

wird. Mit Vergegenständlichungen (auch: Objektivationen) sind symbolische und materielle Elemente von Dispositiven gemeint, in denen sich bestimmte Diskurse äußern (ebd. 95). Dies können »festgefügte und objektivierte Regelwerke, Rituale, Artefakte, Gebäude« oder andere materielle und immaterielle »Dinge« sein, an denen Diskurse »sichtbar« werden (ebd. 54, 58). Als Beispiel erwähnen Bührmann und Schneider die Zahnmedizin als diskursive Praxis, die »korrektes« Wissen zur Zahnhygiene produziert (über Vorlesungen, Forschung etc.). Diese diskursive Praxis werde sichtbar gemacht über allerhand Vergegenständlichungen: »von den Krankenkassenvorschriften zu regelmäßigen Vorsorgeuntersuchungen über die apparative Ausstattung von zahnärztlichen Behandlungszimmern bis hin zum künstlichen Gebiss« (ebd. 59).

## 2.2 Materialkorpus

Wie in Tabelle 1 ausgeführt wurde, habe ich das Feld für die Subjektivierungsanalyse in eine Anbieter- und eine Nutzerseite getrennt. Da nicht alle Diskursteilnehmer\*innen auch Involvierte im Sinne von Anrufenden oder Angerufenen darstellen, sondern auch aus einer (beteiligten wie auch unbeteiligten) Beobachterposition das Phänomen kommentieren, habe ich zusätzlich eine dritte Kategorie der Kommentator\*innen hinzugefügt. Diese werden im Folgenden näher erläutert.

### 2.2.1 Anbieter

Der erste Schritt war eine Internet-Recherche mit dem Suchbegriff *shūkatsu*. Die so gefundenen Anbieter (Unternehmen, Non-Profit-Organisationen, Berater\*innen) wurden zunächst kartographiert, um etwaige geographische Konzentrationen auszumachen und das Feld räumlich einzugrenzen. Eine leitende Frage war dabei, ob *shūkatsu* ein vorwiegend städtisches Phänomen ist oder ebenso in ländlichen Gebieten vorkommt. Dieses Vorgehen war nur bedingt aufschlussreich, da *shūkatsu* kein Produkt an sich darstellt, sondern eher ein Content-Marketing-Tool, das von vielen Bestattungshäusern genutzt wird, um für ihre Dienstleistungen zu werben. Zudem handelt es sich etwa im Falle von Großanbietern von Bestattungen um landesweit agierende Anbieter (AEON Life etwa hat seinen Sitz zwar in Chiba, unterhält jedoch Filialen im ganzen Land). Interessant war jedoch die Feststellung, dass es abseits der zu erwartenden Ballungsgebiete Tōkyō, Nagoya und Ōsaka auch NPOs in dezentralen Großstädten wie Fukuoka gibt, die sich der Verbreitung von *shūkatsu* verschreiben.

Um Kontakt zu den Anbietern aufzunehmen, bot sich der Besuch von Branchennessen an. Auf insgesamt sechs Messen konnte ich Gatekeeper kennenlernen und Interviewtermine mit Anbietern vereinbaren. Auch die Bitte um Interviews per

E-Mail wurde in den allermeisten Fällen positiv beantwortet. Da es sich um eine kundenorientierte Branche handelt, war es sehr einfach, Interviews auf der Anbieterseite zu arrangieren. Die Bestattungsindustrie ist so offen und breit gefächert, dass ich sogar über mein privates Netzwerk einen Kontakt zu einer Interviewpartnerin herstellen konnte. Insgesamt konnte ich so 21 Interviews auf der Anbieterseite arrangieren (wobei sich bei manchen Interviews mehrere Interviewpartner\*innen zur Verfügung stellten). Dies umfasste auch Besuche und Besichtigungen von Kolumbarien (*nōkotsudō*), Bestattungsinstituten und Friedhöfen.

