



Tokio

zum
Umblättern

THE YOMIURI SHIMBUN

讀賣新聞

Wer wissen will, was die Menschen in Tokio bewegt,
der findet die Antworten in der *Yomiuri Shimbun*.
Auf den Seiten der größten Zeitung der Welt spiegeln
sich die faszinierenden Widersprüche der Megacity.
Wir sind ihren Reportern 24 Stunden gefolgt.

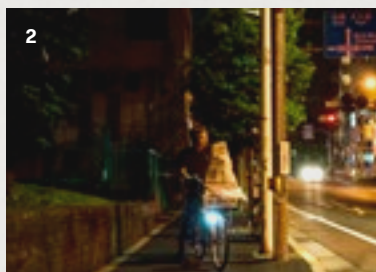
*Text: Tobias Asmuth
Fotos: Noriko Hayashi*



1

1: Verlagsgebäude der „Yomiuri Shimbun“ Hier entsteht die auflagenstärkste Tageszeitung der Welt. Insgesamt werden täglich 12,8 Millionen Exemplare verkauft.

2: Zeitungsauslieferung Lange vor Tagesanbruch machen sich die Zeitungsträger von den vielen Verteilzentren der Stadt auf, um auf ihren Fahrrädern die heißesten Neuigkeiten unter die Leute zu bringen.



2

HINTER DEN imposanten Straßenschluchten versteckt sich überall das alte Tokio, schmale Häuser, nur zwei Stockwerke hoch, Gassen ohne Namen. Dort befinden sich auch die vielen Verteilzentren der *Yomiuri Shimbun* – in Shinjuku, in Jimbōchō, in Shibuya. Um drei Uhr nachts fahren Lastwagen mit den Zeitungen frisch aus der Druckerei vor. Austräger greifen dann eilig nach den Ballen, wuchten sie auf Tische, wischen mit immer gleichen Handbewegungen Werbeprospekte zwischen die Seiten, bündeln die Zeitungen zu Paketen, beladen ihre Fahrräder, steigen auf und verschwinden hinter der nächsten Ecke – in den Körben die Nachrichten aus aller Welt und aus Tokio, der Stadt, über der bald darauf der Morgen dämmt.



Blattmacher Koh Takehara Schiedsrichter im spannenden Match um die besten Storys des Tages.

08:00 Koh Takehara ist einer der Ersten in der Redaktion. Auf seinem Tisch liegt die Morgenausgabe. Er blättert sie rasch durch, überfliegt die Seiten, liest nur die Überschriften. Für Takehara ist nichts so alt wie die Zeitung von heute, er interessiert sich für die Geschichten von morgen. Takehara ist diese Woche Blattmacher, er plant die Zeitung: Welcher Text eines Journalisten wie lang auf welche Seite kommt, ob er dort oben oder unten steht, wie groß die Überschrift ist und ob er vielleicht sogar ein Bild bekommt: Das entscheidet Takehara. Im Spiel um die besten Storys ist er der Schiedsrichter.

Während Takehara seinen Rechner hochfährt, streift sein Blick über die vielen TV-Bildschirme im Newsroom, auf denen stumm Nachrichten laufen: Politiker steigen aus Limousinen und hetzen an Kameras vorbei; Kurven zeigen den Börsenverlauf in Tokio, Frankfurt, New York; Fußballer jubeln über

einen Sieg. Wetterberichte, schwarze Fahnen mit Koranversen, Taifunwarnungen, weinende Menschen. Takehara beginnt, die Vorschläge der Korrespondenten und Reporter zu sortieren. Eine zeitfressende Routine. Die „Yomiuri Shimbun“ betreibt in Japan und der Welt über 350 Korrespondentenbüros. In jeder der 47 japanischen Präfekturen arbeiten mehrere Reporter für die Zeitung.

Allmählich füllt sich Takeharas Notizblock. Dann klingelt das Telefon. Ein Polizeireporter berichtet, es habe einen Brand im Superschnellzug von Tokio nach Osaka gegeben, der *Shinkansen* stehe jetzt in Odawara, etwa 70 Kilometer südlich von Tokio, die Strecke sei gesperrt. Takehara sagt ihm, er solle sich unverzüglich auf den Weg dorthin machen, legt auf und geht schnellen Schritts hinüber in die Bildredaktion. Seinen Block lässt er auf dem Tisch liegen.

**御仏の光
Das Leuchten der Buddhas**

DER JOURNALIST TSUKASA KINOSHITA UND DER MÖNCH TAIJUN YAJIMA MACHEN SICH SORGEN UM DIE ZUKUNFT DER TOTEN.

Tsukasa Kinoshita mag Zahlen, weil er mit ihrer Hilfe Geschichten erzählen kann. Er schreibt für die „Yomiuri Shimbun“ über den Wandel Tokios. Zahlen, die Kinoshita gerade beschäftigen, lauten vier, fünf und sechs Millionen Yen, also zwischen 30.000 und 45.000 Euro. So viel kostet eine Grabstätte im Zentrum Tokios inklusive Steuern und Verwaltungsgebühren. Die Immobilienpreise der Stadt gehören zu den höchsten der Welt und machen selbst das Sterben zu einer teuren Angelegenheit. Die hohen Kosten verändern die buddhistisch geprägte Kultur des Andenkens. So wird die Asche der Verstorbenen von den Angehörigen immer öfter auf See verstreut. Oder sie bestatten die Toten auf Friedhöfen in der Provinz. Die Familien müssen dann viele Stunden fahren, um die Gräber zu besuchen.

Kinoshita will über eine neue Alternative berichten, die viel über den Pragmatismus der Menschen in Tokio erzählt: Hochhaus-Friedhöfe. Dort werden die Urnen platzsparend auf mehreren Etagen aufbewahrt. Meist

mieten sich die Friedhöfe in bestehenden Häusern ein. Es gibt aber auch spektakuläre Neubauten wie den Friedhof „Weißer Lotus“ im zentralen Stadtteil Shinjuku: Wer sich in der Lobby mit seinem persönlichen Code anmeldet, bekommt ein Stockwerk und einen Andachtsraum zugewiesen. Dorthin transportiert ein von Toyota eigentlich für Parkhäuser entwickeltes automatisches System die Urne des Angehörigen aus dem Lager. Greifarme und Förderbänder brauchen dafür weniger als zwei Minuten.

