

Dominic Akyel

# Die Ökonomisierung der Pietät

Der Wandel des Bestattungsmarkts  
in Deutschland

Schriften aus dem Max-Planck-Institut  
für Gesellschaftsforschung

campus



# Inhalt

Vorwort .....	9
Kapitel 1	
Einleitung: Ökonomisierung und Moral .....	11
1.1 Ökonomisierung als Prozess der moralischen Bewertung von Gütern .....	15
1.2 Der Bestattungsmarkt als Gegenstand sozialwissenschaftlicher Forschung .....	22
1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit .....	26
Kapitel 2	
Die Ökonomisierung von Wirtschaft und Gesellschaft .....	31
2.1 Ökonomisierung als theoretisches Konzept .....	32
2.2 Die Ursachen der Ökonomisierung .....	38
2.2.1 Die Herausbildung des modernen Kapitalismus .....	39
2.2.2 Die Ausweitung von Marktbeziehungen im 20. Jahrhundert .....	44
2.3 Die Ausbreitung von Ökonomisierungsprozessen .....	48
2.4 Fazit: Vier Varianten der Ökonomisierung .....	54

## Kapitel 3

Die Kommerzialisierung der Bestattung .....	59
3.1 Die Entstehung der modernen Bestattungsindustrie .....	60
3.1.1 Der solidarische Austausch von Bestattungsleistungen .....	60
3.1.2 Die gewerbliche Produktion von Beerdigungsgütern .....	63
3.1.3 Die Entstehung professioneller Berufsverbände .....	66
3.2 Die soziale Ordnung des modernen Bestattungswesens .....	68
3.2.1 Die professionelle Ausgliederung der Toten .....	68
3.2.2 Die Bestattungsunternehmen als Teilelemente der Begräbnisindustrie .....	70
3.2.3 Die Bestattung als wirtschaftliches Gut .....	74
3.2.4 Die strategischen Probleme von Unternehmen im Bestattungsmarkt .....	79
3.3 Die Ökonomisierung der Beerdigungsindustrie .....	90
3.3.1 Die Privatisierung des Friedhofs- und Bestattungswesens .....	91
3.3.2 Die Internationalisierung des Bestattungsgewerbes .....	97
3.3.3 Spezialisierung und Produktinnovation auf dem Beerdigungsmarkt .....	104
3.3.4 Die Entstehung spezialisierter Beratungsagenturen .....	114
3.3.5 Die neuen Formen des Bestattermarketings .....	119
3.4 Fazit: Ökonomisierung infolge struktureller Zwänge .....	126

## Kapitel 4

Die Enttraditionalisierung der Bestattung .....	129
4.1 Die Herausbildung des modernen Bestattungskaufs .....	130
4.1.1 Die kollektive Auswahl von Totenfürsorgeleistungen .....	130
4.1.2 Der individuelle Kauf von Bestattungsgütern .....	132
4.2 Die Auswahl von Bestattungsleistungen als Bewertungsproblem .....	135
4.2.1 Die symbolische Funktion der Bestattung .....	136
4.2.2 Die Käufer als Teilelemente des Beerdigungsmarkts .....	137
4.2.3 Die strategischen Probleme von Kunden im Bestattungsmarkt .....	141

4.3	Der Wandel des Entscheidungsverhaltens .....	149
4.3.1	Die Deinstitutionalisierung der Bestattung.....	150
4.3.2	Die Herausbildung von Preisbewusstsein im Beerdigungsmarkt .....	160
4.4	Fazit: Ökonomisierung als Wandel kollektiver Bewertungsstandards .....	167

## Kapitel 5

	Die Liberalisierung der Bestattung .....	169
5.1	Von der kirchlichen zur staatlichen Regelung der Beisetzung .....	170
5.2	Die staatliche Regulierung des modernen Bestattungsmarkts .....	173
5.3	Der Wandel der Gesetzgebung in Deutschland .....	177
5.3.1	Die Liberalisierung der landesrechtlichen Bestimmungen .....	177
5.3.2	Die politischen Akteure der Bestattungsbranche und ihre Positionen .....	180
5.3.3	Die Debatte um die Liberalisierung des Bestattungsrechts in NRW .....	188
5.4	Fazit: Kontinuität trotz Liberalisierung .....	195

## Kapitel 6

	Zusammenfassung: Die Ökonomisierung der Pietät .....	199
6.1	Die Legitimierung und Legalisierung ökonomischen Handelns im Bestattungsmarkt .....	200
6.2	Zur Relevanz sozialer Werte für die Erklärung von Ökonomisierungsprozessen .....	204

