 120.000 meist weibliche Menschen zwischen 25 und 35 Jahren. Viele haben selbst Großeltern oder Eltern verloren.

Wie bedingen sich die gesellschaftliche Nachfrage nach dem Thema und die mediale Umsetzung?

Auf unserem Vorgänger-Insta-Kanal „WDR Doku“ waren Stories rund um Tod, Trauer und Verlust besonders erfolgreich und wurden in der Community am intensivsten diskutiert. So entstand die Idee, den Kanal thematisch zu spezialisieren. Aus dem Insta-Kanal „WDR Doku“ wurde „21Gramm“. Mit dem Format und der jüngeren Zielgruppe haben wir eine Nische gefunden. Wir fangen unsere Nutzer:innen mit ihren Nöten und Fragen auf und möchten ihnen Wege zeigen, mit dem eigenen und dem Verlust anderer besser umgehen zu können.

So geben wir zum Beispiel Tipps, wie man Menschen sein Mitgefühl ausdrücken kann, ohne auf Floskeln wie „Mein Beileid“ zurückzugreifen. Wir wollen die User:innen außerdem mit anderen Perspektiven auf das Thema zum Nachdenken bringen und schauen dabei auch mal über den kulturellen und religiösen Tellerrand. Zum Beispiel: Wie gehen Buddhist:innen mit dem Tod um oder wie sehen Todesanzeigen in Bulgarien aus?

Letztlich ist es auch unser Ziel, dem Thema ein wenig von seiner Schwere zu nehmen. Oft geht es ja nicht nur um das Ende und den Verlust selbst. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Endlichkeit hilft vielen zu erkennen, was sie im Leben wirklich wollen.

Ist der Tod fester Bestandteil des WDR-Themenspektrums?

In Dokumentationen für Fernsehen und Mediathek greift der WDR seit vielen Jahren Themen wie Sterben, Trauer und Verlust von Angehörigen auf. Besonders in Formaten wie „Menschen hautnah“ oder „Echtes Leben“ (Das Erste) gibt es Raum für persönliche Einblicke und lang begleitete Entwicklungen, die trotz der Schwere Mut machen können. Das hoffen wir auf jeden Fall.

21Gramm richtet sich nun explizit auf Instagram an eine noch jüngere Zielgruppe. Wir erzählen die Geschichten von Menschen, mit denen sich die Nutzer:innen identifizieren können, und beantworten Fragen aus ihrem Alltag. Zum Beispiel „Wie kann ich meine Freundin unterstützen, die gerade ein Familienmitglied verloren hat?“ oder „Wie gehe ich mit Trauer nach Niederlagen um?“. Außerdem geben wir der Community die Möglichkeit, mit uns und auch untereinander in den Kommentaren direkt in den Austausch zu gehen.

Auf der Website des Formats 21Gramm steht, dass ein Team aus jungen Journalist:innen mit besonderer Expertise für sensible Themen täglich in Kontakt mit der Community steht. Wie sieht das konkret aus?

Seit dem Tod meines Papas weiß ich ganz genau, was die Themen Sterben, Tod und Trauer bedeuten, wie sie sich anfühlen und was alles dazugehört. Ich hätte es aber gerne schon vorher gewusst. Denn ich habe gemerkt, dass die wenigsten über diese Themen sprechen. Deshalb möchte ich das bei 21Gramm ändern. Genau wie ich haben die anderen im Team einen persönlichen Bezug zu den Themen Sterben, Tod und Trauer. Sie haben einen Verlust erfahren oder arbeiten ehrenamtlich als Trauer- oder Sterbebegleiter:innen.



Wie entstehen Themen für die Posts?

Jede Woche setzen wir uns zusammen und überlegen, was für die Community interessant sein könnte. Bei besonders sensiblen Themen lassen wir uns zusätzlich durch Psycholog:innen, Berater:innen oder Trauerbegleiter:innen beraten.

Eine Begegnung ist mir besonders im Kopf geblieben: Joëlle hat ihre beiden Mamas verloren, und ich habe mit ihr anlässlich unserer Themenwoche über Todestage gesprochen. Weil wir Ähnliches erlebt haben, fühlten wir uns schnell verbunden und redeten sehr offen miteinander. Auch nach unserem Dreh haben wir uns noch den ganzen Abend unterhalten und schreiben auch heute noch manchmal. Das hat mir gezeigt, welche positiven Auswirkungen der Austausch über die Themen Tod und Trauer hat und wie wichtig es auch ist, mit Menschen im gleichen Alter und in einer ähnlichen Situation zu sprechen. Deshalb spielt bei uns das Community-Management eine große

Rolle. Es versucht täglich, auf jeden Kommentar und jede Frage individuell einzugehen. Es tut gut, als Mensch Teil dieses Austauschs zu sein. Auch in unserem 21Gramm-Team sprechen wir auf einer ganz anderen Ebene miteinander, da wir natürlich viel schneller auf sehr persönliche Themen kommen.



→ Instagram: @21gramm.wdr

Seit September mit neuen Presenterinnen

Anzeige

SEIT GENERATIONEN EIN BEGRIFF FÜR QUALITÄT, SERVICE UND ZUVERLÄSSIGKEIT

ADAM & KONRAD
SARGMANUFAKTUR UND PIETÄTSARTIKEL

Michelbacher Straße 2 | 55471 Wüschheim | Telefon 06761 906993 | Telefon 06761 4204 | Fax 06761 3234
info@konrad-pietaetsartikel.de | info@adam-sarg.de | www.konrad-pietaetsartikel.de | www.adam-sarg.de



Philip Pelgen
Gründer & Geschäftsführer bei Unvergegenen

Wenn wir uns fragen, ob und wie „da draußen“ über den Tod gesprochen wird, geben Views und Watchtime eine deutliche Antwort: Das Interesse ist überwältigend. Unter dem Namen „Unvergegenen“ betreibt Philip Pelgen mit seinen Kollegen eine Gedenk-Plattform und seit Kurzem auch eine Social Media-Agentur für Bestatter.



Tod und Trauer gehen viral

Von TikTok aufs Tapet:



Wissen Bestatter, wie intensiv sich Menschen online über Tod und Trauer austauschen?

Was gerade in den sozialen Medien passiert, wird unterschätzt. Social Media-Kanäle wirken als Wegbereiter für Tod und Trauer als Gesprächsthemen in der Gesellschaft. Gerade bei TikTok und Instagram Reels sind die viralsten Videos jene, bei denen es um krasse Emotionen wie Verlust, Wiedersehen und Trauer geht. Es gibt sogar Beispiele von Bestattern, die ihr komplettes Geschäft über Social Media aufbauen und keine klassische Werbung mehr machen.

Wie bahnt sich die Trauer auf TikTok ihren Weg auf die Smartphones?

TikTok funktioniert nach Watchtime, das heißt: Je länger und häufiger ein Video angeschaut wird, also je höher die Anzahl der so genannten Views, desto mehr anderen Menschen wird es angezeigt. Die Follower sind hingegen weniger wichtig für den Algorithmus. Ziel ist es, die passendsten Inhalte zu zeigen. Instagram funktionierte in der Vergangenheit anders: Hier wurde Content bevorzugt an Abonnenten ausgespielt. Instagram reagiert jedoch gerade auf den Erfolg von TikTok: Der Algorithmus bevorzugt seit Kurzem ebenfalls Reels, also Kurzvideos. Für uns als Social Media Agentur ist diese Entwicklung hilfreich, da wir Bestattern schneller zu Bekanntheit verhelfen können.

Und wie gelangt das Thema aus der App in die Gesellschaft – oder sind die Grenzen fließend?

Der öffentliche Diskurs ist ein Prozess. Es ist schwer zu sagen, was zuerst da war: der gesellschaftliche Wandel oder die Digitalisierung. Beides bedingt einander. Der Trend zur Individualisierung und Selbstdarstellung wird von den sozialen Medien unterstützt. Die Bereitschaft, sich zu öffnen und nach Gleichgesinnten zu suchen, wächst über den privaten Bekanntenkreis

hinaus. Man teilt seine Trauer öffentlich und erhält Zuspruch, den man womöglich in seinem persönlichen Umfeld vermisst. Ein Trauerportal wie Unvergegenen.de funktioniert auch deshalb, weil sich viele keiner physischen Trauergruppe anschließen möchten. Wenn sie online mitfühlenden Kommentare von Fremden erhalten, erfahren sie, dass sie mit ihrem Schicksal nicht allein sind und dass Trauer eben kein Tabuthema ist.