#### Überblick über die besuchten Messen:

- AEON *Shūkatsu Fair* in Chiba (März 2015) und in Tsudanuma (April 2016)
- *welfare 2016 (werufea)* mit *shūkatsu*-Segment (*Oya no tame, watashi no tame no shūkatsu fea*) in Nagoya (Juni 2016)
- Tag der Offenen Tür im Bestattungsinstitut Yayoizaka, Fukuoka (Sōgō sōsai ni shi nihon tenrei Yayoizaka-jō), mit einem speziellen *shūkatsu*-Rakugo-Theater-Event (Juni 2016)
- Funeral Business Fair in Yokohama (Juli 2016) – B2B-Messe
- ENDEX JAPAN – Japan Funeral & Cemetery Show in Tōkyō (August 2016)

Bei den Messen ist zu unterscheiden, ob es sich um den Typ B2B (Business-to-Business) oder B2C (Business-to-Consumer) handelt. Bis auf die jährlich in Yokohama stattfindende Funeral Business Fair, die eine reine Unternehmensmesse (B2B) ist, richteten sich alle anderen hier aufgelisteten Messen direkt an die Konsument\*innen.

## 2.2.2 Nutzer\*innen

Auf der Nutzerseite interessierte mich, wie die angerufenen Menschen mit der Anrufung umgehen. *Shūkatsu* richtet sich universal an alle des Japanischen mächtigen Bürger\*innen, ungeachtet von Geschlecht, Alter und Klassenzugehörigkeit. Damit kommt potentiell jeder und jede für ein Interview in Frage. Natürlich nimmt aber nicht jede\*r tatsächlich die Anrufung wahr und setzt sich damit auch auseinander; die individuelle Relevanz und Anrufungsbereitschaft bzw. Anrufbarkeit ist nicht in der gesamten Bevölkerung gleich verteilt. Ich habe das Sampling daher dem Feld selbst überlassen, da ich Personen finden wollte, die die Anrufung, *shūkatsu* zu betreiben, kennen und sich damit bereits auseinandergesetzt haben. In der quantitativen empirischen Sozialforschung wäre hier insbesondere mit Blick auf die Repräsentativität der Stichprobe auf einen Selbstselektionsbias zu achten; inwiefern dies in der qualitativen Forschung und speziell in diesem Fall zutrifft, wird weiter unten diskutiert.

