



Gestorben wird immer

BESTATTER Viele Unternehmer sind längst mehr als Sargverkäufer. Gefragt sind heute kreative Trauermanager. Das passt nicht jedem in der traditionsbewussten Branche

[Text: Christian Lauenstein]

Als der schlichte Holzsarg aus dem Mittelkreis getragen wird, schreitet Michael Keunecke mit einem Kollegen voran, den Blick gesenkt, in den Händen halten sie ein Herz aus weißen Rosen. Es ist eine der größten Trauerfeiern, die Deutschland je gesehen hat. 40 000 Menschen in Hannovers Fußballstadion, sieben Millionen vor dem Fernseher.

Wenige Tage zuvor hatte sich der Nationaltorhüter Robert Enke das Leben genommen. Keunecke wurde als Spezialist angefordert. Der Bestatter ist Thanatopraktiker, er sorgt dafür, dass Verstorbene nach Unfällen wieder so aussehen, dass sich Angehörige in Würde von ihnen verabschieden können. „Wir haben eine ganze Nacht lang gearbeitet und es tatsächlich geschafft. Das war für die Familie Enke sehr wichtig.“ Und nicht nur das: Gemeinsam mit einem Bestatterteam half Keunecke im November 2009, die Beerdigung von Enke zu organisieren – eine logistische Mammutaufgabe.

Normalerweise sind Beerdigungen auch für Michael Keunecke ein paar Nummern kleiner. Im heimischen Wesel kümmert er sich gemeinsam mit seiner Mutter Margit um rund 350 Bestattungen im Jahr. Doch das ändert nichts an Keuneckes Berufsverständnis, an seinem Grundsatz, alles Mögliche möglich zu machen, jedem Verstorbenen eine ihm angemessene Beerdigung zu bereiten. Oder wie es seine Mutter auf den Punkt bringt: „Früher waren Bestatter reine Sargverkäufer.“ Heute seien sie regelrech-

te Trauermanager. „Worum wir uns kümmern können, das machen wir auch.“

Die Keuneckes sind noch nicht so lange im Geschäft, erst seit 18 Jahren. Für die oft über Generationen geführten Bestatterbetriebe ein kurzer Zeitraum. Doch hat das junge Unternehmen bislang mehr auf die Beine gestellt, als sich manch traditioneller Bestatter überhaupt vorstellen kann. Im Bestattungshaus in Wesel gibt es nicht nur einen eigenen Trauerraum – den hat heute fast jeder Bestatter, der etwas auf sich hält. Es gibt auch ein Kolumbarium, also einen eigenen Urnenfriedhof. Und die hauseigene Gaststätte Himmel und Erde für den Beerdigungskaffee. Michael Keunecke ist nicht nur Bestattermeister und Thanatopraktiker, er bietet auch Überführungen für andere Bestatter an. Margit Keunecke organisiert zudem eine psychologische Betreuung für Kinder, denen der Tod eines Angehörigen zu schaffen macht.

„Wir decken alles ab“, sagt Margit Keunecke, „die Menschen wundern sich manchmal,

was bei Beerdigungen heute alles möglich ist.“ Bis vor Jahren hätten sich manche Pfarrer noch geweigert, einen Sarg jenseits der Friedhofskapellen überhaupt in die Kirchen zu lassen. Diese Zeiten sind vorbei. Vor Wochen stand Margit Keunecke in einer Scheune, befreite eine Pferdekutsche vom Staub und schmückte sie mit grün-schwarzen Bändern. Der Verstorbene, ein Pferdezüchter, wollte gern, dass sein Sarg mit der Kutsche zur Kirche gefahren wird. Der Kunde wünscht, der Kunde bekommt. >

Aufsteigen Särge verkaufen reicht nicht mehr: Gefragt ist die persönliche Note, zum Beispiel Luftballons bei der Trauerfeier

Die Menschen wundern sich manchmal, was bei Beerdigungen heute alles möglich ist

Margit Keunecke

Bestattungen Keunecke

Diesen Wandel beobachtet auch der deutsche Bestatterverband sehr genau. „Wir sind längst weg von einer Uniformität der Trauerkultur, die Vielfalt dominiert“, sagt Rolf Lichtner, Geschäftsführer des Verbands in Düsseldorf. „Das strenge Festhalten an einer Liturgie gibt es zunehmend weniger.“ Bestatter sind also nicht mehr gestrenge Vollzieher alter Trauerregeln. Das war mal. Bestatter werden vielmehr zu Rundum-Dienstleistern.

