

Bestatter mit Mut

Dürfen Bestatter offensiv werben? Sie dürfen, meint der Mönchengladbacher Christopher-Heinrich Peters. Der **Bestattermeister** betreibt eine **Beratungsfirma**, die Beerdigungsinstituten **aus einer Hand** hilft.



Christopher-Heinrich **Peters** führt die Firma rot & schwarz, ein **Unternehmen**, das Bestatter aus einer Hand berät. Der 41-Jährige – das Foto zeigt ihn auf dem evangelischen Friedhof Rheydt an der Nordstraße – will die **Bestattungskultur** verändern.

RP-FOTO: DETLEF ILGNER

VON CHRISTIAN HEIDRICH

MÖNCHENGLADBACH Irgendwie ist der Schwiegervater von Christopher-Heinrich Peters Schuld, dass der 41-jährige heute das nach eigenen Angaben bundesweit einzige Beratungsunternehmen für Bestatter führt, das Beerdigungsinstitute aus einer Hand berät. Als der Schwiegervater seiner Tochter und dem Mönchengladbacher antrag, sie könnten den seit Generationen in Familienbesitz befindlichen Bestatterbetrieb weiterführen, sattelte Peters um. Er, der 15 Jahre lang in der Industrie gearbeitet hatte, sich dort mit Vertrieb und Marketing beschäftigte, machte eine zweijährige Ausbildung zum staatlich geprüften Bestattermeister.

Unterschiedliche Vorstellungen

Und als es dann zum Schwur zwischen Schwiegersohn und Schwiegervater kommen sollte, war's auf einmal nichts mehr mit der Geschäftsübernahme. Zu weit lagen

die Vorstellungen darüber auseinander, wie heute ein moderner Bestatterbetrieb zu führen ist. Und das erklärt Peters nun den Kunden seines vor vier Jahren gegründeten Unternehmens „rot & schwarz“: den Bestattern.

Peters, der in seinem Unternehmen drei feste Angestellte und drei Freiberufler beschäftigt, will das Bestattergewerbe aus einer aus seiner Sicht leicht angestaubten Ecke herausholen. Zu wichtig sei die Dienstleistung, die der Bestatter erbringe, als dass sie nicht unter modernen Unternehmensgesichtspunkten vermarktet und angeboten werden dürfe. „Für die Branche ist es einfach nicht mehr zeitgemäß, nicht zu werben, keine eigenen Aufbaumöglichkeiten und Trauerhallen zu haben, ohne geschultes Personal zu arbeiten und keine Räume zu haben, in denen der Beerdigungskaffee gereicht werden kann“, sagt Peters. Das Bestattergewerbe unterliege einer gewissen Eigenständigkeit, jedoch zeige sich, dass

die Unternehmen, die als moderne Dienstleister am Markt tätig seien, mehr und mehr Zulauf bekämen. Peters will mit seinem Unternehmen Geld verdienen, aber er will auch etwas Zweites: die Bestattungskultur in Deutschland verändern.

Mehr Kundenzufriedenheit

Das hält er für dringend notwendig. Und er nennt ein Beispiel: Trauerhallen und Aufbahrungsräume seien in vielen Städten in einem erbärmlichen Zustand. Die Kommunen hätten kein Geld, um diese herzurichten. Private Bestatter könnten diese Lücke ausfüllen, um Angehörigen einen würdigen Abschied vom Toten zu ermöglichen, was ein wichtiger Teil der Trauerarbeit sei. Aus seinem Kundenkreis kenne er Bestatter, die sich private Trauerhallen gebaut hätten. „Deren Kunden sind zufrieden, das spricht sich rum, die Bestatter verdienen mehr Geld und wollen ihren Betrieb weiter ausbauen“, sagt Peters.

Dabei hilft „rot & schwarz“. Das Unternehmen berät bei Existenzgründungen, hilft bei der Aufstellung von Geschäftsplänen, vermittelt Geschäftsübernahmen, bewertet Bestattungsunternehmen, plant Um- und Neubauten von Unternehmen und Trauerhallen, kümmert sich um die Werbung vom Briefkopf über Infobroschüren, Internetauftritte und Anzeigen bis zur Beschriftung des Leichenwagens und bietet auch für die Bestattungsbranche spezifische Produkte an wie Särgen und Urnen.

Jetzt will das Unternehmen auch Schulungen für Bestattungsunternehmen anbieten, um in den Betrieben letztlich für mehr Kundenzufriedenheit zu sorgen. Das Thema Tod und Sterben gehöre zum Leben dazu, und für Hinterbliebene sei es wichtig, im Moment des Abschieds von Angehörigen kompetente Bestatter an ihrer Seite zu haben, die sie umfassend betreuen.

Info: www.rotundschwarz.de