Tsukasa Kinoshita interessiert sich heute aber für einen anderen neuen Friedhof in Shinjuku, eine Urnenhalle. Vor dem Gebäude begrüßt Taijun Yajima die Besucher mit einem Fläschchen Autan: „Es vertreibt die Tigermücken, so muss man sie nicht erschlagen.“ Der 63 Jahre alte Mönch ist schon als Kind in einen Orden eingetreten und sieht aus wie ein jüngerer Bruder des Dalai Lama. Er erzählt vom Holztor des Tempels, das der Zerstörung Tokios im Zweiten Weltkrieg getrotzt hat, und von den zwei uralten Ginkgobäumen im Hof. Yajima schätzt die Tradition – und liebt das Moderne. Stolz zeigt er sein neues Haus für die Toten.

Die Halle hat die Form eines Achtecks. Direkt gegenüber dem Eingang thront ein großer goldener Buddha, davor steht ein kleiner Altar. Links davon verbirgt sich ei-



Shinkansen Für viele Japaner ist der schnelle Zug ein Symbol für die Leistungsfähigkeit ihres Landes.

ne schmale Tür, hinter der sich die Urnen befinden. Sie sind in einem Schranksystem untergebracht, wie es Archive benutzen: Mit einer großen Kurbel kann man die einzelnen Einheiten zu schmalen Gängen auseinanderrollen, um zu den Schubladen mit den insgesamt 2.046 Urnen zu gelangen. Genau so viele kleine Buddhas aus Glas schmücken die Wände der Halle, hinter jedem ist eine

LED-Lampe installiert – Glühbirnen würden den Raum zu stark aufheizen, erklärt Yajima. Wenn ein Angehöriger seine Chipkarte auf das Touchpad gleich am Eingang legt, leuchten alle 2.046 Buddhas auf, und einer fängt an zu blinken, als würde sein Herz schlagen. „Ich muss ja erkennen können, welcher →

新幹線内で焼身自殺

71歳男
油まく
女性巻き添え死



Infografik zum Unglück im Shinkansen
Seit die Hochgeschwindigkeitszüge 1964 in Dienst gestellt wurden, gab es keinen einzigen Toten. Bis zu jenem Morgen im Jahr 2015.

Wie behält man den Überblick in einer Stadt,
bei der man das Ende nicht sieht?
Wie schafft man Ordnung in einer Flut an Nachrichten?
Eine Herausforderung,
der sich die Redaktion der *Yomiuri Shimbun*
jeden Tag aufs Neue stellen muss.





Hochhaus-Friedhof „Weißer Lotus“
Platznot und himmelhohe Immobilienpreise schufen einen neuen Bestattungstrend.

Buddha über die Urne meines Angehörigen wacht“, sagt Yajima. Das Licht der Buddhas wechselt alle paar Augenblicke sanft seine Farben: von einem warmen Gelb über ein liches Grün, Himmelblau, Ocker und Rot zu einem milchigen Weiß. Das Lichtkonzept hat eine Künstlerin aus Hiroshima entworfen, es heißt: Frühling, Sommer, Herbst, Winter.

Die modernen Friedhöfe Tokios spiegeln den Wandel der Stadtgesellschaft. „Weil die Menschen immer seltener in Großfamilien leben, gibt es auch immer weniger Familiengräber“, erläutert Kinoshita. Da sich gleichzeitig kaum jemand die hohen Kosten einer traditionellen Grabstätte leisten könne, boomten die neuen Urnenfriedhöfe. In den Hochhäusern können die Toten in der Stadt bleiben, die Angehörigen müssen keine langen Reisen mehr auf sich nehmen, wenn sie ihre Verstorbenen besuchen wollen. Mönch Yajima zählt weitere Vorteile auf: Früher hätten die Menschen die Grabsteine gewaschen, heute staube regelmäßig ein Putzteam die Buddhas ab. „Außerdem bekommen die Verstorbenen jetzt auch nachts Besuch, weil sich niemand mehr vor den Geistern auf dunklen Friedhöfen fürchtet.“ Yajima öffnet die Arme so weit es geht, um mit einem japanischen Sprich-

wort zu beschreiben, dass jeder Mensch eben andere Ängste habe: „Du kannst die Menschen nicht mit deinem Lineal messen.“

Gerade als Tajun Yajima die Halle verlassen will, kommt eine zierliche Frau, stellt sich vor den Altar, zündet Weihrauchstäbchen an, murmelt ein Gebet und klatscht in die Hände. Dann legt sie ihre Chipkarte auf das Touchpad, die Buddhas leuchten lächelnd auf. Es ist gerade Sommer.

11:00 Blattmacher Takehara steht am Desk, der Schaltzentrale im Newsroom. Hier produziert ein kleines Team aus Redakteuren und Layoutern die Zeitung. Am Bildschirm entsteht gerade die Titelseite. Takehara beugt sich zu einem Kollegen hinunter, zeigt auf den Monitor. Er will mehr Platz für Bilder und eine Grafik. Mittlerweile ist bekannt, dass es bei dem Brand im Zug zwei Tote gegeben hat. Die Einzelheiten sind noch nicht klar, aber es soll ein Selbstmord gewesen sein. Takehara hat vier Redakteure auf die Story angesetzt. Für Japaner ist der Shinkansen ein 300 km/h schnelles Symbol ihres Landes, hypermodern und supersicher. Seit die Hochgeschwindigkeitszüge 1964 in Dienst gestellt wurden, gab es nie Tote. Die Idee, sich im Shinkansen umzubringen, findet Takehara bizarr.

極上の味を求めて Vom Guten das Beste

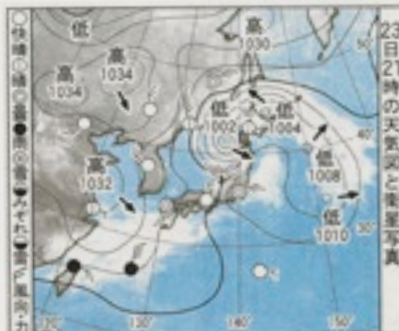
GOURMET-REDAKTEURIN KEIKO KOSAKA
SCHWÖRT AUF JAPANISCHE FRANZOSEN.

Einer der wichtigsten Texte der morgigen Ausgabe trägt die Überschrift *Kaltes Shabu mit Torotoro-Sauce*: „200 Gramm →



Japan
Tokio

Traditionell einer der wichtigsten Beiträge einer Tageszeitung: der Wetterbericht für den Großraum Tokio. Je nach Definition leben in diesem Ballungsraum zwischen 8,6 (in den 23 Bezirken von Tokio-Stadt) und 34,6 Millionen Menschen, rund 29 Prozent der Bevölkerung Japans.






