

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 Umweltschutzauflagen 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, anrüchig 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.¹

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.² 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.³

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.⁴

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, anwendungs-offenen 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.

1.1 Ökonomisierung als Prozess der moralischen Bewertung von Gütern

Wie lässt sich die moralische Dimension von Ökonomisierung theoretisch fassen? Um diese Frage zu beantworten ist es notwendig, sich näher mit dem Einfluss moralischer Werturteile auf das ökonomische Handeln zu beschäftigen. Die Wirtschaftssoziologie hat sich dieser Thematik insbesondere im Hinblick auf die Auswirkungen wertbezogenen Verhaltens auf die Funktionsweise und die Struktur von Märkten gewidmet (Beckert 2005a, 2006; Etzioni 1988; Friedman 2008; Zak 2008a). Im Bereich der Sozial- und Moralphilosophie finden sich dagegen Arbeiten, die sich mit der moralischen Fundierung sozialer Austauschverbote befassen (Andre 1992; Ertman/Williams 2005; Jensen 2010; Radin 1996; Sandel 1998; Satz 2010; Strasser 2003a; Walzer [1983]2006). Diese Studien legen den Schwerpunkt auf die Frage, warum bestimmte Produkte und Dienstleistungen mit sozialen Tabus belegt sind, während andere als marktgeeignet eingestuft werden.⁵

In den meisten dieser Forschungsarbeiten wird anhand des Grades der Markttauglichkeit zwischen drei Arten von Gütern differenziert (vgl. Borgmann 2006: 200). Zur ersten Kategorie gehören Waren, die aufgrund ihrer besonderen Charakteristika als marktungeeignet gelten oder schlichtweg nicht handelbar sind. Walzer ([1983]2006: 153–161) benennt vierzehn Dinge, wie Menschen, politische Rechte und soziale Beziehungen, die sich nicht durch Kauf erwerben lassen. Andre (1992) differenziert zusätzlich zwischen den physischen Eigenschaften und der moralischen Bewertung von Gütern. Sie grenzt physisch nicht handelbare Dinge, beispielsweise Freundschaft, von solchen Entitäten ab, die zwar verkauft werden könnten, aber nicht veräußert werden sollten, wie etwa Menschen. Zudem unterscheidet sie zwischen untrennbar mit der Person verbundenen Dingen, beispielsweise Erinnerungen, und solchen Ressourcen, die potenziell von der Person abgetrennt werden könnten, jedoch nicht auf Märkten gehandelt werden sollten – wie etwa Bürgerrechte. Ihr zufolge erstrecken sich Austauschverbote somit nicht nur auf nicht handelbare Güter, sondern auch auf Dinge, deren Verkauf in moralischer oder physischer Hinsicht als schädlich für Einzelpersonen oder die Gesellschaft bewertet wird (vgl. Nelson 1991: 68–75). Satz (2010) verweist zusätzlich auf die Gefahr einer Einschrän-

⁵ Neben diesen Studien, in denen Moral als erklärende Variable für wirtschaftliches Handeln thematisiert wird, finden sich im Bereich der Wirtschaftsforschung ebenso Arbeiten, die sich mit sozialen Werten als zu erklärender Variable, also dem Einfluss von Märkten auf Moral, beschäftigen (Hirschman 1982, 1986: 105–141; Sennet 1998). Für das Verständnis von Ökonomisierungsprozessen sind jedoch lediglich jene Schriften von Interesse, die das wertbezogene Verhalten in kapitalistischen Ökonomien, das heißt, den Effekt von Moral auf Märkte untersuchen.

kung des Urteilsvermögens und der Entscheidungsfreiheit als Ursachen für blockierte Tauschgeschäfte. Roth (2007) betont hingegen die Rolle kulturell erworbener Abneigungen, wie sie bei Nahrungstabus und den damit verbundenen Austauschverboten dieser Nahrungsmittel zum Tragen kommen.⁶

Die zweite Klasse von Gütern bilden solche Produkte, die grundsätzlich als marktkompatibel gelten. Walzer ([1983]2006: 161) zufolge fallen vorwiegend die zum Leben notwendigen Gebrauchsgüter in diese Kategorie:

Die Rede ist von all den Gegenständen, Gütern, Waren, Produkten und Dienstleistungen, die [...] als nützlich oder angenehm empfunden werden, mithin von dem üblichen Inventar von Basaren, Magazinen und Handelszentren. Dazu gehören, und haben vermutlich immer gehört, Luxusgüter ebenso wie Stapelwaren, Güter, die schön sind, ebenso wie Güter, die funktional und haltbar sind.

Es handelt sich bei diesen Produkten also um standardisierte, nicht an die Person gebundene Waren, die weder eine Bedrohung für die Transaktionspartner darstellen noch durch den Markttausch als solchen in ihrer Existenz gefährdet werden.

Einige Autoren unterscheiden zusätzlich eine dritte Klasse von Gütern, die zwischen diesen beiden Extrempositionen angesiedelt ist. Diese Kategorie umfasst eine Reihe ambivalenter Produkte, die weder gänzlich verboten noch vollkommen frei handelbar sind. Radin (1996) spricht diesbezüglich von einer unvollständigen beziehungsweise partiellen Kommodifizierung, die sich in einer Parallelität widerstreitender Auffassungen über die Markteignung des betreffenden Gutes äußert.⁷ Als Beispiele führt sie den Handel mit menschlichen Körperteilen, sexuellen Dienstleistungen, Emissionsrechten, aber auch Kinderarbeit und Glücksspiel an. Obwohl der Ansatz von Radin grundsätzlich überzeugt, greift er in einem Punkt zu kurz. So unterscheidet sie nicht zwischen gesetzlich festgeschriebenen Austauschverboten und sozialen Erwartungen, die das Markthandeln auf informeller Ebene einschränken. Eine solche Differenzierung ist jedoch notwendig, um unvollständig kommodifizierte Waren trennscharf von vollständig blockierten Tauschgütern abgrenzen zu können.

