

## Ästhetischer Abschied

Peggy Morenz hat in Paderborn eine Marke für stilvolle Bestattungsutensilien gegründet

■ Paderborn (NW). Wenn Peggy Morenz ihre Kunden besucht, dann bringt die zierliche junge Frau einen riesigen, sehr schweren, schwarzen Koffer mit: Darin transportiert sie ihre gesamte Produktpalette bestehend aus Urnen, Kerzen, Karten und Erinnerungsdosen. Mehrfach am Tag packt sie diese zur Präsentation aus und wieder ein. Und die Kunden spüren: Diese Existenzgründerin steht voll hinter ihrer Geschäftsidee, sie lebt für die von ihr entwickelte Marke „mo van de kamp“.

Dabei ist Peggy Morenz in der Branche für Bestattungszubehör eine Quereinsteigerin: Ursprünglich war sie in der Porzellanbranche tätig, für namhafte Hersteller wie Villeroy & Boch, die Marken Rosenthal und Leonardo arbeitete sie als Produkt- und Brandmanagerin. „Tischkultur und Porzellan waren ein wichtiger Bestandteil in meinem Leben“, erklärt die 40-Jährige. „Doch gerade die Tischkultur hat sich in den letzten Jahren verändert, sie ist viel unkomplizierter geworden.“

Das habe in der Branche zu Schnellebigkeit und hohem Aktualitätsdruck geführt. Dem wollte die Existenzgründerin entkommen. „Ich habe nach einem langlebigen Produkt gesucht, das einen Wert besitzt, den Material und Design bekräftigen können.“ So entstand die Idee, die in der Porzellanherstellung gewonnenen Kenntnisse für die Gestaltung von Urnen zu nutzen. Entstanden sind stilvolle Objekte, die tatsächlich ein wenig an Omas bestes Geschirr erinnern: Florale Muster, die wie handgemalt aussehen, Goldrandverzierungen und vor allem überaus feines, schimmerndes weißes Porzellan. Auch das Zu-



Jungunternehmerin: Peggy Morenz – hier mit ihrem Lieblingsprodukt – hat sich mit stilvollen Urnen und passendem Zubehör selbstständig gemacht.

FOTO: MOVANDEKAMP

ehör spielt eine Rolle: Kerzen, Karten und Erinnerungsdosen zum Beispiel für den Ehepartner mit gleichem Design bilden ein ästhetisches Ensemble.

Für die Produktentwicklung hat sie sich von einem „Kompetenzteam“ aus Bestattern beraten lassen. Allen voran der Paderborner Peter Voss, der die Kollegen Andreas Niehaus (Bielefeld) und Corinna Makiol (Hamm) mit ins Boot nahm. Peggy Morenz ist es wichtig, „ernsthaft und sensibel mit den Themen Tod und Beerdigung umzugehen und damit die Bedeutung des vergangenen Lebens zu unterstreichen.“

### »Gutes Kleinstadt-Netzwerk«

Die Ratschläge der Bestatter halfen ihr, die Produkte zu entwickeln. Der ganzheitliche Ansatz ihrer Kollektion soll Anknüpfungspunkte für Trauern und Erinnern bieten und beim Abschiednehmen helfen. So bedeutete die Existenzgründung für Peggy Morenz zugleich eine Sinnsuche: „Etwas zu gestalten, das einen tieferen Wert hat, bereichert mein Leben und gibt ihm einen Sinn.“

Das Unternehmertum ist Peggy Morenz in die Wiege gelegt worden: Ihr Vater war Feinmechaniker und besaß eine Firma in Jena, in der mechanische Fotoapparate repariert wurden – in der ehemaligen DDR eine nicht ganz alltägliche berufliche Biographie. Die Tochter lernte zunächst Feinmechanikerin, dann Werbekauffrau und wechselte in die Porzellanbranche. Doch war ihr immer klar: Irgendwann würde sie ihr eigenes Ding machen. Im Oktober 2011

war es soweit. Sie gründete mo van de kamp und konnte im ersten Jahr der Selbstständigkeit bereits mehr als 120 Kunden gewinnen und rund 650 Urnen verkaufen. Die Gewinnschwelle sei aber noch nicht erreicht, sagt die Unternehmerin.

„Das Spannendste ist die Art und Weise, wie ich mir vorgenommen habe, die Marke aufzubauen“, berichtet Peggy Morenz. „Ich suche mir ein Netzwerk aus Spezialisten und konzentriere mich selbst auf mein eigenes Expertenwissen.“ So solle in allen Ebenen von Anfang an eine hohe Qualität gewährleistet sein. Was ihr übrigens an Paderborn gefällt, ist ein „gut funktionierendes Kleinstadt-Netzwerk“. Das einer Jungunternehmerin gute Möglichkeiten biete, das Geschäft auszubauen. Wenngleich die Feuerbestattung bei den Katholiken erst seit 1963 geduldet ist, hatte Morenz bereits ein Gespräch mit Weihbischof Manfred Grothe, der sich über aktuelle Entwicklungen in der Bestatterbranche informierte.

Sehr wichtig ist Peggy Morenz die hochwertige Verarbeitung. So werden ihre Holzurnen der Kollektion „Walküre“ im Erzgebirge gefertigt. Ähnlich einem Weinfass ist das Objekt aus Dauben verleimt, schnuppert man ins Innere, riecht es nach rauchigem Holz. Die dazugehörigen Erinnerungsdosen sind wahre Handschmeichler. Die Porzellanurnen lässt sie in Thüringen fertigen – alle Produkte werden ausschließlich in Deutschland hergestellt. Details sind Peggy Morenz sehr wichtig, ebenso Qualität und Ästhetik. Für Massenwaren hat sie sich noch nie so recht erwärmen können, sondern legt Wert auf Individualität. Wer das zu schätzen weiß, der ist bei Peggy Morenz richtig. [www.movandekamp.de](http://www.movandekamp.de).

## Woher der Name kommt

■ Die Kollektionen sind für jede Glaubensrichtung offen. Sie stehen im Zeichen einer traditionsbewussten Moderne. Das soll auch der Namen ausdrücken. So verweist „mo“, der erste Teil, auf jene Modernität der Kollektionen, die sich einer reichen Kultur und einer langen Geschichte verpflichtet fühlt. „Van“, der Mittelteil des Namens, bezieht sich auf die liberale Kultur der Feuerbestattung, wie sie in den Niederlanden gepflegt wird. Urnen sind die zentralen Ele-

mente der Kollektionen. Im Sinne eines konfessionell ungebundenen Umgangs mit dem Tod verzichtet das Unternehmen bewusst auf die Verwendung religiöser Symbole. „kamp“ schließlich erinnert an die Bestattungskultur des Camposanto, wie sie in der italienischen Renaissance erblühte. Der Camposanto begründete eine sehr persönliche und kunstvolle Art, mit dem Tod umzugehen und den Verstorbenen im liebenden Angedenken zu bewahren.