

Netzwerk und Marketing: Gemeinsam für den Friedhof

Vortrag von Generalsekretär Stephan Neuser zur „Zukunft der Friedhöfe“ an der Hochschule Geisenheim

Kurz & Bündig



Auf der Jahrestagung „Zukunft der Friedhöfe“ an der Hochschule Geisenheim, die inzwischen für alle Experten rund um den Friedhof zu einer wichtigen Plattform des Austausches geworden ist, ging es diesmal um das Schwerpunktthema „Marketing und Sanierung“. Generalsekretär Stephan Neuser hatte sich mit Sybille Trawinski, Geschäftsführerin des Bundesverbandes Deutscher Steinmetze, zusammengetan und einen zweiteiligen Vortrag zum Thema „Netzwerk und Marketing – gemeinsam für den Friedhof“ konzipiert. Dabei erläuterte Stephan Neuser zu Beginn die Sicht der Bestatter, Sybille Trawinski ging später auf die Situation der Steinmetze ein. Lesen Sie hier exklusiv in der bestattungskultur Stephan Neusers Part in Artikelform.

„Im Wesentlichen geht es mir aus der Perspektive der Bestatter und seines Bundesverbandes sowie des Kuratoriums Deutsche Bestattungskultur in Fortführung der letzten Geisenheimer Friedhofs-Tagungen darum, Wege aufzuzeigen, wie wir in Zukunft die Attraktivität unserer Friedhöfe mit allen Beteiligten steigern und deren notwendige Wirtschaftlichkeit sicherstellen können. Dabei ist auf ein Ineinandergreifen einer gesteigerten Effizienz bei den Prozessen und Abläufen des Friedhofes mit kulturell und ästhetisch ansprechenden und zeitgemäßen Konzepten für die Zukunft im 21. Jahrhundert zu achten.“

Gesellschaftlich veränderte Definition des Friedhofs

Friedhöfe waren und sind mehr als reine funktionale Bestattungsflächen, die ausschließlich der staatlich zu gewährleistenden Daseinsvorsor-

„Der Friedhof ist ein Dialogort über die Frage, wie diese Gesellschaft über Tod, Leben und Jenseits denkt und sich je unterschiedlich entwirft“

ge für die Bürger zu dienen haben. Geschichtlich haben sie religiöse Dimensionen und auf die Zukunft hin betrachtet kommt ihnen die Aufgabe eines gesellschaftlichen Dialogortes über unterschiedliche kulturelle und religiöse Anschauungen bzw. Ideen zu. Der Friedhof ist ein Dialogort über die Frage, wie diese Gesellschaft über Tod, Leben und Jenseits denkt und sich je unterschiedlich entwirft. Friedhofsträger haben auf dieser Grundlage und aufgrund unserer gesellschaftlichen Veränderungen beim Umgang mit dem Tod und einer veränderten Friedhofs- und Bestattungskultur die jahrzehntelange Monopolstellung

längst verloren. Durch private Anbieter in allen Gewerken und Bereichen des Friedhofswesens haben sich die Angebote auf dem klassischen Friedhof und das Verständnis für den Ort Friedhof massiv erweitert, verändert und zum Positiven hin entwickelt. Diesen Weg in Form neuer rechtlicher Konstrukte weiter zu beschreiten, ist meines Ermessens auch zwingend erforderlich, damit der Friedhof auch ein Ort mit Zukunft ist.



Fotos: © Eva Schmidt

Wer als ein auf dem Friedhof tätiges Gewerk diesen ausschließlich als Platz des Verdienstes und des wirtschaftlichen Erfolges versteht, hat seine kulturelle Dimension nicht verstanden und wird auch nicht in einen konstruktiven Dialog über private Beteiligungen mit den kommunalen und kirchlichen Friedhofsträgern eintreten können. Lassen Sie es mich überspitzt formulieren: Mit einem eigenen Bestattungsfeld gutes Geld verdienen und die Grün- bzw. die Wegepflege den Friedhofsträgern zu überlassen – das geht nicht!

Positive Neudefinition des Friedhofs gegen behauptete Trends

Unsere Friedhöfe sollen mehr sein als reine Beisetzungsorte, denn das Thema Tod und auch der Ort „Friedhof“ ist zwar in unserer Gesellschaft nicht gerade hip oder trendig, die Öffentlichkeit kreist aber bange um das Thema der Vergänglichkeit und das Ende, wie das breite mediale Interes-

se an allen Fragen dokumentiert, mit denen wir täglich als Friedhofsträger, Gärtner, Steinmetze und Bestatter zu tun haben.

