

DIE 7 GRÖSSTEN **WARNSIGNALE** DASS IHR BESTATTUNGSHAUS TROTZ BESTEHENDER NACHFRAGE AN RELEVANZ VERLIEREN KÖNNTE





**Über 340
Standorte**

**ALLEIN AHORN UND SERENI STEHEN
ZUSAMMEN FÜR ÜBER 340 STANDORTE
IM DEUTSCHEN BESTATTUNGSMARKT.**

**WER DIESE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN ZU SPÄT ERNST
NIMMT, MERKT DEN DRUCK OFT ERST DANN, WENN DER
EIGENE BETRIEB IM REGIONALEN MARKT BEREITS AN
RELEVANZ VERLOREN HAT.**

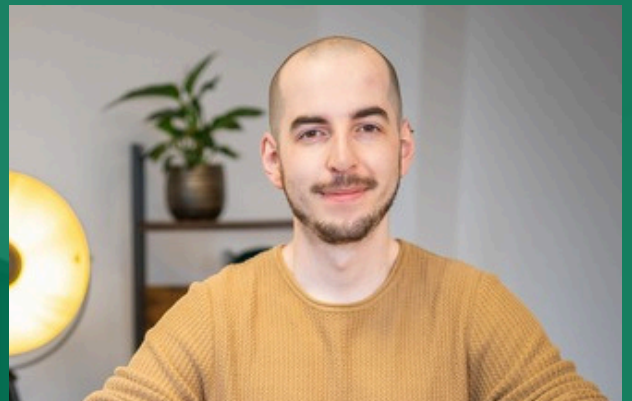
Unvergessen
Agentur

WAS WIR BEI VIELEN BESTATTUNGSUNTERNEHMEN IMMER HÄUFIGER BEOBACHTEN

Viele Bestattungsunternehmen leisten seit Jahren gute Arbeit. Sie begleiten Angehörige zuverlässig, sind erreichbar, kennen die Abläufe mit Friedhöfen, Krematorien, Redner und Trauerdrucksachen und haben sich in ihrer Region einen Namen gemacht.

Trotzdem merken immer mehr Inhaber, dass sich etwas verändert: Konzerne kaufen massiv auf, Angehörige vergleichen stärker, der Preisdruck steigt, alles wird digitaler und frühere Sicherheiten wie Zeitungswerbung oder das Telefonbuch verlieren massiv an Relevanz.

Dieses Frühwarn-Radar zeigt sieben Warnsignale, an denen regionale Bestattungsunternehmen rechtzeitig erkennen, ob ihr Betrieb in den nächsten Jahren an Relevanz verlieren könnte.



AUTOR: PHILIP PELGEN

*Gründer und Geschäftsführer
Unvergessen Agentur*

- Philipp Pelgen ist Geschäftsführer der Unvergessen Agentur und begleitet über 80 Bestattungsunternehmen.
- Die Agentur unterstützt Betriebe dabei, planbarer Anfragen zu gewinnen, bessere Kunden zu gewinnen und den Alltag zu entlasten.

Unvergessen
Agentur

Unvergessen

WARUM VIELE BESTATTUNGSUNTERNEHMEN DEN WANDEL ERST SPÄT SPÜREN

Viele Bestattungsbetriebe merken Veränderungen nicht sofort. Der Betrieb läuft weiter, Sterbefälle kommen rein, Angehörige melden sich und das Tagesgeschäft bleibt voll.

Gerade deshalb entsteht der Eindruck, dass alles noch stabil ist. Doch oft verändern sich im Hintergrund bereits die Dinge, die später entscheidend werden: wie Angehörige auswählen, wie stark sie vergleichen und ob ein Betrieb vor Ort noch selbstverständlich angefragt wird.

Die folgenden Warnsignale zeigen, woran Inhaber früh erkennen, dass ihr Betrieb nicht an Nachfrage verliert, sondern langsam an Planbarkeit, Anfragequalität und regionaler Stärke.

