

# Auf die Persönlichkeit kommt es an

*Bestattungsfachkraft im Markenzeichenbetrieb*



Foto: © Bestattungshaus Körner

**Anna Körner-Gehlich**

Begegnungen mit Menschen in Ausnahmesituationen sind für Bestatterinnen und Bestatter alltäglich. Diese Begegnungen aushalten zu können und die Menschen aufzufangen, sie einfühlsam zu begleiten, ist ohne Zweifel eine der herausforderndsten Aufgaben des Berufs. Wir haben uns mit **Anna Körner-Gehlich**, Bestattungsfachkraft und Geschäftsführerin von Körner Bestattungen in Walsrode, darüber unterhalten, worauf sie bei der Begleitung Trauernder in ihrem Markenzeichen-Unternehmen besonders großen Wert legt.

Um das Markenzeichen zu erhalten, müssen Mindestanforderungen erfüllt sein, die in der Kollektivmarkensatzung zum Markenzeichen der Bestatter festgeschrieben sind. Unter anderem sieht die Satzung vor, sich den „Standard seiner fachlichen und betrieblichen Qualifikation im Rahmen einer Einzelzertifizierung [...] von einer akkreditierten Zertifizierungsstelle“<sup>1</sup> zertifizieren zu lassen. Die DIN EN 15017 - Bestattungsdienstleistung listet neben der Sicherstellung der kontinuierlichen Aus- und Weiterbildung aller Mitarbeiter auch **ethische**

**Werte**<sup>2</sup> auf, die einzuhalten sind. Um nur einige zu nennen:

- ethischer und professioneller Umgang mit dem Kunden,
- aufrichtiger Respekt für die Überzeugungen und Bräuche des Kunden,
- Ehrlichkeit, Loyalität und Integrität der Mitarbeiter des Bestattungsunternehmens bei der Ausübung ihrer Aufgaben,
- stetiges Bemühen, die Fachkenntnis des Bestatters weiterzuentwickeln.

Für Anna Körner-Gehlich hat der feinfühligste Umgang mit den Hinterbliebenen höchste Priorität und sie hat einen Weg gefunden, diese schwer messbaren Kriterien umzusetzen: „Für mich ist es wichtig, immer wieder zu reflektieren: Wie nehmen wir die Menschen in Empfang? Wie nehmen sie unsere Räumlichkeiten, unser Auftreten wahr? Bei der Begleitung geht es viel um Intuition. Jeder Trauernde braucht etwas anderes. Über das Fachwissen hinaus ist es ohne Zweifel wichtig, dass wir da auch auf unser Bauchgefühl vertrauen

und unserem Gegenüber wirklich empathisch begegnen.“ Auch das Berufsbild entwickle sich immer weiter: „Es bewegt sich viel in der Branche. Um alles möglich zu machen, alles anbieten zu können, muss man am Ball bleiben“, betont Körner-Gehlich. „In den letzten Jahren hat sich sehr viel getan. Ich habe manchmal das Gefühl, dass wir als Bestatter auch Mediatoren sind, zwischen Familienangehörigen vermitteln, wenn es Streit oder Uneinigkeiten gibt. Man braucht da ganz viel Fingerspitzengefühl, wenn man merkt, da ist noch jemand, der traut sich nichts zu sagen.“

## Weiterbilden und über den Tellerrand schauen

Jeden Morgen kommen die Mitarbeitenden aus allen Bereichen des Unternehmens zusammen, um zu besprechen, wie der Tag verläuft, Fragen zu klären und gemeinsam Lösungen für Probleme oder Wünsche zu finden. Darüber hinaus findet alle sechs bis acht Wochen eine „offene Runde“ statt, in der Anliegen platziert oder neue Verantwortlichkeiten verteilt werden. Und auch regelmäßige Weiterbildungen bietet sie ihren Angestellten an: „Ich frage dann, was ihnen helfen würde, was sie persönlich voranbringen würde. Ich biete das oft an. Dabei bin ich offen für alle möglichen Bereiche“, betont Körner-Gehlich. Dass sie selbst gern etwas im Bereich Coaching oder eine Yogalehrer-Ausbildung machen möchte, zeigt, wie vielseitig sie ihre Aufgabe als Trauerbegleiterin versteht: „Die Beratung rund um den Trauerfall muss nachhaltig und ganzheitlich sein. Auch nach der Beerdigung müssen wir sehen, wie wir die Familien unterstützen können“, erklärt sie ihre Philosophie. So bietet das Unternehmen beispielsweise eine Trauergruppe in ihren

Räumlichkeiten an. Zwei ausgebildete Trauerbegleiterinnen leiten diese festen Treffen an, die über einen Zeitraum von acht Monaten stattfinden.

