Zeitschrift: Asiatische Studien : Zeitschrift der Schweizerischen Asiengesellschaft = Études asiatiques : revue de la Société Suisse-Asie

Herausgeber: Schweizerische Asiengesellschaft

Band: 48 (1994)

Heft: 1: Referate des 9. deutschsprachigen Japanologentages in Zürich (22. - 24. September 1993)

Artikel: Japans Image in deutschsprachigen Witzen

Autor: Scheer, Matthias K.

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-147090

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: 12.07.2025

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

JAPANS IMAGE IN DEUTSCHSPRACHIGEN WITZEN

Matthias K. Scheer, Hamburg

1. Einleitung

Mit Witzen ist es oft wie mit dem berühmten Bumerang von Ringelnatz[1]:

War einmal ein Bumerang;
War ein Weniges zu lang.
Bumerang flog ein Stück,
Aber kam nicht mehr zurück.
Publikum - noch stundenlang -
Wartete auf Bumerang.

Der Erzähler kann sich totlachen über den seiner Meinung nach gelungenen oder scharfsinnigen Witz und muss doch erleben, dass die Zuhörer ungerührt bleiben. Er provoziert oft sogar die leicht gehässige Antwort:

"Ick kann mir nich helfen, ick find mir scheen!"

Wir erkennen daraus, was wir sicherlich schon längst ahnten: Ein Witz ist etwas, was der Sprecher zum Lachen findet. Die Zuhörer sind oft anderer Meinung. Sie sind bockig, lächeln nicht einmal, runzeln die Stirn und werden vielleicht sogar wütend.

Es gibt eben nicht nur den guten und niveauvollen, eben den "witzigen" Witz, sondern viel, viel mehr schlechte, blöde, dumme, alberne, miese und schweinische Witze. Die Zuhörer fragen sich oft still oder den Erzähler ganz laut: "Das soll ein Witz sein?" oder konstatieren: "Das ist doch kein Witz!".

Andererseits kann der eine oder andere blöde, aber lockere Spruch eine für den Zuhörer ganz unerwartete Wirkung haben, wenn er nämlich erkennen muss: "Humor ist, wenn man trotzdem lacht!".

Ich möchte deshalb für dieses Referat den Begriff Witz" wie folgt definieren:

Ein Witz ist eine Form der Kommunikation, die zumindest der Sprecher als komisch empfindet.

Scherz, Satire und Ironie erfüllen diese Definition. Ebenso aber auch Kalauer, ethnische und rassistische Witze, sowie sexistische und unanständige Witze.

[1] Ringelnatz, Joachim [Sammlung]: in kleiner Auswahl als Taschenbuch, Berlin, 19. Aufl., 1982, S. 11.

Was wir subjektiv als komisch, lustig und witzig empfinden, sagt sehr viel über unsere geheimsten Gedanken und intimsten Gefühle aus. Diese Erkenntnis ist nicht erst seit Freuds Untersuchung über den Witz[2] bekannt, sie wurde aber durch ihn zum Allgemeingut.

Ob die Gestapo oder die Stasi, Auslandskorrespondenten oder der BND und seine funktionalen Äquivalente, alle sind sie brennend an Witzen interessiert, weil in ihnen die Stimmung und der Zeitgeist am besten und knappsten zum Ausdruck kommt. Wenn man das Image eines Landes oder eines Volkes erkennen will, sind Witze also ungeheuer wichtig.

Nachdem ich auf den beiden letzten Japanologentagen in Hamburg und Wien über das Image Japans und der Japaner, wie es sich aus den Titeln von Zeitungsartikeln und Cartoons ergibt[3], wie es sich aber auch aus der Werbung in den Printmedien ablesen lässt[4], berichtet habe, möchte ich heute über das Image Japans und der Japaner in deutschsprachigen Witzen referieren.

Ich habe zu diesem Zweck in den letzten vier Jahren fünfzehn Zeitungen und Zeitschriften[5] aus der Bundesrepublik Deutschland ausgewertet und habe weit über 200 Witze im Zusammenhang mit Japan gefunden.

Viele davon waren allerdings nur ausländische Witze, die in deutschen Medien zitiert wurden, z.B. dieser aus Russland:

> "Wieso können nur die auf Sachalin lebenden Russen und die Japaner nicht an AIDS erkranken? Antwort: AIDS ist die Seuche des 20. Jahrhunderts. Die Sachalin-

[2] Freud, Sigmund, Der Witz und seine Beziehung zum Unterbewussten / Der Humor, Fischer Taschenbuchverlag GmbH, Frankfurt a.M., 1992, S. 25 ff.. In seiner Einleitung zum analytischen Teil befasst sich Freud allerdings mit gelungenen und sogar "vortrefflichen" Witzen. Bei der vorliegenden Untersuchung kam es mir aber gerade nicht darauf an, eine qualitative Unterscheidung in gute und schlechte Witze zu machen. Denn für eine Untersuchung über das Image einer Nation in Witzen muss man auch und gerade auf schlechte und misslungene Witze zurückgreifen.

