

Zeitschrift:	Centrum : Jahrbuch Architektur und Stadt
Herausgeber:	Peter Neitzke, Carl Steckeweh, Reinhart Wustlich
Band:	- (2001-2002)
Artikel:	Das hart-gekochte Wunderland : Strukturen des ahnungslosen Alltags in der japanischen Stadt. Eine Reportage
Autor:	Klauser, Wilhelm
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-1072490

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Wilhelm Klauser

Das hart-gekochte Wunderland

Strukturen des ahnungslosen Alltags in der japanischen Stadt. Eine Reportage

Südküste in Kamakura: Holzhäuser, kleine Gärten, über engen Gassen das Meer
Foto: Reinhart Wustlich

"In time your mind will not matter. It will go, and with it goes all sense of loss, all sorrow. Nor will love matter. Only living will remain. Undisturbed, peaceful living."
(Haruki Murakami)



Ich gehe durch enge Gassen, um einzukaufen. Überstürzt waren wir losgefahren: ans Meer. In kleinen Gärten, um Holzhäuser angelegt, blühen Pflaumenbäume. Niemand, der am ersten Tag des Jahres auf die Straße tritt. Vollkommene Stille. In Japan fällt die Stadtlandschaft an einem einzigen Tag im Jahr in Agonie. Heute ist der höchste Feiertag im Lande.

Über der Küste stehen Greifvögel. Unbeweglich fast. In keinem anderen Land der Welt wäre es in diesem Augenblick möglich, einfach loszulaufen, in der Hoffnung, einen offenen Laden anzutreffen. Auf der anderen Straßenseite: ein Convenience-Store mit Parkplatz. Der Laden hat geöffnet. An jedem Tag des Jahres, vierundzwanzig Stunden am Tag.

Ich nehme frische Onigiri aus dem Regal – japanische Reisbälle. Ich wähle frischen Tofu, frisch gekochte Sojabohnen,

Edamame. In Europa gibt es sie nicht, allenfalls als Schweinefütterung. Dann greife ich eine Zeitung, und – noch ein gebratenes Huhn. Für die Kinder gibt es warmen Tee, für die Erwachsenen Bier. Und ich finde Sonnencreme. Zwei Studenten packen die Einkäufe in eine Plastiktüte. Zur Abrechnung benutzen sie ein POS – ein Point of Sales-System. Um die Preise einzulesen, verwenden sie kleine handgehaltene Scanner, die sie über die Barcodes laufen lassen.

Währenddessen lese ich. Auf der Rückseite des Terminals ist ein Flachbett-Bildschirm installiert, der Wettervorhersagen und Straßenzustände ausstrahlt, alternierend mit der Werbung für neue Produkte. Durch Datenübertragung, die im Verbund über ISDN und Satellit erfolgt, ist es möglich, schnell und jederzeit große Datenmengen, bewegte Bilder eingeschlossen, zu übertragen. Das

heißt, der Straßenzustandsbericht ist auf aktuellstem Stand. Kein Verkehr am 1. Januar 2001, nirgends ein Stau.

Ordnung eins. Ränder Jedes Produkt, das ich in diesem Moment kaufe, wird durch ein umfassendes Informationssystem registriert: Männlicher Kunde, kauft Reisbälle der folgenden, verschiedenen Geschmacksrichtungen, ein Huhn und eine Zeitung. Sonnencreme. Zeit: 1. Januar 2001, kurz vor 12:00 Uhr, Ort: Hajama. Die Außentemperatur beträgt plus 3° Celsius im Schatten, es ist sonnig, er ist allein gekommen. Ich zahle und nehme meine Tüte. Ich gehe zum Strand. Die Daten des Einkaufs, die gespeichert worden sind, dienen dazu, den Convenience-Store optimal auszulasten und mir, wenn ich zu einer ähnlichen Gelegenheit wieder einen solchen Laden betrete, zu garantieren, daß die Waren, die ich gerne kaufen

möchte, auch tatsächlich in den Regalen lagern. Es geht nicht nur darum, daß die Produkte vorhanden, sondern auch darum, daß sie, im Fall der Nahrungsmittel, „frisch“ sind. Die Einzelhandelskonzerne wollen nur das Beste für den Kunden. Sie werden nicht müde, es zu betonen: Ihr Ideal ist eine Betreuung von der Wiege bis ins Grab. Die Obsession: definitive Kundenbindung. Eigentlich ist der gewerbsmäßig unabsehbare Philanthropismus nicht der ausschließliche Grund für ein Point of Sales-System. Für die großen Einzelhandelsunternehmen, die räumlich weitgehend dezentralisiert geordnet sind, geht es darum, daß der einzelne Laden nicht gesonderte Lagerflächen vorhalten muß, daß der Lizenznehmer nicht zu viele Waren bestellt, die verderben könnten. Das heißt aber auch, daß weniger Produkte geliefert werden, die folglich schneller, von weniger Arbeitskräften, in die Regale geräumt werden können. Früher war Überschuss noch relativ problemlos zu entsorgen. Die Zwischenhändler waren dazu verpflichtet, überschüssige Waren zurückzunehmen! Ein unvorstellbares System, das zumindest zum Teil die horrenden Kalkulationen erklärt, die der Handel bei seinen Preisberechnungen angesetzt hatte – und die Japan so teuer gemacht haben. Eine solche Form des Protektionismus ließ sich im Zeichen einer kompetitiven Weltwirtschaft nicht durchhalten, und die Praxis wurde nicht zuletzt auf amerikanischen Druck abgeschafft, was sofort und unmittelbar den kleinen „Mum-and-Pop“-Läden das Genick brach, die bis in die achtziger Jahre die Bewohner der Stadt mit den alltäglich notwendigen Dingen versorgten. In diese Lücke, die sich plötzlich auftat, stieß der Convenience-Store.

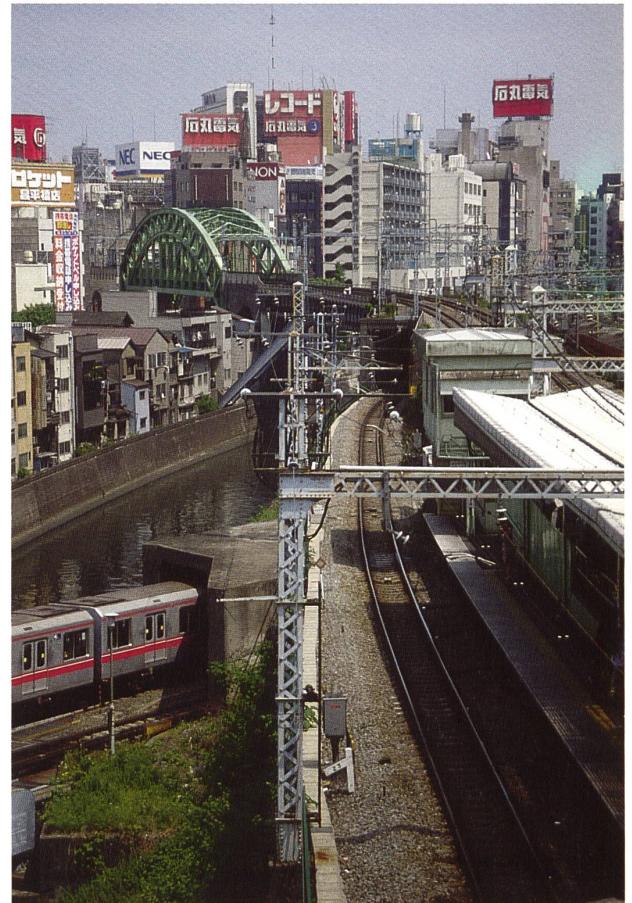
Ich weiß nicht, ob die Waren jetzt wirklich billiger sind. Jedenfalls sind sie jetzt alle in kleinen, bißfertigen Einheiten organisiert. Die Maßeinheit Kilogramm oder Liter ist unnötig, abgerechnet wird in Stückzahlen. Das System hat sich in seiner Grunddisposition eng an die Vorgaben angelehnt und ein neues Muster entwickelt: Dank der plötzlich verfügbaren Informationstechnologie setzen enorme Konzentrationsbewegungen des Einzelhandels ein, da sie Vorausinvestitionen notwendig machen, die nur große Organisationen aufbringen können. In den Konsequenzen der Technik verbarg sich eine Entwicklung, die in einer vollkommen dezentralen Anordnung des Einzelhandels mündete und die Distributionslandschaft Japans veränderte. Die Analyse des Marktes verfeinerte die Möglichkeiten der Betrachtung in einer ungeahnten Dimension. Der neue Kenntnisstand erlaubte folgerichtig eine außerordentliche Anpassung der Einheiten, und dem Kunden werden heute die Bissen und Geschmacksrichtungen fertig angerichtet auf die Zunge gelegt: Ein Schlaraffenland ...! In der Perfektion ist dem System eine irreversible Homogenisierung der Lebensführung eingebaut. Der Kunde wird in allen Läden, die er betritt, automatisch die immer gleichen Waren in den immer gleichen Verpackungen vorfinden. Es kommt zu Situationen in denen es vorstellbar ist, daß die bequeme Nähe und die fürsorgliche Betreuung der Gesellschaft in eine Form der Kontrolle und Manipulation umschlägt, die subtil das Leben der Menschen steuert. Und die sich vor der Öffentlichkeit nicht einmal mehr die Mühe macht, diese Tatsache zu verbergen. Aber vielleicht sollte mir das alles gleichgültig sein, denn die Informationen, die

