Wie wir morgen sterben wollen

Gerade der Monat November konfrontiert die Menschen mit ihrer Sterblichkeit. Aufgrund der sich ändernden Bedürfnisse hinsichtlich des Umgangs mit dem Tod, der Sterbevorsorge und dem Bestattungswesen, haben Uwe H. Lebok von K&A Brandresearch, Michael Bachmann und Carola Wacker-Meister von FriedWald Motivstrukturen und Trauerverhalten kontinuierlich und Generationen übergreifend analysiert.

Mit den Schlagworten Migration, Digitalisierung & Corona wurde ein wichtiges Phänomen aus unserem Wahrnehmungsradar verdrängt, das uns in den nächsten 20 bis 30 Jahren fundamental in Wirtschaft und Gesellschaft beeinflussen wird: Die demografische Alterung. Sie findet zwar bereits seit den 1970er Jahren schleichend statt, doch ihre offensichtliche Sichtbarkeit wird in naher Zukunft wegen der geburtenstarken Jahrgänge markant zunehmen. Und mit immer mehr älteren Menschen im Straßenbild und Lebensalltag werden weitere Themen wie Gesundheitsversorgung, altersgerechtes Wohnen und Lebensqualität im hohen Alter, aber auch selbstbestimmtes Sterben und der Umgang mit dem Tod stärker im Blickpunkt stehen.

Gerade die Momente rund um unser Ableben haben sich in den letzten 10 bis 20 Jahren stärker differenziert. Wie in anderen Branchen hat auch hier persönliche Ansprache und eine möglichst individuelle Betreuung höchste Priorität. Der Umgang mit dem Tod ist in den letzten Jahren vielseitiger geworden: Trotz steigender Nachfrage nach Dienstleistungen im letzten Lebensabschnitt gehen klassische Erdbestattungen im Einzel- oder Familiengrab zurück. Ein gravierender Wandel zeichnet sich ab, der auf ganz unterschiedlichen, sich überlagernden Veränderungen in Einstellungen zum Tod und zu Bestattungen zurückzuführen ist.

Seit Jahren erhöht sich das Durchschnittsalter der Bevölkerung in Industrieländern. Lag 1980 das Durchschnittsalter der Bundesrepublik bei 36,5 Jahren, so ist es mittlerweile auf 44,5 Jahre (2019) angestiegen. Der Anteil derjenigen Personen, die über 65 Jahre alt sind (und in den nächsten Dekaden sicher sterben werden) ist laut Statistischem Bundesamt bei aktuell 21 Prozent.

Mit dem Alter kommt der Tod

Aufgrund der steigenden Lebenserwartung werden für die Ü65 die verbleibenden Lebensjahre zunehmen. Gleichzeitig wächst mit Höhe des erlebten Alters die kognitive Dissonanz zwischen tatsächlichem Alter und der Selbstwahrnehmung („wie alt ich mich eigentlich fühle“, siehe Abbildung 1): Der Trend wird sich wahrscheinlich fortsetzen, dass sich ältere Menschen immer jünger fühlen werden.

Gleichzeitig nimmt in den jüngeren Generationen die Religiosität ab, was unmittelbare Folgen auf die Einstellungen zum Tod hat. Aufgrund der sich ändernden Bedürfnisse hinsichtlich des Umgangs mit dem Tod, der Sterbevorsorge und dem Be-

Erkenntnisse aus der „Friedwald-Jenseits-Studie 2020“ von Uwe H. Lebok, Michael Bachmann, Carola Wacker-Meister

stattungswesen, hat sich das Unternehmen FriedWald als Marktführer für Waldbestattungen zum Ziel gesetzt, Motivstrukturen und Trauerverhalten kontinuierlich und Generationen übergreifend zu analysieren.

