

## Nur wer auffällt, ...

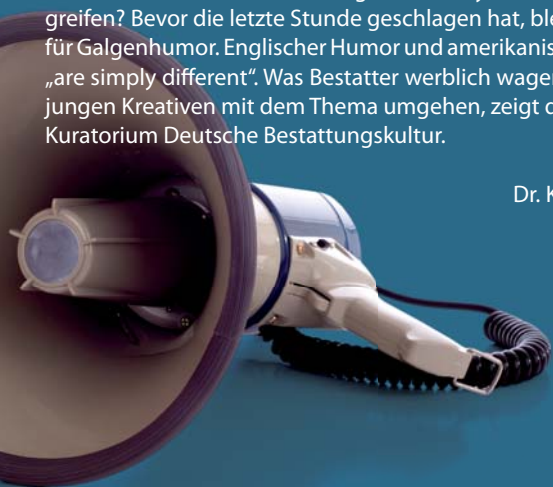
... bleibt in Erinnerung und erreicht seine Zielgruppe. So lautet das Credo der Werbung. Auch Bestattungsinstitute bekennen zunehmend Farbe und treten ins Rampenlicht der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Doch wofür werben Bestatter eigentlich? Bestattungsdienstleistungen, Hilfe im Trauerfall, von der Vorsorge bis zur Nachsorge. – Aber darf man dafür in der Öffentlichkeit werben?

Während die Werbung in anderen Branchen von der Grenzüberschreitung und dem Tabubruch lebt, um Aufmerksamkeit zu erlangen, schwebt über der Werbung in der Bestattungsbranche das Damoklesschwert der Pietät. Denn hier geht es um ein besonders sensibles Thema, das alle angeht – und das die meisten Menschen verdrängen.

Wer nicht wirbt, stirbt! Doch wie viel und welche Werbung trägt die Bestattungsbranche? Wie viel Provokation darf sein? Anhand konkreter Beispiele diskutieren Kreative, Werbefachleute, Ethikexperten, Bestatter und Journalisten die Frage nach Gratwanderung oder Grenzüberschreitung. Zugleich werden innovative PR-Kampagnen in der Bestattungsbranche vorgestellt. Es geht um Image, Anregungen für neue Wege in einer sensiblen Branche, Fragen nach Pietät, Moral und Geschmack sowie die aktuelle Debatte zwischen Preis und Wert.

Seit der radikalen Schockwerbung von Benetton lautet die Frage: Aufmerksamkeit um jeden Preis? Während klassische Werbung das Versprechen vom Glück inszeniert, will Schockwerbung aufrütteln. Aber sind Themen wie „sex and crime“ noch Tabus? Oder anders gefragt: Darf man das Tabuthema Tod nonchalant mit amerikanischen Slogans wie „Pay Now, Die Later“ aufgreifen? Bevor die letzte Stunde geschlagen hat, bleibt noch Zeit für Galgenhumor. Englischer Humor und amerikanische Werbung „are simply different“. Was Bestatter werblich wagen und wie die jungen Kreativen mit dem Thema umgehen, zeigt der Award des Kuratoriums Deutsche Bestattungskultur.

Dr. Kerstin Gernig



## Veranstalter

Kuratorium  
Deutsche Bestattungskultur e.V.  
Volmerswerther Straße 79  
40221 Düsseldorf

Telefon: 0211 – 160 08 10  
Telefax: 0211 – 160 08 60  
E-Mail: award@bestatter.de

## Veranstaltungsort

dbb forum berlin  
Friedrichstraße 169/170  
10117 Berlin

S-Bahn: Friedrichstraße  
U-Bahn: Französische Straße

## Anmeldung per Fax: 0211 – 160 08 60

Kuratorium Deutsche Bestattungskultur e.V.  
Postfach 10 23 34, 40014 Düsseldorf

Ich möchte an der Tagung „Wer nicht wirbt, stirbt!“ teilnehmen und bestelle

\_\_\_\_\_ Karte/n für die Tagung vom 17.-18.09.2009      à 45,- €

\_\_\_\_\_ Karte/n als Fördermitglied des Kuratoriums      à 35,- €

Name \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Ort/Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_



## Wer nicht wirbt, stirbt!

Werbung in der Bestattungsbranche

## Tagung und Wettbewerb

des Kuratoriums Deutsche Bestattungskultur e.V.

in Kooperation mit dem Deutschen Marketing-Verband

17.-18.09.2009, Berlin



## 17.09.2009 Donnerstag

### 9.30-10.00 Uhr Eröffnung

- Gabriele Eick  
Vizepräsidentin des Deutschen Marketing-Verbandes und  
Präsidentin des Marketing-Club Frankfurt
- Ralf Michal  
Vorstand des Kuratorium Deutsche Bestattungskultur e.V.

