



universität  
wien

# MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

## Schlank, schlanker, Schlankheitswahn? Eine qualitative Untersuchung des Strebens junger erwachsener Japanerinnen nach Schlankheit

verfasst von / submitted by

Bettina Wong, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2016 / Vienna, 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

A 066 843

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Masterstudium Japanologie

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Dr. Ingrid Getreuer-Kargl



## Danksagung

Wenn ich nach ‚Kreative Danksagung Diplomarbeit‘ google, fängt die des ersten Treffers mit ‚Zunächst möchte ich mich an dieser Stelle bei all denjenigen bedanken, die mich während der Anfertigung dieser Arbeit unterstützt und motiviert haben‘ an. Wenn das der erste Treffer meiner Suche ist, so möchte ich an dieser Stelle alles andere als ‚kreativ‘ sein. Stattdessen spreche ich dem/der SEO-Spezialisten/in für seine/ihre Leistung meine Hochachtung aus. Nun, müsste ich meine Danksagung mit ähnlicher Formulierung beginnen, würde diese wohl entsprechend lauten:

„Ich danke meinem Mann und meinen Eltern dafür, dass sie mich im vergangenen Jahr kein einziges Mal danach fragten, wie es mir beim Verfassen meiner Masterarbeit ergeht. Dank gebührt außerdem einer Leidensgenossin – ebenfalls gerade an ihrer Masterarbeit im Fach Japanologie arbeitend – die es während der Gespräche in unserer Zwei-Personen-Selbsthilfegruppe immer wieder schaffte, mich aufs Neue zu motivieren. Zudem möchte mich bei den Köchinnen und Köchen des Restaurants Kent in der Hütteldorfer Straße bedanken, die mich in schreibintensiven Nächten mit Linsensuppe, Fladenbrot und Haydari versorgten. Besonderer Dank gebührt außerdem meiner Betreuerin ao. Univ.-Prof. Dr. Ingrid Getreuer-Kargl. Sie ertrug gelassen meine zahlreichen, hysterischen Gefühlsausbrüche, stand mir mit ihrer Fachkompetenz und Menschlichkeit zu (fast) jeder Tageszeit zur Seite und vermochte es gekonnt, mich immer wieder zu inspirieren. Meine Dankesworte mögen sich für die/den eine/n oder andere/n vielleicht sarkastisch anhören, doch sind sie alle ernstgemeint und kommen von Herzen.

Zu guter Letzt möchte ich mich bei all meinen Unterstützerinnen in Japan bedanken, ohne die ich meine Arbeit niemals hätte realisieren können. Speziell bedanken möchte ich mich bei meiner Freundin Miki und ihrer Mutter, die mich während meines dreiwöchigen Forschungsaufenthaltes bei sich aufgenommen und mich tatkräftig unterstützt haben. Auch vor meinen vierzehn weiteren Befragungsteilnehmerinnen möchte ich mich in tiefer Dankbarkeit verneigen, und mich für die ehrlichen Antworten und Anmerkungen bedanken. Um wunschgemäß ihre Anonymität zu wahren, habe ich Namen der jungen Frauen in dieser Arbeit mit frei erfundenen ersetzt. Ein geringer Preis für ihre unbezahlbare Hilfe, ohne die meine Arbeit in dieser Form nicht möglich gewesen wäre.“

# Inhalt

1.	Einleitung .....	1
2.	Begrifflichkeiten und Definitionen.....	11
2.1.	Der Body-Mass-Index .....	11
2.2.	Beschreibungen von Körpergewicht in der japanischen Sprache.....	14
2.3.	Körpergefühl, Selbstwahrnehmung und Essstörung .....	17
3.	Körperproportionen und Körperbilder in Japan im Wandel .....	22
3.1.	Die Veränderung von Körpergröße und Gewicht seit 1900.....	22
3.2.	Dickes Japan? Der Kampf gegen das ‚Metabolische Syndrom‘.....	25
3.3.	Schönheitsideale von der Edo-Zeit bis heute.....	28
3.4.	Sind Japanerinnen schlank, weil sie Japanerinnen sind? .....	32
4.	Die schlanke Japanerin: Versuch einer empirischen Annäherung .....	36
4.1.	Diskursive Erklärungen für den Schlankheitswahn .....	37
4.2.	Empirische Erhebung .....	39
4.2.1.	Teilnehmende Beobachtung.....	40
4.2.2.	Befragung.....	42
5.	Schlankheit im Alltag junger Japanerinnen .....	45
5.1.	Ein ganz normaler Tag im Leben einer 29-jährigen Japanerin.....	45
5.2.	Das weibliche Körperbild in der Werbung .....	51
5.2.1.	Werbung im öffentlichen Raum – eine subjektive Darstellung.....	51
5.2.2.	Die Wirkung von Werbung auf junge Japanerinnen.....	55
5.2.3.	Weibliche Körperbilder und ihre mediale Darstellung .....	58
5.3.	Gewichtskontrolle und Nahrungsaufnahme .....	62
5.3.1.	Beobachtungen zum Essverhalten.....	62
5.3.2.	Gewichtsregulierende Maßnahmen junger Japanerinnen .....	64
5.3.3.	Das Geschäft mit dem Nichts: Kalorienarme Nahrungsmittel.....	67

6. Das Streben nach Schlankheit.....	70
6.1. ‚Schlank‘ ist schön .....	72
6.2. ‚Schlank‘ ist selbstbewusst.....	76
6.3. ‚Schlank‘ ist Glück in der Liebe .....	78
6.4. ‚Schlank‘ ist gesund .....	81
6.5. ‚Schlank‘ ist erfolgreich .....	84
7. Verzerrtes Körperbild: Schlankheit(swahn) als gesellschaftliche Norm.....	87
Zusammenfassung .....	98
Abstract.....	99
Literatur .....	100
Anhang .....	110
Curriculum Vitae .....	113



## 1. Einleitung

In Japan litt 2012 nur jeder 28. Erwachsene über 15 Jahre an Adipositas. Damit liegen die Japanerinnen und Japaner auf Platz vier aller Mitgliedstaaten der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), nur drei Nationen sind noch ‚leichter‘. Bei einem Durchschnitt aller OECD-Länder von 18,4 Prozent Fettleibiger, erscheint die Bevölkerung Ost- und Südostasiens mit einem Anteil von unter fünf Prozent als besonders schlank (OECD 2014: 2). Umgekehrt ist in den ostasiatischen Ländern der Anteil von Untergewichtigen ebenfalls deutlich höher als der OECD-Durchschnitt von rund vier Prozent (OECD 2012: 47). Besonders die Frauen in Ostasien sind am unteren Ende der Body-Mass-Index-Skala zahlreich vertreten. In China wurden 2009 7,6 Prozent der Chinesinnen zwischen 18 und 50 Jahren als untergewichtig erfasst (Huang 2014: 24). In Süd-Korea waren 1998 8,2 Prozent der Koreanerinnen zwischen 20 und 39 Jahren untergewichtig. Ihre Zahl stieg bis 2007 sogar auf 13,2 Prozent (Hellgren 2011: 2). 2010 wurde erhoben, dass in Japan rund elf Prozent der erwachsenen Frauen untergewichtig waren (OECD 2012: 47). Laut dem *National Health and Nutrition Survey Japan 2011* des Ministeriums für Gesundheit, Arbeit und Soziales, im Zuge dessen rund 3500 Haushalte befragt wurden, waren es unter den 20 bis 29-jährigen Japanerinnen sogar rund 30 Prozent (MHLW 2012: 18).

Nicht nur dadurch entsteht der subjektive Eindruck, dass alle Japanerinnen und Japaner schlank sind. Auch im öffentlichen Dialog wird diese Meinung vertreten. Oft werden in westlich-sprachigen Foren oder Blogbeiträgen Japaner und Japanerinnen als besonders schlank stereotypisiert und als ‚genetisch bevorzugt‘ bezeichnet. Besonders Japanerinnen werden als zarte Porzellanpüppchen, als Geishas in eleganten Kimonos dargestellt. Auch mir blieb während meiner zahlreichen Aufenthalte in Japan nicht verborgen, dass vor allem junge Frauen schlanker sind als die durchschnittliche Österreicherin. Trotz meiner Körpergröße von 180 Zentimetern und meiner schlanken Figur fühlte ich mich, ob der Präsenz von einer unglaublichen Menge zierlicher, perfekt gestylter Frauen, aufgebläht. Werbungen auf allen Kanälen wirkten zusätzlich einschüchternd. Ich versuchte durch Online-Recherche, hinter ihr Schlankheitsgeheimnis zu kommen, jedoch ohne großen Erfolg – Theorien gibt es seither viele, jedoch keine stichhaltigen Belege.

Online wird indes heftig über die Gründe für die hohe Zahl an schlanken Japanerinnen und ihre Tricks und Geheimnisse, schlank zu bleiben, diskutiert. Hierfür werden immer wieder

die gesunde japanische Ernährung und ein aktiver Lebensstil verantwortlich gemacht. Doch die Statistiken des Statistics Bureau des Ministeriums für Innere Angelegenheiten und Kommunikation bestätigen diese Annahme nur teilweise: seit den 1970er Jahren ist es tatsächlich so, dass Japanerinnen im jungen Erwachsenenalter zwischen 20 und 29 Jahren immer schlanker werden (Statistics Bureau o.A.a, o.A.b). Japanische Männer hingegen werden eher dicker. Bereits damals wurde beim Blick auf die Statistiken deutlich, dass sich die Körpergröße und das Gewicht der Japanerinnen und Japaner entgegen der Trends der anderen Mitgliedsländer der Weltgesundheitsorganisation (WHO) veränderte. Seither zeigen zahlreiche quantitative Auswertungen von Datenerhebungen des Ministeriums, wie der zuvor genannte, regelmäßig durchgeführte *National Health and Nutrition Survey*, dass Übergewicht, aber auch Untergewicht, in Japan ein immer größer werdendes Problem sind (Takimoto et al. 2004, Hayashi et al. 2006, MHLW 2012). Auf die Gefahr des schleichenden Todes in Form von Adipositas hat die japanische Regierung bereits 2008 unter der Führung Abe Shinzos mit gesundheitspolitischen Maßnahmen reagiert. Das Gesetz zur Bekämpfung des ‚Metabolischen Syndroms‘ hat zum Ziel, die Zahl der übergewichtigen Japanerinnen und Japaner bis 2015 um 25 Prozent reduzieren – ob das Ziel erreicht wurde ist zu diesem Zeitpunkt jedoch noch nicht bekannt.

Dennoch ist Untergewicht trotz des rigorosen Vorgehens gegen Übergewicht ein von der japanischen Regierung, aber auch von der japanischen Allgemeinheit, unterschätztes Gesundheitsrisiko. Untergewicht und der damit eventuell einhergehenden nicht ausreichenden Nährstoffaufnahme kann diverse Krankheitssymptome und Beschwerden, wie der Beeinträchtigung der Herzfunktion, Hypotonie oder eine geringere Lebenserwartung zur Folge haben. In schweren Fällen kann es sogar zu Organschäden kommen oder Osteoporose begünstigen. Bei Frauen kann Untergewicht auch zu einem Ausbleiben der Regelblutung, infolge dessen zu verringerter Fruchtbarkeit führen und sich so negativ auf potentielle Schwangerschaften auswirken; auch das Risiko der Säuglingssterblichkeit steigt ob des sich durch das Untergewicht der werdenden Mutter verursachten verringerten Geburtsgewichts. Die steigende Zahl der untergewichtigen Japanerinnen wird von der Regierung bisher weitestgehend ignoriert und eine Gegenmaßnahme zur Reduzierung derer lässt weiterhin auf sich warten. Auch wenn das Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Soziales Gegenmaßnahmen angekündigt hat, bleibt fraglich, wie diese ohne vorhandenes Datenmaterial aussehen soll.

Während die Problematik des langsam aber stetig steigenden Übergewichts in der japanischen Bevölkerung bereits früh den Einzug in die Wissenschaft geschafft hat, ist das bei der wachsenden Zahl von Untergewichtigen bisher nur begrenzt der Fall. Hier wurden bisher veröffentlichte Zahlen größten Teils quantitativ ausgewertet. Bereits seit dem Ende der 1970er und Beginn der 1980er Jahre versuchen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie die Massenmedien, den stetigen Anstieg von untergewichtigen Japanerinnen sowie an Essstörungen Leidenden mit unterschiedlichen Hypothesen und Theorien zu erklären. Diese reichen von ‚appetitzügelnden Müttern‘, welche ihre Kinder dazu anhalten, auf ihre schlanke Linie zu achten, über die Beziehung zwischen Mutter und Tochter in der japanischen Gesellschaft, welche einen signifikanten Einfluss auf die Entwicklung der Töchter haben können, bis hin zu den Einflüssen aus den USA und Europa und der damit einhergehenden ‚Verwestlichung‘ des japanischen Lebensstils. Weiteres wird das Phänomen dem Überfluss an Lebensmitteln und der damit verbundenen ‚Sättigung und Übersättigung‘, der feministischen Perspektive auf die männerdominierte Gesellschaft oder dem gesellschaftlichen Druck ausgehend von Modemagazinen, Fernsehstars, Idolen oder Prominenten auf junge Frauen, schlank sein zu müssen, zugeschrieben (Uehara 2015: 3).

Existierende Forschung in japanischer Sprache konzentriert sich überwiegend auf die medizinisch problematische Situation des Übergewichts und von Essstörungen, und behandelt diese vom medizinischen, psychologischen und psychiatrischen Standpunkt aus. Das Thema Untergewicht wurde bisher in der japanischen Forschungslandschaft weitestgehend außen vorgelassen. Hayashi Fumi jedoch, derzeit Vollzeitlektorin am Institut für Ernährungswissenschaften an der Kagawa Nutrition University, hat sich diesem im japanischen Sprachraum jedoch bereits angenommen: sie beschäftigt sich bereits seit über zehn Jahren mit der steigenden Zahl von untergewichtigen Japanerinnen im jungen Erwachsenenalter. Hayashi antwortete in einem Interview gegenüber der Zeitschrift *Lactic News*, dass es verschiedene Theorien und Meinungen dazu gibt, warum es besonders in der Altersgruppe der 20 bis 30-jährigen so viele untergewichtige Frauen gibt. Sie fasste zusammen, dass Medizinerinnen und Mediziner sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler annehmen würden, dass verstärkt junge Frauen zu Diäten neigen, da sie zum Beispiel von jungen weiblichen Talenten, Sängerinnen oder Schauspielerinnen, beeinflusst werden, die mit ihren schlanken Körpern das weibliche Schönheitsideal verkörpern würden. Sie würden außerdem davon ausgehen, dass einer der Hauptursachen für den Schlankheitswahn

Diätvorschläge in Zeitschriften sein würden, welche oft auch in Sonderausgaben anderen Frauen- oder Modemagazinen beigegeben werden. Des Weiteren hat Hayashi bei einer Umfrage im Rahmen ihrer Forschung herausgefunden, dass Japanerinnen es oft als Katastrophe ansehen würden, während der Schwangerschaft zuzunehmen. Einige würden daher sogar während dieser Diät halten, obwohl eine verminderte Nahrungsaufnahme während der Schwangerschaft Mutter und Ungeborenem schaden kann (Hayashi 2013).

Westlich-sprachige Artikel behandeln das Thema vorwiegend vom sozialanthropologischen Standpunkt aus, ‚Untergewicht‘ wird primär aus dem Blickwinkel der Verwestlichung analysiert. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler betonen, dass Japanerinnen dem amerikanischen Schönheitsideal nacheifern, welches sich seit dem Fitnesswahn der 1970er Jahre hartnäckig hält, sie wollen demnach groß und schlank wie US-Amerikanerinnen sein (Becker 2004, Chisuwa/O’Dea 2010, Kowner 2004, Sepúlveda/Calado 2012). Kritik am Modell der Verwestlichung des Körperbildes in Japans übten bereits 2004 Kathleen Pike, Professorin für Psychologie, und die Kulturanthropologin Amy Borovoy. Diese Sichtweise auf das Streben der Japanerinnen nach dem westlichen Schönheitsideal sei eindimensional, und auch der Anstieg von an einer Essstörung Leidenden könne nicht allein auf die Verwestlichung der japanischen Gesellschaft zurückzuführen sein. Sie lieferten bereits damals Lösungsansätze, dass das Modell um kulturell spezifische Dimensionen, wie Genderrollen und japanische Schönheitsideale, erweitert werden könnte und sollte (Pike/Borovoy 2004). Dieser Meinung ist auch die Kultur- und Sozialanthropologin Dr. Laura Spielvogel: *“Es ist wichtig, sich daran zu erinnern, dass Schlankheit kulturell definiert ist. [...] Die Definition von Übergewicht, Gesundheit, und Schönheit obliegt lokalen, historischen und kulturellen Kontexten, und es ist dieser Punkt, der kulturübergreifende Untersuchungen zum Körperbild und Idealen notwendig macht“* (zit. Spielvogel 2003: 175). Es scheint unumgänglich, die aktuelle Debatte um eine qualitative Dimension zu erweitern, und die betreffenden Frauen selbst zu Wort kommen zu lassen.

Spielvogel untersuchte in *Working out in Japan: Shaping the female body in Tokyo fitness clubs* (2003) Konzepte zu Gender, Alter und Unterrichtsabläufen im Kontext von Fitnessstudios in Japan. Sie legte besonderen Fokus auf Prozesse und Gendernormen im Sport, und wie Aerobic, der als *sexy American import*, eine Nische in Japans Freizeitindustrie abdeckt. Zusätzlich beobachtete und dokumentierte sie die inneren Abläufe von Fitnessstudios und sah sich an, wie Frauen durch Werbung der Fitnessclubs dazu ermutigt werden,

unerreichbaren Schönheitsidealen nachzueifern, und, wie diese Strukturen außerhalb der Fitnessstudios wirken. Methodisch bediente sie sich hier unter anderem der teilnehmenden Beobachtung. Sie war dafür selbst als zertifizierte Aerobic-Trainerin in zwei Clubs in Tokyo und Chiba tätig sowie in einem dritten Club als Mitglied eingeschrieben. Zusätzlich analysierte sie populäre Werbungen rund um Gesundheit und Schönheit, und bediente sich Interviews und informellen Gesprächen, welche sie während ihres Aufenthalts führte.

Eine etwas andere Richtung schlugen Tanaka und Kokubo (2005)<sup>1</sup> ein, als sie Anfang der 2000er Jahre die Epidemiologie von Adipositas in Japan untersuchten. Dafür analysierten sie die Ergebnisse des im Jahr 2000 veröffentlichten *Japan National Health and Nutrition Survey*. Während sie den Fokus zu Beginn auf die steigende Rate von an Übergewicht und Adipositas leidenden Japanerinnen und Japaner legten, diskutierten sie in der zweiten Hälfte des Artikels die steigende Zahl von untergewichtigen jungen Frauen von 20 bis 49 Jahren. Sie erkannten bereits damals die Wichtigkeit dieser Entwicklung, vermuteten hinter diesem Trend jedoch einen Wandel in der Ernährung. Sie sprachen von „*Unterernährung im Zeitalter der Völlerei*“<sup>2</sup> (zit. Tanaka/Kokubo 2005: 37), der Fresssucht, und deuteten an, dass die Unterernährung von jungen Japanerinnen negative Auswirkungen auf Schwangerschaft und die Gesundheit von Neugeborenen haben könne. Tanaka und Kokubo erkannten außerdem, dass für japanische Frauen, im Gegensatz zu den japanischen Männern, eine Doppelstruktur von Übergewicht und Unterernährung existiert. Für untergewichtige junge Frauen war die Kontrolle ihres Gewichtes, und dieses auch zu halten, weitaus wichtiger als für übergewichtige, ihr Gewicht zu reduzieren (Tanaka/Kokubo 2005: 34- 40).

Takimoto et al. (2004), Doktorinnen und Doktoren der Abteilung für die Überwachung von Gesundheit und Ernährung am National Institute of Health and Nutrition, analysierten wie Tanaka und Kokubo (2005) den 2000 veröffentlichten *Japan National Health and Nutrition Survey*, und untersuchten die Veränderung des Body-Mass-Index (BMI) von jungen Japanerinnen zwischen 15 und 29 Jahren zwischen den Jahren 1976 und 2000. Dafür teilten sie diese in drei Altersgruppen: 15 bis 19, 20 bis 24, und 25 bis 29 Jahre. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass der Body-Mass-Index in allen drei Gruppen zurückging, besonders aber stieg die Zahl der extrem Untergewichtigen (BMI < 17 kg/m<sup>2</sup>), nämlich von 1976 bis 1980 um 2,4

---

<sup>1</sup> wurde erstmals 2003 im Journal of the Japan Medical Association 130/1 S. 25-30 veröffentlicht

<sup>2</sup> Übersetzungen aus dem Japanischen und Englischen ins Deutsche wurden persönlich vorgenommen

Prozent, und von 1996 bis 2000 sogar um 4,2 Prozent. Takimoto et al. mutmaßten, dass die steigende Anzahl von untergewichtigen jungen Japanerinnen auf die ebenfalls weiter im Steigen begriffene Zahl der Raucherinnen zurückzuführen sei (Takimoto et al. 2004: 1592).

2006 beschäftigten sich Hayashi et al. erneut mit dem Schlankeitswunsch von jungen Japanerinnen. Sie untersuchten in einer Umfrage unter Verwendung von Fragebögen unter 1731 Japanerinnen zwischen 15 und 39 Jahren den Zusammenhang zwischen wahrgenommenen Körpermaßen, ihrem ‚Wunsch nach Schlankeheit‘ und wie sie ihr Gewicht selbst einschätzen würden. Den Ergebnissen zufolge empfanden sich fast die Hälfte der Befragten als übergewichtig, am stärksten zeigte sich dies bei den 15 bis 19-Jährigen. In allen fünf Altersgruppen äußerten rund 44 Prozent der Befragten im Zuge der Befragung den Wunsch, mager oder untergewichtig sein zu wollen (*desired body size*). Sie gaben neben ihrer Körpergröße ihr Wunschgewicht an, woraus der dadurch resultierende Body-Mass-Index errechnet wurde. Am häufigsten wünschten sich dies Frauen, welche im Zeitraum während der Umfrage bereits mager oder untergewichtig waren. Mit den Ergebnissen zeigten die Studienautorinnen und -autoren, dass bei Japanerinnen zwischen 15 und 39 Jahren ein übermäßiges Bedenken in Bezug aufs eigene Körpergewicht festzustellen sei, und die steigende Zahl untergewichtiger junger Frauen auf die unnötige Gewichtskontrolle nicht-übergewichtiger zurückzuführen sein könne. Sie empfahlen ein schnelles Handeln zur Einschränkung und Prävention von Untergewicht auf nationaler Ebene (Hayashi et al. 2006: 1154-1156).

Dass junge Japanerinnen ihre Körper falsch einschätzen, wurde ebenfalls von einer Studie bestätigt, mit der 2014 die Ernährungsgewohnheiten untergewichtiger japanischer Studentinnen erhoben wurden. 3634 Studentinnen, 570 davon untergewichtig, 54 akademischer Institutionen in Japan nahmen an der Umfrage teil. Insgesamt waren 84 Prozent der Teilnehmerinnen normal- oder untergewichtig. Die Ergebnisse zeigten, dass rund 82 Prozent davon sich selbst als ‚schwer‘ einschätzen. Knapp über 40 Prozent der untergewichtigen Frauen wünschten sich, schlank zu sein, und mehr als die Hälfte schätzte ihre Figur trotz Untergewicht als ‚schwer‘ ein. 38 Prozent von ihnen hätten sogar im Monat vor der Befragung versucht, Gewicht zu verlieren (Mori et al. 2016: 97-99).

Diese und weitere unterschiedlichste Theorien wurden von Expertinnen und Experten verschiedener Fachbereiche und den Massenmedien aufgestellt. Warum streben Japanerinnen nach schlanken Körpern, und was bewegt sie dazu, weiterhin abnehmen zu

wollen, obwohl sie bereits klinisch untergewichtig sind und sich schon erschreckend nahe an der Grenze zur Essstörung befinden? Sasaki Satoshi, Experte für öffentliche Gesundheit von der Universität Tokyo, wundert sich, wieso dieses Phänomen nicht in den USA auftritt, wo Frauen bereits während der 1970er Jahre dem Fitness-Boom ausgesetzt waren und von diesem beeinflusst wurden. Die Anzahl der übergewichtigen US-Amerikanerinnen und Amerikaner würde trotzdem unangefochten an der Spitze jeder Tabelle mit Statistiken zu an Adipositas Leidenden stehen: *“In den Vereinigten Staaten von Amerika sieht man all diese schönen, schlanken Frauen im Fernsehen, und trotzdem werden die Amerikanerinnen und Amerikaner immer dicker”*, gibt Sasaki zu bedenken und stellt folgende Frage in den Raum: *“Warum ist das so?”* (zit. Harden 2010). Daher müssten andere Gründe zumindest mitverantwortlich dafür sein, wieso junge erwachsene Japanerinnen immer schlanker werden. Wären hier auch noch andere äußere Einflüsse zusätzlich dafür verantwortlich? Was in dieser Debatte fehlt, sind neben den quantitativen Datenauswertungen qualitative Studien zu den subjektiven Gründen für das Streben junger Japanerinnen nach Schlankheit, und diese Masterarbeit soll einen Beitrag zu diesem bisher vernachlässigten Aspekt liefern. Meine Forschung soll hier ansetzen und die bisherigen Untersuchungen zum Thema Untergewicht in Japan um eine zusätzliche, qualitative Dimension erweitern. Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage:

*Welche subjektiven Gründe motivieren Japanerinnen in ihren Zwanzigern, trotz medizinischem Normalgewicht, Schlankheit anzustreben und bis zum Untergewicht mager sein zu wollen?*

„Warum untersuchst du so etwas? Das ist normal für uns hier in Japan. Japanerinnen sind schon immer so schlank gewesen. Das ist hier anders als in Österreich!“, fragte mich meine japanische Freundin Miki, als ich ihr erklärte, dass ich den Schlankheitswahn von jungen japanischen Frauen untersuchen möchte. War dieser Umstand wirklich nichts Außergewöhnliches, das es wert wäre, dass ihm nachgegangen wird? Ist das kollektive Streben junger Frauen nach Schlankheit nichts Besonderes? Die soziologische Theorie des Symbolischen Interaktionismus versucht, Interaktionen zwischen Individuen und gemeinsames Handeln zu erklären. In der Theorie stellt dieses gemeinsame Handeln zwischen zwei oder mehr Personen ein Aufeinander abstimmen einzelner Handlungen dar. Diese einzelnen Handlungen beeinflussen sich gegenseitig, wobei nicht Normen und Regeln

handeln, sondern das Handeln Regeln und Normen bestimmt. Diesem Ansatz folgend werde ich mich theoretisch auf Herbert Blumers Theorie des Symbolischen Interaktionismus stützen, welche auf den Überlegungen von George H. Mead aufbaut. Ist die fortschreitende Problematik des Untergewichts bereits kulturell determiniert und zur Selbstverständlichkeit für jungen Japanerinnen geworden?

Um herauszufinden, wie in Japan mit dem Körpergewicht in der Öffentlichkeit umgegangen und wie der weibliche Körper von wem dargestellt oder angesprochen wird, führte ich eine teilnehmende Beobachtung vor Ort in Japan im September 2015 durch. Mein Forschungsaufenthalt trug wesentlich dazu bei, zu erfassen, in welcher Umgebung und welchem Kontext sich junge Frauen in ihren Zwanzigern tagtäglich befinden. Um verstehen zu können, woran sich die subjektive Wahrnehmung junger japanischer Frauen bezüglich Schlankheit ableiten lässt, ist es wichtig, ihr Umfeld zu dokumentieren und zu analysieren. Dazu zählt auch, wie Schlankheit im öffentlichen Raum, in der Werbung in Magazinen, Fernsehen oder in öffentlichen Verkehrsmitteln dargestellt wird und auf die jungen Frauen einwirkt. Neben der Darstellung von Schlankheit in der Öffentlichkeit leisten Alltagsgespräche, informelle Gespräche von und mit Privatpersonen, einen wichtigen Beitrag dazu, einen Eindruck davon zu erhalten, wie in beiläufigen Unterhaltungen im Alltag mit dem Thema umgegangen wird. All diese Maßnahmen tragen dazu bei, zu verstehen, wie Interaktion mit anderen Individuen in Wechselwirkung mit den subjektiven Gründen der Japanerinnen steht.

Untergewicht ist ein allgemein unterschätztes Gesundheitsrisiko. Warum jungen Japanerinnen das Streben nach Schlankheit trotz medizinischem Untergewicht so wichtig ist, arbeitete ich mit Hilfe eines Fragebogens heraus. Was assoziieren Japanerinnen in ihren Zwanzigern mit schlanken Körpern? Welche Gründe werden für die eigene Körpermodellierung angegeben? Was motiviert sie, weiterhin abzunehmen, auch wenn sie bereits untergewichtig sind? Erreichen Japanerinnen überhaupt einen Punkt, an dem sie sich als ‚zu dünn‘ empfinden? Und welche Gründe für das Streben nach Schlankheit verstärken sich hier gegenseitig? Um auch diese Fragen zu beantworten, legte ich 15 Teilnehmerinnen im Alter zwischen 20 und 30 Jahren Fragebögen mit vier offenen Fragen vor, die sie alle vollständig beantworteten. Diese waren aufgeteilt in die Themenbereiche ‚persönliches Gewichtsmanagement und Einflussfaktoren‘, ‚Annahmen über allgemeine Assoziationen zu Gewicht und über die Darstellung von Gewicht in den japanischen Medien‘, ‚persönliche, beziehungsweise direkte Kommunikation über Körpergewicht und Gewichts-

management‘ und ‚körperliche Selbstwahrnehmung‘. Um herauszufinden, ob das Streben nach Schlankheit durch direkte Aussagen im Umfeld der Teilnehmerinnen bestimmt wird, wollte ich zusätzlich von ihnen wissen, ob und wie sie von anderen auf ihr Gewicht angesprochen werden.

Im Zuge dieser Masterarbeit soll das Wissen weiterentwickelt werden, welche subjektiven Gründe hinter der steigenden Zahl von untergewichtigen jungen Japanerinnen stecken. Das bisherige Erklärungsmodell soll überprüft werden, demzufolge der Anstieg der Anzahl junger untergewichtiger Japanerinnen auf das Streben nach Schlankheit auf die Verwestlichung der japanischen Gesellschaft zurückzuführen ist. Unter Zuhilfenahme der Theorie des Symbolischen Interaktionismus soll eine Einschätzung versucht werden, ob das Streben von jungen Japanerinnen nach Schlankheit bereits zu einem Teil der japanischen Kultur geworden ist.

Die folgende Arbeit setzt sich aus drei Teilen, einem Theorieteil, einem empirischen Teil sowie einem abschließenden Analysekapitel, zusammen. Nach einem kurzen Überblick über die Definitionen der in der folgenden Arbeit verwendeten Begriffe, wird im dritten Kapitel die historische, politische und ideologische Entwicklung und der Wandel des Körperbildes in Japan zusammengefasst. Anschließend wird die Veränderung der Körperproportionen der Japanerinnen und Japaner sowie die des Schönheitsideals in Japan erörtert. Nachdem auf die aktuellen politischen Geschehnisse und die Versuche der japanischen Regierung, gewichtsverändernd auf die Bevölkerung zu wirken, eingegangen wurde, wird kurz die ideologische Entwicklung in der Gesellschaft sowie auf die Rolle der Mütter und ihren Einfluss auf ihre Töchter, besprochen. Im vierten Kapitel wird auf den Symbolischen Interaktionismus sowie seine Nützlichkeit für die vorliegende Arbeit eingegangen und das methodische Vorgehen für den weiteren Verlauf definiert.

Im empirischen Teil werden zuerst in Kapitel fünf die Ergebnisse der teilnehmenden Beobachtung zusammengefasst. Im ersten Teilkapitel werde ich einen Tag im Leben einer sich in ihren Zwanzigern befindenden Japanerin zusammenfassen, um so an einem Beispiel zu veranschaulichen, welche Reize an einem durchschnittlichen Tag auf sie einwirken und mit welchen sie sich auseinandersetzen muss. Davon ausgehend werde auf ich die Wirkung der Werbung im öffentlichen Raum eingehen, die ich und meine Befragungsteilnehmerinnen subjektiv erleben. Im Anschluss werde ich zusammenfassen, wie in Japan geworben wird, mit welchen Wörtern, und wie Models vornehmlich aussehen und auszusehen haben. Ein

weiterer Einflussbereich im Alltag ist das Thema Nahrungsaufnahme, welches darauffolgend behandelt wird. Auch hier werde ich wieder zusammenfassen, wie Essen und Nahrungsaufnahme auf mich wirkt, gefolgt von der subjektiven Meinung meiner Befragungsteilnehmerinnen. Im Anschluss werde ich dies wieder von theoretischer Seite her behandeln. Ich werde auf die gegenwärtige Lebensmittelindustrie und deren *zero calorie*-Vermarktungsstrategien eingehen sowie als Fallbeispiel die Erfolgsgeschichte des Unternehmens Tanita in meine Erzählungen miteinbeziehen. Im sechsten Kapitel werde ich die subjektiven Gründe für das Streben nach Schlankheit junger Japanerinnen in ihren Zwanzigern aufzählen und erläutern, was meine Befragungsteilnehmerin damit in Verbindung bringen. Im abschließenden Analysekapitel, Kapitel sieben, werde ich nochmals alle Ergebnisse meiner teilnehmenden Beobachtung und Befragung zusammenfassen, meine Forschungsfrage beantworten und Empfehlungen in Bezug auf weitere Forschungsfelder geben, die Beiträge zu diesem noch unerschlossenen Bereich leisten können.

## 2. Begrifflichkeiten und Definitionen

Der Body-Mass-Index, der von der Weltgesundheitsorganisation zur Klassifizierung von Untergewicht, Normalgewicht, Übergewicht und Adipositas verwendet wird, wird in dieser Arbeit dazu verwendet, um die Vergleichbarkeit der Gewichtsverteilung einer bestimmten Gruppe von Menschen zu ermöglichen. Ich werde zuerst erklären, wie der BMI definiert wird und warum er häufig in der Kritik steht. Im Anschluss werde ich darauf eingehen, dass seine Verwendung im Zusammenhang mit der japanischen Bevölkerung und für diese Arbeit, trotz aller Kritiken, geeignet ist.

Im Folgenden werde ich auf das in dieser Arbeit verwendete Wording eingehen, um etwaige Missverständnisse zu vermeiden. Dafür werde ich das gängigste japanische Vokabular für die Beschreibung von Körpergewicht<sup>3</sup>, welches von meinen japanischen Befragungsteilnehmerinnen verwendet wurde, auf ihre Konnotation hin beschrieben und darauf eingehen, warum ich welche dazugehörigen deutschen Übersetzungen im weiteren Verlauf meiner Arbeit verwenden werde.

### 2.1. Der Body-Mass-Index

Der Body-Mass-Index, der von der Weltgesundheitsorganisation für die Klassifizierung von Untergewicht, Normalgewicht, Übergewicht und Adipositas verwendet wird, ist eine Maßzahl für die Darstellung der Relation zwischen Körpergewicht und Körpergröße einer Person. Berechnet wird der BMI, indem das Gewicht einer Person in Kilogramm durch das Quadrat der Körpergröße in Metern dividiert wird.

$$\text{Body Mass Index (BMI)} = \frac{m [\text{kg}]}{l^2 [\text{m}^2]}$$

Laut WHO stellt der BMI den akzeptabelsten Messwert für die Bestimmung von Unter- und Übergewicht auf Bevölkerungsebene für beide Geschlechter und allen Altersgruppen ab dem Erwachsenenalter dar; die Verwendung ist jedoch für Kinder und Jugendliche ungeeignet, für sie existieren eigens dem Alter entsprechende Listen. Die Tabelle für Erwachsene hingegen

---

<sup>3</sup> Im Vorfeld der Befragung wurde mit Hilfe von zwei Gesprächspartnerinnen unabhängig voneinander eine Liste mit dem im Japanischen verwendeten Vokabular zur Beschreibung von Körpergewicht ausgearbeitet (Gespräche wurden am 09.09.2015 geführt). Als Übersetzungshilfe wurde die Website *Amerika Seikatsu 101*, sowie das japanisch-englische Onlinewörterbuch *Weblio* verwendet. Die vollständige Liste befindet sich im Anhang.

sieht einen BMI von unter 18,5 kg/m<sup>2</sup> für Untergewicht vor. Ein BMI ab 25 kg/m<sup>2</sup> wird als übergewichtig und ab 30 Punkten als adipös definiert, welcher unter anderem ein erhöhtes Risiko für Herz-Kreislauf-, Krebserkrankungen oder Diabetes Typ 2 zur Folge haben kann. Die WHO empfiehlt daher, einen BMI zwischen 18,5 kg/m<sup>2</sup> und 25 kg/m<sup>2</sup> anzustreben, was laut ihrer Definition ‚Normalgewicht‘ bedeutet (OECD o.A.). Die WHO geht auf ihrer Informationsseite zum BMI lediglich auf die Risiken von Übergewicht ein und merkt an, dass 2008 mehr als ein Drittel aller Erwachsenen über 20 Jahre weltweit übergewichtig waren, wohingegen Frauen (35 Prozent) eher betroffen waren als Männer (34 Prozent). Diese Zahl hätte sich von 1980 bis 2008 verdoppelt (WHO 2015a). Im Report wird jedoch nicht auf die Zahl von untergewichtigen Erwachsenen eingegangen.

Seit einigen Jahren werden immer wieder Stimmen laut, dass die Standard-BMI-Klassifizierung für diverse ethnische Gruppen ungeeignet sein könnte. 2004 wandte sich die WHO deswegen in der Frage, ob der Body-Mass-Index für Asiatinnen und Asiaten angepasst werden sollte und ob bevölkerungsspezifische Grenzwerte für den BMI notwendig seien, an eine Expertengruppe. Diese kam zu dem Entschluss, dass eine Veränderung der aktuellen Grenzwerte nicht notwendig ist. Dafür überprüfte die Untersuchungskommission bis zu diesem Zeitpunkt bereits durchgeführte wissenschaftliche Studien, welche darauf hindeuteten, dass der Zusammenhang zwischen BMI und Körperfettanteil und den damit verbundenen Gesundheitsrisiken für die asiatische Bevölkerung, im Unterschied zur europäischen, ein anderer ist. Diskutiert wurden hier lediglich Konsequenzen für einen BMI über 25 kg/m<sup>2</sup>, Untergewicht (BMI < 18,5 kg/m<sup>2</sup>) wurde auch in dieser Studie ignoriert. Die der Expertenkommission der Weltgesundheitsorganisation vorliegenden Daten zeigten, dass ein erhöhtes Risiko für gewisse asiatische Bevölkerungsgruppen bestehe, dass diese sich aber je nach Land stark unterscheiden würden (22-25 kg/m<sup>2</sup> für Übergewicht und 26-31 kg/m<sup>2</sup> für Adipositas bzw. Fettleibigkeit).

