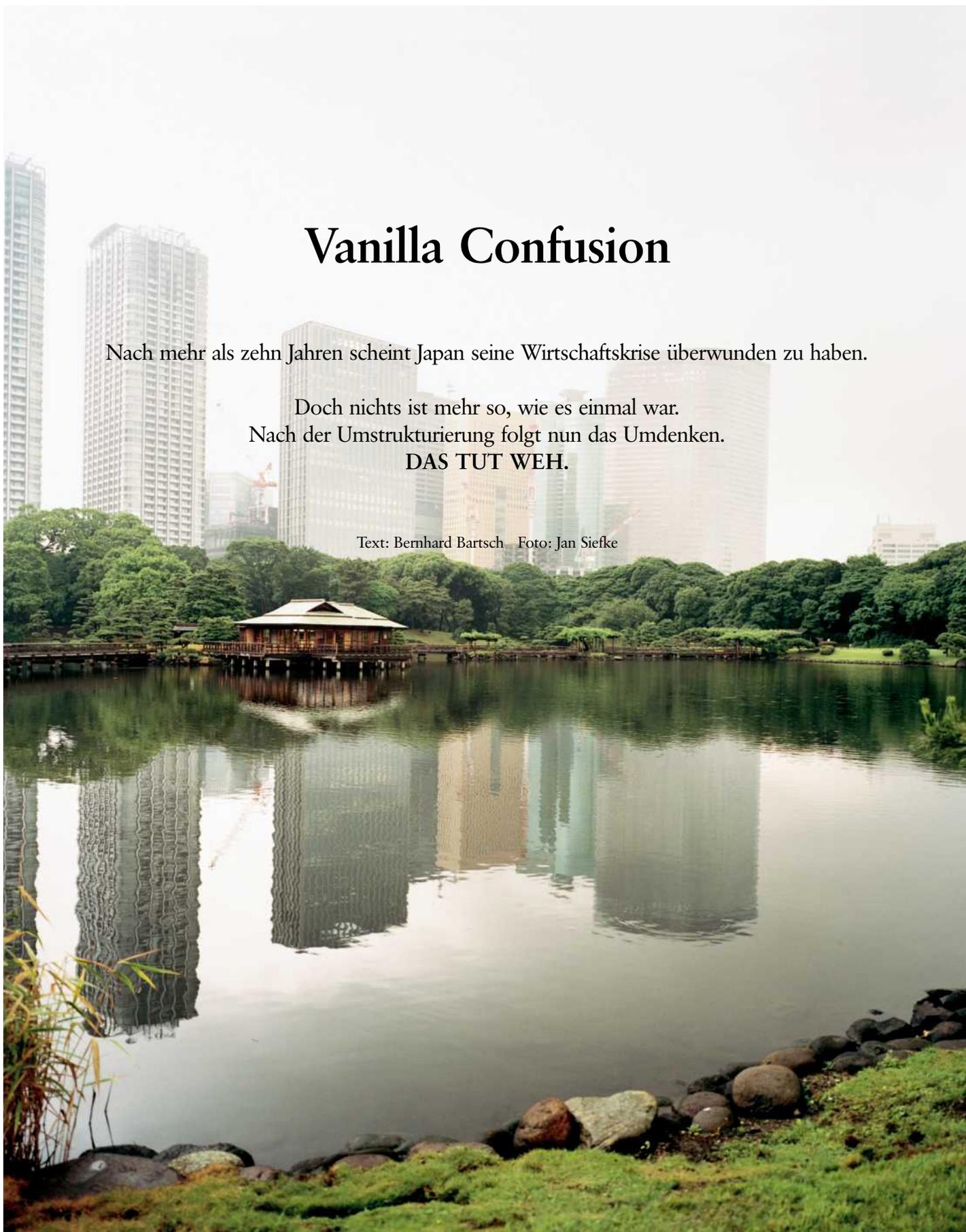


# Vanilla Confusion

Nach mehr als zehn Jahren scheint Japan seine Wirtschaftskrise überwunden zu haben.