Zunächst hatte ich geplant, Besucher\*innen von *shūkatsu*-Messen direkt anzusprechen und um ein Interview zu ihrer *shūkatsu*-Praxis zu bitten. Ich wollte vorher aus ethischen Gründen das Einverständnis der Messe-Veranstalter einholen; dieses wurde mir jedoch nicht erteilt. So wurde mir gleich auf der ersten *shūkatsu*-Messe von den Organisatoren zu verstehen gegeben, dass diese *shūkatsu*-Messen und das Sterben ohnehin ein delikates Thema seien und man sich die potentiellen Kunden nicht verschrecken (lassen) möchte. Ich setzte daher auf *word-of-mouth*-Akquise, also über Freunde und Freundesfreunde, die bereit waren, in ihren Familien- und Bekanntenkreisen für mich nach Personen zu suchen, die sich mit der Vorbereitung auf das eigene Ableben beschäftigen. Einige Interviews konnte ich so über Freunde aus Deutschland und Japan organisieren. Die meisten Interviews jedoch wurden mir über Kontakte an meiner ehemaligen Austauschuniversität (Chiba University) vermittelt. Neben 4 Interviews im Bekanntenkreis der wissenschaftlichen Mitarbeiter\*innen der Uni Chiba, konnte ich über den Leiter der internationalen AG des Seniorenclubs der Uni weitere 15 Interviews arrangieren. Hilfreich war hier, dass ich erst wenige Monate zuvor einen Vortrag an der Universität gehalten hatte und mich einige der Interviewten bereits kannten.<sup>39</sup> Meine Kontaktpersonen an der Universität Chiba waren besorgter als ich, dass das Sample in Bezug auf die Geschlechter zu unausgewogen sein könnte, und organisierten für mich im Anschluss zusätzliche Interviewmöglichkeiten. Ich hatte mir ursprünglich nicht vorgenommen, unbedingt auf ein ausgeglichenes Geschlechter- oder Klassenzugehörigkeitsverhältnis zu achten, da ich vermutete, dass sich ohnehin nur wenige Leute explizit mit *shūkatsu* beschäftigen und ich deshalb froh sein könnte über jede Person, die sich überhaupt finden ließ. Auch das Alter betreffend wollte ich zunächst offen bleiben, zumal die Erfinderin des *shūkatsu*-Begriffs mir auch im Interview bestätigte, dass *shūkatsu* sich an Menschen aller Altersgruppen richtet; meine Selbstrekrutierungsmethode führte jedoch dazu, dass die meisten Personen um die 60 Jahre und älter waren.<sup>40</sup> Letztlich führte ich 21 Einzelinterviews und 4 Gruppeninterviews bzw. Gruppendiskussionen sowohl mit Menschen, die sich mit *shūkatsu* beschäftigen als auch mit solchen, die der Praxis gegenüber eine ablehnende Haltung einnehmen (sich aber mitunter trotzdem mit dem eigenen Ableben beschäftigen, siehe Abschnitt 4.4.5). Die Interviews fanden in Saitama, Chiba, Tsudanuma, Fukuoka, Kyōto und Kōbe statt. 7 der Einzelinterviews fanden mit Personen weiblichen Geschlechts statt; 14

39 Im Nachhinein stellte sich heraus, dass wir uns unwissentlich bereits während meines Austauschjahres in Chiba 2007/2008 im Rahmen von Veranstaltungen für Austauschstudenten, die von den Senioren organisiert wurden, begegnet waren. Damit war bereits vor der Interviewsituation eine Vertrauensbasis gelegt.

40 Zum einen lag dies daran, dass meine »Rekrutierungsagenten« wohl automatisch davon ausgingen, dass sie eher die Eltern- und Großelterngeneration ansprechen; zum anderen aber sicher auch, weil es tatsächlich weniger Menschen unter 60 Jahren betreiben.

mit männlichen. An den Gruppendiskussionen nahmen weitere 19 Personen, alle- samt weiblichen Geschlechts und mit einem Altersdurchschnitt von 67,5 Jahren teil (Spanne zwischen 32 und 84). Meine Interviewpartner\*innen in den Einzelinter- views waren, sofern sie ihr Alter angaben, zwischen 47 und 83 Jahren alt, der Alters- durchschnitt lag bei 72 Jahren. Die Gruppendiskussionen waren zwar nicht geplant, ergaben sich aber aufgrund der Umstände und hatten teilweise den forschungs- praktischen Vorteil, dass sie zum einen ökonomischer sind, dass also mehr Mei- nungen mit weniger Aufwand erhoben werden können, und zum anderen dass die Befragten sich untereinander bereits kannten und die Hemmschwelle, über sich zu erzählen, etwas geringer war (was wiederum den Nachteil haben kann, dass Unsag- barkeiten innerhalb der Gruppe erst recht nicht ausgesprochen werden können).

