

Die Todesanzeige im Spiegel des sozialen Wandels

Todesanzeigen als öffentliche Bekanntgabe eines Sterbefalls gehören wohl zu den meistgelesenen Teilen der Tageszeitung. Worum es für gewöhnlich in dem obligatorischen rechteckigen Rahmen geht, ist jedem Leser wohl bekannt. Die Todesanzeige, wie wir sie heute kennen, durchlief in ihrer mehr als 200-jährigen Geschichte jedoch zahlreiche Veränderungen und heutzutage sind vielfältige Ausbrüche aus der konventionellen Form nachweisbar. Nimmt man diese Entwicklung in den Fokus, wird offenkundig: Nicht nur das Aussehen, sondern auch die soziale Funktion hat sich gewandelt. Die Todesanzeige ist so gesehen ein kulturelles Zeugnis, das darüber berichtet, wie die Phänomene Sterben, Tod und Trauer in einer Gesellschaft verhandelt werden.

Bevor sich die ersten Todesanzeigen im deutschsprachigen Raum im 18. Jahrhundert verbreiteten, war es die Aufgabe des so genannten „Leichenbitters“, die Gemeinde über den Verlust eines ihrer Mitglieder zu informieren und zum Leichenschmaus zu laden. Alternativ erfolgte die Benachrichtigung über die sonntägliche Ankündigung von der Kirchenkanzel

herab. Nicht zuletzt aufgrund der zunehmenden Verstärkung verlor die mündliche Überlieferung an Bedeutung; und mit der Tageszeitung stand ein neues Medium zur Verfügung, das den neuen Bedingungen besser gewachsen war. Die ersten Todesanzeigen waren noch keine Privatannoncen im heutigen Sinne, sondern gaben in erster Linie geschäftliche Veränderungen in Form veränderter Besitzverhältnisse an. Sprachlich fielen sie entsprechend nüchtern aus und erschienen oft erst Wochen nach dem Todesfall – im Wirtschaftsteil. Die später etablierte Familienanzeige war zunächst den oberen Schichten vorbehalten, wurde mit zunehmender Alphabetisierungsrate aber auch der breiten Masse zugänglich. Erstmals konnten die trauernden Angehörigen in einer ohnehin physisch und psychisch belastenden Situation binnen kürzester Zeit und mit wenig Aufwand sehr viele Personen erreichen, um einen Todesfall kundzutun.

Sozialer Wandel

Nachdem die Veranlassung einer Todesanzeige allmählich zu einer Konvention geworden war, ist sie heute (abgesehen von der amtlichen Melde-

pflicht eines Sterbefalls) nur mehr eine Option. Entsprechend ist ein leichter Rückgang in der Anzeigebereitschaft zu verzeichnen; insbesondere beim Tod von sehr alten Menschen hält sich der Kreis der zu Benachrichtigenden oft in Grenzen, so dass auf eine Todesanzeige verzichtet wird. Gegenwärtig lässt sich zudem eine Privatisierung des Todes feststellen: Statt die gesamte Gemeinde einzubeziehen, wird ein Todesfall häufig eher als Angelegenheit der engsten Angehörigen angesehen. Das zeigt in zeitgenössischen Anzeigen die Formulierung an, die Beisetzung habe „im Kreise der engsten Angehörigen stattgefunden“. Soziologen verweisen zudem auf den Wandel der (durch nachbarschaftliche Solidarität gekennzeichneten) Gemeinschaft hin zur (vor allem in Großstädten vorzufindenden) Gesellschaft, in der Menschen anonym nebeneinander leben – und nebeneinander sterben. Während die unmittelbaren Angehörigen meist persönlich informiert werden, stellt sich somit immer stärker die Frage nach dem Sinn, die Restgesellschaft mittels Zeitungsanzeige über das Lebensende eines (für die anderen weitgehend unbekannt) Menschen zu informieren, geschweige denn zur Beerdigung einzuladen.

Die Beispiele von verschiedenen aktuellen Todesanzeigen sind stilistische Nachbildungen und beziehen sich nicht auf reale Personen.

JANINA
*04.06.1992 †15.08.2012

*Alle Worte, welche Dankbarkeit beschreiben können, reichen nicht aus, um die Anteilnahme zu beschreiben, welche uns entgegengebracht wurde.
Besonderen Dank möchten wir an folgende Personen richten...*

*An Stefanie und meine Familie
Mitschüler und Mitschülerinnen
Pfarrer Schäfer
Ihrer zweiten Familie, dem Volleyballverein TV 07 Großhessellohe*

-DANKE, dass Ihr uns nicht alleine lasst-



*„Ich bin von euch gegangen, nur für einen kurzen Augenblick und gar nicht weit.
Wenn ihr dahin kommt, wohin ich gegangen bin, werdet ihr euch fragen, warum ihr geweint habt“ (Laotse)*

Hendrik und Mirko Scharf



Gestaltung: © Stefanie Silber, silbergestalten.de

Keiner wird gefragt, wann es ihm recht ist Abschied zu nehmen; irgendwann heißt es damit umzugehen, das Ende der Kraft zu sehen, den Schmerz auszuhalten und den Abschied anzunehmen.