Doch nichts ist mehr so, wie es einmal war.  
Nach der Umstrukturierung folgt nun das Umdenken.  
**DAS TUT WEH.**

Text: Bernhard Bartsch Foto: Jan Siefke



*Tokio. Die Zukunft lesen aus den Schatten, die sie auf die Vergangenheit wirft.*

- Kommt ein Unternehmer zum Psychoanalytiker. Leise und knapp chauffiert er den Arzt durch seine Biografie – seinen Erfolg, seinen Wohlstand, seine Weltläufigkeit. Dann schweigt er. Der Analytiker stellt Fragen, die unbeantwortet bleiben. Doch in der folgenden Woche kommt der Geschäftsmann immer wieder und schweigt weiter, eine Stunde lang für umgerechnet gut hundert Euro. Anderthalb Jahre geht das so. Dann bedankt er sich. Es gehe ihm jetzt schon viel besser.

Tsuyoshi Inomata ist irritiert. Als Psychoanalytiker ist es sein Beruf, sich auf Menschen wie den Geschäftsmann einen Reim zu machen, Erklärungen zu finden, besser noch eine Behandlung. Doch die Grenze zwischen verrückt und gesund scheint in Japan immer mehr zu verschwinden; sein psychoanalytisches Handwerkszeug greift ins Leere. So auch bei dem Mann, der sich drei Jahre lang in seinem Zimmer eine Kunstwelt aufbaute, die er nie verließ. Oder die junge Patientin, die Inomata ihren Freund vorstellt: einen Teddybären mit scharfen, blutverschmierten Krallen. Herzlich und liebevoll denke der Bär darüber nach, wie er seine Eigentümerin verletzen könne, erklärt die Patientin – dafür liebe sie ihn, den Teddy. „Was läuft schief in unserer Gesellschaft?“, fragt sich Inomata immer wieder. „Wir sind eines der reichsten Länder der Erde, aber wir sind depressiv und krank.“

Kann das sein? Japans Zeitungen verbreiten derzeit eine ganz andere Stimmung: gewaltigen Optimismus, dass im Lande nach mehr als zehn Jahren Wirtschaftskrise bald alles in Ordnung kommen werde. Die Symptome der Bubble-Economy sind abgeklungen, das ökonomische Blutbild zeigt gesunde Werte: Die Wirtschaft wächst so schnell wie seit zehn Jahren nicht mehr und hofft 2004 auf ein Plus von fünf Prozent. Die offizielle Arbeitslosenquote sank im vergangenen Jahr von 5,5 Prozent auf 4,7 Prozent. Die Konzerne melden Gewinne, das Statistikamt einen zwölfprozentigen Anstieg bei Sachinvestitionen. Die Exporte wuchsen 2003 um sechs Prozent, und seit Jahresbeginn herrscht auch in den Luxuskaufhäusern von Tokios Lifestyle-Viertel Ginza wieder reges Gedränge. Die Anzahl der Not leidenden Bankkredite fällt beständig, und selbst die mehr als zehnjährige Deflation könnte bald ein Ende finden. Die Japan AG, Erfolgsmodell der achtziger Jahre, soll bald wieder hergestellt sein: das Reich von Sony, Panasonic, Canon, Fuji, Nikon, Toshiba, Sharp, Kenwood, Toyota, Honda, Yamaha und Nissan, Heimat bahnbrechender Produkte wie Walkman, CD-Player oder Digitalkamera und Quelle weltweiter unternehmerischer Revolutionen wie den schlanken Konzernen und der fehlerfreien Produktion. Alles wird gut.