Aus diesem Grund unterscheide ich in dieser Arbeit zusätzlich zwei Ausprägungen partiell kommodifizierter Güter: legal-illegitime Produkte, beispielswei-

⁶ Häufig handelt es sich bei blockierten Gütern um Dinge, die sich nur schwer quantitativ bemessen oder gegeneinander abwägen lassen und die schon allein deshalb für den Markttausch ungeeignet erscheinen (vgl. Chang 1997; Espeland/Stevens 1998: 326–328). Dieser Aspekt gilt zum Teil auch für die weiter unten eingeführte Klasse partiell kommodifizierter Produkte.

⁷ Vgl. hierzu auch die sozialpsychologischen Experimentalstudien von McGraw/Tetlock/Kristel (2003), McGraw/Tetlock (2005), Tetlock et al. (2003) und Tetlock (2003).

se sexuelle Dienstleistungen, und illegal-legitime Waren, etwa Organe.⁸ Nimmt man die zwei zuerst genannten Güterklassen hinzu, ergeben sich so insgesamt vier Kategorien der Markttauglichkeit, die durch ihren jeweiligen Legalitäts- und Legitimitätsstatus voneinander abgegrenzt sind (siehe Abbildung 1-1, S. 20). Legitimität bezeichnet in diesem Zusammenhang einen Zustand der inneren Anerkennung einer Ware als marktgeeignet. Legalität bezieht sich demgegenüber auf die Gesetzeskonformität einer Marktordnung (vgl. Nohlen 2002; Suchman 1995). Illegal-illegitime und legal-legitime Märkte korrespondieren mit den beiden zuerst genannten Kategorien der Markttauglichkeit. Sie zeichnen sich durch eine weitgehende *Kongruenz*, also die Übereinstimmung von formeller und informeller Anerkennung aus. Hier bestehen kaum Konflikte zwischen legalem Status und moralischem Empfinden. Als Beispiele für illegal-illegitime Güter lassen sich einige Massenvernichtungswaffen sowie harte Drogen anführen. Zur Klasse der legal-legitimen Produkte gehören – wie bereits erwähnt – vor allem Gegenstände des täglichen Gebrauchs.

Legal-illegitime und illegal-legitime Märkte sind hingegen durch eine *Inkongruenz* von Marktauffassungen charakterisiert. Gemeint sind damit nicht nur die von Radin beschriebenen konfligierenden Vorstellungen über die Markteignung des betreffenden Gutes. Der Begriff »Inkongruenz« bezieht sich in diesem Zusammenhang vielmehr auf die in solchen Märkten vorherrschende Diskrepanz zwischen rechtlichem Status und moralischem Empfinden. Beim Organhandel als einem illegal-legitimen Markt ergibt sich diese Situation aus der Parallelität von positiven und negativen Folgen. Zwar ist der freie Handel von menschlichen Körperteilen aus verschiedenen Gründen problematisch. Die Legalisierung des kommerziellen Austauschs von Organen könnte jedoch – so die Hoffnung der Befürworter – die notorische Knappheit dieses Gutes beseitigen und damit zur Heilung von schwer kranken Menschen beitragen. Weil der Organhandel demnach auch sozial erwünschte Ergebnisse produzieren könnte, sind Organe im Gegensatz zu anderen illegalen Gütern – beispielsweise einigen Massenvernichtungswaffen – eine vergleichsweise legitime Handelsware (vgl. Healy 2004, 2006: 2–4; Nelson 1991; Wehinger 2011: 60–63).

Ein weiteres Beispiel für ein illegal-legitimes Produkt sind rauschinduzierende Cannabisprodukte. Während der Verkauf von »harten« Drogen, wie Heroin und Kokain, in Deutschland verboten ist und gleichzeitig als illegitim gilt, wird die Möglichkeit der kontrollierten Abgabe weicher Rauschmittel, etwa Haschisch und Marihuana, seit den 1970er-Jahren immer wieder diskutiert und

8 Vgl. hierzu auch die Literaturübersicht zur Soziologie illegaler Märkte von Wehinger (2011). Die folgenden Aussagen über die Legalität und Legitimität von Gütern beziehen sich auf die rechtliche Situation in Deutschland.

in einigen Fällen auch umgesetzt (vgl. Frankfurter Rundschau 2009). Auch die große Selbstverständlichkeit, mit der Cannabis bei vielen Gelegenheiten öffentlich konsumiert wird, darf als Indiz dafür gewertet werden, dass es sich dabei zwar um ein illegales, in bestimmten Bevölkerungsschichten jedoch weithin gebilligtes Gut handelt (Geschwinde [1985]2007: 15–28; vgl. Wehinger 2011: 21). In illegal-legitimen Märkten wird der wirtschaftliche Handlungsspielraum demnach in erster Linie durch kodifiziertes Recht eingeschränkt. Gleichzeitig legt das kollektive moralische Empfinden eine partielle oder vollständige Legalisierung dieser Produkte nahe. In diesen Märkten ist der Güteraustausch also illegal, erscheint unter bestimmten Bedingungen jedoch als legitim.

Genau gegensätzlich verhält es sich mit legal-illegitimen Gütern. Letztere werden zwar auf rechtskonformen Märkten gehandelt, der Austausch unterliegt jedoch moralischen Restriktionen, die sich aus sozialen Erwartungen ergeben. Die bestehenden Wertvorstellungen zielen dabei auf eine partielle oder vollständige Einschränkung des Austauschs dieser Produkte. Als Beispiele für legal-illegitime Märkte lassen sich in Deutschland die Prostitution (vgl. Prasad 1999; Sanders/O'Neill/Pitcher 2009; Wehinger 2011: 38–40) und das Bestattungswesen (vgl. Trompette 2007) anführen. So gelten der Verkauf sexueller Dienstleistungen und die Bereicherung am Tod als anrühige Formen des Gelderwerbs. Um die daraus resultierenden Tabus zu umgehen, müssen in diesen Märkten zum Teil genuin wirtschaftliche Handlungsweisen als vermeintlich nicht ökonomisches Verhalten getarnt werden. Dies äußert sich in einer Vermeidung bestimmter Bewertungs-, Entscheidungs- und Absatzsteigerungsstrategien. Trompette spricht mit Blick auf das Beerdigungswesen deshalb von einem »illegitimen Markt«:

[T]he funeral business is an actor strongly reluctant to show itself as partaking of a market, since that market is considered illegitimate. In other words, the limits of this competitive market have to do not so much with any objective conditions of market organization (Garcia, 1986) as with the social taboo against staging this market as market. (Trompette 2007: 7)

In legal-illegitimen Märkten zeigt sich die moralische Spannung zwischen Sakralem und Profanem besonders deutlich (vgl. Durkheim [1912]1994: 66). Beim Handel mit sexuellen Dienstleistungen und Bestattungsgütern geraten Wertvorstellungen, welche die Person als einzigartig und den menschlichen Körper als heilig charakterisieren, mit der Logik des Markttauschs in Konflikt. Im ersten Fall entsteht moralisches Unbehagen insbesondere deshalb, weil die Prostitution den sozialen und emotionalen Legitimitätsgrundlagen des Sexuellen entgegenläuft. Im Bestattungsmarkt spielt dagegen der implizite Zwang zur Bemessung unschätzbbarer Dinge in Geldwert eine Rolle (Andre 1992: 14; Healy 2004: 338–340, 2006: 24–31; Zelizer 1978: 599–602, 1983: 42–48).

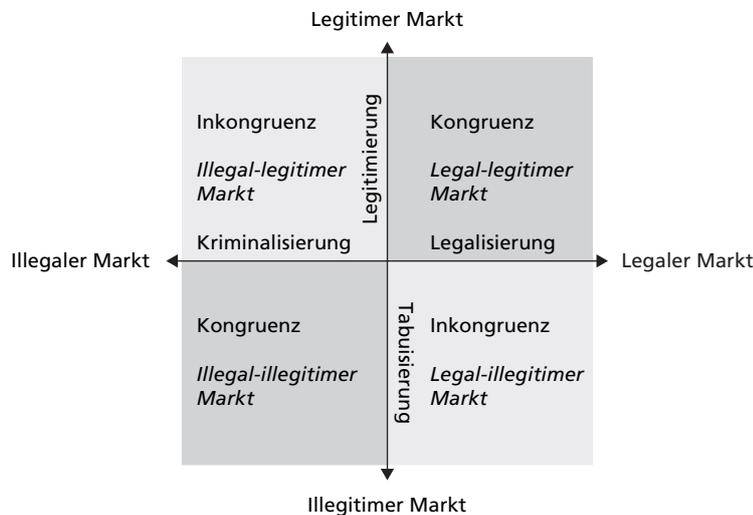
Zusätzlich zur starken informellen Strukturierung durch soziale Erwartungen weisen legal-illegitime Märkte zumeist eine hohe Regeldichte auf. Die Grenze zur Illegalität verläuft nicht selten fließend. So sind angrenzende Bereiche oder Segmente legal-illegitimer Märkte, wie beispielsweise die Kinderprostitution, oftmals illegal oder dem Markt entzogen. Diese Überlappungen verdeutlichen, dass es sich bei den hier beschriebenen moralischen Kategorien um Idealtypen handelt. Reale Märkte lassen sich nicht immer trennscharf zuordnen. Folglich müssen die Gegensatzpaare »Legal-Illegal« und »Legitim-Illegitim« jeweils als Kontinuum zwischen zwei Extrempositionen verstanden werden.

Grundsätzlich unterliegt die moralische Bewertung von Gütern einem stetigen, oft konfliktvoll verlaufenden Prozess der Neudefinition (Appadurai 1986: 6–16; Walzer [1983]2006: 153–161). Die Arbeiten von Zelizer (1978, 1983) über den Wandel der Lebensversicherung in den USA während des 19. Jahrhunderts zeigen, wie sich ein Produkt innerhalb weniger Jahrzehnte von einem legal-illegitimen zu einem legal-legitimen Gut entwickeln kann. Zelizer führt die anfängliche Ablehnung der Lebensversicherung auf Wertvorstellungen und Glaubensüberzeugungen zurück, die eine materielle Bewertung des Todes als unmoralisch und schädlich verurteilten. Die Lebensversicherung konnte sich erst infolge gesellschaftlicher Modernisierungsprozesse etablieren, die mit einer Legitimierung ökonomischen Denkens und Handelns verbunden waren. Allmählich entwickelte sich die Lebensversicherung – nicht zuletzt als Ergebnis aggressiven Marketings – zu einem weltlichen Ritual des »guten Todes« und damit zu einem weithin gebilligten Produkt.

Eine ähnliche Entwicklung dokumentiert Chan (2009, 2012) in ihrer Arbeit über die jüngste Restrukturierung des Marktes für Lebensversicherungen in China. Auch hier existierten moralische Widerstände gegen eine Kommodifizierung des Todes. Anders als Zelizer macht Chan jedoch Veränderungen des unternehmerischen Handelns für den Legimitätszuwachs verantwortlich. Sie zeigt, dass sich die moralischen Bedenken in diesem speziellen Fall nicht durch allgemeine Säkularisierungstendenzen, sondern infolge einer Anpassung der Marketingstrategien an bestehende kulturelle Vorstellungen auflösten. Die Arbeiten von Zelizer und Chang veranschaulichen somit, dass Veränderungen der moralischen Bewertung von Gütern zum Wandel von Märkten beitragen können.