Trotz der unterschiedlichen Grenzwerte im asiatischen Raum zeigten die Ergebnisse der Expertenkommission, dass die international angewandten BMI-Grenzen auf die japanische Bevölkerung zutreffen: die in Japan erhobenen Messdaten stimmten mit der empfohlenen internationalen Klassifizierung überein. Auch wenn Japanerinnen und Japaner einen höheren Körperfettanteil bei gleichem BMI als die europäische Bevölkerung aufweisen, stieg das Risiko der japanischen Bevölkerung, an einem Herz-Kreislauf-Leiden zu erkranken, nicht. Nicht nur in Japan, auch in allen anderen asiatischen Ländern sei die Schwankungsbreite

zu gering, und es gäbe daher keinen klaren Anlass zur Reduktion der BMI-Grenzwerte für den asiatischen Raum. Die Untersuchungskommission betonte, dass eigene Grenzwerte für jedes Land nicht sinnvoll seien und empfahl daher, die aktuellen internationalen Klassifikationen beizubehalten (Yajnik/Yudkin 2004: 157,161).

Die WHO schlägt zusätzliche Punktekategorisierungen für einzelne Bevölkerungsgruppen vor, welche von den Regierungen einzelner Länder für nationale Aktionspläne für die öffentliche Gesundheit verwendet werden können. Jedoch rät die Arbeitsgruppe, die international verwendeten BMI-Kategorien zu verwenden, um einen Vergleich auf internationaler Ebene zu ermöglichen. Unter Berücksichtigung aller Bedenken fasst die WHO die BMI-Gruppen schlussendlich wie folgt zusammen: Ein BMI unter 18,5 kg/m<sup>2</sup> stellt Untergewicht dar, eingeteilt in leichtes, mäßiges und starkes Untergewicht, ein BMI von 18,5 bis 24,99 kg/m<sup>2</sup> stellt Normalgewicht dar. Übergewicht reicht von 25 bis 29,99 kg/m<sup>2</sup>, 30 bis 34,99 kg/m<sup>2</sup> wird als Adipositas Klasse 1 definiert und Klasse 2 reicht von 35 bis 39 kg/m<sup>2</sup>. Adipositas Klasse 3 entspricht einem Body-Mass-Index von über 40 kg/m<sup>2</sup> (siehe Tabelle 1) (WHO 2015c).

*Tabelle 1: Internationale Klassifizierung von Untergewicht, Normalgewicht, Übergewicht und Adipositas von Erwachsenen nach den BMI-Klassifizierungen der Weltgesundheitsorganisation*

Classification	BMI(kg/m <sup>2</sup> )	
	Principal cut-off points	Additional cut-off points
<b>Underweight</b>	<b>&lt;18.50</b>	<b>&lt;18.50</b>
Severe thinness	<16.00	<16.00
Moderate thinness	16.00 - 16.99	16.00 - 16.99
Mild thinness	17.00 - 18.49	17.00 - 18.49
<b>Normal range</b>	<b>18.50 - 24.99</b>	<b>18.50 - 22.99</b>
		<b>23.00 - 24.99</b>
<b>Overweight</b>	<b>≥25.00</b>	<b>≥25.00</b>
Pre-obese	25.00 - 29.99	25.00 - 27.49
		27.50 - 29.99
<b>Obese</b>	<b>≥30.00</b>	<b>≥30.00</b>
Obese class I	30.00 - 34.99	30.00 - 32.49
		32.50 - 34.99
Obese class II	35.00 - 39.99	35.00 - 37.49
		37.50 - 39.99
Obese class III	≥40.00	≥40.00

Quelle: WHO 2015c

Des Weiteren bemängeln Forscherinnen und Forscher, dass bei der Berechnung des Body-Mass-Index lediglich Körpergröße und Gewicht herangezogen, jedoch der Anteil sowie die Verteilung von Körperfett nicht berücksichtigt werden. Forschung und Medizin schlagen daher vor, den BMI alternativ durch die Waist-to-Height-Ratio, bei der Taillenumfang durch Körpergröße geteilt wird, zu ersetzen (Ahima/Lazar 2013, N.N. 2013b). Dafür stehen jedoch nicht ausreichend Messdaten zur Verfügung, um eine Vergleichbarkeit auf Bevölkerungsebene zu gewährleisten.

Trotz aller Bedenken wird für diese Arbeit der Body-Mass-Index als Maßzahl für eine bessere Vergleichbarkeit herangezogen, weil keine meiner befragten Japanerinnen einen vom Standard abweichenden Lebensstil nachgeht. Sie bewegen sich durchschnittlich, haben eine regelmäßige Nahrungsaufnahme, betreiben nicht exzessiv Sport und keine von ihnen leidet oder litt an einer Essstörung. Zu beachten ist, dass es sich beim BMI lediglich um einen groben Richtwert handelt, welcher unter Verwendung einer großen Stichprobenzahl sinnvoll ist. Für einzelne Personen und Personengruppen ist er jedoch weiterhin unter Vorbehalt zu verwenden, da die Statur und die individuelle Zusammensetzung des Körpers aus Fett- und Muskelmasse nicht berücksichtigt werden. Nichts desto trotz ist der BMI – nicht nur für meine Arbeit - ein akzeptabler Messwert für Magerkeit und Fetttheit. Das ist er nicht alleine deswegen, weil direkte Zusammenhänge zwischen Gesundheitsrisiken und Todesfällen in vielen Bevölkerungsgruppen unterschiedlicher Länder nachgewiesen werden konnten (WHO 2015b, Yajnik/Yudkin 2004: 157).

## **2.2. Beschreibungen von Körpergewicht in der japanischen Sprache**

Mager, dünn, schlank, dick, fett und adipös - es gibt viele Wörter, die die menschliche Körperfülle beschreiben. Auch wenn mehrere Wörter augenscheinlich ein und denselben Umstand beschreiben, so kann es je nach Region und Generation zu unterschiedlichen Verwendungen und Konnotationen der einzelnen Ausdrücke kommen. „*Du bist so schön dünn, du kannst echt alles tragen!*“ bekomme ich oft von Freundinnen als Kompliment zu hören. Der Duden hingegen präsentiert für ‚dünn‘ eine etwas weniger schmeichelhafte Definition, nämlich ‚eine geringe Stärke, Dicke, einen geringen Umfang aufweisend, hager, mager, fein, zart‘, aber auch ‚schwach‘ (Duden o.A.b). Genauso wenig sinnvoll wäre es, ‚mager‘ als geeignetes Adjektiv mit seiner Bedeutung ‚wenig Fleisch und Fett am Körper, an den Knochen

habend, kaum Fett enthaltend' (Duden o.A.d) für die Beschreibung von Körpern zu verwenden, welche aktuell das ästhetische Schönheitsideal darstellen. ‚Schlank‘ hingegen wird im Duden mit ‚wohlproportioniert groß und zugleich schmal gewachsen, geformt‘ (Duden o.A.f) beschrieben, und weist damit auf eine ästhetisch, wohlproportionierte Form hin.

Im Japanischen verhält es sich genauso wie im Deutschen. Auch hier gibt es viele unterschiedliche Wörter, um augenscheinlich ein und denselben Gewichtszustand zu beschreiben. Doch auch in der japanischen Sprache unterscheiden sie sich in ihren Nuancen, die einem Wort eine negativere oder positivere Bedeutung verleihen können. Wie auch im deutschen Sprachgebrauch werden Adjektive ihrer eigentlichen Bedeutung im alltäglichen Sprachgebrauch abweichend verwendet – wie das Wort ‚dünn‘, welches trotz seiner Definition im Deutschen bereits positiv konnotiert in der Alltagssprache verwendet wird. Doch welche Wörter existieren dafür in der japanischen Sprache?

Während meiner Befragung verwendeten alle 15 Teilnehmerinnen unterschiedliche, positiv konnotierte Begriffe, um ihr ästhetisches Körperideal zu beschreiben: *sukinii*<sup>4</sup> (mager, dünn), *hosoi* (schlank, dünn), *sutairu ga ii* („Du siehst toll aus.“) und *yasete iru* (schlank, dünn). Alle vier zuvor genannten Wörter werden eigentlich, mit einer sich ein wenig in der Konnotation unterscheidenden Bedeutung, dazu verwendet, um eine für sie ansprechende – schlanke – Figur zu beschreiben. Meine Befragungsteilnehmerinnen verwendeten diese vier Wörter jedoch gleichwertig in ihrer Bedeutung. *Sukinii*, vom englischen Wort *skinny* abgeleitet, entspricht in etwa *garigari* (knochendürr) oder *yase sugiru* (zu dünn) und ist eigentlich negativ konnotiert. Während der Befragung wurde das Wort jedoch von einer Person positiv verwendet, und wird daher in dieser Arbeit mit ‚schlank‘ übersetzt. Mehrmals wurde auch *sutairu ga ii* dafür verwendet, um eine ansprechende Figur zu beschreiben. *Style* (*sutairu*) bezieht sich hier auf die Figur einer Person, und ob diese gefällt oder nicht hängt stark vom subjektiven Eindruck, beziehungsweise von den persönlichen Vorlieben der Person ab, die es sagt. *Sutairu ga ii* wird im alltäglichen Sprachgebrauch am häufigsten dazu verwendet, um jemandem zu sagen, dass er schlank ist und so gut aussieht. Weiteres wurde während der Befragung sowohl *hosoi*, positiv konnotiert, und *yaseru*, ursprünglich negativ, als Kompliment verwendet und werden daher ebenfalls mit ‚schlank‘ übersetzt.

---

<sup>4</sup> Transkriptionen aus dem Japanischen erfolgten nach den Standards des Hepburn-Systems

Mit Abstand am häufigsten verwendeten die jungen Frauen im Zuge der schriftlichen Befragung *yaseru* oder *yasete iru*, um jemanden als ‚schlank‘ zu bezeichnen, und so ihr Gefallen an untergewichtigen, für sie aber ästhetisch ansprechenden Frauen auszudrücken. Auch *yaseru* kann im Deutschen mit ‚dünn‘ oder ‚schlank‘ übersetzt werden. Die häufige Verwendung könnte jedoch damit im Zusammenhang stehen, da ich *yaseru* im Zuge meiner Befragung verwendet habe. *Yaseru* wird positiv als Kompliment, kann aber auch negativ konnotiert als *yaseru* (dünn) *yase sugi* (zu dünn) verwendet werden. Auch hier ist die Bedeutung vom Kontext abhängig. Wird das Wort positiv verwendet, werde ich es mit ‚schlank‘, ist die Aussage einer Befragungsteilnehmerin negativ behaftet, werde ich es mit ‚dünn‘ übersetzen. *Yaseru* und *yase* werden häufiger für Werbungen und in schriftlicher Form benützt, als sie im allgemeinen Sprachgebrauch verwendet werden. In den Medien wird es besonders dann im positiven Sinne verwendet, wenn es ums Abnehmen geht, zum Beispiel in Verbindung mit einem gesünderen Lebensstil. Das japanische Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Soziales hingegen verwendet *yaseru* und *yase* in ihren Berichten zur Beschreibung von Untergewicht und der damit verbundenen Problematik. *Yase* wird hier daher oft im Zusammenhang mit *teitaijū* (Untergewicht) erwähnt und ist daher in diesem Kontext eindeutig negativ konnotiert. In diesem Kontext wird *yase* mit ‚untergewichtig‘ übersetzt.

*Sukinii*, *hosoi*, *sutairu ga ii* und *yasete iru* – Wörter mit unterschiedlicher Bedeutung, die alle von meinen Befragungsteilnehmerinnen im gleichen Kontext verwendet wurden - entsprechen hier nicht zwangsläufig dem von der WHO festgesetzten Ideal- beziehungsweise Normalgewicht, welches einem BMI zwischen 18,5 und 25 kg/m<sup>2</sup> entspricht. Sie entsprechen dem, was die von mir befragten Frauen subjektiv als schlank, schön und als ästhetisches Ideal empfinden. Dem entsprechend werde ich für die vorliegende Arbeit den Begriff ‚schlank‘ dazu verwenden, wenn von einem dem aktuellen japanischen Schönheitsideal entsprechenden Körper gesprochen wird, und die Verwendung des Wortes positiv konnotiert ist. Wird es von meinen Befragungsteilnehmerinnen negativ verwendet, wird es mit ‚dünn‘ übersetzt werden.

Ebenfalls unterschiedliche Wörter wurden verwendet, um Körpergewicht abseits der gesellschaftlichen Normen von Schlankheit zu beschreiben. Von meinen Teilnehmerinnen wurde nicht auf Normalgewicht eingegangen, sondern von Übergewicht gesprochen. Um anzudeuten, welche Lebensumstände als nicht-schlank Person offensichtlich schwerer zu meistern wären, verwendeten einige meiner befragten jungen Frauen als Formulierung den Antagonismus ‚dick‘, oder ‚fett‘. Verwendet wurden hierfür *botchari* (rundlich, mollig, dick,

pausbäckig), *futotte iru* (dick, übergewichtig), und *himan* (fettleibig, adipös) und das englische Wort *fat*. *Botchari*, vergleichbar mit dem englischen Wort *chubby*, wird auch häufig von stark übergewichtigen Japanerinnen positiv verwendet, um sich selbst und ihr Übergewicht zu verniedlichen. Des Weiteren wird es von anderen benützt, um diskreter das Übergewicht einer Person anzusprechen. Da der Ausdruck so zweckentfremdet auch bei Online-Dating verwendet wird und Frauen so auf ihr Übergewicht hinzuweisen, ist er für Männer und auch Frauen teils bereits negativ konnotiert. Am ehesten entspricht es dem deutschen Wort ‚mollig‘, welches vom Duden als ‚weiche, runde Körperformen aufweisend, rundlich vollschlank‘ (Duden o.A.e) definiert und in Folge auch von mir verwendet wird.

*Futotte iru*, übersetzt mit ‚dick‘, ‚von beträchtlichem, mehr als normalem Umfang, massig, nicht dünn‘ (Duden o.A.a) wird neutral dazu verwendet, jemandes Körperfülle zu beschreiben, welche ein normales Maß übersteigt. Im Japanischen wird es auch als *futoru*, ‚zunehmen‘, verwendet. *Futtota* (zugenommen haben) drückt aus, dass jemand zugenommen hat. Wird es zu jemand anderen gesagt, ist dies jedoch extrem unhöflich. Trotzdem wird es oft von Freundinnen und Freunden sowie Verwandten verwendet, um nahestehende Personen darauf hinzuweisen, dass sie zugenommen haben. Dem entsprechend wird *futotte iru* nachfolgend als ‚dick‘ übersetzt, und *futoru* sowie *futtota* mit ‚zunehmen‘, bzw. ‚zugenommen haben‘. *Futo sugiru* (zu dick) wurde von den Befragten nicht im Kontext von ‚zu dick‘ verwendet, sondern ist als Steigerungsform zu verstehen. Daher wird es im Folgenden als ‚fett‘ übersetzt. Der Duden definiert ‚fett‘ als ‚viel Fett enthaltend, fettreich, überfettet, sehr dick, und mit viel Fettgewebe ausgestattet‘ (Duden o.A.c), welches als Bedeutung im vorliegenden Kontext treffend ist. Als weitere Steigerungsform wurde von einigen Befragten *himan* verwendet, um auf starkes Übergewicht, dem entsprechend Adipositas, hinzuweisen. Dies wird in weiterer Folge in dieser Arbeit genau als Adipositas oder Fettleibigkeit übersetzt.

### **2.3. Körpergefühl, Selbstwahrnehmung und Essstörung**

Trotz des rasanten Anstiegs der Zahl untergewichtiger Japanerinnen, ist das Krankheitsbild ‚Essstörung‘, an dem vor allem junge Japanerinnen erkrankt sind, weitestgehend unbekannt, beziehungsweise nicht anerkannt. Doch Essstörungen sind schon lange kein Phänomen mehr, welches ausschließlich kaukasische Frauen der Mittel- und Oberschicht in westlichen Industrieländern betrifft. Während das Phänomen in den USA und Europa in den 1970er und

80er Jahren großflächig Schlagzeilen machte, ist die Zahl der Erkrankten in Japan, bei denen Anorexia Nervosa oder Bulimie diagnostiziert wurde, noch vergleichsweise gering. Auch wenn laut Studien die Zahl der unter Essstörungen leidenden Frauen in westlichen Industrieländern höher ist als in nicht-westlichen, so steigt die Zahl der Patientinnen weltweit, vor allem in Japan schneller als irgendwo sonst auf der Welt, stetig an (Hanas 2012: 134).

Ergebnisse von Studien zur Anzahl von an Essstörungen Leidenden in Japan gehen weit auseinander. Makino et al. stellten fest, dass in westlichen Industrieländern 0,1 Prozent bis 5,7 Prozent der Frauen unter Anorexia Nervosa (Magersucht), wohingegen in nicht-westlichen Ländern (Japan, Hong Kong, Iran und Singapur) zwischen 0,002 Prozent und 0,9 Prozent daran leiden (Makino et al. 2004). Chisuwa und O'Dea stellten eine Rate von 0,025 Prozent bis 0,2 Prozent in Japan fest (Chisuwa/O'Dea 2010: 6). Offizielle Zahlen zu an einer Essstörung Leidenden in Japan wurden 1981, 1985, 1992 und 1998 von einem, eigens dafür vom Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Soziales eingerichteten, Forschungskomitee erhoben. Die Zahlen dafür wurden in allen Universitätskrankenhäusern und größeren Spitälern mit über 300 Betten erhoben. Das Komitee kam 1981 zu dem Ergebnis, dass 2,2 bis 2,75 pro 100.000 Einwohnerinnen und Einwohner an Magersucht leidenden würden. Bei den Japanerinnen zwischen zehn bis 29 Jahren wären es sogar 14,4 bis 18 Patientinnen pro 100.000. In knapp zwei Jahrzehnten, von 1981 bis 1998, hatten sich die diagnostizierten Fälle bereits verfünffacht. Während die Zahl der Erkrankten, gerechnet auf die japanische Gesamtpopulation, 8,3 bis 11,9 pro 100.000 betrug, kam man bei jungen Japanerinnen zwischen zehn und 29 Jahren bereits auf 51,6 bis 73,6 pro 100.000. Wie akkurat diese Zahlen sind, ist fraglich, da nur Zahlen von Patientinnen und Patienten in größeren Krankenhäusern erhoben wurden. Eine weitere Studie wurde 2007 im Raum um Kyoto durchgeführt, für die 532 Patientinnen und Patienten mit Essstörungen begleitet wurden. Die Ergebnisse zeigten, dass 55 Prozent der Patientinnen und Patienten in Kliniken und nicht in Krankenhäusern Hilfe suchten. Daher ist die Zahl, welche 1998 vom Ministerium erhoben wurde, laut Uehara schätzungsweise doppelt so hoch (Uehara 2015: 2).

Der Epidemiologe Suematsu Hiroyuki von der Nagoya Universität nimmt an, dass die Dunkelziffer sogar noch höher ist als die Schätzung von Uehara, und eine von 100 jungen Japanerinnen von einer Essstörung betroffen ist - genauso viele wie in den Vereinigten Staaten (Hanas 2012: 129). Die tatsächliche Zahl ist jedoch schwer zu ermitteln. Als junge Frau Diät zu halten ist weniger ein Trend, sondern es ist wohl bereits zur Normalität in der

japanischen Gesellschaft geworden. Der Psychologe Dr. Aya Nishizono-Maher, Forscher am Tokyo Institute of Psychiatry, behauptet, dass *„[w]as ansteigt ist die Zahl der Fälle mit nur geringen klinischen Krankheitszeichen. Sie passen nicht zu den typischen Diagnosekriterien von Anorexie oder Bulimie, sondern manchmal leiden sie unter ihrer Ernährung, manchmal übergeben sie sich, manchmal essen sie normal, und manchmal leiden sie unter Binge Eating“* (zit. McNicol 2004), und werden daher nicht in die Statistiken mit einbezogen.

Den drastischen Anstieg von Essstörungen, sowie die Zahl der Untergewichtigen, seit den 1980er Jahren versuchten die Forschung sowie die Massenmedien, wie bereits in der Einleitung erwähnt, mit unterschiedlichen Hypothesen zu erklären. Uehara steuert für die Gründe der hohen Zahl von an Essstörung Leidenden seine eigene Hypothese bei. In der traditionellen japanischen Gesellschaft sind Jugendliche von klein auf dem Druck ausgesetzt, eine tendenziell eher vorgefertigte Laufbahn betreffend Arbeit und Familie für die Zukunft einzuschlagen. Dadurch fühlen sich Heranwachsende bei den steigenden Möglichkeiten von Ausbildungen und alternativen Lebensweisen abseits des Systems verloren, und haben Schwierigkeiten, ihren eigenen Weg zu finden und ihre eigene Identität zu entfalten. Jugendliche erlangen dann durch das Hungern wenigstens die Kontrolle über ihren Körper und ihr Verlangen nach Schlankheit (Uehara 2015: 3).

Derzeit gibt es keine medizinische Einrichtung in Japan, welche auf die Behandlung von Essstörungen spezialisiert ist. Pläne der Regierung zur Errichtung eines spezialisierten Krankenhauses in Tokyo wurden nach dem Tōhoku-Erdbeben und der darauffolgenden Atomkatastrophe 2011 aus Mangel an zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln wieder verworfen (Hanas 2012: 134). Außerdem ist das japanische Gesundheitssystem in seiner derzeitigen Form nicht auf die Behandlung von an Essstörungen Leidenden ausgelegt - bis 2010 gab es keine offizielle Unterstützung zur Behandlung und Prävention. Trotz des damals in Kraft getretenen Bezahlungssystems für medizinische Behandlungen muss für die Therapie ein Selbstbehalt von 2000 Yen (rund 17 Euro<sup>5</sup>) für die ersten 30 Tage, und weitere 1000 Yen bis zum 60. Tag für die Intensivbehandlung bezahlt werden. Die restlichen Therapiekosten werden übernommen, jedoch nur für Patientinnen und Patienten mit einem Body-Mass-Index von unter 15 kg/m<sup>2</sup>. Nach einer Bürgerinitiative, durchgeführt von Krankenhäusern, direkt und indirekt Betroffenen, lenkte das Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Soziales ein, und

---

<sup>5</sup> 1 Euro = 121 Yen (10.06.2016), folgende Beträge werden mit demselben Wechselkurs umgerechnet

stelle einen neuen Plan vor. Dieser sieht vor, dass ein Krankenhaus als zentrale Institution fungiert, welches die Behandlung an bis zu zehn untergeordnete, lokale Institutionen auslagert. Da die Finanzierung dieses neuen Systems unzureichend war, wurde es wieder verworfen. Dasselbe Prinzip wurde beibehalten, jedoch mit wenigen Krankenhäusern, welche sich freiwillig zur Verfügung stellen (Uehara 2015: 4).

Ein weiterer Grund für die geringe Anzahl an diagnostizierten Patientinnen und Patienten könnte darin liegen, dass die japanische Gesellschaft laut Hofstedes Kulturdimensionen eher Charakteristika einer individualistischen als einer kollektivistischen Gesellschaft aufweist. Japan weist gegenüber westlichen Gesellschaften zwar kollektivistische Eigenschaften auf, ist jedoch verglichen mit anderen asiatischen Kulturen individualistisch. Eine der populärsten Erklärungen hierfür ist, dass zum Beispiel nicht-erstgeborene Söhne im Erwachsenenalter die Familie verlassen, um eine eigene, neue Kernfamilien zu gründen. Auch die Loyalität zum Arbeitgeber wird als eigene Entscheidung erachtet und so als individualistisches Charakteristikum angesehen. Kollektivistische Merkmale der japanischen Gesellschaft sind jedoch, die Harmonie der Gruppe über die eigene zu stellen sowie ein ausgeprägtes Schamgefühl und Angst, das Gesicht zu verlieren (The Hofstede Centre o.A.). Auch Dr. Suematsu Hiroyuki gibt zu bedenken, dass es in der japanischen Gesellschaft unüblich ist, eigene Probleme an andere heranzutragen. *„Von klein auf werden wir ermutigt, unsere persönlichen Probleme zu diskutieren oder unsere wahren Gefühle zu teilen. Hier [in Japan] ist die Gesellschaft so arrangiert, dass sie allen Leuten den Eindruck vermittelt, dass alles gut sei“* (zit. Hania 2012: 131). Die Journalistin Georia Hania hat die an Bulimie leidende 25-jährige in Tokyo lebende Hachiko interviewt: *„Mein Körper zeigt, was ich durchmache. Ich möchte es nicht mehr verstecken. In Japan sprechen wir nicht über unsere Probleme. Wir geben vor, dass alles in Ordnung sei. Schweigen ist eine Tugend. Es ist an der Zeit, dass die Leute endlich der Tatsache ins Auge sehen, was wirklich passiert“* (zit. Hania 2012: 129). Während Kranke in Japan bis zu sieben Jahre lang auf eine Gesprächstherapie warten, finden sich Betroffene in Selbsthilfegruppen zusammen, welche von der größten unabhängigen Selbsthilfe-Organisation NABA, der Nippon Bulimia and Anorexia Association, organisiert werden. Vorsitzende Tsuruta Momoe, welche selbst 20 Jahre lang an Bulimie litt, versucht, einen Rahmen zu schaffen, in der Betroffene über ihre Krankheit sprechen können (Hania 2012: 132-134). All diese Faktoren, wie fehlende Therapiemöglichkeiten, fehlendes Bewusstsein und die vorherrschende Tendenz, Probleme

nicht öffentlich zu machen, geben zu bedenken, dass die Problematik Essstörung wohl noch nicht ganz in der japanischen Gesellschaft angekommen ist.

Laut der Definition der Weltgesundheitsorganisation spricht man ab einem Body-Mass-Index von unter  $18,5 \text{ kg/m}^2$  von Untergewicht. Untergewicht ist jedoch nicht zwangsläufig mit einer Essstörung gleichzusetzen. Je nach Statur, körperlicher Veranlagung, Lebensstil oder dem Schönheitsideal in einer Gesellschaft, können Personen untergewichtig sein, ohne an einer Essstörung erkrankt zu sein. Um feststellen zu können, ob eine Erkrankung besteht, muss auf jede Person und jeden Verdachtsfall einzeln eingegangen werden. Nur so kann tatsächlich eruiert werden, ob eine Person einfach nur dünn, beziehungsweise schlank, ist, oder gar schon an einer Essstörung leidet. Im Gegensatz zum Krankheitsbild Essstörung, welches an dieser Stelle nicht behandelt wird, liegt der Fokus dieser Arbeit auf der Problematik Untergewicht und es wird davon ausgegangen, dass die im Zuge dieser Untersuchung befragten jungen Frauen dieses als Schönheitsideal ansehen.

### **3. Körperproportionen und Körperbilder in Japan im Wandel**

In Japan waren 2012 nur 3,6 Prozent aller Erwachsenen über 15 Jahre fettleibig, hatten also ein BMI von über 30 kg/m<sup>2</sup> (OECD 2014). Nicht nur dadurch entsteht der subjektive Eindruck, dass der Großteil der japanischen Bevölkerung schlank ist – besonders im Vergleich mit westlichen Industrienationen. Ebenfalls wird in westlich-sprachigen Foren oder Blogbeiträgen die japanische Bevölkerung als besonders schlank stereotypisiert; verantwortlich gemacht werden hierfür die gesunde Ernährung und der aktive Lebensstil. Entsprechen diese Annahmen der Wahrheit? Ist Japan tatsächlich das Land der Schlanken?

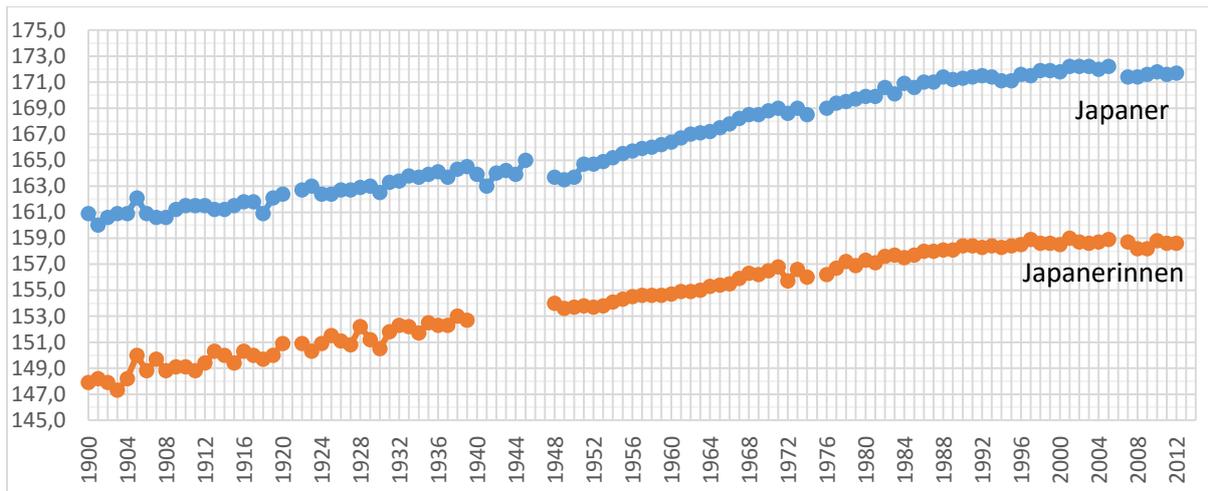
Seit Beginn des 20. Jahrhunderts haben sich die Körperproportionen, vornehmlich Körpergröße und Gewicht, der Japanerinnen und Japaner deutlich verändert, so auch in der Altersgruppe der 20 bis 30-jährigen. Da ab den 1970er Jahren eine Trendwende festzustellen ist, wird im nächsten Abschnitt auf das japanische Schönheitsideal sowie auf den Anstieg untergewichtiger junger erwachsener Japanerinnen zu dieser Zeit, sowie auf ihre Selbstwahrnehmung, wie sie ihren eigenen Körper einschätzen, eingegangen. Zur Vervollständigung des Überblicks über das Thema Körpergewicht in Japan wird zum Schluss darauf eingegangen, welchen Einfluss Mütter auf das Körperbild ihrer Töchter haben, und ob sich hier bereits ein neuer Teil des Nihonjinron-Diskurses, dem Diskurs über die kulturelle Identität der Japanerinnen und Japaner, etabliert hat.

#### **3.1. Die Veränderung von Körpergröße und Gewicht seit 1900**

Die durchschnittlichen Körperproportionen der Japanerinnen und Japaner haben sich in den letzten 100 Jahren stetig verändert. Die vom Statistics Bureau des japanischen Ministeriums für Innere Angelegenheiten und Kommunikation, seit Beginn des 20. Jahrhunderts, in regelmäßigen Abständen erhobenen biometrischen Daten der japanischen Bevölkerung zeigen, dass sowohl die durchschnittliche Körpergröße, als auch das durchschnittliche Gewicht, wie in anderen Industrienationen langsam aber stetig ansteigen.

Für diese Arbeit ist besonders die Gruppe der 20 bis 30-jährigen relevant, da sich diese durch ihre hohe Zahl an untergewichtigen jungen Frauen auszeichnet. In dieser Altersgruppe war die durchschnittliche Körpergröße, sowohl bei den Männern, als auch bei Frauen, bis 1986 gleichmäßig im Steigen begriffen und ist seither nahezu gleichbleibend.

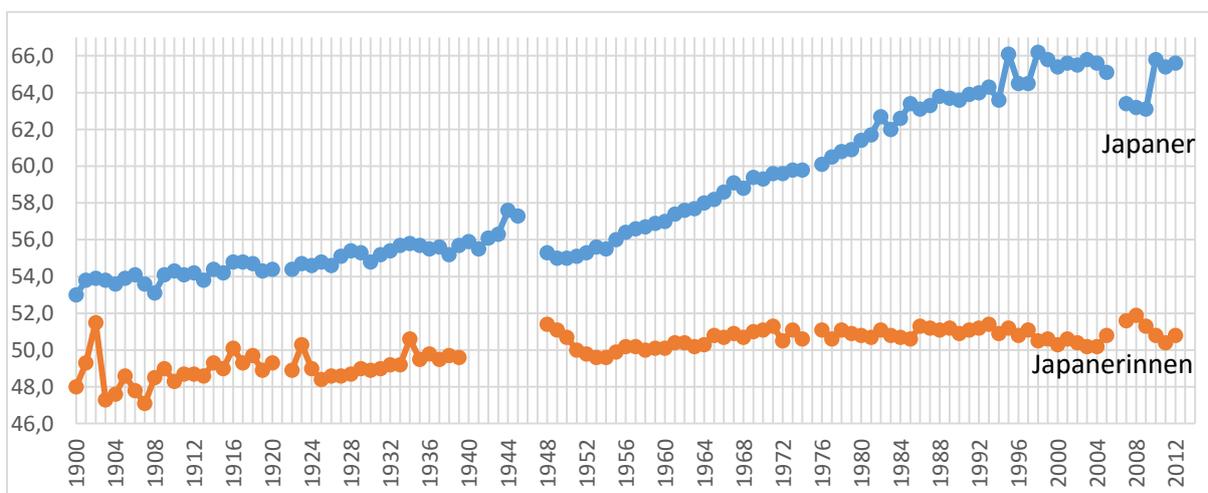
Diagramm 1: Durchschnittsgröße der Japanerinnen und Japaner (20-29 Jahre) [cm] 1900-2012



Quellen: Statistics Bureau o.A.a, o.A.b, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015

Für Japaner beträgt diese seither zwischen 171 und 172 Zentimetern und bei Japanerinnen 158 bis 159 Zentimetern (siehe Diagramm 1). Während jedoch das Durchschnittsgewicht der Männer steigt, stagniert es bei der weiblichen Bevölkerung – deutlich sichtbar ist dies bei den Japanerinnen zwischen 20 und 29 Jahren. Das durchschnittliche Körpergewicht steigt seit den 1950er Jahren nur mehr gering an, und ist seit Beginn der 1970er Jahre nahezu gleichbleibend. Lediglich um das Jahr 2008, dem Höhepunkt der aktuellen Wirtschaftskrise, gibt es einen Ausschlag bei beiden Geschlechtern, für den es bisher keine wissenschaftliche Erklärung gibt (siehe Diagramm 2).

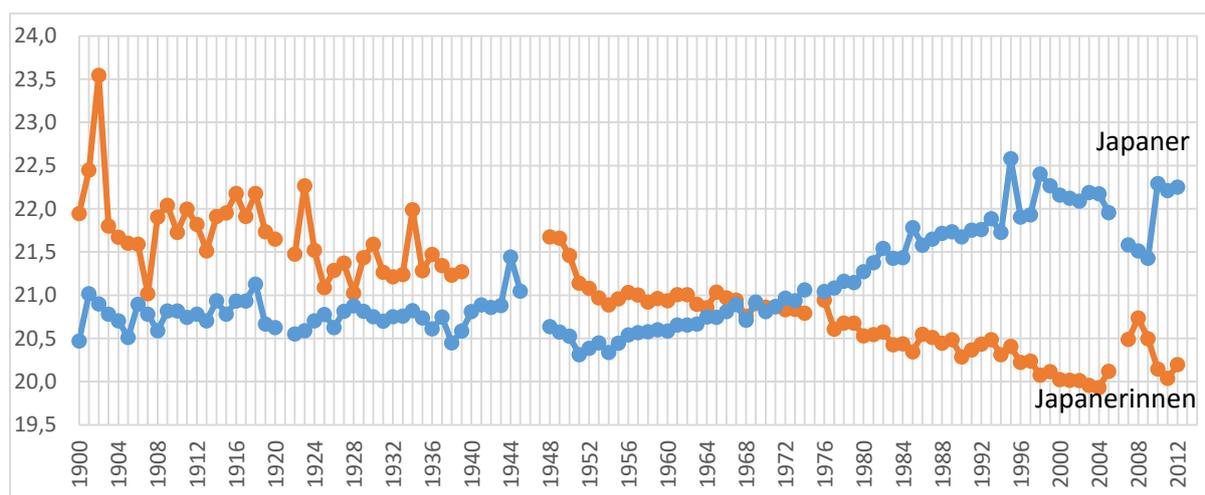
Diagramm 2: Durchschnittsgewicht der Japanerinnen und Japaner (20-29 Jahre) [kg] 1900-2012



Quellen: Statistics Bureau o.A.a, o.A.b, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015

Errechnet man für dieselbe Altersgruppe aus den erhobenen Daten zu Körpergröße und Gewicht den durchschnittlichen BMI, wird deutlich sichtbar, dass die japanischen Männer seit den 1950er Jahren kontinuierlich dicker werden. Japanerinnen hingegen werden seit Ende der 1940er Jahre durchschnittlich schlanker. Aus den Statistiken ist deutlich ersichtlich, dass der Body-Mass-Index der japanischen Männer in ihren Zwanzigern seit Beginn des Wiederaufbaus Japans, nach Ende des Zweiten Weltkrieges in den 1950er Jahren, stetig steigt, von  $20,5 \text{ kg/m}^2$  im Jahr 1950 auf  $22,3 \text{ kg/m}^2$  bis zum Jahr 2012. Bei den Japanerinnen in derselben Altersgruppe blieb der durchschnittliche BMI von 1950 bis 1976 bei ca.  $21 \text{ kg/m}^2$ , sinkt seit damals stetig und liegt im Jahr 2012 bei  $20,2 \text{ kg/m}^2$ . Eine Ausnahme bilden die Jahre 2004 bis 2009, mit dem Höhepunkt der aktuellen globalen Wirtschaftskrise im Jahr 2008 (siehe Diagramm 3).

Diagramm 3: Durchschnittlicher BMI der Japanerinnen und Japaner (20-29 Jahre) [ $\text{kg/m}^2$ ] 1900-2012



Quellen: (Statistics Bureau o.A.a, o.A.b, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015)

Der Anthropologe Charles Susanne trug bereits Daten zur Veränderung der Durchschnittsgröße und des Gewichts im 20. Jahrhundert in Spanien, Italien und Frankreich zusammen, und stellte fest, dass das Ansteigen von Größe und Gewicht eng mit sozioökonomischen Faktoren in Verbindung steht (Susanne et al. 2001). Zu diesem Ergebnis kam auch der Anthropologe Hugo Cardoso, welcher seine Forschung auf die Veränderung der Körpergröße und des Gewichts von portugiesischen Mittelschülern fokussierte. Er stellte fest, dass die Industrialisierung, Urbanisierung, und besonders soziale, ökonomische und politische Veränderungen nach dem Zweiten Weltkrieg, und die damit einhergehenden besseren Lebensbedingungen, besonderen Einfluss auf das Ansteigen der durchschnittlichen

Körpergröße und des Gewichts hatten (Cardoso 2008: 270). Zu demselben Ergebnis führte eine groß angelegte Studie diesbezüglich in den USA, welche zwischen unterschiedlichen ethnischen Gruppen durchgeführt wurde. Die Demografen Truong und Sturm kamen zu dem Resultat, dass diese Veränderungen auf wirtschaftliche Faktoren, wie der Zugang zu energiereicheren Nahrungsmitteln und höheren finanziellen Mitteln, zurückzuführen sind (Truong/Sturm 2005: 1605-1606). Zur Veränderung der durchschnittlichen Körpergröße der japanischen Bevölkerung hat der Anthropologe Hiramoto Yoshisuke Daten bereits existierender Forschungsarbeiten zur Körpergröße der unterschiedlichen Epochen zusammengetragen. Auch er kam zu dem Ergebnis, dass die Japanerinnen und Japaner mit verbesserten Lebensbedingungen deutlich größer wurden (Hiramoto 1972).

