

TikTok-Bestatter, Online-Service für Trauernde – und was macht die KI?

11. FUNUS-Symposium
zur Digitalisierung im Bestattungswesen



Fotos: © FUNUS Stiftung

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Symposiums

Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Sinnvoll ist sie nur dann, wenn sie ein Problem löst und Prozesse effektiver und effizienter macht. Unter dieser Voraussetzung aber kommt kein Bereich und keine Branche mehr daran vorbei – auch nicht das Bestattungs- und Friedhofswesen. *Bestattungen 2.0 – Digitalisierung im Bestattungswesen* lautete deshalb das Thema des ausgebuchten 11. Symposiums der FUNUS Stiftung am 4. Mai 2023 im Zentrum für Endlichkeitskultur in Kabelsketal.

Qualitative Verbesserung statt bloßer Übertragung

Den Einführungsvortrag hielt **Prof. Stefan Stumpp** von der Hochschule Anhalt in Bernburg. Er ist Betriebswirtschaftler mit dem Schwerpunkt Transformationsprozessmanagement. Digitalisierung bedeute nicht nur, gewohnte Abläufe einfach in Computer und Internet zu übertragen – sie sollte auch eine qualitative Verbesserung bringen.

Dazu sollte sich Digitalisierung am Kontext orientieren und von da aus die passenden Mechanismen entwickeln, auch Schnittstellen für den Austausch von Daten und Informationen. So werden Prozesse planbar und evaluierbar.

Dabei geht es auch um die Nutzer: Für sie sollte die Handhabung möglichst unkompliziert sein. Das gilt sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich.

Erfahrungsbericht aus Zürich

Ein konkretes Beispiel aus dem Bestattungswesen lieferte **Rolf Steinmann** aus Zürich. Er ist dort Co-Leiter des Bestattungs- und Friedhofsamtes. Anders als in Deutschland, ist Bestattung in der Schweiz eine kommunale Aufgabe. Eine einfache „Grundbestattung“ ist dort kostenlos. Fast alle Dienstleistungen nach einem Sterbefall organisiert das Bestattungs- und Friedhofsamt aus einer Hand: 45 Personen kümmern sich

um Beratung, den Kontakt zu Kirchen, Floristen, Friedhöfen oder Krematorien oder um das Grabmal. Bei rund 3500 Todesfällen im Jahr ergeben sich daraus etwa 35.000 Kontakte.

Die Stadt Zürich verfolgt das Ziel, zur „digitalen Stadt“ zu werden, in der die meisten Dienstleistungen online oder per App abrufbar sein sollen. Für Rolf Steinmann und sein Team heißt das zum Beispiel, dass sich Beratungstermine online buchen und auf Wunsch auch online (per Teams) durchführen lassen; letzteres hat sich schon in der Pandemie bewährt. Alle Dienstfahrzeuge sind mit Notebooks ausgestattet. Entfernt lebende Angehörige können auch online die aufgebahrten Verstorbenen ansehen.

Steinmann sprach aber auch von Hürden und Verunsicherung im Team. Der Zeitplan sei zu sportlich gewesen, der Preis hoch, stellenweise zu hoch.



Prof. Stefan Stump

Dennoch betonte er, die Digitalisierung in Zürich sei immer noch auf dem Weg; eine Weiterentwicklung bleibe ständig nötig, und da gilt für ihn: „Wir sagen der IT, was wir brauchen, nicht umgekehrt!“

Trauer im digitalen Raum

Die nächste Referentin lenkte den Blick auf die Trauernden. **Maria Förster** arbeitet in Leipzig als Trauerbegleiterin und -therapeutin, sowohl für Erwachsene als auch für Kinder und Jugendliche. Zudem gibt sie als Dozentin Seminare in der Alten- und Krankenpflege, für Hospize sowie in Schulen und Kitas.

Sie sprach zunächst über die verschiedenen Gefühle, die Trauer auslösen kann – nicht nur, wenn ein nahestehender Mensch stirbt. Auch Liebeskummer, Abschiede oder Jobverlust können Trauer verursachen, sogar der Tod eines verehrten Popstars. Anhand eines „Trauerkompasses“ stellte sie verschiedene Trauertypen vor: zwischen Loslassen und Festhalten, Tun und Fühlen – mit vielen Zwischenstufen und Mischformen.