	Anhang .....	209
	Abbildungen und Tabellen .....	213
	Literatur .....	215



# Kapitel 1

## Einleitung: Ökonomisierung und Moral

Das ökonomische Handeln wird in modernen Gesellschaften sowohl durch verbindliche Rechtsnormen als auch durch kollektive Wertvorstellungen und informelle Verhaltensvorschriften strukturiert. Hersteller müssen nicht nur Arbeitsstandards und Umweltschutzaufgaben einhalten, sondern ebenso Konventionen und Anstandsregeln beachten. Der Konsum steht ebenfalls in enger Wechselwirkung zu sozialen und kulturellen Wertvorstellungen: Welche Produkte und Dienstleistungen erworben und konsumiert werden, hängt unter anderem auch davon ab, was innerhalb des Sozialverbandes als angemessen und wünschenswert erachtet wird.

Die begrenzende Wirkung kollektiver (Ideal-)Vorstellungen auf den ökonomischen Handlungsspielraum von Akteuren zeigt sich insbesondere bei moralisch problematischen Produkten und Dienstleistungen. Beim Markttausch von Gütern, die als schützenswert, anrühlich oder gefährlich eingestuft werden, geraten ökonomische Anforderungen und moralische Vorstellungen regelmäßig in Konflikt. Daher unterliegt der Handel mit derartigen Produkten häufig speziellen Einschränkungen. Wirtschaftsakteure, die etwa mit Lebensmitteln spekulieren, erotische Dienstleistungen anbieten oder Waffen produzieren, müssen deshalb besondere Strategien anwenden, um ihr Handeln zu legitimieren und ihre ökonomischen Ziele verfolgen zu können.

In modernen kapitalistischen Ökonomien stehen wirtschaftliche Anforderungen und moralische Vorstellungen folglich in einem Spannungsverhältnis zueinander. Aufgrund dieser Verbindung wirkt sich der Wandel sozialer Werte auch auf das ökonomische Handeln aus. Wirtschaftliche Veränderungen, etwa die Entstehung neuer Märkte, sind daher oft durch moralischen Wandel bedingt. In Deutschland veränderte sich das Konsumverhalten seit der Nachkriegszeit insbesondere infolge von Säkularisierungs-, Individualisierungs- und Enttraditionalisierungsprozessen. Die lange Zeit vorherrschende Gebrauchsnutzenorientierung verlor zugunsten einer stärkeren Genuss- und Erlebnisorientierung zunehmend an Bedeutung. Dadurch wandelten sich allmählich auch die Konsumgewohnheiten und das Kaufverhalten (Stihler 1998). Wegen dieser engen Verknüpfung von Ökonomie und Moral muss bei der Analyse wirtschaftlicher

Veränderungen der mögliche Einfluss gewandelter Wertvorstellungen als Erklärungsfaktor stets einbezogen werden.

Als zentrale Entwicklungstendenz des wirtschaftlichen Wandels ist in vielen industrialisierten Ländern seit den 1970er-Jahren eine Zunahme effizienz- und rentabilitätsorientierten Handelns innerhalb und außerhalb der Ökonomie zu verzeichnen. Dieser zumeist als »Ökonomisierung« bezeichnete Prozess der Ausweitung von Wettbewerbsbeziehungen manifestiert sich mittlerweile in fast allen Wirtschafts- und Gesellschaftsbereichen sowohl auf politischer als auch auf organisationaler und individueller Ebene. Die soziologische Forschung hat sich dieser Thematik verstärkt seit den 1990er-Jahren in Analysen einzelner Branchen und Märkte angenommen. Untersucht wurden sowohl die Ursachen als auch die Verlaufsformen und Folgen dieses Entwicklungstrends. In der Soziologie werden Ökonomisierungsdynamiken üblicherweise aus dem Zusammenspiel von ideologischen und wirtschaftlichen Veränderungen erklärt. Wie sich im Verlauf dieser Arbeit herausstellen wird, gehen die existierenden Forschungsarbeiten von der Annahme aus, dass die jüngste Ausweitung von Marktbeziehungen durch gewandelte *wirtschaftliche Kontextbedingungen* sowie Modifikationen der *politischen und unternehmerischen Leitbilder* ausgelöst wurde.<sup>1</sup>

