bestattungsatlas

LEITFADEN FÜR BESTATTUNGSHÄUSER · 2026 · KOSTENLOS

Gefunden werden, *wenn es darauf ankommt.*

Wie Familien heute ihren Bestatter finden, bei Google, in KI-Antworten und im Gespräch. Und was Ihr Haus in 30 Tagen dafür tun kann, ohne laut zu werden.

ZEHN KAPITEL · CHECKLISTEN ZUM ABHAKEN · 30-TAGE-PLAN · IHRE WEGE MIT UNS

VORWORT

Kein Bestatter möchte werben müssen.

Und doch entscheidet heute oft ein Bildschirm, wer angerufen wird.

Sie begleiten Menschen in den schwersten Stunden ihres Lebens. Das verträgt keine lauten Anzeigen, keine Rabattaktionen und keine Versprechen, die nach Verkauf klingen. Genau deshalb tun sich viele Häuser mit Marketing schwer. Zu Recht.

Gleichzeitig hat sich verändert, wie Familien suchen. Früher kannte man „seinen“ Bestatter aus der Nachbarschaft. Heute greift die Tochter, die zweihundert Kilometer entfernt wohnt, nachts zum Handy. Sie tippt, fragt eine KI, vergleicht drei Websites und ruft dann an. Oft innerhalb einer Stunde.

Dieser Leitfaden zeigt, wie Ihr Haus in diesem Moment gefunden wird und Vertrauen gewinnt, bevor das Telefon klingelt. Ohne Marktschreierei. Mit dem, was Sie ohnehin haben: Ihrer Geschichte, Ihren Räumen, Ihren Menschen und Ihrer Haltung.

Jedes Kapitel endet mit einer kurzen Checkliste. Am Ende steht ein Plan für 30 Tage. Sie können ihn allein umsetzen oder mit Ihrem Team.

> *Würde zeigt sich nicht im Werbetext. Sie zeigt sich darin, wie leicht Sie es einer Familie machen.*

INHALT

1. Wie Familien heute suchen
2. Die fünf Fragen der ersten Minute
3. Google: Ihr Haus auf der Karte
4. In KI-Antworten genannt werden
5. Preise zeigen, ohne zu feilschen
6. Bilder und Sprache mit Würde
7. Vorsorge: der ruhige Weg
8. Dank, Bewertungen, Erinnerung
9. Filialen und Gruppen offen zeigen
10. Der 30-Tage-Plan
11. Ihre Wege mit uns: Atlas-Profil und eigenes Schaufenster

KAPITEL 1

Wie Familien heute suchen
Drei Wege, eine Stunde.

Wenn ein Mensch stirbt, entscheidet die Familie meist innerhalb weniger Stunden, wer die Bestattung übernimmt. Drei Wege führen fast immer zu dieser Entscheidung, und meist laufen sie parallel.

1 · Die Empfehlung

Nachbarn, Pflegeheim, Klinik oder Pfarrei nennen einen Namen. Doch auch dann prüft die Familie fast immer kurz online, ob sich das Haus richtig anfühlt. Die Empfehlung öffnet die Tür, Ihre Website und Ihr Google-Eintrag halten sie offen oder schließen sie.

2 · Die Suche bei Google

„Bestatter in der Nähe“, „Bestatter Köln Nippes“, „Feuerbestattung Kosten Köln“. Google zeigt zuerst eine Karte mit drei Häusern, dann die Websites. Wer auf der Karte nicht auftaucht, wird in diesem Moment oft gar nicht gesehen.

3 · Die Frage an eine KI

Immer mehr Menschen fragen ChatGPT, Gemini oder den Assistenten im Handy: „Welcher Bestatter in Bergisch Gladbach ist einfühlsam und hat einen Abschiedsraum?“ Die KI antwortet mit wenigen Namen. Genannt wird, wer im Netz klar, einheitlich und überprüfbar beschrieben ist.

WAS DAS FÜR SIE HEISST

Sie müssen nicht lauter werden als andere. Sie müssen nur an den drei Stellen klar zu finden sein, an denen Familien in dieser Stunde suchen: auf der Karte, auf Ihrer Website und in den Quellen, aus denen KI-Systeme lernen.

CHECKLISTE

- [ ] Googeln Sie Ihr Haus heute Nacht vom Handy aus, so wie eine Familie es täte.
- [ ] Fragen Sie eine KI nach einem Bestatter in Ihrem Stadtteil. Werden Sie genannt?
- [ ] Fragen Sie die letzten fünf Familien, wie sie auf Sie gekommen sind.