Aktuell haben wir über 50.000 Nutzer auf Unvergegenen.de und über 300.000 Follower auf Facebook und Instagram – Das sind sehr starke Indizien dafür, dass sehr wohl über den Tod geredet wird.

Auf Facebook ermöglichen wir Trauernden auch, ihr Schicksal anonym zu posten. Es ist ein geschützter Raum in einer digitalen Trauergruppe. Da es um ein sensibles Thema geht, prüfen wir jeden Post, bevor er veröffentlicht wird. Mischen sich Trolle bzw. Fake Accounts unter die User, haben wir diese bislang immer sehr schnell aufgedeckt und können uns auch auf das Community Management verlassen: Unser Nutzer warnen einander vor kriminellen Maschen und verhindern so, dass Trauernde von Betrügern ausgenutzt werden.

Wie trägt Ihr dazu bei, dass über Trauer gesprochen wird?

Wir beteiligen uns mit unserer Social Media Reichweite beispielsweise an Aktionstagen, etwa zum Weltkrebstag, oder zum Gedenktag für die Sternenkinder. In Kooperation mit Initiativen wie z. B. der Deutschen Krebshilfe bieten wir auf unserer Seite die Möglichkeit, eine Kerze anzuzünden, Verstorbenen zu gedenken, Solidarität zu bekunden und Aufklärung zu leisten. Bei der letzten Aktion haben wir damit über drei Millionen Menschen erreicht. Für mich zeigt dies, wie gesellschaftsfähig das Thema ist.

→ unvergegenen-agentur.de



Thomas Macho
Kulturwissenschaftler und Philosoph

Tröstliche Erkenntnis:

Nichts verbindet uns so wie unsere Sterblichkeit

Der österreichische Kulturwissenschaftler und Philosoph Thomas Macho beschäftigt sich mit der neuen Sichtbarkeit des Todes. Er nähert sich dem Thema unter anderem aus den Perspektiven seiner Forschungsschwerpunkte: Totenkulte, Religion, Rituale, Mensch-Tier-Beziehungen, Science Fiction und die Ästhetik des Monströsen.



Welchen Stellenwert räumen wir dem Tod in unserer Gesellschaft ein?

Unter dem Eindruck des Zweiten Weltkriegs wurde der Tod jahrzehntlang verdrängt. Spätestens seit den 1980er Jahren setzen wir uns als Gesellschaft jedoch auf vielfältige Weise mit Tod und Trauer auseinander. Ich bin immer wieder verblüfft, wie präsent das Thema ist und wie offen etwa über verschiedene Bestattungsformen gesprochen wird. Auch die Medien greifen neue Umgangsformen mit dem Tod auf, etwa in Dokumentationen zur Sterbehilfe: Seit 2020 dürfen wir auch in Deutschland hoffen und uns damit auseinandersetzen, friedlich und nicht allzu qualvoll aus dem Leben zu scheiden. Im deutlichen Gegensatz dazu steht das unfreiwillige Sterben im Ukraine-Krieg oder im Mittelmeer. Auch dieses Sterben wird durch die mediale Verbreitung sichtbar und unübersehbar.

Wie erklären Sie sich diese Enttabuisierung?

Verletzlichkeit gehört zum Leben. Derzeit erleben wir Krisen, die sich wechselseitig potenzieren – ausgelöst von Kriegen, Flucht, Migration, Pandemie und Klimawandel. Sterblichkeit und Tod sind sehr präsent. Darin sehe ich einen Anstoß für mehr Solidarität und Partizipation, denn wir teilen unsere Sterblichkeit mit vielen Lebewesen, auch mit Tieren und Pflanzen. Je weniger Menschen religiösen Vorstellungen von Unsterblichkeit oder einem Leben nach dem Tod anhängen, desto deutlicher und auch tröstlicher wird die Einsicht, dass der Tod uns verbindet und ihm niemand entkommt, unabhängig von Status und Vermögen. Davon erzählen bereits die Totentänze in den Zeitaltern der Pest.

Ist Trauer ein größeres Tabu als der Tod?

Ja, Trauer macht Mitmenschen hilflos und Betroffene zu Außenseitern. Die Gesellschaft stuft Trauernde schnell als ‚krank‘ ein. Bereits der Begriff hat etwas Bedrohliches: Kranken darf man nicht zu nahe kommen, sonst steckt man sich womöglich an. Dauert die Trauer scheinbar zu lang, wird häufig die Diagnose einer depressiven Störung gestellt. Viele Trauernde lassen sich tatsächlich krankschreiben. Diese Stigmatisierungen empfinde ich als problematisch.

Was können wir gegen die Ausgrenzung Trauernder tun?

Es fällt nicht leicht, die geteilte Sterblichkeit anzuerkennen und sich mit allen Sterblichen verbunden wahrzunehmen. Wir können viel lernen von Menschen, die in der Hospizarbeit oder in der Pflege tätig sind. Sie erfahren, wie wichtig in den Begegnungen mit Schwerkranken oder Sterbenden die Lebensgeschichten werden. Im Erzählen erfahren diese Menschen, dass ihr Leben nicht der Trümmerhaufen ist, als den sie es unter den aktuellen Eindrücken wahrnehmen. Es erhält eine geordnete Gestalt und der Mensch wird sichtbar: ein erfüllbarer Wunsch in der letzten Etappe des Lebens.

PERFECT MATCH:

Trauerfreunde fürs Leben



Wer einen Menschen verloren hat, macht seine ohnmächtige Situation meist mit sich selbst aus. Oft ist das soziale Umfeld ratlos, was der oder die Trauernde jetzt braucht. Uneingeschränktes Verständnis fällt schwer – zumal Betroffene sich häufig selbst nicht mehr verstehen. Trauerbegleiter oder Psychotherapeuten können helfen, doch wirklich in einen trauernden Menschen einfühlen können sich nur die Personen, denen das Gleiche passiert ist oder gerade passiert.

Ich spreche Trauer! Und Du (nicht)!

Für Außenstehende werden diese Aussagen etwas nachvollziehbarer, wenn sie sich Trauer als eine Sprache vorstellen: Nach einem Schicksalsschlag spricht ein trauernder Mensch von jetzt auf gleich eine Trauersprache, die sich durch den erlittenen Schicksalsschlag, den eigenen Umgang mit der Trauer und sonstigen Lebensumständen bedingt.

Herz gegen Kopf – doch ich verstehe dich nicht, mein Herz!

Ein weiterer Zwiespalt entsteht zwischen Kopf und Herz: In der Ausnahmesituation der Trauer verursachen rationale Aspekte oder vernünftige Lösungsansätze oft ablehnende Wut. In der Folge empfinden Zugehörige ein Ohnmachtsgefühl und schlechtes Gewissen, die sich schnell in unterbewusste Schuldzuweisung als Selbstschutz wandeln können: „Jetzt ist auch mal gut mit Trauern!“. Trauernde ziehen sich zurück, ehemals Hilfsbereite distanzieren sich – das Ergebnis ist Einsamkeit. Ist das Konzept der Trauersprachen jedoch beiden Seiten bekannt, gehen sie versöhnlicher miteinander um. Besonders hilfreich ist in dieser Situation ein Sprachtandem mit einer Person, die die gleiche Trauersprache spricht.

In Gesprächen mit tausenden Trauernden hat TrostHelden-Gründer Hendrik Lind die zwei elementarsten Problem herauskristallisiert und bringt sie in zwei exemplarischen Aussagen auf den Punkt:

1. „Niemand versteht mich. Mein Umfeld und gar meine Familie kann mir das nicht geben, was ich dringend benötige.“
2. „Ich verstehe mich selbst nicht mehr. Ich ticke nicht mehr so wie früher und verliere meine Kraft durch und für kleinste Alltagsdinge.“



Hendrik Lind
TrostHelden-Gründer



Geteiltes Leid ist halbes Leid

Indem sie Menschen mit einem ähnlichen Schicksalsschlag und der gleichen Trauersprache vermittelt, verhindert die digitale Matching-Plattform www.trosthelden.de, dass Trauernde sich zurückziehen und sich von ihrem Umfeld entfremden. Auf der Plattform tauschen sich Menschen in einer ähnlichen Situation in einem geschützten Umfeld über ihre Probleme und das fehlende Verständnis für ihre Gefühle aus und entwickeln ein Selbstverständnis. Ein mit Fachleuten aus Trauerbegleitung und Psychologie entwickelter Algorithmus bringt diejenigen Betroffenen zusammen, die in ihrer jeweils individuellen Situation perfekt zueinander passen. Denn es macht einen Unterschied, ob der Partner nach 45 gemeinsamen Jahren oder kurz vor der geplanten Hochzeit verstorben ist. Ob das Kind eine lebensverkürzende Krankheit hatte oder einen tödlichen Unfall. Es macht einen Unterschied, ob ein Abschied möglich war, ob es einen laufenden Erbstreit gibt, ob ein Mensch in seiner Trauer noch seine Kinder versorgt, ob er sich mutterseelenallein fühlt oder nicht.