Ökonomische Veränderungen können sich jedoch nicht nur infolge einer Legitimierung des wirtschaftlichen Austauschs, sondern ebenso als Resultat einer Tabuisierung von Gütern ereignen. Lawrence/Phillips (2004) beschreiben in ihrer Studie zur Herausbildung der kommerziellen Walbeobachtung in Kanada einen solchen Wandlungsprozess. Während Wale noch zu Beginn des 20. Jahrhunderts als ökonomische Ressource wahrgenommen wurden, entwickelten

Abbildung 1-1 Legalität und Legitimität auf Märkten



sich Walerzeugnisse im Verlauf des 20. Jahrhunderts durch moralische Veränderungen von legal-legitimen zu moralisch umstrittenen und hoch regulierten Gütern (vgl. Wehinger 2011: 90–91). Mittlerweile werden ihnen quasimenschliche Eigenschaften und eine starke symbolische Bedeutung zugeschrieben:

Currently, the reconstructed whales are no longer resources to be harvested or even species to be saved, but rather individuals to be appreciated and respected. The whales exhibit almost human behaviors and are associated with mythical properties. (Lawrence/Phillips 2004: 698)

Die Entstehung der kommerziellen Walbeobachtung war somit nicht das Resultat einer Auflösung moralischer Barrieren. Der Markt bildete sich vielmehr als Folge einer Ausweitung sozialer Verbote heraus, die mit einer Tabuisierung bestimmter wirtschaftlicher Handlungen einherging. Lawrence/Phillips (2004) weisen in diesem Zusammenhang jedoch ebenfalls auf die große Bedeutung unternehmerischen Handelns für die Entstehung dieses Marktes hin. Auch wenn der Wandel kultureller Vorstellungen eine wichtige Voraussetzung war, hing die tatsächliche Realisierung und konkrete institutionelle Ausgestaltung des Marktes maßgeblich von den Aktivitäten lokaler Pionierunternehmer ab.

Ein weiteres Beispiel für wirtschaftlichen Wandel infolge einer Tabuisierung von Produkten ist der seit den 1990er-Jahren in vielen modernen Wohlstandsgesellschaften sichtbare Trend zur Entstehung von Märkten für moralisch ver-

edelte Güter, wie Fair-Trade-Produkte, Bio-Lebensmittel oder Ökostrom. Anders als bei herkömmlichen Waren sind bei der Herstellung und beim Kauf derartiger Güter bestimmte moralische Kriterien des Wirtschaftens maßgebend. Stehr et al. (2006, 2007, 2008) führen den zeitgenössischen Trend zur Herausbildung moralisierter Märkte und der damit verbundenen Tabuisierung herkömmlicher Waren insbesondere auf gewandelte Wertvorstellungen und die Zunahme des materiellen Wohlstands und des gesellschaftlichen Wissens zurück:

To put it simply, as people become more and more affluent, they can afford to be and purchase what they perceive to be morally right. (Stehr/Henning/Weiler 2006: 2)

Ihnen zufolge orientiert sich das Markthandeln von Produzenten und Konsumenten heutzutage in weit stärkerem Maße an ökologischen, sozialen und politischen Bewertungsmaßstäben als noch vor zwei Jahrzehnten (vgl. Lübke 2001; Priddat 2006).

Die hier vorgenommene Kategorisierung von Märkten erlaubt also nicht nur eine genauere Verortung des in dieser Arbeit analysierten empirischen Falles, sondern ermöglicht zugleich, moralische und wirtschaftliche Veränderungen in einen systematischen Zusammenhang zu bringen. Ökonomischer Wandel erscheint somit wahlweise als das Resultat einer Legitimierung, Tabuisierung, Legalisierung oder Kriminalisierung des Markttauschs von Gütern. In Abbildung 1-1 ist der von mir skizzierte Ansatz grafisch dargestellt.⁹

Ökonomischer Wandel und Marktentstehung sind jedoch nicht gleichbedeutend mit Ökonomisierung. Wie das Beispiel der kommerziellen Walbeobachtung gezeigt hat, können neue Märkte auch durch eine Tabuisierung des Markttauschs von Gütern entstehen. Von Ökonomisierung kann hingegen erst dann gesprochen werden, wenn wirtschaftliche Veränderungen mit einer Intensivierung effizienz- und rentabilitätsorientierten Handelns verbunden sind. Ökonomischer Wandel infolge einer Tabuisierung und Kriminalisierung des Markttauschs von Gütern lässt sich daher nicht als Ökonomisierungsprozess deuten, da in diesem Fall das Marktprinzip eingedämmt und nicht ausgeweitet wird. In moralischer Hinsicht entspricht Ökonomisierung demnach einer Legalisierung und Legitimierung wirtschaftlichen Handelns. Der Begriff »Legalisierung« bezieht sich in diesem Zusammenhang auf die Aufhebung gesetzlich festgeschriebener Austauschverbote in vormals explizit nicht marktförmig geregelten Bereichen oder illegalen Märkten. Ein Zuwachs an Legitimität macht sich hingegen dadurch bemerkbar, dass informelle Vorbehalte schwinden und sich infolgedessen vormals tabuisierte Formen wirtschaftlichen Handelns etablieren können.

⁹ Ein ähnlicher Ansatz zur moralischen Kategorisierung von Märkten findet sich bei Wehinger (2011: 119).

Ökonomisierung lässt sich demnach als ein Prozess der Neubewertung von Gütern beschreiben, in dessen Verlauf die Grenzen der Markttauglichkeit verhandelt und festgelegt werden (vgl. Ertman/Williams 2005: 4). Vermarktlichung ist also keineswegs das Ergebnis einer natürlichen Entwicklungstendenz, sondern ein Resultat moralischen und gesellschaftlichen Wandels. Weil Austauschverbote und Vermarktlichung in einem Spannungsverhältnis stehen, kommt es bei der Ökonomisierung legal-illegitimer und illegal-legitimer Märkte allerdings häufig zu moralischen Konflikten. In solchen Bereichen bilden sich oft soziale Gegenbewegungen heraus, die sich gegen eine Ausweitung von Marktbeziehungen einsetzen (vgl. Polanyi 1944).