Diese Forschungsarbeit verfolgt kein Interesse an einer Repräsentativität im Sinne von extrapolierbaren Aussagen bezüglich einer Grundgesamtheit, wie Repräsentativität im massenmedialen Diskurs auf der Grundlage numerischer Stichprobenziehung der quantitativen Sozialforschung zumeist (miss-)verstanden wird (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2009: 46).<sup>41</sup> Ich frage nicht, wie viele Menschen welchen Alters und welchen Geschlechts in Japan tatsächlich *shūkatsu* betreiben (und wie viele nicht); dazu veröffentlichen Zeitungen sowie die Industrie selbst Statistiken, auf die zurückgegriffen werden kann (siehe Abschnitt 4.4.1). Statt um statistische Repräsentativität geht es in qualitativen bzw. rekonstruktiven Verfah- ren wie diesem hier eher um eine konzeptuelle Repräsentativität, die über Vergleich und Typenbildung erreicht wird (ebd. 46–48). Mit Typen sind Idealtypen im Weber- schen Sinn gemeint. Daher entspricht das qualitativ ausgewertete Material bereits dann dem Repräsentativitätskriterium, wenn eine theoretische Sättigung erreicht ist, d.h. wenn das Material keine neuen Informationen mehr über die einzelnen Typen hergibt (ebd.). Mein Erkenntnisinteresse richtet sich auf die Rekonstruktion von tatsächlichen Subjektivierungsweisen, also welche Formen eines Umgangs mit den Anrufungen überhaupt existieren, die sich üblicherweise in den Typen eines normgerechten Verhaltens, einer teilweisen Appropriation oder einer vollständi- gen Ablehnung äußern. Wenn hier also Angaben zur Alters-, Geschlechts- und Raumstruktur meiner Interviews erfolgen, soll dadurch keineswegs der Eindruck entstehen, dass damit quantifizierbare Aussagen über eine Grundgesamtheit mög- lich wären. Die Frage, wie viele Menschen tatsächlich *shūkatsu* betreiben, ist für die vorliegende Arbeit eher von untergeordnetem Interesse; die Frage ist vielmehr: kommen die Programme bei den Adressierten überhaupt an und wenn ja, welche Teile davon und warum? Und, wenn sich herausstellt, dass die Programme einen

41 »Statt von Repräsentativität zu sprechen, welche die Statistik als Fachbegriff gar nicht kennt, ist es aufschlussreicher, Angaben zur Stichprobentechnik zu machen, denn ›eine Stichpro- be ›repräsentiert‹ (...) niemals sämtliche Merkmalsverteilungen einer Population‹ (Diek- mann2004: 368).« (zit.n. Przyborski/Wohlrab-Saar 2009: 46)

Anknüpfungspunkt in der Gesellschaft finden, worauf allein schon die kontinuierliche Existenz verweist, dann sagt dies auch bereits etwas über die Art und Weise aus, wie bestimmte Sachverhalte in einer Gesellschaft von bestimmten Akteuren als Problem konstruiert werden (und andere nicht), d.h. was als sagbar gilt und was nicht.

Da es sich bei *shūkatsu* um eine relativ rezente Wortneuschöpfung handelt, wählte ich für das Sampling die Minimalbedingung, dass die Interviewpartner\*innen es kennen und betreiben bzw. es zu betreiben vorhaben. Menschen mit ablehnender Haltung zu finden, sollte sich im Aufruf eher schwierig gestalten, doch ergaben sich im Laufe der Feldforschung (aus einem System gegenseitiger Verpflichtungen zwischen Rekrutierungsagenten und Forscherin) dankenswerterweise auch Interviews mit Personen, die von *shūkatsu* nichts halten und es auch nicht zu tun gedenken.