Urnenhalle in Shinjuku 2.064 von LED-Lampen beleuchtete Buddhas symbolisieren die hier bestatteten Toten. Die Urne des jeweiligen Angehörigen wird in einem Schranksystem hinter einer versteckten Tür aufbewahrt.

PHOTO: THE YOMIURI SHIMBUN





Im Auge des Nachrichten-Taifuns:
Im Newsroom (im Bild unten)
läuft zusammen, was 1.800 Journalisten
und 60 fix angestellte Fotografen
jeden Tag herbeischaffen.

Rindfleisch dünn schneiden, in siedende Kombu-Brühe tauchen und kalt stellen. Dann zwei Okraschoten in heißem Wasser kochen und mit einer Ingwerknolle in Scheiben schneiden. Chinesische Yamswurzel (100 Gramm) in einem Gefrierbeutel mit einem Nudelholz weich klopfen. Die dickflüssige Emulsion in einer Schüssel mit 2 EL Dashi, 1 TL Essig und etwas Salz verrühren. Zum Schluss die Okraschoten und den Ingwer hinzufügen.“



Keiko Kosaka betreut eines der heikelsten Ressorts der „Yomiuri Shimbun“: das Essen.

Keiko Kosaka kümmert sich bei der „Yomiuri Shimbun“ um das Essen, was eine heikle Aufgabe ist. Japaner sind wie Franzosen stolz auf ihre Küche. So sind die Rezepte in der Zeitung von nationaler Bedeutung, und das nicht erst seit 2013, als die UNESCO die traditionelle japanische Küche, *Washoku*, in die Liste des Welterbes aufgenommen hat.

„Japanische Köche sind einmalige Handwerker“, findet Kosaka, „sie machen immer nur eine Sache, also nur *Yakitori* oder *Unagi* oder *Sushi*, das aber bis nahe zur Perfektion.“

Tokio ist die Stadt mit den meisten *Guide-Michelin*-Sternen weltweit, es gibt über 150.000 Restaurants, auch ausgezeichnete französische oder italienische. Sie werden allerdings meist von japanischen Köchen geführt, die in Frankreich und Italien gelernt haben. „Innovation ohne Immigration“ heißt das Rezept, das in Japan seit dem 19. Jahrhundert gebräuchlich ist, als Regierungsvertreter zwei Jahre durch den Westen reisten, um sich abzuschauen, was es für einen modernen Staat braucht. Auf Zuwanderung von Fachleuten legte man dagegen nie besonderen Wert. „Japaner lernen gern vom Ausland“, erklärt die Journalistin, „aber sie sind vorsichtig und denken, dass japanische Köche besser wissen, was für ihre Körper gut ist. So wird ein japanischer Franzose etwa mit viel weniger Butter kochen, als es authentisch wäre. Dafür ist es gesünder.“

Nach der Miete geben Tokioter das meiste Geld für Essen aus. Die Restaurants im Zentrum sind jeden Abend bis auf den letzten Platz besetzt. Die Menschen kochen aber auch wieder häufiger zu Hause. Kosaka lädt daher gern Küchenchefs ein, um ihren Lesern zu zeigen, wie man Fisch zerlegt oder Schweinefleisch weich

kocht. Ernährungswissenschaftler suchen mit ihr die täglichen Rezepte aus. Früher waren die Portionen auf vier Personen bemessen, nun auf zwei. Einmal pro Woche gibt es sogar eine Kolumne mit dem Titel „Alleine essen“. „Wenn wir weiterhin gelesen werden wollen, müssen wir uns gesellschaftlichen Entwicklungen öffnen“, sagt Kosaka.

Sie schreibt deshalb auch gern über Trends. Zum Beispiel über die vielen neuen Biergärten in Tokio. Es sind typisch japanische Biergärten. Bevor die Gäste etwas trinken dürfen, wird ihnen in einem Film erklärt, wie man Bier braut.

15:00 Tetsuya Akiyama, heute der am Desk verantwortliche Bildredakteur, hat drei Fotografen nach Odawara geschickt. Sie sind im Helikopter vom Flughafen in Tokio-Haneda gestartet. Dort hat die „Yomiuri Shimbun“ Fotografen stationiert für den schnellen Einsatz in Groß-Tokio. Akiyama kann auf die Arbeit von 60 fest angestellten Fotografen zurückgreifen, das Fotoarchiv seiner Zeitung ist gigantisch. Zu beinahe jedem denkbaren Thema kann er Vorschläge machen, wie der Text bebildert werden könnte.

Seine Fotografen schicken erste Bilder vom Unglück im Shinkansen. Akiyama klickt auf die Datei. Er sieht Feuerwehrmänner am Kopf des Zuges, ein vom Rauch geschwärztes Abteil, Rettungskräfte, die Passagieren Atemmasken anlegen.

細部へのこだわり Von der Liebe zum Detail

DIE LEITENDE REDAKTEURIN IZUMI MIYACHI UND DIE MODEBLOGGERIN KUMIKO TAKANO SUCHEN NACH DEM BESONDEREN IM ALLTÄGLICHEN.