Wenn hoffen bloß hülfe! Doch der gegenwärtige Aufschwung bringt den Japanern nicht nur Erleichterung, sondern vor allem neue Verwirrung. Nichts ist so, wie es einmal war. Der Boom ist nicht der, den sie sich erhofft hatten, weil er nach Arbeitsplatzabwanderung und technologischem Ausverkauf riecht. In die alte wirtschaftliche Nische, aus der Japan die reichen Amerikaner und Europäer mit raffinierten, preiswerten Konsumgütern belieferte,

kann das Land nicht mehr zurück: Denn während Japan mit seinem Immunsystem kämpfte, hat sich die Welt verändert. Der Wettbewerb ist härter geworden, und der ehemalige Pionier der Globalisierung muss jetzt aufpassen, nicht den Anschluss zu verpassen. Nach einer Studie der Investmentbank ING in Tokio ist der Aufschwung nur zu zehn Prozent strukturellen Verbesserungen geschuldet – 90 Prozent verdankt Japan der verbesserten Weltkonjunktur. Zwar verfügt das Land nach wie vor über ein gutes Dutzend Weltklasse-Unternehmen mit erstklassiger Technologie und hoch erfolgreichen Produkten. Allein Toyota fuhr im vergangenen Jahr einen Rekordgewinn von 9,2 Milliarden Dollar ein. Doch solange Mittelstand, Kleingewerbe und Landwirtschaft schwach sind, reicht das kaum, um ein Volk von 127 Millionen Menschen mit Wohlstand zu verwöhnen.

„Japan verfügt über eine starke Ökonomie, die in eine schwache Wirtschaftsstruktur eingebettet ist. Es hat intelligente, gut ausgebildete, fleißige Arbeitskräfte, und seine Unternehmen sind führend auf den Gebieten Technologie, Produktivität und Marketing – aber es geht unter, und immer mehr seiner mächtigen Konzerne müssen Verluste melden“, warnt der Ökonom Lester Thurow vom Massachusetts Institute of Technology und gilt damit noch nicht einmal als Provokateur. „Durch seine Konzentration auf die Erholung verpasst Japan die dritte industrielle Revolution.“

### **Die Hoffnung und der Albtraum der Japaner haben denselben Namen: China – der größte Markt, der größte Konkurrent**

Deren Epizentrum liegt zwei Flugstunden von Tokio entfernt: in China. Seit der Asienkrise von 1997 hat sich die Volksrepublik zum asiatischen Wachstumsmotor emporgeschwungen und Japan den Rang als wirtschaftliches Gravitationsfeld der Region abgelaufen. Im internationalen Preiskampf setzt es Maßstäbe, an denen sich auch Japan messen muss. Mit seinem Mix aus billigen Arbeitskräften, großem Absatzmarkt und hohem Bildungsniveau kann China einfache Konsumgüter ebenso herstellen wie moderne Hightech-Produkte. Nicht, dass sich Japan, das bei einem Zehntel der Bevölkerung ein rund dreieinhalb mal so großes Bruttosozialprodukt erwirtschaftet, neben China klein und ausgeliefert fühlen müsste. Aber vor zehn Jahren war Japans Wirtschaft noch zehnmal so groß wie die chinesische. Chinas Erfolg stellt die Japaner vor die unangenehme Frage, wie lange sie sich ihren hohen Lebensstandard noch leisten können. Die einzig mögliche Antwort konfrontiert Japan mit einem Problem, das die bisherige Krise in den Schatten stellt. Japans Firmen müssen vor allem eines werden: unjapanischer.

Ähnlich wie die Deutschen die Konkurrenz aus Osteuropa fürchten, ist China der wirtschaftliche Albtraum der Japaner geworden. Dabei wird der gegenwärtige Aufschwung in erster Linie von den hohen Exporten nach China getragen. „Meiner ▶



*Sturmsimulation im Lehrzentrum der Feuerwehr. Den Notfall üben, um sich sicherer zu fühlen.*

Meinung nach ist Japans Wachstumsschub voll und ganz in China gemacht“, sagt Andi Xie, Chef-Ökonom der Investmentbank Morgan Stanley in Hongkong. Zwischen 2000 und 2003 wuchsen Japans Gesamtexporte um umgerechnet 21 Milliarden Euro, die Ausfuhren nach China jedoch um 24 Milliarden Euro. Vergangenes Jahr löste China die USA als wichtigsten Handelspartner ab. Gleichzeitig beflügelte die chinesische Nachfrage nach japanischen Produkten die Kapitalinvestitionen, weil japanische Firmen ihre Kapazitäten erweitern und neue Arbeitskräfte einstellen mussten. Dies förderte wiederum den Konsum. Zudem ist der Markt für einen Großteil von Japans Zulieferexporten neben Südkorea ebenfalls China. „Fast alle Erfolgsgeschichten, die ich in der vergangenen Zeit in Japan gehört habe, haben auf die eine oder andere Weise mit China zu tun“, sagt Xie. „Der Erfolg auf diesem Gebiet hat den Rest der Wirtschaft beflügelt.“