in die Software des Unternehmens eingeflossen sind, werden garantieren, daß in Zukunft, an einem sonnigen, kalten Feiertag um diese Uhrzeit – High Noon –, genügend Vorrat vorhanden ist, um die Kunden zu versorgen. Und unter der Woche, an einem anderen Tag, wenn es vielleicht sehr heiß ist, werden auf Basis der Erfahrungswerte der letzten Jahre andere Produkte geliefert werden. Die Kunden werden zufrieden sein.

Die Rache von Tante Emma Der Convenience-Store ist die Rache von

Megacity Tokio: In fünfzehn Jahren die einzige reiche Stadt unter den zehn größten Städten der Welt

Foto: Wilhelm Klauser



Auf der anderen Straßenseite: ein Convenience-Store, der Laden hat geöffnet, an jedem Tag des Jahres, vierundzwanzig Stunden am Tag
Fotos: Wilhelm Klauser

Tante Emma. Und er ist wirklich großartig. 52.813 Convenience-Stores gibt es in Japan. So viele waren es jedenfalls am Ende des Fiskaljahres, im Februar 2000. Über 50% der Läden werden von den fünf führenden Ketten in Franchise-Systemen betrieben. Sie werden in der Regel von einem Ehepaar geführt, das bis zu zwanzig Teilzeitkräfte beschäftigt. Die Läden sind im Schnitt 100 Quadratmeter groß. Das macht 5,28 Millionen Quadratmeter reine Verkaufsfläche, denn die Läden müssen ja keine Lagerflächen vorhalten. 95% dieser Läden sind rund um die Uhr geöffnet. In ihnen werden jeden Tag Waren im Wert von ungefähr 550.000 Yen an durchschnittlich 800 Kunden verkauft. Das heißt, daß jeder Kunde für ungefähr 680 Yen oder – aktueller Wechselkurs – für 12,10 DM einkauft: Ein Liter Milch kostet 212 Yen, ein Reisball 130 Yen und eine Zeitung 400 Yen. Jeder Laden führt ungefähr 2.800 Produkte, die jährliche Turnover-Rate, der komplette Austausch des Sortiments durch Verkauf, liegt bei 48. Der Wert des gesamten Inventars – die Waren eingeslossen – beträgt bei Seven-Eleven Japan 5,7 Millionen Yen. Je niedriger diese Summe anzusetzen ist, desto besser fürs Geschäft. Inventar ist tote Masse, bringt nichts! Die Energie und das Geld werden stattdessen in die Gestaltung der Distribution und in die Entwicklung neuer Produkte gesetzt. Die Taktik ist erfolgreich, die alltägliche Lebensform Japans wird durch die Produktpalette dieser Läden reflektiert, die jährlich 70% ihres Angebotes neu gestaltet. Die Convenience-Stores sind am Puls der Zeit, und es geht ihnen dabei blendend. Die Profitmarge der fünf größten Ladenketten bewegt sich zwischen 27% und 31%. Sunkus, einer der Marktführer, verkaufte auf jedem Qua-

dratmeter seiner Verkaufsflächen im Jahr 1999 Waren im Wert von 1,8 Millionen Yen, Seven-Eleven Japan – sein schärfster Konkurrent, verzeichnet im Jahresabschluss 2000 sogar 2,35 Millionen Yen pro Quadratmeter.

Charme des Alltäglichen Der Markt ist gesättigt. Die sprunghaft wachsenden Ergebnisse der ersten Jahre nach dem Erscheinen der neuen Handelsformen lassen sich nicht mehr erzielen. Der Marktführer Seven-Eleven Japan hat festgestellt, daß 70% seiner Kunden in maximal fünf Minuten Entfernung zu

der Distribution, die sämtliche Störungen und Hindernisse beseitigt: Die Räume sind weiß gefliest, sie sind rechteckig, sie haben eine Eingangstüre. Über der Front sind ungefähr 60 Zentimeter hoch durchlaufende, farblich unterschiedlich gestaltete Neonbänder angebracht, die den Laden kenntlich machen. Vor den Türen sind Fahrradständer installiert, und es gibt große Müllheimer, die für die Mülltrennung eingerichtet sind. In der eigentlichen Verkaufsfläche stehen von zwei Seiten zu beschickende Regale, zwischen denen sich die Kun-



einem der Läden wohnen. Der Charme der Technik ist erheblich, wenn sie dabei hilft, die Ergebnisse der effektiven Bewirtschaftung des urbanen Raumes zu stützen: ein Alarm an der Kasse informiert, wenn ein Produkt im Laden knapp wird. Mobile Terminals erlauben es, die Revision schnell durchzuführen, und sie helfen, die Regalflächen effizient zu nutzen. Das wiederum ist sehr leicht möglich, da alle Läden identisch ausgestattet sind. Der Convenience-Store verzichtet radikal auf jegliches Design, das nach außen sichtbar auftritt. Sein gestalterischer Anspruch reflektiert die Logik

den problemlos zurechtfinden, da die Waren immer auf die gleiche Weise angeordnet sind. Es gibt eine Wand mit Kühlfächern. Die Läden verfügen über eine Mikrowelle, um Speisen aufzuwärmen. Sie besitzen einen Fax-Anschluss und neuerdings gibt es kleine, kompakte Terminals, um direkt via Internet aktuelle Musik auf kleine Minidisks zu übertragen, um Reisen, Konzertkarten oder Mietwagen zu bestellen. Die aktuellen Zeitschriften werden verkauft. Die Gänge zwischen den Regalen haben immer die gleichen Abstände, und das Personal trägt Dienstkleidung.

Einkauf im Irgendwo: Convenience-Stores verzichten radikal auf Design, gestalterischer Anspruch, sofern beabsichtigt, reflektiert die Logik der Distribution

Vernetzung der Aktivitäten Von ähnlichen Konzeptionen und Analysen gehen die anderen Unternehmen aus. Im Abstand von maximal 1000 Metern findet sich in den Städten, rein rechnerisch, ein Laden. Das Warenangebot des Convenience-Stores ist auf die Versorgung des Alltags ausgerichtet: Über das POS-System werden die Rechnungen von Kunden verbucht, die Dienstleistungen in Anspruch nehmen, die der Laden im Verbund mit anderen Unternehmen anbietet. So können hier schon die Hauslieferungen koordiniert werden, die fertig vorgekochte Mahlzeiten zu genau bestimmten Zeiten zum Kunden bringen, oder es lassen sich die Paketdienste dirigieren, mit denen der kleine Laden Verträge abgeschlossen hat. Im Zuge der zunehmenden Bedeutung von E-Commerce und im aktiven Bemühen der Unternehmen, sich in einer äußerst kompetitiven Situation neue Geschäftsfelder zu erschließen, werden vertikale Verbindungen, das heißt dauerhafte Zusammenschlüsse unterschiedlicher Dienstleistungsformen, sichtbar. Die Verflechtungen werden dichter, auch unerwarteter.

Ein engmaschiges Netz entsteht. Im Februar des Jahres 2000 kündigte der Marktführer Seven-Eleven Japan ein Joint-venture mit Nichii Gakkan, Mitsui & CO und NEC an, mit dem Ziel der Einrichtung gemeinschaftsorientierter Dienstleistungen. Das Fachwissen der vorwiegend im Altenpflegebereich aktiven Firma Nichii Gakkan wird in diesem Fall mit dem Know how der Verpackungstechnik von Mitsui & Co gekopiert, mit dem Wissen von NEC in der Kommunikationstechnologie zusammengepannt, um einen Mitgliederservice aufzubauen, der auf das Ladennetzwerk und die Distributionstechnik der



Markt mit fliegenden Ständen

Convenience-Stores angewiesen ist. Den Kunden kann auf diese Weise der Service individuell zubereiteten Essens angeboten werden, das entweder in den Läden zur Abholung bereit liegt oder aber von den Altenpflegern – über Fax oder Internet bestellt – ausgegeben wird. Daß sich der Convenience-Store damit im Kontext eines wachsenden Marktes neu positioniert, den eine überalterte Gesellschaft hervorbringt, versteht sich von selbst.