WARNSIGNAL 1: DIE ÜBERNAHMEWELLE

Wenn größere Anbieter regionale Märkte Schritt für Schritt besetzen

Nicht jede Übernahme ist für Angehörige sofort erkennbar. Oft bleiben Name, Standort und vertrauter Außenauftritt bestehen, während im Hintergrund neue Eigentümer, Prozesse und Strukturen entstehen.

Die Konzerne können Standorte bündeln, Abläufe vereinheitlichen und ihre Präsenz in einer Region ausbauen. Und besonders wichtig: Sie sparen massiv Kosten im Einkauf von z. B. Särgen oder Urnen und können so mit dem günstigeren Preis, die sinkende Qualität überschatten.

Wer das als inhabergeführtes Unternehmen rechtzeitig erkennt, kann die negativen Aspekte eines Konzerns als eigenen Vorteil nutzen.

WARNSIGNAL 2: DAS EINZUGSGEBIET

Wenn weniger Menschen vor Ort leben und die Zahl möglicher Anfragen sinkt

Jüngere Menschen ziehen weg, Familien wohnen verstreuter und Angehörige leben nicht mehr automatisch im direkten Umfeld des Bestattungshauses.

Dadurch wird der regionale Markt kleiner und schwerer greifbar. Selbst wenn Sterbefälle weiterhin entstehen, werden Entscheidungen häufiger von Angehörigen getroffen, die nicht mehr im Ort leben.

Aus diesem Grund müssen Bestatter heute schon dort in Sichtbarkeit investieren, wo die Kunden von morgen die Entscheidungen treffen: bei Google, in den sozialen Medien und an den digitalen Kontaktpunkten, die vor dem ersten Anruf Vertrauen aufbauen.

WARNSIGNAL 3: KLASSISCHE WERBUNG

Wenn die Leser von Zeitung und Telefonbuch selbst aussterben

Viele Bestattungsunternehmen waren über Jahrzehnte dort präsent, wo sich Menschen früher informiert haben: in der Zeitung, im Telefonbuch, auf Plakaten oder beim lokalen Sportverein.

Diese Präsenz ist nicht grundsätzlich wertlos. Doch die Leser dieser Medien sind inzwischen entweder zusätzlich schon im Internet unterwegs oder so alt, dass sie in den nächsten Jahren selbst versterben werden.

Schwierig wird es, wenn weiterhin also tausende Euros jährlich investiert werden, ohne dass man wirklich auf den Prüfstand stellt, wie viele Kunden darüber noch entstehen.

WARNSIGNAL 4: DER EMPFEHLUNGSSTROM

Wenn gute Arbeit vor Ort nicht mehr selbstverständlich zur nächsten Anfrage führt

Über viele Jahre entstanden neue Anfragen oft aus persönlicher Erfahrung und regionaler Vertrautheit. Man kannte den Betrieb, hatte ihn im Umfeld erlebt oder bekam ihn von Familie zu Familie empfohlen.

Heute passiert das seltener von selbst. Jüngere Angehörige wägen im Ernstfall häufiger neu ab und bilden sich eine eigene Meinung. Gerade in Städten ist dieser Effekt deutlich stärker ausgeprägt, als im ländlichen Bereich.

So kann ein Bestatter weiterhin stark in der Region verankert sein, ohne automatisch die erste Wahl zu bleiben. Mit vertrauensschaffender Werbung muss man also auch die nächste Generation überzeugen.

WARNSIGNAL 5: DIE PREISFRAGE

Wenn Gespräche schneller über Kosten laufen als über Begleitung

Viele Bestatter merken immer häufiger, dass Angehörige im Erstkontakt zunächst ein Angebot möchten und dann vergleichen. Oft passiert das noch bevor klar ist, welche Wünsche, Abläufe oder familiären Situationen überhaupt berücksichtigt werden müssen. Eine genaue Kostenaufstellung ist zu diesem Zeitpunkt also oft schwer.

Das wird problematisch, wenn sich ein Betrieb vor allem durch eine besonders gute Qualität auszeichnet, doch den Angehörigen vorher aber gar nicht klar ist, welche Unterschiede es zwischen Bestattern und Bestattungen geben kann.

Hier muss im Vornherein ein aufklärendes Marketing betrieben werden, welches Alleinstellungsmerkmale verdeutlicht, Wünsche weckt und den Wert einer Dienstleistung untermauert.