KAPITEL 2

Die fünf Fragen der ersten Minute

Was eine Familie wissen will, bevor sie anruft.

Eine Familie in Trauer liest nicht. Sie sucht fünf Antworten. Findet sie diese auf Ihrer Startseite ohne Scrollen, ruft sie an. Findet sie sie nicht, ruft sie beim nächsten Haus an.

DIE FRAGE	WO DIE ANTWORT STEHEN SOLLTE	SO KLINGT ES GUT
Erreiche ich jetzt jemanden?	Ganz oben, groß, klickbar am Handy	„Wir sind Tag und Nacht für Sie da. 0221 …“
Was muss ich jetzt tun?	Eine Seite „Im Trauerfall“ mit drei Schritten	„Sie müssen jetzt fast nichts entscheiden. Rufen Sie uns an, den Rest besprechen wir in Ruhe.“
Was kostet das ungefähr?	Preisrahmen je Bestattungsart	„Eine Feuerbestattung bei uns beginnt bei … Was genau dazugehört, sehen Sie hier.“
Wo kann ich Abschied nehmen?	Fotos Ihrer Räume mit einem Satz	„Unser Abschiedsraum ist auch am Wochenende für Sie da.“
Wer sind Sie?	Gesichter und Namen, kurze Geschichte	„Seit 1921 in dritter Generation. Sie sprechen mit Familie Müller.“

DER HANDY-TEST

Öffnen Sie Ihre Website auf dem Handy. Zählen Sie, wie viele der fünf Antworten Sie sehen, ohne zu wischen. Drei sind gut. Fünf sind selten und ein echter Vorteil.

CHECKLISTE

- ☐ Telefonnummer oben, antippbar, auf jeder Seite
- ☐ Seite „Im Trauerfall“ in einfacher Sprache
- ☐ Mindestens ein echtes Foto Ihres Abschiedsraums
- ☐ Namen und Gesichter des Teams

KAPITEL 3

Google: Ihr Haus auf der Karte

Der unscheinbarste Hebel ist oft der wichtigste.

Das Google-Unternehmensprofil ist der Kasten mit Karte, Telefonnummer und Fotos, den Google bei einer Suche zuerst zeigt. Für Bestattungshäuser ist er oft wichtiger als die eigene Website, weil Familien direkt von dort anrufen.

Was ein gutes Profil ausmacht

- **Die richtige Kategorie:** „Bestattungsunternehmen“ als Hauptkategorie, passende weitere Kategorien nur, wenn Sie sie wirklich anbieten.
- **Ehrliche Öffnungszeiten:** Wenn Sie Tag und Nacht telefonisch erreichbar sind, sagen Sie es im Profiltext. Die Bürozeiten bleiben die Bürozeiten.
- **Echte Fotos:** Haus von außen, Abschiedsraum, Trauerhalle, Team. Zehn ruhige Bilder genügen.
- **Ein Satz, der trägt:** Wer Sie sind, seit wann, wofür Sie stehen. Ohne Superlative.

Einheitliche Angaben überall

Google und KI-Systeme vergleichen Ihren Namen, Ihre Anschrift und Ihre Telefonnummer über viele Quellen: Branchenbücher, Stadtportale, Verzeichnisse. Stimmen die Angaben nicht überein, sinkt das Vertrauen der Systeme. Alte Nummern früherer Inhaber oder aufgegebener Filialen sind der häufigste Fehler.

AUS DER PRAXIS

Bei der Recherche für den Bestattungsatlas fanden wir für viele Häuser in Köln zwei, drei oder mehr abweichende Anschriften in Verzeichnissen. Für eine Familie ist das verwirrend. Für Google ist es ein Warnsignal.

CHECKLISTE

- [ ] Profil beanspruchen und Kategorie prüfen
- [ ] Je echtem Standort genau ein Profil
- [ ] Alte Einträge in Branchenbüchern korrigieren oder löschen lassen
- [ ] Ihre Angaben im Bestattungsatlas kostenlos bestätigen

KAPITEL 4

In KI-Antworten genannt werden

Klar beschrieben ist besser als laut beworben.

KI-Assistenten erfinden keine Empfehlungen aus dem Nichts. Sie fassen zusammen, was im Netz verlässlich über ein Haus steht. Wer dort genannt werden möchte, braucht keine Tricks, sondern klare Fakten an mehreren Stellen, die zueinander passen.