Und, etwas pietätlos gesprochen: Der Markt wächst. Aktuell gibt es nach Angaben des Bestatterverbands 850 000 Sterbefälle jährlich in Deutschland. Bis 2050 werden es im Jahr wohl eine Million Tote sein. Derzeit liegt der Jahresumsatz deutscher Bestatter bei 2,7 Mrd. Euro. Nimmt man Kosten für Friedhofsgebühren, Steinmetze und Gärtner hinzu, kommt man in der Branche schnell auf 8 Mrd. Euro Umsatz. Und jeder Sonderwunsch kostet natürlich.

Den Veränderungen in seiner Branche hat sich Claus-Dieter Wulf angepasst. Ein feiner Hanseat, rhetorisch geschliffen, professioneller Grabredner, Senior des Bestattungsunternehmens Kröger, aktuell Präsident des Bundesverbands der Deutschen Bestatter. Sein Unternehmen liegt unweit des Hamburger Friedhofs Ohlsdorf, Wulf hat in den vergangenen Jahrzehnten nahezu alles gesehen, was man sich auf einem Friedhof so denken kann. Seine knappe Zusammenfassung der aktuellen Entwicklung: „Der Staub aus 100 Jahren ist raus.“

Beisetzung im Weltraum

Der 59-Jährige gibt sich traditionell, schwarze Hose, weißes Hemd, schwarze Weste. Doch schon sein Sohn, ebenfalls im Betrieb, kommt ohne Trauerfarben aus, trägt gern ein blaues Hemd. „Jede Generation prägt ihre eigene Bestattungskultur“, sagt Wulf ohne Wehmut. „Was früher undenkbar war, ist heute selbstverständlich. Und natürlich treten gesellschaftliche Veränderungen bei Beerdigungen erst mit Zeitverzögerung ein.“

Die Wünsche der Kunden werden individueller, immer häufiger organisiert Wulf Themenbestattungen. „Ganz gleich, ob jemand Segler, Wanderer oder Jäger war, es gibt immer einen Weg.“ Erst neulich hätten seine Mitarbeiter für einen verstorbenen Sylt-Fan aus einer Spanholzplatte die Umriss der Nordseeinsel gesägt, mit Blumen beklebt und zudem in der Kapelle zentnerweise Sand verschüttet.



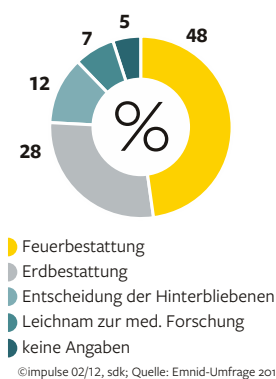
„Eine Beerdigung zu managen kann schon mal hektisch werden“, sagt Wulf. „Was meinen Sie, wie oft ich das iPhone in der Hand habe, bis ich Angehörige, Kirche, Friedhofsverwaltung, Kaffeestube und meine Leute unter einen Hut gebracht habe?“ Fehler könne sich ein Bestatter nicht erlauben. „Eine zweite Chance gibt es nicht.“ Und je individueller der Wunsch des Kunden, desto größer die Herausforderung.