### **Bestattung: Dienstleistung und Marke?**

„Es genügt heute nicht mehr, nur die klassische Beerdigung anzubieten“, sagt Körner-Gehlich. „Wir verkaufen ein Event, eine Dienstleistung und gewissermaßen auch die Marke unseres Unternehmens. Wir müssen gute Gastgeber sein und auch nach getaner Arbeit sehen, wie wir die Familien noch weiter unterstützen können.“ Das Markenzeichen sieht sie dabei unterstützend, nicht nur im Hinblick auf das Qualitätsmanagement und die damit einhergehende Sicherung aller Arbeits- und Betriebsprozesse.

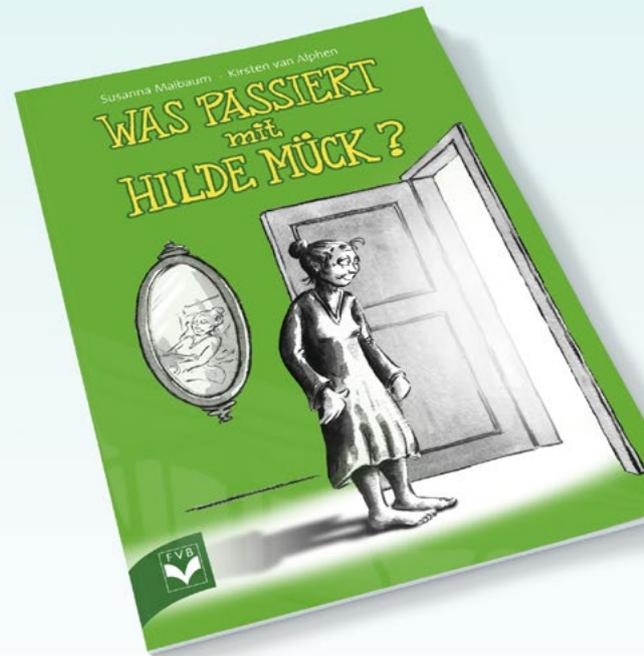
„Gerade dieser Zwang der Dokumentation ist schon etwas, was uns die alltägliche Arbeit erleichtert und uns absichert. Es wird ja nicht einfacher“, betont Körner-Gehlich. Neue Bestattungsformen, neue Möglichkeiten des Informationserhalts und veränderte Bedürfnisse steigern auch die Ansprüche der Kunden. Das Markenzeichen und die damit einhergehenden Standards und Mindestanforderungen können helfen, diesen Ansprüchen gerecht zu werden. Aber gerade, wenn sich völlig unbefangene, von einem Trauerfall betroffene Menschen vorab über ein Bestattungsunternehmen informieren, dann, so Körner-Gehlich, „überzeugt man im ersten Schritt nicht mit Persönlichkeit, sondern zunächst mit einem Siegel.“ ■

Verena Hohmann

1. Kollektivmarkensatzung zum Markenzeichen der Bestatter | 1. November 2020
2. DIN EN 15017 – Bestattungsdienstleistungen | 4 Ethische Werte

# Was passiert mit Hilde Mück

*Das Kinderbuch für Kinder von 6 bis 12 Jahren und für Erwachsene, die berührbar geblieben sind*



Idealtypisch wird ein würdevolles Sterben im Kreise der Familie nachgezeichnet. Gleichzeitig vermittelt das Kinderbuch Wissen über die letzten Dinge: Was ist ein Bestattungswagen, was bedeutet Verbrennung, was leistet ein Bestatter?

### **Was passiert mit Hilde Mück?**

Broschur, DIN A5

51 Seiten, mit zahlreichen

farbigen Illustrationen

Düsseldorf 2023

ISBN: 978-3-936057-79-9

Fax: +49 211 / 1 60 08-50 oder [fachverlag@bestatter.de](mailto:fachverlag@bestatter.de)

### **Hiermit bestelle ich:**

#### **Broschur „Was passiert mit Hilde Mück?“**

- 20 Expl. je 3,99 Euro
- 50 Expl. je 3,80 Euro
- 100 Expl. je 3,40 Euro
- Prospekt-Tischständer Acryl, für 6 – 9 Broschüren je 15,00 Euro

Preise zzgl. MwSt. und Versandkosten

Name

Firma

Straße

PLZ/Ort

Datum/Unterschrift