

Kunden Bindung bis ins Grab

KÖLN, 7. Oktober

Im Behandlungsraum, wo die Verstorbenen vorbereitet werden, endet der Rundgang. Am Tag der offenen Tür im Bestattungshaus von Christoph Kuckelkorn schmunzeln die Besucher anfangs noch über die Grabbeilagen im Abschiedsraum „Toskana“: Wein- oder Kölschflasche, Zigarettenschachtel oder Marienbild. Sie werden stiller im Sarglager und vor dem Kühlraum, der auch offensteht. Und sie verstummen am Ende, in diesem kleinen Raum mit dem Chemikalienregal und dem Gittertisch, unter dem eine pinke Neonröhre scheint. Hier werden die Leichname gewaschen, zusammengenäht oder konserviert. Nach der ersten Stille fragen einige genauer nach. Der Hausherr erklärt das Prozedere gern: Bei einer Konservierung wird die Chemie über eine Arterie in den Körper geleitet und das Blut aus einer Vene abgelassen.

Christoph Kuckelkorn wirbt für ein offenes Bestattungsinstitut, genau wie für einen offenen Sarg. Er selbst ist einer der öffentlichsten Bestatter der Republik, der auch schon vor laufender Fernsehkamera einen Leichnam einbalsamiert hat. Der 44 Jahre alte Bestatter führt den Betrieb mit sieben Filialen, zehn Mitarbeitern und zwei Auszubildenden in fünfter Generation. Fast jeder Kölner kennt ihn auch als Führer des Rosenmontagszug in Karneval. Als Kölner Promi-Bestatter hat Kuckelkorn schon Volksschauspieler Willy Millowitzsch in dessen Theater aufgebahrt und den „Helden von Mogadischu“, Hans-Jürgen Wischniewski, unter die Erde gebracht. Die Liste seiner eigenen prominenten Kunden und der seines Vaters, Großvaters und Urgroßvaters, hat er im Internet veröffentlicht, sortiert nach Adel, Politik und Sport. „Man muss nach draußen treten und zeigen, was man kann“, sagt er. „Bestatter haben oft ein Problem damit, ihre Leistung in der Öffentlichkeit zu verkaufen.“

Das sollte sich ändern, meint der Generalsekretär des Bundesverbands Deutscher Bestatter (BDB), Rolf Lichtner. Denn die Branche mit 3800 Unternehmen und einem geschätzten Jahresumsatz von 4 Milliarden Euro steht vor einem Umbruch. Das Geld für kostspielige Beisetzungen ist knapp. Traditionelle Familienunternehmen spüren die Konkurrenz durch Pauschalangebote vom Discounter, auf die laut BDB jeder Zehnte zurückgreift. Auch die Zahl der günstigeren Feuerbestattungen steigt seit einigen Jahren. 2007 sind 45 Prozent der 840 000 Sterbefälle verbrannt worden. Zudem werden Bestattungen häufiger, bei denen das Sozialamt für nicht finanzkräftige Angehörige einspringt. Diese Fälle machen nach Schätzung der Verbraucherinitiative „Aeternitas“ 4 Prozent aller Todesfälle aus.

Ein anderer Trend läuft in die entgegengesetzte Richtung. Die traditionelle Bestattung stirbt aus, die Nachfrage nach individuell gestalteten Bestattungen wächst. Damit tue sich eine Schere auf zwischen „Entsorgungsmentalität“ und „Individualbestattung“, fasst Kuckelkorn zusammen. Bei Bestattungen spielt das

Bestatter müssen um Kunden werben. Sie bewegen sich zwischen individueller Beerdigung und Entsorgungsmentalität.

Von Silke Bigalke



„Man kann mal ein Tabu brechen.“ Christoph Kuckelkorn ist einer der öffentlichsten Bestatter in Deutschland.

Foto Netport.de

Geld entweder die Haupt-, oder aber keine Rolle. Wer bereit ist, für den Abschied etwas mehr auszugeben, dessen Ansprüche sind entsprechend. „Einige Bestattungsunternehmen schauen düster in die Zukunft, weil sie nicht auf der Höhe der Zeit sind“, sagt Lichtner.