Unordnung eins. Zentren Hinter der Organisation steckt ein enormer Apparat, dessen reibungsloses Funktionieren einen Triumph der Planung darstellt. Firmeneigene Werbeagenturen erarbeiten rund um die Uhr neue Konzepte. Großküchen, die in das Firmenagglomerat integriert sind, stellen die vorgekochten Mahlzeiten her. Immobilienagenturen plazieren neue Läden. Die perfekte Integration dieser privatwirtschaftlichen Systeme in den Stadtraum wirkt seltsam harmonisch. Dort allerdings, wo sie auf den öffentlichen Stadtraum treffen, werden sie funktional problematisch. Die Läden werden fünf Mal am Tag von Lieferwagen angefahren, die an kleinen Distributionszentren beladen wurden. Die radikale Fed-Ex-isierung des Lebensraumes bringt die verfügbaren Infrastrukturen an den Rand des Zusammenbruchs. Der Frachttransport hat in den letzten Jahren enormen Zuwachs gehabt, ohne daß die Wirtschaft vergleichbare Produktionssteigerungen verzeichnete. Eine endlose Bewegung von

Waren ist zu beobachten, eine Belastung, die lediglich über ein, trotz aller Anstrengungen unzulängliches, Straßennetz aufgefangen werden kann. Übertrieben formuliert untergraben der Transport von Reisbällchen und Softdrinks die Funktionsfähigkeit der Stadt in unkontrollierbarer Form. Überlegungen, unterirdische Distributionsnetze einzurichten, muten noch immer utopisch an, werden aber wahrscheinlicher. Auf den künstlichen Inseln vor Tokio, in Odaiba, wo eine neue Stadt entsteht, erfolgen die Ver- und Entsorgung der Bürogebäude und der Wohnblocks schon seit ungefähr zehn Jahren ausschließlich unterirdisch. Aber wer soll das bezahlen, wenn solche Mechanismen in großen Maßstäben nachträglich in die Städte eingebracht werden müssen? Bis auf Weiteres bleibt der Radstand der Lieferfahrzeuge kurz, damit sie in den engen Straßen problemlos rangieren können, und die technische Aufrüstung des Pkws mit allen nur denkbaren Bequemlichkeiten – um die Stunden des Stillstands auf den Straßen angenehm gestalten – nimmt bizarre Züge an. Der „nomadisierenden“ Lebensform in der Metropole, ihrer Freiheit werden auf diese Weise, unbemerkt fast, neue Muster eingezogen, die die Kapazität der Bewegungen untergraben. Die Gleichförmigkeit des Alltages nimmt erschreckende Ausmaße an. Durch die räumliche Dezentralisierung, verbunden mit der gleichzeitigen organisatorischen Konzentration und beständigen Verfügbarkeit aller nur vorstellbaren Funktionen, wird nicht nur die enge Bindung an die „eigenen vier Wände“ obsolet. Wer braucht denn noch eine Küche, wenn die Mahlzeiten geliefert werden? Und wer braucht eine Bank, wenn der allgemeinwährtige Convenience-Store in unmit-

telbarer Nähe der Wohnung den gleichen Service anbietet? Die funktionale Gebundenheit der Lebensvorgänge an einzelne, klar umrissene Örtlichkeiten, die funktionelle Systematisierung des Stadtraums, wird überwunden. Natürlich ist der Convenience-Store und sein spezifisches Format in diesem Kontext nur eine Illustration der sozio-demographischen Verschiebungen, die in der japanischen Stadtgesellschaft ablaufen. Das Bild des Tag und Nacht im Dienste seiner Firma stehenden Mannes und die im Kontrast dazu ausschließlich auf die Versorgung des Hauses und der Kinder reduzierte Frau, stimmt ja schon lange nicht mehr mit den Tatsachen überein. 1995 gab es in Japan 11,24 Millionen

Shopping auf der Ginza: Luxus-Distribution der großen Kaufhäuser Tokios



Einpersonen-Haushalte und 7,62 Millionen Zweipersonen-Haushalte (JSJ f 2000, Internet). Damit beanspruchte diese Haushaltsform nahezu die Hälfte der überhaupt vorhandenen Wohnungen. Durch die in dieser Wohnform angelegten Lebensorganisation, durch ihre Beweglichkeit, ihre gleichzeitige Flüchtigkeit, die eine entsprechende technische und ohne finanziellen Aufwand zu installierende Ausrüstung noch unterstützt, verschiebt sich die korrespondierende räumliche Organisation, wie sie sich im Lauf der Jahre entwickelt hat. Und so

werden nicht nur die klassischen Funktionen des Wohnraums fragwürdig, sondern auch die des Zentrums und der hier angelagerten Nutzungen, die ihre Identität aus der Tatsache heraus entwickeln konnten, daß sie dem Wohnraum und seiner Funktion diametral entgegengesetzt ausgerichtet waren, etwas vollkommen anderes bieten konnten. Es ist wahr: Als vor bald vierzig Jahren von den Stadtplanungsämtern das Konzept einer polyzentrischen Metropole entwickelt wurde, schien alles schlüssig zu sein: An den Schnittpunkten der Bahnlinien, dort, wo die enormen Pendlerbewegungen für wenige Augenblicke erfahrbar werden, entstanden Reibungsflächen, die eine ungeahnte Energie frei-

Jenseits der Standardisierung: Stillleben



setzen. Shinjuku, Ikebukuro oder auch Shibuya verzeichnen heute noch jeweils an die 3 Millionen Personenbewegungen an jedem Tag. Das ist eine Entwicklung, eine Folge der explosionsartigen Stadterweiterung nach Westen, die bis zum Ende der sechziger Jahre stattgefunden hat. Ein kommerzielles Feuerwerk ohnegleichen war das Resultat dort, wo die in langen Zügen kanalisierten Pendlerströme aufbrachen. Über und unter den Gleisknoten entstanden aus Flächennot Raumprogramme, die in kondensierter Form wie

eine Apotheose des Times Square oder des legendären Alexanderplatzes anmuteten. Es waren Orte, die den Mythos der Großstadt forschrieben, deren konstant bevorstehender Kollaps andauernd als Drohung und Bereicherung empfunden wurde.

Hier konnten wegen der immensen Immobilienpreise ausschließlich große Handelshäuser und Konzerne aktiv werden, deren Wünschen die Städte mangels finanzieller Kapazitäten fast widerspruchslos folgten. Korrektiv in dieser Entwicklung ist und war ausschließlich die zu erwirtschaftende Rendite. Die Konkurrenz, die hier entstand, inspirierte die kaufmännische Kreativität, die sich ungehindert entfalten konnte. Daran hat sich bis heute nichts geändert.

Nur daß alles, was bis vor sechs Jahren noch so selbstverständlich anmutete, heute seltsam verschont und unsicher wirkt.

Natürlich pulsiert das Leben in Shibuya oder in Shinjuku noch immer, und die wilden Kleider der Jugendlichen finden problemlos den Weg in die Trendmagazine und in die europäischen Modezentren. Aber wer genau hinsieht, stellt fest, daß sich die Menschen hier durch eine Welt der Pfennigbasare, Second-Hand-Shops und Discountläden bewegen.

Bunkamura, Kulturzentrum und elegantes Flaggschiff der Tokyu-Kaufhäuser in Shibuya, das erst vor fünfzehn Jahren mit großem Pathos gebaut wurde, ist hoffnungslos ins Abseits geraten. Hier wird kein Geld mehr umgesetzt.

Die Maschinerie, die in den siebziger und achtziger Jahren so reibungslos funktionierte, läuft ungleichmäßig. Es war eine plötzliche Hysterie, als vor vielleicht fünf Jahren das in einer ausgeprägten Mulde liegende Shibuya, in Anlehnung an Silicon-Valley, zum Bit-Valley

ausgerufen wurde. Die Immobilienpreise zogen an, obwohl sie ansonsten in Tokio seit zehn Jahren kontinuierlich sinken. Die Lichter wurden noch etwas heller, die Videowände noch etwas größer.