Es geht nie darum, Trauer „wegzumachen“, sondern darum, sie ins Leben zu integrieren. Trauerfreunde können einander helfen, diesen Teil zu verstehen und mit ihm zu leben, statt sich abzukapseln.

Die Suche nach Trost bei Trauer geht ins Netz

Die Technik erobert die Trauerbranche: Unternehmen aus den Bereichen Tod und Trauer, englisch DeathTech, haben im digitalen Bereich enorme Perspektiven. Laut Global Industry Analysts hat der digitale Markt DeathTech bereits im Jahr 2022 weltweit ein Volumen von 128 Mrd. US-Dollar. Und das, obwohl nach der Experten-Einschätzung es der größte digitale Konsumentenmarkt sei, der nicht bedient wird.

Für seine digitale Innovationskraft wurde das TrostHelden-Konzept im Sommer mit dem To(d)tal Digital Award prämiert.



TROSTHELDEN

→ www.trosthelden.de



ANN-KATHRIN KÖNIG

Unternehmens- & Personalberatung

ENTSPANNT MITARBEITER FINDEN



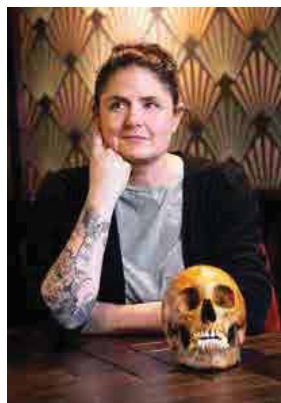
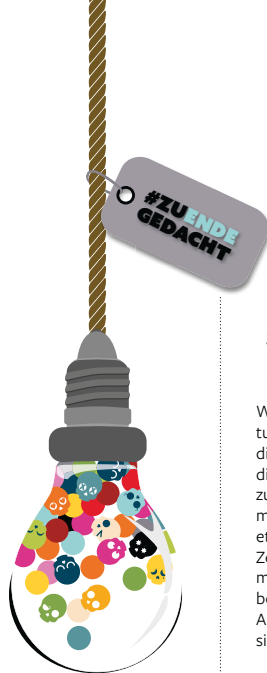
Wir sind Experten für Mitarbeitergewinnung in der Bestattungsbranche

- > Auf digitalen Kanälen erreichen wir mehr als doppelt so viele Kandidaten für Sie.
- > Wir kümmern uns von A–Z um eingehende Bewerbungen.
- > Sie lernen die vorqualifizierten Top-Kandidaten kennen und wählen aus.

VEREINBAREN SIE EIN KOSTENLOSES BERATUNGSGESPRÄCH:

Telefon 0451 - 58 53 70 10 oder unter www.koenig-personal.de

Im Angesicht des Todes das Leben positiv gestalten



Jasmin Marks
Gründerin und Autorin, Colors of Death

Mit einem bunten Workbook-Konzept holt Jasmin Marks mit ihrem Projekt Colors of Death den Tod an den Kaffeetisch. Konfetti bei der eigenen Beerdigung? Warum nicht! Die Gründerin, Autorin und Coach stellt neue Denkansätze im Umgang mit Sterblichkeit vor und begleitet Lesende bei ihrem ganz individuellen Weg, auf ihren Tod zu blicken und vorzusorgen. Die Idee überzeugte jüngst die Jury des IDEEN-STARK Awards Baden-Württemberg und hob das Thema auf eine landesweite Bühne.

Ein buntes Workbook zum eigenen Tod, garniert mit Konfetti – wenn das nicht belegt, dass der Tod kein Tabu mehr ist! Oder?

Wir sind auf einem guten Weg! In der Branche tut sich etwas. Ich erlebe viele tolle Menschen, die den Mut haben, etwas zu verändern und an die Ästhetik und Bedürfnisse unserer Zeit anzupassen. Ich bin noch so aufgewachsen, dass man nicht über den Tod, sondern lieber über etwas Schönes redet. Doch gerade in letzter Zeit hinterfragen viele Menschen den Umgang mit Tabuthemen. Hier setze ich mit meiner liebevollen Einladung an, sich mit dem eigenen Ableben zu beschäftigen. Ich möchte nicht missionieren, sondern inspirieren.

An wen richtet sich diese Einladung zu einem Date mit der eigenen Endlichkeit?

An alle, denen ihre Mitmenschen lieb sind. Zu wissen, was zu tun ist und was sich der oder die Verstorbene für ihre Abschiedsfeier gewünscht hätte, nimmt eine große Last von den Schultern.

Wir legen sonst so viel Wert auf ein selbstbestimmtes Leben – warum schließen wir die Zeit aus, in der unsere Liebsten uns am meisten bräuchten: nach unserem letzten Herzschlag?

Ich sehe das Konzept aber vor allem als zentralen und bereichernden Teil der eigenen Persönlichkeitsentwicklung. Daher ist es vor allem für die Menschen, die sich ihrem eigenen Leben stellen. Genau in dem Rahmen ist es auch entstanden: Eigentlich wollte ich während des Lockdowns nur meine Finanzen und Versicherungen ordnen. In der Zeit erlebte ich aber, wie meine Eltern nach drei Todesfällen in der Familie zwei Jahre lang damit beschäftigt waren, das Leben hinter diesen Menschen aufzuräumen. Das möchte ich selbst nach meinem Tod niemandem zumuten. Deshalb habe ich dann begonnen, meine eigene Beerdigung zu planen. Je intensiver ich mich auch im Dialog mit einer Bestatterin mit dem Thema befasste, desto beesselter fühlte ich mich. Plötzlich erschien es mir unverständlich, dass sich nicht jeder Mensch damit auseinandersetzt.



#ANFANGGEMACHT

#ZUENDEGEDACHT

Was erwartet mich im Workbook-Paket?

Eine sanfte Heranführung an alle Themen, die es rund um den Tod zu planen und zu überdenken gilt. Am Anfang steht die Frage: Wie gehst du mit dem Thema um? Was möchtest du für dich? Wem möchtest du was hinterlassen – und wie? Die Patientenverfügung ist ebenso Thema des Arbeitsbuches wie Fragen über letzte Kleidungsstück. Die Motivation, etwas für andere zu tun, erleichtert den Zugang. Wer sich Begleitung auf diesem Weg wünscht, den coache ich gerne persönlich. Wie intensiv man sich mit welchem Thema auseinandersetzen möchte, bleibt einem selbst überlassen. Bei vielen Themen bedarf es natürlich Dialogen mit Familie und Experten um final alles zu Ende zu denken. Aus allen Antworten entsteht eine konzentrierte Notfallmappe, die ebenfalls zu dem Paket gehört.

Welche Erkenntnis und welches Gefühl stehen am Schluss?

Die Befriedigung, für andere zu sorgen und selbst vorbereitet zu sein. Wer sich mit dem Tod befasst, stellt sich unweigerlich die Frage: Wie möchte ich heute leben? Wenn ich mich mit der großen Endlichkeit auseinandergesetzt habe, kann ich auch mit kleineren Endlichkeiten besser umgehen. Das ist das große Geschenk, das uns der Tod macht.

→ colors-of-death.de



Anzeigen

RIEBEL
Kompetenz in Holz - seit Generationen

Alles für den
Bestatter.

Riebel GmbH
Robert-Koch-Str. 2
77694 Kehl-Auenheim
T: 07851 9395-0
F: 07851 75104
info@riebel.com
www.riebel.com



DUNKLES THEMA BUNTES BUCH



©Eva Brackelmann

Über 600 Seiten stark, voller Erfahrungen und überraschender Schwerpunkte, Illustrationen, Comics und Fotos – dieses Buch zeigt, dass der Tod überall ist und persönliche Geschichten schreibt. Es geht um Tiere, Kinder, Krieg, Philosophie und Seuchen, um Religionen und Abschied und Klimatrauer. Zwischen den Kapiteln: Statements zur Enttabuisierung. Glücklicher Montag-Geschäftsführerin Sandra Strauß und Schwarwel, der für den Großteil der Illustrationen verantwortlich zeichnet, widmen sich in ihren gemeinsamen Produktionen gesellschaftlichen Tabu-Themen.