[3] Scheer, Matthias, Japans Image in der deutschen Presse, in: Antoni, Klaus, Pörtner, Peter, Schneider, Roland (Hrsg.) Referate des VII. Deutschen Japanologentages in Hamburg 11.-13.6.1987, Hamburg 1988, S. 272 - 288.

[4] Scheer, Matthias, Japan und die Werbung in den deutschen Printmedien, in: Bachmayer, Eva/Herbert, Wolfgang/Linhart, Sepp (Hrsg.) Japan von AIDS bis Zen.Referate des 8. Japanologentages vom 26. bis 28. September 1993 in Wien, Wien, 1991, S. 426 - 458.

[5] 1. manager-magazin (mm), 2. Spiegel, 3. Die Zeit (Zeit), 4. Wirtschaftswoche (Wiwo), 5. Stern, 6. Welt am Sonntag (WamS), 7. Die Welt (Welt), 8. Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), 9. Blick durch die Wirtschaft (Frankfurter Zeitung) (FZ), 10. Handelsblatt (HB), 11. Frankfurter Rundschau (FR), 12. Süddeutsche Zeitung (SZ), 13. Hamburger Abendblatt (HA), 14. Bild-Zeitung (Bild) und 15. Hamburger Morgenpost (Mopo).

Russen leben noch im 19. und die Japaner bereits im 21. Jahrhundert."[6]

Dem Thema entsprechend beschränke ich mich aber nur auf originär deutschsprachige, also nicht übersetzte Witze, wobei ich unter diesen aufgrund der mir zur Verfügung stehenden Medien bis auf einen Witz aus der Schweiz nur Witze aus Deutschland gefunden habe. Den Titel des vom Wiener Schmäh geprägten Bandes der Referate des achten Japanologentages - "Japan von AIDS bis Zen"[7] - möchte ich hier nur am Rande erwähnen und im übrigen unkommentiert lassen. Als Reverenz an unser Gastland zitiere ich zunächst diesen Witz des Schweizer Schriftstellers Adolf Muschg über japanische Mütter und die Psychologie in Japan:

> "Philemon und Baucis haben Japan verlassen, und Ödipus ist gar nicht erst dort gelandet. Es soll japanische Freudianer geben, aber ich habe mich immer gewundert, wie sie ihr Fach pflegen. Als ethnologische Orchideen-Gärtnerei, wie unsere vergleichende Theologie den Zen-Buddhismus?"[8]

Die insgesamt 170 deutschen Witze lassen sich auf vielfältige Weise analysieren. Da aber die Zeit begrenzt ist, beschränke ich mich auf die folgenden Fragen:

1. Was sind die Themen?
2. Wie sind der Ton und die Stimmung?

und schliesslich zusammenfassend:

3. Wie ist also das Image Japans und der Japaner in Deutschland?

2. Japanbezogene Themen in deutschen Witzen

2.1. Sexistische (schweinische) Witze

Vorweg möchte ich als ganz wichtig festhalten, dass mir im Gegensatz zu diversen Witzen über andere Länder und Völker, so vor allen Dingen über die Türken und Chinesen, in dem beobachteten Zeitraum von 1989 bis 1993 keine sexistischen Witze begegnet sind.

2.2. Rassistische Witze

Die Hautfarbe der Japaner spielt als Witzthema kaum eine Rolle. Es ist im Gegenteil so, dass sich die Printmedien über entsprechende Ausfälle der früheren französischen Premierministerin Edith Cresson, die die Japaner

[6] Terzani, Tiziano, Perestroika am Ende der Welt, Spiegel 25.9.1989, S.182 - 197 [197].

[7] vgl. oben, Anm. 4.

[8] Adolf Muschg, Ach Mutter..., SZ Magazin 10.5.1991, S. 10 - 16 [16].

als "die kleinen Gelben" apostrophiert hatte[9], sowie über die Fernseh-Figur Motzki, der die Japaner als "gelbe Affen" beschimpft hatte[10], kritisch und ablehnend äusserten.

Offensichtlich wird es als unanständig und mega-out empfunden, noch länger hervorzuheben, dass die Japaner wie die übrigen Ostasiaten eine andere Hautfarbe als die meisten Europäer haben. Dementsprechend habe ich auch nur einen einzigen Fall gefunden, in dem der Autor, der auch schon ziemlich alt ist, geradezu naiv darauf anspielte. Es handelte sich um ein Interview von Helmut Söring vom Hamburger Abendblatt mit dem Präsidenten der Deutschen Grammophon Gesellschaft, Prof. Dr. Andreas Holschneider. Darin heisst es wörtlich:

> "Das Gelbe Label - wie sich Holschneiders Gesellschaft in hanseatischem Understatement gern selbst zitiert -, es wittert gelbe Gefahr aus Japan, Taiwan und Korea."[11]

Dementsprechend lautet auch der Titel dieses Artikels

> "Das Gelbe Label wittert gelbe Gefahr"[12].