Was KI-Systeme gut verstehen

- **Klare Sätze statt Werbesprache:** „Wir haben einen Abschiedsraum für bis zu 20 Personen“ schlägt „Wir begleiten Sie mit Herz“.
- **Fragen in der Sprache der Familien:** Eine Seite mit echten Fragen und Antworten, etwa „Kann ich meine Mutter noch einmal sehen?“
- **Überprüfbare Fakten:** Gründungsjahr, Inhaber, Leistungen, Friedhöfe, auf denen Sie regelmäßig tätig sind.
- **Strukturierte Daten:** Ein unsichtbarer Code-Baustein auf Ihrer Website (Schema.org), der Name, Anschrift und Telefon maschinenlesbar macht. Ihr Webdienstleister kennt das.

Unabhängige Quellen zählen

Eine KI vertraut einer Angabe mehr, wenn sie sie nicht nur auf Ihrer eigenen Website findet, sondern auch in unabhängigen Quellen: Stadtportale, Verbände, Presseartikel, Verzeichnisse wie der Bestattungsatlas. Deshalb lohnt es sich, diese Einträge zu pflegen.

> PROBIEREN SIE ES AUS
>
> Fragen Sie eine KI: „Welche Bestatter in [Ihr Ort] haben eine eigene Trauerhalle?“ Wenn Sie eine haben und nicht genannt werden, fehlt diese Information an den Stellen, aus denen die KI liest.

CHECKLISTE

- [ ] Eine Seite „Häufige Fragen“ mit zehn echten Fragen
- [ ] Fakten-Absatz: Gründung, Inhaber, Räume, Leistungen
- [ ] Strukturierte Daten auf der Website prüfen lassen

KAPITEL 5

Preise zeigen, ohne zu feilschen

Transparenz nimmt Angst. Ein Preiskampf nimmt Würde.

Die Angst vor den Kosten ist für viele Familien die größte unausgesprochene Sorge. Wer hier offen ist, gewinnt Vertrauen, lange bevor über Särge oder Urnen gesprochen wird. Das heißt nicht, eine Preisliste mit Einzelposten zu veröffentlichen.

Der Preisrahmen

Zeigen Sie für die häufigsten Bestattungsarten einen ehrlichen Rahmen und erklären Sie, woraus er besteht. Drei Bausteine helfen Familien, Angebote zu verstehen und zu vergleichen:

1 **Ihre Leistungen**
Überführung, Versorgung, Beratung, Organisation, Sarg oder Urne

2 **Fremdleistungen**
Krematorium, Trauerdruck, Blumen, Musik, Redner

3 **Gebühren**
Friedhof und Grab, je nach Gemeinde sehr unterschiedlich

So kann es klingen

STATT

~~„Bestattungen schon ab 999 €!“~~

LIEBER

„Eine schlichte Feuerbestattung beginnt bei uns bei rund … Euro für unsere Leistungen. Dazu kommen die Gebühren Ihres Friedhofs. Wir rechnen Ihnen beides gern vorab schriftlich aus, unverbindlich.“

GUT ZU WISSEN

Familien vergleichen Preise selten am Telefon, aber oft vorher im Netz. Wer einen nachvollziehbaren Rahmen zeigt, wird seltener nur nach dem Preis gefragt, sondern nach dem, was er anders macht.

CHECKLISTE

- [ ] Preisrahmen für Erd- und Feuerbestattung
- [ ] Erklärung der drei Bausteine
- [ ] Angebot: schriftlicher Kostenvoranschlag, unverbindlich

KAPITEL 6

Bilder und Sprache mit Würde
Echt schlägt schön.

Bilder

Familien möchten sehen, wohin sie kommen und wem sie einen geliebten Menschen anvertrauen. Stockfotos von Lilien und Händen kennen sie von jeder zweiten Website. Ihr eigener Abschiedsraum in ruhigem Licht ist unverwechselbar.

- Fotografieren Sie Räume bei Tageslicht, ohne Menschen, aufgeräumt, mit einer Kerze oder Blumen.
- Zeigen Sie Ihr Team, freundlich und ernst zugleich, gern bei der Arbeit am Schreibtisch oder im Garten.
- Keine Bilder von Verstorbenen, keine Särge im Vordergrund, nichts, was ein Kind erschrecken könnte.
- Wenn Sie KI-erzeugte Bilder nutzen, kennzeichnen Sie sie dezent. Echte Fotos wirken in dieser Branche fast immer stärker.