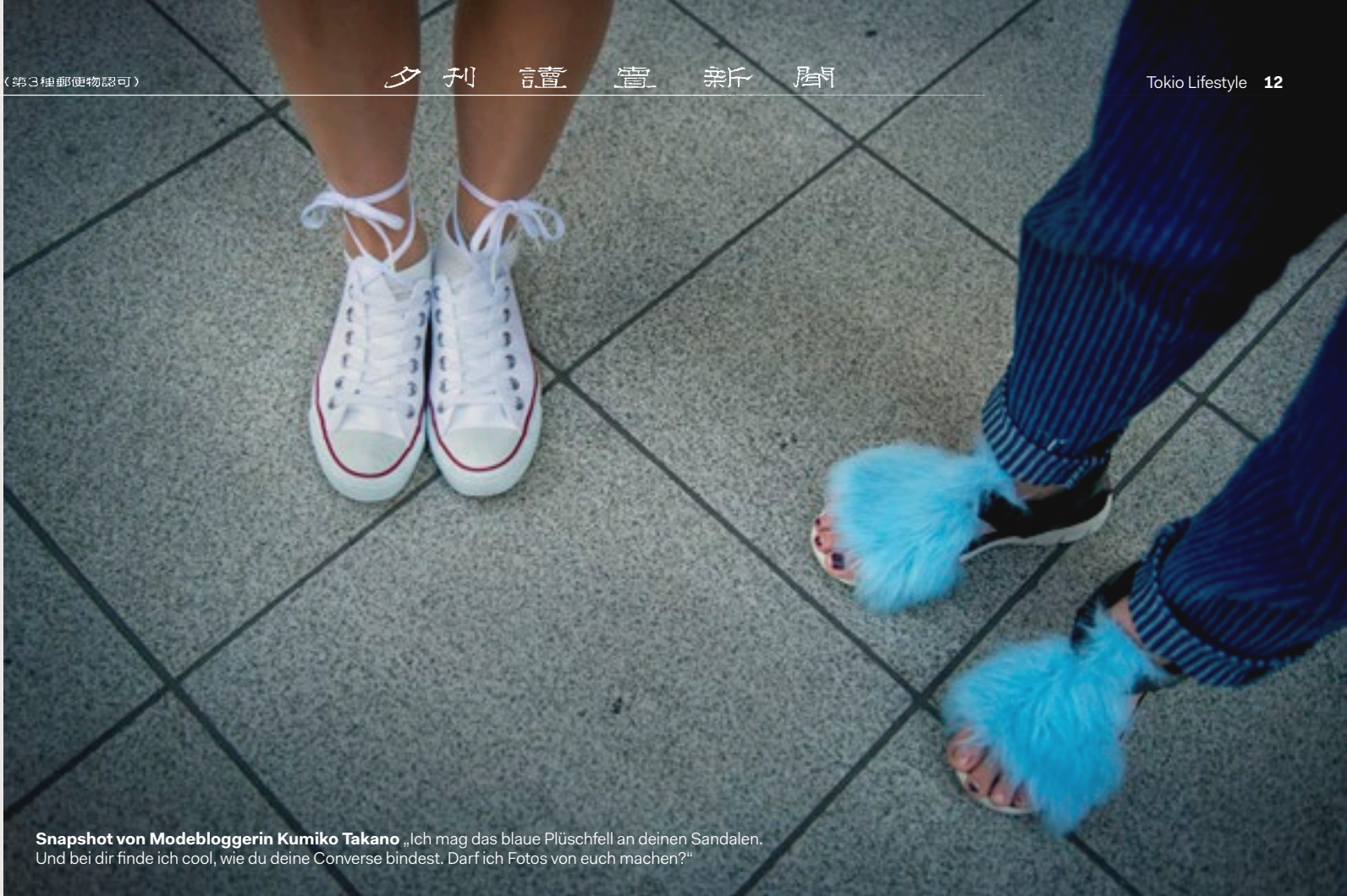
Kumiko Takano steht am Rand einer Straße im Viertel Shibuya mitten im Soundgewitter der japanischen Popsongs, das sich aus dem Eingang eines Megastores ergießt, ergänzt vom Gedudel der Promotion-Trucks, die für einen neuen Manga Werbung machen. Die wogende Menschenmenge teilt sich, fließt um sie herum und schwappt wieder zusammen. Takano schaut, sucht und schnappt zu: „Entschuldigt, ich habe Interesse an euch“, sagt sie zu zwei Mädchen, die überrascht sind, doch schon mit den nächsten Sätzen hat sie die beiden: „Ich mag das blaue Plüschfell an deinen Sandalen. Und bei dir finde ich cool, wie du deine Converse bindest. Darf ich Fotos von euch machen?“

Takano spricht die Menschen für ihre *Snapshots* immer von der Seite an – von vorn empfänden es viele Japaner als allzu offensiv – und hat damit fast immer Erfolg. Sie leitet den Modeblog *Across* und fotografiert seit Jahren einmal im Monat an den immer gleichen Orten in Shinjuku, Harajuku und Shibuya: „Shinjuku ist wie der Times Square in New York, sehr international; in Harajuku leben die Menschen für die Mode; und Shibuya ist punkig-schräg.“ Im Lauf der Zeit ist so ein



1: Redaktionsrestaurant Essen ist in Japan eine Angelegenheit von nationaler Bedeutung. Das merkt man auch an der Kantine der „Yomiuri Shimbun“.

2: Mittagmenü Tokio ist die Stadt mit den meisten Spitzenrestaurants weltweit.



Snapshot von Modebloggerin Kumiko Takano „Ich mag das blaue Plüschfell an deinen Sandalen. Und bei dir finde ich cool, wie du deine Converse bindest. Darf ich Fotos von euch machen?“

Bilderbuch der Marken, Stile und Typen entstanden. Es verrät der Bloggerin, was Japaner alles *oshare* finden, also cool.

„Snapshots sind ein japanisches Phänomen“, erklärt Izumi Miyachi, die seit über 20 Jahren für die „Yomiuri Shimbun“ über Mode schreibt. „Es gibt viele Modemagazine in Japan, vielleicht so viele wie in keinem anderen Land, manche drucken nur Snapshots. Die Leser lieben die ganz normalen Models von der Straße.“ Miyachi schätzt die Serien von Kumiko Takano, mit der sie von Zeit zu Zeit gern für ihre Artikel zusammenarbeitet. „Ich schaue mir ihre Fotos an und glaube an

der Kleidung zu erkennen, was die gezeigten Menschen denken und fühlen.“

Es gibt in Tokio nicht wenige Frauen und Männer, die auf zehn Quadratmetern leben, dafür aber ausschließlich Haute Couture tragen. Sie pilgern nach Omotesandō, wo Architektenstars den großen Häusern aus Paris und Mailand Luxustempel errichtet haben. Außerdem steht Mode für ein Stück Freiheit. „Japaner leben mit vielen Regeln. Das gilt auch für die Kleidung – von der Schuluniform bis zum korrekten Auftreten im Beruf. Sie ziehen in der Freizeit dann nur das an, was sie wirklich mögen, und verwenden darauf viel Leidenschaft“, sagt Miyachi.

Kein Wunder, dass das Interesse an Mode in Tokio eine gigantische Industrie befeuert, die jedes Jahr an die acht Milliarden Euro umsetzt. Es gibt große Konzerne und viele kleine Labels, ungezählte Fachschulen für Mode und Design sowie Werbeagenturen, die sich darauf spezialisiert haben, ausschließlich Mode zu vermarkten. Sie werden vom japanischen Staat finanziell unterstützt. Un-



Izumi Miyachi, die für Mode zuständige Redakteurin: „Feingefühl für Details.“

ter dem Label *Cool Japan* soll jungen Modeschöpfern der globale Durchbruch gelingen.