Nur noch in einem einzigen weiteren Fall wird auf die andersartige Hautfarbe der Japaner angespielt, diesmal allerdings völlig zu Recht, da es sich um die Gefahren handelt, die Japanern und anderen Ostasiaten in den neuen Bundesländern, aber auch nicht nur dort drohen. Unter der passenden Überschrift "Rostock-Test" fragt der Autor Wolfgang Ebert:

> "Wie ist es eigentlich mit *Gelbhäutigen*? Angenommen, ich lerne unterwegs einen Japaner kennen und will ihm in Weimar das Goethehaus zeigen?"
>
> "Das würde ich möglichst erledigen, bevor Ihr Japaner für einen Vietnamesen gehalten wird. Die Skinheads von Weimar sind als besonders schlagkräftig bekannt."
>
> "Aber die Japaner sind doch so begehrt wegen ihrer Investitionen in den neuen Bundesländern?"
>
> "Stimmt. Und darum wird gerade erwogen, die Japaner durch ein besonderes

[9] Lutterbeck, Claus, Edith und die kleinen Gelben, Stern 11.7.1991, S. 132 - 133 [132]; "Frau Cresson legt noch nach", FR 18.7.1991; hhB (Paris), Vulgär, FR 18.7.1991; Chimelli, Rudolph, Prototyp eines fauchenden, giftigen Katzentiers, SZ 18.7.1991; "Salat unterm Säbel", Zeit 19.7.1991; "Ameisen kontra Grille", FR 19.7.1991; Fritz-Vannahme, Joachim, Der Meister und die Marketenderin, Zeit 26.7.1991.

[10] tst, "Motzki" nervt Japaner, FR 20.2.1993; "Motzki" empört auch die Japaner, HA 20.2.1993; itt, Not amused, FAZ 20.2.1993; "Motzki", Welt 24.2.1993; "Die japanische Regierung ist nicht beunruhigt. Auch bei uns gibt es blöde Fernsehsendungen.", Zeit 26.2.1993; W.Müller, Hamburg (Leserbrief), Reaktion der Japaner, HA 27.2.1993.

[11] Söring, Helmut, Das gelbe Label wittert gelbe Gefahr. Tischgespräch mit Andreas Holschneider, HA 10.2.1990.

[12] ebenda.

Merkmal, ein grosses schwarzes *J* auf gelbem Grund zu schützen ..." [13]

2.3.Sonstige ethnisch-orientierte Witze
a.Die unterschiedliche Form der Augen

Während also Hinweise auf die andere Hautfarbe als eher peinlich empfunden werden, gehen relativ viele Autoren davon aus, dass die andere Augenform der Japaner offensichtlich von diesen nicht als negativ empfunden wird, so dass man sie als Thema für Witze einsetzen kann. Dies verwundert, wo doch gerade in vielen synchronisierten amerikanischen Filmen eindeutig negativ Bezug auf die andere Augenform der Ostasiaten genommen wird.

Das ist übrigens nicht nur in Amerika so. So wurde vor kurzem ein in der ehemaligen DDR stationierter Soldat der ehemaligen Sowjetunion aus Kasachstan von seinem Zugführer und seinen Kameraden monatelang als *Schlitzauge* beschimpft und ständig geschlagen. Schliesslich ertrug er es nicht mehr, lief Amok und erschoss zwei Zugführer und einen Feldwebel, bevor er einen Selbstmordversuch unternahm.[14] Während mündlich häufig von "schlitzäugigen Ostasiaten" die Rede ist, scheint eine gewisse Scheu davor zu bestehen, dies auch niederzuschreiben. Das mag daran liegen, dass den Schreibern - im Gegensatz zu den Sprechern - bewusst ist, dass sie rassistische Aussagen machen. Dementsprechend bemühen sich fast alle Schreiber, sich so verklausuliert auszudrücken, dass der "Witz" eher ein gewisses Um-die-Ecke-Denken erfordert. Typisch ist in diesem Zusammenhang die folgende Glosse von Peter Gillies:

> "Innenminister Schäuble hat Entsprechendes bereits angedeutet. "Schlitzohren gibt es in Bonn genug, da sollten die Augen keine Probleme machen" heisst es."[15]

In der Glosse von Siegfried Dihl in der Serie Frankfurter Hoftheater heisst es unter der Überschrift "Keine Vorstellung. Ein Laienspiel":

> "Führer: Die Ensembles sind weitgehend gekündigt, so dass sich die Intendanten ausschliesslich damit beschäftigen können, ihre Positionen zu klären.
> *Die Japaner machen runde Augen.*"[16]

Gern wird auch bei der Beschreibung japanischer Produkte auf die Form japanischer Augen Bezug genommen wie z.B. in der Beschreibung einer neuen Spiegelreflexkamera von Nikon:

[13] Ebert, Wolfgang, Rostock-Test, Zeit 23.10.1992.

[14] Rühmann, Ilona, Ein ruhmloser Abgang, Zeit-Magazin 3.9.1993, S. 10 - 19 [19].

[15] Peter Gillies, Wird bald ganz Bonn mit Yen aufgekauft?, WamS 29.7.1990.

[16] Dihl, Siegfried, Frankfurter Hoftheater Keine Vorstellung. Ein Laienspiel, FAZ-Magazin 16.11.1990, S. 8.