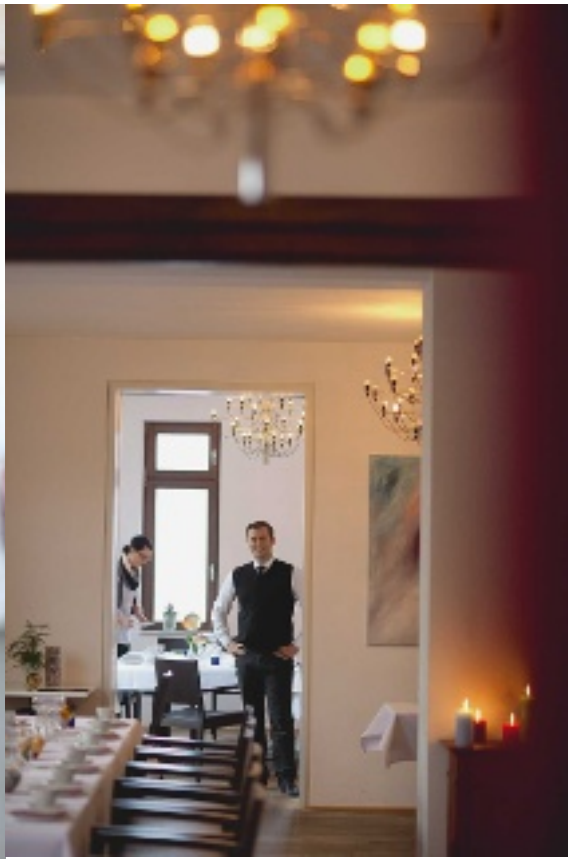
Nicht alles, was möglich ist, ist in Deutschland auch erlaubt. Für ausgefallene Wünsche müssen Angehörige ins Ausland ausweichen – oder noch darüber hinaus: Alpenbestattung in der Schweiz, Binnenseebestattung in den Niederlanden, Beisetzung im Weltraum, alles denkbar. Da eine Leiche als „Sache“ der Warenverkehrsfreiheit des EU-Rechts unterliegt, ist die Ausfuhr kein Problem. So kann man über Umwege vom liberaleren Bestattungsrecht anderer EU-Länder profitieren. Das ermöglicht beispielsweise die in Deutschland verbotene Diamantenbestattung. Dabei wird der amorphe Kohlenstoff der Totenasche zu einem synthetischen Diamanten gepresst. Wer möchte, kann dann Omas Überreste um den Hals tragen.

In der Praxis spielen diese ausgefallenen Wünsche (noch) keine Rolle. Aber auch Margit Keunecke hat in Wesel schon allerlei Sonderwünsche erfüllt: Trauerfeiern am heimischen Gartenteich, Luftballons am Grab, bemalte Sär-

Memento mori

Wünsche der Deutschen für ihre eigene Bestattung, Antworten in %





Himmel und Erde Der Tod ist schon traurig genug, da muss nicht alles düster und trist wirken. Margit und Michael Keunecke bieten in ihrem Weseler Unternehmen alles, was die Trauernden brauchen könnten, vom Trauerraum bis zur Gaststätte Himmel und Erde

ge. „Diese bunten Entwicklungen haben auch mit den Aids-Toten Ende der 80er-, Anfang der 90er-Jahre zu tun“, sagt sie. „Plötzlich gab es viele Verstorbene, jung, ohne Familien, großstädtisch geprägt. Junge, freche Bestatter kamen auf den Markt, die für diese Klientel zum Beispiel die Urnen mit Flügeln oder Schweinsnasen bemalen ließen.“ Diese Entwicklung, sagt Keunecke, habe sich bis heute fortgesetzt.

Die Menschen wollen eine auf sie zugeschnittene Beerdigung und bezahlen dafür auch gutes Geld. Das gegenläufige Phänomen ist die schnelle, billige Entsorgung. „Das gibt es auch“, sagt Keunecke. „Mehr als früher.“

Kürzlich hatte sie einen jungen Mann am Telefon, dessen Großmutter verstorben war. Er war der einzig greifbare Verwandte, hatte aber keinen Kontakt. Die Beerdigung sah so aus: >



Gebäude
und
aus einer Hand **SOLAR**

Gewerbebau mit System: wirtschaftlich, schnell und nachhaltig

konzipieren bauen betreuen. www.goldbeck.de

GOLDBECK

Oma wurde verbrannt, die Asche anonym auf einem Feld in den Niederlanden verstreut. Der Enkel weiß nicht, wo. Grabpflege ist nicht nötig, die Kosten übernahm das Sozialamt. Und Keunecke? Kümmerte sich – mal wieder – um alles.

Umsonst ist nur der Tod

Der Kostendruck ist der zweite große Trend der Branche. „Nicht ohne Grund gibt es heute sogenannte Discountbestatter“, sagt Rolf Lichtner vom Bestatterverband. Discount? Das klingt billig und ist es auch, nicht einmal 1200 Euro kostet eine solche Bestattung. „Gründe für diese Entwicklung sind zum einen ein gestiegenes Kostenbewusstsein bei den Auftraggebern von Bestattungen, zum anderen deren finanzielle Situation, die aufgrund eines knappen Budgets oftmals keine andere Wahl lässt.“

Im Internet kann man inzwischen Preisvergleiche anstellen, welcher Bestatter denn nun der günstigste ist. Wer etwa auf dem Portal www.bestattungen.de für Frankfurt die Einstellung „Feuerbestattung, anonyme Beisetzung, ohne Trauerfeier“ wählt, landet bei Paul Holz von Lichtblick Bestattungen – in Bochum.

