

Ästhetischer Abschied

Existenzgründerin Peggy Morenz



Fotos: © mo van de kamp

kräftigen 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 z.B. für den Ehering mit dem gleichen Design bilden ein ästhetisches Ensemble aus einem Guss.

Sinnsuche

Zum Interviewtermin bringt die zierliche junge Frau einen riesigen schwarzen Koffer mit: Was mag wohl darin sein? In zwei Minuten hat Peggy Morenz ihre gesamte Produktpalette bestehend aus Urnen, Kerzen, Karten und Erinnerungsdosen liebevoll auf dem Tisch aufgebaut. Man spürt: 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 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 be-

Für die Produktentwicklung hat sie sich von einem „Kompetenzteam“ aus Bestattern beraten lassen. Denn ihr war es wichtig, „ernsthaft und sensibel mit den Themen Tod und Beerdigung umzugehen und damit die Bedeutung des vergangenen Lebens zu unterstreichen.“ 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.“



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 Biographie. Auch die Tochter lernte zunächst Feinmechanikerin, dann Werbekauf- frau und wechselte anschließend in die Porzellanbranche. Doch eigentlich war ihr immer klar: Irgendwann würde sie ihr eigenes Ding machen.

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 Hand- schmeichler und mit einer handge- malten, goldenen Linie verziert. De- tails 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 indi- viduell. Wer das zu schätzen weiß, der ist bei Peggy Morenz richtig. ■

Eva Schmidt

Kurz&Bündig

Peggy Morenz hat sich mit stilvol- len Urnen und Zubehör aus einem Guss selbständig gemacht. Lesen Sie hier über den Werdegang der jun- gen Frau und ihrer Leidenschaft für werthaltiges Design. Weitere Infor- mationen zu ihrer Marke „mo van de kamp“ finden Sie im Internet unter www.movandekamp.de.