WARNSIGNAL 6: BESTATTUNG PER KLICK

Wenn Onlineanbieter aus persönlicher Begleitung ein scheinbar einfaches Standardprodukt machen.

Onlineanbieter treten häufig mit klaren Paketen, wenigen Auswahlmöglichkeiten und vereinfachten Abläufen auf. Für Angehörige wirkt das übersichtlich, besonders wenn sie sich schnell orientieren müssen.

Dadurch entsteht ein anderes Bild von Bestattung. Was im Alltag aus Beratung, Versorgung, Friedhof, Trauerdruck und Terminabstimmung besteht, wird schneller als einfache Abwicklung wahrgenommen.

Für regionale Bestatter entsteht Druck, wenn eine anspruchsvolle Begleitung plötzlich mit einem digitalen Standardangebot verglichen wird, das nur einen kleinen Teil des Alltags abbildet.

WARNSIGNAL 7: STETIGER WANDEL

Wenn neue Wünsche, neue Bestattungsformen und neue gesetzliche Spielräume den Markt verändern

Die Bestattungskultur verändert sich Schritt für Schritt. Feuerbestattungen, kleinere Abschiede, "Entsorgungen" und individuellere Formen der Beisetzung gewinnen an Bedeutung. Gleichzeitig verändert sich der gesetzliche Rahmen, der neue Möglichkeiten schafft und die Fragen verändert, die Angehörige an Bestatter stellen.

Für Bestattungsunternehmen entsteht dadurch mehr Beratungsbedarf. Wer früher vor allem bekannte Abläufe begleitet hat, muss heute häufiger neue Wünsche einordnen, Unsicherheit auffangen und unterschiedliche Bestattungsformen verständlich erklären. Wer diese Wünsche ignoriert und immer nur das macht, was man immer gemacht hat, wird künftig seltener gewählt.

WARUM DIESE WARNSIGNALE NICHT ISOLIERT BETRACHTET WERDEN SOLLTEN

Die einzelnen Warnsignale wirken im Alltag oft wie normale Schwankungen. Mal kommen weniger Aufträge, mal fragen Angehörige stärker nach Preisen, mal wirkt klassische Werbung schwächer als früher.

Doch zusammen zeigen sie, dass sich nicht nur einzelne Bereiche verändern. Es verändert sich, wie Angehörige Bestattungsunternehmen wahrnehmen, vergleichen und auswählen.

DER DENKFEHLER: NUR AUF SYMPTOME SCHAUEN

Viele Bestatter versuchen, einzelne Probleme einzeln zu lösen: eine neue Anzeige, andere Preise oder bessere Dekoration.

Das greift oft zu kurz. Denn wenn sich die Auswahl der Angehörigen grundsätzlich verändert, reicht es nicht, nur an einzelnen Stellen im Betrieb nachzubessern.

WARUM PLANBARE ANFRAGEN BEI DER RICHTIGEN MARKTPOSITION BEGINNEN



FALLSTUDIE 1: MEHR GOOGLE-BEWERTUNGEN

Ausgangssituation:

Der Betrieb führt eine mittlere dreistellige Zahl an Bestattungen pro Jahr durch. Nach außen war diese Erfahrung aber kaum sichtbar: Bei Google standen nur 9 Bewertungen mit einem Schnitt von 4,5 Sternen. Für unbekannte Angehörige passte der erste Eindruck damit nicht zur tatsächlichen Leistung.

Umsetzung:

Es wurde ein klarer Prozess eingeführt, um Kundenzufriedenheit nach der Bestattung strukturiert abzufragen. Gleichzeitig wurden die Marketing Aktivitäten messbar gemacht und gezielt darauf ausgerichtet, positive Erfahrungen bei Google zu teilen.



**Patrick
Friedrichson**
Horb am Neckar

"Wir werden auf der Straße angesprochen und die Leute sagen: Das ist interessant, macht weiter so!"