Sprache

EHER MEIDEN	EHER SO
„Komplettpaket zum Festpreis“	„Was bei uns dazugehört“
„Ihr Bestatter Nr. 1 in Köln“	„Seit 1952 in Nippes“
„Der Verstorbene wird abgeholt“	„Wir holen Ihre Mutter zu uns“
„Kontaktieren Sie uns“	„Rufen Sie uns an, auch nachts“
„Wir bieten alle Bestattungsarten“	„Erd-, Feuer-, See- und Baumbestattung, wir erklären Ihnen die Unterschiede“

CHECKLISTE

- ☐ Zehn eigene Fotos, ruhig und hell
- ☐ Ein Teamfoto mit Namen
- ☐ Startseite einmal laut vorlesen: Klingt sie nach Ihnen?



KAPITEL 7

Vorsorge: der ruhige Weg

Hier dürfen Sie zuerst sprechen.

Im Trauerfall ist für Werbung kein Platz. In der Vorsorge schon, denn hier suchen Menschen in Ruhe, oft Jahre im Voraus, ein Haus, dem sie ihre Wünsche anvertrauen. Viele Häuser gewinnen über die Vorsorge Familien für Jahrzehnte.

Was gut funktioniert

- **Eine eigene Vorsorge-Seite** mit drei Wegen: Wünsche aufschreiben, Beratungsgespräch, Vorsorgevertrag. Erklären Sie, wie das Geld abgesichert ist.
- **Ein Vorsorge-Blatt zum Ausdrucken**, das man ausfüllt und zu den Unterlagen legt. Mit Ihrem Namen, aber ohne Verkaufsdruck.
- **Gesprächsabende** mit Pfarrei, Hospizverein, Seniorenkreis oder Volkshochschule: „Was ich meiner Familie ersparen kann“.
- **Ein Tag der offenen Tür** zeigt Ihre Räume, bevor jemand sie braucht.

RECHTLICHER RAHMEN, KURZ

Werbung per Telefon oder E-Mail an Verbraucher ist ohne deren vorherige Einwilligung nach § 7 UWG unzulässig. Sprechen Sie Menschen deshalb nie unaufgefordert an, schon gar nicht nach einem Todesfall. Laden Sie ein, und lassen Sie Menschen zu Ihnen kommen. Für Einzelfragen ist Ihr Verband oder Ihre Innung der richtige Ansprechpartner.

EIN EINLADUNGSSATZ

„Viele Menschen möchten ihre Wünsche für später einmal in Ruhe aussprechen. Wir nehmen uns dafür gern eine Stunde Zeit, unverbindlich und bei einer Tasse Kaffee.“

CHECKLISTE

- ☐ Vorsorge-Seite mit drei Wegen
- ☐ Vorsorge-Blatt als PDF zum Ausdrucken
- ☐ Ein Gesprächsabend pro Halbjahr

KAPITEL 8

Dank, Bewertungen, Erinnerung
Das Vertrauen, das bleibt.

Die meisten neuen Familien kommen über frühere Familien. Ihre Erfahrung erzählen sie Nachbarn, Kollegen und immer öfter auch online. Diesen Weg können Sie behutsam begleiten.

Bewertungen mit Takt

- Fragen Sie nie direkt nach der Beerdigung. Ein guter Moment ist das Abschlussgespräch oder eine Dankeskarte einige Wochen später.
- Legen Sie der Karte einen kleinen Hinweis bei: „Wenn Sie anderen Familien von uns erzählen möchten, freuen wir uns.“ Ohne Bitte um Sterne.
- Antworten Sie auf jede Bewertung persönlich, kurz und mit Namen. Auch auf kritische, ruhig und ohne Rechtfertigung.

Erinnerung schenken

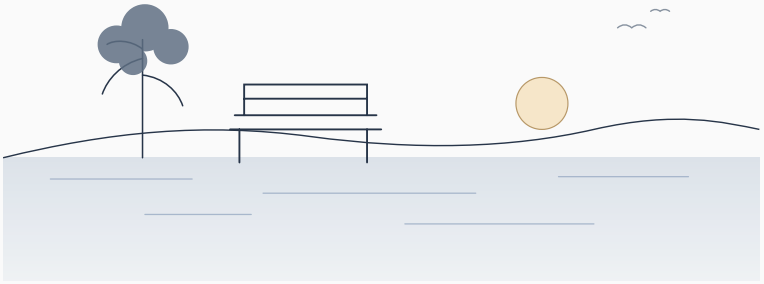
Ein Gedenkgottesdienst im Jahr, ein Lichterabend an Allerheiligen, ein Trauercafé: Das sind keine Werbemaßnahmen, sondern Angebote an Menschen, die Sie bereits kennen. Laden Sie dazu nur Familien ein, die zugestimmt haben, wieder von Ihnen zu hören.