Start-Ups siedelten sich an, denn hier war das junge Leben. Was aber passiert, wenn sich der Markt beruhigt, wenn sich die Spreu vom Weizen trennt? Besorgte Kommentatoren fragten das immer häufiger. Muß dem plötzlichen Boom, dem explosionsartigen Wachstum auf dem Sektor der neuen Technologien und der plötzlichen Vitalisierung der Bauindustrie nicht unmittelbar ein ebenso krasser Absturz und korrespondierender funktionaler Verfall folgen?

Im Hochpreis-Sektor: Einzelbild

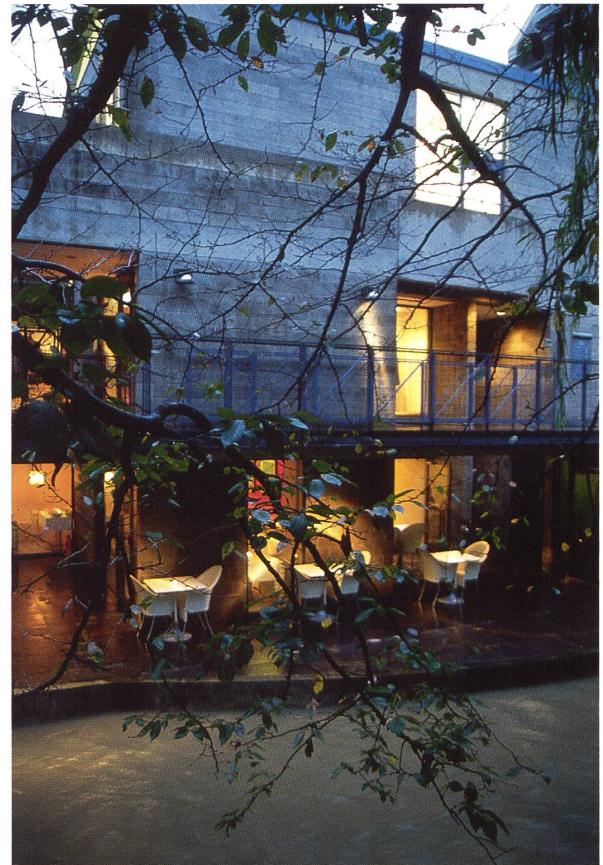


Es ist nicht zu übersehen: Die Bedeutung der Subzentren für die Bewohner des urbanen Raumes der Megacity schwindet. Kleinere Zentren, näher an den Wohngebieten gelegen, während der achtziger Jahre aktiv ausgebaut, um die Versorgung der Bevölkerung in den außen liegenden Wohngebieten zu garantieren, untergraben ihre Dominanz. Der Besitz eines Pkws wird auch in den Zentren als normal empfunden, um dem erreichten Lebensstandard ein angemessenes Abbild zu geben. Verzeichnen die Statistiken im Jahr 1970 noch

für ganz Japan 186 Millionen Passagier-Kilometer, denen auf Seiten der Bahn 279 Millionen Passagier-Kilometer gegenüberstanden, haben sich die Zahlen dreißig Jahre später drastisch geändert: 1997 werden für den Pkw 704 Millionen Passagier-Kilometer ausgewiesen, während die Bahnen in Relation dazu „nur“ 395 Millionen Passagier-Kilometer erreichen.

Nivellierung des Handels Als, wiederum auf vorwiegend amerikanischen Druck, vor 10 Jahren die strengen Regelwerke, die für die Eröffnung großflächiger

Kyoto, atmosphärisches Ensemble am Takase – TIME'S, Geschäftshaus an der Sanjo-kobashi-Brücke
Architekt: Tadao Ando (1983–1984)
Fotos: Reinhart Wustlich



ger Ladengeschäfte galten, gelockert wurden, bewegte sich die Zentrifuge immer schneller. In den letzten Jahren haben abseits der Bahnhöfe, entlang der Ausfallstraßen, ausgedehnte Einkaufsparadiese die Tore geöffnet. Der im Zeichen andauernder Rezession preisbewußte Kunde versorgt sich nun hier, näher an seiner Wohnung. Ausgedehnte Parkflächen stehen zur Verfügung, „Preisbrecher“ finden die idealen Voraussetzungen, um billige Immobilien aufzustellen. Im November 2000 eröffnete der französische Einzelhandelskonzern Carrefour in Chiba den ersten Großmarkt. Er hat ein eigenes, neues Distributionssystem aufgebaut, das die inflexiblen und undurchdringlichen bestehenden Netze einfach negiert. Der Konzern kann so mit seinen Angeboten weit unter den Preisen der japanischen Konkurrenz liegen.

Die alten Zentren an den Bahnhöfen verfallen in atemberaubender Geschwindigkeit. Selbst die klare Sichtbarkeit der *fukutoshin*, der großen „japanischen“ Orte, die ursprünglich aus funktionaler Notwendigkeit heraus entstanden waren, schwindet. Nach und nach wandeln sie sich zu touristischen Zielen, die für die Grundversorgung der Bevölkerung nur noch eine marginale Rolle spielen. Sie werden zu den Spielfeldern einer „affluent society“, die endgültig den Anschluss an lang erstrebte, westliche Muster gefunden hat.

Die Zentren suchten deshalb, eine klare und unverwechselbare Identität auszubilden, um in der Wettbewerbssituation, in der sie sich plötzlich befanden, eine vorteilhafte Position einzunehmen. *Shinjuku* – das sind die Hochhäuser. *Shibuya* – das ist die Jugend. *Ueno* – das ist die Kultur. *Ikebukuro* – das sind die Kaufhäuser.

Auch jenseits der Megacity galt: *Kyoto* – das ist das enorme Einzelhaus. *Umeda* – das ist die Stadt in den Wolken (*Osaka*).

Die Notwendigkeit, ein klares, unverwechselbares Image auszubilden, führte dazu, daß sich bislang unbestrittene Subzentren plötzlich in einer unter ökonomischer Hinsicht weitaus gefährlicheren Situation befanden. Die Konkurrenz ist enorm: Denn in *Yokohama* – ist das Meer. Und dort entsteht mit *Minato Mirai* in den alten Dockanlagen eine neue Stadt. *Odaiba* – das ist die Bucht von Tokio. Sie lockt mit den Versuchun-

könnte vermutet werden. Denn vor zehn Jahren, auf dem Höhepunkt der „Bubble“-Economy – als allein der Besitz von Grund und Boden genügte, um große Geldsummen aufnehmen zu können –, erfolgten Entscheidungen, die bis heute nicht revidiert werden konnten.

Die Unternehmen sind hoch verschuldet. Die Zinslasten, die auf den Häusern liegen, sind erdrückend. Eine Gesellschaft, die das Unternehmen auffangen wollte, hat sich nicht gefunden, die Banken drehten den Geldhahn zu, die Mitarbeiter werden entlassen. Das waren die Schlagzeilen der NHK-Nachrichten, die ich im Flugzeug gelesen habe, als wir nach Japan geflogen sind. Aber das ist nur ein Teil der Wahrheit.

„Superdichte“, raunt es im Ausland angesichts der kommerziellen Zusammenballungen, die sich um die Kaufhäuser gebildet haben. Was aber ist, wenn der Nukleus, an den sich all das angelagert hat, implodiert? Was, wenn ein solches Konzept angesichts einer umfassenden Vernetzung gar nicht mehr erfolgreich sein kann? Geräuschlos fast geht solch eine Entwicklung vor sich, aber es läßt sich nicht mehr einfach zur Tagesordnung übergehen. Die Leerstellen werden bedrohlich. Wen interessieren noch Kaufhäuser? Wen interessieren noch die Zentren einer Stadt, wenn die tatsächlichen Bewegungen und Veränderungen in der Organisation des städtischen Lebensraumes gewissermaßen unsichtbar werden, sich überhaupt nicht mehr sichtbar in Gebäuden niederschlagen? Welche Rolle spielt dann noch die Architektur?

Was passiert überhaupt mit den *fukutoshin*, den Subzentren, auf die sich seit Jahren die Blicke der eifersüchtigen europäischen und amerikanischen Architekten richten, denen hier die Möglich-



Tokio, Shibuya. Passanten in der Comic-Welt
Foto: Wilhelm Klauser

gen der futuristischen Stadt. Und sogar ein fast unbedeutender Ort wie *Futako Tamagawa* bietet durch seine Lage unmittelbar am Fluß eine Mischung, die den auf Vielfalt und Abwechslung ausgerichteten Bedürfnissen der Besucher plötzlich viel eher entgegenkommt.