"Zwei Knöpfchen am Prismengehäuse lassen das in geschlossenem Zustand schlitzäugig hervorblinzelnde Blitzgerät ....hochschnappen."[17]

b. Die unterschiedliche Körpergrösse

Auch bei diesem Thema scheint den meisten Autoren bewusst zu sein, dass ein Witz über Japaner, die im Durchschnitt kleiner als die durchschnittlichen Deutschen sind, von nicht besonders hohem Niveau zeugt. Dementsprechend sind mir in den insgesamt vier Jahren nur vier Beispiele untergekommen, in denen sich die Schreiber ausdrücklich über die japanische Kleinwüchsigkeit amüsiert haben, so z.B. in der folgenden Kritik an dem Nissan 300 ZX Biturbo:

"Der 300 ZX ist 2+2-Sitzer. +2 heisst: plus zwei Japaner, plus zwei Kleinkinder, plus zwei Hunde oder plus zwei Gepäckstücke, aber bitte nicht plus zwei ausgewachsene Mitteleuropäer."[18]

oder in der bereits bekannten Glosse von Peter Gillies über den Aufkauf Bonns durch die Japaner:

"In das Bundeswirtschaftsministerium zieht das MITI ein, die anderen Häuser werden von Sony, Mitsubishi, Toyota, Yamaha, Daiji (sic!), Fuji usw. übernommen. Das Abgeordneten-Hochhaus ("langer Eugen") wird wegen der Kleinwüchsigkeit der Erwerber gekürzt."[19]

c. Die Verwechslung von R und L

Als ebenfalls ethnisch gefärbt, aber eher nicht rassistisch betrachte ich Witze über die Verwechslung von R und L. Dies lässt sich deutlich durch den Vergleich mit Witzen über Chinesen erkennen, bei denen die rassistischen Töne überwiegen und es gelegentlich zu Gehässigkeiten kommt, wie in dem folgenden schlimmen Beispiel, das der Spiegel in seinem Artikel mit dem bezeichnenden Titel "Bestie aus deutschem Blut" abdruckte:

"Frage: "Was sagt der Chinese, wenn er einen Türken überfährt?"
Antwort:"Was kümmelt's mich.""[20]

Witze dieser Art haben den nordrhein-westfälischen Ministerpräsidenten

[17] Hiddenfeil, Jens, Der Kannibale: F-601, FAZ 11.9.1990.

[18] Kacher, Georg, Der beste ZX aller Zeiten?, SZ 27.1.1990.

[19] Gillies, Peter, Wird bald ganz Bonn mit Yen aufgekauft?, WamS 29.7.1990 (vgl. auch das Streiflicht, SZ 15.12.1989, Unzählige kleine Japaner).

[20] Bestie aus deutschem Blut, Spiegel 7.12.1992.

und Bundespräsidenten-Kandidaten Johannes Rau ebenso wie den Autor Johannes Mario Simmel zu der Aufforderung veranlasst, man möge diese Witze verbieten. Denn, so Simmel, "Was soll aus einem Jungen werden, der zuhause schweinische Juden- und Türkenwitze hört."[21]

Im Gegensatz zu den Witzen über Türken und Chinesen sind die R/L-Witze über Japaner jedenfalls überwiegend gutmütig, wie der folgende aus dem Spiegel über Mitfahrzentralen, die von kostenbewussten Geschäftsleuten benutzt werden:

> "Während Bundesbahn-Sprecher Manfred Wächter die expansionshungrigen Mitfahrzentralen noch in dürren Worten als "mässig interessant" abtut, werden neuerdings schon kostenbewusste Business-Reisende aus Fernost beobachtet, die in Nadelstreifenanzug, den kleinen Koffer auf den Knien, schweigsam die Vorzüge des billigen Beifahrens nutzen.
> Nicht immel, abel immel öftel."[22]

Ausser diesem Beispiel habe ich aber auch nur insgesamt vier R/L-Witze in den vier Jahren gefunden.

2.4. Klischee-Themen

Auffällig ist, dass die klassischen Klischee-Themen kaum noch eine Rolle spielen. So gab es in der gesamten von mir beobachteten Zeit keinen Witz über Geishas oder Kirschblüten. Auch der Fuji wurde nur zweimal, davon einmal in einem Titel eines Branchenberichts über das harte Schicksal der deutschen Banken in Tōkyō in verballhornter Form wie folgt erwähnt:

> "Money futschi, futschi."[23]

Etwas grösserer Beliebtheit erfreute sich allerdings das nicht totzukriegende Harakiri, das inzwischen wohl als *gairaigo* zu einem festen Bestandteil der deutschen Sprache geworden ist. So schreibt z.B. Ulrich Horstmann im Spiegel über den Kult um das Erhabene:

> "Gewiss, auch Harakiri ist eine Kunst, wer wollte das leugnen."[24]

Und in einem Cartoon wird ein Mitarbeiter der fiktiven japanischen Tochtergesellschaft "Mishihama-Germany", der verstört vor einer steil abfallenden Umsatzkurve sitzt, von seinem Chef gefragt:

[21] Ich habe eine ungeheure Wut, Spiegel 19.7.1993; Rau nach neuen Anschlägen: Sehe mit Sorge in die Zukunft, WamS 6.6.1993, Die Bürger müssten sich gegen die Gewalt wehren und damit schon bei "Türkenwitzen" beginnen.