Obwohl die beiden genannten Ursachen zweifellos zur Herausbildung des zeitgenössischen Ökonomisierungstrends beigetragen haben, weist dieses Erklärungsmodell zwei bedeutende Defizite auf. Zum einen setzt es ausschließlich bei den Unternehmen und der politischen Regulierung an, während die Seite der Konsumenten unbeachtet bleibt. Folglich kann dieses Theoriemodell die Ursachen und Wirkungen veränderter Kauf- und Konsummuster nicht adäquat erfassen. Zum anderen wird der Einfluss von moralischem und normativem Wandel nicht ausreichend berücksichtigt. So kommen insbesondere die möglichen Auswirkungen von veränderten Moralvorstellungen auf Ökonomisierungsprozesse nicht in den Blick. Da diese Faktoren jedoch ebenso zum Wandel der Ökonomie beitragen, wird die Fokussierung der Forschung auf politische und unternehmerische Veränderungen der Komplexität des Phänomens »Ökonomisierung« nicht gerecht.

---

1 Zu unterscheiden ist in diesem Zusammenhang zwischen sozialen Werten und institutionellen Leitbildern. Werte lassen sich als emotional tief verwurzelte Vorstellungen des sozial Wünschenswerten beschreiben, die sowohl auf individueller als auch kollektiver Ebene angesiedelt sind. Leitbilder kommen hingegen ausschließlich in sozialen Organisationen zur Anwendung. Anders als Werte enthalten Leitbilder nicht nur moralische Überzeugungen, sondern legen zudem Strategien der Zielerreichung fest (vgl. Boudon/Bourricaud 1992: 355–362, 658–665; Krems 2011; Mecke 2011; Zak 2008b: 261–263). Zu den wirtschaftlichen Kontextbedingungen zähle ich in dieser Arbeit alle soziostrukturellen, institutionellen und ökonomischen Einflussfaktoren, die sich auf die Wettbewerbssituation und den Markttausch auswirken.

Die vorliegende Studie möchte diese Defizite der zeitgenössischen soziologischen Ökonomisierungstheorie beheben. Ich vertrete die These, dass der derzeitige Ökonomisierungstrend nur dann vollständig verstanden werden kann, wenn sowohl Wertewandel als auch Veränderungen des Kauf- und Konsumverhaltens als Erklärungsfaktoren einbezogen werden.<sup>2</sup> In meiner Studie widme ich mich daher vor allem dem Einfluss soziokulturellen und moralischen Wandels auf Ökonomisierungsdynamiken. Im Mittelpunkt steht die Frage, inwiefern gesellschaftliche Modernisierungsprozesse zur stärkeren Akzeptanz effizienz- und profitorientierten Handelns und damit zur Ausweitung von Marktbeziehungen beitragen können.<sup>3</sup>

Die Überprüfung der von mir vorgebrachten These erfordert die Analyse eines Wirtschaftsbereichs, dessen Ökonomisierung sich in besonderem Maße auf soziokulturellen und moralischen Wandel zurückführen lässt (vgl. Gläser/Laudel 2006: 95–97). Hier bietet sich der deutsche Bestattungsmarkt an. Zum einen wird der Gütererwerb in diesem Bereich in hohem Maße durch soziale Erwartungen strukturiert, die auf eine Exklusion offensichtlich effizienz- und rentabilitätsorientierten Handelns abzielen. Zum anderen ließ sich in der Beerdigungsbranche während der letzten Jahrzehnte eine umfassende Ausweitung von Marktbeziehungen beobachten. Fasst man diese beiden Aspekte zusammen, so erscheint es wahrscheinlich, dass bei der Ökonomisierung dieses Marktes auch die Umformung des Spannungsverhältnisses zwischen moralischen Vorstellungen und wirtschaftlichen Anforderungen infolge gesellschaftlicher Modernisierungsprozesse eine Rolle spielte. Der deutsche Bestattungsmarkt eignet sich demnach sehr gut, um die eingangs formulierte These empirisch zu überprüfen.<sup>4</sup>

---

2 Ein ähnliches, jedoch auf die zeitgenössische Institutionentheorie zugeschnittenes Argument, findet sich bei Streeck (2007: 14). Er betont die Notwendigkeit, Handlungsorientierungen in die Institutionenanalyse einzubeziehen: »Tatsächlich sind Institutionen normalerweise in hohem Maße abhängig von »gutem Willen« – von der Anerkennung einer Pflicht [...], ohne die internalisierte Unterstützungsbereitschaft der in ihnen Handelnden können auch sie auf die Dauer nicht bestehen.« Stehr/Adolf (2008: 202–203) weisen hingegen explizit auf die Bedeutung der Konsumentenseite bei der Analyse von Moral auf Märkten hin.

