

Menschen vertrauen Menschen

Philip Pelgen gründete die Unvergessen Agentur, um den Umgang mit Tod und Trauer in der Gesellschaft zu verbessern. Heute begleitet er mit seinem Team Steinmetzbetriebe dabei, über soziale Medien sichtbar zu werden. Im Gespräch erzählt Pelgen, warum Empathie sowie der Mensch hinter dem Betrieb wichtig sind und wie man passive Bewerber dort erreicht, wo sie tatsächlich unterwegs sind.

Naturstein: Herr Pelgen, Sie haben auf der Stone+tec einen Vortrag über Social Media für Steinmetzbetriebe gehalten. Wie war das Feedback?

Philip Pelgen: Ehrlich gesagt waren wir vorher etwas unsicher. Social Media ist in der Steinmetzbranche noch kein etabliertes Thema. Aber die Resonanz hat uns positiv überrascht. Die Sitzplätze waren nicht alle besetzt, aber wer da war, der wollte sich wirklich damit auseinandersetzen. Im Anschluss kamen einige direkt an unseren Messestand. Zwei, drei Betriebe konkret wegen der Personalfindung, andere wegen des Themas Marketing allgemein. Was mich besonders gefreut hat: Viele haben nicht gefragt, ob Social Media funktioniert, sondern wie.

Wie gelingt es, ein so sensibles Thema wie Grabmalkultur authentisch in digitalen Kanälen zu kommunizieren?

Das geht vor allem über die Menschen im Betrieb. Vertrauen entsteht über den Menschen, nicht über das Grabmal. Wer einem Steinmetzen auf Instagram folgt und sieht, wie die Beratung läuft, wie das Team miteinander umgeht, wie die handwerkliche Arbeit aussieht, der baut Vertrauen auf. Und das ist entscheidend, denn Angehörige suchen jemanden, dem sie in einer ohnehin schwierigen Situation vertrauen können. Ein weiterer Punkt ist Empathie. Viele Betriebe unterschätzen, wie wichtig es ist, zu zeigen, dass man Trauer versteht. Wer das in seiner Kommunikation nicht transportiert,



Philip Pelgen, GF der Unvergessen Agentur, hielt auf der Stone+tec 2026 einen Vortrag über Social Media für Steinmetzbetriebe. Fotos: Unvergessen Agentur

tiert, der verliert die Menschen, bevor er sie überhaupt erreicht hat.

Sie versprechen Ihren Kunden mindestens 10.000 Reichweite pro Monat. Wie stellen Sie sicher, dass die richtigen Menschen erreicht werden?

Wir bekommen die Daten direkt von Facebook und Instagram: Wie viele Menschen haben den Beitrag gesehen, woher kommen sie, wie alt sind sie?

Für Steinmetzbetriebe liegt der Schwerpunkt auf der Altersgruppe zwischen 50 und 80 Jahren. Das ist die Gruppe, die in den nächsten Jahren am wahrscheinlichsten ein Grabmal beauftragen wird, und die ist heute aktiv auf diesen Kanälen. Entscheidend ist für uns nicht die Zahl allein, sondern dass dahinter echte potenzielle Kunden stehen. Dazu kommt ein strukturierter Ablauf: Am Anfang steht immer eine Strategie- und Konzept-

phase, in der wir den Betrieb kennenlernen. Dann kommt das Produktionsteam vor Ort. Danach übernehmen wir den laufenden Betrieb der Kanäle vollständig: Wir veröffentlichen die Inhalte, beantworten Kommentare und schalten Werbeanzeigen. Der Betrieb selbst braucht im ersten Monat etwa eine Stunde pro Woche für die Abstimmung, danach in der Regel nur noch eine Stunde im Monat. Den Rest erledigen wir.

Fachkräftemangel beschäftigt die ganze Branche. Kann Social Media da wirklich helfen?

Ja, aber man muss verstehen, wen man sucht. Auszubildende zu finden, ist in der Regel kein Problem, wenn der Beruf attraktiv dargestellt wird. Bei qualifizierten Gesellen ist es schwieriger. Die haben einen Job. Viele Betriebe haben »alles« versucht, z. B. über Stellenanzeigen und Kleinanzeigenportale. Was sie übersehen: Der Geselle, den sie suchen, ist auf diesen Plattformen gar nicht unterwegs. Die suchen nicht aktiv. Aber sie scrollen täglich durch ihre Feeds. Und wenn sie dabei einen Betrieb sehen, der zeigt,



Am Stand der Unvergessen Agentur auf der Stone+tec erinnerte ein Styropor-Grabstein mit der Aufschrift »Hier liegt schlechtes Marketing« augenzwinkernd daran, was Steinmetzbetriebe ohne digitale Sichtbarkeit riskieren.

»Vertrauen entsteht über den Menschen, nicht über das Grabmal.«

was für ein Team dort arbeitet, welche Projekte gemacht werden, wie der Alltag aussieht, dann entsteht Interesse, auch bei jemandem, der eigentlich gar nicht wechseln wollte.

Die Unvergessen Agentur hat sich aus der Bestattungsbranche heraus entwickelt. Wie kam es dazu?

Ich habe früher im Krematorium gearbeitet. Daraus entstand irgendwann die Idee zu unvergessen.de, einer Plattform, die das Leben Verstorbener festhält und über Trauer aufklärt. Über Social Media wurde das bekannt, und

dann kamen die ersten Bestatter auf uns zu. Einige hatten Familienmitglieder mit Steinmetzbetrieben. So hat sich das Schritt für Schritt entwickelt. Die Grundprinzipien sind dieselben geblieben: pietätvoller Umgang mit dem Thema, Vertrauen über Menschen aufbauen, echte Branchenkenntnis. Was uns von einer klassischen Marketingagentur unterscheidet, ist genau das: Wir beschäftigen uns seit Jahren ausschließlich mit diesem Umfeld. Wir wissen, was funktioniert, und vor allem, was nicht.

Eva Straub

i KURZINFO

Unvergessen Agentur/ Eternio - Gesellschaft für Erinnerungskultur mbH

Die Unvergessen Agentur, ansässig in Saarbrücken, wurde 2020 von Philip Pelgen gegründet und ist heute mit mehr als 15 Mitarbeitenden auf Social Media-Marketing für Steinmetzbetriebe und Bestattungsunternehmen spezialisiert. Das Leistungsspektrum umfasst Strategie, Videoproduktion vor Ort, Social Media-Management, Personalmarketing sowie Website-Entwicklung.

**Unvergessen Agentur
Eternio - Gesellschaft für
Erinnerungskultur mbH**
Bleichstr. 21-23
66111 Saarbrücken
Tel. 0681 96593885
p.pelgen@unvergessen-agentur.de
www.unvergessen-agentur.de