Nun könnten wir annehmen, dass sich die meisten Menschen erst ab Mitte des Lebens Gedanken um den Tod machen. Tatsächlich findet eine Vorverlagerung statt, wann sich Menschen gedanklich mit dem eigenen Ableben befassen (siehe Abbildung 2).

In der Friedwald-Jenseits-Studie gaben 78 Prozent aller Befragten im Alter 55 Jahre und älter an, sich zumindest gelegentlich Gedanken über den eigenen Tod zu machen. In der nachfolgenden Generation X (Alter 40 bis 55 Jahre) sind es aber auch schon bereits 70 Prozent. Es ist auch immer weniger ein Tabuthema, im sozialen Umfeld über das Thema Tod zu sprechen. Bei Personen über 70 sind das aufgrund besonderer kontextueller Lebensabschnitte 68 Prozent - in der Generation X (Alter 40 bis 55 Jahre) aber auch bereits 52 Prozent, die den Tod bei Freunden und Bekannten thematisieren.

Grund dafür ist dabei weniger der christliche Glaube oder eine abendländisch-christliche Haltung; nur noch eine Minderheit der Generation X (27 Prozent) empfinden sich als religiöse Menschen oder Personen, die nach christlichen Regeln leben. Dementsprechend hofft nicht einmal mehr die Hälfte aller Menschen über 40 Jahre, dass sie ein anderes Leben nach dem Tod erwartet. Bei religiös lebenden Menschen sind es immerhin 60 Prozent (bei Nichtreligiösen 23 Prozent). Dementsprechend sind nahezu 60 Prozent aller Befragten der Überzeugung, dass der Tod das Ende der eigenen Existenz bedeutet.

Der Tod verliert seinen Schrecken (Angst vor der Hölle bei gerade einmal acht Prozent), wird normaler. Das Ende einer Existenz wird als Lauf des Lebens verstanden und was mit dem Körper nach dem Tod passiert, wird weniger wichtig (40 Prozent bei weniger religiös lebenden Men-

Die Autoren

FOTO: ANDREAS THOMAIER

Dr. Uwe Lebok ist Marketing-Experte für Marken-Positionierung von Marken, Context Thinking® und Impulsgeber für Marken in „Sackgassen“. Der promovierte Demograph ist Vorstand (CMO) beim Marktforschungs- und Markenberatungsinstitut K&A BrandResearch® und unterstützt vor allem mittelständische Unternehmen mittels researchbasierter Markenstrategien.

u.lebok @ka-brandresearch.com

FOTO: FRIEDWALD

Michael Bachmann ist seit 2007 bei der FriedWald GmbH in der Geschäftsleitung für die Bereiche Öffentlichkeitsarbeit, Waldbetreuung und Kundenservice verantwortlich. Zuvor war er, nach dem abgeschlossenen Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Uni Köln, für mehrere Jahre in unterschiedlichen Marketing-Positionen bei einem international tätigen Konsumgüter-Hersteller in Hamburg.

FOTO: FRIEDWALD

Carola Wacker-Meister leitet die Öffentlichkeitsarbeit beim Pionier und Marktführer für Waldbestattungen FriedWald. Davor war sie viele Jahre in verantwortlicher Position bei einem international tätigen Konsumgüter-Hersteller. Die Geisteswissenschaftlerin ist Mitglied beim Bundesverband der Kommunikatoren und dem Netzwerk erfahrener Kommunikatorinnen GWPR Deutschland

schen). Die erstaunlich frühzeitige Beschäftigung mit dem eigenen Ableben hängt stark mit dem Kontext des Erlebens von Tod, Trauer oder lebensgefährlichen Krankheiten bei Familienangehörigen, Freunden und engen Bekannten zusammen. Gerade in der Gen X findet ein reger Austausch zwischen Kindern und Eltern (Traditionals, Ü70) aber auch über Sterbevorsorgethemen statt.