Doch dieser Boom schafft für Japan mindestens so viele Probleme, wie er löst. „Japan darf sich nicht zu sehr auf die Nachfrage aus China verlassen“, warnt Noriko Hama, Ökonomin an der Doshisha Universität. Die Pekinger Regierung sorgt dafür, dass möglichst lange Wertschöpfungsketten nach China verlegt werden – am größten Wachstumsmarkt der Welt darf nur teilhaben, wer in China produziert, investiert und Technologie transferiert. Da China derzeit als Wachstumsmarkt konkurrenzlos ist, fällt es nicht schwer, den kriselnden Weltkonzernen diese Spielregeln aufzudrücken. Deshalb lässt auch nicht etwa Chinas hohe Nachfrage nach Konsumgütern in Japan die Kassen klingeln. Ein Drittel von Japans China-Exporten sind Maschinen für den Aufbau von Produktionsanlagen, in der Regel von japanischen Firmen bezahlt, die in China Gemeinschaftsunternehmen aufbauen.

Alle großen japanischen Autohersteller – Toyota, Nissan, Honda, Mazda und Mitsubishi – bauen derzeit Produktionsstraßen in China auf. Honda produziert in einem Werk im südchinesischen Guangzhou sogar für den Export nach Europa und Südostasien, auch Toyota und Nissan wollen China mittelfristig zur Exportbasis machen. Das Gleiche gilt für Japans Hightech-Branche. So lassen Sony und Toshiba ihre neuesten Notebook-Generationen in China produzieren – im scharfen Preiskampf des Hightech-Sektors können sich die Firmen die hohen japanischen Löhne nicht mehr leisten. Neben Maschinen für Produktionsanlagen liefern die Japaner den Chinesen vor allem Komponenten und Rohstoffe. Den größten Anteil machen Chemikalien aus, die China noch nicht selbst in ausreichender Menge herstellen kann – mit Betonung auf „noch“, denn internationale Chemiekonzerne bauen in China derzeit gewaltige Anlagen, darunter auch japanische.

Nach Analysten-Meinung machen viele japanische Firmen inzwischen mehr Profite in China als in Japan. Denn der Absatz boomt, und beispielsweise in der Autobranche liegen die Margen zehnmal über dem, was auf westlichen Märkten zu holen ist. Das nützt den Aktienkursen der japanischen Konzerne, aber nicht unbedingt dem Standort Japan: Was japanischen Firmen nützt,

nützt nicht automatisch der japanischen Volkswirtschaft. „Viele von den Produkten, die japanische Firmen in China verkaufen, sind auch dort hergestellt“, erklärt Xie. „Aber die Unternehmen halten sich bislang an den japanischen Sozialvertrag: Durch ihre Profite in China können sie es sich leisten, in Japan auf weitere Entlassungen zu verzichten.“

Sollten Xie und seine Meinungsgenossen Recht behalten, dann steht Japans Erfolg auf dünnem Eis, und der Aufschwung droht ein Anlauf in die nächste Krise zu werden. Denn seine Firmen- und Wirtschaftsstruktur ist gleichzeitig Japans größter Standortvorteil und sein größtes Problem. „Die erforderlichen Schritte können unter dem Rubrum ‚Ändert eure Kultur‘ zusammengefasst werden“, behauptet Thurow. Leicht gesagt, aber wie ist das zu schaffen?

