



Das Magazin

eternity

Jahrgang 27 – Ausgabe Februar 2022

Talare, Totenhemden, Tücher:

Das letzte Outfit

22 Seiten special:

Die offene Aufbahrung

BEFA FORUM 2022:

Erste Vorschau



Im Tod ruhend
 Von der jahrhundertealten Tradition des Aufbahrens Seite 6



Mode für das letzte Fest
 „Schneewittchen oder Der Tod und die Schönheit“ Seite 24



BEFA FORUM 2022
 Vom 26. bis 28. Mai in Düsseldorf

Seite 28

INHALT

Editorial / Impressum	4
Im Tod ruhend	6
Von der jahrhundertealten Tradition des Aufbahrens	
Airbrush lernen	8
Janika Kreutzer zeigt an Schweinefüßen, wie`s geht	
Über das Aufbahren	11
Zum Abschied ein Streicheln über die Wange	
Sehen, um es zu begreifen	12
Offene Aufbahrung auch in Covid-19-Zeiten	
Totenwache	15
Wie eine Tochter den Abschied von der Mutter erlebte	
Erinnerungen, die bleiben	16
Handabgüsse auch von Sternenkindern	
Ständige Berührung	18
Elisa Verkoelen erschafft Erinnerungen zum Benutzen	
Das letzte Outfit	20
Talare, Tücher, Totenhemden	
Mode für das letzte Fest	24
„Schneewittchen oder Der Tod und die Schönheit“	
Auf und Ableben	26
Ein Film über die wunderbare Wirkung einer Aufbahrung	
BEFA FORUM 2022	28
Vom 26. bis 28. Mai in Düsseldorf	
Eine echte Hilfe:	30
Der Abmelde-Assistent für Bestatter und Kunden	
Leben und Tod	33
Junge Menschen in der Sterbe- und Trauerbegleitung	
Muss der Bestatter Auskunft geben?	35
Wenn Angehörige nach Ort und Zeit der Beisetzung fragen	
Buchtipps	36
Vorschau:	38
Das lesen Sie im April	
Der letzte Schrei	38
Strandruhe	



Mode für das letzte Fest

„Schneewittchen oder Der Tod und die Schönheit“

Wenn Särge und Urnen schon zu Lebzeiten ihres Besitzers ein erfülltes Dasein als Schränke, Vasen und Truhen führen können, warum sollte das nicht auch für schicke Kleidung gelten? In einem Münchner Ladenlokal, direkt gegenüber von Dallmayr in allerbesten Lage, kann man sich derzeit rundherum ausstatten lassen für das letzte Fest. Und viele andere vorher.

Mit ihrem Projekt „Schneewittchen – oder Der Tod und die Schönheit“ hatten sich die Bestatterin Lydia Gastroph und die Modedesignerin Barbara Weigand bei der Stadt München um die Zwischennutzung des leerstehenden Ladenlokals beworben. Entstehen sollte „eine Galerie für Begräbniskunst und Anlass-Mode im Herzen Münchens, dort wo so viele von uns leben, arbeiten und einkaufen gehen“. Der kühne Plan überzeugte: mit Unterstützung des Kompetenzteams der Kultur- und Kreativwirtschaft in München konnten die beiden Frauen im Herbst 2021 den Pop-up-Laden eröffnen. Seither sorgt ihr außergewöhnliches Shoppingangebot bundesweit für Schlagzeilen.

„Verstärkt durch die Pandemie-Erfahrungen der letzten 18 Monate, möchte der Mensch mit neuen Formen Traditionelles begehen“, sagt Bestatterin Lydia Gastroph. Sie beschäftigt sich seit vielen Jahren mit schönen, letzten Dingen. Eine Kollektion von Urnen und Särgen, die von namhaften Designern gestaltet wurden, hat sie bereits 2010 unter dem Label „weis über den tod hinaus“ vorgestellt. Als Absolventin der Münchner Akademie der Bildenden Künste und diplomierte Goldschmiedin war ihr die einförmige Gestaltung vieler industriell produzierter Bestattungsprodukte aufgefallen. Das wollte sie ändern.

Seit 2019 bietet sie komplette Bestattungen an. Alle Särge und Urnen, die sie anbietet, lassen sich als Schrank oder Truhe, als Gefäß oder Vase verwenden.

„weis über den tod hinaus“ enttabuisiert das Thema Tod, behandelt es als etwas Alltägliches, als Teil unseres Lebens. „Nicht nur die letzten Dinge werden individuell geformt, wir bieten auch den Rahmen für das gesamte Geschehen, in dem

die Wünsche der Sterbenden und ihrer Angehörigen im Mittelpunkt stehen“, sagt sie.

Dabei arbeitet sie mit Stephan Alof, Gastronom und langjähriger Kirchenvorstand von St. Maximilian, München, zusammen. Er sieht sich immer wieder mit dem Wunsch konfrontiert, nicht nur Taufen und Hochzeiten zeitgemäß zu feiern. Auch das Bedürfnis nach persönlich gestalteten Trauerfeiern und Begräbnissen werde zunehmend häufiger geäußert. Trauerfeiern und Bestattungen schon vor dem Tod zu planen – das ist das Angebot, das Gastroph und Alof all denen machen, die sich auf den letzten Weg vorbereiten wollen.

Zu diesem Weg gehört auch die richtige Kleidung. Mit der Textildesignerin Barbara Weigand hat Lydia Gastroph dabei die richtige Partnerin an ihrer Seite. 2008 gründete Weigand das Label IOSOY. Material, Form und Farbe in ungewöhnlichen Kombinationen tragbar zu machen, wurde zu ihrem Markenzeichen. IOSOY bedeutet „ich bin“ – das Anagramm YOSOI steht für Y(OUR) O(WN) S(TORY) O(F) I(NTEGRITY). Ihre Stoffe entwirft und produziert sie selbst.

Im „Schneewittchen“-Laden können die Kollektionen von I O S O Y direkt anprobiert und gekauft oder maßangefertigt werden. Geeignet sind sie für jegliche Art von Feiern, inclusive der letzten. Auch die Produkte der Begräbniskunst, wie die Särge und Urnen, sind käuflich zu erwerben.

Bis Juli, vielleicht sogar bis Ende 2022, werden die beiden Frauen ihren Laden am Münchner Marienplatz behalten. Es wird immer wieder wechselnde, kunstvoll gestaltete Schaufenster geben, außerdem Lesungen, Leichenschmäuse, Modeschauen und andere Veranstaltungen. „Künstlerinnen und Künstler aus unserem Team finden an diesem Ort eine Platt-



Bestatterin Lydia Gastroph und Stephan Alof.

form, um sich mit dem Thema „Tod und Schönheit“ öffentlich auseinandersetzen zu können und so ein neues Publikum dafür zu sensibilisieren“, berichtet die Bestatterin. „Die Besucher sind erstaunt, manchmal sogar zu Tränen gerührt, weil sie, wie sie sagen, so etwas Schönes noch nie gesehen haben. Ganze Mensentrauben bleiben vor unserem großen Schaufenster stehen und diskutieren miteinander und beklatschen das, was sie sehen.“ Dem Thema Trauer und wie wir damit umgehen, steht ein prominenter Platz in unserer Gesellschaft eben gut zu Gesicht.

Weitere Infos:

Lydia Gastroph – w e i s s über den tod hinaus – gastroph-alof.de

Barbara Weigand – I O S O Y – iosoy.com

Petra Willems

In diesem Münchner Ladenlokal, direkt gegenüber von Dallmayr in allerbesten Lage, findet man Modisches für jegliche Art von Feiern, inclusive der letzten.