Im angeblich medial vermittelten Trend liegen neue Gestaltungsformen von Beisetzungsorten, wie etwa Bestattungswälder, anonyme Grabstellen, Streuwiesen oder die quantitativ vollkommen irrelevante sogenannte „Diamantbestattung“.

Viele Trends werden behauptet, wenige sind tatsächlich zahlenmäßig relevant, sie werden aber medial referiert, weil es sich über mutmaßlich Neues besser berichten lässt als über eine Erdbestattung einer 85 Jahre alten Verstorbenen auf dem Dorffriedhof. Exemplarisch für eine in der Gesellschaft positiv wahrgenommene Marketingstrategie sind die Angebote der Betreiber von Bestattungswäldern. Die „Friedwald GmbH“ wirbt beispielsweise auf ihrer Homepage wie folgt: „FriedWald – Die Bestattung in der Natur. Naturverbunden, schlicht

und tröstlich – seit 2001 bieten wir Bestattungen im Wald als Alternative zum herkömmlichen Friedhof!“ Und weiter: „Mitten im Wald ruht die Asche Verstorbener in biologisch abbaubaren Urnen an Wurzeln von Bäumen. Eine kleine Namenstafel am Baum macht auf die Grabstätte aufmerksam.“

Diese beiden Werbebotschaften implizieren Attribute, die voll im gesellschaftlichen Mainstream unserer Tage liegen: Naturverbundenheit, Schlichtheit, nicht klassisch, biologisch, pflegefrei! Leider finden diese Angebote meistens außerhalb unserer klassischen Friedhöfe statt. Dennoch kommen diese Attribute in unserer schnelllebigen Gesellschaft gut an. Warum ist das so und was können wir gemeinsam tun, damit der „klassische Friedhof“ den veränderten Wünschen der Gesellschaft besser entspricht und er sich organisch weiterentwickelt, auf der Basis einer gewachsenen Bestattungskultur, die das Erbe der Vorfahren aufgreift, es neu interpretiert, akzentuiert und inszeniert?

Bestatter können artikulierte Wünsche von Menschen auf den Friedhof hin fokussieren

Bestatter werden vermehrt durch Angehörige oder Bestattungsvorsorgende nach Angeboten in Bestattungswäldern bekannter Marktakteure gefragt. Hier könnte man nun meinen, dem Bestatter könne es →



ja egal sein, wenn die klassischen Friedhöfe immer weniger frequentiert werden, denn auch mit einer Bestattung in Bestattungswäldern könne ja ein erkleckliches Auskommen erzielt werden. Doch dies ist zu kurz gedacht! Denn was wollen die Menschen, die sich für eine Bestattung im Bestattungswald entscheiden? Sie wollen häufig ihren Angehörigen, wie sie stereotyp sagen, „nicht zur Last fallen“. Die junge Generation ist selbst aufgrund der demografischen Entwicklung nicht mehr in der Lage, die gesamte Ruhezeit eine Grabstelle zu pflegen. Lebensschwerpunkte an weit entfernten Orten lassen einen frequenten Besuch des Grabes utopisch erscheinen. Als Verantwortliche wissen wir um die vielfältigen Möglichkeiten von Grabpflegevereinbarungen und pflegefreien bzw. pflegearmen Bestattungsmöglichkeiten. Um es aber klar auszusprechen: „Wir wissen es, die Öffentlichkeit weiß aber von all dem so gut wie gar nichts!“

Zudem wollen die Menschen immer mehr auch eine finanzielle Entlastung der Angehörigen sicherstellen. Genau dieser gewichtigen Gründe bedienen sich die Anbieter von Bestattungswäldern und versprechen den Vorsorgenden und Angehörigen eine Lösung, für die soeben angesprochenen Sorgen. Dass wir als Gewerke längst bessere, längerfristige und kulturell wie finanziell tragfähigere Lösungen durch Grabpflegevereinbarungen,



Foto: © Eva Schmidt



pflegefreie Anlagen und langfristig ausfinanzierte Bestattungsvorsorgevereinbarungen mit treuhänderischen Einlagen haben, ist weit weniger publik. Und das ist offen gesagt unbefriedigend und schlecht!

Gemeinsame Konzepte, bei denen der Friedhof gewinnt und alle Gewerke gemeinsam auch Geld verdienen

An den benannten Schnittpunkten müssen Bestatter, Steinmetze, Friedhofsgärtner und Friedhofsträger gemeinsame Konzepte entwickeln, um diese Wünsche und Sorgen der Menschen zu erfüllen bzw. ernst zu

nehmen, ohne sofort den reflexhaften gegenseitigen Futterneid zu kultivieren. Ein Bestatter, der wertige Bestattungen anbieten und verkaufen möchte, wird doch selbst kein Interesse an nicht nachhaltigen schnellen Entsorgungsmöglichkeiten auf einem Friedhof ohne Grabpflege und Grabzeichen haben!