Hier wird die Bestattung zu einem kalten Geschäft. Holz sagt: „Die günstigste Variante läuft so: Wir fahren zum Pflegeheim, laden den Leichnam ein. Dann geht’s ins Krematorium, danach wird die Asche auf einem Feld in Holland verstreut.“ Oder kurz: sterben, einpacken, verbrennen, wegstreuen. Mit 950 Euro ist man dabei. Ein Kampfpreis.

Paul Holz bietet seine Dienste in Nordrhein-Westfalen und in allen angrenzenden Bundesländern an, alles in drei Autostunden Entfernung sei kein Problem. Theoretisch habe er auch Trauerfeiern im Angebot, aber sein Kerngeschäft sei das nicht, zu aufwendig. Holz kümmert sich um Sterbefälle, in denen die Leiche einfach nur wegmuss, je billiger, desto besser. Holz bietet zwar auch anonyme Bestattungen auf einem Friedhof in Lüdenscheid an, dann kennen die Angehörigen wenigstens den Bestattungsort. „Das ist allerdings 200 Euro teurer“, sagt Holz. „Das muss man sich dann gut überlegen.“

Die meisten seiner Kunden gewinnt der Discounter über Google und die dort platzierten Anzeigen. Wer „anonyme Bestattungen“ in die Suchmaschine eintippt, landet schnell auf seiner Seite. „Das funktioniert super“, sagt Holz. „Hat mir schon viele Kunden gebracht.“



Holz hat kein Problem mit Werbung, im Gegenteil. Viele seiner Kollegen tun sich mit dem Thema jedoch schwer. Bergemann & Sohn hat es mal versucht. Die Berliner ließen in einer U-Bahn-Station direkt über dem Gleis ein Plakat im Design einer Trauerkarte anbringen. Darauf stand: „Kommen Sie doch näher.“ Das Plakat hing anderthalb Wochen, dann musste es weg. Unter anderem hatte der Deutsche Werberat das Unternehmen gerügt, weil das Poster Menschen zum Freitod animieren könnte.

Dürfen Bestatter werben?

Es blieb die Erkenntnis: Die Leistung eines Bestatters bewerben? Undenkbar.

Ulrich Galling sieht das anders. Gemeinsam mit Jutta Knoop führt der 50-Jährige das Bestattungshaus Vormbrock in Bielefeld, unweit des Sennfriedhofs, eines der größten der Republik. Galling stellte sich vor Jahren die Frage, wie er potenzielle Kunden anspricht, ohne plump zu werben. Irgendwann kam ihm die Idee: ein Wettbewerb.

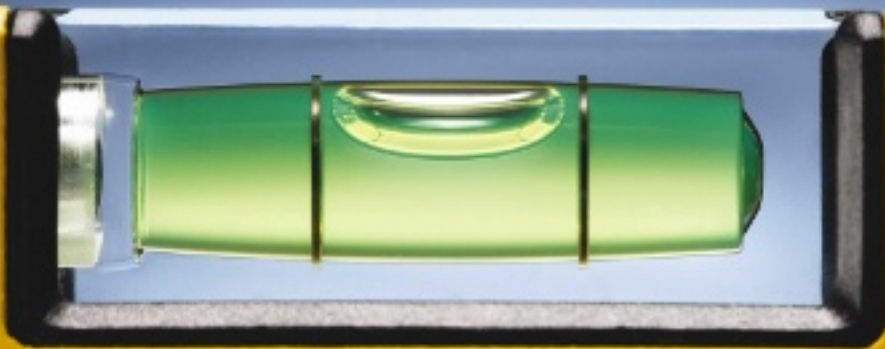
Er ließ Kinder Urnen bemalen, Menschen mit Behinderung Gedichte schreiben, Erwachsene Fotos zum Thema Vergänglichkeit schießen. In die Jury holte er sich Pfarrer, Beamte aus der Stadtverwaltung, örtliche Unternehmer. Aus den besten Arbeiten hat er Bücher und Postkarten gemacht, die er über einen eigenen Ver- ➤



Adieu tristesse Jutta Knoop und Ulrich Galling lassen viel Licht in ihre hauseigene Kapelle. Die Bielefelder Bestatter – links auf dem Sennefriedhof – haben sich darauf eingestellt, die Wünsche ihrer Kunden zu erfüllen, wenn es irgendwie geht

www.g-gmbh.com

Wer hält Ihre Bilanz in Balance?