Das zu analysierende Material wurde durch semi-strukturierte bzw. semi-narrative Interviews erhoben. Geplant waren in Abgleich mit der Biographieforschung narrative Interviews mit einer Einstiegsfrage als Erzählimpuls und zwei bis drei Nachfragen sobald die Erzählung ins Stocken gerät. Da ich aber ganz konkrete Dinge wissen wollte, bereitete ich einen Leitfaden mit zehn Fragen vor, die ich je nach Gesprächsverlauf stellte oder wegließ (was letztlich wohl mit dem Begriff des »problemzentrierten Interviews« nach Witzel besser gefasst werden könnte, siehe Bosančić 2014: 282–288). Przyborski und Wohlrab-Sahr (2009: 138ff) sind geradezu versucht, eine solche Interviewmethode in den Bereich der Fehlerquellen zu narrativen Interviews zu rücken. Ihnen zufolge griffen häufig Neulinge im Bereich der qualitativen Sozialforschung aus Sorge über die perzipierte »Unstrukturiertheit« narrativer Interviews zu offenen Leitfadeninterviews, die eigentlich kein »klassisches Erhebungsinstrument« in diesem Bereich seien und im Zweifelsfall (wenn Forscher etwa gar nicht auf »die subjektiven Relevanzstrukturen der Befragten« eingehen und stattdessen nur den Leitfaden durchgehen) eher die Richtung quantitativer Leitfadeninterviews einschlagen und daher im Rahmen einer Fehleranalyse zu behandeln wären. Dem ist etwa dadurch beizukommen, dass einer offenen Gesprächsführung immer der Vorrang vor einem starren Abfragen des Leitfadens gegeben wird und der Leitfaden eher als »flexibel einsetzbare Gesprächsführungstechniken« verstanden wird (Bosančić 2014: 286). Eine weitere Empfehlung ist, die Fragen nur als Stichpunkte zu formulieren, damit durch das Vorlesen vorformulierter Fragen nicht ein Disziplinierungseffekt bei den Befragten entsteht. Das war in dieser Forschung insofern nicht möglich, als die sprachliche und kulturelle Barriere es erforderte, die Fragen (das Gemeinte) mit Hilfe von Muttersprachlern in ein Vokabular zu bringen, das von den Befragten auch möglichst verstanden wird und zu ebenso sinnvollen wie »natürlichen« Antworten führt. Als problematisch erwies sich bei der Erstellung des Fragen-Leitfadens z.B. die Übersetzung von im Deutschen üblichen Wendungen, die jedoch so im Japanischen nicht verwendet werden und bei den Befragten eher auf Unverständnis gestoßen wären. So war etwa in der Frage »Was war für Sie der

Anlass, sich aktiv mit Ihrem eigenen Ableben zu beschäftigen?« durch die Übersetzung des Wortes »Anlass« bereits problematisch, da die Wörterbuch-Übersetzung *kikkake* in diesem biographischen Zusammenhang von den zu Rate gezogenen Muttersprachlern als zu technisch empfunden wurde. Stattdessen wurde mir das Wort *haikai*, »Hintergrund« (im Sinne von: »Was war der Hintergrund dafür, dass Sie...«), nahegelegt, bei dem ich zwar wiederum das Gefühl hatte, es sei zu technisch, es dabei aber trotzdem vorzog, dem Rat der Muttersprachler zu folgen. Letztlich konnte ich auch bei *haikai* zunächst ein Zögern bei manchen Befragten wahrnehmen und probierte es mitunter auch mit *kikkake*; da ich als Nicht-Muttersprachlerin all diese Nuancen nicht *ad hoc* ausdrücken und nachvollziehen kann, ist es ohnehin schwierig, eine soweit wie möglich »natürliche« Gesprächssituation herzustellen, zumindest nicht auf Grundlage des Vokabulars. Das Gespräch so wenig »leitfadenbürokratisch« (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2009: 143) und so »natürlich« wie möglich zu gestalten, muss also in Fremdsprachen über andere als die sprachlichen Marker erfolgen. Vielmehr kommt es hier auf die plausibel gemachte Intention an, die Gesprächspartner in ihrem subjektiv gemeinten Sinn verstehen zu wollen, d.h. über häufiges Nicken und zustimmende akustische Signale des Zuhörens (*aizuchi*), die in der japanischen Gesprächsführung notwendig sind, ein genuines Interesse an den Befragten zu signalisieren und sie damit zum Sprechen zu animieren. Auch (knapp zu haltende!) Kommentare über das eigene Erleben bzw. ein Vergleich zur subjektiven Wahrnehmung ähnlicher Sachverhalte in Deutschland erschienen mir für die Vertrauensbasis legitim, da hierdurch das Weitersprechen auch angeregt wurde. Dabei ist selbstverständlich unbedingt darauf zu achten, die Aussagen der Interviewten nicht zu beurteilen; aber entgegen der von Bosančić (2014: 285) erwähnten Regel »Nicht bemitleiden [...]« setzte ich empathische Bemerkungen ein, um eine gute Gesprächsatmosphäre aufrecht zu erhalten.