### **Lange sahen sich die Japaner als Samurais: Gemeinsam kämpften sie gegen die Welt, notfalls bis zum Tod**

Nach dem verlorenen Zweiten Weltkrieg schlossen sich die japanischen Eliten zusammen, um das Land wieder nach vorn zu bringen. Ähnlich wie Deutschland stand Japan vor einem Trümmerhaufen. Doch während die Deutschen ihr Glück auf eigene Faust als Mittelständler suchten, sollte Japan in einem nationalistischen Kraftakt wieder nach vorn gebracht werden. Gern bediente man sich dabei alter Samurai-Symbolik und sah sich als eingeschworene Gemeinschaft, die gegen die Außenwelt bis in den Tod zusammenhält. So entstand die heutige japanische Wirtschaftsstruktur.

„Entwicklungsstaat“ nannte der amerikanische Politologe Chalmers Johnson 40 Jahre später das Erfolgssystem: Die Wirtschaft dominierte die Politik und wurde zentral gesteuert, alle Fäden liefen im Superministerium für Wirtschaft, Handel und Industrie zusammen. Die Trennung zwischen Wirtschaft und Politik war durchlässig, statt sich in Formalitäten zu verlieren, wurde wie in alten Klans entschieden: Vertrauen und Verlässlichkeit, aufgebaut bei Sushi und Sake, waren effektiver als starre Gesetzes- und Regelwerke. Die Politik gab die Entwicklungsrichtung vor, förderte Konzerne, baute ein Bildungssystem mit rigoroser Elitenauswahl auf, ließ schon früh an Elektro- und Computertechnik forschen und schützte das Land vor ausländischer Konkurrenz.

Auch die Konzerne orientierten sich an altjapanischer Ritterehre. Treue war Trumpf: Arbeiter gingen für ihre Arbeitgeber wenn nötig durch die Hölle und konnten sich dafür aber darauf verlassen, dass ihre Konzernführung in erster Linie dem Wohl der Belegschaft diene. Weil das Unternehmen Lebensinhalt war und nicht nur Vertragspartner, konnten japanische Konzerne besser, schneller, flexibler und preiswerter entwickeln und produzieren als westliche Konkurrenten. Die Japaner hielten zusammen wie Pech und Schwefel, und der Erfolg gab ihnen Recht. ►



*Schlafender in einem Park in Tokio. Erfolgreich oder obdachlos?*

Zumindest eine Zeit lang. Doch das System des vertrauten Miteinanders förderte nicht nur schnelle, sondern auch schlam-pige und ineffiziente Entscheidungen: Banker vergaben Kredite, weil menschlich alles stimmte, auch wenn unternehmerisch vieles im Argen lag. Die Unternehmen überschuldeten sich, doch da Scheitern als Verrat galt, wirtschafteten sie lieber auf Pump, als zu sanieren. Und plötzlich – gerade hatten die Japaner begonnen, die Preise auf den Kunstauktionen von Sotheby's in die Höhe zu treiben – war das Spiel aus. Wirtschaftliche Sterne, die gerade noch hell geschienen hatten, verglühten. Es begann die Phase der dramatischen Pressekonferenzen, auf der sich schluchzende Top-manager – gekrümmt von Schande – bei ihren Mitarbeitern entschuldigten. Nicht wenige erhängten sich hinterher oder wählten kulturell aussagekräftigere Selbstmordvarianten wie Harakiri.

Japan rutschte in die größte Bankenkrise des 20. Jahrhunderts, und die Wirtschaft trudelte mehr als zehn Jahre lang bergab. Mit der Kraft der Verzweifelten versuchten die Japaner zu retten, was zu retten war: Seit 1997 wurden von 1042 Milliarden Dollar fauler Kredite 600 Milliarden entsorgt. Zur gleichen Zeit, als Deutschland hunderte Milliarden Euro in den Aufbau Ost investierte, verbrauchte Japans Regierung ähnliche Summen, um Banken und Konzerne vor der Pleite zu bewahren. Nur eines der Tokioter Bankhäuser konnte ohne staatliche Finanzspritzen überleben. Selbst im vergangenen Jahr benötigte allein Japans fünftgrößte Bank, Resona, noch eine Finanzspritze von 17 Milliarden Dollar, um den Betrieb aufrechterhalten zu können. War Japan zu Beginn der Krise fast schuldenfrei, ist der Schuldenberg inzwischen auf das Anderthalbfache des Bruttosozialprodukts gestiegen.