Schleichende Implosion Seit zehn Jahren stürzen die Umsätze der Kaufhäuser ins Bodenlose. „Die Kaufhäuser sind leer“, heißt es. Die Kunden bleiben aus. Am 26. Dezember 2000 hat deshalb die altehrwürdige *Sogo*-Kette aufgegeben, es ging nicht mehr. „Wahrscheinlich waren es die Altlasten“,

Tokio, Shibuya. Boutique in der Dialogmaschine
des Yamanote-Bahnhofs
Fotos: Reinhart Wustlich

keit funktionierender Zentren gleichsam hämisch vorexerziert wurden? Wie unter einem Brennglas konzentrierten sich hier die Quintesszenz der japanischen Stadt, die Merkmale ihres Erfolges: Dynamik und Chaos, das wunderbare Chaos, das auf schier unglaubliche Weise immer weitergeholfen hat. Das war eine Situation, die, selbst in Augenblicken höchster Zweifel an der städtischen Siedlungsform in Europa, einen geradezu penetranten Optimismus vermittelt hat.

Natürlich, hier entfalten sich die homogenen japanischen Siedlungen noch immer zu einer Landschaft von eigenartiger und absurder Schönheit, die ihren Niederschlag in Bauwerken, Filmen, Fotografien, Literatur und Theorien finden. Hier kulminiert eine Stadt in einer Vielfalt von Bewegungen, Schriftzeichen und urbanen Kulturen, deren Vitalität unvergleichlich ist. Und all zusammen, das macht sie interessant! Es heißt leichthin, daß das, was hier entstanden sei, nichts mehr gemein hätte mit dem, was eine Stadt im Normalfall auszeichnet.

Das japanische Stadtzentrum sei institutionalisierte Ausnahme. Aber das ist Unfug. Folge einer einseitigen Betrachtungsweise, die das Bild, das der Stadt zu Grunde liegt, ausschließlich an westlichen Mustern ausrichtet. Nur wenige Japaner sind wohl bereit, einer solchen Heroisierung ihres Lebensraumes unwidersprochen zuzustimmen.

Die Mythisierung, die Orte wie *Shinjuku*, *Shibuya* oder *Ikebukuro* erfahren, war in Wahrheit die Sache außenstehender Beobachter und läßt sich häufig genug ausschließlich aus einem kolonialisierenden Weltbild heraus erklären, das all seine Energie darauf konzentriert in das Fremde und immer noch Neue die



In den Einkaufswelten: Warten auf einen Restaurantplatz

eigenen Klischees hineinzulesen. Die Zustände sind eindeutig komplexer und die Bewegungen, die ohne Frage heute hier stattfinden, sind unmittelbar an die äußerst kontrollierten Verschiebungen gekoppelt, die im Weichbild der Städte stattfinden, dort wo der Stadtraum zwischen hohen Mauern und niedrigen Häusern zu trügerischer Ruhe findet, zu einer heimtückischen Form von Heimat, die nicht zu verlassen ist.

Ordnung zwei. Alter Am Rande von Yokohama, auf einem kleinen Plateau steht das Haus. Zwanzig Minuten sind

wir von dem kleinen Vorortbahnhof aus noch mit dem Bus gefahren und dann noch zehn Minuten den Berg hinaufgegangen.

Ein gläserner Kubus ist es, schwebend fast in eine Nische am Hang gelegt. Keinen Dachrand scheint das Gebäude zu brauchen, nur geringfügig, minimal tritt eine Betonplatte aus dem Boden, auf die das Haus gesetzt ist: Reine Form. Endlos lang ist es. Hundertdreissig Meter, sagt mir die Architektin später. Sitzt tadellos! Riesige Glasflächen, alle in feinen Wellenlinien kanelliert, bilden einen Raumabschluß, der beim Vorübergehen in allen Farben oszilliert.

So läßt sich nicht hineinschauen, sagt die Architektin, denn die Privatsphäre der Bewohner sollte geschützt werden. Hinausschauen läßt sich aber auch nicht, es sei denn, ich bin bereit, andauernd mit dem Kopf zu wackeln. Schade, denn der Blick reichte, endlos über die blauen und grauen Dächer der Stadt, bis ans Meer, zu den Hochhäusern von Minato Mirai, zum Hochseehafen von

Hochbahn ins Einkaufszentrum



Yokohama: Ein großartiger Balkon, der hier als Bauplatz gefunden wurde. Es gibt kein Haus, das den Blick versteckt, und selbst die kleine Straße, über die ich gekommen bin, liegt fast sechs Meter tiefer. Auf der anderen Seite gibt es eine schroff gezackte Betonmauer, die mindestens acht Meter hoch ist und auf der wieder Häuser thronen. Eine einzigartige Lage in vollkommener Einsamkeit – inmitten in der Stadt. Der lange, schmale Raum, der sich zwischen der Glaswand und dieser abschließenden Betonfläche erstreckt, vibriert vor Spannung. Die Anlage von Blumenrabatten ist idiotisch und kann nicht im Sinn des Entwurfes gewesen sein. Das müssen die „Ehrenamtlichen“ gemacht haben, die hier die Tagespflege betreuen. Die Frauen tragen alle ultramarinblaue Trainingsanzüge und weiße Turnschuhe. Sie sind alle um die fünfzig Jahre alt. Sie empfangen mich hinter einer weißen Theke. Sie legen mir ein

Formblatt vor, in das ich, bitte, meinen Namen eintragen möchte. Die Liste ist noch nicht lang, denn das Gebäude liegt abseits der gängigen Orte. Aber die Besucher waren alle Architekten. Dann soll ich die Schuhe ausziehen, und ich werde durch das Gebäude geführt. Alles ist weiß, blendend weiß. Das Gebäude der Tagespflege ist eine Stahlkonstruktion. Aussteifende Funktionen übernehmen Betonkerne, in die Badezimmer und Toiletten integriert sind. So können die Stützen schlank bleiben. Sie stehen weit hinter der Fassade. Das Gebäude ist schmal, und die einzelnen Funktionen sind deshalb wie an einer Perlenkette aufgezogen. Unmittelbar an den Fenstern ist, wegen der linearen Organisation des Programms, so etwas wie ein Notgang angelegt, über den die einzelnen Räume erschlossen sind. Vielleicht eine durchaus japanische Form der Erschließung, denn auch in den alten Häusern waren die Räume ja über eine Veranda zugänglich, die unter einem großen Dachüberstand entlanggeführt worden ist. Hier aber gibt es natürlich keinen Dachabschluss, denn Japan wird jeden Sommer von massiven Tai-funen überzogen, die einen regelbaren oder auch feststehenden Sonnenschutz vor der Fassade schlicht nicht vertretbar machen. Hier greifen deshalb vom Dach hinunter, in regelmäßigen Abständen, Auslässe von Klimaanlagen in den Korridor. Warum auch nicht: es ist durchaus berechtigt die Technik zu nutzen, die zur Verfügung steht. Und bei der Hitze im Sommer ist im Übrigen eine Klimaanlage auch unbedingt notwendig. Das Haus ist brandneu, das ist wahr, und es legt eine irritierende Glätte und Entschiedenheit in der Gestaltung an den Tag. Es trägt eine eigentümliche Autonomie in sich, die es radikal aus dem

Kontext löst. Ist dies ein „japanisches“ Haus, wie die Architektin sagt? Das Mißtrauen gegenüber diesem Gebäude setzt dort an, wo die Dimension einer anderen, hinterliegenden Struktur sichtbar wird. „Alles Nickel“, hatten sie mir deshalb schon im Vorfeld abfällig gesagt, nichts als die plumpe Dekoration eines tieferliegenden Problems. Nichts, das dieses Gebäude noch ernsthaft in einen kulturellen Kontext oder in eine metropolitane Problematik einbinden würde, aus der die japanische Architektur in den letzten zwanzig Jahren ihre Inspiration bezogen hat.

Das, was hier gebaut wurde, ist Fläche für eine Dienstleistung, die von 7.00 Uhr morgens bis 21.00 Uhr abends den Menschen in Minami-ku zur Verfügung steht. Es ist eine Tagespflege in Mutsukawa. Überall in Yokohama sollen solche Einrichtungen entstehen, weit in den Wohngebieten, damit die Nutzer sie problemlos erreichen können. Jede Grundschule, deren Einzugsbereich bislang das Mikroumfeld eines Wohngebiets festlegte, soll durch eine solche Serviceeinrichtung ergänzt werden: Es muß ein Netzwerk von Versorgungseinrichtungen entstehen, in denen eine überalterte Bevölkerung zumindest bei Tag versorgt werden kann. Nur so ist es möglich, daß der Druck von einem System genommen wird, das sich für die Versorgung seiner Gesellschaft bislang ausschließlich auf die persönliche Opferbereitschaft der weiblichen Bevölkerung verlassen hat. Aber das ist nicht mehr möglich.