Die hier vorgestellten Studien haben zudem gezeigt, dass moralische Veränderungen, insbesondere Enttraditionalisierungsprozesse, eine wichtige Ursache für wirtschaftlichen Wandel sind. So bilden sich die notwendigen Entscheidungs- und Gestaltungsspielräume für ökonomische Veränderungen oftmals erst durch die Herauslösung des Individuums aus sozialen und religiösen Pflichten:

[D]etraditionalization involves a shift of authority: from without to within. It entails the decline of the belief in pre-given or natural orders of things. Individual subjects are themselves called upon to exercise authority in the face of the disorder and contingency which is thereby generated. (Heelas 1996: 2)

Enttraditionalisierungsprozesse können auf diese Weise zur Auflösung des Spannungsverhältnisses zwischen ökonomischen Anforderungen und moralischen Vorstellungen und damit zur Legitimierung der Ausweitung von Marktbeziehungen beitragen. Die Analyse von Ökonomisierungsdynamiken erfordert deshalb nicht nur die Berücksichtigung ideologischen und wirtschaftlichen Wandels, sondern ebenso die Einbeziehung von Veränderungen der moralischen Bewertung von Gütern.

1.2 Der Bestattungsmarkt als Gegenstand sozialwissenschaftlicher Forschung

Als Forschungsgegenstand der Soziologie fällt der Bestattungsmarkt sowohl in den Zuständigkeitsbereich der Thanatosoziologie als auch in den der Wirtschaftssoziologie. Bei ersterer handelt es sich um eine noch vergleichsweise junge und kaum institutionalisierte Spezialdisziplin, die sich mit den sozialen Aspekten menschlichen Sterbens, also dem Verhältnis von Tod und Gesellschaft befasst. Gegenstand der Thanatosoziologie sind die sozialen Einstellungen zum Tod, ritualisierte Praktiken zu seiner Bewältigung und die institutionelle Aus-

gestaltung des Sterbeprozesses (Feldmann 2004; Knoblauch/Zingerle 2005). Die Wirtschaftssoziologie widmet sich dagegen den sozialen Bedingungen ökonomischen Denkens und Handelns, also dem Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft. Studien aus diesem Bereich konzentrieren sich zumeist auf die Mechanismen der Handlungskoordination auf Märkten und in wirtschaftlichen Institutionen sowie die soziale Dynamik ökonomischen Wandels (Beckert/Diaz-Bone/Gaßmann 2007). Im Folgenden werden die wichtigsten soziologischen Forschungsarbeiten zur Funktionsweise und zur Transformation von Bestattungsmärkten aus beiden Spezialdisziplinen vorgestellt und existierende Forschungslücken aufgezeigt. Da sich die Totenfürsorge aufgrund ihrer starken kulturellen und institutionellen Einbettung in verschiedenen Ländern stark unterscheidet, sind vor allem Schriften zum deutschen Beerdigungswesen von Interesse. Auf andere nationale Bestattungsmärkte wird jedoch dann Bezug genommen, wenn sich dadurch neue Erkenntnisse für die in dieser Arbeit angestrebte Analyse des deutschen Falles ergeben.

Im Bereich der Thanatosoziologie werden die wirtschaftlichen Aspekte der Beerdigung vorwiegend in Arbeiten zur Entwicklung des Bestatterberufs thematisiert. Der Sammelband von Herzog/Fischer (2003b) zeichnet die Entstehung verschiedener Berufsgruppen der Totenfürsorge nach. Zwar behandeln die einzelnen Beiträge des Bandes in erster Linie die Ursachen für die offensichtliche Marginalisierung dieser Berufsgruppe. Implizit wird jedoch auch die historische Herausbildung des modernen Beerdigungsmarkts sowie die Spezialisierung und Professionalisierung des Bestattungsunternehmers thematisiert. Gleiches gilt für die geschichtswissenschaftlichen Monografien von Illi (1992) und Rädlinger (1996), die jeweils die Entwicklung des Bestattungsgewerbes für die Städte Zürich respektive München untersuchen. Beide beschreiben die regional spezifische Genese des Berufstandes und leisten damit implizit einen Beitrag zum Verständnis der sukzessiven Kommodifizierung dieser Tätigkeit während der letzten Jahrhunderte. Die Dissertation von Hänel (2003) widmet sich demgegenüber dem Wandel des Bestatterberufs während des 20. Jahrhunderts. Sie untersucht den Einfluss der Berufsverbände auf die Selbstbilder von Bestattungsunternehmern und die Selbstdarstellung derselben in Werbemedien. Dabei beschreibt sie, wie sich das Idealbild des Bestatters in den letzten Jahrzehnten vom erfolgreichen Sargverkäufer zum fachkompetenten, trauerpsychologisch geschulten Bestattungsexperten entwickelte. Ebenfalls auf die jüngere Vergangenheit bezogen ist die Promotionsschrift von Nölle (2003) über die Bestattungspraxis in Deutschland. In seiner Arbeit steht explizit der ökonomische Aspekt im Vordergrund, insbesondere die Möglichkeiten und Limitierungen rationalen Handelns in diesem Bereich. Die Forschungsarbeit von Kahl (2007, 2008) untersucht aktuelle Transformationsprozesse im Bestattungswesen. Sie

widmet sich in erster Linie der gestiegenen Sichtbarkeit von Beerdigungsunternehmen im öffentlichen Raum und deutet diese Entwicklung als umfassenden wirtschaftlichen und kulturellen Wandlungsprozess.

Neben den genannten Studien existieren verschiedene deskriptiv angelegte Materialsammlungen zum deutschen Bestattungsmarkt. Dazu gehören einerseits Lexika und Enzyklopädien (Beltz 1993; Sörries 2002; Sörries/Knöll 2005), Marktanalysen (Breuer/Daumann 2010; Hemmer/Höferl/Hollos 2003; MSI Marketing Research for Industry Ltd. 2005) und Statistiken (Statistisches Bundesamt 2005c, 2008b) sowie Bestatter-Handbücher und andere branchennahe Publikationen (Forster/Rolf 2008; Gaedke/Diefenbach 2004; Lichtner/Bläsius 2007). Obwohl diese Arbeiten meist keinen eigenständigen theoretischen Beitrag zur bestehenden Forschung leisten, stellen sie wertvolles Hintergrundwissen bereit und bieten Einblicke in die betriebswirtschaftlichen Abläufe innerhalb der Branche. Zudem werden historische und zeitgenössische Entwicklungstrends im Bestattungs- und Friedhofswesen dokumentiert, wobei auch wirtschaftliche Aspekte zur Sprache kommen.