ERGEBNIS:

18

Neue 5 Sterne-
Bewertungen

6

Monate bis zur
Verdreifachung
der Bewertungen

4,9

Durchschnitt aller
Bewertungen

FALLSTUDIE 2: BEKANNTHEITSAUFBAU

Ausgangssituation:

Der Betrieb setzte vorher vor allem auf klassische Werbung im örtlichen Anzeigenblatt. Social Media wurde skeptisch gesehen, auch wegen der Kosten. Die digitale Wahrnehmung war ausbaufähig: 414 Facebook Follower, keine aktive Instagram Präsenz und 23 Google Bewertungen.

Umsetzung:

Gemeinsam wurde die regionale Sichtbarkeit ausgebaut. Die Facebook Präsenz wurde gestärkt, eine Instagram Seite erstellt und Inhalte so ausgerichtet, dass der Betrieb häufiger wahrgenommen wird. Positive Erfahrungen wurden sichtbar gemacht, damit vor dem ersten Kontakt mehr Vertrauen entsteht.



Ralz Heizmann
Oberwolfach

„Wir haben in Ortschaften durch die Zusammenarbeit mit Unvergessen mehr Aufträge generieren können und eine relativ große Bekanntheit bekommen.“

ERGEBNIS:

in einem Zeitraum von ca. 12 Monaten

- Google Bewertungen von 23 auf 96 erhöht
- Deutlich höhere Bekanntheit in umliegenden Ortschaften
- 28 Aufträge durch die Präsenz in sozialen Medien generiert
- Facebook von 414 auf 702 Follower gesteigert
- Instagram neu aufgebaut mit 288 Followern

DER WICHTIGSTE DENKWECHSEL FÜR BESTATTER IN DEN NÄCHSTEN JAHREN

Viele Bestatter denken bei Marketing zuerst an Werbung: Anzeigen, Beiträge, Flyer oder eine neue Webseite. Doch das Ziel ist nicht, möglichst laut sichtbar zu sein.

Entscheidend ist, ob Angehörige den Betrieb früh genug wahrnehmen, richtig einordnen und im Ernstfall als vertrauenswürdige Wahl sehen. Wer Marketing nur als einzelne Maßnahme versteht, bleibt abhängig von Zufall, Empfehlungen und Preisvergleichen. Wer es als Marktposition versteht, schafft die Grundlage für planbarere Anfragen und bessere Kunden.

WAHRNEHMUNG: WIRD IHR BETRIEB FRÜH GENUG GESEHEN?



VERTRAUEN: ENTSTEHT VERTRAUEN VOR DEM ERSTEN GESPRÄCH?



POSITION: IST KLAR, WARUM ANGEHÖRIGE SIE WÄHLEN SOLLTEN?

KLEINER ZUKUNFTSAUSBLICK

In den nächsten Jahren wird Marketing für Bestatter nicht bedeuten, lauter zu werben oder einzelne Maßnahmen umzusetzen. Entscheidend wird sein, ob Angehörige den Betrieb im richtigen Moment wahrnehmen, Vertrauen aufbauen und ihn als passende Wahl einordnen, bevor sie vergleichen oder sich für einen anderen Anbieter entscheiden.



**WER ERST SICHTBAR WIRD, WENN ANGEHÖRIGE
SUCHEN, KOMMT OFT ZU SPÄT.**

WER HINTER DIESEM ANSATZ STEHT

Die Unvergessen Agentur arbeitet mit Bestattungsunternehmen zusammen, die mehr passende Anfragen gewinnen, im regionalen Markt stärker wahrgenommen werden möchten und Personal suchen.

Dafür verbinden wir Branchenverständnis, klare Positionierung und messbare Umsetzung zu Maßnahmen, die nicht nur sichtbar machen, sondern Vertrauen vor dem ersten Gespräch aufbauen.

WIE IHR BETRIEB ZUR PASSENDEN WAHL WIRD



ANALYSE & STRATEGIE

Wir prüfen, wie Ihr Betrieb aktuell wahrgenommen wird, welche Anfragen entstehen und wo Potenzial im regionalen Markt liegt.



POSITIONIERUNG & VERTRAUEN

Wir schärfen, warum Angehörige Ihren Betrieb wählen sollten und welche Botschaften Vertrauen vor dem ersten Gespräch aufbauen.