[22] Macher statt Krauter, Spiegel 1.6.1992, S. 290.

[23] mm August 1990.

[24] Horstmann, Ulrich, Putzmuntere Eitelkeit, Spiegel 2.4.1990.

"Wollen Sie sagen, Sie haben die Harakiri-Klausel in Ihrem Vertrag übersehen?"[25]

In einer Sammlung der Klischees darf das immer wieder besungene Land des Lächelns nicht fehlen. So bewirbt der ECON Verlag das Buch von Günter Ederer "Das leise Lächeln des Siegers" mit dem Hinweis, dass der langjährige ZDF-Korrespondent in Tōkyō erklärt, warum

""das Land des Hechelns" so erfolgreich ist - und wie sich die deutsche Wirtschaft verhalten müsste, um den Japanern doch noch Paroli zu bieten."[26]

2.5. Die japanische Küche

Wider Erwarten spielt die japanische Küche in Witzen keine überragende Rolle. Lediglich einundzwanzigmal wurde dieser Bereich in Witzen über Japan und Japaner thematisiert. Die wichtigste Rolle spielten dabei natürlich der rohe Fisch, vor allem in Form von Sushi. So schreibt u.a. der Filmkritiker des Spiegels Hellmuth Karasek in einer Besprechung des amerikanischen Films "Ein ganz normaler Hochzeitstag" von Mazursky:

"Die Eltern bleiben zurück unter der erbarmungslosen Luxus-Sonne von Beverly-Hills, fahren in die Stadt, um Shushi (sic!) (japanisches Rohfischfutter für Menschen) zu kaufen, womit sie ihre Gäste zu ihrem Ehe-Jubiläum bewirten wollen: Daher der deutsche Filmtitel "Ein ganz normaler Hochzeitstag"."[27]

Man darf sich von der Spiegel-typischen Vernichtungsprosa nicht täuschen lassen. Allein die Tatsache, dass der Spiegel Sushi unter der Überschrift "Konsumparadies" aufspiesst, zeigt deutlich, dass der Spiegel diese Speise ernstnimmt. Man muss nur etwas um die Ecke denken. Dasselbe gilt für die folgende Satire der Süddeutschen Zeitung über Tofu:

"Er nahm das Tofu-Gericht, bei dem sich 'mal einer aus dem Satz Salmonellen geholt hatte. Ich winkte, und er setzte sich neben mich. Ich wartete stumm, bis er lange genug in dem Tofu herumgestochert hatte, dann knallte ich das Geld abgezählt auf den Tisch und meine Hand obendrauf."[28]

2.6.Kulturthemen

Von den insgesamt 47 WItzen, die sich mit der japanischen Kultur befassen, beziehen sich allein 44 auf traditionelle Kulturthemen wie Bonsai,

[25] Cartoon, FZ 1.12.1992.

[26] Von japanischen Unternehmern und deutschen Unterlassern", Werbung des ECON Verlags im Spiegel 24.6.1991.

[27] Karasek, Hellmuth, Ehe im Konsumparadies, Spiegel 8.4.1991, S. 230.

[28] Brenner, Wolfgang, Schweinkram von Jutta, SZ 15.6.1991.

Futon, Ikebana, Karate und Sumo. Offensichtlich gibt den Deutschen Autoren die traditionelle japanische Kultur wenig Anlass zum Lachen, so dass sie gelegentlich auf platteste Kalauer wie den folgenden zurückgreifen müssen:

> "Dieses Berg-Erlebnis und die Versenkung wird bald an die charmante Tatsache erinnern, dass dem Wort Faulen"zen" der Begriff des "Zen" längst schon enthalten und in der Versenkung verschwunden ist."[29]

Von den drei Witzen, die sich mit der modernen japanischen Kultur befassen, betrifft einer japanische Comics und zwei japanische Filme, über die völlig unterschiedliche Auffassungen vorherrschen:
So schreibt z.B. ein Autor eher abfällig:

> "Und wer wollte in Europa schon die HDTV-Schinken made in Japan zum allabendlichen Kino-Vergnügen stilisieren?"[30]

Demgegenüber schreibt Nina Vogler geradezu hymnisch über "die radikale Sinnlichkeit in japanischen Filmen wie Oshimas Meisterwerk" "Im Reich der Sinne":

> "Japan, Du hast es besser. Ex oriente Lust."[31]

2.7. Wirtschaftsthemen
a. Der Yen

Das Schwergewicht der Japan-bezogenen Witze beschäftigt sich aber wie auch sonst die Literatur und die Artikel mit wirtschaftlichen Themen.

