

Design oder nicht sein

Immer wieder gelingen dem Kuratorium Deutsche Bestattungskultur e. V. für seine jährlichen Veranstaltungen einprägsame Motti, die dennoch eine Pietät und Würde ausstrahlen, wie sie einem dem Berufsverband der Bestatter nahestehenden Verein angemessen sind. 2003 stand eine Tagung zum Beispiel unter dem hoffnungsfrohen Titel „Bestattungskultur – Zukunft gestalten“. Und für dieses Jahr wurde für einen gemeinsam mit dem Deutschen Marketing-Verband veranstalteten Plakatwettbewerb zur Bestattungsvorsorge der nicht minder einfühlsame Slogan gewählt: „Wer nicht wirbt, stirbt!“

Gesucht waren laut Ausschreibung „auffallende, auffallend subtile oder auch betont einfache Entwürfe“. Werbung gewissermaßen, die ins Auge geht. Und insgesamt 321 junge Kreative, Bestatter wie Grafikagenturen gleichermaßen, beteiligten sich. Die Siegerarbeiten „Finale“ (1. Platz), „Weil es oft schneller geht, als uns lieb ist“ (2.) sowie „Du gibst den Löffel ab – und wer löffelt die Suppe aus?“ (3.) werden nun im September in Berlin öffentlich ausgezeichnet. Schon bald könnten sie die geschätzte Kundenschaft bundesweit dezent daran erinnern, dass auch der Letzte irgendwann einmal ins Gras beißt.

Auch dass den Bestattern in Zukunft die Ideen ausgehen, muss nicht befürchtet werden. Wie wäre es mit einem Sargtischler-Wettbewerb „Design oder nicht sein“, dem Totengräber-Contest „Wer andern eine Grube gräbt ...“ oder einer Grabredner-Tagung mit dem Titel „Reden ist Silber ...“? rsc