Gibt es denn so etwas wie das Japanische in der Mode? „Japanische Modemacher verbindet die Liebe für das Material. Sie entdecken das Große im Kleinen“, meint Izumi Miyachi. Und Bloggerin Takano findet: „Japaner besitzen ein Feingefühl für alltägliche Dinge. Mit Details kann man sich eine eigene Note geben.“ Zum Beispiel mit Sandalen, die mit blauem Plüschfell aufgehübscht sind.

17:00 Koh Takehara nimmt seine Notizen und geht hinüber zum großen Konferenztisch, an dem das *Tachiai* beginnt, der →



Manga-Figur

Große Augen, Kindchenschema, überwiegend in Schwarz-Weiß: Japans erfolgreiche Comics haben einen ganz eigenen Stil. Man liest sie übrigens – wie auch die Zeitung – von hinten nach vorn und von rechts nach links.





Reporter Yohei Takei will für die „Happy Box“ ein Porträt über den Musiker Pari Nakayama schreiben, der in den Bars von Ebisu Wunschkonzerte gegen Geld gibt.



Barsänger Pari Nakayama Er zieht abends mit seiner Yamaha-Gitarre durch die Bars von Ebisu und spielt das, was die Leute dort hören wollen – zumeist alte japanische Schlager und sentimentale Schnulzen. Dafür bekommt Pari Geld – jeder gibt das, was er geben will.

entscheidende Termin des Tages. Tachiai ist ein Wort aus dem Sumoringen und beschreibt den Moment, in dem sich die Kämpfer gegenüberstehen. Tatsächlich sitzen auf der einen Seite die Ressortleiter von Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport sowie die verantwortlichen Blattmacher, auf der anderen Seite Redakteure und Reporter. Die einen fragen, wie glaubwürdig die Informationen sind, die anderen verteidigen ihre Recherchen. Die einen wollen wissen, warum eine angebotene Nachricht im Blatt stehen muss, die anderen wünschen sich einen prominenten Platz für ihre Geschichte.

Der Hauptpreis ist die Titelseite. Doch heute gibt es keine Diskussionen. Der Selbstmord im Shinkansen ist das Topthema und wird auch auf der zweiten Seite viel Raum einnehmen. Takehara referiert die Einzelheiten: Ein Mann habe sich im vorderen Teil des Zuges mit Benzin übergossen und angezündet, das Abteil sofort Feuer gefangen. Etwa 20 Menschen seien verletzt worden, sie hätten vor allem Rauchgasvergiftungen erlitten, eine Frau sei in der Nähe der Toilette bewusstlos gefunden und später für tot erklärt worden, der Brand habe noch auf offener Strecke gelöscht werden können, der Einsatz der Rettungskräfte sei reibungslos verlaufen.



1



2

Und das Motiv? Takehara schüttelt den Kopf. Man gehe aber Hinweisen nach und bis zum Redaktionsschluss sei ja noch Zeit.

ミスター ロンリー Mr. Lonely

DER REPORTER YOHEI TAKEI TRIFFT DEN MUSIKER PARI NAKAYAMA, DER SEIN GELD MIT ERINNERUNGEN VERDIENT.

Yohei Takei soll heute die *Happy Box* füllen, eine Kolumne auf den Tokio-Seiten der „Yomiuri Shimbun“, die in der Zeitung auch *hashi yasume* heißt, „Stäbchenpause“. Der Begriff aus der Küche beschreibt einen Moment der Ruhe zwischen den Gängen. Er soll die Leser entspannen zwischen all den Nachrichten über Verbrechen und Unfälle. Takei will ein Porträt von Pari Nakayama schreiben, einem Musiker, der in den Bars von Ebisu auftritt: „Ich will von einem Moment erzählen, der nach ein paar Liedern vorbei ist und sich nicht wiederholt.“

1: Korrekturlesen ist in Japan einen Hauch komplizierter als im deutschen Sprachraum. Schließlich besteht das Japanische aus ungefähr 15.000 Schriftzeichen.

2: Papierlager für den Druck Japan gilt als Land der Zeitungslieger, die Japaner als News-Junkies. Allein von der Morgenausgabe der „Yomiuri Shimbun“ werden 9,5 Millionen Exemplare gedruckt.

Das *Ebisu Yakochō* ist eigentlich eine kleine Gasse, rechts und links Bars unter Markisen, geschmückt mit Fähnchen und alten Filmplakaten. Es gibt frittierten Fisch, *shōchū*, Likör, und *Hoppy*-Bier aus Tokio, bitter und vor allem billig. Auf den Hockern sitzen Männer und Frauen in den Uniformen der japanischen Angestelltenkaste: schwarze Hosen, weißes Hemd, dunkles Kostüm, helle Bluse. Yohei Takei und Pari Nakayama setzen sich an den Tresen.

„Für mich war die Musik immer das Wichtigste“, erzählt Nakayama. Er habe in verschiedenen Bands gespielt, aber weil die so ziemlich alles waren, nur nicht erfolgreich, zieht er jetzt schon seit einigen Jahren abends solo durch die Bars in Ebisu, von sechs bis zwei Uhr früh, und spielt, was sich die Leute von ihm wünschen. Meist sind das *kayōkyoku*, japanische Schlager und Chansons aus den 1950er- und 1960er-Jahren, manchmal auch amerikanische Evergreens wie *Stand by Me* oder *Moon River*. Nakayama ist gut im Geschäft. Er hat sogar ein Buch geschrieben mit Geschichten und Anekdoten aus dem Nachtleben Tokios, einem eigenen Kosmos mit über 120.000 Bars und Kneipen. „Was verlangst du für zwei, drei Lieder?“, will Takei wissen.

„Ich spiele für das Geld, das mir die Leute geben wollen. Aber nicht jeder Betrag ist gleich viel wert.“

„Wie meinst du das?“

„Ich spielte einmal für eine Gruppe, die von ihrem Geschäftsführer in diese Bar eingeladen wurde, er gab mir 10.000 Yen und wollte ein paar Lieder hören.“

Später fragte er seine Leute, ob sie sich auch was wünschen. Schweigen. Plötzlich steht ein junger Mann auf, gibt mir 500 Yen und wünscht sich ein Lied...“

„Er hat die Einladung seines Chefs ausgeschlagen und selbst bezahlt?“

„Ja. Und weißt du, was der Chef zu mir gesagt hat? – ‚Seine 500 sind mehr wert als meine 10.000 Yen. Gib dir bitte besonders viel Mühe.‘“

Takei nickt anerkennend: „Was war das für ein Lied?“

„Eine sentimentale Schnulze.“

„Magst du sie spielen?“

Nakayama packt seine Gitarre aus, zwischen den Saiten an ihrem Kopf stecken kunstvoll

THE YOMIURI SHIMBUN

讀賣新聞

Was die größte Tageszeitung der Welt ausmacht



Eingangshalle Das beeindruckende Entree entspricht dem Einfluss der Zeitung: 1.800 Journalisten arbeiten für die „Yomiuri Shimbun“.