Anlass zu vielen Wortspielen bietet der Yen, z.B. in der Beschreibung der Japaner als die neuen "Yen-kies".[32]

Wirklich gelungen ist der neue Spitzname für den ehemaligen Aussenminister Hans-Dietrich Genscher, der inzwischen für viel Geld regelmässig Kolumnen in der Yomiuri Shimbun schreibt. Darauf und auf seine sächsische Herkunft anspielend fanden seine Parteifreunde in der FDP für ihn den passenden Spitznamen: "Yenscher"[33].

b. Japanische Produkte

Immer wieder gern wird über japanische Produkte wie Kameras, Motorräder und Autos gelästert. In allen drei Fällen ist das ursprüngliche

[29] Fenzel, Fritz, Aha-Bergerl und Faulen-Zen-Meditation, SZ 27.4.1992.

[30] H.WI., Kampf um das Fernsehen der Zukunft, HA 8.4.1991.

[31] Vogler, Nina, Ex oriente Lust, mm Juli 1991, S. 176.

[32] Im Banne der Yen-kies, mm August 1990.

[33] Yen scher, Spiegel 27.7.1992, S. 40.

Überlegenheitsgefühl, das die Deutschen noch in den 70er Jahren beflügelte, einer mehr oder weniger grossen Anerkennung gewichen.

So wurde in den 70er Jahren die bekannteste japanische Automarke Honda, die vor allem Kleinautos in die Bundesrepublik exportierte, nach der Manier der damals grassierenden Häschen-Witze wie folgt veralbert:

> "Kennschu Honda?"[34].

Noch in diesem Jahr berichtete Horst-Dieter Ebert im FAZ-Magazin folgendes:

> "Die Froschperspektive aus der billigen japanischen Seifenkistenklasse, ob Suzuki oder Daihatsu, hat mich immer mit einem besonderen Underdog-Feeling imprägniert."[35]

Wie das Pfeifen im Wald klingen die Sprüche des deutschen Jaguar-Marketingleiters Peter Schack, der zwar zugibt: "Wir nehmen die Japaner sehr ernst," dann aber doch wieder versucht, die Japaner wie folgt abzumeiern:

> "Doch den für das einträgliche Nobelkarossen-Geschäft in Europa so wichtigen "old world charm" würden die Japaner auch mit noch so grossen Anstrengungen nicht erreichen. Am Reissbrett, so Schack "lässt sich keine Fahrzeugtradition basteln." Ein asiatischer Rennschlitten heisse eben "Witzi Watzi und nicht Ferrari.""[36]

Die traditionelle Abneigung der Deutschen gegen

> "so eine Reisschüssel"[37]

die in der Vergangenheit zu dem Spruch geführt hat:

> ""Als Deutscher würde ich nie einen Japaner fahren!
> Entgegnung: "Dann kauf' Dir doch einen Trabbi!" "[38]

ist in vielen Fällen der Begeisterung für das hervorragende Design japanischer Autos und der Angst vor ihren konkurrenzlos billigen Preisen gewichen. Ganz typisch ist das folgende Zitat:

> "Bisher sah der Toyota MR 2 aus, als habe ihn ein Samurai mit dem Schwert direkt aus einem Eichenstamm gehauen. Jetzt steht ein neuer, ganz anderer MR 2 bei den Händlern. Ein Schönling ist er geworden, rund und elegant."[39]

c. Bedienungsanleitungen

Besonderer Beliebtheit erfreuen sich auch Jokes über japanische Bedie-

[34] Mensch und Büro, 1991, Nr.6, S. 50.

[35] Ebert, Horst-Dieter, Warenwelt: Über Stadtautos, FAZ-Magazin 19.3.1993, S.54.

[36] Willer, Klaus, Sterne aus Fernost?, Wiwo 8.8.1989.

[37] Wolter, Brigitte, Yenseits, Zeit 2.11.1990.

[38] Wolf, Fritz, Bilder aus der Provinz Das neue Auto, Stern 8.3.1990, S. 126 .

[39] Bese, Peter, Der urige MR 2 ist jetzt ein Schönling, HA 5.7.1990.

nungsanweisungen,

"deren Studium volle Aufmerksamkeit verlangt. Die Betätigung der unbekannten Bedienungsknöpfe löst eine unerwartete Belebung jeder Aufsichtsratssitzung aus."[40]

Angesichts zahlreicher Beispiele für unsinnige, unverständliche und umwerfend komische japanische Gebrauchsanweisungen[41] trifft es einfach nicht zu, dass

"die japanische Industrie (zumindest auf diesem Gebiet) nicht zu fürchten ist."[42]

d. Kopieren

Früher wurde immer gern über die Japaner gelästert, die überlegenes deutsches Design ebenso wie deutsche Erfindungen kopieren und nachbauen. Es spricht für sich, dass ich während des ganzen Untersuchungszeitraums lediglich drei Beispiele für dieses Thema gefunden habe. So bezeichnete Bernhard Schmidt in einem langen Artikel über die Harley-Davidson die Yamaha "Virago" als

"eine AOK-Harley"[43].