Die Interviewpartner\*innen rekrutierte ich über einen Aufruf im Bekanntenkreis nach Menschen, die *shūkatsu* betreiben oder vorhaben es zu tun.<sup>42</sup> Leider gestaltete es sich schwierig, bereitwillige Interviewpartner\*innen für ein narratives Interview zu finden, und das nicht etwa auf Grund der Annahme einer Tabuisierung des Todes und Sterbens – im Gegenteil, wenn ich die Leute einmal beim Interview hatte, waren sie sehr dankbar für die Gelegenheit, endlich einmal über die eigene

42 Bei *shūkatsu* als Universalaufforderung an sämtliche Bürger\*innen Japans, unabhängig von Alter, Geschlecht und sozialer Lage, wäre zwar auch ein anderer Zugang zu diesem Bereich des Felds möglich gewesen, z.B. durch einen Aufruf, der *shūkatsu* nicht explizit erwähnt. Dies hätte möglicherweise den Vorteil gehabt, dass die Leute sich nicht gezwungen gefühlt hätten, zu *shūkatsu* Position beziehen zu müssen, auch wenn sie vielleicht keine Position dazu haben, und die Daten weniger »künstlich« wären. Diese methodischen Überlegungen können eine Rolle in der Zukunft spielen. Letztlich interessierte mich jedoch die Meinung der Angerufenen zu der Anrufung durch *shūkatsu*, sodass mir die direkte Abfrage plausibel und forschungspragmatisch gerechtfertigt erscheint.

Sterblichkeit und Erfahrungen mit dem Tod in der Familie zu sprechen. Die Schwierigkeit bestand eher darin, dass die Angefragten nicht sofort nachvollziehen konnten, um was für eine Art von Interview es sich handeln würde, was von ihnen verlangt wird und was meine Erwartungen als Forscherin sind. Hier sind neben sprachlichen auch methodisch-interkulturelle Faktoren am Werk: neben der Schwierigkeit, das eigene Vorgehen überhaupt auf Japanisch zu formulieren, ist qualitative Forschung, wie auch in Deutschland, in Japan weniger bekannt als quantitative, und so können sich die Menschen oftmals nicht vorstellen, dass ihre unvorbereiteten, spontanen, subjektiven Redebeiträge etwas zur Beantwortung von Forschungsfragen, dazu noch von einer ausländischen Studentin/Wissenschaftlerin<sup>43</sup> beitragen können, wie sich immer wieder in Kommentaren der Art »Ich weiß ja nicht genau, was Sie wissen wollen...« äußerte. Dies zu erklären und den Interviewten die Unsicherheiten in Bezug auf die eigenen Aussagen und Sagbarkeiten zu nehmen, ist bereits in der eigenen Sprache umständlich; ein großer Teil der Vor- und Nachbereitung der Interviews bestand daher darin, meine eigene Position und mein Erkenntnisinteresse zu erklären, ohne zu viel von den Vorannahmen und Bewertungen preiszugeben. Das eigene Forschungsinteresse und methodische Vorgehen beim Interviewaufruf sowie im Nachgang in einer verständlichen japanischen Sprache formulieren zu lernen, sollte in der Forschung daher nicht unterschätzt werden.