Schwarwel
Art Director



Sandra Strauß
Geschäftsführerin

Euer Buch ist blumig, bunt und voller optischer Anker. Eine Einladung, sich niedrigschwellig, unterhaltsam und schrittweise dem Tod zu nähern?

Schwarwel: Wir kommen eher aus der Musik- und Agentur-Ecke und haben beide keine Lust mehr, uns mit oberflächlichen Dingen zu befassen. Wir lassen uns bewusst auf Themen ein, von denen wir auch etwas lernen können. Das geht nicht allen so. Nach der ersten positiven Resonanz auf das Buch erfahren wir, dass Menschen um das Thema herumtanzen – aus Angst davor, was es mit einem macht. Dabei wussten die Menschen schon im Mittelalter: Wer den Namen des Dämonen kennt, nimmt ihm die Macht. Also mich persönlich macht die Beschäftigung mit dem Tod ruhiger.

Sandra: Das geht mir auch so. Die anderthalb Jahre Buchproduktion waren sehr intensiv, weil wir Wert auf authentische Geschichten gelegt haben. Das war auch in unserem ersten Buch über psychische Belastungen so. Diese Themen kann man nicht mit einem Abstand behandeln, man muss sich hineinbegeben. Mir hat jede einzelne Minute des Projekts geholfen. Nach dem Druck war ich trotzdem froh, wieder aufzutauchen.

An wen richtet sich das Buch?

Schwarwel: An Menschen, die sterben. Also an alle. Den Blick auf die Zielgruppe haben wir im Laufe des Projekts aus den Augen verloren. Ein solches Thema maßzuschneidern, bringt nichts. Am zugänglichsten ist das Thema für akut Trauernde, aber auch für Bestattungsinstitute, Hospize,

Palliativ-Vereine, Psychologinnen und Psychologen. Diese Gruppen haben viel mit dem Tod zu tun, kennen aber einige Facetten aus dem Buch womöglich noch nicht, wie Subkultur, Comic oder Games. Aber auch Privatleute bestellen es und schreiben dazu, dass sie sich auf ein Buch freuen, das sich einmal nicht düster und verstaubt dem Tod nähert.

Sandra: Ich selbst wollte mich lange nicht mit dem Thema auseinandersetzen und bin über die FUNUS Stiftung da reingerutscht, mit der wir gemeinsam die Stadt der Sterblichen in Leipzig organisiert haben. So entstand auch unser erstes #nichtgesellschaftsfähig-Buch. Wir wollen zeigen, was unter der Oberfläche ist, und freuen uns, wenn der Tod als Thema seinen Platz auch in Schulen, Workshops und Seminaren bekommt.

Ist der Tod eher ein gesellschaftliches oder ein persönliches Tabu?

Schwarwel: In Großstädten wird das Sterben tendenziell outgesourced. Ich finde, es gehört zurück in die Kernfamilie und verdient deutliche Worte. Die meisten Verstorbenen sind nämlich nicht einfach ‚eingeschlafen‘. Wir müssen zulassen und darüber reden, dass der Prozess nicht immer schön ist.

Sandra: Wäre der Tod enttabuisiert, würde man offener darüber sprechen. Da Menschen aber lieber über Schönes statt über Ängste und Emotionen reden, sind wir nicht daran gewöhnt. Dabei ist Trauer normal, denn sie wird jeden treffen. Sie wird jedoch immer ein ureigenes, einsames Gefühl bleiben, mit dem einem niemand helfen kann.

Wie gehen wir in unserer Gesellschaft mit Trauer um und was sollte sich ändern?

Schwarwel: Trauer bedeutet einen unendlichen Gefühlsmix. Schließlich ist man mit der Beziehung zur verstorbenen Person noch nicht fertig. Es können sogar Wut und Hass entstehen. Beides sollte einen Raum in der Gesellschaft bekommen, anerkannt und ausgehalten werden. Stattdessen wird zugesehen, dass sich trauernde Menschen schnell wieder eingliedern und funktionieren.

Sandra: Die vielen Foto-Statements zur Enttabuisierung in unserem Buch eignen sich wunderbar zum Posten und Kommentieren. So entstehen erfahrungsgemäß tolle Diskussionen auf Social Media und Menschen trauen sich, von ihren Geschichten zu berichten, die wiederum andere trösten. Ich habe zum Beispiel meinen Hund verloren, während ich an dem Buch arbeitete. Mir hat die Geschichte von Silko und Mandy in meiner Trauer geholfen, die ihr Kind verloren haben. Alleine zu erleben, dass andere auch trauern und es überstehen, hilft.

→ alle Infos



Anzeigen

Seit 1985

Ralf Krings

Licht- & Leuchter
Ralf Krings

Waren aus NE-Materialien
Metallgestaltung

Donatusstraße 107-109, Halle E 1
50259 Pulheim

Tel. 0 2234-92 25 46 • Fax 0 22 34-92 25 47
Mobil 0172-2 89 21 57
www.licht-leuchter.de • ralf.krings@t-online.de

lacolor
realisierungen in farbe

Ihre Vollsortimentler
im Bereich Sargtische
nach den VDBZ Richtlinien

Local Lacolor Holzsystem GmbH
DUMMstraße 3, 1-92133 Erlangen

fon +49 91 32 24 9 37 44-10
fax +49 91 32 24 9 37 44-11
mobil +49 178 4 06 16 63
email info@lacolor.de

www.sargfabrik.de

HWD

Hans Wendel & Co. GmbH
Sargfabrik und Sägewerk
Botzenweiler 28
91550 Dinkelsbühl

Telefon +49 98 51 30 53
Telefax +49 98 51 55 96
www.hans-wendel.de
info@hans-wendel.de

Bestatter bieten vielseitige, erfüllende und gut bezahlte Jobs. Doch nur wenige Wechselwillige und Berufsanfänger denken an das Berufsbild – bis sie ausgerechnet auf Instagram oder TikTok darüber stolpern. Dahinter könnte die Recruiting-Spezialistin Ann-Kathrin König stecken.

BESTATTER VERDIENEN MEHR

SICHTBARKEIT

Wie man Mitarbeiter auf Social Media findet

Auch, wenn der Tod auf TikTok gerade trendet – läuft der Bestatter bei der Berufswahl eher unter dem Radar?

Meiner Erfahrung nach ja: Dieser erfüllende Beruf mit seinen vielen Facetten sollte viel stärker in der Öffentlichkeit stehen. Um Angehörige zu betreuen und den letzten Weg eines Verstorbenen einfühlsam zu begleiten und zu organisieren, sind Allround-Talente gefragt, die mitten im Leben stehen. Oft sind dies Quereinsteiger aus verwandten Berufen wie Pflegekräfte oder Rettungssanitäter, die verhältnismäßig wenige Berührungspunkte mit dem Tod haben.

Welche Vorzüge des Bestatterberufs wecken das größte Interesse?

Aktuell suchen viele nach Sicherheit. Auch Vielseitigkeit und die Wertschätzung durch Vorgesetzte in einem kollegialen Umfeld spielen eine Rolle. Wer sich beruflich neu orientieren möchte, einen Sinn sucht und sich Anerkennung wünscht, ist beim Bestatter gut aufgehoben. Zudem ist dieser Beruf einfach unglaublich vielseitig und facettenreich. Wir spielen diese Inhalte der Zielgruppe dort aus, wo sie privat unterwegs ist – auf Social Media. U.a. wird es dabei auch interessierten Quereinsteigern, z.B. aus



Ann-Kathrin König
Inhaberin / Ann-Kathrin König
Unternehmens- & Personalberatung

dem palliativen Bereich, aus der Pflege, aus der Dienstleistungsbranche, der Hotellerie und Gastronomie aber selbstverständlich auch Bestattern oder Bestattungsfachkräften angezeigt. Meine Erfahrung zeigt, dass Quereinsteiger oft wertvolle Vorkenntnisse und Qualifikationen in ihre neue Tätigkeit in ein Bestattungshaus einbringen; auch Bewerber mit kreativen Skills können durchaus punkten.

Welche Voraussetzungen sollte ein Bestattungshaus erfüllen, um auf Social Media passende Mitarbeitende zu finden?

