

Der Pappsarg und das Bestatterelixier

Die neue Art des Umgangs mit dem Tode auf der Bestattermesse in Dresden

Von HEIDRUN HANNUSCH

Doreen Peter ist eine große schöne Blonde, der Schwarz steht. Das sie mit Dekollete trägt, tiefem Dekollete. „Man hält mich zuerst oft eher für eine Kosmetikerin oder Friseurin“, sagt sie. Ist sie nicht. Oder eigentlich doch ein bisschen. Die Mecklenburgerin ist Bestatterin. In dem Geschäft wird auch geschminkt und frisiert, allerdings hinterher, wenn es nicht mehr wirklich drauf ankommt. Aber auch das ist Ansichtssache. Für echte Bestatter ist wichtig, dass das letzte Bild stimmt. In der Familie Peter hat das Bestattungsgeschäft Tradition. Doreens Eltern haben es getan, schon zu DDR-Zeiten mit einer eigenen Firma. Die 24-jährige Schwester Christin – auch eine Schöne in unkonventionellem Outfit – macht heute mit. Und der älteste Sohn der Firmenchefin ist ebenso dabei. Doreen Peter sagt Sätze wie: „Es muss alles ein bisschen frischer sein“. Sie hat als Werbegeschenk für Kollegen einen Kräuterlikör mit dem Namen „Bestatterelixier“ kreiert. Auf dem Flaschenschild steht: „Weckt die Lebensgeister“ (die der Bestatter sind gemeint).

Die Peters sind eine Bestatter-Familie der neuen Art. Und Ansätze einer neuen Art im Umgang mit dem Tod zu zeigen, ist ein Anliegen der Pieta, der Fachmesse für Bestattungs- und Friedhofswesen in der Messe Dresden. Noch dominiert auch hier das traditionelle



Die Hamburgerin Bettina Ulitzka-Allali gestaltet Urnen in Herzform,

Sarg-Modell in Holzoptik, die Vasen-Urne und die Rüschensargwäsche. Aber die Alternativ-Modelle holen auf. „Herzlicht“ nennt die Hamburgerin Bettina Ulitzka-Allali ihre Urnen in Herzform, in weißem Stoff drapiert, mit Silberblättchen belegt oder zum Selbstbemalen. Sie bietet auch „Begleitherzen mit Depot“ an. Das sind kleinste Zweit-Modelle für zu Hause.

Am Stand gegenüber erscheint der Tod wie ein neues Computer-Betriebssystem. „X5.bestattung“ heißt eine Software, mit der der letzte Gang ein paar Bits schneller vonstatten geht. Auch das Marketing ist offensiver geworden. „Seit der Tod auf Motorsense umgestellt hat, sind die Sterblichkeitszahlen zurück gegangen. Kein Wunder bei den Benzinpreisen“, heißt es auf einer Schautafel des Krematoriums Meißen. Ein wenig Geschmackssache und ein bisschen Comedy. Aber der Tod ist traurig genug und teuer ist er auch.

„Man kann arm sein, muss sich aber nicht genieren müssen“, sagt Dietmar Kirschenhofer im schönsten Wienerisch, in dem das Morbide immer ein wenig mitschwingt. Der Mann, der aus der Papierbranche kommt, hat das Patent entwickelt für einen Sarg aus Pappe. Zwei Teile, die einfach auseinander gefaltet werden. Leicht ist er, umweltfreundlich, preiswert. Nach billig schaut er nicht aus, das Design ist variabel, farbig, mit und ohne Jesus-Bildchen auf dem Deckel. Die Wiener sind nach Dresden gekommen, um Großhändler von ihrer Idee zu überzeugen.

Auch dieser Markt ist internationaler geworden. Unter den 110 Ausstellern sind auch Hersteller und Händler aus Tschechien, Polen, Holland, der Schweiz, Italien und Ungarn. Die Konkurrenz ist groß. Man muss sich etwas einfallen lassen. Doreen Peter hat eine Marktlücke entdeckt. Sie bietet ein Trauerreden-Set mit 11 CDs an. Sie ist selbst seit Jahren Trauerrednerin und weiß, was wann angebracht ist. So hat sie auch auf die Art des Todes zugeschnittenes, für Suizid zum Beispiel oder bei Kindstod. Sie ist Profi, sie sieht es nüchtern, weltliche Trauerreden werden gebraucht. Aber dass das Business mit dem Tod in der Familie Peter mehr als ein Geschäft ist, spürt man auch bei Sohn Wilhelm. Der 19-jährige danach befragt, was wäre, müsste er einen zu Tode gekommenen Freund beerdigen, sagt: „Ich wäre traurig, sicher. Aber mir wäre es auch eine Ehre, ihn anständig zu bestatten“.



Die Bestatterfamilie der neuen Art: der 19-jährige Wilhelm Peter, die 38-jährige Firmenchefin Doreen Peter und deren 24-jährige Schwester Christin (v.li.). Die drei kommen aus Friedland in Mecklenburg-Vorpommern. Fotos (2): Dietrich Flechtner