3 Im Gegensatz zu vielen anderen Studien konzentriert sich diese Arbeit auf die Ursachen und den Verlauf von Ökonomisierungsprozessen, nicht jedoch auf deren wirtschaftliche und sozialpolitische Folgen (vgl. Schimank/Volkman 2008: 388–392). Die vorliegende Studie zielt somit nicht auf eine sozialkritische Bewertung des zeitgenössischen Ökonomisierungstrends, sondern folgt dem wissenschaftstheoretischen Ideal einer politisch neutralen, anwendungsorientierten Grundlagenforschung.

4 Die Fallauswahl entspricht der von Blatter/Janning/Wagemann (2007: 149–150) gegebenen Empfehlung, etablierte Erklärungsmodelle anhand von kritischen Fällen zu testen. Der Bestattungsmarkt lässt sich in diesem Zusammenhang als *least-likely case* bezeichnen, da die soziologischen Rahmenbedingungen dieses Falles die Gültigkeit der bestehenden Erklärungen extrem unwahrscheinlich machen. Obwohl sich die theoretische Forschungsfrage auch anhand der

Das Beerdigungsgewerbe ist jedoch nicht nur deshalb ein interessantes Fallbeispiel, weil sich die Limitierungen der zeitgenössischen Ökonomisierungstheorie hier besonders deutlich zeigen. Da es sich beim Bestattungsmarkt um einen Wirtschaftsbereich handelt, in dem effizienz- und rentabilitätsorientiertes Handeln als unangemessen gilt, stellt sich die Frage, wie es trotz dieser moralischen Hemmnisse überhaupt zu einer Ökonomisierung kommen konnte. Ein weiteres empirisches Rätsel ergibt sich, wenn die Veränderungen des Kundenverhaltens im Bereich der Totenfürsorge mit den Kaufentscheidungen in anderen Statusübergangsmärkten verglichen werden. Während die Ausgaben für geburts- und heiratsbezogene Güter steigen (Hamburger Abendblatt 2007; Frankfurter Allgemeine Zeitung 2009), sind die Aufwendungen für Bestattungsdienstleistungen tendenziell rückläufig (Statistisches Bundesamt 2005b, 2007, 2009b; eigene Berechnungen). Was also ist dafür verantwortlich, dass die Ausgabebereitschaft gerade beim Kauf von Beerdigungen sinkt? Diese Beispiele zeigen, dass eine Analyse der Veränderungen auf dem Bestattungsmarkt nicht nur aus ökonomisierungstheoretischer Perspektive von Interesse ist, sondern ebenfalls eine hohe allgemeine Relevanz besitzt. In diesem Sinne trägt die vorliegende Arbeit zu einem besseren Verständnis des weithin sichtbaren Wandels der Totenfürsorge in Deutschland bei.

Die folgenden Unterkapitel führen einige notwendige Untersuchungsschritte weiter aus. Der nächste Abschnitt ist der Frage gewidmet, wie sich die moralische Dimension von Vermarktlichung theoretisch fassen lässt. Ökonomisierung wird als ein Prozess der moralischen Bewertung von Gütern charakterisiert, in dessen Verlauf die Markttauglichkeit des betreffenden Gutes verhandelt und festgelegt wird. Im Anschluss daran folgt eine Übersicht über die Fachliteratur zur Struktur und zum Wandel des Bestattungsmarkts. Zum einen werden soziologische Studien vorgestellt, die einen signifikanten Beitrag zur Theoriebildung in diesem Forschungsfeld geleistet haben. Zum anderen benenne ich empirische Forschungslücken, die durch meine Arbeit geschlossen werden. Abschließend gebe ich Hinweise zur Methodik und zum Aufbau der Studie und erläutere dabei sowohl die einzelnen Analyseschritte als auch die methodischen Limitierungen der Abhandlung.

---

Analyse anderer nationaler Bestattungsmärkte beantworten ließe, ist das deutsche Beerdigungswesen aufgrund seiner starken formellen und informellen Regulierung besonders geeignet. Bei der Entscheidung für den deutschen Markt spielten zudem pragmatische Erwägungen, wie die Menge und Qualität der verfügbaren Informationen, eine Rolle.