All diese Studien zeigen eine deutliche säkulare Veränderung von Körpergröße und Gewicht in Europa, USA und Japan im 20. Jahrhundert in Zusammenhang mit der Veränderung von sozioökonomischen Gegebenheiten – so auch beginnend nach dem Zweiten Weltkrieg. Während diese Entwicklung bei der männlichen japanischen Bevölkerung ähnlich wie in anderen westlichen Industrienationen einhergeht, ist der Trend bei den Japanerinnen, insbesondere der 20 bis 30-jährigen, gegenläufig. Diese werden allen Erwartungen zum Trotz durchschnittlich schlanker.

### **3.2. Dickes Japan? Der Kampf gegen das ‚Metabolische Syndrom‘**

Laut dem *National Health and Nutrition Survey 2013* waren 2012 nur 28,6 Prozent der Japaner und 20,3 Prozent der Japanerinnen übergewichtig ( $\text{BMI} \geq 25 \text{ kg/m}^2$ ) (MHLW 2014: 4), und davon nur 3,6 Prozent aller Erwachsenen, 3,8 Prozent der Männer und 3,4 Prozent der Frauen, fettleibig ( $\text{BMI} \geq 30 \text{ kg/m}^2$ ). Japan liegt somit auf dem guten vierten Platz aller 34 OECD-Nationen hinter Indien (2,1 Prozent), Indonesien (2,4 Prozent) und China (2,9 Prozent) (OECD 2014: 2). Mit 3,6 Prozent liegt Japan auch deutlich unter dem OECD-Durchschnitt von 18,4 Prozent und den USA, wo über 35 Prozent der Bevölkerung mit krankhaftem Übergewicht zu kämpfen haben. Auch wenn die japanische Bevölkerung einen der geringsten Anteile der an Adipositas leidenden Erwachsenen in allen Industrienationen aufweist, geht die japanische Regierung so strikt wie kein anderer Staat gegen die Fettleibigkeit seiner Bewohnerinnen und Bewohner vor. Obwohl die Zahl der adipösen Erwachsenen in Japan immer noch weit unter dem OECD-Durchschnitt liegt, steigt die Zahl der Übergewichtigen, besonders die von Kindern

und Jugendlichen, auffallend schnell an. Von 1994 bis 2003 wuchs die Zahl der adipösen Japanerinnen und Japanern von 3,1 und 2,1 Prozent auf 3,5 bzw. 2,8 Prozent. Bei den Kindern stieg die Zahl zwischen 1976 und 2000 sogar noch drastischer an, bei den Mädchen von 7,1 Prozent auf 10,2 Prozent und bei Jungen von 6,1 Prozent auf 11,1 Prozent (Jayarajan 2011).

Bereits 2008 hat die japanische Regierung auf die Gefahr des schleichenden Todes in Form von Adipositas reagiert und ein Gesetz zur Bekämpfung des ‚Metabolischen Syndroms‘ (*metaborikku shindorōmu*), erlassen. Der englische Fachbegriff, in Japan abgekürzt mit *metabo*, fasst eine Reihe von Gesundheitsrisiken zusammen, welche die Folge von starkem Übergewicht sein können. Dazu zählen unter anderem erhöhter Blutdruck und erhöhte Blutfettwerte, das erhöhte Risiko, einen Herzinfarkt oder Hirnschlag zu erleiden sowie Diabetes. Laut den Vorhersagen japanischer Gesundheitsexperten und -expertinnen würden sich ohne Maßnahmen gegen Übergewicht, sowie der weiter fortschreitenden Überalterung der japanischen Bevölkerung, die Gesundheitskosten bis zum Jahr 2020 auf 11,5 Prozent verdoppeln. Die Überalterung der Gesellschaft sorgt außerdem dafür, dass die Zahl von an Diabetes Erkrankten seit zehn Jahren konstant steigt. Das Gesetz sieht demnach die regelmäßige Überprüfung des Bauchumfanges für Angestellte über 40 Jahre vor. Männer dürfen einen Bauchumfang von 85 Zentimeter nicht überschreiten, für Frauen über 40 gilt eine Grenze von 90 Zentimetern. Überprüft wird die Einhaltung der Grenzwerte im Zuge der jährlichen Gesundheitstests für Angestellte in den Unternehmen, in dem sie angestellt sind, mit der Unterstützung der staatlichen Krankenkasse. Halten Angestellte die 85, bzw. 90 Zentimeter nicht ein, ist eine Diätberatung verpflichtend.

Auch wenn diese vorgeschriebenen Werte nicht den empfohlenen Richtlinien der International Diabetes Federation von 90 Zentimeter für Japaner und 80 Zentimeter für Japanerinnen entsprechen, werden die Unternehmen mit dieser Maßnahme dazu aufgefordert, die Zahl der übergewichtigen Angestellten bis 2015 auf unter 25 Prozent zu verringern. Das würde bedeuten, dass jährlich der Bauchumfang von 56 Millionen Japanerinnen und Japanern gemessen werden müsste. Bei Nichteinhaltung droht den betroffenen Unternehmen aktuell eine Erhöhung des fälligen Betrages, welcher jährlich in die staatliche Gesundheitsvorsorge einzuzahlen ist. James Kondo, Präsident des Health Policy Institute Japan, spricht von einem bahnbrechenden Programm, welches Anreize für Unternehmen schafft, gegen Übergewicht vorzugehen: *„Dank des Gesundheitschecks ist ein öffentliches Bewusstsein für das gesellschaftliche Problem der Fettleibigkeit entstanden. Das*

*Programm ist revolutionär, weil es für die Unternehmen Anreize schafft, gegen die Fettleibigkeit ihrer Angestellten vorzugehen.“ (zit. Knüsel 2009).*

Während die japanische Regierung mittels eines Gesetzes auf die steigende Zahl der Übergewichtigen reagiert, wird ein weiteres Problem weitgehend außer Acht gelassen. Laut dem *National Health and Nutrition Survey 2013* leiden mehr Japanerinnen und Japaner an Untergewicht als an Adipositas. Ganze 4,7 Prozent der Japaner und sogar 12,3 Prozent der Japanerinnen sind zu dünn (BMI < 18,5 kg/m<sup>2</sup>) (MHLW 2014: 4). Die Statistiken der letzten Jahre deuten sogar darauf hin, dass ihr Anteil in den nächsten Jahren weiter steigen wird. Das ist einer der Gründe, wieso das *metabo*-Gesetz beanstandet wird. Yoichi Ogushi, Professor der Medizin an der Tokai Universität, kritisiert, dass das Gesetz falsche Signale sendet: *“Ich denke nicht, dass diese Kampagne einen positiven Effekt haben wird. Wenn man es in den USA so machen würde, hätte es einen Nutzen, weil so viele Amerikaner über 100 Kilogramm wiegen. Aber die japanische Bevölkerung ist so schlank, dass sie es sich gar nicht leisten können, weiter Gewicht zu verlieren“* (zit. Onishi 2008).

Weitere Kritik am Gesetz ist, dass, so behaupten nicht näher genannte Experten, dass es das eigentliche Ziel der japanischen Regierung ist, die Gesundheitskosten auf den Privatsektor abzuwälzen. Die aus den nicht eingehaltenen Grenzwerten resultierenden Strafzahlungen würden in Zukunft das Gesundheitssystem tragen (Onishi 2008). Die Kampagne lässt die steigende Zahl von übergewichtigen Kindern außer Acht und zieht Personen zwischen 40 und 74 Jahre zur Verantwortung. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass der Fokus der Untersuchung, neben Messungen des Blutdrucks, Cholesterins, Blutzuckers, des Gewichts und der Befragung zu Rauchgewohnheiten, auf der Messung des Bauchumfangs liegt, was nichts über den Körperfettanteil aussagt. Des Weiteren nehmen nicht einmal die Hälfte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den verpflichtenden Gesundheitsuntersuchungen teil. Ebenfalls haben sich nur rund zwölf Prozent derer, die nach der Messung eine Beratung in Anspruch genommen haben, auch an die erhaltenen Vorschläge zur Gewichtsreduzierung gehalten. Ein weiterer negativer Effekt könnte auch sein, dass Unternehmen Übergewichtige diskriminieren und diese zum Beispiel bei der Arbeitsplatzvergabe benachteiligt werden könnten (Waffles 2016).

Zu wenig berücksichtigt wird von der japanischen Regierung die Problematik der steigenden Anzahl von untergewichtigen Frauen in der Altersgruppe von 20 bis 30 Jahre. Eine weitere Kampagne zu Verbesserung der allgemeinen Gesundheit der japanischen

Bevölkerung ist die im Jahr 2000 vorgestellte Kampagne ‚Gesundes Japan 21‘ (*kenkō nippon 21*). Ihre Ziele sind unter anderem die Reduzierung von Übergewicht, zusätzlich wird aber auch darauf abzielt, die Zahl der untergewichtigen 20 bis 29-jährigen Japanerinnen auf unter 15 Prozent zu senken. Nur wurden diesbezüglich keine besonderen Maßnahmen vorgesehen. Am Ende der ersten Auflage der Kampagne 2012 lag die Zahl noch immer bei rund 22 Prozent (Hayashi 2013, Kenkō Nippon 21 o.A., MHLW 2012: 18).

Japans Männer und Kinder werden immer dicker, im Gegensatz dazu steigt die Zahl der untergewichtigen Frauen im Land stetig an. Während versucht wird, die Zahl der übergewichtigen Erwachsenen zu reduzieren, wird die Problematik Übergewicht bei Kindern und Untergewicht bei Frauen von der japanischen Regierung bisher weitestgehend ignoriert. Eine Gegenmaßnahme zur Reduzierung der Zahl dieser Gruppen, besonders die der zu dünnen Frauen, lässt weiterhin auf sich warten. Professor Sasaki Satoshi von der Universität Tokyo gibt zu bedenken, dass so ein Programm wie das Gesetz gegen das ‚Metabolische Syndrom‘ falsche Signale an Japanerinnen sendet, welche durchschnittlich dünner werden: *„Die Problematik der zu dünnen Frauen wird überschattet. Frauen mittleren Alters sind so der Meinung, dass sie dick werden würden.“* (zit. Harden 2010). Dieser Problematik muss sich die Regierung noch annehmen und geeignete Maßnahmen entwickeln.

### **3.3. Schönheitsideale von der Edo-Zeit bis heute**

Die Veränderung der Körperproportionen der japanischen Bevölkerung seit Beginn des 20. Jahrhunderts spiegelt sich auch in den Schönheitsidealen der letzten Jahrzehnte wider. Das Körperbild junger Japanerinnen veränderte sich in den letzten hundert Jahren ständig. Ein Blick auf die Schönheitsideale in der Vergangenheit zeigt, dass der Hang junger Frauen zu Schlankheit im heutigen Japan zweifelsohne historisch geprägt ist. Sowohl das ökonomische, als auch soziopolitische Klima jeder Epoche spielte eine große Rolle bei den Entwicklungen dieser. Bereits während der Edo-Zeit (1603-1868) verkörperte das Bild der Geisha mit ihrer weißen Haut, detailreichen Frisur und dem nicht-figurbetonendem Kimono das Ideal von weiblicher Schönheit und stand in dieser Ära für Klasse, Fach und Rang. Im Gegensatz dazu stellte zu der Zeit das Musterbild der ‚guten Ehefrau und weisen Mutter‘ (*ryōsai kenbo*) das Idealbild körperlicher Schönheit dar, welches noch heute symbolisch für nationalistische Tendenz und patriarchalischer Dominanz steht (Spielvogel 2003: 150).

Beginnend mit der Öffnung Japans gegenüber dem Westen, sowie dessen Einflüssen während der nationalistisch geprägten Meiji-Periode (1868-1912), wurde die Entwicklung von weiblichen Schönheitsidealen im Land von westlichen Merkmalen, wie großen Augen und langen Beinen, beeinflusst. Diese, für die japanische Bevölkerung exotischen Merkmale, infiltrierten überdies das Idealbild der Frau, welches damals noch für das Sinnbild von Vergangenheit und Tradition stand. Wichtiger als das Aussehen waren damals Eigenschaften wie der soziale Status der Frau, Fertigkeiten rund um die Haushaltsführung, kräftige Gliedmaßen, mit welchen die Frau auch schwerere Arbeiten durchführen konnte sowie unerschöpflicher Tatendrang – entsprechend dem Vorbild der ‚guten Ehefrau und weisen Mutter‘. Obwohl Frauen stets sauber und ordentlich zurecht gemacht zu sein hatten, wurde von ihnen erwartet, mit aller Kraft Arbeit für die Familie und Nation zu leisten und so einen Beitrag zur fortschreitenden Modernisierung des Landes zu leisten. Die schleichende Verwestlichung der Gesellschaft und des Idealbildes der Frau, sowie die damit einhergehende Bedrohung der traditionellen japanischen Werte, wurden von der Führung als problematisch angesehen. Diesem traditionellen Frauenbild von moralischer Integrität widersprach das sich wandelnde Bild der Geisha der Meiji-Zeit. Ihr Schönheitsideal wurde nach gesellschaftlichen Entwicklungen, anders als in der Edo-Zeit, durch schmale Hüften, kleine Brüste, schwarze Haare mit Hochsteckfrisuren, helle Haut und rote Lippen definiert – beeinflusst durch das Schönheitsideal und Schönheitstrends aus dem Westen. Dies führte zu einer Diskrepanz zwischen japanischer Tradition und Moderne. Zum Erhalt der Tradition versuchten die japanische Regierung und Bevölkerung, sich wieder zurück zu ihren alten, traditionellen Werten zu besinnen.

Nach der Öffnung Japans Ende des 19. Jahrhunderts schritt die Militarisierung des Landes bis in die 1930er und frühen 1940er Jahre rasch voran. Starke Frauen, welche auch ‚mit anpacken konnten‘, wurden für den industriellen Fortschritt mehr denn je benötigt. Japans Bevölkerung versuchte verstärkt, zum klassischen Bild der Frau zurückzukehren. Parallel dazu entstand während der Taishō-Ära (1912-1926) der neue Schönheitstrend des unkonventionellen modernen Mädchens, des ‚Modern Girl‘ (*modan gāru*, abgekürzt *moga*). Das Verhalten dieser jungen Frauen, welche sich dem männlichen Patriarchat zu widersetzen versuchten, galten damals als Rebellion gegen die hegemonische Assoziation von Weiblichkeit, der ‚guten Ehefrau und weisen Mutter‘. Ihr, von westlichen Mode- und Schönheitstrends geprägtes, Aussehen, welches sich im 20. Jahrhundert nicht nur in Japan,

sondern global verbreitete, definierte sich durch einen schlanken Körper, lange, gerade Beine sowie kurze Haare. Die ‚Modern Girls‘ standen sinnbildlich für die Verwestlichung und den Verfall traditioneller japanischer Werte: sie zelebrierten ihre sexuelle Unabhängigkeit, welche von der patriarchalen Gesellschaft als starker Gegensatz zum sozial konstruierten Idealbild der Frau angesehen wurde. Für die jungen Frauen aber symbolisierten die schlanken Körper und Beine das Durchbrechen der bisher bevorzugten *ryōsai kenbo*-Ideologie. Zu Beginn der 1940er Jahre und des Zweiten Weltkrieges versuchte die Führung des Landes, sich wieder auf traditionelle Werte zu besinnen und jeglichen westlichen Einfluss zu eliminieren. Aus der Populärkultur entstandene Erzeugnisse wurden zensuriert und wieder vermehrt die neokonfuzianische Ideologie der ‚guten Ehefrau und weisen Mutter‘ gepredigt.

Der Fokus auf Schlankheit, welcher aktuell in der japanischen Gesellschaft beobachtet werden kann, ist systematisch für die Veränderungen der japanischen Volkswirtschaft in der Nachkriegszeit seit den 1950er Jahren. Mit der zunehmenden Verfügbarkeit und bald auch Überfluss von Lebensmitteln entwickelte sich der Trend dahingehend, dass sich die Menschen auf Delikatessen besannen und sich in Selbstkontrolle übten. Spielvogel schreibt, dass sich das in Selbstkontrolle über seinen Appetit zu Üben zu einem Weg wurde, welcher sich in der Vorstellung von Klasse, Schönheit, Weiblichkeit und Macht im modernen Japan widerspiegelte, und diese aber auch gleichzeitig kritisierte (zit. Spielvogel 2003: 145-174).

Ausgehend von Japans Jugend etablierte sich in den 1970er Jahren das Konzept des *kawaii* (niedlich) in der japanischen Populärkultur. Während sich dieses zuerst nur in der vermehrten Verwendung niedlicher Maskottchen äußerte, entwickelte sich daraus in den 1980er Jahren ein Mode- und Schönheitstrend. Kleidung mit vielen Rüschen und Maschen in Pastellfarben kamen auf den Markt, und junge Frauen strebten an, jugendlich, ohne Rundungen, und niedlich auszusehen. Auch Männer folgten dem sich daraus entwickelnden Strömung, androgyn auszusehen (Lee 2005). Dieser Trend hielt auch in der Modewelt Einzug. Als in den 1970er Jahren Japans Wirtschaft stetig weiterwuchs, wurde außerdem Sayoko Yamaguchi das erste asiatische Supermodel international anerkannt. Sie verkörperte mit ihren kantigen Gesichtszügen, ihrer hellen Haut und geradlinigem Haarschnitt wohl das Bild einer japanischen Porzellanpuppe.

Zu aktuellen Schönheitstrends hat Spielvogel über hundert Japanerinnen und Japaner befragt und konnte so abgrenzen, dass das Schönheitsideal zu Beginn des 21. Jahrhunderts aus folgenden Attributen besteht: aus Jugendlichkeit, attraktive Beine und einem wohl-

proportioniert, schlanken Körper. Mit Jugend verbanden die Befragten Verletzlichkeit, Unschuld, Abhängigkeit und Unterwürfigkeit, aber auch einen Mangel an Erfahrung und kindliche Verspieltheit – vergleichbar mit dem *kawaii*-Trend welcher in den 1970ern entstand. Spielvogel schreibt weiter, dass japanische Frauen geradezu besessen sei von Niedlichkeit (*kawaisa*) seien, und das diese *kawaii culture* (Kultur der Niedlichkeit) bereits jeden Aspekt der japanischen Populärkultur infiltriert hätte. Es würde sogar bereits idealisiertes Verhalten sowie Aussehen für Japanerinnen darstellen.

Zusätzlich zum Verlangen der Japanerinnen nach Jugend werden ausgewogene Körperproportionen nach nordamerikanischem und kaukasischem Vorbild – jung, schlank und knackig – als harmonisch angesehen. Die Balance dieser ist für sie der Schlüssel zu einem schönen Körper. Nordamerikanische und kaukasische Models, wie Cindy Crawford und Kate Moss, stellten zur Zeit Spielvogels Befragungen das konstruierte Körperideal im modernen Japan dar. Damals, wie heute, ist es akzeptiert, öffentlich, zum Beispiel auf Reklamen, mit freizügigen westlichen Ausländerinnen zu werben, jedoch gelten freizügige oder nackte Japanerinnen als unangebracht. Spielvogel sieht eine mögliche Erklärung darin, dass westliche Models ein Synonym für Sex oder ‚sexy sein‘ seien. Bezogen auf ausgewogene Körperproportionen wurde die Größe der Brüste für Japanerinnen immer wichtiger, auch wenn die Priorisierung dieser noch nicht so ausgeprägt ist wie in Nordamerika. Bei der Fixierung bestimmter Körperteile verhält es sich genau anders herum. Während diese in den USA weniger propagiert wird, wird die Bekämpfung gewisser ‚Problemzonen‘ am Körper als Diät-Propagandamittel eingesetzt. Auflagenstarke Magazine sowie Schönheitssalons haben sich bereits auf Werbung damit spezialisiert (Spielvogel 2003: 150-158).

Diese Vorstellungen von Schönheit, welchen Spielvogel im Laufe ihrer Feldforschung begegnet sind, decken sich auch mit denen der jungen Frauen in ihren Zwanzigern, welche ich im Zuge meiner Forschung befragte. Alle 15 wünschten einen untergewichtigen Körper, welcher am unteren Ende des Normalgewichts angesiedelt ist. Auch sie idealisieren die damit verbundenen geradlinigen Körperformen und schlanken, geraden Beine, welche bereits Anfang der 2000er Jahre von Spielvogels befragten Frauen als Ideal angesehen wurden.

### 3.4. Sind Japanerinnen schlank, weil sie Japanerinnen sind?

Das Phänomen der Stereotypisierung der japanischen Kultur und Rasse findet neben dem Internet, wie in westlich-sprachigen Foren oder Blogbeiträgen, bereits seit einem halben Jahrhundert auch in der Wissenschaft Einzug. Bekannt als *Nihonjinron*, zu Deutsch ‚Diskurs über die Japaner‘, wird versucht, dieses Phänomen der vornehmlichen Einzigartigkeit, die Homogenität der japanischen Bevölkerung und der japanischen Kultur wissenschaftlich festzuhalten. Seinen Anfang fand das Phänomen in den 1950er Jahren. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde Japan wegen seiner politischen und ökonomischen Belange vom Westen, vornehmlich der USA, kritisiert. Japan reagierte auf die Beschuldigungen mit der Begründung, dass die spezielle Situation, entstanden aus Japans besonderer, einzigartiger Geschichte und Kultur, welche sich von anderen Kulturen gravierend abhob, von anderen Nationen unterscheiden würde. Aus der ‚Ausrede‘ ihrer kulturellen Außergewöhnlichkeit, trotz der Unterschiede aller einzelnen Individuen in der japanischen Bevölkerung, versuchten Offizielle, der japanischen Kultur und Bevölkerung als Ganzes bestimmte einheitliche Charakteristika und Verhaltensweisen zuzuordnen. Mit Annahmen, wer die Japanerinnen und Japaner sind, und was ihre Kultur sein sollte, wurde versucht, die japanische Identität, ihre Einzigartigkeit, zu begründen und sie von anderen Kulturen abzugrenzen (Befu 2001: 1-2, 14).

1945 und 1978 wurden rund 700 *Nihonjinron*-Titel veröffentlicht, bis 1999 sollen es laut Schätzungen des Sozialwissenschaftlers Sugimoto Yoshios über 1000 sein. Der Höhepunkt an Publikationen fand in den 1960er und 1970er Jahren statt. Auch unter Japanerinnen und Japanern ist das Lesen von Werken über das ‚Japanisch-sein‘ weit verbreitet. So sollen laut einer nicht näher genannten Studie schätzungsweise rund ein Viertel der japanischen Bevölkerung bereits zumindest ein Standardwerk zum Thema gelesen haben (Sugimoto 1999: 82). Trotz des großen Umfangs an Werken, haben alle eines gemeinsam: sie versuchen, „die einzigartigen Eigenschaften der japanischen Kultur, der japanischen Gesellschaft und der japanischen Bevölkerung zu demonstrieren“ (zit. Befu 2001: 4).

Ist das Streben nach Schlankheit junger Japanerinnen ebenfalls diesem Diskurs zuzuschreiben? Messungen zu Größe und Gewicht der japanischen Bevölkerung, welche von der japanischen Regierung seit Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts durchgeführt werden, zeigen, dass junge Japaner in ihren Zwanzigern seit den 1970er Jahren durchschnittlich größer und dicker, Japanerinnen derselben Altersgruppe aber durchschnittlich schlanker werden. Während die durchschnittliche Körpergröße in dieser Altersgruppe seit den 1980er Jahren

langsam steigt, stagniert das durchschnittliche Gewicht. Somit sinkt auch der durchschnittliche Body-Mass-Index der Japanerinnen. Dieser liegt heute, wie bereits erwähnt, bei rund  $20 \text{ kg/m}^2$ , in den 1950er Jahren lag dieser jedoch noch um zwei Punkte höher (Statistics Bureau o.A.a, o.A.b, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

Seit Ende des Zweiten Weltkrieges gab es in Japan zwei Generationen von Baby-Boomern. Die erste kam in den Nachkriegsjahren von 1947 bis 1949 zur Welt. In den 1970ern und 1980ern war diese Generation von jungen Frauen in ihren Zwanzigern und als erste mit dem Fitness-Boom in Kontakt, welcher in dieser Dekade von den USA nach Japan überschwappte. In den 1980ern bedeutete Wohlstand und Erfolg mehr als nur materielle Güter, und eine riesige Freizeitindustrie, auch rund um Sport und Fitness, entstand. Das Fernsehen, welches damals seinen Einfluss immer weiter ausweiten konnte, trug maßgeblich zur Verbreitung von Fitnessaktivitäten unter allen Altersgruppen bei. Während Fitnessstudios weiterhin der wohlhabenderen Schicht vorbehalten blieben, war Sport in Form von Fitness-Fernsehprogrammen der breiten Masse zugänglich (Spielvogel 2003: 41-43, Statistics Bureau 2016).

Die zweite Generation von Baby-Boomern wurde zwischen 1971 und 1974 geboren, nachdem Japan die vorangegangenen zwanzig Jahre vom enormen Wirtschaftswachstum profitiert hatte (Statistics Bureau 2016). Diese Generation wurde als zweite von der ersten, die in den 1970er und 1980er Jahren vom Fitness-Boom geprägt wurden, und bereits durchschnittlich schlanker waren als ihre Elterngeneration, aufgezogen. Die Kinder dieser zweiten Baby-Boom-Generation befinden sich jetzt in ihren Zwanzigern, und es scheint, als würde ihre Vorstellung von Schönheit und der idealen Figur von ihren Müttern, welche inmitten des Freizeit- und Fitness-Booms aufgewachsen und ihr junges Erwachsenenalter verbraucht haben, mitgeprägt werden.

Bereits während dem drastischen Anstieg der Anzahl an Untergewichtigen und der an einer Essstörung leidenden Personen in den 1980er Jahren, stellten Wissenschaftler in Japan unterschiedliche Hypothesen diesbezüglich auf. Eine davon war, wie bereits erwähnt, dass Mütter ihre Töchter dazu drillten, schlanker zu sein als andere (Uehara 2015: 3). Im Zuge meiner Befragung wollte ich von meinen Teilnehmerinnen wissen, mit wem sie wie über ihr Gewicht sprechen. Während zwei von drei der Teilnehmerinnen mit ihren Freundinnen ihre Körper, Diäterfolge und -misserfolge besprachen, wurden neun der 15 jungen Frauen bereits regelmäßig von Familienmitgliedern, beziehungsweise von ihren Müttern auf ihre Körper

angesprochen. *„Meine Mutter sagt mir immer, dass ich ja mein Gewicht halten soll. Ich glaube, sie hat während meiner Grundschulzeit damit angefangen.“*, erzählte mir etwa meine Freundin Miki, die selbst eine sehr schlanke und zierliche Statur hat. Sie wurde bereits in jungem Alter von ihrer Mutter dazu aufgefordert, ihr Gewicht zu regulieren. Eine weitere Freundin, Nanami, welche ebenfalls klein und zierlich ist, meinte dazu: *„Ich spreche oft mit meiner Mutter darüber. Auch wenn sie meine Mutter ist, bekomme ich von ihr gesagt, dass ich meine Figur doch ein bisschen verändern sollte.“* Auch auf eine gesunde Ernährung legt sie, genau wie ihre Mutter, großen Wert. *„Wir gehen dann zum Beispiel zusammen Salat essen.“* Eine weitere Teilnehmerin, Hana, meinte: *„Ich habe negativ in Erinnerung, dass mir meine Mutter gesagt hat, dass ein festerer Unterkörper und knochiger Oberkörper keinen Sexappeal hätten.“* und weist damit auf Anspielungen ihrer Mutter hin, dass sie sich mehr um ihren Körper kümmern solle. Zumindest auf die Körper von zwei Drittel meiner Befragungsteilnehmerinnen haben Mütter, oder nahe weibliche Verwandte, Einfluss.

Es besteht der Verdacht, dass für die aktuelle Generation der jungen Frauen in ihren Zwanzigern schlanke, untergewichtige Körper jenseits des Normalgewichts bereits zur Normalität geworden sind und bereits nichts Besonderes mehr zu sein scheinen. Einerseits wird jungen Japanerinnen von der Elterngeneration gelehrt, einen schlanken Körper aufrecht zu erhalten. Andererseits werden auch in den Medien schlanke, untergewichtige Frauen als das Ideal dargestellt, und dies wird von den Zuseherinnen auch so übernommen. Meine Freundin Megumi meinte, dass *„[w]eil alle Leute, die im Fernsehen auftreten, schlank sind, glauben die Menschen, dass es selbstverständlich ist, schlank zu sein.“* Kaho, eine weitere Befragungsteilnehmerin, gab zu bedenken, dass, da die Mehrheit bereits untergewichtig ist, sich dies Untergewicht wohl bereits als Standard, als Schönheitsideal, etabliert hat: *„Ich glaube, es ist nichts Besonderes mehr, weil es bereits so viele schlanke Japanerinnen gibt. Das ist schon normal geworden.“* Es scheint so, als ob Schlanksein bis zum Untergewicht bereits zum normalen Alltag junger Japanerinnen gehört, und sie sich diese Denkweise längst verinnerlicht hätten. Einen Hinweis darauf gab meine Freundin Miki: *„Ich glaube, weil wir so damit beschäftigt sind, schlank zu sein, macht uns allein das Denken daran bereits schlanker. [...] Als ob es ganz natürlich wäre, habe ich angefangen, so [ans Schlanksein] zu denken. [...] Weil es für uns einfach zu normal ist, zu denken, dass Schlank sein viel besser ist als fett zu sein.“* Danach erzählt sie, dass sie das auch von ihrer Mutter beigebracht bekam, so penibel genau auf ihr Gewicht zu achten, und das, wie bereits zuvor erwähnt, schon während der

Grundschulzeit. Wie auch sie ist ihre Mutter sehr schlank. Sie erzählte, dass ihre Mutter früher angeblich etwas dicker (*futotte ta*) war und deswegen während ihrer Studienzeit gehänselt wurde. Dies hätte ihre Mutter dann dazu veranlasst, während ihrer Zeit an der Universität abzunehmen, und seither ihr Gewicht zu halten. Dass die Mutter immer auf ihr Gewicht achtet, hat sich laut Miki auch auf sie übertragen. Sie meint, dass es auch die Gene sind, da auch ihre Großmutter, die Mutter ihrer Mutter, sehr schlank ist, und dass sich das auf sie vererbt hat. Trotzdem ist der Einfluss der Mutter auf ihr Ess- und Diätverhalten nicht zu übersehen.

Mütter haben Einfluss auf das Verhalten ihrer Töchter und scheinen ihr Verlangen nach Schlankheit weiter zu verstärken. Bereits ein Drittel meiner Befragungsteilnehmerinnen vertritt den Standpunkt, dass es für sie normal und nichts Besonderes ist, untergewichtig schlank zu sein, doch sind sie nicht der Meinung, dass sie schlank sind, eben, weil sie Japanerinnen sind. Aus diesem Grund, und dass die Fremdstereotypisierung der schlanken Japanerin auf medialen Kanälen außerhalb Japans geschieht, kann diese ‚Eigenschaft‘ daher noch nicht dem Nihonjinron-Diskurs zugeschrieben werden. Während der Befragungen wurde immer wieder angesprochen, dass Untergewicht als schlankes Ideal immer mehr zur Normalität zu werden scheint. Das Streben nach Schlankheit junger Japanerinnen hat also durchaus das Potential, ein Teil des Diskurses zu werden.

#### 4. Die schlanke Japanerin: Versuch einer empirischen Annäherung

Im Verlauf einer der vielen Unterhaltungen mit meiner Freundin Miki fragte sie mich einmal, warum ich denn überhaupt untersuchen wolle, warum Japanerinnen und Japaner so schlank sind. Sie erklärte fast etwas trotzig, dass das schon immer so gewesen sei, und, dass das hier in Japan ganz normal sei. Sie meinte, dass es unnötig wäre, den Schlankeitswahn von japanischen Frauen zu untersuchen, da so etwas ihrer Ansicht nach nicht existieren würde. Auf Nachfrage bestätigte sie mir aber etwas verduzt, dass sie zu diesem Zeitpunkt nicht wusste, dass die Zahl der jungen, untergewichtigen Japanerinnen erst seit den 1970er Jahren im Steigen begriffen ist und ein Phänomen der Moderne zu sein scheint. Seitdem die Regierung, Experten und Medien in den 1970ern darauf aufmerksam wurden, wurden unterschiedliche Theorien darüber aufgestellt, mit welchen das Handeln der jungen Japanerinnen zu erklären versucht wird. Trotzdem fand die Forschung bisher keine Antwort darauf, warum junge erwachsene Japanerinnen trotz klinischem Untergewicht weiter abnehmen wollen. Dem entsprechend wird in den folgenden Kapiteln der Frage nachgegangen:

*„Welche subjektiven Gründe motivieren Japanerinnen in ihren Zwanzigern, trotz medizinischem Normalgewicht, Schlankheit anzustreben und bis zum Untergewicht mager sein zu wollen?“*

Hier greife ich den Gedanken meiner Freundin auf, ob es denn normal für Japanerinnen ist, so schlank zu sein, und ob das schon immer so gewesen ist. Die Theorie des US-amerikanischen Philosophen, Psychologen und Soziologen George Herbert Mead zum Symbolischen Interaktionismus besagt, dass das gemeinsame Handeln einer Gruppe ein Aufeinander abstimmen der Handlungen aller einzelnen Personen darstellt. Diese Handlungen beeinflussen sich gegenseitig, wobei nicht Normen und Regeln das Handeln determinieren, sondern das Handeln die in der Gruppe gepflegten Regeln und Normen bestimmt. Ist das Streben nach Schlankheit junger Japanerinnen tatsächlich ein gesellschaftliches Phänomen der Neuzeit? Kann der Symbolische Interaktionismus dazu beitragen, um diese moderne Erscheinung in Japan zu erklären?

Unter Zuhilfenahme des Symbolischen Interaktionismus ergeben sich daraus für die weitere Arbeit gewählte qualitative Forschungsmethoden. Um besser zu verstehen, in welchem Umfeld die Frauen sich tagtäglich aufhalten, werde ich in einem ersten Schritt eine

teilnehmende Beobachtung in Japan durchführen. Um die persönlichen Gründe junger erwachsener Japanerinnen zu erfahren, werde ich einen offenen Fragebogen dazu nutzen, um mit 15 jungen Japanerinnen zu kommunizieren. Zusätzlich werde ich im Zuge meiner teilnehmenden Beobachtung persönliche, informelle Gespräche dokumentieren, und diese dazu verwenden, ihre Antworten zu erweitern und zu vertiefen.

#### **4.1. Diskursive Erklärungen für den Schlankheitswahn**

Bereits in den Kapiteln zuvor wurden unterschiedlichste Theorien dazu erläutert, warum das durchschnittliche Körpergewicht junger Japanerinnen weiterhin sinkt und die Zahl der klinisch untergewichtigen jungen Frauen weiter steigt. Doch welche subjektiven Gründe motivieren Japanerinnen in ihren Zwanzigern, trotz medizinischem Normalgewicht, Schlankheit anzustreben und bis zum Untergewicht mager sein zu wollen? Was assoziieren Japanerinnen mit schlanken Körpern und welche Gründe geben sie für die eigene Körpermodellierung an? Was motiviert Japanerinnen, weiterhin abzunehmen, auch wenn diese bereits untergewichtig sind? Sehen sie sich und andere in ihrem Alter überhaupt irgendwann als zu dünn an? Wie geht man in Japan mit Gewicht in der Öffentlichkeit um? Wie wird Gewicht von wem angesprochen? Spricht man den Gegenüber auf sein Gewicht an? Und welche Gründe, trotz Untergewicht noch weiter abnehmen zu wollen, verstärken sich hier gegenseitig?

Angesichts der bereits existierenden Modelle mit fehlendem Bezug zur Empirie, wie zum Beispiel jenes der Verwestlichung der japanischen Gesellschaft, ist es mir ein Anliegen, die Sichtweise junger Japanerinnen darzustellen. Dafür werde ich, wie bereits in der Einleitung dargelegt, mit Hilfe einer teilnehmenden Beobachtung und eines Fragebogens mit offenen Fragen die subjektive Sichtweise der Betroffenen erheben, und ihr Streben nach Schlankheit mit der Theorie des Symbolischen Interaktionismus zu erklären versuchen. Die in der Soziologie verwendete Theorie beschreibt die Erforschung und Analyse des menschlichen Zusammenlebens sowie des gemeinsamen Handelns und Verhaltens, welche sich gegenseitig beeinflussen. Hier bestimmen nicht Normen und Regeln Handeln, sondern das Handeln determiniert Regeln und Normen: *“Die Identität einer Handlung ist dabei bestimmt durch den subjektiven Sinn, den ein Akteur mit seinem Verhalten verbindet. Sofern ein Akteur sein sinnhaftes Verhalten auf das subjektiv sinnhafte Verhalten eines anderen Akteurs bezieht, handelt er sozial“* (Schneider 2005: 180).

Bereits in der Vergangenheit wurden unterschiedlichste Theorieansätze entworfen, welche menschliches Verhalten zu definieren versuchten. Der deutsche Soziologe und Nationalökonom Max Weber (1864-1920) konzentrierte sich mit seinem Ansatz in erster Linie auf die methodologische Perspektive des Handelns und versuchte zu beantworten, wie soziales Handeln verstanden und erklärt werden kann. Ausgangspunkt seiner Handlungstheorie ist das ‚Einzelindividuum und sein Handeln‘ (Schneider 2005: 17, 180). Der US-amerikanische Soziologe Talcott Parsons (1902-1979) hingegen beschrieb das Konzept des ‚Handelns‘ als theoretischen Begriff, und wie sich ‚Handeln‘ vom ‚Verhalten‘ unterscheidet. Er schrieb, dass ‚Handeln‘ die Orientierung an Normen und Regeln voraussetzt. In weiterer Folge entwickelte er aus diesen Überlegungen die Idee für die Theorie der Handlungssysteme, bei welcher die Gesellschaft als ‚umfassendes soziales Handlungssystem‘ mit einzelnen Subsystemen angesehen wird. Abseits davon fragte der US-amerikanische Philosoph, Psychologe und Soziologe George Herbert Mead (1863-1931) nach den *„phylogenetischen und ontogenetischen Voraussetzungen‘ für die Entwicklung der Fähigkeit zu subjektiv sinnhaftem Verhalten (=Handeln)“* (zit. Schneider 2005: 17-18).