Es wurde umgebaut und entzerrt: Staat und Wirtschaft begannen sich voneinander zu lösen, Banken verkauften ihre Firmenbeteiligungen. Die traditionelle Vertraulichkeit wurde mit Gesetzen und Verträgen domestiziert. Statt Streitfälle von politischen Schlichtern lösen zu lassen, florierte das Juristengewerbe. Allein in diesem Jahr eröffnen an japanischen Universitäten rund 70 neue Jurastudiengänge nach amerikanischem Vorbild. Erstmals in der japanischen Firmengeschichte wurden ausländische Partner ins Boot geholt – mit gemischtem Erfolg: Nissan wurde mit Renaults Hilfe erfolgreich restrukturiert. Mitsubishi dagegen konnte seine Altlasten nicht einmal mit den Milliardenhilfen von Daimler-Chrysler bereinigen. Kleinere Firmen wurden ganz an ausländische Investoren verkauft. Besonders für die Amerikaner war das eine süße Rache – kurz zuvor waren noch die Japaner mit dicken Schekbüchern in amerikanische Vorstandsetagen eingefallen.

Nachdem zweieinhalb Generationen beispiellosen Erfolg genossen hatten, war das Scheitern an der Tagesordnung. Hätte die Krise nur Kapital vernichtet – es wäre halb so schlimm gewesen, und die Japaner könnten ihr gegenwärtiges Wachstum vielleicht genießen. Doch die Krise zerkrütschte Biografien, zerknüllte Lebensträume und zerquetschte das alte Wir-Gefühl. Denn um den Kahn vor dem Sinken zu retten, mussten die Unter-

nehmen tun, was bis dahin in Japan unmöglich schien: Mitarbeiter entlassen. Die meisten Japaner waren damit überfordert. Hunderte Familienväter, die ihren Job verloren hatten, verließen weiter jeden Morgen im Anzug das Haus und kehrten eines Tages nicht mehr zurück, wenn sich die Lüge nicht aufrechterhalten ließ. Rücksichtsvollere Ehemänner inszenierten Entführungen, um ihrem Verschwinden etwas Schicksalhafteres zu geben. Kunstwelten wurden heraufbeschworen: Die Jugend richtete sich ihre Welt wie einen Kindergarten ein, rauchte Zigaretten der Marken „Hope“ und „Peace“, kaufte Designerkleidung wie Ablassbriefe und hielt sich an ein Mode-Label, das Vanilla Confusion heißt.

„Die Menschen sind unsicher und orientierungslos. Die Erkenntnis, dass sich der bisherige Lebensstandard und die soziale Sicherheit nicht halten lassen, hat Japan die Lust an sich selbst genommen – an der Arbeit und an der Innovation“, sagt der Psychoanalytiker Inomata. „Vor 40 Jahren beschrieb der japanische Schriftsteller Soseki Natsume drei Alternativen zum Leben: sich an den religiösen Glauben halten, sich umbringen oder verrückt werden. Das war pessimistisch, aber wenigstens waren es Auswege. Doch die Gegenwart ist nur noch kalt, gefährlich und banal.“

