

In 15 Minuten ein Leben erzählen

Ob Todesanzeigen oder gefilmte Nachrufe – Medienarbeit als Teil der Trauerbewältigung wird wichtiger

VON INA HENRICHS

Als Marta Liebfrau* an ihren Tod denkt, sitzt sie im Kaffee und isst Kuchen. „Ich hätte für die Nachwelt auch ein Buch schreiben können“, sagt sie und überlegt. Aber wann? Wer wie sie mitten im Leben steht, hat wenig Zeit. „Es lag viel näher, einen Film zu drehen.“ Ihr Film dauert nicht länger als eine Viertelstunde. Und doch enthalte er die Quintessenz ihres Lebens, die sie in der Mittagspause so souverän aufischt wie das Mitbringsel von einer langen Fernreise. Sie beschreibt die Schlüsselbilder: Zwei Hände in Großaufnahme. Dann die Einstellung, die offenbart, wer sich da festhält: Die Tochter, die nach vielen Jahren endlich ihren leiblichen Vater gefunden hat. „Ich habe mit dem Film sämtliche Ungerechtigkeiten aufgearbeitet, die mir widerfahren sind“, sagt die 54-Jährige. Die soll niemand vergessen – aber auch ihr spätes Glück nicht. Deshalb will sie den Film auf ihrer eigenen Beerdigung zeigen lassen. Als Nachruf. Am besten in der Trauerhalle. Mit dem Bestatter hat sie den Ablauf schon geregelt. Abschied im Kiefern-sarg, Schmuckurne, Friedwald. „Es hat mir zwar kurze Zeit den Boden unter den Füßen weggerissen, meine Ende vorwegzunehmen.“ Aber sie fühle sich erleichtert, aufgeräumt. Ihr Film wird, sobald sich gravierend Neues ergibt, aktualisiert.

Lebensfilme

Niemand will spurlos verschwinden. In Deutschland sterben jährlich 800 000 Menschen, veröffentlicht werden eine halbe Million Todesanzeigen. Zwei Zahlen, ein Name, ein Psalm. Manchmal mehr. Immer häufiger finden sie den Weg ins Internet, bald sogar ins Fernsehen. Gleiches gilt für Nachrufe: Bilanziert wird mit Texten, Bildern, Fil-

men, Liedern – und häufig, wie bei Liebfrau, zu Lebzeiten. Doch – die Geschmacksfrage mal beiseite: Die mediale Verarbeitung von Leben und Tod löst dort Unbehagen aus, wo Leben und Tod panisch voneinander getrennt werden. Dabei hat sich die kreative Arbeit als Trauerbewältigung bewährt.

Wie im Falle von Liebfrau. Sie fühlte sich bei der Firma „Lebensfilm“ aus Köln in guten Händen. „Unsere Kunden sind nicht die Selbstverliebten, die sich ein Denkmal setzen wollen“, sagt Tobias Pollmüller. Als Medienpädagoge und Psychologe habe

LEBEN MIT DEM TOD

Mediales Trauern

er das Unternehmen in dem Bewusstsein gegründet, verantwortungsvoll an einer neuen Erinnerungskultur zu arbeiten. Die verfilmten Biografien seien das Ergebnis klassischer Trauerarbeit: „Man begreift, was passiert ist, wenn man Bilder und Geschichten eines Lebens sammelt und sortiert.“ Ob es um das bisherige geht oder um ein abgelaufenes. Später funktioniert der Film wie eine mobile Gedenkstätte: „Die DVD kann sich auch der Sohn im Frankfurter Büro ansehen, der es nicht schafft, seine Mutter auf dem Friedhof in Zürich zu besuchen“, sagt Pollmüller. An einem Online-Zugang arbeitet er noch. Dass die Trauergemeinde empört reagiert, muss Liebfrau nicht befürchten: Ein Lebensfilm Pollmüllers hat es selbst in eine katholische Kirche im wenig urbanen Hagen geschafft: von emotionaler Überforderung keine Spur. Die Leute reichten sich die Hände, lachten bei einem lustigen Bild auf, erschrakten leicht darüber, bis sie einsahen: „Ja, wir dürfen das.“

Foto auf der Anrichte

Den Trend einer gesunden Rückbesinnung sieht darin Chris Paul, Sozialpsychologin und Vorsitzende des Trauerinstituts in Bonn. „Loslassen, nach vorne sehen“, lautete lange Zeit die Maxime der professionellen Trauerbe-



gleitung. US-Forscher Dennis Klaas aber fand heraus: Es ist wichtig, mit dem Verstorbenen in Verbindung zu bleiben. „Continuing Bonds“ nennt er das und meint die Einbindung des Toten in die lebendige Welt. „Ähnlich wie man es aus Filmen kennt, in denen Inge Meysel als Witwe mit dem Foto ihres Mannes auf der Anrichte spricht.“ Die Medien zu nutzen, passe auch einfach in die Zeit, in der „das Trauerverhalten immer individueller wird“. Dass damit der Tod gleichzeitige ver-

stärkt in die Öffentlichkeit rückt, mag der Gesellschaft gut tun. Gedenken andere Kulturen des Memento mori in ihren täglichen Gebeten, ist dies hier eine Frage der Unausweichlichkeit. „Im Alter lesen wir dann Todesanzeigen, um mit den Gedanken an unsere eigene Sterblichkeit nicht mehr alleine zu sein“, sagt Paul.