Laut Mead wird jede Handlung durch ihre ‚subjektive Bedeutung‘ bestimmt, welche der ausführende Akteur damit verbindet. Dem folgend handelt er ‚sozial‘, wenn er sein Verhalten auf einen anderen Akteur bezieht. Er geht eine soziale Beziehung, eine ‚Interaktion‘, ein. Zusätzlich dazu, dass der Akteur eine Handlung mit einer bestimmten Bedeutung verbindet, muss diese zum anderen Akteur korrekt vorhergesehen und interpretiert werden können. Beispiel: Das Verhalten von Person A stimuliert eine ‚Reaktion‘ bei Person B. Die Reaktion von Person B ist jedoch nicht auf das Verhalten von Person A selbst gerichtet. Sie ist auf deren ‚Bedeutung als Anzeichen für ein zukünftig zu erwartendes Verhalten‘ von Person A, die auf die ‚soziale Gesamthandlung‘, wie sie im betreffenden sozialen Umfeld zu erwarten ist, abgestimmt.

Laut Mead ist die Entwicklung von Handlungs-, Sprach- und Reflexionsvermögen nur durch die ‚Begleitung an Prozessen sozialer Kooperation‘ möglich, nämlich, dass sich mehrere Individuen beiderseitig gegenüber sozial verhalten. Mead schreibt, dass Reaktion und Interpretation, also der verstandene Sinn einer Geste oder vom Verhalten nicht subjektiv selbst bestimmt, sondern durch den anderen Akteur ‚objektiv und fremd definiert‘ wird. Für Mead ist dieses wechselseitige Verhalten die Basis für den Ursprung des subjektiven Sinnes,

mit dem Akteure einer Situation mit einem bestimmten Verhalten verbinden (Schneider 2005: 180-182).

Zusammengefasst würde das bedeuten, dass das Handeln von Individuen durch die subjektive Bedeutung, welche es gewissen Dingen oder Situationen zuschreiben, bestimmt wird. Individuen erkennen Muster in Situationen, wie sie es in und von der Gesellschaft, in der sie aufgewachsen sind und geprägt wurden, erlernt haben, und wenden diese für sie bekannten Muster auf Situationen, in denen sie sich befinden, an. Die Aussagen meiner Befragungsteilnehmerinnen in Kapitel 3.4. legen nahe, dass das Streben nach Schlankheit von jungen Japanerinnen bereits zur Normalität geworden ist. In weiterer Folge untersuche ich, welche Muster im Verhalten junger Japanerinnen in ihren Zwanzigern rund um ihre Körper festzustellen ist.

#### **4.2. Empirische Erhebung**

Der Verwendung von unterschiedlichen Methoden zur Datensammlung ist eine Besonderheit der ethnographischen Feldforschung, die ebenso die Analyse empirischer Daten unterschiedlichster Art beinhaltet. So kann das Forschungsfeld möglichst umfangreich erschlossen, und aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet werden. Die ethnographische Feldforschung, kurz Ethnographie, gilt als eine in der Kultur- und Sozialanthropologie entwickelte Methode, welche mit den Ethnographien von Margaret Mead und Bronislaw Malinowski Anfang des 20. Jahrhunderts populär wurde. Seither gilt sie als eine der klassischen Standardmethoden in den Sozialwissenschaften. Sie *„bezeichnet eine Forschungstradition, die Menschen in Ihrem Alltag untersucht, um Einblicke in ihre Lebenswelten und Lebensweisen zu gewinnen sowie ihre Sinndeutungen und Praktiken kulturanalytisch zu erschließen“* (zit. Friebertshäuser/Panagiotopoulou 2013:301). Verschiedene Methoden, wie eine teilnehmende Beobachtung, Interviews, Gruppendiskussionen oder eine Dokumentenanalyse, können allein oder auch in Kombination eingesetzt werden, sodass alle zusammen ein Gesamtbild ergeben (Friebertshäuser/Panagiotopoulou 2013: 301-302, 309).

Ein Teilbereich dieser ist die ‚Fokussierte Ethnographie‘. Sie wird *„in zeitlich begrenzten Settings angewandt‘ [wird] und dabei ‚statt eines holistischen Anspruchs, der eine soziale Gruppe als Ganze im Auge hat [...] auf spezifische Themenbereiche‘ fokussiert“* (zit.

Friebertshäuser/Panagiotopoulou 2013: 308). Entgegen der klassischen Ethnographie, welche sich, wie zuvor bereits erwähnt, laut Friebertshäuser und Panagiotopoulou dadurch auszeichnet, mehrere Methoden zu kombinieren, führe ich für meine Arbeit eine von Kathrin Oester beschriebene fokussierte Ethnographie durch, da die ‚fokussierte Ethnographie‘ nicht der Grundlagenforschung dient, sondern den Schwerpunkt auf angewandte, problemorientierte Forschung legt (Friebertshäuser/Panagiotopoulou 2013: 308). Der Fokus der Feldforschung, welche ich für meine Arbeit durchführte, lag auf Japanerinnen zwischen 20 und 30 Jahren, welche ihren Alltag in Japan meisterten und ihrem gewohnten Leben nachgingen. Auch wenn der Fokuszeitraum im September 2015 nur drei Wochen betrug, waren diese ausreichend, da ich auf Grund mehrerer vorangegangener Aufenthalte mit der Umgebung bereits gut vertraut war.

#### **4.2.1. Teilnehmende Beobachtung**

Mit unterschiedlichsten Theorien und Hypothesen versuchen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler die steigende Zahl untergewichtiger Japanerinnen zu erklären – zwei davon sind der Einfluss der Massenmedien und die darin enthaltenen Werbungen, welche tagtäglich auf die japanische Bevölkerung wirken sowie der Einfluss der Modemagazine und den in ihnen abgebildeten Models, von denen viele auf die Zielgruppe von jungen Frauen zwischen 20 und 30 Jahren ausgerichtet sind. Eine teilnehmende Beobachtung direkt vor Ort in Japan trägt essentiell dazu bei, zu verstehen, in welchem Kontext sich die Interviewten tagtäglich befinden und welchen Reizen sie ausgesetzt sind. Wie wird das Thema Schlankeheit in der Öffentlichkeit, in der Werbung in öffentlichen Räumen wie zum Beispiel in Verkehrsmitteln dargestellt und welchen Einfluss hat dieses tagtäglich auf junge Frauen?

Zur Beantwortung dieser Frage wurde ein dreiwöchiger Forschungsaufenthalt in Japan vorgesehen. Um einen möglichst authentischen Tagesablauf einer jungen Japanerin nachvollziehen zu können, wohnte ich während meines Aufenthaltes bei meiner japanischen Freundin Miki und ihrer Mutter in ihrem Haus in Yokohama, nahe der Einkaufsstraße Motomachi und Chinatown. Ich konnte sie während dieser drei Wochen regelmäßig bei ihren alltäglichen Aufgaben, auf ihrem Arbeitsweg sowie während Freizeitaktivitäten, wie Treffen mit Freunden, einer Shoppingtour sowie einem Kurzurlaub, begleiten und so an ihrem Leben teilnehmen.

Der Psychologe, Soziologe und Pädagoge Philipp A. E. Mayring beschreibt den Vorgang der teilnehmenden Beobachtung, eine Methode der Feldforschung der Soziologie und auch der Kultur- und Sozialanthropologie, wie folgt:

„Der Beobachter steht nicht passiv-registrierend außerhalb eines Gegenstandsbereiches, sondern nimmt selbst teil an der sozialen Situation, in die der Gegenstand eingebettet ist. Er/sie steht in direkter persönlicher Beziehung mit den Beobachteten; er sammelt Daten, während er an deren natürlicher Lebenssituation partizipiert.“ (zit. Mayring 2002: 80).

Die Forschung will damit die *„größtmögliche Nähe zu seinem Gegenstand erreichen, er/sie will die Innenperspektive der Alltagssituation erschließen. Dabei wird höchstens halbstandardisiert vorgegangen.“* (zit. Mayring 2002: 81). Der Fokus dieser Arbeit liegt auf der ‚Beobachtung‘ von Geschehnissen und Abbildungen im sozialen Umfeld junger Japanerinnen, und nicht explizit und ausschließlich auf der ‚Teilnahme‘ in einer bestimmten Gruppe. Da dieser Umstand auch kurzzeitige Beobachtungen zulässt, ist es nicht zwingend notwendig, zuerst ins Feld integriert zu werden (Friebertshäuser/Panagiotopoulou 2013: 308). Daher war ein Feldforschungsaufenthalt in drei Wochen realisierbar.

Zusätzlich war es mir während meines Aufenthaltes wichtig, junge Japanerinnen in ihren Zwanzigern zu ihrer Meinung zu befragen. Während der Befragung waren die Teilnehmerinnen jedoch bereits voreingenommen, da ich ihnen vor der Aushändigung des Fragebogens erklärte, worum es sich dabei handelte. Daher war es mir wichtig, Aussagen, Reaktionen und Gespräche festzuhalten, welche abseits der Erklärung der Fragebögen stattfanden. Viele dieser informellen Gespräche entstanden während dem Essen mit Freundinnen, während der Wartezeit auf den Zug, in Zügen oder in Warteschlangen vor Restaurants oder diverser Freizeiteinrichtungen.

Unterhaltungen und Aussagen wurden auf Grund ihrer Spontanität und kurzweiligen Dauer nicht synchron aufgezeichnet, sondern möglichst rasch danach in Form von Feldnotizen niedergeschrieben. Eine Aufzeichnung war außerdem nicht möglich, da ich während meines Aufenthalts besagte Themen, Schlankeheit oder Körpergewicht, nicht ansprechen wollte, um zu erfahren, wann und wie häufig diese selbstständig von meinen japanischen Gesprächspartnerinnen und meiner temporären Mitbewohnerin Miki und ihrer Mutter im Alltag aufgegriffen werden, da diese *„sich zufällig in unterschiedlichen sozialen Feldern ergeben“* (zit. Halbmayer/Salat 2011). Des Weiteren sollen diese Alltagsgespräche dazu beitragen, ein Bild zu erzeugen, wie das Gewicht gegenüber anderen angesprochen wird – direkt oder subtil.

#### 4.2.2. Befragung

Mit der teilnehmenden Beobachtung dokumentierte ich das objektive Umfeld, in welchem sich junge Japanerinnen tagtäglich aufhalten. Im nächsten Schritt erhob ich mit Fragebögen, welche subjektive Bedeutung junge Japanerinnen ihrer Umgebung geben. Um zu erfahren, welche Motivation hinter dem Streben nach Schlankheit steckt, machte ich mich auf die Suche nach jungen Japanerinnen in ihren Zwanzigern, welche nicht an einer Essstörung leiden oder gelitten haben, die sich bereiterklären würden, mich bei meiner Forschungsarbeit zu unterstützen und dafür einen Fragebogen mit offenen Fragen zu vier Themenbereichen ausfüllen würden. Dafür erklärte ich möglichen Probandinnen kurz, worum es bei meiner Arbeit ging. Ein paar dieser schätzten sich sofort als zu dick dafür ein, an meiner Umfrage über ‚Schlankheit‘ teilnehmen zu können, doch ich konnte sie trotzdem dazu überreden. Ursprünglich war angedacht, mit meinen freiwilligen Teilnehmerinnen problemzentrierte Interviews zu führen, doch die kurze Dauer meines Forschungsaufenthaltes von lediglich 22 Tagen sowie die Präferenzen meiner Freundinnen und Bekannten erforderten ein Umdisponieren. Auf Wunsch der Mehrheit erstellte ich mit meinen Fragen einen Fragebogen, welcher von ihnen zu Hause ausgefüllt werden konnte. Die Folge davon war jedoch, dass meine Teilnehmerinnen reflektierte Antworten zurücksendeten, da sie zu Hause Zeit hatten, zu überlegen, und so auf kognitiver Ebene das ihnen zugängliche Wissen zu diesem Thema abrufen konnten. Die Antworten können daher bereits subjektive Interpretationen, die die Befragten bestimmten Sachverhalten geben, enthalten.

Ich konnte 15 Japanerinnen zwischen 20 und 30 Jahren (durchschnittliches Alter 26,4 Jahre) unterschiedlicher Statur davon überzeugen, mir kurze, offene Fragen zu vier Themengebieten zu beantworten: (1) Persönliches Gewichtsmanagement und Einflussfaktoren, (2) Annahmen über allgemeine Assoziationen zu Gewicht und über die Darstellung von Gewicht in den japanischen Medien, (3) persönliche, beziehungsweise direkte Kommunikation über Körpergewicht und Gewichtsmanagement und (4) Körperliche Selbstwahrnehmung: Um meine Befragungsteilnehmerinnen auf die kommenden Themengebiete einzustimmen, konfrontierte ich sie zuerst mit der Aussage, dass viele Leute in den USA und Europa der Meinung sind, dass Japaner und Japanerinnen schlanker sind als Männer und Frauen in den USA und Europa, und was sie davon hielten. Danach sollten von ihnen folgende offene Fragen beantwortet werden:

## (1) Persönliches Gewichtsmanagement und Einflussfaktoren

- a. Würdest du mir erzählen, ob du auf dein Gewicht achtest und wie du das tust?
- b. Orientierst du dich an irgendwelchen Vorbildern?

## (2) Annahmen über allgemeine Assoziationen zu Gewicht und über die Darstellung von Gewicht in den japanischen Medien

- a. Meinst du, dass Menschen mit einem bestimmten Gewicht, einer bestimmten Figur in der Gesellschaft besondere Vorteile oder Nachteile haben?
- b. Was erfährst du aus den Medien, welches Gewicht gut oder schlecht / richtig ist?

## (3) Persönliche, beziehungsweise direkte Kommunikation über Körpergewicht und Gewichtsmanagement

- a. Mit wem sprichst du über dein Gewicht und deine Figur?
- b. Welche Äußerungen sind dir in besonders guter oder besonders schlechter Erinnerung geblieben?

Im letzten Schritt bat ich meine Probandinnen, sich selbst, sowie Körper mit unterschiedlichem Body-Mass-Index, einzuschätzen. Hierfür konnten sich die Probandinnen selbst zeichnen (wurde von einer Person gewählt), oder sich selbst auf einer Tabelle einschätzen. Hierfür wählte ich ein Bild mit unterschiedlichen Körperformen, welches im Zuge einer BMI-Erhebung erstellt wurde. Figur A entspricht klinischem Untergewicht ( $\text{BMI} < 18,5 \text{ kg/m}^2$ ), Figur B und C Normalgewicht ( $\text{BMI} 18,5\text{-}25 \text{ kg/m}^2$ ), Figur D entspricht leichtem Übergewicht ( $\text{BMI} 25\text{-}30 \text{ kg/m}^2$ ), E und F Adipositas Klasse I ( $\text{BMI} 30\text{-}35 \text{ kg/m}^2$ ), G und H Adipositas Klasse II ( $\text{BMI} 35\text{-}40 \text{ kg/m}^2$ ), I und J Adipositas Klasse III ( $\text{BMI} \geq 40 \text{ kg/m}^2$ ) (siehe Abbildung 1). Den Teilnehmerinnen wurde diese Klassifikation jedoch vorenthalten.

## (4) Körperliche Selbstwahrnehmung

- a. Kann eine Frau zu dünn sein? Was wäre für deine Körpergröße zu dünn?
- b. Zeichne deine Körperproportionen oder schätze dich ein (siehe Bild).
- c. Wie würdest du gerne aussehen? (Zeichnung oder Bild)
- d. Was denkst du über die Figur von Person A, C und G?

Abbildung 1: Weibliche Körperproportionen nach BMI-Klassen



Quelle: Harris 2008

Am Ende des Fragebogens wurde ein weiteres Feld berücksichtigt, in dem den 15 Teilnehmerinnen Platz für weitere Anmerkungen, weitere Fragen oder Feedback eingeräumt wurde. Diese Möglichkeit wurde von vier Teilnehmerinnen genutzt.

Im folgenden fünften Kapitel werden die Ergebnisse der teilnehmenden Beobachtung zusammengefasst und durch Fragebogenpassagen meiner Befragungsteilnehmerinnen ergänzt. Im sechsten Kapitel erfolgt die Auswertung der Fragebögen, mit denen die subjektiven Gründe junger Japanerinnen in ihren Zwanzigern herausgearbeitet werden konnten.

## 5. Schlankheit im Alltag junger Japanerinnen

Wenn ich Freundinnen, Verwandten oder Bekannten von meiner Forschung über untergewichtige Japanerinnen erzähle, sind diese oft erstaunt. Sie fragen mich, wieso ich mich mit schlanken jungen Frauen beschäftige, welche sich tagtäglich von gesunden japanischen Gerichten mit viel Gemüse, Fisch und Reis ernähren, und eine Figur haben, von der ‚jede Frau nur träumen könne‘. Sie wundern sich, warum diese jungen Frauen weiter abnehmen wollen, obwohl sie bereits mit einer so schlanken Figur gesegnet sind. Zusätzlich lässt die geringe Zahl der fettleibigen Japanerinnen und Japaner von nicht einmal vier Prozent viele erstaunen. Doch auch wenn die japanische Bevölkerung vom westlichen Standpunkt aus bereits überdurchschnittlich schlank ist, ist es wichtig, die Eigenschaften der japanischen Gesellschaft in diese Debatte miteinzubeziehen. Es ist unabdingbar, das Umfeld sowie dem Druck, welchem diese jungen Frauen tagtäglich ausgesetzt sind, zu berücksichtigen. Was schlank ist und was nicht, ist kulturell definiert, und was für uns bereits krankhaft dünn erscheinen mag, kann von einer Japanerin als unglaublich dick empfunden werden (Spielvogel 2003: 175). Doch in welchem Umfeld befinden sich junge Frauen tagtäglich und welchen Reizen sind sie jeden Tag ausgesetzt?

Um mir ein Bild davon machen zu können, begleitete ich meine Freundin Miki drei Wochen lang in ihrem Alltag, um so selbst erleben zu können, wie sich der durchschnittliche Alltag einer Japanerin, die sich gerade in ihren Zwanzigern befindet, aussieht. Ich durfte an ihren Freizeitaktivitäten teilhaben und sie auf dem Weg zur Arbeit begleiten. Ich erhielt so detaillierte Einblicke in ihr Leben und konnte selbst miterleben, welche Einflüsse tagtäglich auf sie wirken. Folgende Erzählung von einem der 22 Tage, welche wir zusammen verbracht haben, soll einen flüchtigen Überblick darüber bieten, wie ein normaler Tag einer jungen berufstätigen Japanerin aussehen kann.

### 5.1. Ein ganz normaler Tag im Leben einer 29-jährigen Japanerin

An einem der letzten Tage während meines dreiwöchigen Aufenthaltes hatten meine Freundin Miki und ich keine Pläne. Wir standen auf und gingen gemeinsam in die Küche, um uns während dem Frühstück darüber zu unterhalten, was wir am heutigen Tag unternehmen könnten. In der Küche angekommen machten wir uns daran, wie bereits in den letzten Tagen davor, Frühstück zuzubereiten. Ich setzte Wasser auf und begann damit, mir Obst für mein

Müsli zurechtzuschneiden. Ich gab die Stücke wie jeden Morgen mit etwas Joghurt und Haferflocken in eine Schüssel. Als das Wasser am Herd kochte, machte ich mir damit eine Tasse Schwarztee. Miki bereitete sich wie jeden Tag eine Tasse mit Löskaffee, viel Milch und zwei Löffel Zucker zu. Wir setzten uns an den Tisch und ich begann zu essen. Während sie kleine Schlucke ihres Kaffees trank, griff sie nach einem Sack mit Weißbrot am Tische, welchen sie am Tag zuvor in einer Bäckerei gekauft hatte. Sie riss ein kleines Stück davon herunter und aß es. Im Vergleich zu den Tagen davor war ihre Mahlzeit regelrecht groß. Oft genug hatte sie in den letzten Tagen gar nichts gefrühstückt. Bereits die Tage zuvor fragte ich sie, ob sie denn nichts essen würde und sie meinte, dass sie eigentlich nur ihre Tasse Kaffee trinken, und gelegentlich, wie auch viele ihrer Freundinnen, Weißbrot „wie die Amerikaner“ frühstücken würde.

Während dem Essen beschlossen wir, noch einmal von Yokohama nach Tokyo zu fahren, um dort in einem der zahlreichen Einkaufszentren ein wenig bummeln zu gehen, um das ein oder andere Kleidungsstück anzuprobieren und zu kaufen. Sie meinte, dass sie nur bis Nachmittag Zeit hätte, da sie am Abend noch ein paar Stunden in einer Nachhilfeschule unterrichten müsse, also beeilten wir uns. Miki wollte mich unbedingt begleiten, also machten wir uns fertig und begaben uns dann auf den Weg Richtung Tokyo. Wir schlenderten wie bereits die letzten Tage zuvor die zehn Minuten von ihrem Haus bis zum Bahnhof Ishikawachō, und wie jeden Tag war das Bild, das sich mir bot, trist, ganz anders, als ich es aus Österreich gewohnt war. Wir spazierten also die Einkaufsstraße Motomachi entlang Richtung Bahnhof, welche, obwohl sie unzählige Bekleidungsgeschäfte beherbergte, mit nur zwei Werbeplakaten aufwartete – eine junge kaukasische Frau mit einer aufwändig gestylten modischen Frisur lachte mir von der Tür eines Friseurladens entgegen, die zweite, ebenfalls kaukasische, Frau präsentierte Schmuck im Schaufenster eines Juweliers. Dasselbe öde Bild bot sich mir in der Bahnstation, welche zwei Stationen vom Zentrum Yokohamas entfernt ist. Die Plakatwände waren leer, nur eine Karte der Gegend wies den Besucherinnen und Besuchern den richtigen Weg gen Chinatown, welches sich in der Nachbarschaft befindet. Der leere, deprimierende Bahnhof unterschied sich deutlich von den Reizeinflüssen in Form von Printwerbung im Inneren der Züge von Japan Railways, welche diesen Bahnhof passierten.

Wir begaben uns also zum Bahnsteig des besagten Bahnhofs der Linie Keihin-Tōhoku und Negishi des Betreibers Japan Railways, welche uns Richtung Tokyo bringen würde und warteten dort auf den Zug. Ich erinnerte mich an das Bild, welches sich mir die letzten

zweieinhalb Wochen täglich in den Wagons bot: Links und Rechts an oder auf jeder Tür fand ich aufgeklebte Werbung für kalorienarme Getränke, welche von jungen Frauen präsentiert wurden sowie Werbungen für permanente Haarentfernung einer bekannten japanischen Kette für besagte Dienstleistung, und Werbung für den Buch-Bestseller im Bereich Lifestyle der japanischen Zweigstelle des Onlinehandel-Riesen Amazon, *Yaseru Seikatsu*<sup>6</sup>, *Das schlanke Leben*. Die Werbungen wiederholten sich mehrmals von Eingangstür zu Eingangstür und waren in jedem der Wagone zu finden. Doch heute, drei Tage bevor ich wieder abreisen musste, wurde eine neue, augenscheinlich aufwändige Werbekampagne gestartet. Sechs Plakate hingen hintereinander – in jedem Wagon des Zuges. Darauf zu sehen waren junge, schlanke, kaukasisch aussehende Frauen, welche aufreizend in Alltagssituationen genüsslich kalorienarme Reiscracker verspeisten. Eine sich verbiegende junge Dame aß gerade genießerisch einen während ihren Yoga-Übungen, eine versteckte die Cracker heimlich in ihrer Schreibtischschublade, und noch eine andere genehmigte sich gerade einen, während sie sich bei der Arbeit langweilte (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2: Werbung für Reiscracker namens ‚Hasshu‘ des Unternehmens Koikeya in der JR-Linie Negishi, September 2015



Obwohl die Plakate auffällig über den Köpfen der Fahrgäste hingen, war ich die einzige, die sie sich genau anschaute, mich ja regelrecht belästigt von ihnen fühlte. Der Großteil der anderen Personen im Zuginneren hingegen schauten apathisch auf ihre Smartphones. Als ich

<sup>6</sup> Shimano Yūmi 島野雄実, 2015, *Yaseru seikatsu*. やせる生活 [Das schlanke Leben], Tokyo: Bunkyo-sha 文響社.

begann, die Werbeplakate zu fotografieren, fragte mich meine Freundin, warum ich das tat. Ich meinte, dass ich das interessant finden würde, da ich so zahlreiche Werbungen mit lasziven, kaukasisch aussehenden Frauen in Zügen hängen würden, um einfach nur japanische Cracker zu bewerben. Ich wies sie darauf hin, dass ich diese Plakate schon als sehr aufdringlich empfinden würde. Ich meinte, dass ich es generell überaus auffällig fände, wie viele Low-Calorie-, No-Kalorie- und Diätprodukte überall, nicht nur im Zug, sondern in der Werbung aller Plattformen beworben werden würde, und wie viele Models kaukasisch oder gemischt-japanisch seien – wie eben auch dieses auf den neuen Werbeplakaten im Zug. Miki zog die Augenbrauen hoch und sah mich kurz ungläubig an. „*Das ist nichts Besonderes, das sehe ich jeden Tag.*“, meinte sie beiläufig und sah wieder aus dem Fenster. Die Gleichgültigkeit und Abgestumpftheit meiner Freundin zu dem Thema ließ mich nur erahnen, welchen Einflüssen diesbezüglich sie jeden Tag ausgesetzt sein müsste. Ihre täglichen Wege, in die Stadt oder zur Arbeit, war regelrecht zugepflastert mit Werbeplakaten, Werbungen in den digitalen Netzwerken und Medien und überall lachten überdurchschnittlich schlanke, kaukasisch aussehende japanische Mädchen aus den Hochglanzmagazinen.

In Shinjuku angekommen brachte mich Miki ins Einkaufszentrum Lumine Est, welches sich direkt über dem Bahnhof befand. Bevor unser Einkaufsbummel beginnen sollte, wollte sie unbedingt in einem thailändischen Restaurant, welches sich im Gebäude befand, zu Mittag essen. Wir fuhren mit dem Aufzug ins oberste Stockwerk, auf welchem sich ausschließlich Restaurants befanden und hatten Glück – wir bekamen sofort einen Tisch. Wir studierten die Karte und beschlossen dann beide, jeweils eines der Mittagsmenüs zu bestellen. Diese kamen mit einer Vorspeise bestehend aus Sommerrollen und Frühlingsrollen und einem süßen Kaffee als Nachspeise. Während ich ein grünes Curry mit Reis bestellte, entschied sie sich für eine thailändische Nudelsuppe mit Meeresfrüchten. Wir beide aßen unsere Vorspeise, doch während dem Hauptgang begann Miki schon etwas zu kämpfen. Sie aß ihre Suppe nicht ganz auf und ließ auch ihre Nachspeise unberührt, während ich meine Teller gänzlich leerte. Sie meinte, dass es ihr einfach zu viel wäre und sie nicht alles essen könne.

Nachdem wir bezahlt hatten, machten wir uns auf ins Stockwerk darunter und sahen uns in einigen Bekleidungsgeschäften um. Dreimal innerhalb einer Stunde wurde ich von Verkäuferinnen darauf hingewiesen, wie schön groß und schlank ich wäre und wie gut mir die Kleidung, welche ich probierte, stehen würde. Ein Blick auf andere Kundinnen zeigte jedoch, dass ich die einzige war, die solche Reaktionen bei den Verkaufsberaterinnen hervorrief. Miki,

welche selbst schlank und zierlich, aber klein, ist, wurde vom Verkaufspersonal ignoriert. Ein paar Stockwerke und Stunden später mussten wir uns auf den Rückweg machen, da Miki später am Abend ja noch zur Arbeit in einer Nachhilfeschule musste.

Wir fuhren mit dem Zug zurück, gingen die Einkaufsstraße entlang und den Hügel hinauf zu ihrem Haus, wo wir unsere Einkäufe ablegten und sie sich umzog. Sofort machte sie sich wieder zurück auf den Weg zur selben Station und fuhr mit dem Zug zwei Stationen in die entgegengesetzte Richtung, die wir normalerweise Richtung Tokyo nahmen. Gegen neun Uhr abends machte ich mich ebenfalls auf den Weg zu ihrer Schule, ging zum Bahnhof, fuhr die zwei Stationen in die andere Richtung, und begab mich ins oberste Stockwerk des Bürogebäudes neben dem Bahnhof, in dem sich im oberen Stockwerk das Förderinstitut für Mittelschülerinnen und -schüler befand. Die Eingangstür zum Klassenraum stand offen, und ich konnte sie durch die offene Tür sehen. Sie saß mit dem Rücken zur Tür gewandt zwischen zwei Schülern und erklärte ihnen mathematische Probleme. Es war mir zwar nicht möglich, im Unterricht anwesend sein, doch durfte ich zehn Minuten vor Unterrichtsende dazu stoßen und sie unbemerkt beobachten. Das tat ich für rund zehn Minuten, bis die Stunde beendet war. Nachdem alle Schülerinnen und Schüler den Klassenraum verlassen hatten, machten wir uns gemeinsam auf den Heimweg.

Zuvor jedoch machten wir einen kurzen Umweg in den kleinen Supermarkt, welcher sich auf halben Weg der Motomachi Einkaufsstraße befand. Wir kauften uns jeweils etwas für das nächste Frühstück, ich ein wenig frisches Obst und Joghurt, sie eine Packung mit Milchbrötchen. Außerdem kauften wir noch zwei große Zwei-Liter-Flaschen Trinkwasser. Während ich an den Kühlregalen vorbei ging, fiel mir die schier unendliche Auswahl an Diätprodukten ins Auge, erkennbar durch die Aufschrift *low calorie* und sogar *zero* oder *no calorie*. Ich wurde von der Menge an kalorienreduzierten Produkten in den Regalen regelrecht erschlagen. Doch nicht nur in den Supermarktregalen regierten Diät und Kalorienarmut. Laut Mikis Erzählungen drehten sich die Gespräche mit ihren ehemaligen Arbeitskolleginnen, als sie noch bei einem großen Telekomunternehmen angestellt war, in den Mittagspausen um nichts Anderes als das perfekt ausbalancierte, niedrigkalorische Mittagsmenü. Dieses würde in vielen Restaurants mit eigener Speisekarte tatsächlich schon angeboten werden, um so Angestellten zu ermöglichen, während der Arbeit schnell ein paar lästige Kilos loszuwerden.

Wieder zu Hause angekommen, setzten wir uns in die Küche, um gemeinsam zu Abend zu essen. Ihre Mutter war so nett, für uns zu kochen: Reis, Misosuppe, Hühnchen, in Sojasoße

ingelegte Melanzani und Eierstich. Miki gab zusätzlich ein wenig Natto, vergorene Sojabohnen, auf ihren Reis, da ihr dieser sonst zu trocken gewesen wäre. Sofort stach mir die Ausgewogenheit der einzelnen Gerichte ins Auge, welche alle in etwa die gleiche Größe hatten. Alle wichtigen Komponenten einer gesunden Ernährung fand ich auf den kleinen Tellern vor: traditionell japanische Suppe mit Paste aus fermentierten Sojabohnen, Proteine in Form von Hühnerfleisch und dem Eierstich, Gemüse sowie Kohlehydrate in Form von Reis, einem Grundnahrungsmittel der japanischen Küche. Wie in der japanischen Küche üblich waren alle Portionen klein und ausbalanciert. Miki aß ihre Portion auf, welche für sie genau die richtige Größe hatte. Auch ich leerte meine Schüssel, doch war die Menge doch geringer als die, die ich von zu Hause gewohnt war. Deswegen hätte ich mir gerne noch einen Nachschlag geholt, nachdem ich aufgeessen hatte. Obwohl ich für japanische Augen keine Gewichtsprobleme habe, und gerne noch etwas mehr gegessen hätte, traute ich mich jedoch nicht, um einen Nachschlag zu bitten. Nachdem ich die letzten beiden Wochen fast jede Mahlzeit mit ihr gemeinsam eingenommen hatte, begann ich den Druck zu verspüren, ebenfalls weniger essen zu müssen. Ich verspürte den (unausgesprochenen) Zwang, mich zu zügeln. Nach dem Abendessen saßen wir noch zusammen und sahen uns gemeinsam einen Film an, bevor wir uns die Zähne putzten und, ich für meinen Teil leicht hungrig, zu Bett gingen. Wieder ging ein normaler Tag für meine Freundin zu Ende und ich ließ die letzten Stunden noch einmal Revue passieren, während ich Notizen in mein Handy tippte.

Wie an den Tagen zuvor hatte ich auch an diesem wieder das Gefühl, mich nicht den Einflüssen der Magerindustrie entziehen zu können. Ich wurde den ganzen Tag von den unterschiedlichsten Einflüssen regelrecht erschlagen. Nicht nur an diesem Tag, auch in den drei Wochen davor erlebte ich, wenn auch nur ansatzweise, welchen äußeren Einflüssen meine Freundinnen und Altersgenossinnen in Japan jeden Tag ausgesetzt sein müssen. Überall lachten mich mir selbst ähnlich sehende – kaukasische – Models an, und im Supermarkt sowie in den Restaurants wurde ich ständig darauf hingewiesen, dass ich weniger Kalorien zu mir nehmen und auf meine schlanke Linie achten solle.

Im Gegensatz zu meiner Freundin Miki konzentrierte ich mich auf mein Umfeld, und was ich in diesem sehen und wahrnehmen konnte. Auf sie, die sich schon übersättigt und abgestumpft darin bewegte, da sie darin aufgewachsen war, würden die Reize wohl lediglich unterbewusst wirken und so das weibliche Idealbild und Schönheitsideal in der japanischen Gesellschaft formen und prägen. Besonders präsent schienen mir die Medien und darin

enthaltene Werbung und die darin gezeigten Frauen, welche meine Befragungsteilnehmerinnen tagtäglich zu beeinflussen scheinen. Weiteres beschäftigte mich die Tatsache, wie mit Nahrung und Lebensmitteln umgegangen wird, wie diese dargestellt werden und was diese den Konsumentinnen und Konsumenten suggerieren. Die Medien und die Lebensmittelindustrie schienen ein Imperium des Magerwahns zu führen.

## **5.2. Das weibliche Körperbild in der Werbung**

In diesem Unterkapitel werde ich darauf eingehen, welche Beobachtungen ich zu Werbungen in der Öffentlichkeit machen konnte und welche Botschaft Werbung meinen Befragungsteilnehmerinnen vermittelt. Im Anschluss werde ich kurz auf Werbung im Allgemeinen eingehen und das aktuelle weibliche Idealbild im Bereich Beauty und Fashion, in dem japanische Unternehmen rund 80 Prozent kaukasische sowie gemischtrassige Models einsetzen, analysieren. Außerdem werde ich mir ansehen, mit welchen Worten geworben wird.

### **5.2.1. Werbung im öffentlichen Raum – eine subjektive Darstellung**

Gerade in Japan angekommen, machte ich mich auf, um mit dem Zug der Japan Railways, welcher den Flughafen Narita mit dem Bahnhof Tokyo verbindet, ins Zentrum Tokyos zu fahren. Dort am Bahnsteig war ich mit meiner Freundin verabredet. Da mein dreiwöchiger Japanaufenthalt eine besondere Herausforderung für mich sein sollte, machte ich sogleich die Augen auf, um mich aufmerksam auf meine Umgebung zu konzentrieren. Vorbereitet war ich auf mit Werbeplakaten gepflasterte Mauern und Wege, doch was mich erwartete, war gähnende Leere auf den Wänden der Bahnsteige. Verwundert wartete ich auf den Zug, meine Beobachtungen auf einen späteren Zeitpunkt vertagend. Doch als dieser endlich in den Bahnsteig einfuhr und ich einstieg, wurde ich regelrecht von einer Flut an Werbeplakaten erschlagen. Diese waren überall im Wagon angebracht: als Aufkleber an den Türen und über Plakaten neben den Türen im A3-Format, sowie überall über den Gepäckablagen und an den Haltegriffen, sechs Plakate in der Mitte der Wagons herabhängend sowie Bildschirme über den Türen, auf denen Werbespots flimmerten. Während der Fahrt war der Blick auf mein Smartphone der einzige Ausweg, um sich den aufdringlichen Werbeflächen zu entziehen.

Ausgestiegen aus dem Zug in einem der größten Bahnhöfe der Welt, dem Bahnhof Tokyo, bot sich mir sofort ein komplett entgegengesetztes Bild als am Bahnsteig in der Station des Flughafen Narita, dem größten internationalen Flughafen Japans. Hier im Bahnhof, im Zentrum von Japans Hauptstadt, zierten plötzlich viele Werbeplakate die Wände, eines an das nächste gereiht. Beeindruckt von der Menge großer, unterschiedlichster Werbeplakate, gingen meine Freundin Miki, welche mich abholte, und ich schnellen Schrittes durch den unterirdischen Teil des Bahnhofsgebäudes. Das Bild, das sich mir bot, änderte sich jedoch schlagartig, als wir den Bereich verließen, welcher nur mit bezahltem Ticket betreten werden konnte. Je weiter wir uns von den Fahrkartenkontrollschranken wegbewegten, desto dünner gesät waren die Werbeplakate für Bekleidung, Lebensmittel oder Unternehmen, welche versuchen, ihre Dienste an die vorbeieilenden Fahrgäste zu verkaufen. Als wir das Bahnhofsgebäude verließen, waren außerhalb der Station sogar gar keine Werbeplakate mehr zu sehen.

Dass es außerhalb des Bahnhofes keine Plakate gab, kam mir sofort seltsam vor. Auch als wir uns einige Tage später auf den Weg nach Shinjuku machten, bot sich uns dasselbe Bild. Das Stadtviertel Shinjuku, im Herzen Tokyo gelegen, ist das angebliche Modemekka der Hauptstadt für junge erwachsene Frauen. Trotzdem bot sich dort, und bereits auf dem Weg dorthin, wieder das gleiche Bild: erneut befanden sich viele Werbeplakate im Zug der JR-Linie, ein Plakat nach dem anderen war auf dem Bahnsteig, sowie im bezahlten Bereich des Bahnhofs, welcher nur mit gültigem Fahrschein betreten werden kann, zu finden. Außerhalb dieses Bereichs in der Station wurden die Plakate wieder weniger. Und auch hier am Bahnhof Shinjuku verhielt es sich fast gleich wie am Bahnhof Tokyo. Verließ wir den Bahnhof, waren noch einige wenige Plakate auf den umliegenden Gebäuden zu sehen, welche zum Bahnhof hingerrichtet waren. Je weiter ich mich vom Bahnhof wegbewegte, desto weniger wurden platierte Werbeflächen, bis diese spätestens eine Straße weiter komplett verschwanden. Dasselbe Bild bot sich uns, als wir mit der Japan Railways-Linie Yamanote von Shinjuku nach Shibuya weiterfuhren: Viele Werbungen in den Zugwaggons, im fahrscheinpflichtigen Bereich der Station, immer weniger werdende Werbungen im Rest der Station Shibuya und noch viele sichtbare Werbeflächen beim Verlassen der Station. Von den meisten Passanten, welche sich rund um die Station tummelten, wurden die riesigen Werbeflächen, welche an den Dächern und Fassaden der Häuser rund um die Station angebracht waren, weitestgehend ignoriert. Doch auch diese Werbeflächen wurden weniger, je weiter ich mich von der Station Shibuya wegbewegte. Dass hier nicht an jeder Ecke für Mode oder Kosmetika geworben wurde,

erstaunte mich doch, da Shibuya als das Einkaufsmekka für Teenager in Tokyo gilt. Trotzdem waren Außenwerbungen rar, wenn nicht sogar unauffindbar für mich.