Die rasante Überalterung, gekoppelt mit einer rigiden Einwanderungspolitik, läßt in absehbarer Zeit die Situation entstehen, daß auch die Frauen arbeiten müssen, um die Volkswirtschaft funktionsfähig zu halten.

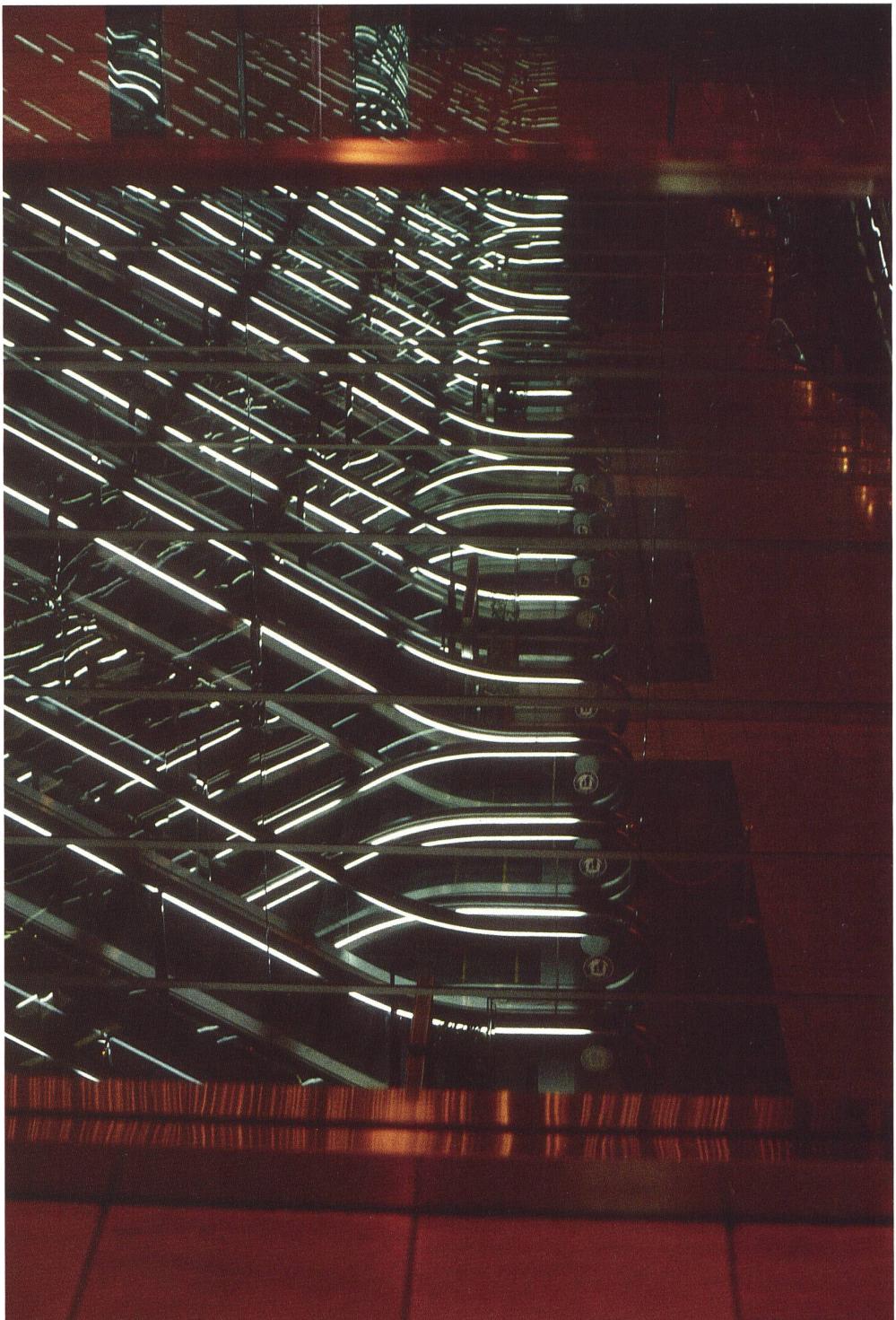
Wen interessieren noch Kaufhäuser, wen interessieren die Zentren einer Stadt, wenn die tatsächlichen Bewegungen und Veränderungen des städtischen Lebensraumes unsichtbar werden?

Fotos: Wilhelm Klauser

„Kindergärten“, sagt man mir auf dem Amt, „hätten deshalb größte Bedeutung.“ Aber mit der Einführung der Pflegeversicherung, die in Japan im April 2000 analog zum deutschen Vorbild eingerichtet worden ist, müssen in kürzester Zeit zunächst in diesem Bereich die notwendigen Infrastrukturen entstehen, um dem drängendsten Bedarf zu genügen. 1989 wurde durch das Gesundheitsministerium bereits ein erster „Gold-Plan“ aufgelegt, der Zielvorgaben formuliert: Bis 1999 sollten japanweit 17.000 Tagespflegen eingerichtet werden, 10.000 Pflegezentren für die Versorgung zu Hause und 5.000 Sternstationen.

Der Start in ein solch außerordentliches Bauprogramm erfolgte gewissermaßen von Null. Eine entsprechende soziale Infrastruktur, an die angeschlossen werden könnte, existierte nicht. Das Programm ist mit herkömmlichen Mitteln nicht zu erfüllen, und es stellt die Gemeinden vor fast unüberwindbare Probleme: 450.000 Bewohner von Yokohama haben ein Alter von über fünfundsechzig Jahren, die Tendenz ist steigend. Vor drei Jahren gab es in ganz Yokohama 1.294 Plätze in der Tagespflege. In zwei Jahren sollen es über 7.000 Plätze sein. Am 1. Januar 2001 gab es 2.751 Plätze in 70 Tagespflegen. Die Stadt Yokohama liegt damit zu diesem Zeitpunkt bereits um 1.200 Betten unter ihrem Soll. In den nächsten zwei Jahren müssen weitere 75 Tagespflegen gebaut werden. Und die Verhältniszahlen in Kurzzeit- und Langzeit-Pflege sind noch ungünstiger. Es gibt keinen Zweifel: Die Bauaufgabe der Zukunft ist in Japan das Pflegeheim.

„Wir haben für nichts anderes Geld“, stellt Herr Isawa von der Abteilung für Stadtplanung in Yokohama fest, „wir



Unüberschaubare Metropole und kleiner,
intimer Ort
Foto: Reinhart Wustlich



können nicht einmal mehr die Straßen reparieren.“
Denn für die Durchführung dieses Programmes, das gewissermaßen über Nacht eine soziale Infrastruktur auf die Beine stellen muß, gibt die Gemeinde Grund, Boden und Gebäude. Den Betrieb und den Unterhalt wiederum tragen private Betreibergesellschaften: Die Kosten für die Dienstleistungen der Tagespflege belaufen sich monatlich auf JPY 350.000 bis JPY 400.000 (entsprechend 6.200 bis 7.100 DM) für jeden Pflegebedürftigen. Maximal 10% dieser Summe sind von den Nutzern zu erbringen, den Fehlbetrag erstattet die Versicherung. Jede Pflege wird von einer Oberschwester geleitet. Ihr stehen im Schichtdienst fünfzehn Altenpfleger, zwei Verwaltungsassistenten und etwa zwanzig ehrenamtliche Helfer zur Seite. Auf die Integration von Sozialarbeitern wurde aus Kostengründen verzichtet. Die Sache ist ein todssicheres Geschäft. Der Betreiber der größten Diskotheken

von Tokio, Velafare und Stardust, ist bereits vor einigen Jahren eingestiegen und hat auf das Pflegegeschäft umgesteuert. Die Immobiliengesellschaften der privaten Eisenbahnlinien bauen keine Kaufhäuser an den Bahnhöfen mehr, sondern annoncieren in den Zügen Altenheimplätze, die sie auf seit Jahren brachliegenden Grundstücken errichten, die sie während der goldenen Jahre der „Bubble“-Economy vorausschauend und fieberhaft aufgekauft haben. Die Ausbildungen in der Altenpflege haben rasanten Zulauf.