ANTWORT AUF EINE BEWERTUNG

„Liebe Frau Schneider, danke, dass Sie Ihre Erfahrung teilen. Es war uns eine Ehre, Ihren Vater zu begleiten. Wir denken an Sie. Ihr Team vom Bestattungshaus …“

CHECKLISTE

- ☐ Dankeskarte mit leisem Bewertungshinweis
- ☐ Jede Bewertung binnen einer Woche beantworten
- ☐ Einwilligung für Einladungen im Abschlussgespräch erfragen



KAPITEL 9

Filialen und Gruppen offen zeigen

Wer offen sagt, wer er ist, gewinnt.

Viele traditionsreiche Namen gehören heute zu größeren Gruppen, andere Häuser sind seit Generationen in Familienhand. Beides ist legitim. Familien fragen aber zunehmend danach, und sie spüren, wenn etwas verschwiegen wird.

Für Familienbetriebe

Ihre Unabhängigkeit ist ein echter Wert, wenn Sie ihn erzählen: wer heute entscheidet, seit wann, warum Sie das Haus weiterführen. Ein Satz wie „Bei uns sprechen Sie mit der Inhaberin“ ist für viele Familien wichtiger als jede Leistungsliste.

Für Gruppen und Filialnetze

Ein Verbund bietet Sicherheit, Erreichbarkeit und Ressourcen. Zeigen Sie trotzdem die Menschen vor Ort: Wer leitet diese Filiale? Wer kommt nachts? Familien wollen ein Gesicht, keine Zentrale.

- Je Standort eine eigene Unterseite mit Team, Räumen und direkter Nummer
- Die Zugehörigkeit offen im Impressum und auf der Über-uns-Seite
- Einheitliche, gepflegte Einträge für jeden einzelnen Standort

IM BESTATTUNGSATLAS

Wir nennen Gruppenzugehörigkeiten offen, wenn sie belegt sind, und geben Familienbetrieben und Verbünden denselben Platz. Alphabetisch, ohne Bewertungen, ohne gekaufte Plätze.



KAPITEL 10

Der 30-Tage-Plan

Eine Aufgabe pro Tag, keine davon länger als eine Stunde.

WOCHE 1 · GEFUNDEN WERDEN

- [ ] Handy-Test und KI-Test machen
- [ ] Google-Profil beanspruchen, Kategorie prüfen
- [ ] Alte Einträge in Verzeichnissen sammeln
- [ ] Angaben im Bestattungsatlas bestätigen
- [ ] Telefonnummer oben auf jeder Seite

WOCHE 2 · VERTRAUEN ZEIGEN

- [ ] Zehn eigene Fotos machen
- [ ] Teamfoto mit Namen
- [ ] Seite „Im Trauerfall“ in drei Schritten
- [ ] Fakten-Absatz über Ihr Haus
- [ ] Startseite laut vorlesen und kürzen

WOCHE 3 · KLARHEIT GEBEN

- [ ] Preisrahmen für zwei Bestattungsarten
- [ ] Seite „Häufige Fragen“ mit zehn Fragen
- [ ] Strukturierte Daten prüfen lassen
- [ ] Google-Profil mit Fotos und Text füllen
- [ ] Alte Verzeichniseinträge korrigieren

WOCHE 4 · BEZIEHUNG PFLEGEN

- [ ] Vorsorge-Seite mit drei Wegen
- [ ] Vorsorge-Blatt als PDF
- [ ] Dankeskarte mit leisem Hinweis
- [ ] Alle Bewertungen beantworten
- [ ] Termin für einen Gesprächsabend setzen

> *Nach 30 Tagen ist Ihr Haus nicht lauter geworden. Aber klarer. Und genau das suchen Familien.*

Ihr Haus steht bereits im Bestattungsatlas.

Wie viel Familien dort über Sie erfahren, entscheiden Sie.

Jedes Haus steht kostenlos im Atlas, alphabetisch, ohne Bewertungen und ohne gekaufte Plätze. Wer mehr zeigen möchte, bucht keine bessere Position. Er bucht eine Prüfung und ein tieferes Profil.