Generell geht es immer darum, authentische und persönliche Einblicke in das Leben und die Arbeit im Bestattungshaus zu geben, die Mehrwerte aus Arbeitnehmersicht herauszuarbeiten und durch die eigenen Mitarbeitergeschichten zu

präsentieren. Es sollte klar sein, für welche Tätigkeiten sie Mitarbeitende suchen und welche Fähigkeiten und Eigenschaften diese mitbringen sollten. Ist eine Persönlichkeit gefragt, die kreativ ist und Trauerfeiern mitgestaltet? Zählt eher die soziale Ader, ein packendes Wesen oder Organisationstalent? Für viele Unternehmer sind diese Fragen überraschend schwer zu beantworten. Für ein vollständiges und authentisches Bild des Unternehmens zählt auch die Team-Perspektive, die wir in einem Fragebogen erheben. Schließlich sollte vor allem unter den Kolleginnen und Kollegen die Chemie stimmen. Ein schönes Beispiel für eine gelungene Präsentation ist die Menge Gruppe mit fünf Standorten im Ruhgebiet: Der Geschäftsführer war offen für Neues, hat sich mit den obigen Fragestellungen intensiv auseinandergesetzt. Interessierte Kandidaten bekommen sofort einen guten Eindruck von der Unternehmenskultur.

Wie gewinnt ein Bestattungsunternehmen trotz Reizüberflutung auf Social Media die Aufmerksamkeit potenzieller Bewerber?

Da Menschen in ihrer Freizeit auf Social Media unterwegs sind, kommen authentische Bilder und Videos von echten Menschen am besten an, die so kurz und knackig wie möglich von ihrem Arbeitsalltag erzählen. Nach dem Motto: „Hallo, ich bin Lisa, arbeite bei XY und wenn du auch Lust auf eine sinnvolle Tätigkeit in einem Familienunternehmen hast, mach jetzt unser Bewerber-Quiz. Wir freuen uns auf dich!“ Spielerische Interaktion, so genannte Gamification, ist sehr erfolgreich auf Social Media. Wir integrieren daher ein Quiz in Form eines niedrigschwelligen Eignungstests. Wer daran

teilnimmt, erfährt viel über den Arbeitgeber und erkennt, ob er oder sie für den Job qualifiziert ist. In Vorab-Interviews prüfen wir Motivation und Übereinstimmung mit dem Anforderungsprofil. Wenn Bewerbende die passenden Voraussetzungen mitbringen, verabreden wir uns zum Tiefeninterview. Nur die besten Kandidaten werden anschließend dem Kunden vorgestellt. Zurück zum Beispiel der Menge Gruppe: Hier konnten wir auf diese Weise mittlerweile sieben neue Mitarbeiter gewinnen. Sollten Bestatter ihre jungen Mitarbeitenden Content erstellen lassen oder braucht es professionelle Begleitung?

Grundsätzlich gibt es zwei Wege, die zum Erfolg führen. Zum einen die Anzeigen, die man gezielt ausspielen und optimieren kann. Und wer langfristig als Arbeitgeber auf sich aufmerksam machen möchte, für den lohnt es sich tatsächlich auch, Menschen im Unternehmen auszuwählen, die regelmäßig auf Social Media aufmerksamkeitsstarke Fotos und Videos posten. Gleichzeitig sollten die Posts zur Unternehmensphilosophie passen und darum sicherheitsshalber von der Geschäftsleitung freigegeben werden. Tipps für Content, Fotos, Videos, Inhalte und Ablauf geben wir den Kunden an die Hand, damit sie auf Wunsch auch alleine weitermachen können.

→ koenig-personal.de



Anzeigen

Sartura
ÖKOLOGISCH

MODELL:
236 KERNBUCHE
GEÖLT,
HOLZGRIFFE

AM
Andres & Massmann

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

Bestatter-App bringt neue Mobilität

Kurz an den Schreibtisch, dann Blumen holen, zur Kapelle, zwischen-durch ein Kundengespräch – Bestatterinnen und Bestatter sind jeden Tag in Bewegung. Die neue App PowerOrdoMOVE von Rapid Data bewegt sich mit und hält Termine, Aufgaben, Kontakte und die wichtigsten Infos rund um die Sterbefälle für alle im Team bereit. Demnächst kann PowerOrdoMOVE im App Store und bei Google Play heruntergeladen werden und ist sogar für PowerOrdoMAX Kunden kostenfrei. Doch wie funktioniert die App im Detail und wie verändert sie damit den Bestatter-Alltag?



„PowerOrdoMOVE bietet Bestatterinnen und Bestattern eine ganz neue Mobilität“, so Rapid Data Produktmanager Marc Niewerth. Die App wird zunächst an PowerOrdo, der führenden Software zur Auftragsbearbeitung, angebunden sein. Die wichtigsten Daten zum Sterbefall werden dabei direkt aus PowerOrdo auf die MOVE App übertragen. So können sich Bestattungshäuser auch außerhalb ihres Büros organisieren.

• Unterwegs das Wichtigste im Blick

PowerOrdo Daten zum Sterbefall automatisch auf dem Smartphone

• Jederzeit gut organisiert

Besseres Teamwork und optimale Transparenz dank Wer-macht-was-Zuordnung sowie Termin- und Aufgabenübersicht

• Mehr Mobilität mit Komfort

Praktische Filterfunktion, Direkt-Kontakt-Buttons und Routenplanung

• PowerOrdoMOVE App

Demnächst im App Store und bei Google Play erhältlich

• Wächst mit den Ansprüchen

Laufende Aktualisierung und Weiterentwicklung

• Für PowerOrdoMAX Kunden inklusive

Und auch mit PowerOrdo oder PowerOrdoPLUS von Rapid Data kompatibel

Die Sterbefälle in der Übersicht und im Detail

Die Kurzübersicht zeigt die aktuellen Sterbefälle mit dem Namen und Sterbedatum des Verstorbenen, der Beisetzungsart, dem Bearbeitenden und gegebenenfalls einem Hinweis auf überfällige Aufgaben. Mit einem Fingertipp auf den Namen lassen sich alle Termine, Aufgaben, Kontakte sowie weiteren Infos einsehen.

Sämtliche Termine jederzeit im Blick

Ob morgens nach dem Frühstück oder beim Zwischenstopp auf dem Friedhof, PowerOrdoMOVE zeigt von überall zu jeder Zeit auf dem Smartphone an, was für die einzelnen Teammitglieder als Nächstes ansteht.

Persönliche Aufgaben-Checkliste

Träger für die Trauerfeier telefonisch im Auto gebucht. Blumen verladen. Die Urkunden vom Standesamt abgeholt. Werden die Aufgaben zu jedem Sterbefall in PowerOrdoMOVE abgehakt, sehen dank der Anbindung an PowerOrdo auch alle anderen, wenn die Aufgabe erledigt ist.

Praktische Funktionen

Ob bei Sterbefällen, Terminen oder Aufgaben, überall gibt es Direktkontakt-Buttons für einen schnellen Anruf, eine Mail oder um in den Routenplaner zu wechseln.

Die Zukunft wird noch mobiler

Mit der neuen App setzt Rapid Data den Startschuss für mehr mobile Freiheit in Sachen Büroorganisation. „Das ist aber erst der Anfang. Im Laufe des kommenden Jahres gehen wir noch einen Schritt weiter – wir bringen PowerOrdo in die Cloud und gehen online“, so Geschäftsleiter Sven Hoffmeister.

→ rapid-data.de/powerordomove.html



Anzeigen

- Innovativ
- Traditionsbewußt
- Umweltorientiert
- Kundennah

Helpuper Str. 350 33818 Leopoldshöhe Tel. (05202) 4444 info@elkenkamp.de

Qualität aus gutem Haus!

Särge, Bestattungswäsche, Bestattungsbedarf, Urnen und Matra - die ausziehbare Sargmatratze.

Griener GmbH · Sargfabrik, Pietätsartikel
 Tiengener Straße 4-10 · 75227 Karlsruhe
 Telefon (0721) 940030 · Fax (0721) 9400322
 www.griener-gmbh.de · info@griener-gmbh.de





Aktuelle Entwicklungen und Bedürfnisse aufnehmen – Traditionen beibehalten

FLAMARIUM SAALKREIS GMBH & CO. KG

Feuerbestattungen für Mitteldeutschland

Die Flamarium Saalkreis GmbH & Co. KG ist die Betreiberin einer ganzheitlichen Feuerbestattungseinrichtung in der Mitte Deutschlands. In unseren Häusern wird eine moderne Bestattungskultur gelebt, bei der von der Abschiednahme, über die Einäscherung und Beisetzung bis zur Trauerfeier alles an einem Ort stattfinden kann. Dabei stehen die Würde der Verstorbenen und der Angehörigen an erster Stelle.