### **Die Sorgen der Japaner sind begründet: Im Land mit den höchsten Lebenshaltungskosten wird man schnell obdachlos**

Die Angst vor Armut wächst, und da Japan das Land mit den höchsten Lebenshaltungskosten ist, kann der Punkt, an dem die Miete unerschwinglich wird, selbst dann schnell erreicht sein, wenn man noch einen kleinen Job hat. Tokios Ueno-Park, in dem Japans beste Museen die nationalen Errungenschaften in Kunst, Design und Technik feiern, ist inzwischen zu einem Domizil für Obdachlose geworden. Zwischen den Bäumen haben sie sich aus blauen Plastikplanen Zelte gebaut, mehrmals pro Woche kümmert sich eine staatliche Hilfsorganisation um sie. Direkt vor dem Nationalmuseum sitzen die Gescheiterten in ordentlichen Reihen auf Zeitungen. Gesprochen wird wenig, auch nicht getrunken. Der eine oder andere blättert in einem Pornomagazin. Eine Sängerin, ganz in Weiß, singt Jazzballaden. Es gibt Essen und einen Haarschnitt. Viele versuchen, an ihren alten Formen festzuhalten, tragen Krawatte und Anzug und bewahren ihre Habseligkeiten in Koffern auf, die teuer waren und noch Aufkleber vom Sicherheitscheck am Flughafen haben.

Drinnen im Nationalmuseum, das die vielfältigen kulturellen Ströme nachzeichnet, die über Jahrtausende die japanische Identität gespeist haben, steht direkt am Eingang eine Holzfigur aus den zwanziger Jahren, als Japan auf der Suche nach Stärke in den Faschismus schlitterte: ein alter Mann, der sich massig aufgerichtet hat, den Kopf nach hinten geworfen, der Blick unscharf. Es ist ein letztes Aufbäumen, eine Pose des verletzten Stolzes, eine Inszenierung von Todesverachtung. Mit aller Macht ►



Tokio. Crazy City

versucht der Hüne, in sich zu ruhen, doch er gerät ins Rutschen, der Boden unter seinen Füßen ist abschüssig.

Den Chinesen bereitet der Anblick der zerbröselnden japanischen Gesellschaft hämische Freude. Während ihre ehemaligen Kolonialherren über den Verfall ihres hohen Lebensstandards stöhnen, sind sie bester Laune und genießen jeden kleinen Fortschritt in vollen Zügen. Auf ihre Kämpferqualitäten, mit denen sie in 25 turbulenten Reformjahren den Sozialismus in sein Gegenteil verkehrt haben, sind sie stolz: „Drei Japaner zusammen sind ein Drache, aber jeder für sich ist ein Wurm. In China ist es umgekehrt.“

### **Trotz allem funktionieren Japans Stärken immer noch: die Technologie und die Firmenkultur der engen Kooperation**

Dabei hat die japanische Wirtschaft noch genügend Pfunde, um auch künftig stark und erfolgreich zu sein. Der größte Trumpf ist die Technologie. In Branchen wie Digitalfotografie oder Robotertechnik hat Japan ein Monopol. Auch bei Forschung und Entwicklung haben Japans große Unternehmen nach wie vor die Nase vorn, und sie sind auch innovativ genug, um schon mit neuen Produkten auf dem Markt zu sein, wenn die Konkurrenz noch alte kopieren. Außerdem ist der nationale Zusammenhalt immer noch groß genug, um dafür zu sorgen, dass diese Qualitäten erhalten bleiben. Anfang des Jahres intervenierte der



Psychoanalytiker Tsuyoshi Inomata. Verrückt sein heißt, verzweifelt zu sein.

Minister des Ministeriums für Wirtschaft, Handel und Industrie Hidetaka Fukuda beim Verkauf der Plasma-Fernsehersparte des Elektronikhauses NEC: Die Japaner sollten lieber an den Lokalrivalen Pioneer verkaufen als an einen chinesischen Konkurrenten. Nach eigenen Angaben befindet sich Fukuda derzeit mit zehn weiteren Unternehmen in ähnlichen Gesprächen, um Technologie im Land zu halten.

Darüber hinaus hat Japan wie kein anderes Land das Talent, Markttrends zu kreieren. „Es geht nicht nur darum, lange Wertschöpfungsketten in Japan zu haben“, sagt Takahiro Fujimoto, Wirtschaftswissenschaftler an der Tokio Universität. „Das Herausragende an japanischen Firmen ist ihr Talent für präzise Detailarbeit im Design und exzellente Funktionalität. Das geht nur in einer Firmenkultur mit hoch entwickeltem Teamwork und enger Kooperation mit den Zulieferern.“

