

VON MARTIN MÜHLFENZL

Bunt und schrill. Aufgeregte Hipster, die keine Minute still sitzen können, und dick bebrillte, nachdenkliche Nerds, die ziellos durch die mit Neonlicht verstrahlten Flure mäandern. So stellt man sich ein echtes Start-Up in der Hauptstadt vor, ein kleines innovatives Unternehmen auf dem Sprung in eine aufregende Zukunft. Hip eben.

Die Büroräume in der Ritterstraße im Berliner Ortsteil Kreuzberg aber sind nicht hip. Durch einen grauen, dunklen Durchgang gelangt man in einen ebenso grauen, aber etwas helleren Hinterhof und von dort über die Parkplätze zur Firma Columba. Eine adrette, freundliche, junge Frau, die so gar nicht nach einem Hipster-Modell aussieht, begrüßt am Empfang und bitet höflich, in dem kahlen und schlicht gehaltenen Vorraum zu warten. Und hier soll also eines der innovativsten Berliner Unternehmen der Gegenwart zu Hause sein? In einem Kreuzberger Bürobau mit dem Charme einer Tiefgarage?

„Ich höre den Begriff Start-Up nicht gerne. Er wird dem, was wir machen, in keiner Weise gerecht“, sagt Oliver Eiler, gebürtiger Münchner und Geschäftsführer des Unternehmens Columba. Dem Geschäftsmann – weißes Hemd, schwarzer Pullover

MÜNCHNER IM EXIL

– folgt sein Hund, eine Mischung aus Boxer und Mops und ein Modell erstaunlicher Behändigkeit. Er liegt unter dem Konferenztisch zu Füßen seines Herrchens, lauscht den Ausführungen und fängt kurz darauf an zu schnarchen. „Er hat das schon so oft gehört“, sagt Eiler und lacht. Doch dann kehren Ernsthaftigkeit und Seriosität im Auftreten des 32-Jährigen zurück – das Thema, sein Beruf, ist ernst und verlangt Aufrichtigkeit. Für Eiler und seine 20 Mitarbeiter beginnt die Arbeit mit dem Tod. Columba, die Eiler mit seinem älteren Bruder Christopher gegründet hat, ist ein digitaler Nachlassdienst; die IT-Spezialisten haben ein Verfahren entwickelt, mit dem das digitale Erbe eines Verstorbenen abgewickelt werden kann. Columba versteht sich selbst als eine Brücke zwischen dem traditionellen Bestattungsgewerbe, seriösen Internetunternehmen und den persönlichen Anliegen Hinterbliebener.

Stirbt ein Mensch, müssen sich die Angehörigen um das Erbe kümmern, um Kleidungsstücke, Möbel, die Wohnung und Konten – eine Aufgabe, die bereits in der analogen Welt viele überfordert. Denn mit dem Erbe gehen oft auch unliebsame Verpflichtungen einher – über das Begräbnis hinaus. „Dass viele davon überfordert werden, ist verständlich. Die Angehörigen sollen trauern und müssen sich für ihre Trauer auch Zeit nehmen“, sagt Eiler. Aus diesem Grund kümmern sich Bestatter, nachdem sie von den Hinterbliebenen beauftragt worden sind, von jeher um viele Aufgaben. Sie geben die Sterbeurkunde in Auftrag, kündigen Rentenversicherungen und Wohnungen, kümmern sich um Möbelpacker und erledigen wichtige juristische und bürokratische Angelegenheiten. „Weil

das aus der Tradition heraus zu ihrem Berufsethos gehört“, sagt der Columba-Chef. „Da geht es nicht ums Geldverdienen, sondern um eine Dienstleistung und Anstand. Vor dieser Berufsgruppe habe ich wirklich allerhöchsten Respekt.“

Doch Traditionen verschieben sich, es kommen neue hinzu – und nicht immer hält die Gesellschaft Schritt und kann sich ausreichend schnell an neue Gegebenheiten anpassen. Mittlerweile sind mehr als 80 Prozent der Deutschen in der digitalen Welt zu Hause: Sie kaufen im Internet ein,

kommunizieren über soziale Netzwerke, fahnden nach Jobs, laden Filme und Songs herunter, buchen Urlaube und suchen im Netz nach Partnern und auch Sex. Menschen aus allen Schichten, jung und alt, arm und reich. Sie geben ihre Daten preis, legen Konten an, verschlüsseln sie mit Passwörtern, organisieren Daueraufträge und geben im Netz viel Geld aus – und all dies meist im Verborgenen. „Das Internet ist etwas sehr Persönliches. Man ist Händler, Spieler, Privatmann, Suchender. Und all das im Wechsel und sehr geheim. Man

will seine intimen Handlungen nicht offen legen“, sagt Eiler.

Doch mit dem Tod – ändern sich die Vorzeichen. Das Private muss in vielen Fällen öffentlich werden; auch und gerade um die Hinterbliebenen zu schützen. Bisher lief das im Fall des digitalen Lebens immer nach demselben Muster ab: Computer wurden zu Spezialisten geschickt, Passwörter mühevoll geknackt.