DIE „YOMIURI SHIMBUN“ erscheint – wie früher auch viele Tageszeitungen in Europa – zweimal am Tag: Als **Morgenausgabe** mit einer Auflage von etwa **9,5 Millionen** und **am Abend** mit **3,3 Millionen Exemplaren**. Damit ist sie die Tageszeitung mit der höchsten Auflage weltweit. Rund **1.800 Journalisten** arbeiten für Japans einflussreichste Zeitung, die **320 Korrespondentenbüros** im eigenen Land sowie **28 Auslandsvertretungen** betreibt. Außer in Tokio, dem Sitz der Zeitung, erscheinen regionale Ausgaben in den Metropolregionen **Osaka** und **Fukuoka**. Die politische Linie der Zeitung gilt als **eher konservativ**, mit Sympathien für die Liberaldemokratische Partei, die die japanische Politik seit Jahrzehnten bestimmt.

Ihre Anfänge als Zeitung waren äußerst bescheiden: Von drei Journalisten **1874 gegründet**, bestand

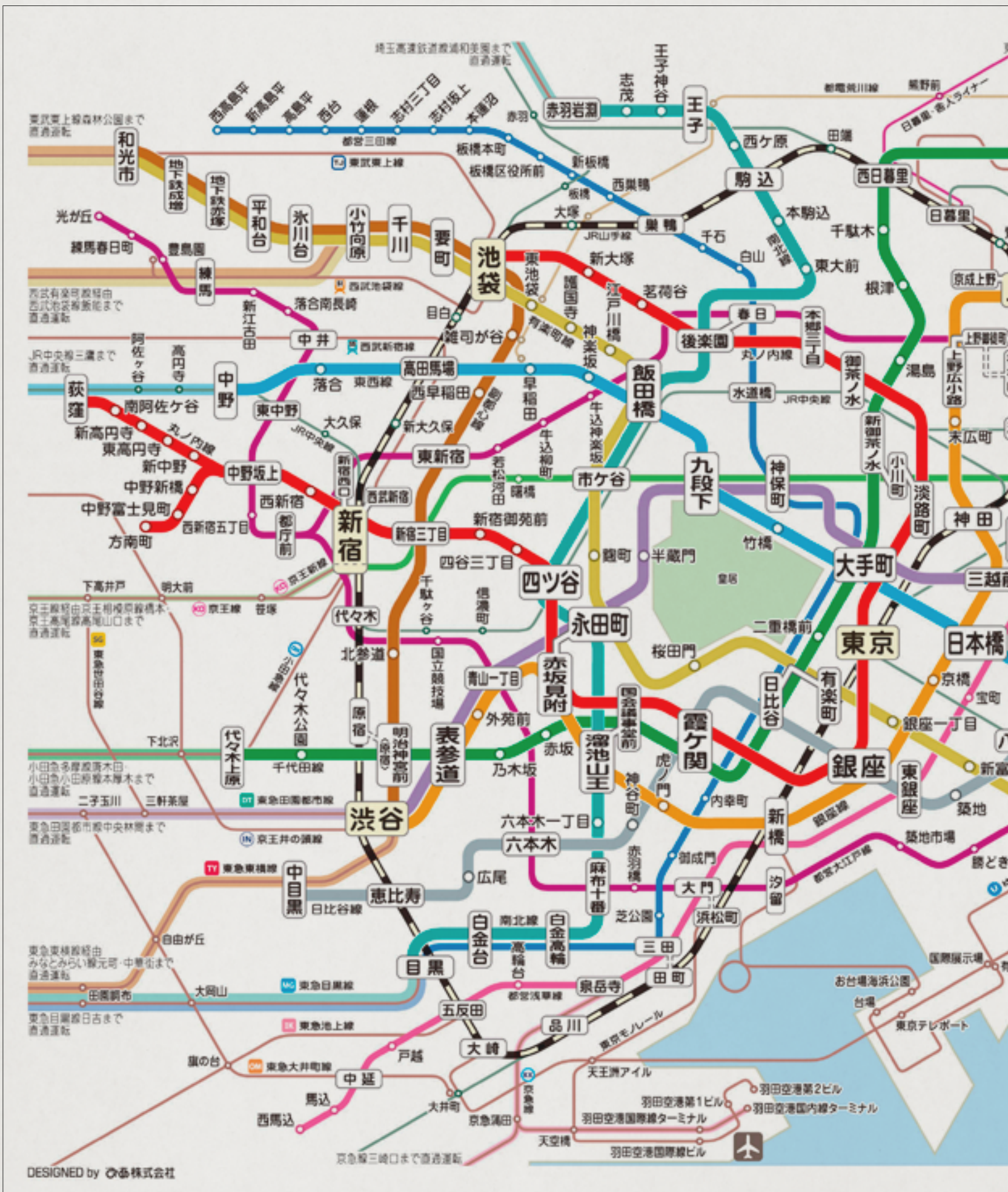
die *Yomiuri Shimbun* zunächst nur aus einer Seite mit meist bunten Nachrichten und erinnerte eher an ein Flugblatt. Nachdem sie mehrmals knapp am Konkurs vorbeigeschrammt war, begann, vor allem nach dem Zweiten Weltkrieg, der rasche Aufstieg zum führenden japanischen Medienkonzern, zu dem heute auch ein umfangreiches Online-Angebot, eine englischsprachige Zeitung (*The Japan News*), eine Sportzeitung, Buchverlage, ein TV-Sender, der Baseballclub *Yomiuri Giants* und ein Orchester gehören.

