



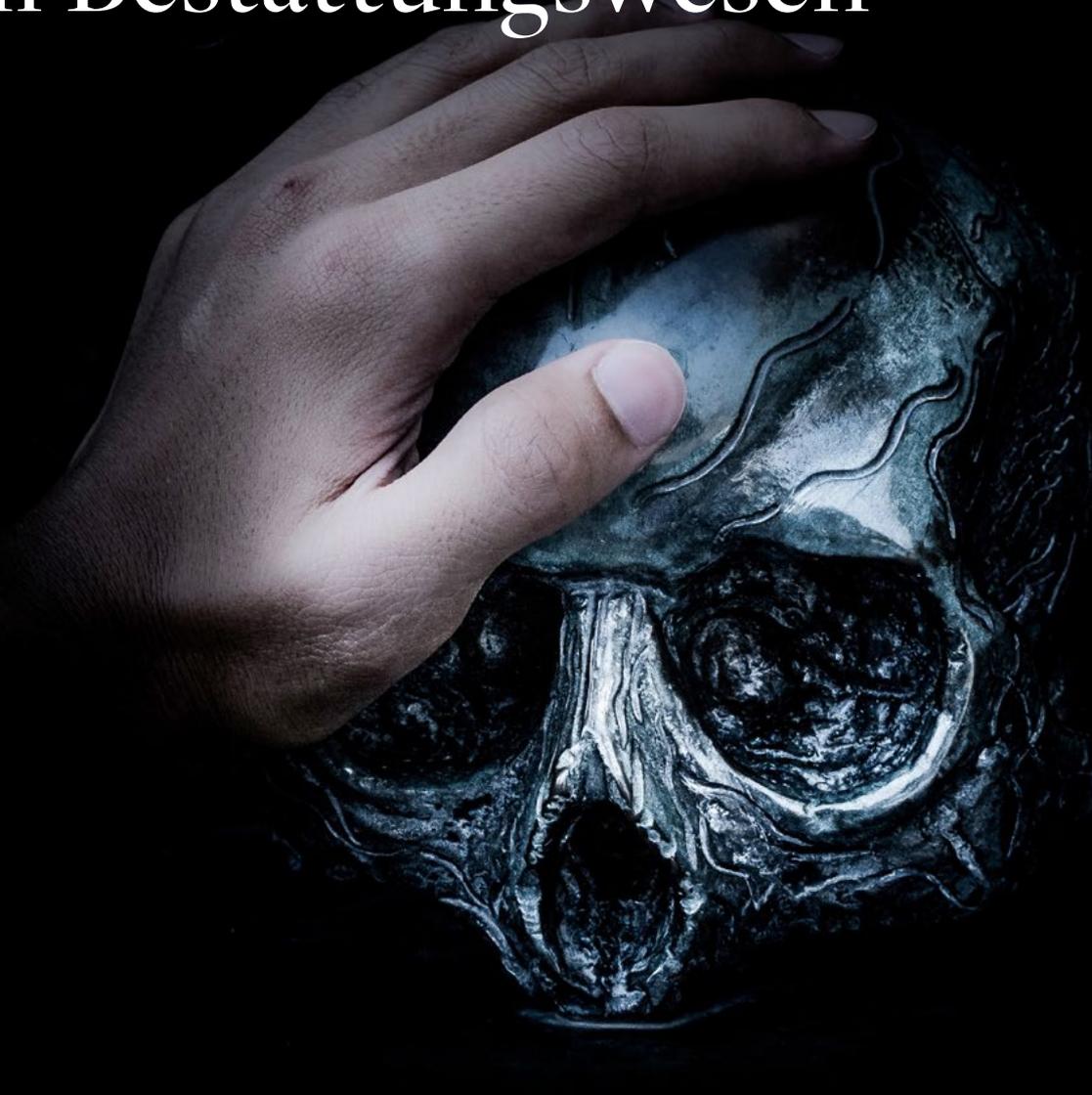
Ausgabe 7-8.2023
75. Jahr

bestattungskultur

Das Magazin des
Bundesverbandes Deutscher Bestatter e.V.

Tod und Technik – Digitalisierung im Bestattungswesen

G 58808



Deshalb machen Facebook, Instagram und TikTok für Bestattungsunternehmen keinen Sinn



Fotos: © Umvergesen Agentur

Vortrag auf der LEBEN UND TOD in Bremen zu Social Media für Tabuthemen

Viele Bestattungsunternehmen haben sich jahrelang auf Weiterempfehlungen und Anzeigen in Telefonbüchern und Zeitungen verlassen. Wenn dann die Trauerfeier noch gut organisiert war, genügte das, um die Familien für zukünftige Bestattungen wieder zu gewinnen.

Dann kam das Internet und viele sagten, man müsse jetzt eine vernünftige Webseite haben. Einige Bestattungsunternehmen waren schnell dabei, andere zögerten. Heute ist es wahrlich kein Geheimnis mehr, dass Angehörige sich online informieren und Entscheidungen treffen.

So lief es damals mit Google

Anschließend gewann Google an großer Relevanz. Man soll jetzt noch für SEO und Anzeigen bezahlen, damit man bei der Suche nach dem Bestatter in der Region ganz oben steht. Manche Bestattungsunternehmen haben diesen Trend ignoriert und es lief noch viele Jahre weiter gut. Andere wiederum haben viel Geld mit Anzeigen und Google Agenturen verbrannt – ohne spürbare Ergebnisse.