UMSETZUNG & SICHTBARKEIT

Wir setzen alle Inhalte und Maßnahmen so um, dass Ihr Betrieb sichtbarer wird und passende Anfragen im regionalen Markt planbarer entstehen.

UNSER ERFOLG IN ZAHLEN

Hochwertige
Aufträge

570+

Besetzte
Stellen

120+

5-Sterne
Bewertungen

1240+

Produzierte
Videos

4.250+

DAS SAGEN UNSERE KUNDEN ÜBER UNS



Steffen Jülke
Güstrow

“Nach relativ kurzer Zeit sind Sterbefälle bei uns gelandet, die durch Facebook auf uns aufmerksam geworden sind.”



Christian Duchene
Völklingen

“Selbst viele Menschen im höheren Alter schauen sich unsere Kanäle gerne an.”



Nicole Rinder
München

“Es wird unglaublich professionell gearbeitet. Besser kann es wirklich nicht laufen. Weiter so!”



Peter Brauckmann
Oberhausen

“Wir hatten bei keinem einzigen Werbemittel der letzten 25 Jahre Rückmeldungen in dieser Intensität!”

WARUM DAS FÜR BESTATTER FUNKTIONIERT



SPEZIALISIERT AUF BESTATTER

Die Inhalte greifen echte Situationen aus dem Bestattungsalldag auf und sprechen Angehörige dadurch näher, verständlicher und auch weniger beliebig an.



REGIONALE SICHTBARKEIT

Der Betrieb wird im eigenen Einzugsgebiet präsenter, auch dort, wo Angehörige heute digital suchen, vergleichen und Entscheidungen vorbereiten.



HOCHWERTIGE AUFTRÄGE

Ziel sind Anfragen von Angehörigen, die den Betrieb nicht zufällig finden, sondern ihn bereits vor dem ersten Gespräch als passende Wahl wahrnehmen.


WARUM ABWARTEN LANGFRISTIG MEHR KOSTET

Viele Betriebe wissen längst, dass sie bei Sichtbarkeit, Bewertungen und digitalen Abläufen aktiver werden müssten. Trotzdem werden diese Themen oft auf später verschoben, weil das Tagesgeschäft gerade dringender wirkt und läuft.

Doch genau dadurch wächst der Abstand. Während andere Betriebe sichtbarer werden, Vertrauen aufbauen und Anfragen gewinnen, bleiben Chancen ungenutzt. Abwarten kostet so Monat für Monat Reichweite, Aufmerksamkeit und langfristiges Wachstum.

WER NICHTS VERÄNDERT, ZAHLT LANGFRISTIG DEN PREIS:

- Sichtbarkeit bleibt weiterhin dem Zufall überlassen
- Bewertungen entstehen nicht aktiv genug
- Wertvolle Anfragen gehen an präsentere Wettbewerber



**ECHTE VERÄNDERUNG ENTSTEHT NICHT DURCH
EINZELNE MASSNAHMEN, SONDERN DORT, WO
STRATEGIE, UMSETZUNG UND ALLTAG
ZUSAMMENKOMMEN.**

Wenn Sie jetzt denken: Das macht soweit alles Sinn, aber dafür fehlt mir im Tagesgeschäft einfach die Zeit, dann zeigt genau das, warum ein klarer Plan so wichtig ist.

Ihr Ziel sollte nicht sein, Sichtbarkeit, Bewertungen und digitale Themen dauerhaft nebenbei zu lösen, sondern einen Weg zu schaffen, der regelmäßig umsetzbar ist und langfristig Wirkung zeigt.

Wenn Sie Ihren Betrieb sichtbarer machen, mehr Vertrauen aufbauen und digitale Chancen gezielt nutzen wollen, dann lassen Sie uns gemeinsam einen klaren nächsten Schritt für Ihren Betrieb entwickeln.