In einer Branche, in der man nur schwer offensiv um Kunden werben kann, ist Marketing Kuckelkorns Lehrfach. „Man kann auch mal ein Tabu brechen, um Aufmerksamkeit zu bekommen“, sagt er. Nach der Fan-Urne in Fußballform könnte sein nächster Coup die Einladung zum Sarg-Probieren sein. Auf Beerdigungen spielt Kuckelkorn Karnevalslieder zum Abschied oder schaltet auf Wunsch die Nebelmaschine in der Trauerhalle ein. Immer häufiger gibt es auch das Handy als Grabbeilage in den Sarg, das aber ausgeschaltet werden sollte, bevor der Deckel geschlossen wird. Den Sarg eines Kunden aus der Kölner Glitzerwelt stellte Kuckelkorn als Mittelpunkt eines Sektempfangs in der Trauerhalle zwischen die Party-

tische. Solche Ideen entwickelt Kuckelkorn zusammen mit den Angehörigen, die er zu mehr Mut anstiften möchte. Bisher ist ihm kein Wunsch zu weit gegangen.

„Christoph Kuckelkorn tritt provokant nach außen auf, aber nie auf Kosten der Toten“, sagt Lichtner vom BDB. Er beobachtet eine Enttabuisierung des Themas Tod und findet es richtig, dass auch andere Bestatter in kleinem Rahmen in die Öffentlichkeit treten. „Nicht jeder ist von seinem Naturell her geeignet, sich so zu exponieren wie Herr Kuckelkorn.“ Aeternitas-

schaft, bezweifelt er. Im Gegenteil: „Manche sagen: Du kennst uns viel zu gut, zu dir können wir nicht kommen.“

Für einen besonderen Service müssen allerdings alle zu ihm: Der Bestattungsmeister ist zugleich der einzige Thanatopraktiker in Köln. Er kann Verstorbene konservieren und einbalsamieren. Das ist oft notwendig, wenn die Toten ins Ausland überführt werden. Außerdem ermöglicht diese Technik eine Rekonstruktion nach Unfällen, wenn der Körper stark in Mitleidenschaft gezogen wurde. In 95 Pro-

Geschäftsführer Hermann Weber sieht den Kölner als Progressiven der Branche. Werbeaktionen mit ausgefallenen Särgen findet er nicht anstößig. „Dieser Bogen ist noch lange nicht überspannt, er hat viel zu wenig Spannung“, sagt er. Weber wünscht sich, dass mehr Bestatter Klartext reden, was ihr Angebot und ihre Preise angeht.

Seine preiswerteste Bestattung habe 600 Euro • gekostet, die teuerste 20 000, sagt Kuckelkorn. Mit 600 Bestattungen im Jahr habe er zwar nicht die meisten Aufträge in Köln, aber die meisten individuellen. Der Jahresumsatz seines Unternehmens schwanke zwischen 1,5 und 2,5 Millionen Euro, wobei auch Fremdleistungen etwa für Limousinenservice in diese Summe einfließen. 2007 hat Kuckelkorn seine siebte Filiale eröffnet, mit neuer, geräumiger Trauerhalle. Das Grußwort sprach Kölns Oberbürgermeister Fritz Schramma.

Kuckelkorn weiß, dass die Menschen am liebsten zu dem Bestatter gehen, den sie persönlich kennen. Dass ihm seine Prominenz in Köln dabei einen Vorteil ver-

zent der Fälle kann Kuckelkorn den Angehörigen damit einen Abschied am offenen Sarg anbieten. Dieser sei besonders wichtig, wenn der Tod sehr plötzlich kommt. „Wenn Angehörige den Verstorbenen anfassen können, hilft das, den Tod zu begreifen.“

120 Thanatopraktiker gibt es in Deutschland. 60 Konservierungen nimmt Kuckelkorn im Jahr vor, inklusive der Aufträge von Kollegen, die die Technik selbst nicht beherrschen. Pro Behandlung, die zwischen zwei Stunden und zwei Tagen dauern kann, verlange er 300 bis 400 Euro, sagt der Unternehmer. Die Kosten der aufwendigen Ausbildung zum Thanatopraktiker, ein fünfstelliger Betrag, amortisiere sich so nicht. „Manchmal sehe ich es als Hobby, als soziales Engagement“, sagt Kuckelkorn. Dann fällt ihm doch noch etwas ein, was er niemals machen würde: Eine Leiche sitzend oder stehend neben dem Sarg aufbahnen, wie es in den Vereinigten Staaten oft gemacht wird. Dort sei Einbalsamierung ein großes Geschäft.