Als wenn das Licht ausgeknipst wird

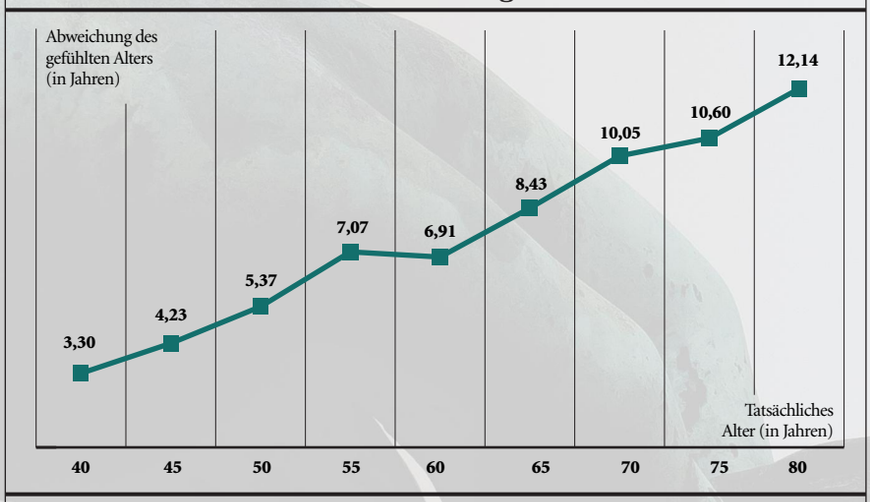
Über alle Generationen hinweg ist der Wunsch nach Selbstbestimmtheit beim Sterben zentral. Lange Krankheiten, lebensverlängernde Maßnahmen durch Apparatemedizin sowie ein leidvolles Dahinsiechen wird von mehr als 80 Prozent der Befragten im Alter 40+ abgelehnt. Auch ein Ableben als Pflegefall, in Demenz oder in Isolation („Alleinsein“) löst Unbehagen aus (siehe Abbildung 3). Dementsprechend wird mit fortschreitendem Alter der Tod auch als Erlösung empfunden, wenn Körper und Geist nur noch stark eingeschränkt funktionieren.

Heute ist es den meisten Ü40 ein zentrales Anliegen, dass Angehörige und Freunde nach dem eigenen Tod möglichst schnell wieder Lebensfreude erlangen. Zwar ist es immerhin rund 50 Prozent der Befragten wichtig, dass die Angehörigen einen selbst nach dem Ableben nicht vergessen oder es ihnen gelungen ist, Spuren in der Welt zu hinterlassen. Viel wichtiger

Über die Friedwald-Jenseits-Studie 2020

Mit der „Jenseits-Stunde 2020“ wurde von K&A BrandResearch/respondi eine repräsentative Nullmessung mit n=3000 Befragten aus den Generationen der Traditionals (Jahrgänge 1949 und älter), Babyboomer (Jahrgänge 1950-1964) und Gen X (Jahrgänge 1965-1979) vorgenommen. Neben Einstellungen zu Religion, Friedhöfen und Bestattungen wurde auch die individuelle Sterbevorsorge untersucht sowie persönliche Mechanismen im Umgang mit Trauer bzw. Tod. Die Befragung basiert dabei weitgehend auf Insights aus vorausgegangener psychologischer Forschung zur Trauerbewältigung mittels K&A Psychodramen.