Doch Moment: Wenn ich heute manchen Bestattungsunternehmen erzähle, dass es mit Google-Anzeigen einige Unter-

nehmen schaffen, im ersten Jahr von 0 auf 30, 50 oder sogar 100 Trauerfälle zu kommen (je nach Einwohnerzahl der Region), dann glauben sie mir das nicht.

Doch wie kann das sein? Manche starten durch und andere verbrennen Geld? Der Schlüssel zum Erfolg liegt im Verständnis der Zielgruppe und der Technologie hinter Google. Man muss verstehen, wann genau welche Menschen was genau suchen und somit als Ergebnis erwarten. Wenn das darauffolgende Suchergebnis und die Webseite den Menschen in seiner Ausnahmesituation perfekt abholt, dann folgt der Griff zum Hörer und somit zum Auftrag.

Schon wieder ein neuer Trend? Die sozialen Medien kommen

Ein paar Jahre danach sprach auf einmal jeder über Facebook und heute sprechen viele über Instagram und TikTok. Da müsse man als Bestattungsunternehmen jetzt auch präsent sein.

Ich habe auf Nachfrage einiger Bestatter hunderte Social Media Seiten in der Bestattungsbranche analysiert. Und ganz ehrlich: Nur weil man für sein Bestattungsunternehmen eine Facebook-Seite hat, bedeutet das noch lange nicht, dass das irgendeinen Effekt für das Unternehmen hat.

So kommt es, dass viele aus unserer Branche glauben, dass die sozialen Medien nichts bringen. Vielleicht haben deshalb von ca. 4.000 überprüften Bestattungsunternehmen nur ca. 41% Facebook, 9% Instagram und noch weniger TikTok. Trotzdem gibt es wie auch bei Google wieder einzelne Bestattungsunternehmen, die nur über soziale Medien Aufträge bekommen, Bewerbungen erhalten und ihre gute Arbeit sichtbar machen.

Was in den sozialen Medien möglich ist

Was soziale Medien also wirklich können? Dass man in seiner Region in kürzester Zeit eine große Bekanntheit aufbaut und durch transparente Einblicke Vertrauen bei den Menschen schafft. Nirgendwo sonst können sich zehntausende Menschen jeden Monat ein Bild von Ihnen und Ihrer guten Arbeit machen. Sie können dort häufige Fragen beantworten, zeigen, was bei Ihnen alles möglich ist und sich als wahrer Experte und Qualitätsführer positionieren.

Auch wenn Sie jetzt vielleicht denken, dass Ihre Zielgruppe in den sozialen Medien nicht aktiv ist, nutzen 86% der Deutschen regelmäßig soziale Medien. Die Pandemie und der damit verbundene Digitalisierungsschub haben Smartphones und soziale Medien in fast jeden Haushalt gebracht.

Ein Beispiel: Bei Deutschlands größter Facebook-Seite zum Thema Trauer & Bestattung namens „Unvergessen“ sind über 60% der knapp 280.000 Abonnenten zwischen 45 und 75. Wenn Sie nun darüber nachdenken, wer Sie am häufigsten mit einer Bestattung beauftragt, so sind dies Menschen in genau diesem Alter. Diese Zielgruppe ist inzwischen regelmäßig in den sozialen Medien unterwegs, lernt dort Unternehmen kennen und trifft Kaufentscheidungen.

Warum soziale Medien trotzdem nichts bringen

Auch wenn 41% aller Bestattungsunternehmen Facebook nutzen, hat es für die meisten keinen Effekt. Dies liegt an drei wichtigen Punkten: keine Zeit, keine Ideen und keine Reichweite. Wenn wir mal ehrlich sind, fehlt im hektischen Alltag schlicht die Zeit, nebenbei noch ein Foto oder ein Video zu machen.

Das, was dann veröffentlicht wird, ist meist unkreativ und häufig nur eine Auflistung der Leistungen. Doch das interessiert Ihren potenziellen Auftraggeber nicht. Dann kommt erschwerend hinzu, dass diese Beiträge nur von ein paar hundert Menschen gesehen werden. Mit so einer geringen Reichweite kommt man nicht in die Köpfe der Region.



Wenn man also nur alle paar Monate etwas Langweiliges veröffentlicht, was niemand sieht, dann bringen soziale Medien gar nichts.

Deutschlands erste Social Media Agentur für Bestattungsunternehmen

Wir haben unser eigenes Gedenkportal Unvergessen.de über soziale Medien bekannt gemacht. Heute haben wir über 50.000 Nutzer und in den sozialen Medien über 400.000 Abonnenten. Das haben Bestattungsunternehmen mitbekommen und uns dann gefragt, ob wir ihnen nicht dabei helfen können, ihre eigenen Kanäle aufzubauen.

Um unser geballtes Wissen aus der Social Media-Welt und der Bestattungswelt weiterzugeben, haben wir mit der Unvergessen Agentur Deutschlands erste Social Media Agentur für die Bestattungsbranche gegründet. Damit erreichen wir für zahlreiche Bestattungsunternehmen schon im ersten Monat mit guten und regelmäßigen Inhalten über 10.000 Menschen in der Region. So generieren wir Aufträge, Vorsorgen und Bewerbungen. Aber vor allem machen wir Ihre gute Arbeit sichtbar und zeigen, dass Sie kompetent sind – und Qualität liefern. ■

Philip Pelgen

Unvergessen
Agentur

Philip Pelgen arbeitete früher im Krematorium und ist heute Gründer und Geschäftsführer von Deutschlands erster Social Media Agentur für die Bestattungsbranche