Eiler wirkt nachdenklich. Denn es geht auch um seine Motivation – und diese hat einen emotionalen und persönlichen Hin-

tergrund. „Ein sehr guter Freund von mir ist vor wenigen Jahren gestorben. Und noch Monate danach ist vom Konto seiner Frau Geld für Zeitschriftenabos abgebucht worden“, sagt Eiler. Nun gut, man könne sagen, dass sei ihrer eigenen Nachlässigkeit geschuldet; aber für den Unternehmer wurde damals ein ganz anderes Problem offensichtlich: „Hinterblieben wissen oft nichts über das Leben ihrer engsten Vertrauten im Netz. Doch plötzlich sind sie dafür verantwortlich und werden mit Online-Account und Bezahldiensten konfrontiert,

Letzte Spuren im Netz

Oliver und Christopher Eiler kümmern sich mit ihrer Firma „Columba“ um den digitalen Nachlass Verstorbener und helfen den Hinterbliebenen, deren Online-Konten aufzuspüren und abzuwickeln



Die Hinterlassenschaften Verstorbener in den Datenbanken des Internets können für die Erben auch zu einer schweren Belastung werden. Christopher und Oliver Eiler (rechts) kümmern sich mit ihrer Firma „Columba“ darum, diese Online-Aktivitäten nachzuspüren und gegebenenfalls Accounts zu kündigen. FOTO: PRIVAT

von denen sie nichts ahnten.“ An diesem Punkt setzt Columba an. Mit einem Schutzpaket für Hinterbliebene. Die Angehörigen geben die Überprüfung der Online-Aktivitäten des verstorbenen bei ihrem Bestatter in Auftrag, und Columba stellt die entsprechende Software dafür zur Verfügung.

Eine entscheidende Rolle spielen dabei die Sterbeurkunden und der sogenannte Nachlassschein, denn nur mit diesen Dokumenten dürfen Unternehmen Konten löschen oder Daten offenlegen. Haben die Hinterbliebenen bei ihrem Bestatter die Regelung des digitalen Nachlasses mit der Columba-Software in Auftrag gegeben, läuft der Scan durch die Mitarbeiter von Oliver Eiler an: 13 der größten deutschen Internethändler und viele Hundert kleinere Firmen arbeiten mittlerweile mit Columba zusammen: Der Nachlassverwalter fragt bei dem Onlinehändler an, ob ein Konto des Verstorbenen vorhanden ist; dann wird der Tod des Besitzers angezeigt, und das Konto gelöscht oder auf den Erben übertragen. Dazu gehört auch eine Rücküberweisung vorhandener Guthaben.

Es gibt auch Dinge, von denen die Angehörigen nichts wissen wollen

Insgesamt 249 Euro kostet das normale Columba-Paket mit einer Laufzeit von drei Jahren. Zum Service gehört, dass der Kunde über einen Online-Zugang stets die Aktivitäten verfolgen kann und sieht, welche Firmen kontaktiert werden. Da aber nicht alle Firmen, vor allem kleinere, von Columba automatisch überwacht werden, haben die Hinterbliebenen auch die Möglichkeit, konkret nach Firmen suchen zu lassen – wenn etwa eine neue, unerfreuliche Rechnung ins Haus flattert, für die Angehörige eigentlich haften müssen. Dann werden Eiler und sein Team aktiv und kümmern sich um alle bürokratischen Feinheiten. „Denn solange bei den Unternehmen der Tod des Angehörigen nicht angezeigt wird, liegt die Zahlungspflicht weiter bei den Angehörigen“, sagt Eiler. „Unser Auftrag ist es, diese Verbindungen zu kappen.“

Doch geht auf diesem Wege nicht die Privatheit des Verstorbenen verloren? Legt Columba nicht Geheimnisse offen, von denen Angehörige möglicherweise nichts wissen wollen? „Wenn es solche Geheimnisse gibt und wenn sie mit Zahlungen verbunden sind, dann kommen sie eh ans Tageslicht“, sagt Eiler. „Wir schützen Verstorbene und Angehörige.“ Denn Letztere haben unter anderem die Möglichkeit, darauf zu verzichten, über unliebsame Enthüllungen unterrichtet zu werden: „Wenn sich herausstellt, dass der Verstorbene im Netz auf Ü18-Seiten oder Partnerportalen aktiv war, behandeln wir das diskret. Wenn die Angehörigen nichts wissen wollen, halten wir uns daran“, sagt Eiler.

Und die Bestatter natürlich auch. Weit über 700 Firmen gibt es in Deutschland mit all den Subunternehmen. Columba drängt nun massiv in den Markt der digitalen Nachlassbearbeitung. „Wir arbeiten jetzt mit etwa 30 Prozent der Bestatter zusammen. Und es werden immer mehr“, sagt Eiler. So gesehen, funktioniert Columba doch wie ein Start-Up.