Auf dem Weg zurück von Shibuya nach Yokohama nahm ich anstatt wie sonst einen Zug der Japan Railways die private Tōkyū Tōyoko-Linie, da ich auf dieser nicht umsteigen musste. Doch anders als in den Linien von Japan Railways, in denen ich bisher von Werbungen erschlagen wurde, waren hier nicht viele Plakate angebracht. Und die, die zu sehen waren, waren allesamt unauffällig gehalten, ohne Bilder, aber mit viel Text. Dies liegt daran, dass Zuglinien von privaten Anbietern oft in große Firmenkonglomerate eingegliedert sind, zu welchen auch große Kaufhäuser, Entertainment- oder Immobilienfirmen sowie Banken gehören, welchen die Werbeflächen innerhalb dieser Zuglinien vorbehalten sind. Öffentliche Linien hingegen vermieten ihre Werbeflächen an Werbeagenturen, weswegen das Angebot vielfältiger ist (World Trade Press Editors 1994: 183).

Wenn man sich die Passagierzahlen ansieht, wird sofort klar, wieso Züge als Werbemedium so beliebt sind. Jährlich nutzen rund 9 Milliarden Fahrgäste in Japan den Zug als Transportmittel (IUR 2014). Täglich zählen allein Tokyos Bahnbetreiber über 40 Millionen Fahrgäste (MLIT 2010: 7) im größten Ballungsraum der Welt, den Großraum Tokyo mit Yokohama mit rund 38 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern. Nicht verwunderlich ist es hier, dass sich 2013 acht der zehn meistfrequentierten Stationen just im weltgrößten Ballungszentrum befinden. Die meistfrequentierte Station ist der Bahnhof Shinjuku mit jährlich mehr als 1,26 Milliarden Fahrgästen, gefolgt von der Station Shibuya mit rund 1,1 Milliarden Fahrgästen und der Station Ikebukuro mit rund 910 Millionen Fahrgästen pro Jahr. Von den 50 meistfrequentierten Bahnhöfen liegen 45 in Japan, zwei Drittel davon im Großraum Tokyo (Japan Today 2013). Bei langen Pendlerzeiten von über einer Stunde pro Fahrtrichtung, und während dem Umsteigen in einem der großen Transitbahnhöfe, sind sie während der Fahrt den Werbeflächen in den Zügen und den Stationen ausgesetzt.

Nach jeder Zugfahrt Richtung Heimat mussten wir vom zum Bahnhof Ishikawachō zurück die Motomachi Einkaufsstraße entlanggehen, an welcher ihr Haus liegt. Vom Bahnhof aus, welcher zwei Stationen vom Zentrum Yokohama entfernt liegt, gingen wir die Schaufenster der teils High-End-BekleidungsGeschäfte entlang und sahen uns die neueste Mode für die kommende Wintersaison an. Wir kamen an einem Juweliergeschäft vorbei, Star Jewelry, welches im Obergeschoss im Fenster ein großes Werbeplakat mit einem kaukasischen, blonden Model angebracht hatte, welches in neutraler Pose Schmuck der

Juwelierkette bewerben sollte. Die Werbung stach mir sofort ins Auge, da sie eine der beiden einzigen Werbeplakate war, welche auf der Einkaufsstraße zu finden waren. Ein paar Häuser weiter kamen wir am einzigen Friseurladen in der Straße vorbei, wo sich das zweite Werbeplakat befand, welches für den Laden warb. Darauf zu sehen war ebenfalls ein kaukasisches Model mit hellbraunem, rötlichen Haar und trendiger Fönfrisur.

Ich war ob der fehlenden Werbetafeln überrascht, und warum die beiden einzigen kaukasische, und keine japanischen Models zierten. Ich fragte Miki, warum auf Reklamen für japanische Produkte welche eigentlich an Japanerinnen und Japaner verkauft werden sollten, so oft kaukasische oder halb-japanische und keine japanischen Models verwendet werden würden. Sie sah mich ungläubig an und fragte mich, ob diese Frage gerade wirklich ernst gemeint war. Sie wollte wissen, ob ich denn nicht wüsste, dass Japanerinnen gerne so wie große, langbeinige Europäerinnen aussehen wollen würden. Sie selbst, gerade einmal 157 Zentimeter groß, würde gerne viel größer sein, hellere Augen haben, und wolle einfach im Ganzen viel westlicher aussehen. Sie meinte, dass *hāfu* das Ideal darstellen würden, weil sie zugleich japanisch und europäisch aussehen würden – ein guter Mittelweg sozusagen. Sie wäre auch gerne viel lieber eine sogenannte *hāfu*, größer und mit längeren Beinen. Sie meinte, dass viele Japanerinnen Komplexe wegen ihres japanischen Aussehens hätten, vor allem gegenüber Ausländerinnen kaukasischer Herkunft.

*Hāfu* werden in Japan gemischtrassige Menschen genannt, bei denen zumindest ein Elternteil japanischer Abstammung ist. Abgeleitet ist der Begriff vom englischen Wort *half*, also ‚ein halbes‘, und wird in Japan seit den 1970ern immer häufiger verwendet (Oshima 2014: 23). Während viele dieser halb-japanischen Kinder besonders während ihrer Kindheit und Jugend Spott und Hänseleien in der Schule ausgesetzt sind, genießen einige später im jungen Erwachsenenalter auf Grund ihres ‚exotischen‘ Aussehens nahezu den Status eines Popstars – nicht nur im Showbusiness. Auch die amtierende Miss Japan sorgt als gemischtrassige Japanerin für Aufsehen in Japans Medienlandschaft, und viele berühmte und gut gebuchte Fashion-Models in Japan sind sogenannte *hāfu* und nähren so tagtäglich die Wünsche und Fantasien von Japanerinnen, welche diesem unerreichbar scheinenden Schönheitsideal nachzueifern versuchen.

### 5.2.2. Die Wirkung von Werbung auf junge Japanerinnen

„In den Medien wird es so dargestellt, dass zum Beispiel Models oder Schauspielerinnen, die von der Gesellschaft als schön (*kirei*) und hübsch (*utsukushii*) empfunden werden, schlank sind, und ich habe das Gefühl, dass dicke Menschen Komiker sind, welche oft zu Lachnummern gemacht werden.“ Mit ihrer Meinung ist meine Befragungsteilnehmerin Yume nicht alleine. Auf die Frage, welches Frauenbild ihnen von den Medien vorgelebt werden würde, waren sich meine 15 Befragungsteilnehmerinnen einig: es entspricht dem einer schlanken Frau, welche sich mit Diäten und leichter sportlicher Betätigung fit und gesund hält, und für die es normal sei, sich um ihren Körper zu kümmern und ihn zu pflegen.

Die japanische Gesellschaft ist einer der am meisten mit Medien und Werbeträgern gesättigten der Welt. 2008 überstieg die Zahl der täglich gedruckten Zeitungen 51 Millionen Exemplare, was 630 Zeitungen pro 1000 Erwachsene entspricht – mehr als doppelt so viele wie zum Beispiel in Deutschland mit 298 Exemplaren pro 1000. Dazu kommt die weltweit zweitgrößte öffentlich-rechtliche Rundfunkgesellschaft NHK mit fünf großen Sendern, 3600 wöchentlich oder monatlich veröffentlichte Magazine sowie 70.000 neu erscheinende Bücher jährlich (Legewie et al. 2010: 2-3). Selten wird in Anzeigen und Kampagnen explizit mit Wörtern geworben – die Werbebotschaften in der japanischen Medienlandschaft sind indirekt und subtil. Kulturelle japanische Werte wie Bescheidenheit und Indirektheit stehen im Vordergrund. Werbebilder versehen mit jungen, schlanken Frauen, unabhängig wofür geworben wird, enthalten selten einschlägige Worte. Regelmäßig sind in Werbungen für Schönheitsprodukte *bijin* (schöne Frau), *kawaii* (süß) oder das englische Pendant *cute* anzutreffen – in Kombination mit penibel genau zurecht gemachten jungen Frauen. Die Massenmedien in Japan vermitteln so genau jenes weibliche Idealbild: Frauen müssen wie kleine Mädchen immer hübsch zurechtgemacht und süß sein – das ist der Schlüssel zum Erfolg für jede junge Frau. Auch was gerade in Mode ist, wird von den Medien bestimmt. Dies hat zur Folge, dass sie den Fernsehstars und Magazinmodels ähneln möchten, und hegen den Wunsch, das selbe tragen zu können wie diese Models. Dieser Meinung ist auch die Schwester meiner Freundin, Hina: „Wenn schlanke Menschen Kleidung und Accessoires tragen, möchte ich sie dann auch haben. Schlanke Menschen schauen elegant aus. Dicke Menschen schauen schlampig aus!“

Eher noch haben meine Befragungsteilnehmerinnen das Gefühl, medial mit dem Bild bombardiert zu werden, dass es gesellschaftlich akzeptiert ist, sich öffentlich über

übergewichtige Menschen lustig zu machen. In der Öffentlichkeit auftretende Comedians und lustige Rollen in Filmen sind größtenteils übergewichtig. Meine Teilnehmerinnen sind davon eingeschüchtert und möchten unter keinen Umständen zum Gespött gemacht werden. Ai, welche selbst etwas molliger ist als der Durchschnitt meiner Befragungsteilnehmerinnen, meint, dass man sich in den japanischen Medien besonders über dicke Menschen lustig macht: *„Menschen, über die gelacht wird, zum Beispiel Comedians, sind dick, und weil Menschen, die schön anzusehen, schlank sind, möchte ich auch zur Gruppe der schlanken Menschen gehören.“* Und obwohl, oder vielleicht sogar gerade weil Medien den jungen Frauen das Bild vermitteln, dass Übergewichtige am Ende der Hackordnung stehen, schürt das die Angst vor zusätzlichen Kilos nur noch weiter. *„Dicke Menschen werden leichter zum Gespött gemacht. Wenn man dick ist, wird man eher gemobbt.“*, meint meine Freundin Megumi, welche sich selbst am oberen Ende des Normalgewichts auf der BMI-Skala einreihen würde. Das Bild, dass Übergewichtige wegen ihrer Körperfülle Opfer von Mobbing werden können, scheint in den Köpfen der jungen Frauen allgegenwärtig zu sein.

Um die Ängste der Damen zu zerstreuen, liefert das Fernsehen unzählige Lösungsansätze in Form von Diät- und Kleidungstipps, zum Beispiel wie man ein paar Pfunde verlieren oder kaschieren kann. Meine Befragungsteilnehmerin Mao ist der Meinung, dass darauf in den Fernsehmedien besonders Wert gelegt wird: *„Im Fernsehen wird gezeigt, welche Diäten wirksam sind, oder in Modezeitschriften wird einem beigebracht, wie man sich anziehen kann, damit man möglichst schlank aussieht.“* Doch nicht nur mit Hilfe von Fernsehen wird dieser Eindruck erzeugt, auch Magazine haben im Sommer und im Winter gleichermaßen Hochsaison. Meine Freundin Nanami, welche in regelmäßigen Abständen Frauenzeitschriften liest, hat ein vermehrtes Angebot an Fitnessbeilagen in Sommer und Winter bemerkt: *„Zweifelsohne [lehren uns die Medien], wie man Gewicht verliert. Es gibt auch viele Sonderausgaben von Zeitschriften vor der Bikinisaison oder vor Weihnachten, in denen beschrieben wird, wie man sich richtig in Form bringt.“* Neben den Sonderbeilagen regelmäßig erscheinender Zeitschriften haben sich Verlage allerhand Material in Form von Lesestoff einfallen lassen. Als ich in Yokohama in einem Einkaufszentrum eine Buchhandlung in einem der oberen Stockwerke betrat, stach mir gleich das Regal ins Auge, welches sich links neben dem Eingang im Buchladen befand. Gleich nach Betreten des Geschäftslokals stieß ich auf ein Regal voll mit Büchern mit Ernährungs-, Diät und Trainingsvorschlägen, welche versprachen, die Kilos purzeln zu lassen. Neben Rezeptbüchern fanden sich, für die bessere

Sichtbarkeit, aufgelegt auch Bücher, die damit warben, bei der Gewichtsreduzierung zu helfen und das Selbstvertrauen zu stärken (siehe Abbildung 3).

Zusätzlich meinte Nanami dazu, dass Medien versuchen würden, Frauen zu belehren, wie sie sich trotz einer schon fettarmen und proteinreichen, traditionellen japanischen Ernährung, noch gesünder ernähren können, und welche Lebensmittel für eine schnell und effektive Körpertransformation besonders

Abbildung 3: Regal mit Ernährungs- und Diät-Ratgebern in der Buchhandlung Kinokuniya Shoten, Colette Mare Shopping Mall, Yokohama, September 2015



geeignet sind: *„Außerdem [lehren sie], von welchen Lebensmitteln man leicht zunimmt, oder mit welcher Diät man am leichtesten abnimmt usw. Wenn ein beliebtes Model vorgestellt wird, werden am darauf folgenden Tag vermehrt die Kosmetik usw. verkauft, die sie benutzt hat.“* Diätprogramme sind ständige mediale Begleiter junger Frauen und gaukeln ihnen das Gefühl vor, dass eine Diät sie glücklich machen würde. Sie suggerieren aber auch, dass es bei der kleinsten Gewichtszunahme, unabhängig von deren Ursache, notwendig wäre, sofort wieder abzunehmen. Dieser Auffassung ist zumindest meine Freundin Megumi: *„Weil im Fernsehen viele Leute gezeigt werden, die zugenommen und durch die Diät abgenommen haben, und wie glücklich die danach sind, bekommt man das Gefühl vermittelt, dass es glücklich macht, schlank zu sein. Auch wenn man nur ein bisschen zugenommen hat, ist es besser, eine Diät zu machen.“*

Ein weiterer Punkt ist, dass durch die mediale Präsenz des 2008 verabschiedeten Gesetzes zur Bekämpfung des ‚Metabolischen Syndroms‘, Frauen noch intensiver vermittelt wird, dass überschüssige Kilos schlecht und ungesund seien. *„Weil Übergewicht und das Metabolische Syndrom in Gesundheitszeitschriften oder TV-Programmen oft thematisiert wird, wird ‚dick sein‘ als etwas nichts Gutes wahrgenommen.“* Dieser Überzeugung ist zumindest meine Freundin Sakura, sie vermutet wegen der ständigen Medienpräsenz der Kampagnen eine negative Auswirkung auf das Körpergefühl und Körperbewusstsein japanischer Frauen. Das Übergewicht ungesund ist, wird auch immer wieder vehement in den zuvor erwähnten Diätprogrammen, und nicht nur von der Regierung, propagiert: *„Wenn man dick ist, ist das nicht gut für die Gesundheit.“*, ist sich Megumi sicher. Nicht ‚schlank‘ ist gesund, sondern die Nachricht, welche vermittelt wird, ist, dass Übergewicht ungesund ist und unglücklich macht. Umso mehr manipulieren vermeintliche Diäterfolge in den Medien die Vorstellung junger

Frauen, wie einfach es angeblich ist, abzunehmen und schlank zu sein. Megumi ist überzeugt: „Weil alle Leute, die im Fernsehen auftreten, schlank sind, glauben die Menschen, dass es selbstverständlich ist, schlank zu sein.“ Außerdem entsteht durch ewig schlanke Stars bei einigen meiner Befragungsteilnehmerinnen der Eindruck, dass es einfach und normal wäre, schlank zu sein, und erzeuge so das Gefühl, dass es absolut normal sei.

### 5.2.3. Weibliche Körperbilder und ihre mediale Darstellung

Werbung in Japan zeichnet sich auch heute durch *soft sell*-Charakteristika aus, welche seit jeher historisch bedingt bevorzugt werden. Diese umfassen subtile, bescheidene und freundliche Verkaufsnachrichten, da es in der japanischen Kultur verpönt ist, einen Konkurrenten öffentlich anzuprangern. Kulturelle Werte wie Bescheidenheit und Indirektheit werden geschätzt, weswegen statt direkter Verkaufsslogans eher indirekte Sprache verwendet wird. Aufgrund der subtilen Informationen ist es oft schwierig zu erkennen, für welches Produkt eigentlich geworben wird. Auch wenn Werbung in Japan einigen wenigen gesetzlichen Normen unterliegt, wird ein ungeschriebener Grundrahmen eingehalten, welcher dadurch bestimmt ist, dass die Mehrheit der Japanerinnen und Japaner dieselben homogenen, kulturellen Werte praktizieren (Frith/Mueller 2010: 67-70). Printwerbungen enthalten oft kurze Nachrichten, welche nichts mit dem Produkt zu tun haben. Da aus dem subtilen Werbeslogan und dem Bild oft nicht zu erkennen ist, um welche Marke es sich handelt, wird zusätzlich der Markenname abgedruckt. In Fernsehwerbungen wird oft am Ende des Werbespots das Produkt gezeigt, beziehungsweise der Name des Unternehmens genannt.

Zum Beispiel wirbt das Physiotherapie-Zentrum Karada Factory im September 2015 auf Stickern in Zügen der Japan Railways mit dem Werbeslogan “Schöne Menschen haben

Abbildung 4: Eine bis auf die Knochen abgemagerte Frau (?) wirbt für ein Physiotherapie-Zentrum



eine gute Balance“ (siehe Abbildung 4). Auf dem ersten Blick ist nicht ersichtlich, für welches Produkt geworben wird. Erst die Suche des Unternehmens im Internet gibt Aufschluss darüber, dass es sich nicht um ein neues Schlankeitsmittel, sondern um ein Unternehmen, welches physiotherapeutische Dienstleistungen anbietet, handelt. Vom Werbeplakat jedoch lächelt eine junge Frau, welche sich ‚gertenschlank‘ rundum wohl zu fühlen scheint.

Nicht nur Zuginnenräume sind in Japan begehrte Werbeflächen. Laut Dentsu Inc., der größten Werbeagentur im Land, betragen sämtliche Werbeausgaben in Japan im Jahr 2014 6.152,2 Milliarden Yen (rund 50 Milliarden Euro), was rund 1,26 Prozent des japanischen Bruttoinlandsproduktes – einer vergleichsweise hohen Rate – entsprach. Trotz der Erhöhung der Mehrwertsteuer im Jahr 2014, von 5 auf 8 Prozent, stiegen die Werbeausgaben von 2013 auf 2014 um 2,9 Prozent. Am begehrtesten waren hierbei Werbung übers Internet, TV, und Werbung auf anderen Kanäle wie die in Zügen. Es entfielen rund zwei Prozent auf Radiowerbung, vier Prozent auf Magazine, zehn Prozent auf Werbungen in Zeitungen, 17 Prozent auf Internetwerbung, 32 Prozent auf TV-Werbung und 35 Prozent auf andere Promotion Media-Formate wie zum Beispiel in öffentlichen Transportmitteln, Flyer oder Werbungen auf Taschentuchverpackungen (Nikkei BP 2015).

Doch wie sieht es bei Werbungen für Beauty- und Fashionprodukte aus? Meine Freundin Miki erzählte mir, dass viele in Japan verwendete Models kaukasisch oder gemischtrassig seien, und, dass sich Japanerinnen danach sehnen würden, so wie große, langbeinige Europäerinnen auszusehen. Im ersten Moment wunderte ich mich jedoch über ihre Vorstellung vom ‚perfekten‘ Körper. 2015 bestätigte jedoch eine US-Studie, dass persönliche Erfahrungen und die Umwelt, in der sich Individuen befinden, maßgeblich für die Entwicklung des individuellen Schönheitsempfindens jedes einzelnen verantwortlich sind. Ausschlaggebend dafür sind der Freundeskreis sowie soziale und populäre Medien (N.N. 2015). Dies spiegelt sich auch in den aktuellen Vorstellungen vom perfekten Aussehen junger Frauen wider. Diese zeigten Tendenzen, kaukasische Körpermerkmale zu favorisieren.

Während meiner Befragung wollte ich von meinen Teilnehmerinnen wissen, ob sie denn Vorbilder hätten, deren Figur sie anstreben würden oder gerne hätten. Fünf, also ein Drittel der Teilnehmerinnen, gaben an, sich in Sachen eigener Figurvorstellungen an jemandem zu orientieren. Sie nannten sechs Vorbilder, von denen vier japanisch und zwei gemischtrassig sind. Die genannten gemischtrassigen Vorbilder sind Mizuhara Kiko und Hasegawa Jun, beide japanisch-amerikanische Models und begrenzt auch im Entertainmentbereich als Schauspielerinnen oder Sängerinnen tätig. Eine der angegebenen japanischen Vorbilder sieht mit ihrem Styling zudem überaus kaukasisch aus. Ozaki Sayoko, ein

japanisches *gyaru*<sup>7</sup>-Model, ist bekannt durch ihren markanten Stil, welcher sich durch gebräunte Haut, blonde lange Haare und hellbraune Kontaktlinsen auszeichnet.

Doch nicht alle gemischtrassigen Menschen werden in Japan als Ideal angesehen. Die beiden eben genannten *hāfu*-Models Mizuhara und Hasegawa sind Kinder von einem japanischen sowie kaukasischen Elternteil. Diese Mischung wird in Japan als das Ideal eines *hāfu* angesehen. Megumi Nishikura, Koregisseurin der 2013 veröffentlichten Dokumentation *Hafu* meint dazu, dass es in Japan eine unausgesprochene Rassenhierarchie innerhalb und außerhalb der *hāfu*-Community gibt: „Wenn du halb-weiß bist, wirst du als der ‚ideale‘ *hāfu* erachtet“ (zit. Saberi 2015), und danach kommen alle anderen.

Im Juli 2015 hatte es eine weitere *hāfu* in die Schlagzeilen der japanischen Medienlandschaft geschafft, und nicht positive, sondern auch negative Kommentare erhalten. Ariana Miyamoto wurde zur Miss Japan gekürt, und qualifizierte sich so dafür, Japan bei der Wahl zur Miss Universe vertreten zu dürfen. Sie belegte dort sogar einen Platz in den *Top 10*. Geboren und aufgewachsen ist die amtierende Schönheitskönigin in der Präfektur Nagasaki, und würde sich selbst als ‚japanisch‘ bezeichnen. Trotzdem ist sie seit ihrem Sieg öffentlicher Missbilligung ausgesetzt. Doch woran stoßen sich ihre Kritikerinnen und Kritiker? Als Tochter einer japanischen Mutter und einem afroamerikanischen Vater sei sie als sogenannte *hāfu* nicht ‚japanisch genug‘ und Stimmen wurden laut, ob sie mit ihrem ‚exotischen‘ Aussehen, ihrer für die Durchschnittsjapanerin dunklere Haut, leicht gekrausten Haare und großen runden Augen, Japan überhaupt würdig vertreten könne (Saberi 2015). Trotz aller Anfeindungen wurde sie als Halb-Japanerin vergangenes Jahr von der japanischen Jury zur schönsten Japanerin gekürt.

Doch was macht gemischtrassige Models für den japanischen Markt so interessant? Bereits in den 1990er Jahren zeigten diverse Studien, dass symmetrische Gesichter und prägnante Einzelmerkmale als attraktiver empfunden werden (N.N. 2015). *Hāfu*-Models heben sich mit ihrem Aussehen von der Masse ab – 98,5 Prozent der Bevölkerung Japans ist japanischer Abstammung (N.N. 2013a) – und wirken durch ihre andersartigen, nicht durchschnittlichen Merkmale ansprechend. Neben Mizuhara Kiko und Hasegawa Jun sind aktuell noch andere *hāfu*-Berühmtheiten wie zum Beispiel Becky (britisch-japanisch), Rola (japanisch-bengalisch-russisch), Shelly (amerikanisch-japanisch), Trindl Reina (österreichisch-japanisch)

---

<sup>7</sup> eng. *gal* (junge Frau): sich durch helle Haare, gebräunte Haut und auffälliges Make-Up auszeichnender Modestil

oder Margaret Natsuki (kanadisch-japanisch) regelmäßig in der japanischen Medienlandschaft vertreten. Hier bestimmt die Nachfrage das Angebot. Doch was alle gemeinsam haben, ist ihr Aussehen – sie sind nicht Japanisch, auch nicht vollkommen ausländisch, aber ausländisch genug, und genau das macht laut Oricon, einem Unternehmen in der Musikindustrie, ihren Charme aus (Oricon Style 2015). Auf die Frage, warum sie genau diese Frauen so schön finden würde, antwortete meine Bekannte Mei bei der Befragung, dass *„sie ist wunderschön [seien], weil sie so natürlich sind. Und sie sind von vielen anderen schönen Menschen umgeben“* und spielt hier wohl auf andere Models an.

Studien haben gezeigt, dass Werbungen eher Models zeigen, die der Bevölkerung des Ziellandes ähneln. In europäischen Ländern sowie den USA sind es diesem Ergebnis entsprechend am ehesten kaukasische Models. In Japan jedoch werden nicht, wie erwartet, ostasiatische, bzw. japanische Models verwendet, sondern es wird auch von japanischen Unternehmen vermehrt auf kaukasische und kaukasisch-japanische Models gesetzt. Als Grund dafür wird angenommen, dass kaukasische Models von japanischen Konsumenten bevorzugt werden, da die westliche Kultur als eine Art Statussymbol angesehen wird. 2009 fanden die Kommunikationswissenschaftlerinnen Mariko Morimoto und Susan Chang heraus, dass kaukasische Models den Großteil im Bereich Schönheit und Mode in japanischer Werbung ausmachten. In Werbungen, welche mit dem weiblichen Aussehen zu tun haben, werden dreimal so häufig kaukasische als japanische Models eingesetzt. Bei Kleidung machten sie sogar 93 Prozent aus, im Bereich Schönheit 67 Prozent, bei Uhrenwerbung machten sie 84 Prozent aus und bei Schmuck 59 Prozent. Lediglich in Werbungen rund ums Reisen und Gesundheit wurden 87, beziehungsweise 89 Prozent ostasiatische Models eingesetzt (Morimoto/Chang 2009: 174, 181). Während Bereiche, welche die Sicherheit im Alltag garantieren sollen, bevorzugt von japanischen Models beworben werden, wird im Bereich Schönheit und Mode verstärkt auf kaukasische Models gesetzt, was auch ein Grund dafür sein kann, dass viele Japanerinnen kaukasisches Aussehen bevorzugen.

Während meines Feldforschungsaufenthaltes fiel mir besonders die Werbung in den öffentlichen Verkehrsmitteln auf. Während Frauen sich dafür entscheiden konnten, keine Medien wie Fernsehen oder Zeitschriften zu konsumieren, um so dem konstruierten weiblichen Idealbild zu entgehen, konnten sie die Werbungen in Zügen nicht entgehen und waren ihnen auf jeder Fahrt ausgesetzt. Zusätzlich waren die in den Werbungen für Schönheitsprodukte verwendeten Models größtenteils Frauen kaukasischer Herkunft oder

japanisch-gemischtrassig, welche unterschwellig ein unerreichbares Schönheitsideal erzeugen. Dieses von den Medien erzeugte ‚westliche‘ Ideal oszilliert jedoch mit dem japanischen Ideal, bis zum Untergewicht schlank zu sein. Hier scheint ein Widerspruch zu existieren. Während Japanerinnen sich als schlanker empfinden als Frauen kaukasischer Herkunft, versuchen junge Japanerinnen, scheinbar genau dieses für sie unerreichbare Schönheitsideal anzustreben.

### **5.3. Gewichtskontrolle und Nahrungsaufnahme**

Um die Haltung junger Japanerinnen gegenüber Essen und Nahrung besser verstehen zu können, werde ich hier auf ihr Essverhalten eingehen. Wie wirken sich Medien und das Angebot in Restaurants auf die Nahrungsaufnahme aus? Und welche gewichtsregulierenden Maßnahmen wenden meine Befragungsteilnehmerinnen regelmäßig an? Im Anschluss werde ich auf den Verkauf von Diätprodukten und ihrer Rolle auf dem japanischen Markt eingehen.

#### **5.3.1. Beobachtungen zum Essverhalten**

Während einer einstündigen Zugfahrt quer durch Tokyo versuchten meine Freundin Miki und ich, die durch die Wartezeit entstandene Langeweile mit Konversation zu vertreiben. Irgendwann, als uns langsam der Gesprächsstoff ausging, fragte ich sie, ob sie das *metabo*-Gesetz zur Bekämpfung des ‚Metabolischen Syndroms‘ kenne, welches 2008 von der japanischen Regierung erlassen wurde. Sie verneinte, und noch während ich ihr erklärte, dass im Zuge des Gesetzes bestimmt wurde, dass jährlich von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über 40 Jahre der Bauchumfang im Zuge der Gesundenuntersuchungen in den Unternehmen gemessen werden müsste, unterbrach sie mich plötzlich. Sie erinnerte sich im Zuge meiner Erzählungen an einen Film, den sie 2013 gesehen hatte und begann sofort, mir aufgeregt davon zu erzählen. Sie schwärmte, wie sehr ihr der Film gefallen hätte, und dass dieser auch Auswirkungen auf ihr Essverhalten und dass vieler Freundinnen und Bekannten gehabt hätte. Bei dem Film handelte es sich um *taishibōkei tanita no shain shokudō*<sup>8</sup>, übersetzt etwa ‚Körperfettwaage: Die Mitarbeiterkantine des Unternehmens Tanita‘. Er erzählt die Geschichte der japanischen Unternehmens Tanita, welches 1992 die Körperfett-

---

<sup>8</sup> 体脂肪計タニタの社員食堂, 2013, Kadokawa Pictures

waage erfand. Um diese damals auch glaubwürdig verkaufen zu können, entschloss sich die Führung des Unternehmens zu einem drastischen Schritt. Um potentiellen Kunden einen gesunden Lebensstil vorzuleben, den sie mit dieser Körperfettwaage auch verkaufen wollten, setzte der Präsident von Tanita kurzerhand alle übergewichtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf Diät. Um ihr Ziel schneller zu erreichen, wurden die Angestellten dazu angehalten, in der betriebseigenen Kantine zu Mittag zu essen, in welcher von nun an von einer Ernährungswissenschaftlerin, die just zu diesem Zweck engagiert wurde, kalorienarme Gerichte gekocht wurden.

Das Konzept des Unternehmens schien aufzugehen. Die Angestellten wurden schlanker, die Körperfettwaage verkaufte sich ausgezeichnet, und die Menüs der Mitarbeiterkantine lösten einen Hype aus. Miki schwärmte weiter, wie sehr der Film sie und ihre Freundinnen dazu inspiriert hätte, gesünder zu essen, und mehr auf ihren Körper zu achten. Sie meinte weiter, dass es jetzt in Tokyo seit einigen Jahren sogar ein eigenes Restaurant des Unternehmens gäbe, in dem gesunde Menüs mit maximal 500 Kilokalorien, genauso wie in der Mitarbeiterkantine, angeboten werden. Mittlerweile gäbe es auch ein eigenes Kochbuch, und Tanita verkaufe sogar eigene kalorienarme Süßigkeiten in Supermärkten. Wegen der turbulenten Geschichte und der Menge an kalorienarmen Produkten, welche das Unternehmen seither anbietet, sei der Film in Japan sehr bekannt und gefeiert geworden.

Ein 2012, kurz vor Erscheinen des Filmes, in der Online-Version des Wall Street Journal veröffentlichter Artikel wurde mit „Tokyo’s Next Food Craze: The 500 Calorie Lunch?“ (2012) betitelt. Die Autorin erzählt darin vom von Unternehmen Tanita geführten Restaurant, Tanita Dining Hall, welches nach dem Erfolg der hauseigenen Kantine eröffnet wurde. Dort ist es möglich, ein 500 Kilokalorien armes Gericht zu bestellen, und auch gleich optional eine Körperfettwaage zu kaufen. Alle angebotenen Gerichte sind ausgewogen und schlagen lediglich mit 500 Kilokalorien zu Buche, und sollen so das Gefühl vermitteln, zumindest für die 30 Minuten während dem Mittagessen besonders gesund zu leben (Koh 2012). Die Autorin des Artikels fragte sich, ob sich mit der Eröffnung eines Restaurants mit diesem Konzept ein neuer Hype entwickeln würde. Zumindest das Phänomen der kalorienarmen Menüoptionen scheint kein Einzelfall geblieben zu sein. Nicht nur die Mitarbeiterkantine des Unternehmens Tanita bietet seinen Gästen bis aufs Gramm abgewogene Mittagsgerichte. In vielen anderen Restaurants wird neben der normalen Speisekarte ebenfalls eine mit speziellen kalorien-

reduzierten Menüs gereicht. Welches Ausmaß dieser Trend bereits annahm, wurde mir an einem Freitag im September 2015 schlagartig bewusst.

An besagtem Freitag beschloss ich spontan, mit meiner Freundin Megumi den Vergnügungspark Disney Sea außerhalb von Tokyo zu besuchen. Wir beschlossen, abends das Restaurant in der S.S. Columbia zu besuchen, welches einem großen Kreuzfahrtschiff nachempfunden ist. Nachdem wir zu Tisch gebracht wurden, wurde uns die Speisekarte gereicht, und wir wurden auch gleich von unserer Kellnerin darauf hingewiesen, dass es neben der normalen Karte auch eine mit einem speziellen Menü betitelt mit *raito kyuijinu*, leichte Küche, gebe. Sie erklärte uns, dass das Menü speziell kalorienreduziert sei, was besonders für weibliche Gäste interessant wäre. Und tatsächlich, bei genauerem Hinsehen stellte sich heraus, dass alle Zutaten, vornehmlich proteinreich und kohlehydratarm, bis aufs Gramm genau angegeben waren, und auch die endgültige Kalorienanzahl war angegeben: für das ganze dreigängige Menü betrug diese nur knapp bemessene 550 Kilokalorien. Als ich Megumi schockiert darauf ansprach, meinte sie, dass auch diese speziellen Menüs nichts Besonderes seien, und dass es das bereits in vielen Restaurants zusätzlich zur normalen Speisekarte gäbe. Nur allzu oft würde sie vom Servicepersonal darauf hingewiesen werden.

### **5.3.2. Gewichtsregulierende Maßnahmen junger Japanerinnen**

Als die 15 Befragungsteilnehmerinnen meinen Fragebogen ausfüllten, waren sie sich einig, dass die Medien es offenbar als ihren Bildungsauftrag ansehen würden, sie über die Wirksamkeit und Unwirksamkeit von Diäten sowie die richtige und falsche Ernährung aufklären zu müssen. Japanerinnen, welche jetzt Ende 20 sind, sind die erste Generation, welche mit verpflichtendem Ernährungsunterricht aufwuchsen. Mediale Ernährungs- und Diätvorschläge sowie der Schulunterricht dürften nicht ganz unschuldig am Ernährungsverhalten junger Frauen sein. Nur eine meiner 15 Teilnehmerinnen gab an, nichts dafür zu tun, ihre schlanke Figur beizubehalten. Sie meinte zwar, dass sie sich regelmäßig bewegen und sich gesund ernähren würde, dass sie das aber nichts Besonderes machen würde, um auf ihre Figur zu achten.

Meine wohl körperbewussteste Freundin Nanami, welche bereits viele Diäten ausprobierte, geht aktuell einer neuen Trenddiät nach, welche in den letzten Jahren auch in Europa und den USA populär wurde: „*Ich versuche so gut wie möglich auf Kohlehydrate zu verzichten, auf Udon, weißen Reis, oder Brot zum Beispiel. Derzeit ist es in Japan sehr populär,*

*auf Kohlehydrate zu verzichten. Es wurde jetzt sogar ein Bier ohne Kohlehydrate herausgebracht, und es gibt auch ein Low Carb-Brot, welches aus Sojabohnenkleie hergestellt wird. Ich kaufe aktiv Produkte, die kein Weizen beinhalten. Außerdem nehme ich Nahrungsergänzungsmittel, die verhindern, dass mein Körper zu viel Zucker aufnimmt, nachdem ich zu viel gegessen habe.“* Nicht nur Brot aus Sojabohnenmehl ist in Japan als kohlehydratfreie Alternative erhältlich, auch Shirataki, hergestellt aus der Konjakwurzel, wird gerne als Nudlersatz gegessen. Auch sogenannte Superfoods liegen, wie auch in Europa und den USA, voll im Trend und werden vermehrt gekauft und konsumiert: *„Auch in Japan nimmt die Zahl der Menschen in letzter Zeit zu, die sich auf ihre Gesundheit besinnen, und es wird auch unglaublich viel Superfood oder Salat verkauft. Der hohe Preis ist aber ein Nachteil.“*

Als eine weitere Methode, ihr Gewicht zu regulieren, nannten fünf, also ein Drittel meiner Befragungsteilnehmerinnen, dass sie abends wenig essen würden. Meine Freundin Megumi nannte mir fast wie ein Mantra ihre Methoden, um ihr Gewicht halten zu können. Neben gesunder Ernährung und, wie zuvor bereits erwähnt, der Verzicht auf Kohlehydrate, nannte auch sie, dass sie abends nur kleine Portionen essen würde. *„Ich versuche, wenig Süßigkeiten zu essen. Ich vermeide es, Kohlehydrate zu essen. Ich esse abends nur wenig. Ich esse japanisches Essen. Ich esse viel Gemüse.“* Dies konnte ich auch beobachten, als ich im April 2014 vier Nächte bei ihr zu Hause verbrachte. Obwohl ihre Eltern extra für meine Ankunft Sushi geordert hatten, aß sie nur wenige Stücke davon, während ihre Eltern und ich ordentlich zugriffen. Auch ihre Schwester Hina tat es ihr gleich und aß nur ein paar Stück Thunfisch-Sushi. Meine Beobachtung deckte sich auch mit ihrer Antwort bei meiner Befragung. Obwohl ich Megumi und ihrer Familie Süßigkeiten aus Wien mitbrachte, aß ihre Schwester Hina keine davon: *„Ich versuche, keine Süßigkeiten zu essen und auch nach neun Uhr abends nichts mehr zu essen. Außerdem lese ich Diätbücher. Es gibt auch Leute, die denken, dass ‚dick sein‘ und ‚hässlich sein‘ das Gleiche sind.“* Und Hina wollte keinesfalls, dass jemand so über sie dachte.