STUFE	WAS FAMILIEN SEHEN	PREIS
Eintrag	Name, Adresse und Telefon aus öffentlichen Quellen, alphabetisch in Ihrer Stadt	kostenlos besteht bereits
Geprüft	Ihre bestätigten Angaben, Signet „Angaben bestätigt“, Erreichbarkeit Tag und Nacht	kostenlos nach Ihrer Bestätigung
Verifiziert	Prüfung Ihrer Angaben und Nachweise, Siegel mit Prüfdatum (auch für Ihre Website), ausführliches Profil mit Räumen und Vorsorge	**1.290 €** pro Jahr einmalige Prüfung 390 €
Editorial EMPFOHLEN	Alles aus „Verifiziert“, dazu ein redaktionelles Porträt nach einem persönlichen Gespräch: Ihre Geschichte, Ihre Räume, Ihr Team, Fotos und ein ehrlicher Preisrahmen, den Sie selbst bestimmen	**2.990 €** pro Jahr einmalige Prüfung 390 €

Nachprüfung ab dem zweiten Jahr 195 €. Endpreise, gemäß § 19 UStG ohne Umsatzsteuer. Abrechnung jährlich, Freischaltung innerhalb von fünf Werktagen nach Prüfung.

Bezahlung kauft Prüfung und Profiltiefe, nie Platzierung oder Bewertung.

BESTATTUNGSATLAS.EU · STAND NOVEMBER 2026 · DIESER LEITFADEN ERSETZT KEINE RECHTSBERATUNG.

SO GEHT ES LOS

Antworten Sie auf unsere E-Mail oder schreiben Sie an **info@bestattungsatlas.eu**. Ihre Angaben bestätigen Sie in zwei Minuten. Für Verifiziert und Editorial erhalten Sie danach einen Zahlungslink und einen Termin für das Gespräch.

Das Editorial zeigt Ihr Haus im Atlas.

Ihr eigenes Schaufenster zeigt es überall sonst.

Familien landen bei Google, in KI-Antworten und am Ende fast immer auf Ihrer eigenen Website. Dort entscheidet sich, ob sie anrufen. Ein digitales Schaufenster beantwortet die fünf Fragen der ersten Minute, bevor sie gestellt werden. Und es denkt mit, damit Ihr Team nachts nicht dreimal dasselbe erklärt.

- **Rückrufwunsch rund um die Uhr,** vorsortiert nach Trauerfall, Vorsorge oder Frage. Sie rufen vorbereitet zurück.
- **Vorsorge-Anfragen mit allen Wünschen vorab,** statt zweimal zu telefonieren.
- **Unterlagen-Checkliste für Familien,** die sie zu Hause abhaken. Weniger Rückfragen im Gespräch.
- **Preisrahmen verständlich erklärt.** Weniger reine Preisanrufe, mehr echte Gespräche.
- **Für Google und KI klar lesbar,** mit denselben Angaben wie im Atlas.

EIN BRIEFING, ZWEI AUFTRITTE

Wer Editorial und Schaufenster zusammen beauftragt, gibt Fotos, Texte und Angaben nur einmal. Atlas, Website und Google erzählen danach dieselbe Geschichte.

Fundament Ihr Schaufenster: Website mit den fünf Antworten, Trauerfall-Seite, Vorsorge, Rückrufwunsch	**4.900 €**
Sichtbar HÄUFIG GEWÄHLT Fundament plus Suchmaschinen-Optimierung und Google-Unternehmensprofil	**6.900 €**
Zukunftssicher EMPFOHLEN Sichtbar plus Optimierung für KI-Antworten: strukturierte Daten, Fakten-Seiten, klare Quellen	**9.900 €**

Einmalpreise, gemäß § 19 UStG ohne Umsatzsteuer. 50 % zum Start, 50 % nach Livegang. Betrieb und Pflege 149 € im Monat, monatlich kündbar. Größere Umbauten zu 95 € pro Stunde. Das Erstgespräch (189 €) wird bei Beauftragung voll angerechnet.

IHR ANSPRECHPARTNER

Angelo Mottola · AMO Consulting
hello@amo-consulting.de

Der Bestattungsatlas wird von AMO Consulting betrieben. Ihr Schaufenster ist ein eigener Auftrag. Es hat keinen Einfluss auf Reihenfolge, Darstellung oder Siegel im Atlas.