BESTATTUNGEN IM EINKLANG MIT DER UMWELT

Seit der Einführung unseres Umweltmanagementsystems im Jahr 2007 beschäftigen wir uns mit dem Thema Nachhaltigkeit. Alles, was wir als Unternehmen tun, hat Auswirkungen auf die Zukunft – auf die unserer Mitarbeiter, auf die Umwelt, auf unsere Geschäftspartner, Kunden, die Angehörigen der Verstorbenen und natürlich auch auf uns als Unternehmen. Als erste Feuerbestattungseinrichtung veröffentlichen wir Berichte nach dem Standard des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Ein weiterer wesentlicher Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist ein Verhaltenskodex, welcher am 01.01.2022 in Kraft getreten ist. Er führt erstmals unsere wichtigsten Grundregeln und Prinzipien, die für uns schon heute wie auch in Zukunft verbindlich sind, in einem Dokument zusammen.

Flamarium Saalkreis GmbH & Co. KG
Am Flamarium 1
06184 Kabelsketal OT Osmünde

Tel. 034605 / 45 39 - 121

www.flamarium.de/wohlverhalten

ANFAHRT



→ SPECIAL KREMATORIEN

Erdgas wird knapp und teuer. Um den Gasverbrauch bei der Einäscherung Verstorbener zu reduzieren, gehen die Betreiber von Feuerbestattungsanlagen unterschiedliche Wege: Beim Dauer- oder Mehrschichtbetrieb im Krematorium hilft der Holzarg als natürlicher Brennstoff. Eine Unterschreitung der gesetzlich vorgeschriebenen Temperatur für die Einäscherung kann Gas einsparen, bedarf jedoch Einzelfallprüfungen und Sondergenehmigungen.

Mehr Schichten, weniger Gas

Umweltverträglich und vergleichsweise Ressourcen schonend ist der Mehrschichtbetrieb, auf den beispielsweise das Rhein-Taunus-Krematorium setzt: Einäscherungsanlagen heizen seltener hoch und verbrauchen entsprechend weniger Gas. „Zusätzlich wird die Wartung zweier unserer Anlagen Energie und damit Kosten einsparen, denn eine gut gewartete Anlage hat einen niedrigeren Energieverbrauch“, erklärt Geschäftsführer Karl-Heinz Könsgen. Bei einem 24/7-Betrieb gehe der Verbrauch fast gegen Null. Die Kremation selbst erzeugt Energie – umso mehr, wenn Vollholz-Särge eingäschert werden. Denn Holz verfügt über einen hohen Brennwert und ist als nachwachsender Rohstoff zudem klimaneutral.

Temperatursenkung

Im Bundes-Immissionsschutzgesetz vorgeschrieben ist eine Temperatur von 850°C in der so genannten Nachbrennkammer. Dort wird das Rauchgas thermisch behandelt. Entscheidend für den Gasverbrauch ist weniger die Temperatur als vielmehr die technische Konfiguration. Auch die Emissionsrisiken und mögliche Gefahren für die Anlagensicherheit durch technische Defekte sind individuell. Liegt eine offizielle Ausnahmegenehmigung vor, ist es wichtig, die Anlage gemeinsam mit dem Hersteller gemäß dem optimalen Betriebspunkt anzupassen.

Jochen Lutz, Geschäftsführer des Krematoriums am Waldfriedhof Schwäbisch Hall, senkt in seinem Krematorium die Temperatur in der Nachbrennkammer mit einer Sonderzulassung auf 750 Grad ab, um Gas zu sparen. „Ich sehe keine Veranlassung, vor einem Stillstand wegen Gasmangels Angst zu haben“, so Jochen Lutz.

Preisanpassungen

Trotz der Einsparungen seien Preisanpassungen laut Karl-Heinz Könsgen nicht mehr zu umgehen. Gerhard Büttner, Geschäftsführer der Feuerbestattung Hohenburg, hat seine Preise im Juli moderat angehoben, „jedoch überschlagen sich die Preissteigerungen bei der Energie, sodass wir teilweise Reserven aufbrauchen müssen.“ Kostensenkungen seien durch eine noch

„ICH SEHE KEINE
VERANLASSUNG, VOR
EINEM STILLSTAND
WEGEN GASMANGELS
ANGST ZU HABEN“

effektivere Nutzung der Anlagen möglich, wie beispielsweise einem Drei-Schichtbetrieb. Jedoch fehle Büttner dazu das Personal. Einbrüche werden laut seiner Einschätzung nicht bei den Einäscherungszahlen stattfinden, sondern bei der Bezahlung: „Viele Hinterbliebene werden den Preis nicht mehr bezahlen können, so dass sowohl Bestatter als auch Krematorien auf ihren Kosten sitzen bleiben werden“, prognostiziert er.

Auch Jochen Lutz hat ab Juli dieses Jahres die Einäscherungspreise erhöht. „Grund hierfür sind nicht nur die Gas- und Strompreise“, sagt Jochen Lutz. Auch die hohen Kraftstoffkosten, die den Überführungsdienst betreffen, schlagen zu buche. „Wir überlegen derzeit, die Erhöhungen nicht in den Einäscherungspreis zu integrieren, sondern z.B. als Energiekostenpauschale separat auszuweisen.“ Dies sei in anderen Branchen wie der Hotellerie schon länger üblich. Sollten die Energiekosten jemals wieder fallen, könne der Zuschlag angepasst oder gestrichen werden. „Wir versuchen laufend, den bereits optimierten Betriebsablauf weiterhin zu verbessern und damit die Kosten zu senken. Das fängt bei der Anhebung der Temperatur im Kühlraum an, geht über die Absenkung der Nachbrennkammermindsttemperatur und hört beim Einsatz des Personals noch lange nicht auf.“ Doch irgendwann seien auch die letzten Möglichkeiten ausgereizt: „Unser Anspruch an die Qualität unserer Arbeit sowie das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter haben immer noch höchste Priorität!“

Krematorien setzen auf Dauerbetrieb oder Temperatursenkung

ERDGAS **KNAPPHEIT**

Gute Frage

Ist Holz die natürliche Alternative zum Erdgas?



„REICHT DIE ENERGIE AUS HOLZ AUS, UM 30 TONNEN SCHAMOTTE AUF 850 GRAD ZU BRINGEN?“

Die aktuelle und insbesondere die zu erwartenden Engpässe in der Gasversorgung treibt viele Menschen um. Mit der Ausrufung der ersten Gaswarnstufe haben auch wir uns im Krematorium Verden Gedanken gemacht, was passiert, wenn es kein Gas mehr gibt.

von Willy Hilling, Feuerbestattungen Verden

Grundsätzlich kann man die Einäscherungstechnik in zwei unterschiedliche Einäscherungs-ofen-Bauweisen unterscheiden. Zum einen die Leichtbauöfen und dann die Öfen in schwerer Bauweise. Bei den Öfen in schwerer Bauweise wird unterschieden zwischen Etagen- und Flachbettöfen. Vom physikalischen Verhalten (Energiespeicherung) her sind Flachbett und Etagenöfen identisch.

Öfen leichter Bauweise benötigen kontinuierlich Primärenergie (z.B. Gas), um den Einäscherungsvorgang zu gewährleisten. Bei den modernen Öfen schwerer Bauart wird Energie benötigt, um das Ofenmauerwerk aufzuheizen, um den Einäscherungsprozess zu starten. Der Gesetzgeber fordert hier 850 °C Mindesttemperatur zur Sicherung einer geruchs- und rückstandsferien Verbrennung. Mit welchem Energieträger dies erreicht wird, ist nicht vorgegeben und hängt von den örtlichen Gegebenheiten ab. Es gibt Einäscherungsanlagen, die dies mit Öl, Gas, Flüssiggas oder Strom realisieren.

Es besteht oftmals die Annahme, dass Krematorien immense Gasverbräuche haben, teilweise ist in den Medien von 50m³ pro Einäscherung die Rede. Ein Einäscherungssofen bedarf, wie jedes technische Gerät, regelmäßiger Wartung und Inspektion. Hierzu werden alle vier bis sechs Monate die Öfen auf Umgebungstemperatur heruntergefahren, um sie begehen zu können und die Wartung durchzuführen. Nach einer Wartung/Inspektion eines Ofens in schwerer Bauweise werden rd. 400 m³ Gas benötigt, damit das Ofenmauerwerk die geforderte Mindesttemperatur erreicht. Auch nach einer Abkühlphase, zum Beispiel nach einem Wochenende, wird Energie benötigt, um die Einäscherungstechnik wieder auf Temperatur zu bringen. Diese beiden Faktoren, Wartung und Wochenende, tragen zu rund 80 Prozent des Energieverbrauchs in einem Krematorium bei. Aktuell liegt unser Verbrauch bei 3,7 m³ Gas je Einäscherung inkl. der zuvor beschriebenen Hochheizzeiten.