Demgegenüber geht die Süddeutsche Zeitung in ihrem Streiflicht dieses Thema satirisch an. In ihrer Glosse über eine Schimpansin namens Ai, die nach 12jährigem Intellingenztraining aus dem Primatenzentrum der Universität Kyōto unter Mitnahme ihres Käfigschlüssels entkam, heisst es dort:

"und verschwand mit ihrem Gefährten Akira und dem Orang-Utan Du-Du in den Bergen. Was aber wollte sie dort: ... Japanische Fotoapparate nachbauen?"[44]

e. Urlaub

Die japanische Arbeitsfreude oder besser gesagt Arbeitswut, die gelegentlich auch als

"Japans Krankheit"[45]

bezeichnet wird, wird ebenfalls, besonders im Vergleich zu deutschen Verhältnissen, häufig thematisiert. So heisst es z.B. über das Fronleichnams-Wochenende in der Süddeutschen Zeitung:

"Wir lassen es langsam angehen heute, blicken zurück auf sieben Tage in München.

[40] Hakelmacher, Sebastian, Bis auf den Vorstand nichts zu bestellen, WamS 8.9.1991.

[41] z.B. wh, aus dem japanischen .., WamS 15.12.1991.

[42] W.W.S., Taschenbücher konkurrenzlos, Welt 26.6.1993.

[43] Schmidt, Bernhard, Sehnsucht nach dem Rollentausch, Stern 27.2.1992.

[44] Das Streiflicht, SZ 6.10.1989.

[45] Deutsche leiden an Japans Krankheit, SZ 16.9.1992.

So schnell haben wir keinen Feiertag mehr mitten in der Woche, jetzt heisst es durcharbeiten bis Mariä Himmelfahrt, ein Donnerstag im August. Wer weiss, ob wir das aushalten, zweieinhalb Monate lang, man ist ja kein Japaner."[46]

Und ebenfalls im Streiflicht der Süddeutschen Zeitung:

"Die Japaner werden von ihrer Regierung offenbar angefleht, endlich einmal die blöde Arbeit sausenzulassen und so lange wie möglich Ferien zu machen.
Warum tun sie es nicht? Wir haben leider keine Zeit, diese Frage zu beantworten; wir fahren nämlich morgen in Urlaub, für sechs Wochen, und stecken bis zum Hals in den dafür nötigen Vorbereitungsarbeiten."[47]

Und hieraus ergibt sich unschwer das nächste Thema, nämlich:

f. Die japanische Überlegenheit

Die japanische Überlegenheit ist inzwischen in weiten Bereichen teils voller Bewunderung, teils zähneknirschend anerkannt worden. Zahllose Witze befassen sich mit ihr und mit der Angst der Deutschen vor der Übernahme ihrer Firma oder gar ihres Landes durch die Japaner. Typisch in diesem Zusammenhang ist z.B. der folgende Cartoon-Text:

"Wir haben einen Kompromiss mit den Japanern erreicht: *Wir* stellen die Produktion ein. Dafür übernehmen *sie* unsere Marktanteile."[48]

Spiegelbildlich zur japanischen Überlegenheit ist die deutsche Unterlegenheit auf technologischem Gebiet, wie sie sich z.B. im folgenden Witz aus späten DDR-Zeiten manifestiert:

"Eine japanische Delegation besucht die DDR und wird vom Staatsratsvorsitzenden Honecker huldvoll empfangen. Auf seine Frage, was ihnen am besten gefallen habe, antworten sie: "Die drei Museen!" Honecker: "Welche drei Museen?"
Die Japaner: "Pergamon, Robotron und Pentacon!" "[49]

Besonders typisch für die Angst der Deutschen, dass die Japaner auch entlegenste und eigentlich urdeutsche Marktnischen erobern könnten, ist ein Cartoon, der zwei Hexen darstellt. Die eine zeigt der anderen ihren neuen Besen und meint dazu:

"Ich habe mich nun auch für einen Japaner entschieden!"[50]

Die Angst der Deutschen vor einer Übernahme durch die Japaner wird auf

[46] Das Streiflicht, SZ 15.6.1991.

[47] Das Streiflicht, SZ 31.7.1992.

[48] FZ 26.2.1993.

[49] Robotron und Pergamon, Spiegel 16.10.1989, S. 31[32]; Holler, Torsten, Neu belichtet, Wiwo 27.11.1992, S. 192.

[50] Abstieg in die zweite Liga, Spiegel 10.5.1993, S. 138 ff.

groteske Weise auch in einem Cartoon der Süddeutschen Zeitung mit dem Titel "Der Mensch und seine Sachen" wiedergegeben:

> "Onkel Kurt besitzt einen Brotkasten aus der frühen Adenauerzeit, für den ihm eine Gruppe japanischer Investoren praktisch jeden Preis zahlen würden."[51]

3. Ton und Stimmung der Witze

Ich bin damit schon bei der Frage angekommen, wie eigentlich der Ton und die Stimmung der bisher zitierten Witze ist. Ich glaube, es ist schon deutlich geworden, dass die Zeit des arroganten Herabsehens auf die Japaner, ihre Kultur und ihre Produkte vorbei ist. Vorherrschend scheint mir eine Stimmung zu sein,die zwischen einer Anerkennung mit zusammengebissenen Zähnen und geradezu Ja - panischer Verzweiflung schwankt. Als Beispiel für die

