



Peggy Morenz hat sich mit stilvollen Urnen und Zubehör aus einem Guss selbstständig gemacht.

Ästhetischer Abschied

Individuell und unverwechselbar: Die Marke mo van de kamp steht für innovative und hochwertige Produkte.

Text: Gausemeier PR
Foto: © mo van de kamp

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: Die Existenzgründerin steht voll hinter ihrer Geschäftsidee, sie lebt für die von ihr entwickelte Marke „mo van de kamp“.

Peggy Morenz ist 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 Peggy Morenz, „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. Dabei sind stilvolle Objekte entstanden, die tatsächlich ein wenig an Omas bestes Geschirr erinnern: Florale Muster, die wie handgemalt aussehen,



Goldrandverzierungen und vor allem überaus feines, schimmerndes weißes Porzellan. Doch bei mo van de kamp spielt auch das Zubehör eine Rolle: Kerzen, Karten und Erinnerungsdöschen zum Beispiel für den Ehering mit dem gleichen Design bilden ein ästhetisches Ensemble aus einem Guss.

Sinnsuche

Für die Produktentwicklung hat sie sich von einem „Kompetenzteam“ aus Bestattern beraten lassen. Allen voran der Paderborner Bestatter 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“. Die Ratschläge der Bestatter halfen ihr dabei, die Produkte zu entwickeln. Der ganzheitliche Ansatz ihrer Kollektion soll Anknüpfungspunkte für das 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.“

Tatsächlich ist Peggy Morenz das Unternehmertum sogar 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 Biografiwe. Auch die

Tochter lernte zunächst Feinmechanikerin, dann Werbekauffrau und wechselte anschließend in die Porzellanbranche. Doch eigentlich war ihr immer klar. Irgendwann würde sie ihr eigenes Ding machen. Im Oktober 2011 war es dann 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, so die Unternehmerin. „Das Spannendste für mich 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 auch 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 auch einer Jungunternehmerin wie ihr gute Möglichkeiten biete, das Geschäft auszubauen. Und obwohl die Stadt bekanntlich sehr katholisch ist und die Feuerbestattung bei den Katholiken erst seit 1963 geduldet ist, hatte Peggy Morenz

exklusiv und individuell

Seebestattungs-Reederei Albrecht

Nordsee . Ostsee . Mittelmeer . Atlantik . weltweit






Seebestattungs-Reederei Albrecht . Friedrichsschleuse 3a . 26409 Carolinensiel-Harlesiel
Tel. 04464.1306 . Fax 04464.8037 . www.seebestattungen-nordsee.de

Ein liebevoll gestaltetes Erinnerungsbuch



schon ein Gespräch mit dem Paderborner Weihbischof Manfred Grothe, der sich über die aktuellen Entwicklungen und Trends in der Bestatterbranche informierte.

Individualität

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 und mit einer handgemalten, goldenen Linie verziert. Die Porzellanurnen lässt sie in Thüringen fertigen und auch alle anderen Produkte werden ausschließlich in Deutschland gefertigt. Details sind Peggy Morenz sehr wichtig, ebenso Qualität und natürlich die Ästhetik. Aber für Massenwaren hat sie sich noch nie so recht erwärmen können. Sie hat ihren eigenen Kopf und legt Wert auf Individualität und so sind auch ihre Produkte sehr individuell. Wer das zu schätzen weiß, der ist bei Peggy Morenz richtig. ◀

📍 www.movandekamp.de

mo van de kamp – die kommende deutsche Marke für Bestatterutensilien

Was uns bewegt

Unser Geist ist wie der Raum – grenzenlos und unzerstörbar. Diese Metapher lässt den Tod als nur willkürliche Grenze unseres Lebens erscheinen. Der Geist wirkt länger und weiter.

Solange wir leben haben wir die Freiheit, unsere Persönlichkeit und unsere Individualität auf vielfältige Weise zum Ausdruck zu bringen. Durch den Tod wird uns diese Fähigkeit genommen. Häufig tragen aktuelle Bestattungsformen zu einer Anonymisierung des Einzelnen im Tod bei.

mo van de kamp hilft auf der Suche nach einem individuellen Abschied und einem persönlichen Ausdruck für die Zeit des Übergangs und des Erinnerns. Individualität, Wertschätzung, Liebe und Ästhetik sind uns bewegende Werte. Sie spiegeln sich in unseren Kollektionen. In ihnen bieten wir eine Vielzahl unterschiedlicher Produkte an, die in besonderer Weise dabei helfen können, persönliche Gefühle zu artikulieren, der Trauer Raum und dem Erinnern einen Gegenstand zu geben.

Um dem besonderen Anspruch an unsere Arbeit gerecht zu werden, fertigen wir unsere Produkte nur aus erstklassigen Materialien, in bester Handwerksqualität und ausschließlich in Deutschland.

Zur Geschichte unseres Namens

Unsere Kollektionen sind für jede Glaubensrichtung geeignet. Wir stellen unsere Arbeit in einen Spannungsbogen zwischen Tradition und Moderne. Dies drücken wir auch in unserem Namen aus.

mo, der erste Teil, soll ein Ausdruck für die Modernität unserer Kollektionen sein. Der Mittelteil unseres Namens bezieht sich auf die liberale Kultur der Feuerbestattung, wie sie in den Niederlanden gepflegt wird. Die Urnen sind die zentralen Elemente unserer Kollektionen. Bei ihnen verzichten wir bewusst auf die Verwendung religiöser Symbole.

mo van de kamp schließlich erinnert an die Bestattungskultur des Camposanto, wie sie in der Renaissance in Italien erblühte. Diese Kultur begründete eine sehr persönliche und kunstvolle Art, mit dem Tod umzugehen und den Verstorbenen im liebenden Angedenken zu bewahren. mo van de kamp fasst individuelle und kunstvolle Produkte zu Kollektionen zusammen, um die individuelle Wertschätzung der Persönlichkeit auch bei der Bestattung auszudrücken. Die Kollektionen bieten die Möglichkeit, der Trauer um den Verstorbenen, der Liebe zu ihm und der Erinnerung an ihn eine geschmackvolle und persönliche Form zu geben.



Welches ist Ihr größtes, günstigstes und effektivstes Werbemittel?