### 2.2.3 Kommentator\*innen

Hierunter zählen Medienbeiträge in Zeitungen, Zeitschriften, inklusive deren Online-Ausgaben, die *shūkatsu* kommentieren und eine Bewertung bzw. Einordnung vornehmen. Aus diesen Beiträgen konnte über eine Frequenzanalyse die Begriffskarriere rekonstruiert werden (vgl. Abschnitt 4.2.2). Weiterhin gibt es Beiträge in Enzyklopädien, die einen definitorischen Charakter haben und erste

---

43 »Deutschland« evoziert in Japan gemeinhin Verehrung und Hochachtung u.a. für technische, wissenschaftliche und musikalische Errungenschaften. Daher wirkt allein schon die Selbstpositionierung als »Forscherin aus Deutschland« als Türöffner. Interessant wird es in Bezug auf die Unterscheidung zwischen Wissenschaftlerin/Forscherin und Studentin, da die Position der Doktorandin der Geisteswissenschaften, wie in Deutschland, eher selten ist und deshalb nicht von allen Menschen eingeordnet werden kann. Das bedeutet, dass man in der Wahrnehmung der Menschen gefangen ist zwischen dem niedrigeren Studentenstatus als *gakusei* und dem höheren Lehrerstatus als *sensei*, wobei ersterer eher Hilfsbereitschaft provoziert und letzterer eher Hochachtung und damit auch ein bisschen Schüchternheit bewirken kann. Die Klärung meiner Position innerhalb der wissenschaftlichen Hierarchie und Karriereleiter führte in Hinblick auf unterschiedliche Handhabungen in Japan und Deutschland, aber auch wegen des niedrigen Bekanntheitsgrades von Geisteswissenschaften, nicht selten zu Irritationen auf beiden Seiten.

wissenschaftliche Interpretationen liefern können. Während meines Forschungsaufenthaltes in Japan habe ich zudem Wissenschaftler\*innen gesucht, die sich mit dem Thema beschäftigt haben und in ihren jeweiligen Feldern (Soziologie, Religionswissenschaft, Ethnologie) verorten. Auch mit diesen führte ich Gespräche, in denen ich wertvolle Lektüretipps und Kontextualisierungen erhielt. Besonders hervorzuheben ist hier der Besuch im Nationalen Museum für Japanische Geschichte (Kokuritsu Rekishi Minzoku Hakubutsukan, kurz: Rekihaku) in Sakura (Präfektur Chiba), in dem u.a. Material zu früheren Bestattungsformen ausgestellt ist und mit Yamada Shin'ya ein ausgewiesener Spezialist für die Geschichte von Tod und Bestattung in Japan arbeitet.

Eine Anmerkung: Das Feld der Kommentator\*innen ist nicht trennscharf von dem der Anbieterseite zu trennen, da auch die Anbieter\*innen selbst über ihre Praxis reflektieren. Dies ist allein schon aus dem Grund nötig, dass sie die Bedürfnisse ihrer Kund\*innen genauestens kennen müssen, um ihre Produkte diesen anzupassen. Schließlich sind kleine und mittelständische Unternehmen wie kein anderes Wirtschaftssegment direkt von der Gunst der Kund\*innen abhängig und müssen sich daher stets neu erfinden, um auf dem Markt mithalten zu können. Für viele Unternehmen im Bestattungsbereich ist *shūkatsu*, wie weiter unten ausführlicher besprochen wird, in erster Linie ein Mittel zur Kundenbindung; und daher auch nur so lange für sie interessant, wie es die Kund\*innen ihnen auch »abkaufen«. Dies erklärt auch, warum selbst manche Unternehmer\*innen aus der Bestattungsbranche gegenüber *shūkatsu* eine eher skeptische Haltung einnehmen. Zudem ist die Einschätzung der *shūkatsu*-Anbieter nicht weniger wert als die der Wissenschaftler\*innen, denn auch sie ordnen das Wissen über die Praktiken des »richtigen« und »falschen« Ablebens, auch sie sind gleichzeitig Involvierte wie Beobachter.