Sichtbarstes Zeichen in der Architektur war in den letzten Jahren der Erfolg, den die hinreißende Universität in Saitama von Riken Yamamoto hatte: Eine herausragende Anlage für die Ausbildung von Fachpersonal und für die Erforschung von möglichen Strukturen und Systemen, die einer Gesellschaft angemessen sind, deren Anteil an über 65-jährigen in Kürze alarmierende 25% überschreiten wird.

Die Studenten zahlen selbstverständlich Studiengebühren. In einer Situation in der die gängige Praxis einer lebenslangen Beschäftigung, wie sie bisher in den japanischen Firmen garantiert worden ist, nicht mehr beizubehalten ist, ist das Geld gut angelegt.

Aber die Bemühungen reichen weiter: Ein anderer Trend für die Gestaltung ist auch in solch einem Umfeld die Erschließung neuer Geschäftsfelder. Hierzu hat vor allem der geschäftliche Erfolg des Roboterhundes Aibo beigetragen. Im Juni des Jahres 1999 brachte Sony 3.000 Maschinenhunde in Japan zum Preis von JPY 250.000 heraus. Innerhalb von zwanzig Minuten waren sie ausverkauft. Seit dem Frühjahr 2000 produziert Sony monatlich 10.000 Aibo.

„Aibo, with its own emotions and in-

stincts, learns and grows through human interaction and from its environment. Owners have a variety of software applications to choose from to enhance their Aibo experience. Stylish and sleek, Aibo comes in three attractive colors – silver, gold and black,” verspricht der Werbe-prospekt.

Die Roboter sind, ein gängiges System, mit selbstlernenden Computerprogrammen ausgestattet, die eine Personalisierung des Verhaltens bewirken. Auf der internationalen Robot-Ausstellung, im Herbst 1999, trafen sich die Besitzer von Aibo und gaben ihren Robotern die Möglichkeit zum Auslauf. In Form eines Spieles mußten die Besitzer hinterher ihre Maschinen wieder identifizieren. Die innerhalb der wenigen Monate seit Erscheinen von Seiten der Roboter entwickelten Verhaltensweisen machten es möglich, daß jeder Besitzer seinen Maschinenhund fehlerfrei identifizieren konnte.

„Ich habe den Eindruck“, wird der Architekt und Kritiker Hajime Yatsuka später im Gespräch sagen, „daß ich als Architekt in der Steinzeit lebe. Ich vermag keinerlei gesellschaftliche Bedeutung in unserem Tun mehr zu erkennen.“

Aibo ist nur einer von mehreren persönlichen Robotern, die in Japan bereits im Handel sind, auf den Markt kommen werden oder sich im Versuchsstadium befinden. Das Mechanical Research Laboratory MEL des Ministeriums für Wirtschaft und internationalen Handel (METI) arbeitet mit dem Steuerungshersteller Omron an einem Katzenroboter mit dem Namen *Tama*.

Matsushita brachte den Roboter im Sommer des Jahres 2001 auf den Markt. „Die Idee, die hinter *Tama* steht, ist die der Tiertherapie“, sagt Kunichi Ozawa, Manager bei Matsushita. „Ein bestimmt

tes System ermöglicht es den Haustieren, auf eine natürliche Weise mit den älteren Mitbürgern zu sprechen, besonders natürlich mit denen, die alleine leben, und das gibt ihnen ein Gefühl der Sicherheit und Geborgenheit.“ *Tama*, eine flauschig-kitschige Katze, kann also folgerichtig zunächst ungefähr 50 Sätze sagen. Mitarbeiter in einem Altenpflege-system können aber gleichzeitig weitere Mitteilungen in das Sprachzentrum der Katze implantieren, die für eine auf Distanz ausgerichtete Versorgung und Beaufsichtigung der Alten notwendig erscheinen. „*Tama* is basically supposed to be a conversation partner for the elderly,“ erklärt Kenji Mizutani, Ingenieur bei Matsushita. „But, for instance, if the pet starts talking and there is no response for a long time, the center might conclude that there is something wrong, and could conceivably call the person or notify a health worker“. Das kleine Tierchen entwickelt sich prächtig, es wiegt drei Pfund, und es kostet ungefähr 500 US\$. Die Kontrolle ist perfekt. Laufen alerdings kann die Katze nicht: „Wir haben es getestet und wir mußten feststellen, daß die Alten es wirklich vorgezogen haben, nicht andauernd ihren Roboter zu verfolgen!“

Unordnung zwei. Melancholie

1998 stand die durchschnittliche Lebenserwartung in Japan für Männer bei 77,16 Jahren und für Frauen bei 84,01 Jahren. Beide Zahlen stehen weltweit einzig da. 20,5 Millionen Menschen in Japan waren im selben Jahr älter als 65 Jahre. Das entspricht 16,2% der Bevölkerung. Für das Jahr 2015 wird damit gerechnet, daß 25,2% der Bevölkerung älter sein werden als 65 Jahre.

In den entvölkerten Gebieten auf dem Lande ist es schon heute die Norm, daß

20% bis 30% der Bevölkerung dieses Alter erreicht haben.

Deshalb geht es jetzt wieder besser in Kumamoto.

In den letzten Jahren war es sehr still geworden um die Artpolis auf Kyushu. Ein großartiges Projekt – und alle haben damals sehr gespannt beobachtet, ob es der Präfektur möglich war, eine neue Art des Städtebaus einzuführen. Die Projekte, die im Rahmen dieses Unternehmens gefördert wurden, haben auch nachhaltig für Furore gesorgt: Toyo Ito baute das Museum in Yatsuhiro, Riken Yamamoto seine Wohnanlage Hotakubo Danchi, Katsuhiko Ishii realisierte ein phantastisches Theater für Bunraku-Puppen in Saiwa-Mura. Das Spektrum war

weder geographisch noch funktional limitiert. Es erstreckte sich über die ganze Präfektur. Es gab öffentlich geförderte Projekte, und es gab privat initiierte Projekte. Jeder Bauherr wurde gleichermaßen unterstützt, in der Gestaltung gefördert und beraten, bis hin zur Auswahl der Architekten. Diese sollten – so die Idee des Initiatoren Arata Isozaki – aus der Ferne kommen und mit ihrem distanzierten Blick, unbehelligt von Verquickungen mit der Alltagspolitik, ihr Werk realisieren. Das Programm hätte damals, wie der Direktor Akira Suzuki feststellt, nur einen Bruchteil des internationalen Kongresszentrums gekostet, das zeitgleich von Raffael Vinoly in Tokio gebaut worden ist, und es hätte eine

Anonymität: Squatterbesiedlung mit Automaten
Foto: Wilhelm Klauser



Tokio, Shibuya. Eruptivkern leerer Zeichen
Foto: Reinhart Wustlich



ungleich größere Wirkung gehabt. Wer heute die Projekte betrachtet die damals entstanden sind, stellt fest, daß sie über die Integration in eine übergeordnete Organisation hinaus Gemeinsamkeiten aufweisen: Sei es, daß sie Visionen einer Gemeinschaft vorschlagen, wie sie Kazuyo Sejima in ihrem Wohnheim für Auszubildende formuliert hat oder auch Riken Yamamoto mit seinen Hotakubo Danchi, oder sei es, bedeutend pragmatischer, daß die Planung sich um die Reparatur desolater Gemeinden bemühte, indem die Betonung auf die Implantation neuer oder auch die Revitalisierung vergessener Identitäten gelegt wurde.

Badehäuser wurden gebaut, Museen für die Heimatgeschichte oder einfach Brücken, die Orte ganz zeichenhaft über reißenden Gebirgsbächen zusammenführen sollten. Durch all diese Projekte hindurch wurden für Augenblicke Gemeinschaften sichtbar, die sich in rasender Geschwindigkeit auflösten: Die Ku-

Tokio, Ginza. Der Waise im Bilderrauschen – ratlos



mamoto Artpolis war in diesem Sinne ein melancholisches Projekt, das bei-spielhaft das gesellschaftliche Potential der Architektur vorführte. Nicht zuletzt deswegen wurde die ganze Sache ein überwältigender Erfolg. Unmittelbar auf diese Erfahrungen aufbauend ließen sich wenig später ähnliche Projekte in Nagasaki, Hiroshima und Shiroishi initiieren. Aber alles kam zum Stillstand, als die Wirtschaftslage sich absolut nicht bessern wollte. Japan befindet sich im zehnten Jahr einer andauernden Rezession, die Nation bewegt sich weiter am Rande des Absturzes ins Bodenlose. Es steht in allen Zeitungen: Was passiert, wenn die zweitgrößte Wirtschaftsmacht der Welt weiter abgleitet? Niemand, der unter diesen Umständen bereit wäre, Geld in Immobilien zu investieren. Ja, die Stimmung ist nach wie vor schlecht. In Kumamoto passierte in diesen Jahren nicht mehr viel. Irgendwann traten die verantwortlichen Direktoren, Hajime Yatsuka und Akira Suzuki, von ihren Posten zurück. Toyo Ito übernahm die Position vor zwei Jahren. Aber es konnte einfach nicht mehr gebaut werden. Plötzlich ist es, wenn auch in begrenztem Maßstab, wieder möglich.