Allen genannten Studien ist gemeinsam, dass sie den Bestattungsmarkt als einen besonderen Handlungsraum charakterisieren, in dem das wirtschaftliche Verhalten durch soziale Tabus eingeschränkt ist. Zumeist bezieht sich diese Einschätzung auf die Handlungsoptionen von Bestattungsunternehmen, während die Tabuisierung auf der Kundenseite weitgehend unberücksichtigt bleibt. Da die zitierten Schriften dem Bereich der Thanatosoziologie entstammen, fehlt überdies eine dezidiert wirtschaftssoziologisch fundierte Interpretation der empirischen Befunde. Allenfalls die Arbeiten von Nölle (2003) und Kahl (2007, 2008) zeigen Ansätze einer marktsoziologischen Auseinandersetzung mit dem Forschungsgegenstand.

Eine genuin wirtschaftssoziologische Herangehensweise verfolgen die Studien von Trompette (2005, 2007) und Trompette/Boissin (2000, 2004) zur Struktur und zum Wandel des französischen Bestattungsmarkts. Darin stellen sie einerseits den großen Einfluss von professionellen Netzwerken auf die Wettbewerbsdynamik und die Entscheidungsspielräume der Kunden heraus. Andererseits rekonstruieren sie den Liberalisierungsprozess der französischen Beerdigungsindustrie während der 1990er-Jahre. Ihre besondere Aufmerksamkeit gilt dem Einfluss unternehmerischen Handelns auf die Restrukturierung des Marktes.

Das US-amerikanische Bestattungsgewerbe wird vor allem von Wirtschaftswissenschaftlern als Fallbeispiel herangezogen.¹⁰ Die Arbeiten von Chevalier/Scott Morton (2008) und Harrington/Krynski (2002) analysieren den Effekt

¹⁰ Eine umfassende Marktanalyse der US-amerikanischen Bestattungsindustrie unternimmt Smith (1996).

staatlicher Regulierung auf das wirtschaftliche Handeln. Kopp/Kemp (2007a, 2007b) beschäftigen sich demgegenüber mit Fragen des Verbraucherschutzes, wie etwa dem Wissen der Kunden um ihre Rechte als Käufer von Beerdigungsgütern. Während in diesen Studien die Frage nach der optimalen Gestaltung dieses Wirtschaftsbereichs im Vordergrund steht, widmen sich Pine/Phillips (1970) dem Einfluss verschiedener sozialer und soziodemografischer Faktoren auf die Höhe der Bestattungsausgaben (vgl. auch Banks 1998, 2003). Sie stellen unter anderem fest, dass Angehörige der Mittel- und Oberschicht, ältere Menschen und Frauen überdurchschnittlich viel für die Beerdigung aufwenden. In eine ähnliche Richtung zielt auch die Arbeit von Fan/Zick (2004), in der die ökonomische Belastung durch Bestattungsausgaben in Abhängigkeit vom Familienstand analysiert wird. Weniger auf die Struktur des Marktes als vielmehr auf seinen Wandlungsprozess konzentrieren sich die Studien von Sanders (2008, 2009). Er beobachtet eine umfassende ökonomische und kulturelle Transformation des US-amerikanischen Bestattungswesens, die sich sowohl in neuen Marktstrategien als auch in veränderten Konsummustern widerspiegelt.

Darüber hinaus gibt es einzelne Arbeiten zu anderen nationalen Bestattungsmärkten. Die Untersuchung von Cottle/Keys (2007) nimmt am Beispiel der transnational agierenden Service Corporation International (SCI) die jüngsten Globalisierungs- und Monopolisierungstendenzen in der australischen Beerdigungsindustrie in den Blick. De Witte (2003) beschäftigt sich hingegen mit der Professionalisierung der Bestattung in Ghana und den dadurch hervorgerufenen Veränderungen der althergebrachten Formen des Gabentauschs. Eine ähnliche Entwicklungstendenz dokumentiert Suzuki (2000) in seiner Studie über die Kommodifizierung der Bestattung in Japan. Darin zeigt er, dass der Übergang von einer gemeinschaftlich erbrachten Totenfürsorge zu einer gewerblichen Bestattung eng mit gesellschaftlichen Modernisierungsprozessen und dem Wandel sozialer Wertvorstellungen verbunden war.

Anders als das deutsche Beerdigungswesen werden die hier aufgeführten nationalen Bestattungsmärkte explizit aus politökonomischer oder wirtschaftssoziologischer Perspektive analysiert. Im Zentrum des Interesses stehen nicht nur Unternehmen, sondern ebenfalls das Handeln der Kunden und die Regulierung des Marktes. Damit deckt die internationale Literatur zur Funktionsweise und zur Transformation von Bestattungsmärkten ein deutlich größeres inhaltliches Spektrum ab als die Studien zum deutschen Beerdigungswesen. Dennoch sind bestimmte Teilaspekte dieses empirischen Phänomens bislang nur unzureichend thematisiert worden. So fehlt bei der Analyse von Bestattungsmärkten vor allem eine explizite Bezugnahme auf die Entstehungsgeschichte und die jüngsten Veränderungen der kapitalistischen Wirtschaftsordnung. Der Wandel der Totenfürsorge wurde vorwiegend aus einer kulturgeschichtlichen, nicht jedoch aus einer

wirtschaftssoziologischen Perspektive untersucht. Ausnahmen wie die Arbeiten von Trompette/Boissin (2000, 2004) beziehen zwar wirtschaftssoziologische Konzepte mit ein. Die wechselseitige Dynamik von Privatisierungs-, Internationalisierungs-, Spezialisierungs- und Enttraditionalisierungsprozessen auf der Angebots- und Nachfrageseite gerät dabei jedoch nicht in den Blick. Ebenfalls unberücksichtigt bleibt die Frage nach den Auswahl- und Bewertungsstrategien von Käufern im Beerdigungsmarkt. Zwar finden sich in verschiedenen Studien Ansätze einer Analyse des Entscheidungsverhaltens, der genaue Zusammenhang zwischen Bewertung, Qualitätszuschreibungen und der Ausbildung von Preispräferenzen wird allerdings in keiner der Arbeiten thematisiert.