## 2.2.4 Weiteres Material

An dieser Stelle möchte ich das Material erwähnen, das nicht aus Interviews gewonnen wurde. Dies umfasst zum einen Homepages, Newsletter, Broschüren und Flyer von Anbietern. Zum anderen bin ich über *shūkatsu*-Zeitschriften und Newsletter auf prominente Vorbilder gestoßen, die über ihre eigene Lebensendvorbereitung publiziert haben und so den Diskurs mitprägen, wie Kaneko Tetsuo und seine Witwe Kaneko Wakako (vgl. Abschnitt 4.3.6). Diese wirken damit vor allem an der Etablierung eines modellhaften, guten Sterbens (und im Übrigen auch guten Lebens) mit und werden daher am Rande erwähnt. Auch Publikationen im populärwissenschaftlichen oder Sachbuch-Bereich, die sich mit dem richtigen Sterben beschäftigen, wurden gesammelt und bibliographiert, um eine Kartographie des Phänomens *shūkatsu* herzustellen. Sie konnten nicht allesamt in der Analyse berücksichtigt werden. Es sei deshalb darauf verwiesen, dass hier noch reichlich nicht ausgewertetes Material vorhanden ist.

## 2.2.5 Auswertungsmethode

Das Modell-Subjekt wurde an Hand des gesammelten Materials – schriftlicher, bildlicher und gesprochener Natur – diskursanalytisch mit Hilfe der oben ausgearbeiteten Begriffe erarbeitet. Für die Darstellung erschien es sinnvoll, den normativen Anforderungskatalog als Imperative zu formulieren.

Die Ausarbeitung der tatsächlichen Subjektivierungsweisen erforderte zunächst die Transkription der Interviews mit den Nutzer\*innen. Danach erfolgte die Feinanalyse durch Kodierung in MAXQDA und teilweise auch in Microsoft Word.<sup>44</sup> Hierfür wurden zunächst möglichst kontrastierende Interviews vorausgewählt und Typen (»Extreme«) gebildet. Diese Extreme werden im Auswertungsteil an Hand exemplarischer Zitate untermauert. Nach und nach wurden noch so viele Interviews hinzugenommen, bis keine neuen Typen mehr gebildet werden konnten. Die Kodierung erfolgte teilweise allein, jedoch zumeist in Interpretationsgruppen.<sup>45</sup> Durch das Interpretieren in Gruppen können eigene Interpretationen intersubjektiv abgeglichen und ggf. korrigiert werden. Es geht bei den Gruppeninterpretationssitzungen darum, eine möglichst große Bandbreite an Interpretationsmöglichkeiten zu finden und daraus die wahrscheinlichste(n) auszuwählen. Um zu testen, inwiefern die Zusammensetzung der Interpretationsgruppe einen Unterschied macht, habe ich einen Interviewausschnitt sogar in mehreren Gruppen diskutieren lassen. Als hilfreich erwies sich bei den Gruppeninterpretationen die Methode der Sequenzanalyse (sequentielle Feinanalyse).<sup>46</sup>

---

44 Kodieren ist kein »Hexenwerk« und erfordert nicht zwingend Spezialsoftware.

45 An dieser Stelle sei noch einmal allen Beteiligten gedankt, die sich für die Interpretationsgruppen zur Verfügung gestellt haben. Dies war nach dem Führen der Interviews der Teil der Forschung, der am meisten Spaß gemacht hat.

46 Vgl. hierzu die Methodenwerkstätten der Augsburger WDA/Reiner Keller. Bei dieser Art der Sequenzanalyse wird immer nur Satz für Satz aufgedeckt und werden so lange Interpretationen vorgeschlagen, bis nichts neues mehr dazukommt. Erst dann wird der nächste Satz aufgedeckt, der die möglichen Interpretationen eingrenzt. Hier kommt es darauf an, nicht unbedingt eine einzig wahre Interpretation zu finden, sondern aus den möglichen die wahrscheinlichste, wobei auch Ambivalenzen bestehen bleiben können (d.h. mehrere Interpretationsmöglichkeiten).