NORD/LB
Die norddeutsche Art.

Ihre Bank sollte nicht nur Kreditgeber sein, sondern Ihnen als unternehmerisch denkender Partner auch beratend zur Seite stehen. Deshalb helfen Ihnen unsere Lösungen dabei, Grenzen und Möglichkeiten Ihrer Bilanz- und Kapitalstruktur zu erkennen, Liquidität freizusetzen und sich bestmöglich vor Risiken abzusichern. Mit individuell strukturierten Konzepten sorgen wir dafür, dass Finanzprodukte ihre Wirkung optimal entfalten und Sie Ihr Unternehmen zukunftsorientiert ausrichten können. Mehr zu unseren Strukturierungs- und Beratungsleistungen finden Sie unter www.nordlb.de/firmenkunden.

**Interessiert?
Ich bin für Sie da:**

Dirk Renziehausen
Leiter Firmenkundengeschäft
Telefon 0511-361 65 00
firmenkundenservice@nordlb.de



Allein auf weiter Flur
Sterben, einpacken,
verbrennen und
verstreuen: Solche
Bestattungen bieten
einige Dienstleister
schon für weniger
als 1000 Euro an

lag in die gesamte Republik verschickt. Oder an Kunden verschenkt. „Das ist Werbung, die man als solche gar nicht wahrnimmt.“ Inzwischen gibt es jedes Jahr einen Wettbewerb.

Galling ist Quereinsteiger. Der Steinmetz hatte bereits mit 23 Jahren die Meisterschule absolviert und wollte immer nur eins: sich selbstständig machen. Nachdem er sich einen Steinmetzbetrieb mit mehreren Filialen aufgebaut hatte, nahm er sich die Bestatterbranche vor. Als Steinmetz hatte er dort schon oft eine merkwürdige Haltung erkannt: „Das haben wir schon immer so gemacht, wo kämen wir denn da hin, da könnte ja jeder kommen.“ Galling dachte sich: „Da muss mehr gehen.“

Vor zehn Jahren kaufte er das Unternehmen Vormbrock von einem alteingesessenen Bestatter. Als Galling und Knoop in den Verkaufsgesprächen andeuteten, das Angebot an Trauerkarten überarbeiten zu wollen, bügelte der Vorbesitzer gleich ab: „Das brauchen Sie hier in der Senne gar nicht anbieten, das kauft niemand.“ Doch sobald es die neuen Karten gab, wollte niemand mehr die alten haben.

Auch sonst hat sich im Hause Vormbrock vieles verändert. Galling riss als Erstes eine Decke heraus und baute einen Raum zu einer hellen, freundlichen Kapelle um. Einen weiteren Raum stattete er mit einem Sofa aus, hier können sich die Angehörigen persönlich vom Verstorbenen

verabschieden. In einem dritten Raum kann man sich die bunte Auswahl an Urnen näher anschauen. Galling sorgte überall für helle, fröhliche Farben, demnächst will er sich einen weißen Leichenwagen kaufen.

Galling punktet auch mit seinem Engagement. Er bringt den Leichnam des Verstorbenen zu den Angehörigen nach Hause, wenn sie es wünschen. Er organisiert eine Totenwache in seiner Kapelle, wenn dies den Verwandten guttut. Wenn Muslime aus religiösen Gründen statt in einem Sarg in einem Leinentuch bestattet werden wollen, ist auch das möglich. Die Nummer der Stadtverwaltung wählt er sowie so mehrmals täglich.

Dieses Geschäftsmodell brachte ihm zwar viele Kunden, aber wenige Freunde unter den benachbarten Bestattern. Die hatten sich zeitweise gegen ihn verschworen, machten gegen ihn Stimmung, versuchten sogar, ihn per Klage aus dem örtlichen Krematorium zu drängen. Ohne Erfolg. Galling hat sich durchgesetzt.

Demnächst will er in Bielefeld eine zweite Filiale aufmachen. Galling und Knoop glauben daran, dass die Nachfrage nach individueller Betreuung der Angehörigen in den kommenden Jahren zunehmen wird, wenn die Bindung zur Familie und zu den Kirchen weiter abnimmt. Oder, wie es Jutta Knoop ausdrückt: „Die große Welle kommt erst noch.“ ■