Die vorliegende Studie möchte diese Forschungslücken schließen. Sie stellt erstmals die Frage in den Vordergrund, ob sich im deutschen Beerdigungswesen während der letzten Jahrzehnte ebenfalls eine Ausweitung von Marktbeziehungen beobachten ließ. Dabei wird hauptsächlich auf wirtschaftssoziologische Erklärungsmodelle, wie etwa das Konzept der sozialen, politischen, kulturellen und kognitiven Einbettung wirtschaftlichen Handelns Bezug genommen (Beckert 2005a; Beckert/Diaz-Bone/Gaßmann 2007: 32–35; Granovetter 1985; Smelser/Swedberg 2005: 14–19; Zukin/DiMaggio 1990: 14–23). Von Interesse sind zum einen die Mechanismen der Handlungskoordination im Bestattungsmarkt, insbesondere die in diesem Bereich existierenden strategischen Probleme von Akteuren; zum anderen werden die ökonomischen und kulturellen Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite mit der Liberalisierung der Gesetzgebung in Beziehung gesetzt. Dadurch wird der Strukturwandel der Bestattungsökonomie erstmals mit den zeitgenössischen Veränderungen des modernen Kapitalismus in Verbindung gebracht.

1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit

Neues Wissen über die soziale Welt kann auf verschiedene Arten generiert werden. Grundsätzlich lassen sich im Bereich der Sozialwissenschaften *statistikbasierte* von *fallbasierten* Ansätzen unterscheiden. Erstere konstruieren Kausalbeziehungen unter Bezugnahme auf die Häufigkeitsverteilungen von Merkmalen bei einer großen Anzahl von Fällen. Letztere streben hingegen eine möglichst umfassende Analyse einer eng begrenzten Zahl von Fällen an, um vermeintliche Kausalmechanismen direkt aufzudecken (Gläser/Laudel 2006: 21–26). Fallbasierte Studien eignen sich besonders, um komplexe, nicht klar eingegrenzte Vorgänge in der realen Welt zu erklären (Yin 2009: 2–14).

Innerhalb der Politikwissenschaft werden fallzentrierte Methoden, die einen empirischen Nachweis kausaler Mechanismen für einen Entwicklungsverlauf anstreben, unter den Begriff der Prozessanalyse subsumiert. Bei diesem Forschungsdesign liegt das Augenmerk vor allem auf den sequenziellen und situativen Interaktionseffekten zwischen Variablen (Blatter/Janning/Wagemann 2007: 157–170). Gemäß der eingangs skizzierten Forschungsfrage geht es in dieser Arbeit um die Erklärung der zeitgenössischen Wandlungsprozesse im deutschen Bestattungsmarkt. Daher eignet sich ein fallbasierter Methodenansatz mit prozessanalytischer Ausrichtung am besten zur Bearbeitung des gewählten Themas.

Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde zum einen darauf geachtet, Experten aus verschiedenen Marktsegmenten in das Sample zu integrieren, um Informationen zu allen relevanten Bereichen des Bestattungswesens zu erhalten (»Sampling maximaler Variation«). Zum anderen zielte das Sampling auf die Rekrutierung von Individuen, bei denen das gewünschte Merkmal – in diesem Fall das Wissen um den Wandel des Marktes – möglichst intensiv ausgeprägt ist (»Intensitäts-Sampling«; vgl. Flick 2007: 158–171). Als Vorbereitung auf die Gespräche wurde ein Interviewleitfaden erstellt, der Wissensfragen zur Struktur und Entwicklung des Bestattungsmarkts enthielt. Der konkrete Inhalt wurde je nach Marktposition und antizipiertem Erfahrungswissen der Gesprächspartner variiert. Bis auf zwei Ausnahmen, bei denen die Befragung telefonisch erfolgte, fanden die Gespräche als Face-to-Face-Interviews in den Räumlichkeiten der Interviewpartner statt. Insgesamt wurden 13 Experteninterviews mit Funktionsträgern der Bestattungsbranche geführt und fünf Feldforschungsaufenthalte absolviert. Einen weiteren Teil der Datenbasis bilden wissenschaftliche und nicht wissenschaftliche Dokumente unterschiedlicher Herkunft. Insgesamt wurden 35 Statistiken, 160 Positionspapiere und Gesetzesquellen sowie 362 Presseartikel und sonstige Dokumente zusammengetragen. Die verwendeten Statistiken und Dokumente sind in der Literaturübersicht aufgeführt. Allerdings sind nur die Quellen verzeichnet, auf die in dieser Arbeit tatsächlich Bezug genommen wird.

Alle Interviews wurden elektronisch protokolliert und mithilfe einer Transkriptionssoftware transkribiert. Die Abschrift erfolgte einerseits selektiv, das heißt unter Auslassung thematisch nicht relevanter Abschnitte. Andererseits fanden Füllwörter sowie para- und nicht verbale Äußerungen nur dann Eingang in das Interviewtranskript, wenn sich dadurch der Sinn einer Aussage merklich veränderte. Um eine bessere Lesbarkeit der Zitate im Text zu gewährleisten, wurden die Abschriften von solchen sprachlichen Inkonsistenzen bereinigt, die für das Verständnis der Aussagen irrelevant waren. Um die Aussagen zu anonymisieren, werden die Interviews im Text mit zufällig zugeteilten Zahlen bezeichnet. Außer der schriftlichen Protokollierung der Interviews umfasste die

Datenerhebung die Erstellung von Memoranden, in denen die Beobachtungen während der Feldforschungsphasen zusammengefasst wurden. Die Transkripte und Memoranden wurden mit einer qualitativen Analysesoftware ausgewertet, das Verfahren orientierte sich dabei am Konzept des theoretischen Kodierens (Glaser/Strauss 1967; vgl. Flick 2007: 387–402). Für die Verdichtung der quantitativen Daten wurden hingegen deskriptive statistische Verfahren angewendet. Bei der Auswertung der Dokumente kam keine spezifische Methode, sondern lediglich freie Interpretation zur Anwendung.