Außerdem haben Top-Unternehmen wie Canon und Toyota ihre Produktion inzwischen so weit automatisiert, dass Lohnkosten kaum noch eine Rolle spielen. Die Präzision der japanischen Roboter-Fließbänder kann kein chinesischer Billiglöhner erreichen. Gleichzeitig sind die Systeme zu komplex, als dass sie vom Wettbewerb kopiert werden könnten. Kürzlich versprach Canon-Präsident Fujio Mitarai, alle Produkte, bei denen Lohnkosten weniger als fünf Prozent ausmachen, auch künftig in Japan zu produzieren. Das ist immerhin so viel, dass Canon in den kom-

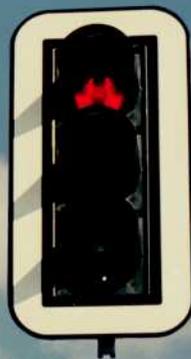
menden drei Jahren 80 Prozent seiner Investitionen in Japan tätigen wird. Eine chinesische Fabrik für Digitalkameras wurde vergangenes Jahr zurück nach Japan verlegt. Auch Kenwood holte seine Fabrik für Minidisc-Spieler aus Malaysia zurück zum Heimatstandort Yamagata.

Ein weiterer Vorteil japanischer Unternehmen gegenüber den europäischen Konkurrenten ist die jahrzehntelange Erfahrung mit Technologieverkauf und Outsourcing in Billiglohnländer. Asiatische Zulieferketten gehören schon seit den sechziger Jahren zum japanischen Wirtschaftskonzept. Denn nach der gescheiterten militärischen Kolonialisierung träumte Japan von einem wirtschaftlichen Feldzug, der das harmlose Bild vom Gänseflug benutzte: Japan wollte als Leitgans der Region die anderen Länder hinter sich herziehen, indem es weniger profitable und begehrenswerte Arbeiten schrittweise auslagerte und selbst nur die Sahnestücke behielt. Auch mit dem Scheitern dieser Taktik hat Japan Erfahrung: Allzu unvorsichtig verkauften japanische Firmen seit den siebziger Jahren ihr Know-how an Südkorea und bauten damit einen regionalen Wettbewerber auf, der selbstbewusster auftrat, als den Japanern lieb sein konnte.

„Japans größte Herausforderung besteht heute darin, seine Flexibilität wieder zu erlangen und sich Alternativen zur momentanen Gesellschaft vorzustellen“, meint Akira Takayama, ein

Regisseur, der an Tokios Theatern versucht, mit Stücken von Brecht und Borges die japanische Jugend zu provozieren und wachzurütteln. Doch in einem Land, dem das Lachen vergangen ist, hat es auch der Hofnarr schwer. „Japan sieht sich immer an der Spitze der Entwicklung, doch wer zur Avantgarde gehören will, muss Herausforderungen suchen, statt ihnen auszuweichen. Tatsumi Hijikata, die Begründerin des Butoh-Tanztheaters, fing zum Beispiel damit an, dass sie sich verkrüppelte Körper vorstellte, nicht gesunde. Und plötzlich verwandelte sich die Schwäche zu einer Stärke – Butoh gehört bis heute zu den fortschrittlichsten Theaterformen der Welt.“

Wie der Wandel vom Hinken zum Tanzen aussehen könnte, zeigen derzeit die ältesten Japaner. Da mit der Krise auch das Sozialsystem bröckelt und den staatlichen Rentenkassen in den kommenden 20 Jahren 580 Milliarden Dollar fehlen, können sich viele die teuren japanischen Pflegeheime nicht mehr leisten. Doch was spricht eigentlich dagegen, Sozialleistungen in Billiglohnländer auszulagern, solange man von dort aus genauso schnell die Enkel besuchen kann wie mit der Bahn? Also entstehen derzeit japanische Altersheime an der chinesischen Ostküste. Ironie der Geschichte: Einige der Rentner waren schon in den vierziger Jahren in China. Damals waren sie Besatzungsmacht. Heute sind sie Pflegefälle. ■



»Das ist doch nie im Leben rot!«



**JETZT AM KIOSK.**  
www.11freunde.de