Für all das kann im Digitalen genauso Raum sein wie auf Friedhöfen oder im Familienkreis. Das Internet ermöglicht es, auch überregional Erinnerungsräume zu öffnen. Auch Ansprechpartner lassen sich dort finden – insbesondere für junge Leute gibt es Angebote im Netz, um mit ihrer Trauer zurechtzukommen. Notwendig ist dabei der Schutz vor Stalking und Manipulation. Generell gilt für Maria Förster beim digitalen Umgang mit Trauer dasselbe wie sonst auch: Es geht darum, da zu sein, zuzuhören und mit auszuhalten.

Der Bundesverband stellt sich vor

„In den nächsten Jahrzehnten wird die Generation Z die Boomer-Generation bestatten“, sagte **Elke Herrnberger**, Pressesprecherin des Bundesverbandes Deutscher Bestatter (BDB), der insgesamt über 3.200 Bestattungsunternehmen in Deutschland vertritt. Sie sprach darüber, wie Bestattungsunternehmen für ihre potenziellen Kunden am besten sichtbar werden und sie erreichen – denn wie in jeder Branche gibt es auch hier einen Konkurrenzkampf, bei dem Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit eine wichtige Währung bedeuten: zum Beispiel, bei der Google-Suche möglichst weit vorne aufzutauchen.

Seit 2019 hat sich die Website www.bestatter.de von einer Verbandsseite zu einer Informations- und Service-Plattform zu allen Fragen rund um Tod, Trauer und Bestattung entwickelt, die mittlerweile rund 250.000 Menschen im Monat besuchen.

Als Kommunikations- und Grafikdesignerin war es Elke Herrnberger wichtig, dass die Angebote niedrigschwellig und dialogisch funktionieren. Natürlich gehört die ortsnahe Suche dazu, und auch viele Beratungsangebote, schon lange bevor ein Todesfall eintritt: das Thema Bestattungsvorsorge zum Beispiel (das künftige Aufträge sichern kann) oder eine ungefähre Kostenberechnung für eine Bestattung (ohne sensible Daten zu hinterlassen). QR-Codes am Schaufenster von Bestattungsunternehmen helfen bei der Kontaktaufnahme – auch denen, die ein persönliches Gespräch zunächst vermeiden wollen. Ein Chatbot steht dazu rund um die Uhr zur Verfügung. →



Foto: © Simon Walter / BDB

Elke Herrnberger und Friederike Ursprung

Digitalisierung hilft in der Trauer, davon ist Elke Herrnberger überzeugt (auch wenn sie die Ästhetik einiger Gedenkportale mit ihren Avataren eher skeptisch sieht). Die Corona-Pandemie habe dabei als Katalysator gewirkt. In Zukunft sieht sie oft hybride Lösungen und stellt klar: Die Digitalisierung ist gekommen, um zu bleiben. Kurzfristige Auswirkungen würden dabei oft überschätzt, langfristige dagegen unterschätzt.

Die TikTok-Bestatter im Doppelpack

Digital sichtbar zu sein bedeutet auch, sich auf Social Media-Kanälen zu engagieren. Ein erfolgreiches Beispiel dafür stellten **Johannes und Luis Bauer** aus Fürth vor. Vater Johannes leitet das Bestattungshaus „Bestattungen Burger“, das sein Urgroßvater 1925 gegründet hat. Sohn Luis arbeitet schon seit dem Teenageralter mit. Vor zwei Jahren postete Luis, damals 15, das erste TikTok-Erklärvideo aus dem Bestattungshaus. Die Idee sei ihm gekommen, weil er auf Partys immer Löcher in den Bauch gefragt bekam. Über Nacht bekam dieser erste Video-Versuch die ersten 10.000 Likes – das überzeugte auch den anfangs skeptischen Vater. Mittlerweile erreichen die Beiträge von „bestat-

tungenburger“ Millionen Menschen auf TikTok, auch auf Instagram und YouTube kommen sie gut an. Etwa zweimal wöchentlich erscheint etwas Neues. Inzwischen beraten sie mit einer eigenen Firma Unternehmen zu Marketing und Social Media.

Die Bauers sehen ihre Social Media-Auftritte als Visitenkarte für die Kundschaft von morgen, auch zur Personalgewinnung. Sie wollen Themen rund um Tod, Trauer und Bestattung enttabuisieren. Wichtig sind ihnen Informationen und auch Emotionen. Gerne fragen sie die Zuschauer nach ihrer Meinung: Was haltet ihr von einem Sarg in Herzform? Wie soll der neue Bestattungswagen innen aussehen? Oder auch: Ist ein mit künstlicher Intelligenz programmierter Avatar zur Trauerbewältigung ethisch vertretbar?