Auf die rührende Wirkung setzt auch der Sender Etos.tv – und will ab dem kommenden Jahr Todesanzeigen ausstrahlen. Mit Musik versehen. Zehnmal

zwei Minuten. Kosten: 2000 Euro. Sein Fernziel: 15 Nachrufe pro Tag. Dahinter steht freilich nicht der Wille zur Trauerarbeit, sondern ein unternehmerisches Konzept, das Geschäftsführer Wolf Tilmann Schneider leidenschaftlich verteidigt. „Der deutsche Tod sitzt in den Krankenhäusern“, sagt er, geißelt den Jugendwahn und den Niedergang der Bestattungskultur. Dass Todesanzeigen über das Fernsehen für ein bundesweites Publikum verkauft werden, ist für ihn nicht fragwürdig: Familien seien auseinander gerissen und könnten so miteinander verbunden werden. Tote würden großzügig gewürdigt, Angehörige durch flankierende Informationssendungen aufgeklärt. Und wenn es Reiseunternehmen gibt, die Touren zu Friedhöfen vermitteln, warum die Menschen nicht auch auf den Fernseh-Friedhof einladen? Etos.tv statt Père la Chaise. Ob er damit Selbstdarsteller zur bildgewaltigen Einbalsamierung einlädt? Gar kein Zweifel. „Hemmschwellen gibt es nicht mehr. Es gibt heute mehr als 80 Privatsender.“ Beerdigungen allerdings sind tabu: „Das ist intim und hat hier nichts zu suchen.“

Damit distanziert sich der Fernsehmann von Entgleisungen im Internet. Wo die Oma per pixeligem Videoclip zu Grabe getragen wird und virtuelle Grabsteine für die Ewigkeiten verkauft werden, die dann doch nur zehn Jahre dauert. Das World Wide Web ist kein Himmelserersatz, weshalb sich die evangelische Kirche in der Pflicht fühlte, mit einem seriösen Angebot zu reagieren. Sie richtete vor fünf Jahren das Trauernetz ein, um Nachrufen ein würdiges Umfeld und Hinterbliebenen ein Forum zu bieten. Pro Tag zählt die Seite 600 Besucher. Abends ab acht

Uhr schnellt die Zahl nach oben. „Im Netz können sich die Menschen alles von der Seele schreiben“, sagt die verantwortliche Redakteurin und Pfarrerin Carmen Berger-Zell. Platzmangel gibt es keinen – auch für den Nachruf nicht. Weil es eine kirchliche Seite ist, schreiben Hinterbliebene Nachrichten gezielt an die Toten, die sie bei Gott glauben. Gerade jungen Leuten komme die Kommunikation entgegen, die den Friedhof als Ort der Verwesung eher meiden, meint Carmen Berger-Zell.

Die Redaktion lässt auch jene nicht allein, die in der Trauer sprachlos geworden sind. Abrufbar sind Textbausteine für den Nekrolog. Wer traurig, wütend, einsam ist, findet außerdem Musiken und Bibelstellen passend zum Gefühl.

Seelenfänger auf Papier

Für Bestatter Fritz Roth ist der Nachruf die große Chance, der Welt eine Botschaft zu hinterlassen. Am besten heute noch. Nicht wenn es zu spät ist, Angehörige unter Zeitdruck abgedroschene Sprüchlein zu Papier bringen. „Man sollte sich zwischen Weihnachten und Neujahr hinsetzen, überlegen, was man sich wünscht“, schlägt er vor. Es brauche einen Soulcatcher, einen Seelenfänger. Eine originelle Widmung. „Die hat jeder verdient.“ Zeitgemäße Medien zu nutzen, hält er zwar für plausibel. Allerdings warnt er davor, den Tod in Scheinwelten abzuschieben. „Wir Deutschen sind der Meister des virtuellen Todes.“ Die Zeitung hält er deswegen immer noch für den besten Ort des Nachrufes: „Wir lesen von Katastrophen in der Welt und dann vom Tod in der Nachbarschaft. Erst so wird der Tod begreifbar.“

*Name geändert

SEELSORGE IM INTERNET

Informationen zur Gestaltung von Lebensfilmen
www.lebensfilm.de
 Portal der evangelischen Kirche mit Forum und Online-Chat für Trauernde
www.trauernetz.de

Bestattungs- und Trauerhaus mit Online-Chat
www.trauerhaus.de/trauerhaus/koeln.htm
 Portal der katholischen Kirche mit Internetseelsorge
www.katholisch.de