Auch eine bestimmte Uhrzeit, ab der die junge Frau, welche auf ihre Linie achtet, nicht mehr essen sollte, scheint es zu geben. Meine Freundin Sakura meinte während der Befragung, dass sie bereits einige Stunden vor dem zu Bett gehen nichts mehr essen würde: *„Ich esse drei Stunden vor dem Schlafengehen nicht mehr, kurze Strecken wie zum Beispiel von daheim bis zum Bahnhof gehe ich zu Fuß, wenn möglich benutze ich Treppen, und ich esse viel Gemüse.“* Auch sonst versucht sie, sich regelmäßig zu bewegen und ernährt sich gesund. Für

zwei meiner Teilnehmerinnen scheint 21 Uhr die magische Uhrzeit zu sein, nach der sie versuchen, nichts mehr zu essen. Daran versucht sich auch meine Bekannte Mei, welche sich auch regelmäßig sportlich betätigt: *„Ich versuche, nach neun Uhr abends nichts mehr zu essen. Ich bewege mich bewusst. Nach dem Baden mache ich Krafttraining.“* So auch meine Freundin Miki. Sie geht jedoch mit radikaleren Methoden, wie strenger Diät, gegen ein plötzlich zugenommenes Kilo vor: *„Ich versuche einfach, mich zurückzuhalten, wenn ich ein bisschen zugenommen habe. Es kommt nicht darauf an wieviel [ich zugenommen habe]. Auch wenn es nur ein, zwei Kilos sind, fange ich an, mich um mein Gewicht zu sorgen und versuche, wieder abzunehmen, bis ich wieder mein altes Gewicht erreicht habe, mit dem ich zufrieden bin. Aber ich versuche, nach neun Uhr abends nichts mehr zu essen oder so. Ich esse wann ich will, weil wenn ich mich zurückhalte, stresst mich das irgendwie und ich werde fett. Ich hasse es, fett zu sein. Ich hasse es, wie es aussieht. Auch meine Lieblingskleidung sieht an schlanken Mädels einfach viel besser aus.“*

Wie Mei bereits zuvor erwähnte, ist gemäßigtes, regelmäßiges Training ein weiterer Weg für meine Befragungsteilnehmerinnen, ihr Gewicht zu halten oder zu regulieren. So antworteten vier weitere, dass sie zumindest ab und zu Sport betreiben würden. Meine Fußballspielende Bekannte Riko würde sich zudem auch noch massieren, um so eine schlankere Silhouette erhalten. *„Ich mache Muskeltraining, Ausdauertraining und massiere mich.“* Andere Befragungsteilnehmerinnen wirkten mit ihren Antworten eher weniger überzeugend. Befragungsteilnehmerin Yume meinte, dass sie zusätzlich auch versuchen würde, ihre Kalorienaufnahme zu reduzieren: *„Hin und wieder trainiere ich. Ich esse nicht zu viel von etwas, was zu viele Kalorien hat.“*

Als weitere Regulierungsmaßnahme wird eine ausgewogene Ernährung genannt, sowie ein Verzicht auf Alkohol und Zucker in Form von Süßigkeiten und Säften. Auch fettigen Speisen wird entsagt. Meine Bekannte Kyōko trinkt statt Saft sogar Kaffee ohne Milch und Zucker: *„Ich trainiere, ich esse Frühstück, esse nur wenig zu Abend und trinke statt Saft schwarzen Kaffee.“* Ai meine, sie würde darauf achten, wie viele Kalorien in Süßigkeiten und Alkohol steckten, während Ayaka angab, keinen Saft zu trinken, auf Süßigkeiten zu verzichten und, dass sie sich sehr ausgeglichen ernähren würde. Mao ging sogar noch einen Schritt weiter und würde auch auf fettige Speisen verzichten: *„Auch, wenn ich Süßigkeiten und Knabbereien esse, versuche ich, fettige Speisen wie Chips oder Kuchen möglichst zu vermeiden.“*

Laut meinen 15 Befragungsteilnehmerinnen wenden 14 von ihnen unterschiedlichste Methoden an, ihr Gewicht zu halten. Sie achten auf eine gesunde Ernährung, vermeiden es, zu später Stunde noch zu essen, versuchen sich hin und wieder an gemäßigten sportlichen Aktivitäten. Auch der Verzicht auf Alkohol, Zucker und Fett scheint eine große Rolle beim Erhalt ihrer guten Figuren zu spielen. All diese Vorbeugungsmaßnahmen scheinen für sie der Schlüssel zu einer schlanken Figur zu sein.

### **5.3.3. Das Geschäft mit dem Nichts: Kalorienarme Nahrungsmittel**

Bereits Ende der 1980er Jahre waren Unternehmen in den USA mit fettfreien oder kalorienreduzierten Lebensmitteln und Getränken ‚fett‘ im Geschäft und setzten damals bereits 30 Milliarden Dollar jährlich um. Allein das Label *fat free* oder *low cal* war eine Garantie dafür, dass sich das Produkt verkaufen würde. 1984 versuchte Coca-Cola mit ihrer kalorienreduzierten Coca-Cola Light auf dem japanischen Markt Fuß zu fassen, was ihnen jedoch nicht sofort gelang. Nach einem Fehlschlag versuchte es Coca-Cola drei Jahre später erneut mit einer süßeren Version und schaffte es damit, seinen Gewinn in Japan um 20 Prozent pro Jahr zu erhöhen. Damit wurde Coca-Cola Light das erste erfolgreiche kalorienreduzierte Getränk auf dem japanischen Markt. Bald darauf folgten weitere Diätprodukte, wie eine Halbfettmayonese des Unternehmens Q.P. und eine neue kalorienreduzierte Butter von Snow Brand. Obwohl für Diätprodukte, anders als in den USA, kein Markt in Japan existierte, da die Anzahl der übergewichtigen verschwindend gering war, schafften es japanische Lebensmittelhersteller, einen imaginären Markt dafür zu schaffen und sie erfolgreich der japanischen Bevölkerung zu verkaufen. Anfang der 1990er Jahre waren viele in der Lebensmittelbranche tätigen Experten noch skeptisch, was den Bedarf von kalorienreduzierten Lebensmittel in Japan anging. Damals gingen sie noch davon aus, dass es in Japan keinen Markt dafür gäbe, da diese Lebensmittel teurer wären als normale, und kalorienarme Kost für Japanerinnen und Japaner auf Grund der geringen Zahl von Übergewichtigen nicht von Relevanz wäre (Schrage 1992).

Als die japanische Regierung die Einführung des Gesetzes zur Bekämpfung des steigenden Übergewichtes 2008 öffentlich verlautbarte, und vermehrt in den Medien vermehrt über das ‚Metabolische Syndrom‘ und seine gesundheitlichen Folgen berichtet wurde, boomte auch der Verkauf von Diätprodukten. Der Absatz von stark kalorienreduzierten Artikeln in Supermärkten und 24-Stunden-Supermärkten stieg merkbar an (Team

Abbildung 5: Werbung für ein kalorienfreies alkoholhaltiges Limonadengetränk, September 2015, Tokyo



Abbildung 6: Null-Kalorien-Bier (rechts), -Wackelpudding (links) und -Schokolade (unten)



calorie-Produkte. Diese sind mit unterschiedlichen Labels wie *zero* (null), *furii* (ohne), *resu* (weniger), *mu* (nichts) oder *non* (nein) gekennzeichnet (siehe Abbildung 6). Besagte Labels dürfen nur dann verwendet werden, wenn sich im Produkt weniger als fünf Kilokalorien auf 100 Gramm, beziehungsweise 100 Milliliter, befinden. Um geschmacklich mit ‚normalen‘ Produkten mithalten zu können, greifen Hersteller daher auf künstliche Geschmacksverstärker und Süßungsmittel zurück (Team Health Press 2014).

Heute, 25 Jahre nachdem sich Coca-Cola Light als erstes kalorienreduziertes Getränk auf dem japanischen Markt durchsetzen konnte, ist der Siegeszug von kalorienreduzierten Produkten überall im Land sichtbar. Ein Streifzug durch die großen Supermärkte und auch die kleinen Convenience Stores, welche 24 Stunden, sieben Tage die Woche, geöffnet haben, und an jeder Straßenecke in Japans Städten zu finden sind, zeigt das Ausmaß an heute erhältlichen kalorienreduzierten sowie kalorienlosen Produkten. Im Getränkeregale werden Limonaden, Molkegetränke und sogar alkoholische Getränke, wie Bier oder Radler, in der Ausführung ‚Null Kalorien‘ angeboten, und auch im Süßigkeitenregal finden sich beispielsweise *zero*

Health Press 2014). Zeitgleich stieg auch das Körperbewusstsein der Japanerinnen und Japaner. Während sich 2004 noch 63 Prozent der Japaner und 74 Prozent der Japanerinnen zu dick fanden und sich um ihr Gewicht Gedanken machten, waren es 2009 bereits 70, beziehungsweise 80 Prozent (Koh 2012).

Beworben werden diese Diätprodukte in allen Medien, in der Fernsehwerbung, aber auch in Zeitschriften oder auf Plakaten. Auch in den Zügen von Japan Railways sind Werbesujets dieser Produkte zu finden, welche stolz von schlanken Japanerinnen präsentiert werden (siehe Abbildung 5). Wie diese gekennzeichnet werden dürfen, ist vom Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Soziales streng geregelt. Getränke mit bis zu 20 Kilokalorien auf 100 Milliliter dürfen mit *rō karorii* (niedrige Kalorienzahl) oder *karorii ofu* (kalorienreduziert) gekennzeichnet werden (Japan Today 2008). Eine weitere Gruppe bilden die *no*

*calorie*-Schokolade oder -Bonbons zu höheren Preisen als die ‚normalen‘ Produkte. Auch als frische Alternative werden bereits kalorienbewusste Bentōbox<sup>9</sup>-Optionen angeboten. Die große Auswahl und Kurzlebigkeit von neuen Diätprodukten in den Regalen hat eine Massenproduktion dieser erst möglich gemacht. Der dafür vorhandene Markt macht es heute möglich, dass schnell neue *no calorie* und *low calorie*-Produkte schnell auf den Markt gebracht und getestet werden können. Wird ein Produkt vom Konsumenten nicht angenommen, verschwindet es so schnell wieder aus den Regalen, wie es dort hingekommen ist. Diese ständige Fluktuation hat dazu geführt, dass eine kurze Probezeit, selbst von hochspezialisierten Diätproduktion, ermöglicht wurde. Diese Form des Marketings hat einen neuen Markt geschaffen, welcher zu einem höheren Diät-, aber nicht zu höherem Fitness-Bewusstsein in Japan geführt hat. Und dies hatte wiederum mit zur Folge, dass Japanerinnen heute ohne Anstrengung schnell Gewicht verlieren wollen, was wiederum zu noch mehr angeblichen Diätprodukten auf dem Markt führt (Spielvogel 2003: 160). So ist Shirataki, hergestellt aus der Konjakwurzel, bereits seit einigen Jahren die kalorien- und kohlehydratarne Alternative für Nudeln in Japan. Seit einigen Jahren sorgt das ‚Wundermittel aus Japan‘ sogar schon weltweit für Aufmerksamkeit.

Der Markt für Diätprodukte in Japan hat sich in den letzten 15 Jahren massiv gewandelt. Spielvogel beschreibt in *Working out in Japan* die Situation am Lebensmittelmarkt bis zum Jahr 2003. Damals waren Inhaltsangaben auf Lebensmitteln in Japan nicht verpflichtend, konnten von den Produzenten freiwillig angebracht werden und waren daher Mangelware auf den verkauften Lebensmitteln. Dies hat sich mit der Gesetzesänderung des Ministeriums für Gesundheit, Arbeit und Soziales 2003 gravierend verändert. Nährwerttabellen waren von nun an auf Lebensmitteln verpflichtend und boten so den Konsumenten und Konsumentinnen einen neuen Blickwinkel auf ihre Ernährungsweise. Auch fettarme Produkte waren Anfang des 21. Jahrhunderts noch Mangelware - lediglich ein fettfreies Joghurt und Magermilch war in Japans Supermarktregalen zu finden. Seit Ende der 1990er und Anfang des 21. Jahrhunderts wird Zucker als ungesund empfunden, und zuckerreduzierte Lebensmittel und Speisen werden bevorzugt. Während in den USA und Europa seit jeher Fett, im Gegensatz zu Zucker, verteufelt wird, ist das Bewusstsein bei stark fetthaltigen Lebensmitteln in der japanischen Gesellschaft noch nicht ausgeprägt (Spielvogel 2003: 179-180).

---

<sup>9</sup> Box mit Trennwänden zur Aufbewahrung und zum Transport von Speisen - zusammen Bentō genannt.

## 6. Das Streben nach Schlankheit

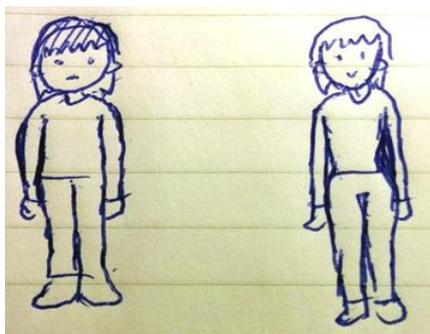
*„Das Aussehen, das gesamte Erscheinungsbild sowie Kleidung und Benehmen miteingeschlossen, spielen sowohl im normalen Leben als auch in der [japanischen] Gesellschaft eine wichtige Rolle, und das besonders in extremer Weise, wenn man schlank ist.“*

Yuka, 25

Laut dem *National Health and Nutrition Survey Japan* waren 2011 rund ein Drittel der 20 bis 29-jährigen Japanerinnen klinisch untergewichtig, hatten also einen Body-Mass-Index unter  $18,5 \text{ kg/m}^2$  (MHLW 2012: 18). Theorien darüber, warum besonders Japanerinnen in ihren Zwanzigern nach Schlankheit streben und, trotz medizinischem Untergewicht, noch weiter abnehmen wollen, existieren, wie bereits erwähnt, viele. Sie reichen von Müttern, welche Druck auf ihre Töchter ausüben, bis hin zum gesellschaftlichen Druck auf junge Frauen, schlank sein zu müssen – ausgehend von Modemagazinen, Fernsehstars, Idolen oder Prominenten (Uehara 2015: 3). Andere Quellen mutmaßen, dass die Gier nach einem schlanken Körper mit der Verwestlichung des japanischen Lebensstils zusammenhängen könnte, oder dass Japanerinnen dem amerikanischen Schönheitsideal, welches während dem Fitness-Boom in den 1980ern entstand, nacheifern und groß und schlank wie US-Amerikanerinnen sein wollen (Becker 2004, Chisuwa/O’Dea 2010, Kowner 2004, Sepúlveda/Calado 2012).

Doch welche Gründe geben die jungen Frauen selbst an, immer weiter abnehmen zu wollen? Kulturell und historisch bedingt spielt das Aussehen in Japan eine große Rolle. Bereits während der Edo-Zeit galten Geishas mit ihrem Aussehen als Ideal für Schönheit, Klasse und Rang. Doch was verbinden junge erwachsene Japanerinnen heutzutage mit schlanken Körpern, die für viele als Allheilmittel für all ihre Probleme gelten und der Schlüssel zu ihrem wahren Glück zu sein scheinen? Auf die Frage, wie sie denn gerne aussehen würde, zeichnete

Abbildung 7: „Schlank macht glücklich.“ – Selbstreflektion meiner Freundin Kaho (28)



meine Freundin Kaho zwei kleine Figuren, eine davon bekam die Figur, wie sie sich selbst einschätzen würde, die zweite bekam die Wunschfigur, die sie gerne hätte. Ein schlanker, definierter Körper würde sie glücklicher machen. Ihr eigens gezeichnetes Selbst sieht traurig aus, wohingegen ihr schlankes Wunsch-Ich zufrieden lächelt (siehe Abbildung 7).

Eine schlanke Figur würde laut ihren Vorstellungen nicht nur ihr Aussehen verbessern und sie schöner, sondern auch glücklicher machen. Auch die anderen 14 Teilnehmerinnen waren dieser Meinung und gaben außerdem an, dass ein schlanker Körper angeblich auch ihr Selbstvertrauen stärken, ihre Körper gesünder machen, sowie ihnen neue Jobchancen ermöglichen und Glück in der Liebe bescheren würde. Die Gründe, die von den Teilnehmerinnen genannt wurden, können zu folgenden Themengebiete zusammengefasst werden: (1) Aussehen, (2) Fremdwahrnehmung, (3) Beziehung, (4) Gesundheit und (5) Jobchancen. Am häufigsten genannt wurde, dass schlanke Körper besser aussehen – das antworteten 13 oder 15 Teilnehmerinnen. Ebenfalls 13 von 15 Teilnehmerinnen merkten an, dass schlanke Körper einen besseren Eindruck auf andere machen würden. Neun behaupteten, dass, wenn sie schlank wären, bessere Chancen hätten, einen Partner zu finden. Acht von ihnen meinten, sie hätten mit einer schlanken Figur bessere Chancen, einen Arbeitsplatz zu bekommen sowie dass ein schlanker Körper am gesündesten sei (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Subjektive Gründe junger Japanerinnen in ihren Zwanzigern für ihr Streben nach Schlankheit

		Ai	Ayaka	Yume	Hina	Sakura	Hana	Mao	Kyoko	Mei	Miki	Yuka	Megumi	Kaho	Rika	Nanami
„Schlank“ ist schön	sieht besser aus		X	X	X	X	X				X	X	X	X	X	X
	Kleidung passt besser	X			X	X	X		X		X	X	X		X	X
	Frau kann Haut zeigen												X	X		X
„Schlank“ ist selbstbewusst	Schlank = Selbstbeherrschung	X		X		X	X	X		X				X	X	X
	keine Sorgen, was andere denken												X	X		
	besserer erster Eindruck								X				X			
	Frau wird ernst genommen	X				X			X			X				
	Mehr Selbstvertrauen		X	X						X						
	Angst vor Mobbing					X							X	X		
„Schlank“ ist Glück in der Liebe			X		X	X		X		X	X		X	X		X
„Schlank“ ist gesund	gesünder			X		X	X		X			X	X		X	
	Fitness		X	X												
„Schlank“ ist erfolgreich		X		X				X	X	X	X		X	X		

### 6.1. ‚Schlank‘ ist schön

Was assoziiertst du mit einem schlanken Körper? Auf die Frage antwortete meine Freundin Hina kurz *„Schlanke Menschen sind schön.“* ‚Schön‘, *kirei*, schrieb sie hier in Katakana, um noch einmal extra zu betonen, wie wichtig ihr der ästhetische Aspekt sei. Meine Bekannte Kyōko meinte: *„Damit man die unterschiedlichste Kleidung tragen kann.“* Und mit der Meinung, dass schlanke Menschen von jungen Japanerinnen als ästhetisch ansprechender empfunden werden, sind sie nicht allein. Im Zuge meiner Befragung antworteten elf meiner 15 Teilnehmerinnen, dass eine schlanke Figur einfach besser aussehen würde. Weitere Assoziationen bezüglich dem Aussehen waren außerdem, dass es niedlicher (*kawaii*) aussehen würde. Das meinte zumindest meine Freundin Megumi: *„Mit einer schlanken Figur ist man niedlich.“* Meine Bekannte Yume meinte zudem, dass schlanke Frauen eleganter (*oshare*) wären: *„Schlanke Menschen sehen elegant aus.“*

‚Die Schönheit liegt im Auge des Betrachters‘ lautet ein bekannter Aphorismus, welcher im letzten Jahr, wie bereits in Kapitel 5.2. erwähnt, von einer US-Studie bestätigt wurde. Zusätzlich haben die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler noch andere interessante Aspekte feststellen können, nämlich, dass persönliche Erfahrungen und die Umwelt, in der sich die Individuen befinden, maßgeblich für die Entwicklung des individuellen Schönheitsempfindens jedes Einzelnen verantwortlich sind. Ausschlaggebend für die Prägung des persönlichen Schönheitsempfindens sind hier jedoch nicht Familienmitglieder, die Wahl der Schule oder die finanzielle Situation der Eltern, sondern der Freundeskreis sowie soziale und populäre Medien (N.N. 2015). Folglich entsteht bei Menschen, die tagtäglich schlanken, großen, kaukasisch aussehenden Models welche die aktuelle Mode auf Werbeplakaten, in Magazinen oder in Fernsehsendungen präsentieren, ausgesetzt sind, ein diesen Frauen entsprechendes Schönheitsideal.

Japanerinnen legen großen Wert auf ihr Äußeres und vergleichen sich häufig mit anderen Frauen. *„Das äußere Erscheinungsbild ist sehr wichtig.“*, antwortete meine Bekannte Kyōko, und ist mit ihrer Meinung nicht alleine. Die Untersuchungsergebnisse des *National Health and Nutrition Survey 2008* brachten zu Tage, dass 46 Prozent der dafür befragten Japanerinnen zwischen 20 und 29 Jahren angaben, sich zu dick zu finden, weil sie sich mit anderen Frauen verglichen (MHLW 2009a: 6, MHLW 2009b: 240). Die *Washington Post* schrieb zum Thema ‚Schlankheitswahn unter Japanerinnen‘ einen Artikel (Harden 2010), im Zuge dessen die Autorin unter anderem Sakiko Ōno, eine alleinstehende Kosmetikverkäuferin

aus Tokyo, interviewte. Ōno antwortete, dass die vorherrschende Meinung, warum Frauen ihrem Gewicht so viel Aufmerksamkeit schenken würden, die sei, dass japanische Männer zierliche Frauen bevorzugen würden und weil Kleidung an schlanken Frauen besser aussehen würde. *„Aber der wahre Grund, warum Frauen so schlank sein wollen würden“*, meinte Ōno, *„ist, weil sie sich im Spiegel ansehen und sich mit anderen Frauen vergleichen.“* (zit. Harden 2010). Dass Frauen miteinander um ihr Aussehen konkurrieren bestätigt auch Watanabe Hisako, Assistenzprofessorin der Pädiatrie an der Keio University School of Medicine in Tokyo, welche 34 Jahre lang an einer Essstörung leidende Frauen behandelt hat. Sie meint, dass besonders Japanerinnen unter Druck stehen und äußerst kritisch miteinander umgehen würden. In Japan ist die Angewohnheit allgegenwärtig, sich gegenseitig mit Adlersaugen zu überwachen, wie schlank die anderen Frauen denn seien (Harden 2010).

Dies bestätigt sich in den Aussagen meiner Freundin Sakura, die angab, dass manche Kleidungsstücke nur von schlanken Japanerinnen getragen werden dürfen: *„Wenn man dicker ist, hat man Probleme beim Auswählen der Kleidung.“* Viele junge Japanerinnen unterliegen der subjektiven Meinung, dass besonders schlanken Frauen Kleidung einfach besser stehen würde, und, dass es auch schlanken Frauen vorbehalten ist, gewisse Arten von Kleidungsstücken tragen zu dürfen. So auch die Schwester meiner Freundin Megumi, Hina: *„Wenn man schlank ist, kann man die Kleidung tragen, die man mag.“* Dies war übrigens eine der häufigsten Antworten, die im Zuge meiner Befragung gegeben wurde. Zwei Drittel meiner Befragungsteilnehmerinnen sind der Meinung, dass einige Kleidungsstücke nur von besonders schlanken Menschen getragen werden können. Hierbei gemeint ist wohl Kleidung, welche besonders viel Haut unbedeckt lässt, wie zum Beispiel kurze Hosen, Kleider oder Trägertops. Meine Freundin Megumi, deren Figur sie selbst am oberen Ende des Normalgewichtes einschätzt, meinte: *„Mit einer schlanken Figur würde ich keine Abneigung verspüren, meine Beine und Oberarme zu zeigen. Auch die Zahl der Kleidungsstücke die ich tragen könnte, würde sich erhöhen.“* An dem Tag, an dem ich mich mit ihr traf, um mich mit ihr zu unterhalten, trug sie wie immer weite Kleidung, um ihre Figur zu verstecken. Schon zuvor hatte sie mir davon erzählt, dass die darunter litt, nicht so schlank zu sein wie der Durchschnitt, und dass sie ihren Körper deswegen verstecken wolle.

Schlank zu sein wird offensichtlich als Vorteil angesehen, da man dadurch als junge Frau eine größere Auswahl an zur Verfügung stehenden Kleidungsstücken, welche man anziehen kann und darf, zu haben scheint. Meine Bekannte Ai sagt dazu: *„Ich denke, dass*

*schlanke Personen eine riesige Auswahl an westlichen Kleidungsstücken haben.“* Sie und andere Teilnehmerinnen scheinen der Meinung zu sein, dass das Tragen gewisser Kleidungsstücke nur dann gesellschaftlich akzeptiert wird, wenn man schlank ist. Im Zuge der Befragung zeigte sich, dass besonders westlich aussehende sowie gemischtrassige Models hoch im Kurs stehen. Zwei der Damen erwähnten, dass diese Models Mode besonders gut präsentieren könnten. Sie meinten, dass an kaukasisch aussehenden Models besonders westliche Kleidung besser aussehen würde, insbesondere, wenn diese schlank wären. So auch Ai: *„Ich denke ein weiterer Grund ist, dass westliche Kleidung schlanken Models so gut passt. Ich möchte, dass westliche Kleidung an mir genauso schön und cool aussieht, wenn ich sie trage.“*

Auch während eines Einkaufsbummels wurde mir der Hang junger Frauen zur Schlankheit schlagartig vor Augen geführt. Im Einkaufszentrum Lumine Est im Tokyoter Stadtteil Shinjuku machte ich an einem Geschäft halt, das im Eingangsbereich eine schwarze Jacke im Boyfriend-Blazer-Stil hängen hatte. Ich ging zielstrebig darauf zu, und bereits während ich die Jacke anzog, ertönte ein ‚Eeeeh!‘ aus der anderen Ecke des Geschäftes. Schnellen Schrittes kam eine der Verkäuferinnen auf mich zu, um mir zu sagen, wie toll mir das passen würde und wie cool (*kakko ii desu*) und schön ich damit aussehen würde (*sutairu ga ii desu yo*), weil ich so schöne lange schlanke Beine hätte. Bevor ich mich für die vielen Komplimente bedanken konnte, reagierte eine weitere Verkäuferin auf die erste, und kam von der anderen Seite des Geschäfts auf mich zugelaufen, um mir ebenfalls zu meinem Aussehen Komplimente zu machen. Als ich meinte, dass mein Aussehen und meine Körpergröße nichts Besonderes seien, korrigierten sie mich sofort und meinten, dass ich so schön groß und schlank sei, und sie mich darum beneiden würden. Diese Szene wiederholte sich noch weitere dreimal an diesem Tag in dem Einkaufszentrum.

Ein paar Tage später wiederholte sich die Szene wieder, als ich, nach dem Mittagessen in einem Restaurant für Kyotoer Küche im Yokohama Landmark Tower, eines der sich ebenfalls im Gebäude befindenden Bekleidungsgeschäfte betrat. Ich entschied mich, einen knielangen, hellbraunen Rock und einen grünen Strickpullover dazu zu probieren. Den Pullover steckte ich dabei in den Rock, so wie es aktuell angesagt zu sein schien in Japan – auch die Verkäuferin der Modeboutique war im selben Stil gekleidet. Als ich nach dem Umziehen aus der Umkleidekabine trat, um mich im großen Spiegel davor anzusehen, wartete besagte Verkäuferin bereits davor auf mich. Sie wollte mich wohl fragen, ob ich Hilfe bräuchte, doch sie war regelrecht entzückt von meinem Aussehen. *„Sie sehen ja wirklich umwerfend*

*aus! Und sie haben so unglaublich lange Beine! Wirklich beneidenswert!*“ Zuerst etwas irritiert bedankte ich mich, meinte dann aber, dass lange Beine nicht nur Vorteile hätten. Doch das hielt sie nicht davon ab, noch einmal bestimmt darauf hinzuweisen, wie gerne sie dieselben Attribute hätte. ‚Beneidenswert‘ wurde auch während der Befragung genannt, um noch einmal mit Nachdruck deutlich zu machen, dass meine Teilnehmerinnen ebenfalls gerne eine schlanke Silhouette haben wollen. So auch von meiner Freundin Sakura: *„Ich finde es beneidenswert, wie die getragene Kleidung oder elegante Kleidung um den Körper fällt, wenn man schlank ist.“* Drei meiner Teilnehmerinnen waren sogar strikt der Meinung, dass ausschließlich schlanke Frauen enge Kleidung tragen könnten. Auf Vorlage eines Bildes mit einer übergewichtigen jungen Frau antwortete meine Freundin Nanami, dass sie, wenn sie so aussehen würde, keine modische, kurze oder enge Kleidung tragen könne, und dass sie mit so einer Figur auch nicht so viel Haut zeigen könne.

Meine Bekannte Yuka meinte: *„Ich denke, dass es für Frauen in Japan besonders für die Ästhetik wichtig ist, schlank auszusehen.“* Zum schlanken Körper werden zusätzlich lange, schlanke und gerade Beine als ästhetisch angesehen, was auch die Werbung widerspiegelt, in welcher im Bereich Beauty und Mode hauptsächlich kaukasische, beziehungsweise gemischtrassige Models bevorzugt werden. Man könnte fast von einer ‚Verwestlichung‘ des aktuellen Schönheitsideales unter jungen erwachsenen Japanerinnen sprechen. *„Insgesamt denke ich, dass eine schlanke Figur für Japanerinnen und Japaner ästhetisch sind. Ich denke, dass das auch der Grund für den Boom von unterschiedlichsten Diäten ist.“*, so meine Freundin Sakura. Und genau dieser Schlankheitswahn für die Schönheit scheint schlussendlich auch der Grund für den rasanten Anstieg an verfügbaren Diäten zu sein, welche den jungen Frauen wiederum suggerieren, dass sie zu dick seien und abnehmen müssten. Einige Frauen haben sogar regelrecht eine Abneigung gegen Normal- und Übergewicht entwickelt, so auch meine Freundin Miki: *„Ich würde es hassen, fett zu sein. Ich hasse wie es aussieht. Auch finde ich, dass meine bevorzugte Mode besser an schlanken Mädchen aussieht.“*

Überdurchschnittlich schlank und bis zum medizinischem Untergewicht dünn zu sein, scheint dem aktuellen japanischen Schönheitsideal zu entsprechen. Es scheint ein Garant dafür zu sein, gut auszusehen. Schuld daran scheint schlussendlich auch der Einfluss der Modeindustrie zu sein. ‚Schlank‘ zu sein bedeutet, ‚schön‘ zu sein, und das äußert sich nicht zuletzt auch in der Mode, die, von jungen Japanerinnen subjektiv empfunden, nur an einem schlanken Körper getragen werden kann.

## 6.2. ‚Schlank‘ ist selbstbewusst

Selbstkontrolle, Selbstmanagement, Selbstvertrauen – diese drei Werte verbinden meine fünfzehn Teilnehmerinnen mit schlanken Körpern. In der heutigen Gesellschaft des Überflusses und Reichtums steht fast jeder Bewohnerin und jedem Bewohner in Industrienationen nahezu unendlich viel Nahrung zur Verfügung. Mit der Verwestlichung der japanischen Küche seit dem Ende des letzten Jahrhunderts stieg auch die Aufnahme von Fett und Zucker. Auch die Zahl der Übergewichtigen stieg zwar langsam, aber stetig, an. Das ständige Überangebot an gut schmeckenden Verlockungen führte dazu, dass übergewichtige Menschen als jemand gesehen werden, die sich nicht zurückhalten können. Diese Denkweise bestätigte sich auch während meiner Befragungen. *„Wenn Sie in einem Flugzeug in der Mitte sitzen würde, hätte sie Probleme. Und ich denke, dass sie gerne Pizza isst und Cola trinkt. Ich denke, sie ist zu dick.“*, reagierte Hana, auf das Bild mit verschiedenen Körperformen, dass ich ihr vorlegte. Damit meinte sie die Frauen mit der Figur, welche der Adipositas Klasse III, also einem BMI von über 30 kg/m<sup>2</sup>, entspricht. Drei Teilnehmerinnen bezeichneten sie als Sumo-Ringerin und andere machten sich Sorgen über die gesundheitliche Verfassung der imaginären Frau. Alle jedoch reagierten geschockt und meinten, dass sie viel zu dick sei und führten das auf mangelnde Selbstkontrolle zurück. Das meinte auch Ai: *„Ich glaube, dass, weil sie so fett ist, sie sich wohl überhaupt nicht selbst kontrollieren kann.“*

Ohne das andere die genauen Umstände für das Übergewicht einer Person kennen, kann es schnell passieren, als jemand abgestempelt zu werden, der sich nicht im Griff hat und sich nicht davor zurückhalten kann, unkontrolliert zu essen. So meinte Hana weiter, dass *„[w]enn man dick ist, wird man sofort als jemand abgestempelt, der sich selbst nicht im Griff hat. Deswegen will ich meine Standardfigur behalten. Weil ich klein bin, fällt es auch noch mehr auf, wenn ich dick bin.“* Diese Angst, unter Umständen als maßlos gesehen zu werden, geht bei manchen Frauen so weit, dass auch manche trotz schlanker Figur bereits Angst davor haben, auf Grund von ein, zwei Extra-Kilos, als unbeherrscht abgestempelt zu werden. Mao meinte dazu: *„Es ist schon ok, wenn man nicht schlank ist. Aber wenn man dick ist, wird man sofort mit dem Label versehen, dass man sich nicht selbstbeherrschen kann. Und das Ergebnis davon ist, dass das dann auch Einfluss aufs Berufs- und Liebesleben hat.“* Ein schlanker Körper scheint ein eindeutiges Zeichen für junge Frauen zu sein, dass sie ihr Leben im Griff haben. Dieser Meinung ist auch Befragungsteilnehmerin Yume: *„Weil Menschen, die weder zu dünn und nicht zu dick sind, so aussehen, als ob sie sich und ihr Leben im Griff haben und sich selbst*

*beherrschen können, haben sie einen Vorteil in unterschiedlichen gesellschaftlichen Situationen.“*

Das geht soweit, dass sich einige junge Frauen bereits einreden, dass sie keine Angst vor den kritischen Blicken anderer Personen haben müssen, wenn sie denn schlank sind. So auch meine Freundin Sakura: *„Schlanke Menschen, die schön anzusehen sind, brauchen sich nicht darum zu kümmern, was andere Leute über sie denken.“* Auch hier machten sich die Teilnehmerinnen wie beim Aussehen Gedanken darum, wie sie auf andere wirken würden. Der Kulturwissenschaftler Geert Hofstede reihte zwischen 1967 und 1973 Länder in sechs verschiedene Kulturdimensionen ein. In der Kategorie ‚Unsicherheitsvermeidung‘ vergab er an die japanische Kultur 92 von 100 Punkten (The Hofstede Centre o.A.). Grund für den hohen Wert ist, dass es in Japan für jede gesellschaftliche Situation Regeln gibt, nach denen sich jede Japanerin und jeder Japaner richten soll, um Unsicherheiten über korrektes Verhalten zu vermeiden. Die stricte Norm, sich an Regeln zu halten und sich damit anderen Menschen anzupassen, hat dazu geführt, dass Japanerinnen und Japaner in der Gruppe nicht auffallen möchten. Nur, wer nicht auffalle, könne friedlich in der japanischen Gesellschaft leben und überleben. Dies scheint laut Megumi auch für das Aussehen zu gelten: *„Wenn ich dick bin, mache ich mir Sorgen darum, was andere von mir denken. [...] Wenn man schlank ist, ist der erste Eindruck gut.“*

Der Großteil, fast 96 Prozent, der erwachsenen japanischen Bevölkerung sind unter-, beziehungsweise normalgewichtig. Als übergewichtige Person zählt man in Japan so zur Minderheit und weicht von der Norm ab, man fällt auf. Sakura meinte dazu: *„In Japan sind dicke Menschen immer und überall unerbittlichen Blicken ausgesetzt. Sie werden von anderen, aber auch Kindern, Freundinnen oder Freunden gemobbt und man macht sich über sie lustig. Und auch im Fernsehen werden Dicke als Lachnummern dargestellt, was ich persönlich nicht gut finde. So ein Leben zu führen, bei dem alle auf einen schauen, ist wirklich beängstigend.“* ‚Schlank‘ bedeutet, neben Selbstkontrolle und Selbstmanagement sowie Selbstvertrauen zu besitzen, auch noch, seriös, vertrauenswürdig und ernsthaft zu sein. Menschen mit von der Norm abweichenden physikalischen Merkmalen werden in den Medien oft als lustig dargestellt – darunter auch übergewichtige Menschen. Ein Beispiel ist der Transvestit und Comedian Matsuko Deluxe, welcher auf Grund seiner Popularität täglich in Shows und in der Werbung vertreten ist. *„Im Fernsehen werden Dicke oft als Lachnummern dargestellt, aber da werden auch andere physikalische Eigenschaften, wie das Gesicht, als*

*seltsam dargestellt.*“, gibt meine Bekannte Yuka zu bedenken. Dieser Umstand, dass man sich über Übergewichtige öffentlich lustig macht, und deren mediale Diffamierung normal zu sein scheint, bereitet zehn meiner Umfrageteilnehmerinnen Kopfzerbrechen.

Dass übergewichtige Menschen in den Medien zum Gelächter gemacht werden, bereitet besonders drei meiner Teilnehmerinnen große Sorge. Vor allem von den Medien beeinflusst wiesen sie darauf hin, dass sie Angst davor hätten, etwas fülliger zu werden, da sie ihrer Meinung nach dann viel leichter zum Gespött werden würden. So auch Sakura: *„Obwohl es auch nicht gut ist, zu dünn zu sein, machen schlanke Menschen sowohl auf Frauen, als auch auf Männer einen positiven Eindruck. Außerdem sind Dicke an Schulen oder am Arbeitsplatz das Ziel von Mobbing oder Hänseleien.“* Für sie, wie auch für die anderen Teilnehmerinnen, liegt das Problem darin, dass dicke Menschen in den Medien als lustig dargestellt werden, und sie würden auf keinen Fall ausgelacht werden wollen. Sie würden lieber als selbstbewusste Frauen auftreten, welche ihr Leben, und auch ihren Körper, augenscheinlich im Griff haben.

### **6.3.        ,Schlank‘ ist Glück in der Liebe**

Eines Abends, als meine Freundin Miki und ich uns über die Zeit unterhielten, in der sie in für ein halbes Jahr in Wien wohnte, fiel unsere Unterhaltung auf die Weihnachtsfeier der des Instituts für Japanologie der Universität Wien, auf der wir uns kennengelernt hatten. Sie erzählte mir, dass sie auf derselben Feier ebenfalls eine japanische Freundin im selben Alter, welche sie auf Facebook kennen gelernt hatte, zum ersten Mal traf. Sie begann damit, dass sie besagter Freundin erzählte, wie sie selbst als junge, schlanke Frau oft von fremden Männern angesprochen und belästigt werde, in Wien, aber auch allzu oft in Japan. Miki, selbst klein und zierlich, empfand solche Situationen, in denen ihr Fremde nachstellten, immer als äußerst unangenehm und wünschte sich, so etwas nie wieder erleben zu müssen. Während der Unterhaltung warnte sie ihre Freundin vor Fremden, welche einfach junge Frauen ansprechen würden, und dass sie vor allem nachts, wenn es dunkel ist, aufpassen solle. Die Freundin war ganz erstaunt von ihrer Geschichte, weil ihr das noch nie passiert sei. Miki war fast etwas beleidigt, dass ihre Facebook-Bekanntschaft sie überhaupt nicht ernst nahm.

Meine Freundin hatte auch gleich eine Erklärung für das Unwissen der anderen parat. Sie fuhr fort und meinte, dass der Grund dafür, dass sie die Situation nicht ernst nahm, der

sei, dass ihr das noch nie passiert sei. Und das wiederum sei für sie darauf zurück zu führen, dass ihre Bekanntschaft mollig sei (*botchari shite iru*). Sie hätte zwar ein süßes Gesicht, meinte Miki, sie aber wäre noch viel niedlicher (*kawaii*), wenn sie ordentlich abnehmen würde. Ihre Facebook-Bekanntschaft wäre auf Grund ihrer Statur einfach noch nie einer solchen Situation ausgesetzt gewesen, in der sie Männer einfach angesprochen hätten. Daher hätte sie auch einfach noch kein Gespür dafür entwickelt, und die Gefahr nicht erkennen können. Miki meinte, dass bisher auf Grund ihrer Figur noch niemand auf sie aufmerksam geworden sei, und deswegen auch noch niemand Flirtversuche unternommen hätte. Trotzdem aber war sie weiterhin der Meinung, dass das Mädels trotz ihrer Figur besser auf der Hut sein sollte, weil manche Männer auch auf ‚ihren Typ‘ Frau stehen würden – ein paar wenige würden ja schließlich auch auf *marshmallow girls*, wie mollige Frauen sich in Japan gerne selbst nennen, stehen. Ihre Reaktion auf das Verhalten ihrer Bekannten zeigte mir, dass sie der Meinung war, dass Männer eher schlanke Frauen bevorzugten.