Auch der Friedhof wird digital

Wer liegt in welchem Grab? Wo finde ich meinen Großvater? Wie lange ist dieses Grab noch belegt? Wie ist die Grabpflege geregelt? Das war das Thema von **Stefan Schumacher**. Er ist Diplom-Bauingenieur und Geschäftsführer der PBSGEO GmbH in Köln. Die Firma erstellt Software für den digitalen Friedhofsplan. Das heißt: Für jedes einzelne

Grab sind Daten verfügbar. Das ermöglicht einen besseren Service, erleichtert die Auswahl von Gräbern, Planung und Abläufe – auch wenn es zunächst mal einen großen Aufwand bedeutet, die Daten von tausenden Gräbern zu erfassen und einzupflegen.

Welche Möglichkeiten bei der Digitalisierung von Friedhöfen umgesetzt werden, das hängt oft vom Betreiber ab, sagte Schumacher. Sind die Daten nur für die Friedhofsverwaltung zugänglich (und dort für das ganze Team)? Auch für andere Partner wie Bestattungsunternehmen und Gärtnereien? Oder gar öffentlich? Letzteres ist eher selten der Fall.

Auch hier gilt: Der Weg der Digitalisierung hat erst begonnen – und wo er hinführen kann, das wird sich in Zukunft zeigen.

Datenschutz und KI

Zum Schluss brachte **Prof. Tade Spranger** aus Bonn einige kritische Punkte zur Sprache. Die Digitalisierung kann Folgen im öffentlichen Recht, im Privat- oder im Strafrecht haben. Im Zusam-



Foto: © FUNUS Stiftung

Prof. Tade Spranger

menhang mit Bestattungen greift seit 2018 an vielen Stellen die DSGVO. Zwar gilt sie grundsätzlich nicht für Verstorbene (hier könnten Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte schützenswerte Rechtsgüter sein, etwa wenn es um den Zugang zu deren Social Media-Konten geht). Doch rund um die Bestattung fallen ja auch viele personenbezogene Daten von Lebenden an: bei Bestattungsunternehmen, Standesamt, Friedhof usw. und erst recht bei digitalen Kondolenzbüchern o. Ä. – und die dürfen ausdrücklich nur mit deren Zustimmung erfasst und verarbeitet werden, und nur für einen bestimmten Zweck.

Ein neues Feld von Rechtsfragen eröffnet sich zur Zeit beim Umgang mit KI-Anwendungen. Seit 2021 ist bei der EU ein KI-Gesetz in Arbeit. Es geht um Fragen nach Urheberrecht, Haftung, Strafen – auch um die Frage, wie KI-generierte Fälschungen von stichhaltigen Beweisen zu unterscheiden sind. Voraussichtlich werden die EU-Regelungen zur KI eher restriktiv, indem sie Risiken in vier Kategorien vorsehen und ein verpflichtendes Risikomanagementsystem, das eine menschliche Aufsicht vorsieht. Durch die neusten Entwicklungen von KI-Anwendungen (wie etwa ChatGPT) stünde all das wieder auf dem Prüfstand, meinte Spranger: Das Recht passe einfach nicht zum Stand der Technik.

Ausstellung: „Humor und Tod“

Parallel zum Symposium war im Zentrum für Endlichkeitskultur eine Ausstellung mit Cartoons aus dem Wettbewerb zum Thema „Humor und Tod“ zu sehen. Da wird Opa „offline genommen“, der Sensenmann bittet um eine Google-Bewertung, oder die Seele wird in die Cloud hochgeladen: Die Themen Tod und Digitalisierung haben längst zusammengefunden. ■

Friederike Ursprung

INDIVIDUALISIERBAR

MARKENZEICHEN- WERBEMITTEL ZU EXKLUSIVEN KONDITIONEN!



AB 0,27 €

PROMOCLIP

KUGELSCHREIBER „EBONY“

AB 2,00 €



USB-STICK

AB 4,90 €

Im internen Mitgliederbereich auf www.bestatter.de finden Sie eine noch größere Auswahl individualisierbarer Werbemittel zu exklusiven Konditionen. Verleihen Sie Ihrem Markenauftritt die persönliche Note!

Zu bestellen über den internen Mitgliederbereich auf www.bestatter.de

Preise exkl. MwSt. zzgl. Versandkosten



Kollektivmarke des BDB e. V.
Qualitätsanforderungen:
[www.bestatter.de/
markenzeichen](http://www.bestatter.de/markenzeichen)