Untersuchung alternativer Brennstoffe wie Holz

Als erstes haben wir eine Versorgung mit Flüssiggas untersucht. Der Kostenaufwand für die Umstellung der Brenner und die Schaffung der benötigten Infrastruktur stellte sich als nicht wirtschaftlich dar, ähnlich sind die Ergebnisse bei Umstellung auf Öl.

Wie sieht es mit der Befuerung des Ofens mit Holz aus? Holz wurde im Ofenbau traditionell verwandt, um frisch gemauerte Öfen trocken zu heizen. Reicht die Energie aus Holz aus, um 30 Tonnen Schamotte auf 850 Grad zu bringen? Wenn ja, welche Menge Holz wird dafür benötigt?

Diese Fragen haben wir experimentell beantwortet, indem wir entsprechende Versuche gestartet haben. Hierzu haben wir sargähnliche Kisten mit trockenem gespaltenen Meterstücken Holz, Brandbeschleuniger und etwas Holzkohle zu etwa 2/3-Höhe befüllt. Nachdem diese zu 2/3 gefüllte Holzkiste abgebrannt war, hatten wir 752 °C in der Nachbrennkammer (NBK) erreicht. Die Zuführung einzelner Holzscheite brachte keine Temperaturerhöhung. Anschließend haben wir einen leeren Sarg mit Holz befüllt und eine Temperatur von 831 Grad erreicht.

An dieser Stelle haben wir den Versuch beendet. Das Hochheizen mit Holz funktioniert. Um auf die geforderten 850 °C zu kommen wäre eine 3. befüllte Kiste oder Holz mit einem höheren Brennwert (Eiche) notwendig gewesen.

Die Dokumentation des Versuchs

- Ofentemperatur am Samstag, 01:00 Uhr nach letzter Einäscherung: **963 °C (NBK)**
- Ofentemperatur am Montagmorgen, 05:30 Uhr: **421 °C (NBK)**
- nach 3 Stunden: **831 °C**

→ benötigte Holzmenge: **1 Raummeter Holz**

Zwar ist es uns nicht auf Anhieb gelungen, 850 Grad Mindesttemperatur in der Ausbrennkammer mit Holzscheiten zu erreichen. Dennoch hat dieser Versuch uns die Erkenntnis gebracht, dass im Versorgungsernstfall ohne Gas auch der Einäscherungsbetrieb möglich sein wird.

Als nächstes werden wir nach einer Wartung versuchen, den Einäscherungssofen aus Umgebungstemperatur auf 850 °C Mindesttemperatur mit Holz aufzuheizen, um rd. 400 m³ Gas einzusparen.

→ feuerbestattungen-verden.de



Anzeigen

Die Pustelblume – Symbol für Wandel und Neubeginn!

Deckengarnitur, Talar und Urne – auch als Kombipaket erhältlich.



Hopf Pietätsartikel GmbH · Hauptstraße 177 · 68799 Reilingen
T 06205 / 94120 · F 06205 / 9412-22 · info@hopf-online.com

Sven Michaelsen

Mitten im Leben - wo mag das sein?

Eine Selbsterkundung in 666 Fragen

144 Seiten, Hardcover
Residenz Verlag, 18 Euro

Wer sich mit dem Tod befasst, sollte erst einmal im Leben ankommen. Und wie ginge dies besser als mit Fragen, die einen selbst erkennen lassen, was einen im Innersten ausmacht? Die verdeutlichen, wo Lebenslügen und versteckten Sehnsüchte liegen? Sven Michaelsen schickt Leserinnen und Leser mit 666 Fragen auf eine ebenso lehrreiche wie hoch amüsante Selbsterkundungstour durch Hirn, Herz und Unterleib. Am Ende sehen sie sich und Ihr Leben mit neuen Augen und werden in Kapitel 8 doch mit Einsamkeit, Älterwerden und Sterben Lernen konfrontiert: Haben Sie Angst vor dem Tod, weil Sie sterben werden, ohne stolz darauf zu sein, wie Sie gelebt haben?



Thorsten Benkel/Oliver Dimbath/
Matthias Meitzler (Hrsg.)

Sterblichkeit und Erinnerung

Aus der Reihe *Thanatologische Studien*

338 Seiten, broschiert
Rombach Wissenschaft, 69 Euro



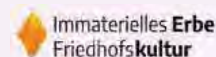
Wer von Erinnerung spricht, darf vom Tod nicht schweigen. Das Bewahren von Wissen, von Ereignissen, aber auch von Empfindungen usw. gewinnt gerade durch die prinzipielle Vergänglichkeit des menschlichen Handelns seine Bedeutung. Die Erinnerung an die Lebenswelt Verstorbener ist deshalb keine authentische Dokumentation, sondern

durch gesellschaftlich tradierte Konzepte des Erinnerns (oder auch Nicht-Erinnerns) vorgeprägt. Vor diesem Hintergrund setzen sich die Beiträge dieses Bandes mit dem Verhältnis von Erinnerung und Vergangenheitsbezug im Spannungsfeld von Sterblichkeit, Tod und Gesellschaft auseinander.

Seminare

Pressearbeit für den Friedhof, erfolgreiche Friedhofswerbung, Netzwerke für den Friedhof oder Praxis der Kulturarbeit mit Partner:innen – mit seinen Online-Fortbildungen richtet sich das Kuratorium Immaterielles Kulturerbe Friedhof an Friedhofsverwaltungen und andere Friedhofsgruppen.

→ Anmeldung und Downloads



Kongress

Die Vielfalt der neuen Abschiedskultur: Einblicke | Ausblicke | Möglichkeiten

Am 1. Oktober 2022 startete der erste Bohana-Kongress. Wer ihn verpasst hat, kann alle Vorträge ab dem 1.10. für 127,- Euro erwerben. Jeder der 9 Kongresstage stand unter einem besonderen Thema:

- Tag 1: **Vorbereitet sein und sterben**
- Tag 2: **Bestattungsfragen**
- Tag 3: **Trauer im persönlichen Umfeld**
- Tag 4: **Abschied & Erinnerungen gestalten**
- Tag 5: **Trauer am Arbeitsplatz**
- Tag 6: **Kinder, Tod und Trauer**
- Tag 7: **Sternenkinder**
- Tag 8: **Bedürfnisorientierte Pflege**
- Tag 9: **Achtsame Kommunikation**

→ Infos: kongress.bohana.de
info@bohana.de



ZEIT ONLINE

Der Tod ist groß

Serie zum Online-Lesen



Wie gehen Menschen damit um, dass alle sterben müssen? Die ZEIT will den Tod enttabuisieren und fragt nach seiner Rolle in Leben und Gesellschaft.

→ zeit.de/serie/der-tod-ist-gross



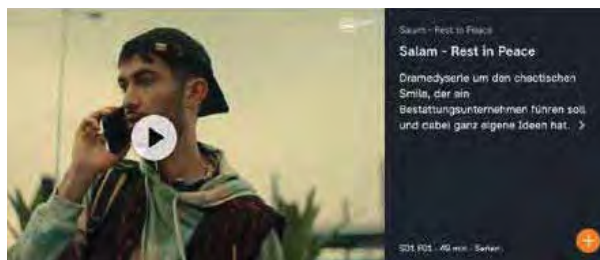
Salam – Rest in peace

Streaming-Tipp



Ismael Boulasmoum, kurz Smile, hält sich in Brüssel mit Gelegenheitsjobs über Wasser und wartet auf das große Geld. Dann die Überraschung: Sein Vater überträgt ihm die Hälfte seines Bestattungsunternehmens. Smiles neues Business-Konzept bietet muslimische Begräbnisse in Brüssel an – mit importierter Erde aus Marokko. Doch der Weg dahin ist turbulent und stößt auf Widerstände in der Community und in der Familie.

Alle Folgen der belgischen Dramedy-Serie "Salam – Rest in Peace" gibt es in der ZDFmediathek zu sehen:



Traueri



Gespräche über Tod, Trauer und das Leben

Junge Erwachsene, die einen geliebten Menschen verlieren, fühlen sich oft alleine. Denn meist gibt es im Freundes- oder Bekanntenkreis kaum jemanden mit dem sie austauschen könne, denn in diesem Alter teilen nur wenige die gleichen Erfahrungen.