Der gemeinsame Weg kann nur dann Platz greifen, wenn wir gemeinsam aufklären und die vorhandene Infrastruktur auf den klassischen Friedhöfen als positives Alleinstellungsmerkmal hervorheben und bewerben. Barrierefreie Wege, Sitzbänke, Toiletten, kompetente Ansprechpartner vor Ort, Parkplätze sind Vorteile, die man auch benennen muss. Auf einer Friedhofsverwaltertagung in Kassel postulierte der uns alle bekannte ehemalige Direktor des Sepulkralmuseums Dr. Reiner Sörries vor einiger Zeit: „Wir müssen den Friedhof schon beim Eingang wie mit einer Visitenkarte schmücken und nicht eine verrostete Friedhofsordnung mit lauter Verboten aufhängen!“ Der Friedhof in seiner Bedeutung als öffentlicher und gleichzeitig privater Trauerort

„Der Friedhof in seiner Bedeutung als öffentlicher und gleichzeitig privater Trauerort steht nicht am Ende, sondern am Anfang einer Renaissance! Das behaupte ich ganz selbstbewusst und fordere alle auf, sich diesem Bekenntnis anzuschließen“



Fotos: © www.letzheimat.de

steht nicht am Ende, sondern am Anfang einer Renaissance! Das behaupte ich ganz selbstbewusst und fordere alle auf, sich diesem Bekenntnis anzuschließen, vor allem in der Außenkommunikation.

Konkrete Projekte

Zur Verfolgung dieses Zieles geht es darum, die guten Beispiele von gemeinsamen Konzepten aller Gewerke weiterzuentwickeln und künftig noch mehr gemeinsame Projekte zu initiieren, die attraktiv für die Menschen sind. Von Bestattern, Steinmetzen, Landschaftsplanern, Friedhofsgärtnern und Friedhofsverwaltungen entworfene Konzepte müssen auch nach außen kommuniziert werden. So ist es nicht gut, wenn möglichst schnell an den jeweils anderen Gewerken vorbei heimlich still und leise ein neues tragfähiges Konzept entwickelt und dann in Abgrenzung zu den anderen Gewerken stolz präsentiert wird, wenn alles unter Dach und Fach ist.

Die Friedhöfe als Orte der Auseinandersetzung mit der menschlichen

Endlichkeit, dem Tod, der Religion und der Naturerfahrung neu zu positionieren und diese als Räume der Erholung und des sozialen Treffpunktes aufzustellen, braucht Mut und kreative Ideen, zunächst ungewohnte Wege zu gehen; z. B. weist der Erfolg von Cafés in ehemaligen Trauerhallen und von Spielplätzen auf Friedhöfen innovative Wege auf und gibt Anlass zur Zuversicht, (wenn nicht gleich das nicht beteiligte Gewerk als öffentlicher Bedenkenträger fungiert und es schlechtredet!)

Friedhöfe sind Begegnungsstätten, Orte der Geschichte, des Gebetes und auch der Kunst wie die Lichtkunst-Installationen weltweit renommierter Lichtkünstler, wie z. B. die Aktion „Lichtkunst Unna / Stadtlichter, Alter Westfriedhof“. Friedhöfe verdienen den Raum für individuelle Beratung durch die Gewerke, den Raum für unkonventionelle Friedhofsführungen mit aktiven Elementen für die Besucher, den Raum als „grünes Klassenzimmer“ für Schulklassen, als religiöse Erfahrungsräume für Kommunion-, Konfirmanden- und Seniorengruppen.

Mag es vielfältige Anfechtungen an den Friedhof durch Mitbewerber, durch oberflächliche Berichterstattung und auch die immer wiederkehrende Forderung, zuletzt der Piratenpartei im Zuge der Novellierung des Bestattungsgesetzes Schleswig-Hol-

stein nach der Freigabe der Aschebeisetzung im privaten Bereich, geben.

Wir bleiben am Ball, in dem wir am Grab und auf dem Friedhof bleiben: Bunter und vielfältiger als es sich unsere Vorfahren zu träumen gewagt hätten!“

So schließe ich mit Worten aus dem „Friedhofs-Lied“ von Reinhard Mey:

*„Ich geh' gern in einer fremden Stadt,
auf den Friedhof, so ein Friedhof hat
etwas Gastfreundliches und steht
allen offen:*

*Manchem nur für seine Mittagszeit,
Manchem für die ganze Ewigkeit
und du hast schnell einen Gesprächs-
partner getroffen.*

*Insel im Meer der Geschäftigkeit,
Blumengarten der Gelassenheit.“*

Stephan Neuser,
Generalsekretär des BDB