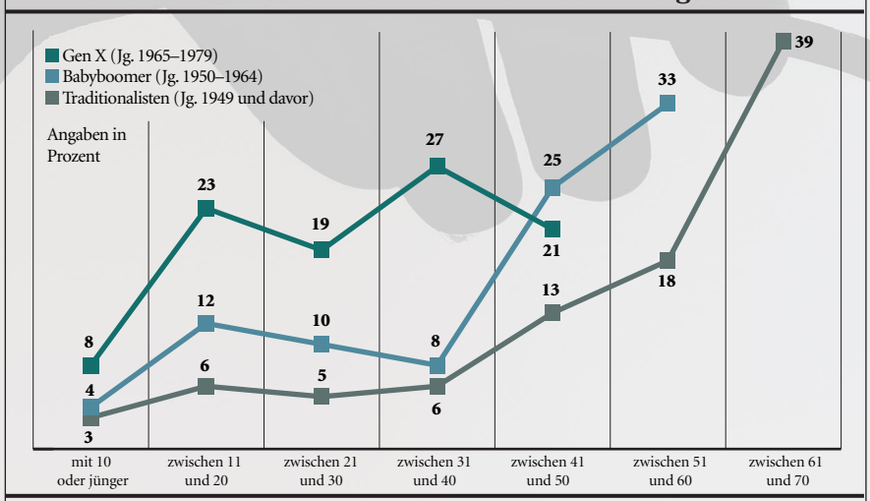
Differenz zwischen tatsächlichen und gefühlten Lebensaltern



Quelle: K&A BrandResearch

planung&analyse 2020

Erinnertes Alter für die ersten Gedanken über das eigene Ableben



Quelle: K&A BrandResearch

planung&analyse 2020

Bedürfnisse beim Sterben

Quelle: K&A BrandResearch

planung&analyse 2020

ist es aber, dass mit dem eigenen Tod möglichst keine finanzielle oder langfristige emotionale Belastung (64 Prozent) für die Hinterbliebenen entsteht.

Um dies möglichst gering zu halten, müsste Vorsorge getroffen werden. Allerding geben 65 Prozent der Gen X an, noch keine Vorkehrungen getroffen zu haben (gegenüber nur 28 Prozent bei den Ü70). Hier scheint sich einesteils die „Entrückung des Sterbealters in weite Ferne“ aufgrund der weiterhin steigenden Lebenserwartung niederzuschlagen und damit verbunden die Zeitpunkt bezogene, geringer empfundene Notwendigkeit für Patientenverfügung, Vorsorgevollmachten, Testament oder Bestattungsvorsorge.

Dabei sind die inneren Bilder über das eigene Sterben durchaus konkret. Im Rahmen einer Diary-Abfrage wurden in der Friedwald-Jenseits-Studie auch Stimmungen und Bildwelten offen erfragt, die in den Sinn kommen würden, wenn sich die Befragten vorstellen, auf dem Sterbebett zu liegen. Bei 44 Prozent kommen Gefühle wie Wehmut, Dankbarkeit, Erleichterung, Zuversicht, aber auch Angst und Beklemmung (15 Prozent) in den Sinn, gefolgt von Gedanken über das eigene Leben als Rückschauen, als Bilanz wie ein eigener Film (32 Prozent), Wünsche über einen möglichst schmerzfreien und leichten Tod (zwölf Prozent), das Wichtigste für die Angehörigen geregelt zu haben sowie praktische Erwägungen (neun Prozent). Bei religiös lebenden Menschen sind zudem stärker Gedanken über ein Leben nach dem Tod (15 Prozent) verankert. Insgesamt fokussieren die meisten Aussagen auf das eigene Leben, die wichtigsten Menschen zu Lebzeiten sowie ein achtsames Ertasten der eigenen Gefühle im (projizierten) Momentum des Sterbens (siehe Abbildung 4).

Der Bestattung an sich wird wenig Platz in den letzten Gedanken eingeräumt, auch wenn faktisch mit zunehmendem Alter die Tendenz steigt, an die eigene Bestattung und entsprechende Vorkehrungen zu denken. Wie bereits bei den Gedanken zum eigenen Ableben überwiegen Wünsche nicht mehr die Trauer in den Fokus zu rücken (61 Prozent). Vielmehr sollten schöne Momente – auch des eigenen Lebens – bei Bestattungen im Vordergrund stehen (59 Prozent). 47 Prozent der Befragten legen nach ihrem Tod auch keinen Wert mehr auf Trauerfeiern.