Es ist wenig erstaunlich, hat doch diese neue Entwicklung unmittelbar mit dem Überaltern der Bevölkerung zu tun. Hajime Yatsuka plant jetzt ein Theater. Es ist ein pathetisches Projekt, das nur noch wenig mit dem Optimismus gemein hat, der hier noch vor zehn Jahren geherrscht hat: Der Bürgermeister bat ihn um ein Monument für eine Gemeinde, die voraussichtlich in spätestens zehn Jahren als eigenständige Verwaltungseinheit nicht mehr existieren wird. Die Menschen sterben einfach,

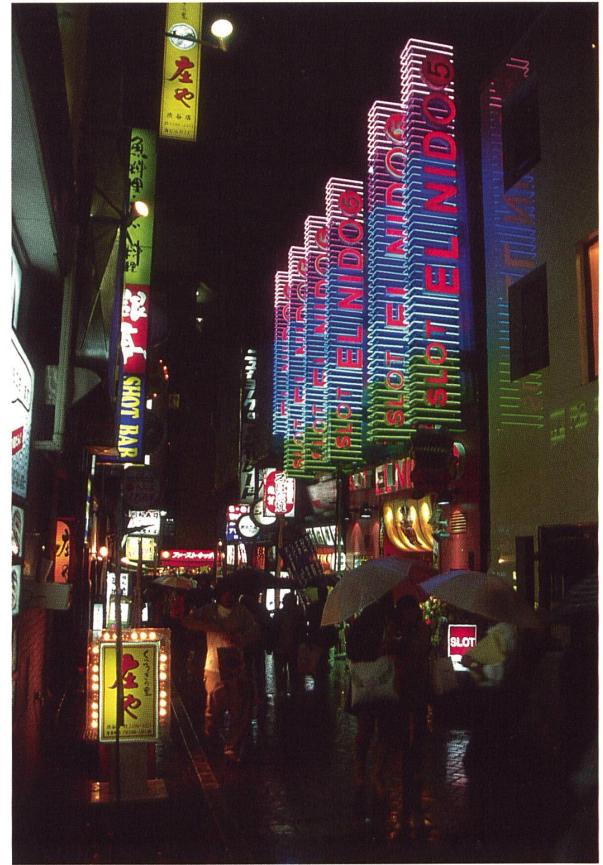
und nun sollte ein Theater realisiert werden, das irgendwann einmal an die Stadt erinnern würde. Die einzige Forderung des Auftraggebers war, daß keine Schwellen oder Treppen entstünden, da sie für die vergrößerte Bevölkerung unüberwindliche Hindernisse darstellen mußten.

In Wirklichkeit ging es deshalb gar nicht um den Bau eines Theaters, es ging nicht um ideale Beziehungen zur Bühne, um optimale Funktionsabläufe, denn dies waren Dinge, die im Kontext der wahrscheinlichen Nutzung bedeutslos sein mußten. Es ging vielmehr um Nähe. Das Theater, das Hajime Yatsuka heute in Kyushu plant, ist nur noch das Zerrbild eines Theaters. Die Relation zwischen Bühne und Auditorium ist lächerlich und niemand ist da, der unter den gegebenen Umständen daran Anstoß nehmen wollte.

Es ist nicht damit zu rechnen, daß irgendwann einmal eine Theateraufführung hier gastieren wird, daß Architekten aus dem Ausland wieder nach Kyushu reisen, um in Fukuoka futuristische Wohnanlagen zu errichten. Volkstänze wird es vielleicht geben, das ist alles. Die Architektur tut sich schwer.

Ordnung drei. Netze Shiroishi-Stadt liegt nördlich von Tokio, nur zwei Stunden Entfernung für den Shinkansen. Hier leben 41.000 Menschen, und auch hier altert die Bevölkerung rapide. Die hochfliegenden Pläne, eine weitgehend vernetzte Gemeinschaft einzurichten, eine Zukunftsstadt zu bauen, mit der der Bürgermeister vor acht Jahren angetreten ist, sind tatsächlich realisiert worden. In den Wohnhäusern werden Videokameras installiert, die den Ärzten die Möglichkeit einer Ferndiagnose erlauben und den Pflegezentren die der Überwa-

Tokio, Shibuya. Betäubungsstätten mit Pachinko und Slot machines
Fotos: Reinhart Wustlich



Stele der Konsumgesellschaft

chung geben. Das, was vor zehn Jahren noch als Museum, Mediathek oder Gemeindezentrum angelegt worden ist, bekommt in diesem Zusammenhang neue Funktionen, wird zur Informationszentrale der Gemeinde, in der alle Fäden zusammenlaufen. Kleine Sender, die Kinder oder Alte in den Taschen tragen, erlauben den Eltern/Kindern problemlos und jederzeit die genaue Lokalisierung ihrer Verwandtschaft. Wer auf den Service abonniert ist, erhält auf dem Bildschirm seines Computers eine detaillierte Karte, die den Aufenthaltsort der Sprösslinge oder auch der Alten zeigt, denen auf diese Weise Freiheiten zugestanden werden, die auf andere Art nur sehr schwierig zu gewähren sind.

Die Schärfe der Kontrolle, die auf diese Weise die Gestaltung des Alltages durchzieht, wird nicht diskutiert. Die Begegnung mit Kontrolle erfolgt spielerisch und weitgehend unreflektiert. Die Risiken, die sich hier verbergen, werden nicht wahrgenommen. Dies ist ein gesellschaftspolitisches Problem, das allerdings in einer vollkommen entpolitisierten Gesellschaft nicht ernsthaft diskutiert werden kann. Und auch nicht diskutiert werden darf.

Japan hat das Potential der Vernetzung und der modernen Kommunikationsformen erkannt und integriert es ohne zu zögern auf äußeren Druck in den Lebensraum. Der urbane Nomade hat nicht mehr die Freiheit, sich des Netzes zu bedienen, er ist verpflichtet, es zu nutzen.

Die Bedeutung, die die Organisation des Alltags gewonnen hat, ist unübersehbar. Die Kapazität des Immateriellen gräbt der Architektur das Wasser ab. Dabei destabilisiert sie nicht nur bestehende Systeme der Stadt, sondern entwickelt gleichzeitig praktikable Lösungsvor-

schläge, um die entstehenden Lücken im Geflecht der Stadt zu füllen. Die an den Prämissen von Information und Kontrolle allein ausgerichteten Angebote aber ersetzen noch keine Kommunikation, die Gesellschaft verstummt. Die Ordnungen der Netze erzeugen das Bild einer abstrakten Lebensweise, deren beängstigend mechanistische Züge unter einer bewußt sanften Oberfläche versteckt sind.

In dieser Zwangslage eröffnen sich für die Architektur Wege, mit dem Manierismus eines Kontextes zu brechen, der den Wert ausschließlich auf die Produktion von Bildern und Oberflächen gelegt hat. Die Architektur kann dieser visuellen Autorität mit subtilen und schärferen Mitteln begegnen, als mit formaler Minimalisierung und äußerster Reduktion. Diese eröffnet keinerlei Spielräume mehr und prägt bereits heute das Bild des „Japanischen“ im Ausland.

Die Bedeutung der Konstruktion in der neuen Mediathek von Toyo Ito in Sendai oder auch die Konzentration auf den Produktionsprozess, wie ihn Riken Yamamoto an seiner neuen Universität in Hakodate durch die ausschließliche Verwendung von Betonfertigteilen praktiziert, sind Gesten in diese Richtung.

Es geht um eine Architektur, die nur noch ein radikal reduziertes Grundgerüst zur Verfügung stellt, das sich der Nutzer und das Programm erst aneignen müssen: spartanisch vielleicht, aber frei. Ob sich diese neuen Tendenzen allerdings durchsetzen werden, das bleibt abzuwarten.

Es ist sehr schwer, in Japan tatsächlich neue Muster zu entwickeln. Alternativ zum Neuen bleibt dann immer noch jenes „ungestörte, friedliche Leben“, das Haruki Murakami voraussieht, und in dem Architektur keinen Platz mehr hat.