Nicht direkt als Mobbing klassifiziert werden kann ein in der japanischen Kultur offenbar gängiges Verhalten, welches bei meinen befragten jungen Frauen auf große Ablehnung stößt: die Tatsache, dass es offenbar sozial akzeptiert ist, sie offen auf ihr Gewicht anzusprechen. Ich fragte meine Freundin Kaho, ob sie denn schon einmal auf ihr Gewicht angesprochen worden ist. Sie meinte, dass es ein Ereignis gäbe, welches für sie wohl für immer unvergesslich im Gedächtnis bleiben würde: Sie selbst schätzt ihr Gewicht an der oberen Grenze zum Normalgewicht ein und empfindet sich schon seit jeher als etwas dicker als die durchschnittliche Japanerin. Weil sie regelmäßig mit dem Rad fährt, sind auch noch ihre Beine muskulös. Eines Tages, während eines Treffens von Studienkolleginnen und -kollegen am Universitätsgelände, wurde sie von einem ihrer männlichen Kollegen darauf hingewiesen, dass sie sicher sehr hübsch wäre, wenn sie denn etwas schlanker wäre. Es belastete sie und war damals wirklich ein Schock für sie. Auch wenn es für sie ebenfalls der Realität entsprach, war es für sie unmöglich, dass ihr so etwas von einem, dazu noch, männlichen Kollegen gerade ins Gesicht gesagt wurde. Sie fühle sich von ihrem Kommilitonen ihres Aussehens betreffend herabgewürdigt und unter Druck gesetzt. Auch andere meiner Teilnehmerinnen wurden bereits von Männern auf ihre Figur angesprochen. Meine Bekannte Riko, welche sportlich ist und regelmäßig Fußball spielt, kritisierte, dass sie bereits von einem Mann auf ihren Körper angesprochen wurde. Dieser meinte, dass ihre Beine ‚dick‘ und ihr

Hintern ‚gigantisch‘ wären. Sie war von dieser Aussage demoralisiert und fühlte sich schlecht in ihrem Körper.

Hina, die Schwester meiner Freundin Megumi, meinte: *„Männer mögen schlanke Frauen lieber.“* Das gaben ganze zwei Drittel meiner Befragungsteilnehmerinnen an. Sie sind der Meinung, dass schlanke Frauen es einfacher hätten, einen Partner zu finden. Ihnen wird sowohl von den Medien, als auch von vielen Männern selbst, vermittelt, dass japanische Männer schlanke Frauen gegenüber normalgewichtigen oder molligen bevorzugen würden. Regelmäßig werden online oder in Magazinen Umfrageergebnisse veröffentlicht, welche die Vorstellungen japanischer Männer bezüglich ihrer idealen Frau zusammenfassen. So ergab die Umfrage eines japanischen Männermagazins im Juni 2014, dass die ideale Freundin bei 157 Zentimetern Körpergröße rund 44 Kilogramm wiegen sollte – was einem BMI von 17,9 kg/m<sup>2</sup> entspricht. Ein Mann antwortete sogar, dass seine Idealfrau 152 Zentimeter groß und 37 Kilogramm leicht und somit krankhaft untergewichtig sein sollte. Doch nicht alle Teilnehmer der Umfrage waren auf Zahlen, aber trotzdem auf die Figur fixiert. Einer zum Beispiel meinte, dass es ihm egal wäre, wie groß sie wäre, so lange sie einfach eine schlanke Taille hätte (Baseel 2014). Auch wenn im Artikel nicht geschrieben steht, wie alt die Umfrageteilnehmer sind, weisen die getragenen Schuluniformen auf den beigefügten Fotos hin, dass es sich dabei um Oberschüler gehandelt haben könnte.

Außerdem scheinen sich die Anforderungen des japanischen männlichen Geschlechts an Frauen dahingehend zu unterscheiden, ob sie eine Freundin oder eine Ehefrau suchen. Spielvogel schreibt, dass Japanerinnen und Japaner dem zustimmen. Besonders eine Heirat würde einen Wendepunkt in der Definition von Schönheit sowie für die Bedeutung von attraktivem Aussehen darstellen. Insbesondere japanische Männer hätten unterschiedliche Erwartungen gegenüber einer Ehefrau und einer Freundin (Spielvogel 2003: 152-153). Eine 28-jährige Japanerin, welche Spielvogel dazu in einem Fitnessklub in Tokyo interviewt hat, hat dazu folgendes geantwortet: *“Im Gegensatz zu amerikanischen Männern, für die mehr als nur das Aussehen zählt und die eine Freundin mit Humor und gutem Charakter haben wollen, geht es japanischen Männern nur darum, wie eine Frau aussieht. Was Männer in einer Ehefrau und einer Freundin sehen, ist komplett unterschiedlich. Als Ehefrau wollen sie jemanden, der gut kochen kann und den Haushalt schmeißt, aber als Freundin wollen sie jemanden, der gut aussieht, den sie herzeigen und mit der sie angeben können. Das ideale Aussehen ist schlank, mit langen Haaren.”* (zit. Spielvogel 2003: 153).

Dass viele Männer nur am Aussehen interessiert sind, bestärken Antworten, wie sie im zuvor genannten Interview gegeben wurden. Ein auf JCast News veröffentlichter Artikel fasste die Ergebnisse einer Umfrage von ‚Match Alarm‘, einer japanischen Dating-App für Personen, welche auf der Suche nach einem Heiratspartner sind, zusammen. Die Umfrage wurde zwischen dem 10. und 12. April 2014 unter 2852 Männern und Frauen in ihren 20ern und 30ern durchgeführt. Im Zuge der Umfrage antworteten 77,6 Prozent der männlichen Teilnehmer, eine schlanke Freundin zu bevorzugen. Als Gründe wurden unter anderem genannt, dass diese gepflegter aussehen würden und wirken würden, als ob sie sich besser beherrschen könnten. Andere meinten, dass sie ihre Freundin dann stolz herzeigen und sie das Gefühl hätten, sie beschützen zu können. Fülligere Frauen hätten ein ungesundes, schlampiges Image. Auf der anderen Seite antworteten ebenfalls 78,3 Prozent der Frauen, dass sie ebenfalls schlanke Männer bevorzugen würden (JCast News 2014).

Frauen scheinen aber nicht nur schlanke Männer, sondern auch schlanke Frauen zu bevorzugen. Zwei meiner Teilnehmerinnen, Ayaka und Sakura, waren der Meinung, dass ein schlanker Körper bei beiden Geschlechtern, Männern und Frauen, einen besseren Eindruck hinterlassen würde: *“Wenn man gut aussieht, hat man auch mehr Selbstvertrauen, und ich denke, dass man sowohl beim eigenen, als auch beim anderen Geschlecht gut ankommt.”* Wie bereits erwähnt werden Frauen nicht nur von Männern kritisch beäugt, sondern auch von anderen Frauen: *„Obwohl es auch nicht gut ist, zu dünn zu sein, macht eine schlanke Figur sowohl bei Frauen also auch bei Männern einen positiven Eindruck.“* Schlank zu sein macht nicht nur einen besseren Eindruck, sondern schafft laut meinen Teilnehmerinnen einen essentiellen Vorteil bei der Partnersuche.

#### **6.4. ‚Schlank‘ ist gesund**

*„Ich denke, dass eine schlanke Figur gesund ist.“* Das war nicht nur Megumis, sondern die Meinung von knapp der Hälfte, nämlich acht, meiner Umfrageteilnehmerinnen. Sollte das der Realität entsprechen, so müssten schlanke Japanerinnen mit einem besonders guten Immunsystem ausgestattet sein. Tatsächlich sind, wie zuvor bereits erwähnt, nur rund vier Prozent aller Erwachsenen in Japan fettleibig (OECD 2014: 2). Trotzdem, oder vielleicht sogar gerade deswegen, um das Problem so schnell als möglich einzudämmen, entschloss sich die japanische Regierung dazu, 2008 ein Gesetz zur Bekämpfung von der schleichenden

Verbreitung von Adipositas im Land zu verabschieden. Mit diesem sollte die Zahl der krankhaft Übergewichtigen im Land gesenkt, zu einem aktiveren Lebensstil animiert, und die japanische Bevölkerung so gesünder gemacht werden. Die damals ständige Präsenz der Regierungsmaßnahmen gegen das ‚Metabolische Syndrom‘ in den Medien hat einige meiner Teilnehmerinnen dahingehend beeinflusst, dass das Erkranken am besagten Syndrom unbedingt vermieden werden müsse. So auch Sakura: *„Übergewicht erhöht das Risiko von Zivilisationskrankheiten, deswegen führt das Aufrechterhalten einer gemäßigten Figur zur Gesundheit, und ist ein wichtiger Indikator für diese. [...] Übergewicht und das ‚Metabolische Syndrom‘ werden in Gesundheitszeitschriften oder TV-Programmen oft thematisiert, deswegen wird ‚dick sein‘ als etwas Schlechtes wahrgenommen.“* Da im Fernsehen häufig über Diäten und deren Wirksamkeit und Wirkungslosigkeit gesprochen wird, sehen sich junge Frauen oft unter Druck gesetzt, diese umsetzen zu müssen. Sie sind aber auch der Meinung, dass diese förderlich für ihre Gesundheit seien. Der Überzeugung ist auch meine Bekannte Kyōko: *„Weil es im Fernsehen so viele Sendungen über Diäten gibt, habe ich das Gefühl, dass man immer auf seine Gesundheit Acht geben muss.“* In den Medien würde erklärt werden, welche Diäten wirksam seien und welche nicht. Auch würden viele Diäten so dargestellt werden, als ob es ganz einfach wäre, diese umzusetzen und spielend leicht und ohne viel Aufwand mit ihnen abzunehmen zu können.

Rund die Hälfte, nämlich acht meiner 15 Teilnehmerinnen, gaben während der Befragung an, dass ein schlanker Körper ein Maß für Gesundheit für sie darstelle. Die Hälfte dieser gab an, dass maßgeblich die in den Medien propagierte Meinung für ihre Einstellung zum gesundheitlichen Aspekt von Schlankheit verantwortlich wäre. Besonders eine meiner zwei jüngsten Teilnehmerinnen (beide 20 Jahre alt), Yume, meinte, dass schlanke Frauen in den Medien deshalb so schlank und so besonders seien, weil diese sich so gesund ernähren und so ihre Körper auch gesund halten würden: *„Frauen oder Models im Web oder in Zeitschriften sind nicht nur schlank, sie können auch ihre Körper trainieren, haben gute Essgewohnheiten und können so ihre Körper gesund halten.“*

Der 2005 vom japanischen Ministerium für Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei jährlich erscheinende Bericht über Ernährung, Landwirtschaft und ländliche Gebiete warnte vor den ungesunden Essgewohnheiten der japanischen Jugend. Deren ungesunde Ernährung im Jugendalter könnte später zu Übergewicht, Diabetes und anderen damit verbundenen Zivilisationskrankheiten führen. Laut dem Bericht würden 20 Prozent der

Schulkinder manchmal oder oft nicht frühstücken. Außerdem würden rund die Hälfte der Grund- und Mittel- sowie 20 Prozent der Oberschülerinnen und -schüler eine *juku*<sup>10</sup> besuchen, und danach ihr Abendessen oft in Convenience-Märkten kaufen. Kampagnen zur Aufklärung um gesündere Ernährung, Produktion von Lebensmitteln, Landwirtschaft und chemische Prozesse um die Lebensmittelherstellung an den Schulen folgten. Zwischen 2004 und 2014 stieg die Anzahl der Lehrerinnen und Lehrer für Ernährungserziehung (*shokuiku*) im Land von 34 auf über 4000. Außerdem wurden 2014 nochmals 200 Millionen Yen (rund 1,7 Millionen Euro) an Regierungsgeldern für den weiteren Ausbau des neuen Systems zur Verfügung gestellt (Nerman 2015, N.N. 2006). Junge Frauen, welche jetzt Mitte 20 sind, wuchsen mit dem neuen Grundgesetz zur Ernährungserziehung auf, welches 2005 in Kraft trat. Sie erhielten Ernährungsunterricht in den Schulen und ihnen wurde beigebracht, welche Ernährung gesund und wichtig für ihren Körper ist.

Während der Befragung wurde zum einen erwähnt, dass eine schlanke Figur gesunder wäre, aber auch, dass dicke Menschen ungesund aussehen und ihnen ein ungesundes Image anhaften würde. Dies prangerte unter anderem Kyōko an: *“Sowohl in Japan, als auch in Europa und den USA gibt es dicke Menschen. Es geht nicht nur darum, schlank zu sein, sondern man muss auch an die Gesundheit denken. Ich denke, dass die Menschen in diesen Ländern sich auch darum kümmern müssen, sich einen gesunden Körper zu formen.”* Es ist nicht so, dass schlanken Körpern ein gesundes Image anhaftet, sondern oft wird im Umkehrschluss geschlussfolgert, dass ein schlanker Körper gesünder sein muss als ein nicht-schlanker – Übergewicht sei ja verantwortlich für viele Krankheiten und Leiden. *„Wenn man dick ist, ist das nicht gut für die Gesundheit.“*, gab Megumi zu bedenken.

Während der Befragung habe ich meinen Teilnehmerinnen Frauen unterschiedlicher Figurtypen (siehe Abbildung 1 im Kapitel 4.2.2.) vorgelegt. Die schlankste davon war eine Frau mit medizinischem Untergewicht, welche etwa einem BMI von weniger als 18,5 kg/m<sup>2</sup> entsprach. Nur zwei Teilnehmerinnen, darunter eine der zwei jüngsten Teilnehmerinnen, Yume, empfand, dass diese ungesund und kränklich aussah: *„Sie ist schlank, aber auch wenn es sich ungesund anfühlt denke ich nicht, dass sie zu dünn ist.“* Sie empfand die Frau grenzwertig schlank, fand aber trotzdem, dass deutliches medizinisches Untergewicht nicht zu schlank sei. Die selbe Teilnehmerin gab in ihrem Fragebogen an, dass sie sich selbst erst ab

---

<sup>10</sup> Förderunterricht nach dem Schulunterricht, während dem neuer Stoff für Aufnahmeprüfungen gelehrt wird.

einem BMI von 15,9 kg/m<sup>2</sup> als zu dünn empfinden würde. Neun Befragungsteilnehmerinnen empfanden die schlanke Frau auf dem Bild als normal oder sahen sie als ihren Idealtyp an. Auch erwähnten mehrere, dass sie gesund (*kenkō*) aussehen würde. So sagte zum Beispiel Kyōko kurz und knapp: „*Schön. Schaut gesund aus. Ideal.*“ Im Gegensatz dazu wurde der Frau mit der dickeren Figur nachgesagt, dass sie gerne ungesunde Lebensmittel zu sich nehmen würde und dass sie ein erhöhtes Risiko hätte, zu erkranken: „*Zu dick, ungesund, sie hat ein erhöhtes Risiko für Krankheiten in Verbindung mit Übergewicht!*“, meinten Sakura, und meine Bekannte Yuka befürchtete eine Herz-Kreislaufkrankung: „*Das ist sicher belastend fürs Herz.*“

Schlank zu sein scheint für junge Japanerinnen subjektiv empfunden ein Garant für Gesundheit zu sein. Obwohl von der Regierung und den Medien schlanke Körper als Allgemeingut propagiert werden, welche für eine gesunde japanische Gesellschaft stehen, gaben nur acht Teilnehmerinnen, also knapp die Hälfte, an, Schlankheit mit Gesundheit zu assoziieren. Dafür, dass schlanke Körper trotz Untergewicht dem aktuellen Schönheitsideal junger Frauen entsprechen, wurde, verglichen mit dem Aufwand der Regierung in Form von durchgeführter gesundheitspolitischer Maßnahmen, der Aspekt der Gesundheit selten angesprochen. Meinen Befragungsteilnehmerinnen scheint diese Perspektive auf ihre Figur durchaus bewusst zu sein, jedoch ist sie deutlich weniger ausgeprägt als die Bedeutung von Aussehen und Mode, welche von zwei Dritteln meiner jungen Frauen angesprochen wurde.

### **6.5.        ‚Schlank‘ ist erfolgreich**

Regelmäßig wird in Nachrichtenbeiträgen davon berichtet, dass Studien zu dem Ergebnis kamen, dass schlanke Frauen besser verdienen würden als Frauen mit höherem Körpergewicht. Diese Medienberichte könnten eine der möglichen Ursachen dafür sein, wieso ein großer Teil der japanischen junge Frauen der Meinung ist, dass ihnen ein schlanker Körper Vorteile in der Arbeitswelt bringen würde. Vorteile durch Schlankheit wittert auch meine Freundin Megumi: „*Wenn man schlank ist, bekommt man leichter einen Job. Der Grund ist, dass andere denken, dass man langsam arbeitet, wenn man dick ist.*“ Zusätzlich erscheinen nahezu monatlich Studienergebnisse, welche bestätigen, dass schöne Menschen erfolgreicher sind. 2010 zum Beispiel veröffentlichten die Ökonomen Timothy A. Judge und Daniel Cable die Ergebnisse ihrer Studie „*When it comes to pay, do the thin win? The effect of weight on pay for men and women*“, in der sie versuchten, einen Zusammenhang zwischen dem als

über Jahrzehnte als Schönheitsideal geltende Körpergewicht von Arbeitnehmerinnen und deren Gehalt herzustellen – unabhängig vom sozialen Status, Gesundheit und Ausbildung. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass schlanke Frauen in den USA, welche rund elf Kilogramm unter dem Durchschnitt wogen, besser für ihren Job bezahlt werden würden, nämlich um rund 15.000 US Dollar mehr pro Jahr. Frauen mit einem höheren Gewicht verdienten tendenziell weniger. Als Grund dafür vermuteten die Ökonomen, dass Frauen, welche dem medial propagierten Ideal näherkämen, eher auffielen. Auch wenn es diesbezüglich keine Studien zum Gehalt Frauen auf dem japanischen Arbeitsmarkt gibt, so ist zumindest die Hälfte, genauer gesagt acht, meiner 15 Befragungsteilnehmerinnen der Meinung, dass ihnen eine schlanke Figur Vorteile bei der Arbeitssuche bringen würde.

Meine 15 Befragungsteilnehmerinnen gaben bisher an, dass sie direkt oder indirekt der Meinung seien, dass ihnen eine schlanke Figur nicht nur besser aussehen ließe, ihnen mehr Selbstbewusstsein und Selbstmanagement sowie Glück in der Liebe versprechen würde, sondern ihnen zusätzlich auch noch dazu verhelfen würde, leichter eine Anstellung zu bekommen. So antwortete Ai: *„Schlanke Menschen haben in Punkto westlicher Kleidung einfach mehr Auswahlmöglichkeiten und haben beim Finden einer Anstellung, je nach Berufssparte, wahrscheinlich einen Vorteil, da sie wirken, als könnten sie sich selbstbeherrschen.“* Auch wenn nicht alle der acht Teilnehmerinnen, welche schlanken Körpern Vorzüge in der Arbeitswelt einräumten, damit einverstanden waren, dass schlanke Frauen unlautere Vorteile dadurch zu erhalten, so gingen sie doch davon aus, dass schlanke Frauen dank ihrer körperlichen Attribute bevorzugt werden. Teilnehmerin Mao räumte ein, dass man nicht zwingend schlank sein müsse, dass es aber doch Vorteile haben könnte: *„Es ist schon ok, wenn man nicht schlank ist. Aber wenn man dick ist, wird man sofort mit dem Label versehen, dass man sich nicht selbst beherrschen kann. Und das Ergebnis davon ist, dass das dann Einfluss auf den Beruf und die Liebe hat.“*

Ein schlanker Körper wird von den jungen Frauen, wie bereits erwähnt, mit Selbstbeherrschung und Selbstmanagement verbunden. Diese Vorzüge scheinen für sie auch während der Arbeitssuche ausschlaggebend dafür zu sein, sich bessere Chancen für eine neue Stelle erhoffen zu können – so meine Bekannte Mei: *„Bei schlanken Menschen hat man den Eindruck, dass sie bessere Selbstbeherrschung haben, und das hat positive Auswirkung auf die Jobsuche.“* Ein Grund dafür sei vor allem, dass Menschen, die man nicht kennt, zuerst unterbewusst nach dem Äußeren beurteilt werden, da das Aussehen das sei, was der

Gegenüber als erstes sehen und sich so bereits im Vorfeld eine gewisse Meinung bilden würde, mutmaßt Kyōko: „Bei Vorstellungsgesprächen wird man auch nach dem Äußeren beurteilt.“

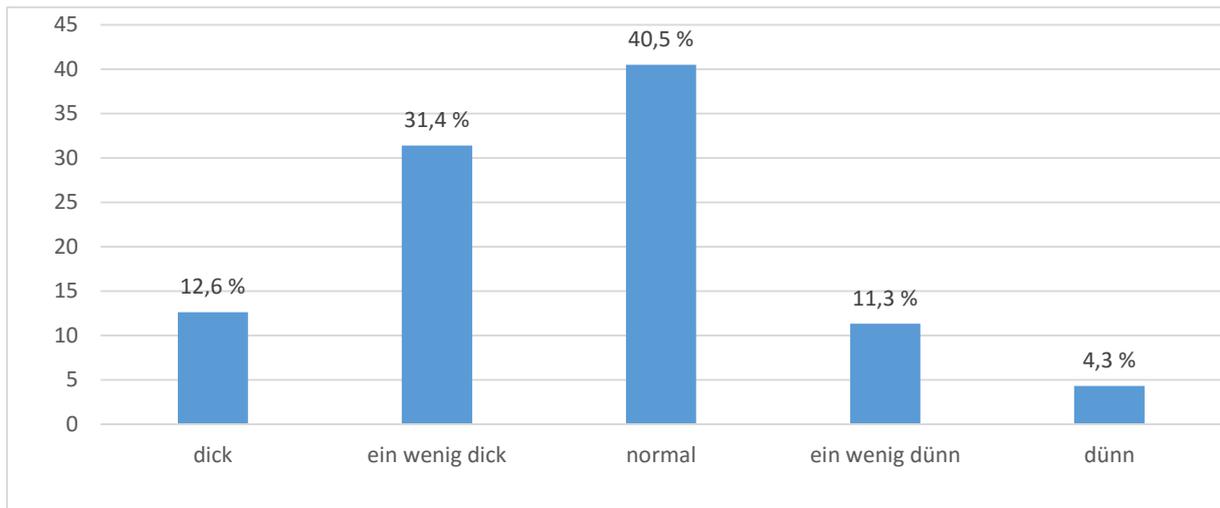
Meine Freundin Miki gab an, durch Mundpropaganda erfahren zu haben, dass schöne Frauen bei Vorstellungsgesprächen bevorzugt werden: „*Ich habe gehört, dass schöne oder niedliche Frauen bei Vorstellungsgesprächen leichter eine Stelle bekommen würden als normale Frauen.*“ Aber was genau ist für sie ‚schön‘? Da das aktuelle Schönheitsideal eine schlanke Figur bis zum klinischen Untergewicht bedeutet, könnte dies mit ‚Erfolg‘ gleichbedeutend sein.

## 7. Verzerrtes Körperbild: Schlankheit(swahn) als gesellschaftliche Norm

Laut dem *National Health and Nutrition Survey Japan* waren 2011 rund 30 Prozent der 20 bis 29-jährigen Japanerinnen klinisch untergewichtig. Von Experten und Massenmedien wurden unterschiedlichste Theorien über den Grund dieser hohen Rate aufgestellt. Diese reichen vom Druck der Mütter auf ihre Töchter, schlank zu bleiben, kulturellen Einflüssen aus den USA und Europa oder dem von Modemagazinen, Idolen und Prominenten ausgehenden gesellschaftlichen Druck, schlank sein zu müssen. Pike und Borovoy (2004) bemängelten bereits vor über zehn Jahren die eindimensionale Sichtweise auf das Streben junger erwachsener Japanerinnen nach Schlankheit. Sie meinten, dass der stetige Anstieg nicht allein auf die Verwestlichung der japanischen Gesellschaft zurückzuführen sei, und äußerten, dass das Modell der Verwestlichung um kulturell spezifische Dimensionen wie Genderrollen und japanische Schönheitsideale erweitert werden sollte. Was in dieser Debatte fehle, seien qualitative Studien zu subjektiven Gründen für das Streben der jungen Frauen nach Schlankheit. Diese Masterarbeit setzt hier an, um die bisherige Forschung zum Thema ‚Untergewicht junger erwachsener Japanerinnen und ihren Beweggründen, unentwegt nach Schlankheit zu streben‘, um eine zusätzliche, qualitative Dimension erweitern.

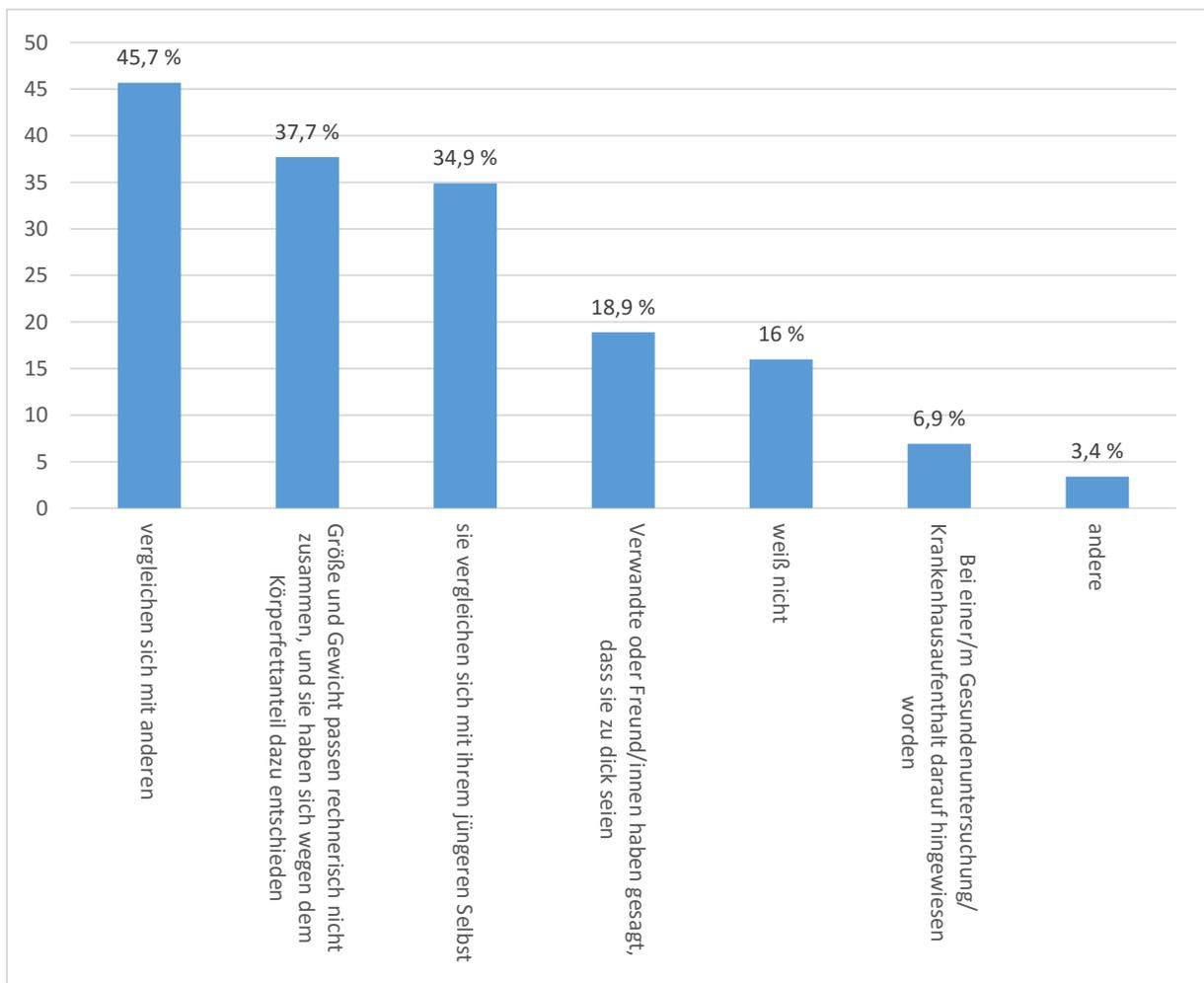
2008 wurde bereits im Zuge des *National Health and Nutrition Survey*, welcher regelmäßig im Auftrag des japanischen Ministeriums für Gesundheit, Arbeit und Soziales durchgeführt wird, neben allgemeinen Fragen zu Gesundheitlichem und Ernährungsgewohnheiten, auch Fragen zur körperlichen Selbstwahrnehmung gestellt. Die Ergebnisse der Umfrage ließen bereits darauf schließen, dass das klinische Untergewicht vieler Japanerinnen auf ihr verzerrtes Selbstbild zurückgeführt werden könne, beziehungsweise ihre Vorstellung, welche Körperform von ihnen als Ideal angesehen wird. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Studie wurden gefragt, wie sie ihr eigenes Körpergewicht einschätzen würden. In der Gruppe der 20 bis 29-jährigen Frauen gaben 44 Prozent an, dass sie sich zu dick fänden, 12,6 Prozent antworteten ‚dick‘ und 31,4 Prozent ‚ein wenig dick‘ (siehe Diagramm 5) (Hayahi 2013, MHLW 2009b: 240). Im Zuge der Umfrage wurde nicht erhoben, ob Frauen, welche sich dick finden, auch übergewichtig seien. 56 Prozent der Frauen dieser Altersgruppe gaben außerdem an, gerade eine Diät zu machen (MHLW 2009b: 247).

Diagramm 4: Selbstwahrnehmung des eigenen Körperbildes von Japanerinnen (20-29 Jahre)



Quelle: MHLW 2009b: 240

Diagramm 5: Gründe dafür, warum sich Japanerinnen (20-29 Jahren), die sich ,dick' oder ,ein bisschen dick' einschätzen, sich als solches empfinden



Quelle: MHLW 2009a: 6, MHLW 2009b: 240

Von diesen 44 Prozent, die sich als ‚dick‘ oder ‚ein wenig dick‘ einschätzten, gaben 46 Prozent an (Mehrfachauswahl war möglich), sie würden sich mit anderen vergleichen (MHLW 2009a: 6, MHLW 2009b: 240). Dies deckt sich auch mit den Ergebnissen der Interviews, welche die Kulturanthropologin Spielvogel mit Studierenden einer Frauen-Sporthochschule im Zuge ihrer Untersuchungen führte. Eine Studierende verriet ihr zum Beispiel, dass viele ihrer Kolleginnen einfach schlanker sein wollten als der Durchschnitt (Spielvogel 2003: 179). 38 Prozent gaben an, dass ihre Körpergröße rechnerisch nicht mit ihrem Gewicht zusammenpassen würde. Weitere 35 Prozent gaben an, dass sie ihren Körper mit ihrem jüngeren Selbst vergleichen würden. Immerhin 19 Prozent gaben an, dass ihnen jemand aus dem Freundeskreis oder der Familie gesagt hätte, dass sie zu dick seien (siehe Diagramm 6) (MHLW 2009a: 6, MHLW 2009b: 240).

Die Umfrageergebnisse des Ministeriums für Gesundheit, Arbeit und Soziales decken sich mit den Erkenntnissen meiner Umfrage. Um herauszufinden, was junge Japanerinnen mit schlanken Körpern abseits des Normalgewichtes assoziieren, führte ich eine Befragung mit 15 Teilnehmerinnen durch, welche zu dem Zeitpunkt zwischen 20 und 30, und durchschnittlich 26,4 Jahre alt waren. Während der Befragung legte ich meinen 15 Teilnehmerinnen Bilder von Frauen unterschiedlicher BMI-Kategorien vor (siehe Abbildung 1 im Kapitel 4.2.2.). Lediglich drei der 15 Teilnehmerinnen gaben an, mit ihrem Gewicht zufrieden zu sein. Sie selbst würden ihre Figur an der unteren Grenze zum Normalgewicht einordnen, was auch ihrem Wunschgewicht entsprach. Eine schätzte ihr eigenes Gewicht auf Adipositas Klasse I ein, und würde sich zwei Figurtypen weniger wünschen - eine, welche der oberen Grenze zum Normalgewicht entspricht. Zwei befanden, ihre Figur entspräche der oberen Grenze zum Normalgewicht, doch sie würden sich aber trotzdem eine Figur wünschen, welche dem unteren Normalgewicht entspricht. Die restlichen neun Teilnehmerinnen (60 Prozent) gaben an, dass eine Figur wie die der Untergewichtigen ideal für sie wäre. Davon schätzten fünf ihr eigenes Gewicht an der oberen Grenze zum Normalgewicht ein und vier würden sich selbst an der unteren Grenze zum Normalgewicht zuordnen. 80 Prozent, also 12 von 15 Befragungsteilnehmerinnen, wünschten sich eine schlankere Figur, neun davon würden sogar eine untergewichtige bevorzugen. *„Sie [die untergewichtige Figur] ist dünn, aber auch wenn sie etwas ungesund wirkt denke ich nicht, dass sie zu dünn ist.“*, meint etwa Befragungsteilnehmerin Yume. Hina hingegen etwa beurteilte die untergewichtige Figur positiv: *„Schlank! Wirklich beneidenswert. So möchte ich selbst einmal aussehen.“* Eine

weitere Teilnehmerin, Kyōko, welche ihren Körper selbst an der unteren Grenze zum Normalgewicht einschätzte, aber gerne noch weitere abnehmen möchte, meinte dazu *„Schön! Es sieht gesund aus. Das wünsche ich mir.“* Während der Vorbereitungen zeigte ich das Bild mit den unterschiedlichen Körperformen meiner Freundin Kaho, nachdem sie sich selbst am oberen Ende des Normalgewichts einordnete. Sie meinte zur untergewichtigen Frau auf dem Bild: *„Obwohl sie normal aussieht, ist sie schön. So eine Figur wünsche ich mir. Aber alle anderen sind ein bisschen...“*, und spielt darauf an, dass alle anderen Körperformen nicht ihrer Vorstellung vom Ideal entsprächen und zu dick für sie seien.

In einer weiteren Frage des Ministeriums mussten die Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer angeben, was für sie ihr persönliches Idealgewicht wäre. Frauen in der Altersgruppe 20 bis 25 Jahre gaben hier ein Wunschgewicht an, was im Schnitt vier Kilogramm leichter war als ihr tatsächliches Gewicht. Der Durchschnitt brachte bei einem BMI von 20,7  $\text{kg/m}^2$  51,9 Kilogramm auf die Waage, wohingegen durchschnittlich 47,6 kg gewünscht wurde. Der Wunsch-BMI lag so bei 19  $\text{kg/m}^2$  (Hayashi 2013, MHLW 2009a: 6, MHLW 2009b: 240). Doch war es für junge Frauen überhaupt möglich, ob dieses schlanken Ideals überhaupt ‚zu dünn‘ zu sein? Während meiner Befragung wollte ich daher von meinen 15 Teilnehmerinnen wissen, ob sie bei so einem schlanken Ideal überhaupt möglich für sie wäre, zu dünn zu sein. Ich bat sie, anhand ihrer eigenen Körpergröße ein Gewicht anzugeben, ab wann sie für sie sich selbst zu dünn sein würden. Von meinen Teilnehmerinnen, welche zwischen 148 und 170 Zentimeter groß sind, gaben unabhängig von der Körpergröße, sieben, also knapp die Hälfte, ein Gewicht von 40 Kilogramm oder weniger als ‚zu dünn‘ an. Dies würde bei diesen sieben jungen Frauen jedoch, bei den von ihnen angegebenen Körpergrößen, einen Durchschnitts-BMI von 16,9  $\text{kg/m}^2$  ergeben (15,2-17,8  $\text{kg/m}^2$ ) – deutliches Untergewicht. Auch wenn das Gewicht, bei welchem sich meine Befragten zu dünn fühlen, über 40 Kilogramm liegt, so ist der BMI, bei welchem sie sich zu dünn fühlen, deutlich unter der Grenze zum Untergewicht (15,2-18,8  $\text{kg/m}^2$ , durchschnittlich 16,9  $\text{kg/m}^2$ , bei durchschnittlichen 158,3 Zentimetern und 42,3 Kilogramm).

Spielvogel schreibt, dass sich in den letzten Jahrzehnten eine Art ideales Benchmarkgewicht von 40 Kilogramm in Japan etabliert hat, welches von vielen jungen Japanerinnen angestrebt würde – unabhängig von Körpergröße, Körperbau oder Muskulatur. *„[...] 40 Kilogramm wird von vielen [Japanerinnen] für etwas gehalten, was einen irgendwie willkürlichen, aber trotzdem mächtigen, kulturellen Standard repräsentiert, aus welchem das*

*Wunschgewicht von Frauen entsteht“* (zit. Spielvogel 2003: 178). Sie vergleicht diese 40 Kilogramm mit einer, wie sie sie nennt, ‚magischen‘ Zahl, vergleichbar mit den ‚fünf Kilos zu viel‘ in den Vereinigten Staaten oder Europa. Als sie Studierende einer Frauen-Sporthochschule über die Gründe für die ‚magische‘ 40-Kilogramm-Grenze interviewte, gab die Mehrheit an, dass beliebte Models und TV-Sternchen behaupten würden, dass sie angeblich nur 40 Kilogramm wiegen würden. So wurde mit der Zeit der Standard für 40 Kilogramm gesetzt und so zum Ideal, an dem Schönheit gemessen wird. Als weiteren Grund gaben die Studierenden an, dass die Mehrheit schlanker sein wollte als der Durchschnitt, und es ihnen wichtig sei, in ihren Sportanzügen schön auszusehen. 40 Kilogramm zu wiegen war für sie äquivalent damit, glücklich, schön und in einer glücklichen Beziehung, also verheiratet zu sein (Spielvogel 2003: 178-179).

Das Körperbewusstsein japanischer Frauen wird heute mehr denn je vom Druck aus der japanischen Gesellschaft beeinflusst. Laut dem Kinderpsychologen und Assistenzprofessor für Pädiatrie an der Keio University School of Medicine in Tokyo, Watanabe Hisako, ist heute der häufigste Grund, warum sich Japanerinnen als zu dick empfinden, der, dass sie sich von ihren Mitbürgerinnen kritisch begutachtet fühlen. Dieser Umstand hat dazu geführt, dass bereits vor 25 Jahren doppelt so viele Japanerinnen in ihren Zwanzigern zu dünn als zu dick waren. Heute sind es hingegen schon viermal so viele. Ein Forschungsteam fand heraus, dass Japanerinnen, die in städtischen Gebieten mit höherer Bevölkerungsdichte wohnen, weitaus kritischer ihrem dem eigenen Körpergewicht umgehen als Frauen, die in ländlichen Gebieten leben. Er argumentiert damit, dass der Konkurrenzdruck bei höherer Bevölkerungsdichte viel stärker wäre: *“Sie wollen, dass andere Leute dicker sind als sie selbst. Es ist kompliziert, konkurrierend und überaus subtil. Das kritische Auge ist allgegenwärtig“* (zit. Harden 2010).