> "verkniffen wie ein gemeines Origami"[52]

geäusserte zähneknirschende Anerkennung möchte ich auf einen Cartoon von Markus im Stern verweisen. Dort erscheint ein Japaner als Weihnachtsmann verkleidet zur Bescherung und überreicht dem staunenden Kind, das bereits Produkte von Sanyō, Fuji, Mitsubishi, Sony, Onkyō usw. erhalten hat, ein weiteres Geschenk von Yamaha. Die ziemlich entnervten Eltern meinen dazu:

> "Eines muss man den Freunden aus Fernost lassen: Was sie machen, machen sie gründlich!"[53]

Nur noch von wütender Verzweiflung geprägt ist der ebenfalls im Stern abgedruckte Witz der Woche:

> "Manager-Seminar mit 30 Herren aus der mittleren Führungsebene. Treffen im Tagungshotel am letzten Tag. Der Seminarleiter spricht: »Meine Herren, zum Schluss wollen wir noch ein bisschen Allgemeinbildung betreiben. Mal sehen, was Sie so drauf haben. Also - ich nenne ein klassisches Zitat, Sie sagen mir, wer es gesagt hat, wo und wann.« Er beginnt: »Vom Eise befreit sind Strom und Bäche ... « Keiner weiss es. Da meldet sich ganz hinten ein kleiner Japaner: »Johann Wolfgang von Goethe, Faust, Osterspaziergang 1806!« Die Teilnehmer murmeln anerkennend. Nächste Frage: »Der Mond ist aufgegangen, die goldenen Sternlein prangen ... « Und wieder, wie aus der Pistole geschossen, der Japaner: »Matthias Claudius, Abendlied, 1779!« Die Manager schauen peinlich berührt zu Boden. Der Seminarleiter: »Fest gemauert in der Erden ... « - »Schiller«, strahlt der Japaner, »Das

[51] SZ-Magazin 29.5.1991.

[52] Rasse-Frauen, Stern 5.3.1992.

[53] Cartoon, Stern 21.12.1989.

Lied von der Glocke, 1799!« Jetzt finden es die Manager langsam ärgerlich. Murmelt einer in der ersten Reihe: »Scheissjapaner!« Wieder ertönt die Stimme von hinten: »Max Grundig, CeBIT, 1982!«"[54]

4. Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass für die meisten Deutschen das Image Japans und der Japaner eher blass und schwach ausgeprägt ist. Die Deutschen scheinen in ihrer Mehrheit begriffen zu haben, dass für eine europazentrisch bedingte Arroganz gegenüber den Japanern kein Anlass mehr besteht. Andererseits ist es ihnen, jedenfalls soweit aus den genannten Witzen erkennbar noch nicht gelungen, zu einem normalen Verhältnis zu Japan und den Japanern zu finden. Dies mag daran liegen, dass der durchschnittliche Deutsche zwar täglich mit japanischen Produkten zu tun hat und von den Japanern als bedrohlichen Konkurrenten liest, aber kaum jemals selbst mit Japanern oder gar einem individuellen Japaner zu tun gehabt hat.

Die meisten Erzähler von Witzen sind sich zwar der Tatsache bewusst, dass die traditionellen Klischees nicht ausreichen, um die Japaner als Mitmenschen zu begreifen. Andererseits gelingt es ihnen auch nicht, die Japaner der Gegenwart anders als Abziehbilder aus der Wirtschaftspresse oder dem Wirtschaftscomic darzustellen.

Gegenwärtig werden die meisten Witze-Erzähler von der Situation geprägt, dass japanische Unternehmen die zur Zeit wichtigsten und gefährlichsten Konkurrenten der deutschen Unternehmen sind. Viele Unternehmen schwanken zwischen traditionellen Überlegenheitsgefühlen und zukunftsbezogenen Ängsten, wenn es um Japaner geht. Zur Zeit überwiegt eindeutig die Angst in Form der Ja - panik. Dies veranlasst mich, Churchill zu zitieren, der angeblich gesagt haben soll:

"Die Deutschen hat man entweder vor sich auf den Knien oder an der Gurgel!"[55]

[54] Stern 7.4.1993; diesen Witz hat ein wichtiger Japan-Lobbyist auf einer Tagung des Deutsch-Japanischen Wirtschaftskreises im Jahre 1993 erzählt, aber nicht richtig wiedergegeben.Offensichtlich aus Angst vor negativen Reaktionen der anwesenden Japaner sagte er statt "Scheissjapaner!" "verdammte Japaner". Ich war dabei und kann diese Angst verstehen. Auch mir war zunächst nicht wohl bei der Wiedergabe des Originalzitats. Ich meine aber, dass es die Stimmung der Deutschen, so wie sie ist, am besten wiedergibt. Im Übrigen ist es in Deutschland nicht ungewöhnlich, wenn man sich ärgert, "Scheiss-" zu sagen. Ein üblicher Ausruf lautet z.B. "Scheissspiel!", und Willi Brandt sagte kurz vor seinem Sturz nachweislich: "Scheissleben!"

[55] Dieses Zitat habe ich trotz langen Suchens nicht verifizieren können.