Was von uns übrig bleibt

Friedhöfe werden generationenübergreifend bei den Ü40 als Orte des stillen Gedenkens, Teil unseres Lebens und unserer Kultur verstanden, wobei im Vergleich mit den Ü70 in Gen X immer mehr Menschen Friedhöfe nicht mögen (17 Prozent) bzw. Friedhöfe unheimlich finden (neun Prozent). Dennoch sehen mehr als zwei Drittel Friedhöfe als den etablierten Standard für ein Totengedenken.

Erdbestattungen im Einzel- oder Familiengrab als Wunschbild für die eigene Beerdigung verlieren aber weiter an Bedeutung: Weniger als 25 Prozent ziehen Erdbestattungen im Sarg für sich in Betracht. In Zukunft werden deshalb Feuerbestattungen auf dem Friedhof oder in der Natur (wie FriedWald) zunehmen. Bereits heute würden nahezu 80 Prozent für sich selbst eine Feuerbestattung bzw. Urnenbeisetzung präferieren. Auf den Friedhöfen wird es demnach lichter werden …

Umso wichtiger, dass die Bedürfnisse der Menschen auch hinsichtlich ihres eigenen Ablebens frühzeitig stärker berücksichtigt werden. Stimmungen von Hoffnung, Erleichterung und Leichtigkeit liefern in diesem Zusammenhang einen emotional leichteren Zugang als schwer empfundene Traditionen von Trauer und ritualisierten Bestattungszeremonien. Wie für andere Branchen gilt auch für Dienstleister im Umfeld des allerletzten Lebensabschnitts: Bedürfnisse und Kontexte verändern sich. Einen Wandel nicht zu verinnerlichen, einen Wandel selbst nur mäßig mit gestalten zu wollen, führt in Sackgassen. Oder zu aufgelassenen Gräbern, leeren Friedhöfen und entleerten Kirchen … ■

Ausgewählte Zitate über Stimmungen im projektiven Kontext des eigenen Ablebens

„Ich bin froh, so ein tolles Leben mit meinem Partner und mit meinen Kindern gehabt zu haben. Wir haben gemeinsam so viele schöne Sachen erlebt, dass ich schöne Gedanken noch für ein ganzes weiteres Leben hätte (…)“

„Ein zufriedenes Zurückerinnern meines Lebens, schmerzfrei hinüber, in der unantastbaren Würde des Menschen …“

„… ich werde niemals wieder all die schönen Dinge erleben, teilhaben können, mit Menschen. Das war es dann für alle Zeiten, unvorstellbar!“

„Ich möchte alles geregelt haben, mit allen Personen im Reinen sein, sagen können, ich habe viel gesehen und gelebt, wie ich es mir vorgestellt haben.“

„…dass ich den Menschen danken würde, die in mein Leben getreten sind (…) und ich empfinde trotz der bald endenden Tage ein Gefühl von Sehnsucht und Ruhe. Das Licht hat mich jahrelang (…) vertreten und bald wird es erloschen sein.“

„… die Zeit wird immer weniger und dann ist es unwiederbringlich vorbei. Schade, dass es schon so weit ist.“

„Bilder aus der Kindheit und Lebenssituationen vorbei ziehen lassen.“

„Leichte Trauer käme auf. Ich würde der vielen schönen Momente gedenken. Aber ich habe mein Leben gelebt…“

„Ich werde mich an die vielen schönen Momente meines Lebens (mit den für mich wichtigen Menschen) erinnern, an wundervolle Urlaube, die unendlich wertvollen Momente, die wir in der Natur, im Wald und in unserem Garten verbracht haben. Ich werde in Würde und Dankbarkeit abtreten und auf ein Wiedersehen hoffen.“

„Gedanken, nicht alles wahrgenommen zu haben, Gedanken, vieles verpasst zu haben, das Leben vorbeiziehen zu lassen.“

Quelle: K&A BrandResearch

planung&analyse 4/2020