Trotz sorgfältiger Planung des Forschungsdesigns weist diese Arbeit einige methodische Schwächen auf. Diese ergeben sich sowohl aus der spezifischen Fragestellung als auch aus den Besonderheiten des Untersuchungsgegenstands. Zum einen stellt sich bei Einzelfallstudien grundsätzlich die Frage nach der Generalisierbarkeit der Befunde. Dieses Problem wiegt im Rahmen dieser Arbeit umso schwerer, da sich der Bestattungsmarkt stark von den meisten anderen Wirtschaftsbereichen unterscheidet. Die Lösung liegt darin, die Wirkmechanismen und Kontextbedingungen ökonomischen Wandels auf diesem Markt so genau wie möglich herauszuarbeiten. Dadurch lassen sich Aussagen darüber treffen, inwieweit die hier entwickelten Erklärungsmodelle auch für andere Marktordnungen Gültigkeit haben.

Ein anderes Problem betrifft den Umfang sowie die Qualität der verfügbaren Daten. Zum einen existieren nur wenige Statistiken zum Bestattungsmarkt, die sich überdies nicht selten gegenseitig widersprechen. Zum anderen enthalten die in dieser Arbeit herangezogenen nicht wissenschaftlichen Dokumente höchst selektive, wenig verlässliche Informationen. Um inhaltliche Ungenauigkeiten zu minimieren, wurden Daten aus unterschiedlichen Quellen sowie verschiedene Erhebungsmethoden in Kombination verwendet und miteinander in Beziehung gesetzt. Diese Triangulation von Daten und Methoden (vgl. Flick 2007: 519–520) dient somit einerseits der Validierung der empirischen Befunde. Andererseits ergibt sich dadurch ein breiteres und tieferes Verständnis relevanter Veränderungsprozesse.

Eine weitere methodische Schwierigkeit resultiert aus dem Umstand, dass in dieser Arbeit eine Aussage über den Wandel sozialer Werte getroffen wird. Naturgemäß entziehen sich Moralvorstellungen jedoch einer direkten Beobachtung. Zur Behebung dieses Problems wurden zum einen Survey-Daten herangezogen, um Einstellungsveränderungen als erklärende Variable einbeziehen zu können. Zum anderen lässt sich durch die logische Verknüpfung von Informationen das Zusammenspiel verschiedener Erklärungsfaktoren mit großer Verlässlichkeit rekonstruieren. Auf diese Weise kann ebenso der Stellenwert veränderter Wertvorstellungen bei der Erklärung des Wandels des Bestattungsmarkts beurteilt werden.

In der Darstellung der Ergebnisse geht es darum, die empirischen Befunde möglichst umfassend und kohärent zu präsentieren. Dabei gehe ich exemplarisch auf bestimmte Unternehmen und Organisationen ein, die für die Entwicklung des Bestattungsmarkts eine besondere Rolle spielten. Zitate werden benutzt, um wichtige Zusammenhänge kurz und prägnant darzustellen. Die Gliederung des empirischen Teils folgt der zu Beginn des Kapitels getroffenen Unterscheidung zwischen Produktion, Konsumtion und Regulierung. Dadurch ergeben sich drei separate Fallgeschichten, welche sowohl als eigenständige Wandlungsprozesse als auch im Hinblick auf ihre wechselseitige Dynamik analysiert werden.

Die Arbeit ist daher in fünf Kapitel unterteilt. Auf diese Einleitung folgt der theoretische Teil der Studie, in dem die Ursachen und Verlaufsformen von Ökonomisierungsprozessen diskutiert werden. Mein besonderes Interesse gilt dabei der Frage, welchen Stellenwert existierende Erklärungsansätze dem Einfluss gewandelter Wertvorstellungen einräumen. Ich zeige, dass die etablierten Theorien sowohl die Auswirkungen moralischer als auch nachfrageseitiger Veränderungen auf Ökonomisierungsprozesse weitgehend vernachlässigen. An den Theorieteil schließen sich drei empirische Kapitel zum Wandel des Angebots, der Nachfrage und der Regulierung des Bestattungsmarkts an. Diese sind inhaltlich jeweils analog aufgebaut: Zunächst werden die historische Entstehung, dann die strukturellen Besonderheiten und zuletzt die jüngsten Veränderungen des jeweiligen Bereichs analysiert. Der erste Teil untersucht den Wandel der Unternehmens- und Verbandsstrukturen sowie des wirtschaftlichen Handelns der Anbieter. Hier steht vor allem die Frage nach dem Einfluss verschiedener demografischer, sozialer und ökonomischer Faktoren auf die Güterproduktion im Vordergrund. Das zweite empirische Kapitel widmet sich dem Wandel des Entscheidungs- und Kaufverhaltens. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt dabei auf den Ursachen für die Veränderungen von moralischen Vorstellungen und Bewertungsmaßstäben auf der Kundenseite. Der dritte Teil befasst sich schließlich mit den jüngsten Reformen der Bestattungsgesetzgebung. Hier sind insbesondere die Ursachen für die lediglich partielle Liberalisierung der Totenfürsorge von Interesse. In den drei empirischen Kapiteln zeige ich, dass bei der Ökonomisierung des Bestattungsmarkts nicht nur ideologische und wirtschaftliche, sondern ebenso soziokulturelle und moralische Veränderungen eine wichtige Rolle spielten. An die empirischen Kapitel schließt sich eine Schlussbetrachtung an, in der die Ergebnisse der Studie zusammengefasst und die Implikationen für die zukünftige Untersuchung von Ökonomisierungsphänomenen herausgearbeitet werden.