Willibald Junger

* 7.1.1940 † 3.9.2012

Liliental, Parkstraße 43

Wir vermissen Dich

In Liebe: **Deine Familie**

Für alle Anteilnahme herzlichen Dank.



Kurz&Bündig

Als Auskunftgeber über soziale Verhältnisse – nicht zuletzt zum Umgang mit Sterben, Tod und Trauer – blickt die Todesanzeige auf eine über 200-jährige Vergangenheit zurück. Die zahlreichen Veränderungen im Laufe der Zeit betreffen nicht nur ihre Gestaltung, sondern auch ihre soziale Funktion. Den Weg der Todesanzeige vom Wirtschaftsteil der Zeitung hin zu den Familienanzeigen und von der Standardisierung hin zur Individualisierung nimmt der Soziologe Matthias Meitzler M.A. von der Goethe-Universität Frankfurt am Main unter die Lupe.

Hinzu kommt, dass Tageszeitungen mit ihren Todesanzeigen gewöhnlich nur eine bestimmte Region abdecken (abgesehen von virtuellen Trauerportalen, die von jedem beliebigen Ort aus zugänglich sind). Die aus beruflichen und infrastrukturellen Gründen angestiegene Mobilität trägt dazu

bei, dass nicht alle, die dem Verstorbenen in irgendeiner Form nahegestanden haben, zum Zeitpunkt seines Todes in der Nähe leben; eine Anzeige würde sie folglich gar nicht erreichen. Da Todesanzeigen aber trotz dieser gesellschaftlichen Veränderungen noch immer beauftragt, gedruckt und gelesen werden, drängt sich die Vermutung auf, dass sie →

EIN
LEBENSKREIS
HAT SICH
GESCHLOSSEN.

Herbert Groß

* 25. November 1920
† 12. März 2012
Gebäudereiniger

Frankfurt

In stiller Trauer:
die Angehörigen

Sein Wunsch war, in aller
Stille beigesetzt zu werden.
Diesen Wunsch haben wir
ihm erfüllt.

Veränderungsprozess gemeint, der im Kern für die Ablösung von traditionellen Richtlinien und für die eigenverantwortliche Gestaltung des Lebens steht, mit allen Chancen und Risiken. Er wirkt sich so sehr auf das soziale Leben aus, dass

dem Bereich der Freizeitgestaltung. Das wesentliche Mittel zur Individualisierung einer Todesanzeige ist das Abdrucken eines Fotos, das den Verstorbenen entweder in Passbildmanier, im Alltagskontext oder während einer für ihn „repräsentativen“ Pose zeigt.

Mit der Individualisierung geht auch eine Pluralisierung der Bezugssysteme einher. Ebenso wie die Familie immer weniger als zentrales soziales Bezugsfeld fungiert und andere Netzwerke diesbezüglich an Boden gewonnen haben, hat auch die Familienanzeige ihre Monopolstellung unter den Todesanzeigen eingebüßt. Je nachdem, wer gestorben ist, finden sich durchaus Anzeigen von Freunden, Arbeitskollegen, Vereinsmitgliedern etc. Auch wenn sich ihre Funktion und ihre Gestalt gewandelt haben (und weiter wandeln werden), ist die Todesanzeige eine bemerkenswerte Form der öffentlichen Thematisierung von Sterben und Trauer. ■

Matthias Meitzler

heute mit einer anderen, dem sozialen Wandel angepassten Bedeutung aufgeladen sind. Bedeutsam scheint vor allem die Bekundung der Trauer zu sein.

Zwischen Standard und Individualisierung

Ein zentraler Aspekt ist die konkrete Gestaltung moderner Todesanzeigen. Wenn noch nicht bei allen, so doch bei vielen Anzeigen lässt sich ein Ausbruch aus der Standardisierung hin zur Individualisierung beobachten. Damit ist ein gesellschaftlicher

auch Todesanzeigen betroffen sind. Es stirbt, so scheint die Botschaft zu lauten, weniger ein Gesellschaftsmitglied, als vielmehr eine einzigartige, unverwechselbare Person – und entsprechend einzigartig muten daher viele Anzeigen an.

Bestimmte gattungstypische Muster werden nach wie vor eingehalten, doch immer häufiger sind Modifizierungen auffällig. Das ist ein Umstand, der nicht nur der Individualisierung, sondern auch der mit ihr verbundenen Säkularisierung Rechnung trägt. An die Stelle von Bibelversen, religiösen Metaphern und christlichen Symbolen treten zunehmend Elemente, die etwas über die individuelle Lebenswelt des Verstorbenen aussagen. Es handelt sich häufig um Motive aus