### 10.00-10.30 Uhr Print wirkt – Bestatterwerbung made in Germany

- Dr. Kerstin Gernig  
Geschäftsführerin Kuratorium Deutsche Bestattungskultur e.V.

### 10.30-11.30 Uhr Six feet under – Bestatterwerbung worldwide

- Aisha Seitz, Information Architect & Autorin

### 11.30-12.00 Uhr Pause

### 12.00-13.00 Uhr Was lässt sich fürs Image tun? PR-Arbeit in der Bestattungsbranche

- Martin Schaarschmidt, PR-Berater & Autor

### 13.00-14.00 Uhr Mittagspause

### 14.00-14.30 Uhr Welche Werbung ist verboten? Wettbewerbsrechtliche Vorschriften in der Bestattungsbranche

- Ingmar-Jens Montagna, Rechtsanwalt

### 14.30-15.30 Uhr Mut zum Gefühl! oder: Ist Trauer eigentlich schwarz? Neue Wege der Werbung

- Martin Reiss, Director ARTelier Reiss

### 15.30-16.00 Uhr Pause

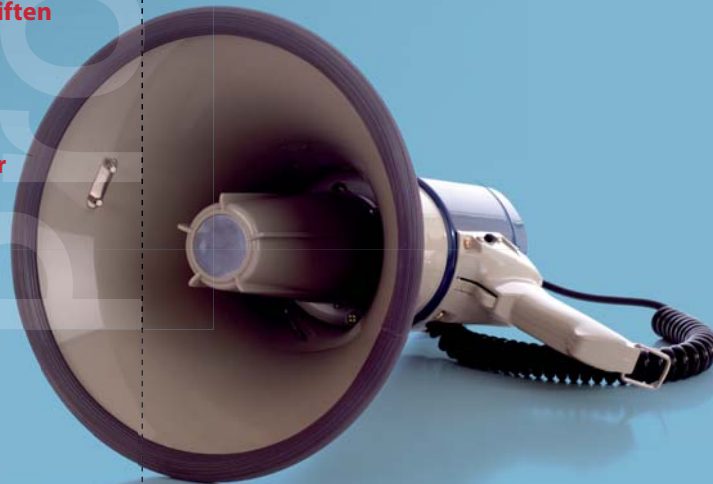
### 16.00-17.00 Uhr Pietät, Moral, Geschmack – Preis, Wert oder preiswert? Podiumsdiskussion zu ethischen Fragen

- Gabriele Eick, Vizepräsidentin des Deutschen Marketing-Verbandes
- Volker Nickel, Sprecher des Deutschen Werberats und des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft
- Professor Dr. Marc Drüner, Professor für Marketing und Innovationsmanagement an der Steinbeis-Hochschule Berlin
- Claus-Dieter Wulf, Präsident Bundesverband Deutscher Bestatter e.V.
- Rolf Mattheißen, Vorstandsvorsitzender Kuratorium Deutsche Bestattungskultur e.V.
- Dr. Rolf-Peter Lange, Vorsitzender Verband Deutscher Bestattungsunternehmen e.V.

Moderation: Dr. Alexander Kissler, Süddeutsche Zeitung

### 17.00-18.00 Uhr Award Kuratorium Deutsche Bestattungskultur Präsentation Wettbewerb und Preisverleihung

Moderation: Gabriele Eick



## 18.09.2009 Freitag

### 9.30-10.00 Uhr Direktmailing – Do's and Dont's

- Hans Curt Kurz, Siegfried Vögele Institut –  
Internationale Gesellschaft für Dialog-Marketing

### 10.00-11.30 Uhr Parallele Arbeitsgruppen

#### USP in der Bestattungsbranche – Wofür Bestatter werben Gestaltung einer Printkampagne

- Monika Schleißing, Netzwerk-Agentur koM-Munikation

#### Empfehlungsmarketing – „Fürsprecher gesucht“ Gestaltung einer Pressekampagne

- Martin Schaarschmidt, PR-Berater

#### Bestattungsvorsorge – Kunden gewinnen, Kunden binden Gestaltung eines Events

- Richard Wehler, motus GmbH Werbe- und  
Kommunikationsagentur

### 11.30-12.00 Uhr Pause

#### 12.00-13.00 Uhr Man muss ja nicht gleich schwarz sehen – Bestatterwerbung im Visier

#### Best Practice Beispiele von Bestattern

- Broschüren
- Flyer
- Anzeigen
- Plakate
- Events
- Internet

Moderation: Claus-Dieter Wulf