

Aeternitas e. V. – Die Nervensäge der Bestattungs- und Friedhofsbranche

Das Hauptquartier, von dem aus Aeternitas die Bestattungs- und Friedhofsbranche piekst und nervt, befindet sich in einem Mehrfamilienhaus in Königswinter. Hier misstraut man den bunten, immer vielfältiger werdenden Angeboten der kreativen Bestattungsbranche.

Die Arbeit an dem für viele Menschen traurigen Thema macht den fünf Mitarbeitern Spaß. Jeder Tag bringt neue Fragen und damit die Gelegenheit, mit Kompetenz und Wissen verunsicherten Menschen konkret zu helfen. So manche Bestatter- oder Friedhofsrechnung muss korrigiert werden, wenn das Aeternitas-Team damit fertig ist. Jeder Kontakt bringt neue Erfahrungen, die selbst erworbene Kompetenz – eine Ausbildung zum Verbraucherberater im Bestattungswesen gibt es nicht – wächst in Streitgesprächen mit Branchenvertretern und ihren Verbänden.

„Wir werden mit bunten Angeboten, Werbetricks und Versprechungen gelockt und getäuscht“, sagt der Vorsitzende Hermann Weber und fügt an: „Liebe Verbraucher, lasst euch nicht für dumm verkaufen!“ Mit dieser Botschaft geht der Verein in die Medien und auf die Podien vor Experten und Laien. Die Botschaft dabei: „Wehrt euch, damit die Politik die Branche schärfer beobachtet, in Zukunft das Vertrauen wächst und mit Angst keine Geschäft gemacht werden können.“

Durch Druck auf die Tränendrüsen werden mit den großen Worten „Pietät“ und „Würde“ verunsicherte Verbraucher vereinnahmt und zur Ausgabebereitschaft gedrängt. Vorwürfe an die Bürger, die zunehmende „Entsorgungsmentalität“ zerstöre die Friedhofskultur, gibt der Aeternitas-Vorsitzende Hermann Weber an die Bestattungs- und Friedhofsbranche zurück: „Die Branche selbst trägt zur Entwicklung einer so genannten „Entsorgungsmentalität“ bei, wenn sie weiterhin ein Wächterkartell über Leistungen, Qualitäten und Preise stellt.“ Darüber hinaus fehlt häufig die Transparenz. „Kostenvoranschläge sind in der Branche noch immer nicht durchweg üblich und Preisauszeichnung ist für viele ein Fremdwort“, klagt Weber vor einer zunehmend breiteren Öffentlichkeit. Aeternitas kann die Publizität gut gebrauchen. Der Verein lebt von Beiträgen und Spenden.

„Nervensäge der Bestattungs- und Friedhofsbranche“ wird Aeternitas genannt. Das wundert kaum: Der Verein veröffentlicht jährlich Studien, die Gebühreninflation beklagen oder gar die Öffentlichkeit über die Ungewissheit beim Fortbestand des nur in Deutschland noch gültigen Friedhofszwangs informieren.

Natürlich sind Sterben, Bestattung und Erinnerung ein Bauchthema und somit gut geeignet zur Emotionalisierung und zu so manchem Mythos aus vergangenen Zeiten. Daraus schlägt der Verein Aeternitas kein Kapital. Verunsicherung ist nicht seine Sache. Er steht für emphatische Aufklärung zum selbstbewussten Verbraucher, für die Befähigung des Einzelnen und für Bürgerbeteiligung. Der Verein tritt jenen Managern entgegen, die Illusionen vermarkten wollen und den Verbrauchern Schutz vor Trauer und Verzweiflung versprechen – als ob diese für die Menschen weinen könnten.

„Werbeversprechen sind erlaubt“, räumt Weber ein. Er will aber ein kritisches Auge auf die Grenzen zur irreführenden Werbung richten und gnadenlos einschreiten; zumindest immer dann, wenn ein Aeternitas-Mitglied betroffen ist. Es treibt ihn um und er wünscht sich, dass die Politik in diesem Land nicht kuscht und sich in unserer Demokratie das Bürgerrecht auf präzise Verbraucherinformation gegen die Unternehmen durchsetzt. So würde im Bestattungs- und Friedhofswesen die Spreu vom Weizen getrennt. Die trauernden Hinterbliebenen sehnen sich nach zuverlässigen Informationen und Angeboten mit Vertrauensgarantie. Wer trauert, hat keine Kraft für Verbraucherkontrolle. Das sollte den Anbietern Verpflichtung sein. Misstrauen bleibt, solange die Politik die Rechte von Firmen höher gewichtet als das Informationsrecht der Verbraucher.