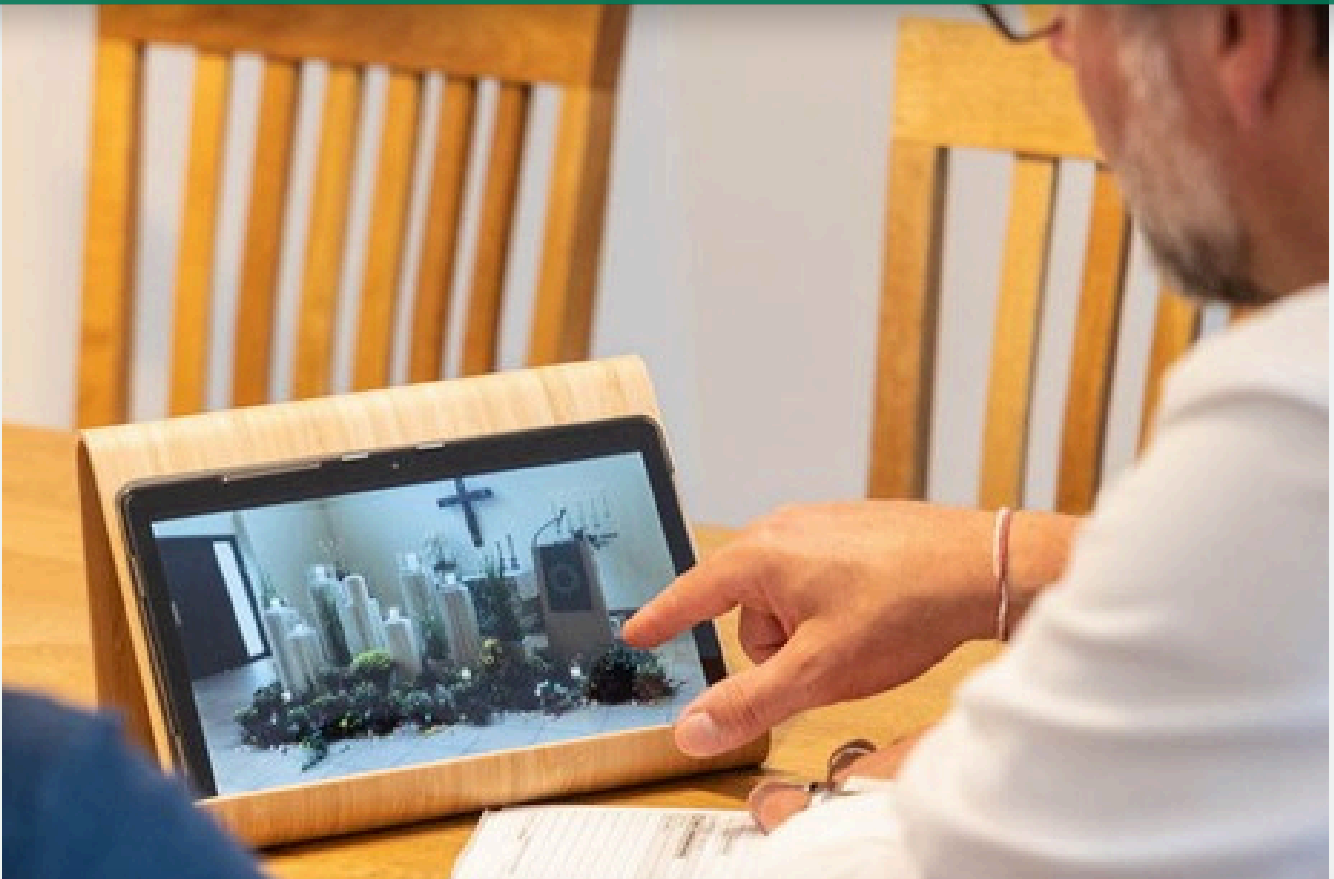
www.unvergessen-agentur.de

Philip Pelgen, 0681 965 938 85, p.pelgen@unvergessen-agentur.de

ÜBER 80 ZUFRIEDENE KUNDEN



Erfahren Sie in diesem Frühwarn-Radar, welche unscheinbaren Warnsignale zeigen, ob ihr Bestattungsunternehmen an Relevanz verlieren könnte, obwohl Sie eine gute Arbeit leisten.



JETZT KOSTENFREIES KENNENLERNEN VEREINBAREN

WWW.UNVERGESSEN-AGENTUR.DE

Unvergessen
Agentur

