

EMORIAL.DE/HELMUT MARKWORT

## In der Erinnerung vereint

Traueranzeigen im Internet könnten ein lukratives Geschäft werden. „Focus“-Gründer Helmut Markwort will mitmischen, sein ehemaliger Mitarbeiter Martin Kunz hat das Feld schon vor zwei Jahren entdeckt



**Wollen mit Toten im Internet Geld verdienen:**

**Helmut Markwort (l.) und Martin Kunz**

→ „Immer mehr Deutsche entdecken Internet-Gedenkstätten“, teilt „**emorial.de**“ mit, der laut eigenen Angaben „größte Web-Friedhof im deutschsprachigen Raum“. An normalen Tagen verzeichne das Portal, in dem Geburts- und Sterbedaten von 230.000 Menschen hinterlegt sind, mehrere Hundert Online-Gäste. Für 19 Euro kann man sich bei dem Anbieter eine eigene Trauer-Seite für einen Verstorbenen

anlegen lassen. Hinter „emorial.de“ stehen der Software-Experte **Anton Stuckenberger** und der Journalist **Martin Kunz**, der den „Focus“ mit entwickelte und dort bis vor wenigen Wochen Ressortleiter Forschung, Technik, Medizin war. Kunz gehört zu den „Focus“-Mitarbeitern, die das Abfindungsangebot des **Burda**-Verlags angenommen haben. Er sagt, der Traueranzeigen-Markt im Internet sei „gewaltig“. 800.000 Menschen sterben ungefähr im Jahr in Deutschland, für 400.000 von ihnen wird eine Todesanzeige geschaltet.

Im Versuch, diesen Mio.-Markt auch im Internet zu einem Geschäft werden zu lassen, trifft Kunz ab Dezember vermutlich auf seinen ehemaligen Chef **Helmut Markwort**. Denn Markwort hat für Dezember eine neue Internetseite angekündigt, mit der man „unsterblich“ werden könne. Hinter dem geheimnisvoll mit einem Goethe-Zitat angekündigten Portal,

das Markwort gemeinsam mit dem Unternehmer **Matthias Krage** startet, stehen der virtuelle Friedhof „**Stayalive**“ und die Stayalive GmbH in Hamburg. „Stayalive“ ist gewissermaßen ein Facebook für Tote – man kann dort ein Grab für verstorbene einrichten und (wie bei „emorial.de“) eine Kerze für sie anzünden. Auf einer Karte lässt sich bestimmen, welcher Tote wo begraben ist. Wie viel eine Grabstätte auf Markworts Acker kostet, wird noch nicht verraten.

Martin Kunz, der sich seine Nebentätigkeit 2008 von Markwort genehmigen ließ, denkt derweil an Kooperationen mit Zeitungsverlagen, um gemeinsam von der Trauer im virtuellen Raum zu profitieren. Allerdings hat die **Markt-Gruppe** (u.a. **Ippen, WAZ & Co.**) bereits mit dem Portal „**trauer.de**“ ein Zeichen gesetzt, dass sie die Toten im Netz ebenfalls nicht vergessen will.

*Christian Meier*