Japan gilt als **Zeitungsleserland**, die Japaner als **News-Junkies**. Neben der *Yomiuri Shimbun* gibt es in Japans Hauptstadt Tokio weitere Zeitungen mit Millionenaufgabe wie die *Asahi Shimbun* (Platz zwei im weltweiten Zeitungsranking) und die *Mainichi Shimbun* (Platz vier hinter der „Times of India“). Weit **über 90 Prozent** der Auflage japanischer Zeitungen beziehen **Abonnenten**. Und auch wenn immer mehr Menschen in Single-Haushalten leben und ohne Abonnement auskommen, schaut die *Yomiuri Shimbun* optimistisch in die Zukunft. Das ist sie ihrem Namen auch schuldig: Das Zeichen **„yomi“ steht für lesen, „uri“ für verkaufen, „shimbun“ heißt Zeitung**. Der Name soll daran erinnern, dass die Zeitungsverkäufer der Edo-Zeit (1603–1868) stets aus ihren Zeitungen vorgelesen haben, um sie zu verkaufen.

gefaltete Yen-Scheine: „Eine *Yamaha* von 1958“, er klopft stolz auf das Holz, „Sie hat dem Vater eines Freundes gehört. Er leiht sie mir, weil er will, dass ich auf ihr spiele.“

Pari Nakayama stellt seinen Fuß auf einen Stuhl, balanciert den Körper der Gitarre auf dem Schenkel, zieht ihren Hals an seine Schulter und fängt an zu spielen. Leise tropft

die Melodie über Stühle und Tische der Bar, mit sanfter Stimme beginnt Nakayama davon zu singen, wie ein Junge in einer Nacht im Sommer sein Glück findet, es aber nicht festhält, wie groß die Liebe und wie süß der Schmerz war und dass uns allen irgendwann nur die Erinnerung bleibt. Jedem. Einzelnen. Menschen. →





Erstaunliche Fakten zum U-Bahn-Netz von Tokio

Passagieraufkommen: Etwa 8,4 Millionen Fahrgäste täglich, das sind 3,16 Milliarden pro Jahr. Zum Vergleich: Die Londoner Underground transportiert pro Jahr 1,3 Milliarden Passagiere.

Anzahl der Züge: 2.702

Streckennetz: 301,1 km

Stationen: 247

Linien: 9 von der Tokyo Metro, 4 von der Toei-U-Bahn, die die Präfektur betreibt

Offizielle Kapazität pro Waggon: 150 Passagiere

Auslastung in der Rushhour: 300 Passagiere

In der Toei-U-Bahn werden deshalb während der Stoßzeit „Women only“-Waggons geführt.

Yohei Takei macht Fotos, wie Pari Nakayama von Bar zu Bar schlendert und *Mr. Lonely* spielt. Dann bricht er eilig auf, in zwei Stunden muss die Stäbchenpause fertig sein.

19:00 Yoshiki Torii ist der Herr der Zeichen. Er leitet die Korrekturabteilung der „Yomiuri Shimbun“. Aus 15.000 Zeichen, *Kanji*, besteht Japans kompliziertes Schriftsystem. Kanji sind eigentlich Piktogramme, so erinnert das Symbol für Berg an einen Berg, das für Fluss an einen Fluss. Verben und Adjektive werden aus bis zu sieben Kanji zusammengesetzt. Alle paar Jahre legt eine Abteilung des Bildungsministeriums einen Kernwortschatz fest. Aktuell sind das 2.136 Kanji. Daran orientieren sich die Lehrpläne in den Schulen und die Journalisten beim Schreiben ihrer Artikel. Es ist der Versuch,



U-Bahn-Station: Die 34,6 Millionen Einwohner der Metropolregion Tokio müssen erst einmal bewegt werden.

eine überkomplexe Sprache zu bändigen. Das Buch des Ministeriums steht auf Toriis Tisch neben einer zerfledderten Broschüre, in der die Redakteure Beispiele für guten Stil sammeln. →



Ohne Comics geht es nicht
Neben „Kobo-chan“ und „Mitarō“, dem Kätzchen und Maskottchen der „Yomiuri Shimbun“, erfreuen sich auch die Abenteuer von „Office Kenta“, dem Bürohund (o.), großer Beliebtheit.

Auch *Kobo-chan* wird kontrolliert, zur Freude des Korrektors, dem er gerade zugeteilt wird. „Kobo-chan“ ist eine Mischung aus dem „Kleinen Nick“ und „Charly Brown“. Der Comic erscheint seit 1982 immer auf der Seite mit den vermischten Nachrichten aus Tokio und gehört zu den beliebtesten Figuren Japans. Seine Abenteuer wurden sogar verfilmt. Seit zwei Jahren aber muss er sich den Platz am Samstag mit *Mitarō* teilen. In Japan haben fast alle Unternehmen ein *yuru kyara*, eine Art Maskottchen. Mitarō ist das *yuru kyara* der „Yomiuri Shimbun“, ein Kätzchen mit dickem Kopf und einmaliger Karriere. Es ist Werfer einer Baseballmannschaft, der *Yoriumi Nyaiantsu*, was in japanischen Ohren wie miau-miau klingt.

一投一打 Schlag auf Schlag

SPORTREPORTER FUJIO TANAKA UND BASEBALLPROFI YOSHIYUKI KAMEI SCHLIESSEN EINEN DEAL.

Yoshiyuki Kamei pendelt den Schläger lässig in einer Hand aus, schwingt ihn über die Schulter, wiegt sich leicht im Oberkörper, versteift sich, friert für einen Moment ein, als hätte jemand die Pausetaste gedrückt. Es folgt ein Klicken, die Maschine feuert den Ball ab, der Athlet zieht voll durch, trifft, macht zwei Schritte zur Seite, den Schwung abfedernd. Er schaut dem Ball nach, der viel zu hoch steigt und dann ins Feld plumpst.

„Da könnte heute was gehen“, sagt Fujio Tanaka mehr zu sich selbst. Im Ernst? „Ja, Kamei war noch nie gut im Einschlagen. Er wirkt aber frischer als zuletzt.“

Tanaka ist Sportreporter bei der „Yomiuri Shimbun“ und schreibt seit 1997 über Baseball. Er ist seit zwei Uhr im Stadion, dem *Tokyo Dome*, hat mit Spielern gesprochen, über ihre Form, über die letzte Niederlage, über die Aussichten für die Saison, aber er hat noch keinen Aufhänger für seinen Bericht. In einer Stunde geht es los, die Spieler sind fertig mit dem Aufwärmen.

„Hey Yoshi, hast du 'ne Minute? Wie läuft's denn so?“

Kamei schlendert zu Tanaka und stützt sich auf zwei Schlägern ab, als wären →



1



2



3



4



5

- 1: Leserin in der U-Bahn** Die meisten Tokioter beziehen ihre Zeitung im Abonnement.
- 2: Konzerthalle** Die „Yomiuri Shimbun“ leistet sich sogar ein eigenes Orchester.
- 3: Stilleben mit Neon** Schrilles Treiben, straffe Regeln.
- 4: Fashion Victim** Nicht wenige Frauen und Männer in Tokio leben auf zehn Quadratmetern, tragen aber ausschließlich Haute Couture.
- 5: Portal der „Yomiuri Shimbun“** Als die Zeitung 1874 gegründet wurde, bestand sie bloß aus einer einzigen Seite und sah aus wie ein Flugblatt.