In „Traueri“ spricht Moderatorin Sara Steinert alle zwei Wochen freitags mit einem jungen Menschen über den Tod von Eltern, Partner:innen oder Geschwistern. Sie erzählen von ihrem Verlust, wie sie mit dem Schmerz umgehen und wie sich ihr Leben seitdem verändert hat. Der Podcast soll eine Verbindung zu anderen Betroffenen herstellen, die in ihrem nahen Umfeld wenig Austausch zum Thema Tod finden. Zusätzlich zum Podcast können Hörerinnen und Hörer auf der zugehörigen Website www.traueri.org die Geschichten und weitere Informationen zu den Interviewpartnerinnen und -partner sowie Themen rund um Trauer nachlesen.

Die Idee zum Podcast entstand innerhalb der Trauergruppe „junge Erwachsene“, die sich regelmäßig in der Beratungsstelle für Trauernde des Kirchenkreises Tempelhof-Schöneberg trifft. Er wird von Andere Zeiten e.V. und dem digitalen Fonds der EKD gefördert.

→ traueri.org

An hallo@traueri.org können Hörerinnen und Hörer eigene Fragen senden.



Sprechen wir zu wenig über den Tod?

Hör-Tipp

Der Tod ist allgegenwärtig und doch ein Thema, über das wir ungern sprechen. Wie gehen wir mit dem Sterben um und brauchen wir dabei mehr Offenheit? Der Radiosender detektor.fm beschäftigt sich mit der Frage: „Sprechen wir zu wenig über den Tod?“

detektor.fm



Termine können sich ändern.
Mehr Infos auf den Messe-Websites.

USA | **NFDA INTERNATIONAL CONVENTION & EXPO**, Nashville
17. bis 20. Oktober 2022
www.convention.nfda.org/

D | **LEBEN UND TOD**, Freiburg
21. bis 22. Oktober 2022
www.leben-und-tod.de/

D | **HAPPY END**, Hamburg
06. November 2022
www.bestattungs-messe.com/index.php

USA | **MIAMI FUNER**, Miami
29. bis 31. Februar 2023
www.miamifuner.com

D | **FORUM BEFA**, Hamburg
22. bis 23. April 2023
www.forum-befa.de

D | **PIETA**, Dresden
26. bis 27. Mai 2023
www.pieta-messe.de

VORSCHAU

Das nächste Fachmagazin BESTATTUNG erscheint im Dezember 2022

Themenschwerpunkt

FAIR STERBEN – NACHHALTIG BIS INS GRAB

Informationen für unsere Inserenten

Anzeigenschluss 22. November 2022

Druckunterlagenchluss 29. November 2022

Bitte beachten Sie die Mediadaten 2022.

Download unter: www.bestattung-zeitschrift.de



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!

Anzeige

Jewelry with a personal touch ...

Ein Schmickstück, individuell und persönlich speziell für sie gefertigt:

Der Abdruck wird innerhalb von 2 - 3 Sekunden mittels einer Spezialrinne abgenommen und als persönlicher Service des Bestatters. Unsern Kunden nach der Beratung mit den anderen Formaten überreicht.

Der Kunde kann nun ohne zeitlichen Druck entscheiden, ob er vorerstigen Möglichkeit Grabplatz machen möchte.

Gerne beraten wir Sie persönlich:
www.jewel-concepts.de
t +49 (0) 2522 - 83 67 094
m +49 - 17 82 05 66 53

fingerprint jewel

LAUSITZER LS
Sarg- und Pietätswaren GmbH & Co. KG

AUS NÄHE ZU MENSCH UND NATUR. Herstellung & Lieferung

- Hochwertige Echtholzsärgе
- Breites Sortiment Beschläge
- Natururnen
- Bestattungswäsche
- Sarg- und Grabkreuze
- Bestatterzubehör

Tel. 03 58 42 / 20 66 - 0
Am Spitzberg 12
02791 Oderwitz

Tradition. Qualität. Vertrauen.
www.lausitzer.com Seit 1990 – Ihr zuverlässiger Partner.

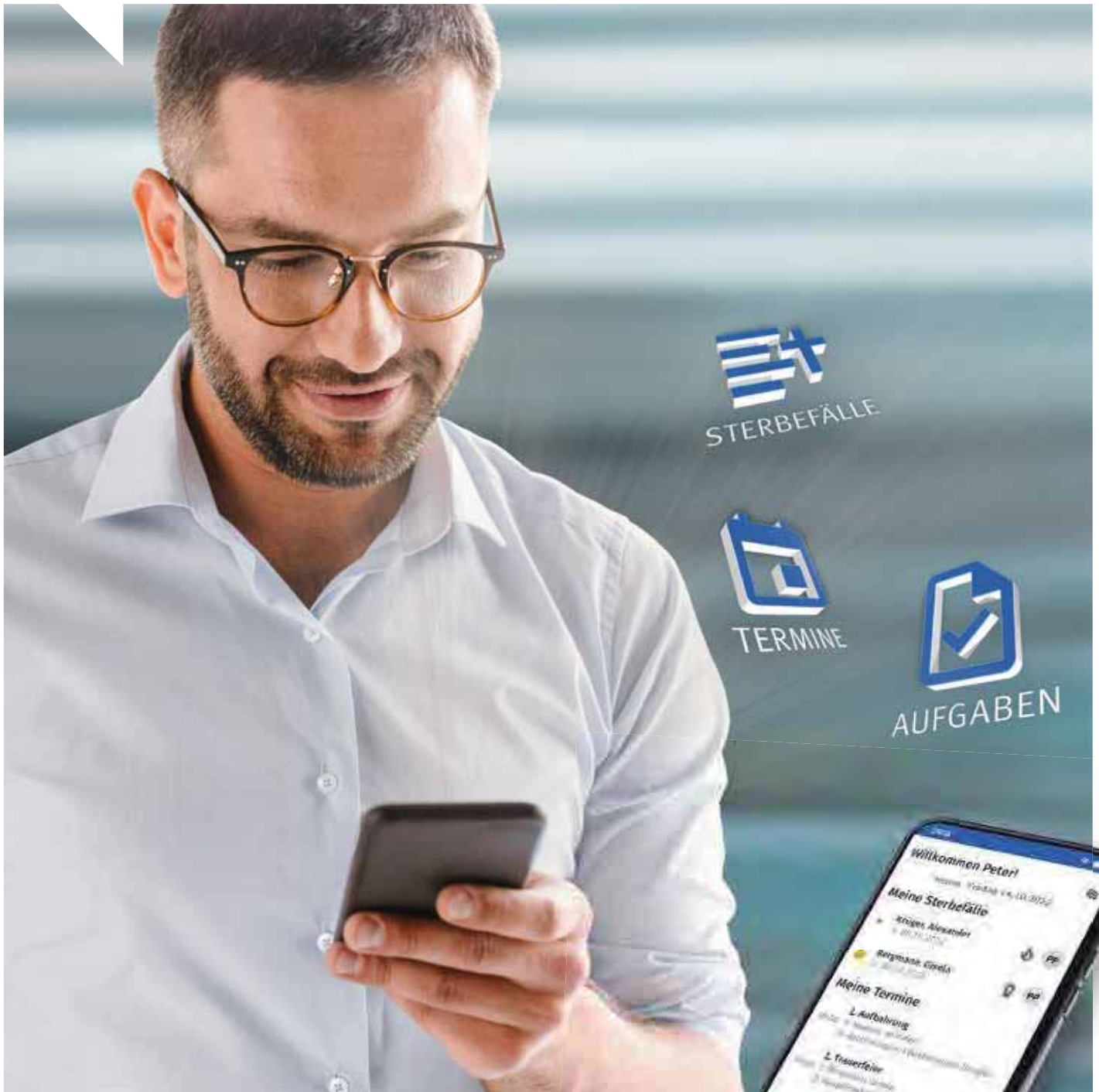


Deutsche Friedhofsgesellschaft

deutschefriedhofsgesellschaft.de
Telefon: 06776 958 640

powerordo **MOVE**

Ihr Büro für unterwegs



Erleben Sie die neue Mobilität
Demnächst für Sie am Start:
Termine, Aufgaben, Kontakte und Infos
jederzeit griffbereit – jetzt mehr erfahren auf:
www.rapid-data.de/powerordomove

