



Illustration ©Sophie Wetterich

trauer/now

Wie Themen rund um den Tod mit Online-Medien eine Stimme bekommen

Achim Eckhardt
Social Media Manager / Redaktion bei trauer/now

Als Plattform für heilsames Trauern wurde trauer/now vor anderthalb Jahren mit dem Ziel gegründet, die gesamte Gesellschaft zu erreichen. Mit leichtem Layout in lebendigen Farben, ausschließlich online und in sozialen Medien aktiv, geht das Magazin Wege, die in der Pandemie immer populärer werden. Achim Eckhardt berichtet von seinen Erfahrungen und Erkenntnissen, die allen nutzen, die in der Bestatterbranche aktiv sind und Menschen online erreichen wollen.

Unsere Aufgabenstellung war und ist es: Wir wollen mithelfen die Trauer in uns zuzulassen, sie zu leben und daran reifer zu werden. Dazu will trauer/now aktiv und via digitaler Medien beitragen. Print war nie eine Option: Sie war schlicht zu teuer und zu wenig effizient, um die diversen Zielgruppen und Angehörigen schnell und mit

Feedback-Möglichkeit zu erreichen. Wenn wir von der gesamten Gesellschaft sprechen, meinen wir alle Altersstufen von der Jugend bis ins hohe Alter. Die Corona-Pandemie hat auch Veränderungen beschleunigt, wie übrigens alle Pandemien, die die Welt bisher überlebt hat. Diese Pandemie hat ältere Menschen näher an die digitalen Medien herangeführt, sicher zwangsläufig, aber im Resultat gut für zukünftig nähere, direktere Kommunikation. Unsere Follower bzw. Abonnenten sind nicht nur die Betroffenen, ihre Familien und Zugehörigen, sondern auch die Netzwerke der an der Trauer-Thematik Mitarbeitenden: Hospize, ihre Sterbe- und Trauerbegleiter*innen, Bestatter*innen, Trauerredner*innen, Steinmetz*innen, Friedhofsverwalter*innen.

Eine Homepage kann noch so gut sein – wenn niemand von ihr erfährt, bleibt sie schlicht unbekannt. Das Vernetzen via sozialer Medien ist kein Selbstläufer oder noch nicht (KI!?) delegierbar an ein selbsttätiges Software-Programm; es erfordert geschulte, achtsame Kenntnisse der Betroffenen und der Szene. Sie ist arbeits- und personalintensiv! Es ist ein gegenseitiges Wahrnehmen und Wahrge-



nommen-werden; gute Social-Media-Arbeit baut auf Interaktion. Die Analyse-Daten der diversen sozialen Medien haben uns bestätigt, dass wir unser Zielgruppen-Spektrum erreichen: Laut Aufschlüsselung der Follower/Abonnenten von trauer/now, Stand 12.03.2021, ist die Altersklasse bei 25 bis 64 Jahre und der Geschlechter-Anteil: 73% Frauen, 27% Männer. Nicht zu unterschätzen ist die Wirkkraft der Header-Bilder und Headlines, die Art die Aspekte der Themen aus einem weiteren Fokus zu betrachten und unsere Auswahl an wunderbaren Autor*innen – last not least unser Dogma: Wahrhaftigkeit.

... und natürlich bekommen alle, die sich klassisch per E-Mail mit Fragen an uns wenden, eine persönliche Antwort von uns – alle Redaktionsmitglieder sind ausgebildete Trauerbegleiter.

→ trauer-now.de

Trauer betrifft nicht eine gesellschaftliche Minderheit, sondern uns alle irgendwann, irgendwie und mit der höchstmöglichen Wahrscheinlichkeit – denn mit Tod und Verlust von etwas überaus Geliebtem werden wir alle irgendwann konfrontiert. Trauer ist kein Tabuthema mehr, dennoch wissen viele immer noch zu wenig, wie sie mit diesem schmerzhaften, tiefen und wichtigen Gefühl umgehen können.

Trauern ist etwas, über das wir immer noch ungern sprechen, weil wir hilflos nach Worten suchen, wo vielleicht nur ein aktives Zuhören, ein Sich-Zuwenden, eine Geste ausreichen würden. Trauer braucht Zeit und das geduldige Hinfühlen der An- und Zugehörigen.



Anzeige

Wir suchen Macher!

Vertriebsmitarbeiter im Außendienst (w/m/d)

Die Zukunft des Automobilverkaufs beginnt jetzt!
Wenn Sie Teil dieser spannenden Entwicklung sein wollen und an vielschichtigen, abwechslungsreichen Aufgaben in einem international aufgestellten Familienunternehmen – mit eigener Produktion in Heiden/Münsterland – interessiert sind, sind Sie bei uns richtig!

Und das sollen Sie „machen“:
Verkauf von exklusiven Bestattungswagen, Aufbau und nachhaltige Pflege des Kundenstamms, fachliche Beratung über Produkt- und Ausstattungsmerkmale, aktive Kundenbetreuung.

Voraussetzung:
Verkaufserfahrung im Automobilbereich, Reisebereitschaft mit Übernachtungen.

Bewerbungsunterlagen per E-Mail an Michael Salzmann (salzmann@kuhlmann-cars.de)

Kuhlmann Cars®
MADE IN GERMANY

Lembecker Straße 17 • D-46359 Heiden • Tel.: +49 28 67/ 97 57- 0 • www.kuhlmann-cars.de