FAXIMILE: THE YOMIURI SHIMBUN

NIKON
CASHBACK
bis zu
€ 150*
16.10.2015 - 16.1.2016
www.nikon.at/cashback

ICH BIN DEIN WINTERZAUBER



Hol dir jetzt dein Cashback von bis zu € 150*!

Erlebe mit Nikon deinen ganz persönlichen Winterzauber.

Mehr Infos auf www.nikon.at/cashback

*Aktion ist gültig von 16.10.2015 bis 16.01.2016 bei allen teilnehmenden NIKON Österreich Vertragshändlern. Die Geldrückerstattung erfolgt Zug-um-Zug bei Kauf bestimmter NIKON Produkte. Die vollständigen Teilnahmebedingungen finden Sie unter www.nikon.at/cashback.

At the heart of the image



長野鮮やか 走者一掃



G首位に
阿部の決勝犠飛呼ぶ

3点のビハインドを振り切って、巨人打線が奮起した。阿部の犠飛が逆転の切り札となり、巨人が逆転勝利を挙げた。

阿部の犠飛が逆転の切り札となり、巨人が逆転勝利を挙げた。

阿部の犠飛が逆転の切り札となり、巨人が逆転勝利を挙げた。

阿部が犠飛を打ち、巨人が逆転勝利を挙げた。

Baseball-Star Yoshiyuki Kamei „Ich werde etwas spielen, was ich noch nie gespielt habe. Als ich heute in die Kabine kam, klebte an meinem Spind ein Zettel meines Trainers. Auf dem stand, was er von mir erwartet.“

es Spazierstöcke. „Die Schulter zwickt, die Wade ist entzündet, also ich würde sagen: fantastisch.“

„Verstehe.“
„Aber erzähl das nicht dem Coach. Dann verrate ich dir auch was.“

„Klar.“
Kamei senkt die Stimme: „Ich werde heute etwas spielen, was ich noch nie gespielt habe.“
Tanaka weiß, dass das nur eines bedeuten kann: „Aha, das hast du im Gefühl?“
„Nein, als ich heute in die Kabine kam, klebte an meinem Spind ein Zettel des Trainers. Auf dem stand, was er von mir erwartet.“

Kamei zwinkert, als wolle er sagen: Wir wissen doch beide, wie es läuft. Dann dreht er sich um und geht zum Spielertunnel.

Fujio Tanaka hat seinen Aufhänger: Yoshiyuki Kamei wird das erste Mal in seiner Karriere *yonban dasha*, vierter Schläger, sein – eine zentrale Position im Spiel, auf der Legenden der Giants gespielt haben. Wie wird er mit diesem Druck umgehen? Tanaka macht sich auf den Weg zur Pressetribüne und fängt an zu schreiben.

Baseball ist in Japan Sport Nummer eins, vor Fußball und Sumo. Und die *Yomiuri Giants* sind mit 22 Titeln Rekordmeister des Landes. Die 1934 als erste Profitruppe Japans gegrün-



Stadion der Yomiuri Giants Es passt zur größten Zeitung der Welt, dass zu ihrem Imperium auch der japanische Rekordmeister im Baseball gehört.

deten Giants werden heiß geliebt und leidenschaftlich gehasst. Letzteres hat auch damit zu tun, dass sie der „Yomiuri Shimbun“ gehören. Sie sind einerseits Werbeträger für die Zeitung, andererseits schreiben ihre Reporter über das Team. Viele Gegner finden, sie kämen in den Berichten zu schlecht weg.

Heute geht es gegen die *Tōkyō Yakult Swallows*. Giganten gegen Schwalben – keine

Frage, wer das Spiel gewinnen müsste. Kurz vor dem Anwurf jagt die Stadionregie noch einmal die Hymne der Giants über die Lautsprecher: „Der Ball fliegt, fliegt in den Himmel/ Wie feurig euer Kampfgeist ist/ Wie die Kraft der Spieler das Feld erhellt/ Los, los, los, o Giants, los!“

Viel hilft das nicht, und der Grund dafür heißt Yasuhiro Ogawa, der Werfer der Swallows. Obwohl erst in seiner zweiten Saison, strotzt er vor Selbstvertrauen. Herausfordernd fixiert er seine Gegner, nimmt langsam den Ball aus dem Handschuh, wirft das linke Bein in die Höhe, holt mit dem rechten Arm weit aus – *Strike*. Ein Wurf schöner als der andere, drei nacheinander – *Strike out!* Nach dem fünften Inning steht es 4 zu 1 für die Swallows.

Im sechsten läuft es besser für die Giants. Zwei Bases sind schon besetzt, als Kamei an die Reihe kommt. Er steht so ruhig da, dass eine Münze auf dem Ende seines Schlägers liegen bleiben würde, das Timing des Schwungs ist perfekt, der Ball fliegt durch das Outfield, Kamei schafft es auf die erste Base. Vielleicht ist Ogawa müde oder nun nervös, auf jeden Fall wird die Runde für ihn zum Debakel: Die Giants bringen

vier Mann nach Hause, drehen das Spiel und gewinnen am Ende 5:4.

Tanaka sitzt auf der Tribüne und hackt die Aufholjagd der Giants in seinen Laptop. Der *yonban dasha* Yoshiyuki Kamei hat gut gespielt: vier Schläge, zwei Hits, eine Quote von fünfzig Prozent. Der Spielbericht hat jetzt sogar ein Happy End. Reporter Glück.

22:30 Für Koh Takehara war es ein langer Tag. Er schaut noch einmal über die Titelseite: Dort steht alles, was ein Dutzend Reporter und Redakteure über den Brand im Shinkansen recherchiert und dann aufgeschrieben haben.

Und das Motiv? Haruo Hayashizaki, 71 Jahre alt, aus Nishi-Ogikubo in Tokio hat sich wohl angezündet, weil er von seiner Rente nicht leben konnte. Er hat die Scham nicht mehr ertragen, ein ganzes Leben gearbeitet zu haben und nun als Bittsteller dazustehen. Takehara schickt die Titelseite an die Druckerei.

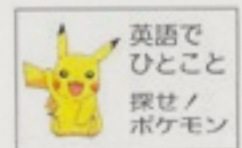


PHOTO: THE YOMIURI SHIMBUN