Angesichts des, in der bereits durchgeführten Forschung, fehlenden Bezugs zur Empirie, ist es mir ein Anliegen, die Sichtweise der jungen Japanerinnen darzustellen. *Welche subjektiven Gründe motivieren Japanerinnen in ihren Zwanzigern trotz medizinischem Normalgewicht Schlankheit anzustreben und bis zum Untergewicht mager sein zu wollen?* Um diese Frage zu beantworten wurde zuallererst im September 2015 ein dreiwöchiger Forschungsaufenthalt in Japan durchgeführt, während dem unter anderem eine teilnehmende Beobachtung durchgeführt wurde. Diese trug wesentlich dazu bei, zu verstehen, in welchem Kontext sich junge Japanerinnen in ihren Zwanzigern tagtäglich

befindn. Die Ergebnisse helfen dabei, zu verstehen, welchen Einflüssen sie jeden Tag ausgesetzt sind. Ergänzt wurden die Feldnotizen der Beobachtungen mit informellen Gesprächen, welche abseits der durchgeführten Befragungen spontan mit Japanerinnen geführt wurden und aufgrund ihrer Spontanität nicht aufgezeichnet werden konnten.

Die übermäßige Repräsentation von Schlankheit im Alltag zeigt ein anschauliches, im öffentlichen Raum propagiertes, weibliches Idealbild und Schönheitsideal. Zwei Drittel der Werbungen für Mode- und Beauty-Produkte zieren in Japan kaukasische, beziehungsweise sogenannte *hāfu*, also gemischtrassige Models. Diese werden für ihr ‚exotisches‘ Aussehen, nach welchem sich aktuell bereits viele Japanerinnen sehnen, bevorzugt von Firmen eingesetzt, um ihre Produkte besser verkaufen zu können. Das aktuelle Schönheitsideal, welches sich während der Befragung ergeben hat, entspricht dem, mit dem aktuell in den Medien geworben wird. Das von den Medien propagierte Frauenbild deckt sich mit dem aktuellen Schönheitsideal junger Frauen, welche bevorzugt groß und schlank sein wollen, lange gerade Beine präferieren, aber auch hellere Haut und Augen haben möchten. Das Japanerinnen einem westlichen Schönheitsideal naheifern, welches das Modell der Verwestlichung (Becker 2004, Chisuwa/O’Dea 2010, Kowner 2004, Sepúlveda/Calado 2012) bestätigen würde, kann nur teilweise bekräftigt werden. Viele westliche und auch japanische Unternehmen nutzen als Werbeträgerinnen sogenannte *hāfu*-Models, bei denen zumindest ein Elternteil japanisch ist. Diese würden nicht ‚zu kaukasisch‘ und auch nicht ‚zu japanisch‘ aussehen und somit einen guten Mittelweg zwischen der eigenen japanischen Identität und dem Verlangen nach dem ‚Westlichen‘ darstellen.

‚Schlank‘ wird außerdem mit ‚Gesundheit‘ gleichgesetzt, was wiederum Voraussetzung für ‚Schönheit‘ ist. Gewichtskontrolle und Maßregelung bei der Kalorienaufnahme scheint ein tägliches Muss für 14 meiner 15 Befragungsteilnehmerinnen sein. Hier wurde dezidiert auf den Verzicht von Zucker, Alkohol und Fett hingewiesen. Eine weitere Methode sei, abends nur mehr wenig, beziehungsweise nach neun Uhr nachts gar nichts mehr zu sich zu nehmen. Beeinflusst wurden meine Freundin Miki und ihre Freundinnen von einer Werbeaktion des Unternehmens Tanita, die 1992 die weltweit erste Körperfettwaage auf den Markt brachte. Als sie darauf ihre teils übergewichtigen Angestellten täglich mit 500 Kilokalorien armen Menüs bekochte, lösten sie damit einen landesweiten Hype aus, und andere Restaurants begannen ebenfalls damit, kalorienarme Menüs auf die Speisekarten zu setzen. Auch Convenience-Supermärkte begannen damit, gesündere und kalorienärmere

Bentōboxen zu verkaufen. Auch als Coca-Cola Ende der 1980er Jahre mit ihrer Coca-Cola Light am japanischen Markt erfolgreich waren, legen sie damit den Grundstein für einen weiteren Hype um Diätprodukte, welcher bis heute ungebrochen ist. Dieser wurde 2008 nur noch verstärkt, als ein Gesetz zur Reduzierung des im Land langsam steigende Zahl von Übergewichtigen bekämpfen sollte, verabschiedet wurde. Heute ist die Auswahl der Diätprodukte und deren Kurzlebigkeit am japanischen Markt so groß, wie noch nie, was nur dank der großen Nachfrage möglich ist. Schnell können neue Produkte getestet und im Zweifelsfall wieder vom Markt genommen werden. Das 2008 erlassene Gesetz zur Bekämpfung des ‚Metabolischen Syndroms‘ und die damit verbundene mediale Hetzjagd gegen Übergewichtige sowie die ständige Verfügbarkeit von Diätprodukten in den Supermarktregalen und Diätprogrammen im Fernsehen und in Zeitschriften suggerieren jungen Frauen, dass es notwendig wäre, diese Produkte zu konsumieren und trotz Unter- oder Normalgewicht auf ihr Gewicht zu achten oder dieses sogar noch zu reduzieren.

Dieses Gesetz hatte auch Einfluss darauf, wie Schlanke seither in den Medien dargestellt und verstanden wird. Das Bild, welches meine Teilnehmerinnen von den modernen japanischen Massenmedien haben, ist, dass schlanke Körper, die dort gezeigt werden, schön sind und dem Ideal entsprechen. Noch mehr aber scheinen sie Angst davor zu haben, auf Grund von Übergewicht zum Gespött gemacht und gedemütigt zu werden. In den Medien werden Übergewichtige als Lachnummern dargestellt oder treten als Comedians auf. Um einer Demütigung auf Grund ihres Gewichtes zu entgehen, ist der Zwang zur Gewichtsregulierung ihr ständiger Begleiter. Dieses Gefühl wird durch die ständige mediale Präsenz von Diäten nur noch weiter verstärkt. Sie gaukelt den jungen Frauen vor, notwendig für einen gesünderen Lebensstil zu sein und dass eine Gewichtsabnahme sie glücklich machen würde. Doch wird hier anstatt der gesundheitlichen Vorteile betont, dass Übergewicht ungesund ist. Durch den Umkehrschluss entsteht so die vorherrschende Meinung, dass ein schlanker Körper gesünder wäre. Dadurch, und die allgegenwärtige Präsenz immer schlanker Stars, entsteht zudem auch noch das mediale Bild, dass es normal ist, schlank zu sein und immer gut auszusehen.

Um die subjektiven Gründe zu erfahren, welche junge erwachsene Japanerinnen antreiben, trotz medizinischem Normalgewicht weiter Schlanke anzustreben und bis zum Untergewicht mager sein zu wollen, bat ich 15 Japanerinnen normaler Statur zwischen 20 und 30 Jahren, mit einem kurzen Fragebogen mit offenen Fragen zu den Themengebieten (1)

Persönliches Gewichtsmanagement und Einflussfaktoren, (2) Annahmen über allgemeine Assoziationen zu Gewicht und über die Darstellung von Gewicht in den japanischen Medien, (3) persönliche, beziehungsweise direkte Kommunikation über Körpergewicht und Gewichtsmanagement und (4) Körperliche Selbstwahrnehmung, zu beantworten.

Ein schlanker Körper verbessert laut den Vorstellungen meiner 15 Befragte- teilnehmerinnen nicht nur das Aussehen und macht sie schöner, sondern soll auch glücklicher machen. Außerdem stärkt er angeblich ihr Selbstvertrauen und signalisiere Selbstkontrolle, würde ihre Körper gesünder machen, sowie ihnen neue Jobchancen ermöglichen und Glück in der Liebe bescheren. Eine schlanke Figur scheint für meine Befragten ein Allheilmittel für viele persönlichen und gesellschaftlichen Probleme zu sein: ‚Schlank‘ ist mit ‚schön‘ gleichzusetzen. Schlanke Körper würden ihrer Meinung nach schöner aussehen und sie sind der Meinung, dass das Tragen bestimmter kurzer, Haut zeigender Kleidungsstücke, schlanken Frauen vorbehalten ist. ‚Schlank‘ bis zum Untergewicht scheint dem aktuellen Schönheitsideal junger Japanerinnen zu entsprechen.

‚Schlank‘ zu sein bedeutet außerdem, selbstbewusst zu sein. Eine ‚schlanke‘ Frau sieht einfach aus, als wäre sie selbstbewusst und, als könne sie ihren Körper erfolgreich managen. Es signalisiere für meine Befragten, dass sich eine Frau besser beherrschen könne. Übergewicht wäre außerdem ein Signal dafür, dass sich eine Person nicht zurückhalten könne, und das würde einen schlechten ersten Eindruck hinterlassen. Schlankheit wäre ebenfalls ein Garant für Selbstvertrauen, und sie müssten keine Angst davor haben, Mobbingattacken zum Opfer zu fallen. Da im Alltag Übergewichtige oft als Comedians auftreten und als Lachnummern dargestellt werden, garantiert jungen Frauen ein schlanker Körper, dass sie von ihren Mitmenschen ernst genommen werden.

Des Weiteren scheint ein schlanker Körper ein Garant für Glück in der Liebe zu sein. Er soll jungen Japanerinnen dabei helfen, schneller und einfacher einen Partner zu finden, da sie der Meinung sind, dass Männer diesen Typ Frau bevorzugen würden. Überdies sind acht der 15 befragten Frauen der Meinung, dass ein schlanker Körper Gesundheit signalisiere. Übergewichtig sei für sie ein Vorbote gesundheitsschädlicher Zivilisationskrankheiten, wie zum Beispiel dem von der Regierung propagierten ‚Metabolischen Syndrom‘. An Übergewicht, was mit ‚nicht schlank sein‘ gleichgesetzt wird, zu leiden, wird als etwas Schlechtes wahrgenommen, da allgegenwärtige Diätvorschläge auf allen medialen Kanälen das Gefühl vermitteln, auf sich Acht geben, schlank und so gesund sein zu müssen.

Überdies signalisiert ein schlanker Körper Erfolg und Vorteile bei der Arbeitssuche. Junge Japanerinnen verbinden damit, wie gesagt, Selbstkontrolle und Selbstbeherrschung, was bei einem Vorstellungsgespräch einen besseren ersten Eindruck machen würde, da man in dieser Situation oft auch nach dem Äußeren beurteilt wird. Für sie ist eine schlanke Figur gleichbedeutend mit ‚Erfolg‘ und ‚Karriere‘.

Begonnen Anfang der 1980er Jahre sank der durchschnittliche BMI junger japanischer Frauen langsam aber stetig, und dieser Trend hält bis heute an. Seit Ende des Zweiten Weltkrieges gab es zwei Baby-Boom-Generationen in Japan, 1947 bis 1949 und deren Kinder in den 1970er bzw. 1980er Jahren. Die erste Generation, geboren in der Nachkriegszeit, sah sich just zu dieser Zeit, in der sie sich in ihren Zwanzigern befanden, mit dem Fitness-Boom konfrontiert, welcher Ende der 1970er Jahren aus den USA nach Japan überschwappte. Der Trend zu einem schlanken Körper erreichte das Land, und die Frauen, welche zu dieser Zeit aufwuchsen, begannen damit, bereits durchschnittlich schlanker zu sein als ihre Eltern- generation. Die zweite Generation der Baby-Boomer wurde während des steigenden Fitness- bewusstseins geboren und sind zu dieser Zeit aufgewachsen. Die Kinder dieser Generation, geboren um 1990, befinden sich jetzt in ihren Zwanzigern bis Anfang 30. Es scheint, als würde ihre Vorstellung von Schönheit und der idealen Figur von ihren Müttern, welche inmitten des Freizeit- und Fitness-Booms aufgewachsen sind und ihr junges Erwachsenenalter verbracht haben, mitbestimmt werden. Bereits in den 1980er Jahren war eine mögliche Begründung für den Anstieg, dass Mütter maßgeblichen Einfluss auf ihre Töchter hätten, und diese drillten, schlanker zu sein als andere. Im Zuge meiner Befragung gaben neun der 15 Frauen an, mit Familienmitgliedern, beziehungsweise mit ihrer Mutter, über ihren Körper zu sprechen. Einige meinten, regelmäßig von ihren Müttern darauf hingewiesen zu werden, dass sie auf ihr Gewicht achten sollten.

In der heutigen Generation angekommen, befragte ich 15 junge Frauen, welche derzeit in ihren Zwanzigern sind, zu ihrer Einstellung zu ihren Körpern und was sie damit verbinden. Doch der Trend zum Schlanksein war bereits vor 30 Jahren in den offiziellen Statistiken der japanischen Regierung sichtbar. Bereits ein Drittel gab bei der Befragung an, dass es für sie normal sei, immer schlank sein zu müssen, und dass sie es nicht anders kennen würden. Sie, die in der japanischen Gesellschaft aufgewachsen und von ihr geprägt worden sind, hätten es so von klein auf erlernt. Das Streben nach Schlankheit junger Frauen, welche sich jetzt zwischen 20 bis 30 Jahren befinden, ist nahezu unendlich. Auf die Frage, wann sie

sich für ihre Körpergröße als ‚zu dünn‘ empfinden würden, ergab sich bei dem von ihnen als ‚zu dünn‘ angegebenen Gewicht ein Durchschnitts-BMI von 16,9 kg/m<sup>2</sup> (15,2-17,8 kg/m<sup>2</sup>) – deutliches Untergewicht.

Da bereits so viele junge Frauen in ihren Zwanzigern heutzutage untergewichtig sind, ist dies keine Seltenheit und somit nichts Besonderes mehr. Zusätzlich entsteht durch die ständige Präsenz schlanker Persönlichkeiten und Diäten in den Medien das Bild, dass schlanke Personen glücklicher und erfolgreicher sind, sowie wird die Angst davor geschürt, dass Übergewichtige krank seien und zum Gespött gemacht werden könnten. All diese Sinnesindrücke erhöhen den Druck auf Frauen noch weiter, ihr Gewicht halten zu müssen. Schlankheit bis zum klinischen Untergewicht ist so in den letzten Jahrzehnten zur Norm geworden – Normal- und Übergewicht weicht von der Masse ab. Schlank zu sein bedeutet für diese jungen Frauen, normal zu sein. In der japanischen Kultur, welche sich durch ein ausgeprägtes Verlangen nach Unsicherheitsvermeidung auszeichnet, bedeutet es also, sich nicht von der Masse abzuheben und somit auch nicht aufzufallen. *„Das ist nicht wegen dem Fernsehshows oder Zeitschriften so.“*, gab meine Freundin Miki zu bedenken, *„[d]er japanische Verstand und das kulturelle Denken sind, glaube ich, so aufs Schlanksein fokussiert. Ich dachte niemals, dass ich wegen dem Fernsehen oder Magazinen schlank sein will. Ich habe einfach natürlich damit begonnen, so zu denken. [...] Es ist einfach schon zu normal für uns [Japanerinnen], dass schlank zu sein einfach besser ist als fett zu sein.“*

Das Streben nach Schlankheit junger Japanerinnen in ihren Zwanzigern scheint kein gesellschaftliches Phänomen der Neuzeit zu sein. George Herbert Meads Theorie des Symbolische Interaktionismus besagt, dass jede Handlung durch ihre ‚subjektive Bedeutung‘ bestimmt wird, welche die ausführende Person damit verbindet. Hier wird nicht das Handeln durch Normen und Regeln bestimmt, sondern das Handeln konstruiert diese erst. *„Warum willst du so etwas untersuchen? Das ist normal für uns hier in Japan. Japanerinnen sind schon immer so schlank gewesen. Das ist hier in Japan ganz anders als in Österreich!“*, klärte mich meine Freundin Miki, wie bereits zuvor erwähnt, in einem unserer zahlreichen Gespräche auf. Sie meinte, dass es für sie bereits normal sei, dass Japanerinnen schlank sind und es auch sein sollen. Der subjektive Sinn, welchen junge Frauen, wie meine Freundin Miki, einem schlanken Körper zuschreiben, bestimmt die Identität ihrer Handlungen. Das Ergebnis ihres Handelns und ihrer Denkweise ist entstanden durch die Interaktionen mit anderen Personen – sowohl Frauen als auch Männern, aus dieser sowie aus den vorhergehenden

Generationen – welche mit ihrem Handeln wiederum an der Konstruktion des vorherrschenden Schlankeitswahns mit beteiligt waren und sind. Junge Frauen schreiben heute einem schlanken Körper Eigenschaften wie Schönheit, Gesundheit, Gesund sowie Erfolg im Arbeitsleben und in der Liebe zu, wie es vermutlich bereits die Frauen und Männer der letzten Generation getan haben. Der Schlankeitswahn, welcher aktuell unter jungen Japanerinnen grassiert, der, wie die teilnehmende Beobachtung zeigte, auch von den Medien mit erzeugt wird, ist für sie bereits zur Normalität geworden und wird nicht mehr hinterfragt. Die aktuelle Generation der 20 bis 30-jährigen Japanerinnen ist in einer Gesellschaft aufgewachsen, in welcher es für sie bereits normal geworden ist, untergewichtig zu sein.

### **Ausblick**

Für die vorliegende Arbeit wurden lediglich 15 Japanerinnen zwischen 20 und 30 Jahren über ihre Einstellung zu ihren Körpern befragt. Während so ein umfassendes Bild über die subjektiven Gründe des aktuell unter japanischen Frauen kursierenden Schlankeitswahns dieser Generation eingegrenzt werden kann, geben die Ergebnisse nur geringfügig Hinweise auf den Ursprung dieses Trends. Die vorliegenden Ergebnisse lassen darauf schließen, wie die Medien, auch die Mütter erheblichen Einfluss auf die Körpervorstellungen ihrer Töchter haben. Sie könnten einen möglichen Anstoß zu Beginn dieses Trends gegeben haben. Hier müssten jedoch zukünftig noch weitere Forschungen angestellt werden.

## Zusammenfassung

Die Zahl der untergewichtigen Japanerinnen ist besorgniserregend hoch. Doch welche subjektiven Gründe motivieren Japanerinnen in ihren Zwanzigern dazu, trotz medizinischem Normalgewicht, weiter Schlankheit anzustreben und bis zum Untergewicht mager sein zu wollen? Das bisherige Erklärungsmodell der Verwestlichung, demzufolge der Anstieg Untergewichtiger auf die Verwestlichung der japanischen Gesellschaft zurückzuführen ist, wird auf seine Gültigkeit überprüft. Mit Hilfe des Symbolischen Interaktionismus wird eine Einschätzung versucht, ob ihr Streben nach Schlankheit bereits zu einem Teil der japanischen Kultur geworden ist. Mit einer teilnehmenden Beobachtung in Japan wurde dokumentiert, in welcher Umgebung und welchem Kontext sich Japanerinnen Zwanzigern tagtäglich aufhalten, und woran sich ihre subjektive Wahrnehmung bezüglich Schlankheit ableiten lässt. Außerdem wurden 15 Japanerinnen zwischen 20 und 30 Jahren mit Fragebögen über ihre subjektive Wahrnehmung befragt.

Die übermäßige Repräsentation von Schlankheit im Alltag, bzw. in der Werbung, propagiert ein unrealistisches weibliches – verwestlichtes – Idealbild, welches sich im aktuellen, unerreichbaren Schönheitsideal widerspiegelt: bevorzugt werden aktuell große, schlanke Körper sowie lange, gerade Beine, aber auch helle Haut und Augen. Trotz gesunder japanischer Küche wurde außerdem eine übermäßige Präsentation von Diätprodukten und -menüs festgestellt. Die ständige Präsenz schlanker Persönlichkeiten und Diäten vermittelt das Bild, schlanke Personen seien glücklicher und erfolgreicher. Dies spiegelt sich in den subjektiven Gründen junger Japanerinnen wider: besseres Aussehen, bei dem Frau auch Haut zeigen kann, bessere Fremdwahrnehmung, da Selbstbeherrschung und Selbstvertrauen vermittelt wird, Gesundheit sowie die Annahme, dass Schlankheit von Männern oder vom Arbeitgeber bevorzugt wird.

Das Modell der Verwestlichung konnte nur teilweise bekräftigt werden: Unternehmen nutzen unter anderem gemischtrassige Models als Mittelweg zwischen der japanischen Identität und dem Verlangen nach dem ‚Westlichen‘. Trotz medizinischem Normalgewicht Magerkeit anzustreben ist nicht mehr ausschließlich auf die Verwestlichung der japanischen Gesellschaft zurückzuführen, sondern ist bereits zur Selbstverständlichkeit geworden und wird nicht mehr hinterfragt. Die aktuelle Generation junger Japanerinnen ist in einer Gesellschaft aufgewachsen, in welcher es für sie bereits Normalität ist, untergewichtig zu sein.

## **Abstract**

### **Slim, slimmer, slimness mania?**

#### **A qualitative study about the pursuit of slimness among young adult Japanese women**

The number of underweight Japanese women has risen to alarming levels. But which subjective reasons motivate Japanese women in their twenties, who are of normal weight, to pursue slimness and try to be lean, to the point of becoming underweight? In the following thesis, the previous explanatory model of Westernization, according to which the rise of underweight people can be reduced to the Westernization of Japanese society, is going to be checked for validity. With the help of symbolic interactionism theory, I will attempt to estimate whether the pursuit of slimness has already become a part of the Japanese culture. In the course of a participant observation in Japan, I documented, in which environment and context Japanese women find themselves in every day and how their personal perception concerning slimness can be derived. Furthermore, I questioned 15 Japanese women between 20 and 30 about their subjective perception using a questionnaire.

The excessive representation of slimness in everyday life, respectively advertisements, propagates an unrealistic female – westernized – ideal, which is reflected in the current, unreachable beauty standards. Moreover, despite of healthy Japanese cuisine, an excessive promotion of diet products and set meals could be noticed. The permanent presence of slim celebrities and diets suggest an image, that slim people are happier and more successful. Japanese women also expressed the same subjective reasons: better looks, advantageous outside perception, as self-control and self-confidence are conveyed, health as well as the assumption that slimness is favored by men and employers.

The model of Westernization could only be partially confirmed: companies use e.g. Mixed-race models for advertisements to strike a balance between Japanese identity and their desire for ‘Westernness’. The pursuit of slimness, despite of being of normal weight in case of medical terms, cannot be reduced to the Westernization of Japanese society alone, but has become a matter of course and is not questioned anymore. The current generation of young Japanese women grew up in a society, in which it has become the norm to be underweight.

## Literatur

AHIMA, Rexford S. und Mitchell A. LAZAR

2013 “The health risk of obesity. Better metrics imperative”, *Science* 341/6148, 856-858.

Amerika Seikatsu 101 アメリカ生活 101

o.A. “Karada-teki tokuchō: Taikai taikaku seikakkō no eigo | Amerika seikatsu 101. Taikai taikaku seikakkō ni kansuru eigo eiyaku” 身体的特徴：体型・体格・背格好の英語 | アメリカ生活 101 - 体型・体格・背格好に関する英語 英訳

[Körperliche Charakteristika: Körpertyp, Körperbau, Statur auf Englisch - Amerika Seikatsu 101. Englische Übersetzungen für Körpertyp, Körperbau, Statur] (<http://www.xn--ccks5nkbz150dj5j.net/english/figure.html>) (16.10.2015).

BASEEL, Casey

2014 „Man’s image of the ideal female body is shockingly skinny even by Japanese standards”, *Rocket News 24* 10.07.2014,

(<http://en.rocketnews24.com/2014/07/10/mans-image-of-the-ideal-female-body-is-shockingly-skinny-even-by-japanese-standards/>) (11.04.2016).

BECKER, Anne E.

2004 “Television, disordered eating, and young women in Fiji: Negotiating body image and identity during rapid social change”, *Culture, Medicine and Psychiatry* 28, 533-559.

BEFU, Harumi

2001 *Hegemony of Homogeneity. An anthropological analysis of nihonjinron*. Rosanna, Melbourne, Victoria: Trans Pacific Press.

CARDOSO, Hugo F.V.

2008 “Secular changes in body height and weight of Portuguese boys over one century”, *American Journal of Human Biology* 20, 270-277.

CHISUWA, Naomi und Jennifer E. O’DEA

2010 „Body image and eating disorders amongst Japanese adolescents - a literature review”, *Appetite* 54, 5-12 (<http://brown.uk.com/eatingdisorders/chisua.pdf>) (18.01.2016).

DUDEN

o.A. a “dick”, ders., (<http://www.duden.de/rechtschreibung/dick>) (27.04.2016).

o.A. b „dünn“, ders., (<http://www.duden.de/rechtschreibung/duenn>) (21.04.2016).

- o.A. c „fett“, ders., (<http://www.duden.de/suchen/dudenonline/fett>) (27.04.2016).
- o.A. d „mager“, ders., (<http://www.duden.de/rechtschreibung/mager>) (21.04.2016).
- o.A. e „mollig“, ders., (<http://www.duden.de/rechtschreibung/mollig>) (27.04.2016).
- o.A. f „schlank“, ders., (<http://www.duden.de/rechtschreibung/schlank>) (21.04.2016).

FRIEBERTSHÄUSER, Barbara und Argyro PANAGIOTOPOULOU

- 2013 „Ethnographische Feldforschung“, Barbara Frieberthäuser et al. (Hg.): *Handbuch qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft*. 4. rev. Aufl. Weinheim, Basel: Beltz Juventa, 301-322.

FRITH, Katherine Toland und Barbara MUELLER

- 2010 *Advertising and Societies: Global Issues 3rd Edition*. New York, Wien: Peter Lang Publishing.

HALBMAYER, Ernst und Jana SALAT

- 2011 „Formen informeller Gespräche“, *Qualitative Methoden der Kultur- und Sozialanthropologie, Institut für Kultur- und Sozialanthropologie, Universität Wien* 31.01.2011, (<http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/qualitative/qualitative-40.html>) (21.10.2015).

HANIAS, Georgia

- 2012 „Anorexia: The epidemic Japan refuses to face up to“, *Marie Claire* 06/2012, 128-134, (<http://www.georgiahnias.com/blog/?p=12>) (18.01.2016).

HARDEN, Blaine

- 2010 „Big in Japan? Fat chance for nation’s young women, obsessed with being skinny“, *Washington Post* 07.03.2010, (<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/03/04/AR2010030401436.html?sid=ST2010030700348>) (15.01.2016).

HARRIS, C. V. et al.

- 2008 “BMI-based body size guides for women and men: development and validation of a novel pictorial method to assess weight-related concepts“, *International Journal of Obesity* 32, (<http://www.nature.com/ijo/journal/v32/n2/full/0803704a.html>) 336-342.

HAYASHI, Fumi et al.

- 2006 “Perceived body size and desire for thinness of young Japanese women: a population-based survey“, *British Journal of Nutrition* 96, 1154-1162.

HAYASHI, Fumi 林芙美

- 2013 “opinion riidā • intabyū wakai josei no ‘yase’ to teieiyō mondai” オピニオンリーダー・インタビュー若い女性の「やせ」と低栄養問題 [Interview mit einer Meinungsführerin: das “Schlank” junger Frauen und die Problematik der Unterernährung], *Nnyūsankin nyūsu* 乳酸菌ニュース [Lactic News] 479, ([http://www.nyusankin.or.jp/health/pdf/Nyusankin\\_479\\_b2.pdf](http://www.nyusankin.or.jp/health/pdf/Nyusankin_479_b2.pdf)) (06.05.2015).

HELLGREN, Tess

- 2011 „Explaining underweight BMI and body dissatisfaction among young Korean women”, *Final Reseach Paper* 02.05.2011, (<http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic740180.files/Spring%202011/Explaining%20Underweight%20BMI%20and%20Body%20Dissatisfaction%20among%20Young%20Korean%20Women.pdf>) (20.01.2016).

HIRAMOTO, Yoshisuke 平本嘉助

- 1972 „Jōmon jidai kara gendai ni itaru Kantō chihō hito shinchō no jidai-teki henka“ 縄文時代から現代に至る関東地方人身長の時代的变化 [Sekuläre Veränderung der geschätzten Körperstatur der japanischen Bevölkerung in der Kanto-Region von der Vorzeit bis zur Gegenwart], *Journal of the Anthropological Society of Nippon* 80/3, 221-236.

HUANG, Chih-Chien et al.

- 2013 “Obesity/underweight disparities by gender and education in mainland China and Taiwan” *2013 Population Association of America Annual Meeting*, (<http://paa2013.princeton.edu/papers/131150>) (20.01.2016).

IUR = International Union of Railways (Hg.)

- 2014 Railway statistics 2014 Synopsis., *ders.*, ([http://www.uic.org/IMG/pdf/synopsis\\_2014.pdf](http://www.uic.org/IMG/pdf/synopsis_2014.pdf)) (31.03.2016).

Japan Today

- 2008 „Beware those ‘zero-calorie’ labels“, *ders.* 23.04.2008, (<http://www.japantoday.com/category/lifestyle/view/beware-no-calorie-and-zero-calorie-labels>) (24.03.2016).
- 2013 „The 51 busiest train stations in the world– All but 6 located in Japan“, *ders.* 06.02.2013, (<http://www.japantoday.com/category/travel/view/the-51-busiest-train-stations-in-the-world-all-but-6-located-in-japan>) (04.04.2016).

JAYARAJAN, Nandini

2011 „The fat’s on fire: Curbing obesity in Japan”, *Boston University School of Public Health: The Movement* 29.05.2011,  
(<http://www.bu.edu/themovement/2011/05/29/the-fats-on-fire/>) (21.01.2016).

JCast News

2014 „Mashumaro joshi’ no būmu ga shūen? Dansei wa ‘surimu ga suki’-atari-mē daro!”  
「マシュマロ女子」のブームが終焉？男性は「スリムが好き」「あたりめー  
だろ！」 [Der Untergang des ‚Marshmallow Girls’-Booms? Männer sagen ‚Wir  
mögen schlanke Mädels’, ‚Ist das nicht offensichtlich!], *ders.* 20.04.2014,  
(<http://www.j-cast.com/2014/04/20202484.html?p=all>) (11.04.2016).

Kenkō Nippon 21 健康日本 21

o.A. “21 seiki ni okeru kokumin kenkō-dzukuri undō (kenkō nippon 21)“ 21 世紀におけ  
る国民健康づくり運動（健康日本 21） [Kampagne zur Gesundheit der  
Öffentlichkeit des 21. Jahrhunderts (Gesundes Japan 21)], *ders.*,  
([http://www.kenkounippon21.gr.jp/kenkounippon21/about/intro/index\\_menu1.ht  
ml](http://www.kenkounippon21.gr.jp/kenkounippon21/about/intro/index_menu1.html)) (25.01.2016).

KNÜSEL, Jan

2009 „Dickes Japan“, *Asienspiegel* 12.11.2009, ([http://asienspiegel.ch/2009/11/dickes-  
japan/](http://asienspiegel.ch/2009/11/dickes-japan/)) (22.01.2016).

KOH, Yoree

2012 „Tokyo’s next food craze: The 500 calorie lunch?”, *Wall Street Journal* 11.01.2012,  
([http://blogs.wsj.com/japanrealtime/2012/01/11/tokyos-next-food-craze-the-500-  
calorie-lunch/](http://blogs.wsj.com/japanrealtime/2012/01/11/tokyos-next-food-craze-the-500-calorie-lunch/)) (04.04.2016).

KOWNER, Rotem

2004 “When ideals are too “far off”: Physical self-ideal discrepancy and body  
dissatisfaction in Japan“, *Genetic, Social and General Psychology Monographs* 130/4,  
333-361.

LEE, Diana

2005 „Inside look at Japanese cute culture”, *Uniorb*,  
(<http://uniorb.com/ATREND/Japanwatch/cute.htm>) (29.04.2016).

LEGEWIE, Jochen et al.

2010 *Japan's media: Inside and outside powerbrokers. 2nd Edition.* Japan: CNC Japan K.K.,  
([http://www.cnc-communications.com/wp-content/uploads/2015/05/CNCBlog\\_OtherMedia\\_100300\\_Japans-Media\\_Booklet\\_2nd\\_Ed.pdf](http://www.cnc-communications.com/wp-content/uploads/2015/05/CNCBlog_OtherMedia_100300_Japans-Media_Booklet_2nd_Ed.pdf)) (10.05.2016).

MAKINO, Maria et al.

2004 "Prevalence of eating disorders: A comparison of Western and non-Western countries", *MedGenMed* 6/49,  
(<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1435625/>) (18.01.2016).

MAYRING, Philipp

2002 *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken.*  
5. Rev. Aufl., Weinheim et al.: Beltz.

MCNICOL, Tony

2004 „Japan diet risks on rise. Problems with eating disorders slip under the radar“, *The Japan Times* 03.08.2004, (<http://www.japantimes.co.jp/community/2004/08/03/issues/japan-diet-risks-on-rise/>) (19.01.2016).

MHLW = Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Soziales 厚生労働省

2009a „Heisei 20 nen kokuritsu kenkō • eiyō chōsa kekka no gaiyō“ 平成 20 年 国民健康・  
栄養調査結果の概要 [National Health and Nutrition Survey 2008], *ders.*,  
(<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2009/11/dl/h1109-1b.pdf>) (05.05.2015).

2009b „Dai 4 bu seikatsu shūkan chōsa no kekka“ 第 4 部 生活習慣調査の結果  
[Kapitel 4: Ergebnis der Umfrage zum Lebensstil]  
(<http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/eiyou/dl/h20-houkoku-04.pdf>)  
(13.08.2015).

2012 „Heisei 23 nen kokuritsu kenkō • eiyō chōsa kekka no gaiyō“ 平成 23 年 国民健康・  
栄養調査結果の概要 [National Health and Nutrition Survey 2011], *ders.*,  
(<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000002q1st-att/2r9852000002q1wo.pdf>) (05.05.2015).

2014 „Heisei 25 nen kokuritsu kenkō • eiyō chōsa kekka no gaiyō“ 平成 23 年 国民健康・  
栄養調査結果の概要 [National Health and Nutrition Survey 2013], *ders.*,  
(<http://www.mhlw.go.jp/file/04-Houdouhappyou-10904750-Kenkoukyoku-Gantaisakukenkouzoushinka/0000106403.pdf>) (13.08.2015).

MLIT = Ministerium für Land, Infrastruktur, Verkehr und Tourismus 国土交通省

2010 “Heisei 22-nen dai 11-kai daitoshi kōtsū sensasu chōsa kekka gaiyō” 平成 22 年 第 11 回大都市交通センサス 調査結果概要 [Zusammenfassung der Umfrage zur 11. Großstadtverkehrszählung 2010], *ders.*,  
(<http://www.mlit.go.jp/common/000206133.pdf>) (29.03.2016).

MORI, Nagisa et al.

2016 “Differential dietary habits among 570 young underweight Japanese women with and without a desire for thinness: a comparison with normal weight counterparts”, *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition* 25/1, 97-107.

MORIMOTO, Mariko und Susan CHANG

2009 „Western and Asian models in Japanese fashion magazine ads: The relationship with brand origins and international versus domestic magazines”, *Journal of International Consumer Marketing* 21, 173–187.

NERMAN, Danielle

2015 „Food education the law in Japan. School lunches part of education.”, *CBC News* 12.01.2015, (<http://www.cbc.ca/news/health/food-education-the-law-in-japan-1.2894279>) (12.04.2016).

Nikkei BP

2015 “Advertising expenditure in Japan surpasses six trillion Yen for first time in six years”, *ders.* 10.04.2015, (<http://www.nikkeibp.com/adinfo/amj/150410-01.html>) (31.03.2016).

N.N.

2006 “Education about food and nutrition”, *Web Japan* 03.02.2006,  
(<http://web-japan.org/trends/buzz/bz0601.html>) (12.04.2016).

2013a “Foreigners make up 1.5% of populace”, *Japan Times* 29.08.2013,  
(<http://www.japantimes.co.jp/news/2013/08/29/national/foreigners-make-up-1-5-of-populace>) (10.05.2016).

2013b “Norm für Körpergewicht: US-Forscher zweifeln am Nutzen des Body-Mass-Index”, *Spiegel Online* 22.08.2013, (<http://www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/body-mass-index-bmi-wert-aus-koerpergewicht-und-groesse-verfaelscht-a-917398.html>) (29.12.2015).

2015 „Persönliche Erfahrungen prägen unser Schönheitsideal“, *Augsburger Allgemeine* 02.10.2015, (<http://www.augsburger-allgemeine.de/wissenschaft/Persoenliche-Erfahrungen-praegen-unser-Schoenheitsideal-id35661152.html>) (05.04.2016).

OECD = Organisation for Economic Co-operation and Development (Hg.)

o.A. „Die OECD in Zahlen und Fakten 2011-2012: Wirtschaft, Umwelt, Gesellschaft. Übergewicht und Fettleibigkeit.“, *ders.*, (<http://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264125476-de/12/02/03/index.html?itemId=/content/chapter/9789264125469-109-de>) (29.12.2015).

2012 “Underweight and overweight”, in *Health at a Glance: Asia/Pacific 2012*, OECD Publishing, (<http://dx.doi.org/10.1787/9789264183902-20-en>) (14.04.2016).

2014 “Obesity update”, *ders.* 06.2014, (<http://www.oecd.org/els/health-systems/Obesity-Update-2014.pdf>) (29.12.2014).

ONISHI, Norimitsu

2008 „Japan, seeking trim waists, measures millions“, *New York Times* 13.06.2008, (<http://nyti.ms/1UZvEsl>) (22.01.2016).

ORICON STYLE

2015 „Mohaya atamauchi!? ‚Hāfu tarento‘ ranritsu no zehi“ はや頭打ち!? “ハーフタレント” 乱立の是非 [Auf dem Höhepunkt!? Vor- und Nachteile des Überflusses von Hāfu-Berühmtheiten], *ders.* 05.05.2015, (<http://www.oricon.co.jp/news/2052366/full/>) (21.03.2016).

OSHIMA, Kimie

2014 “Perception of hafu or mixed-race people in Japan: group-session studies among hafu students at a Japanese university”, *Intercultural Communication Studies* XXIII/3, 22-34, (<http://web.uri.edu/iaics/files/Kimie-OSHIMA.pdf>) (21.03.2016).

PIKE, Kathleen M. und Amy BOROVOY

2004 “The rise of eating disorders in Japan: Issues of culture and limitations of the model of ‘Westernization’”, *Culture, Medicine and Psychiatry* 28, 493-531.

SABERI, Roxana

2015 „Being ‘hafu’ in Japan: Mixed-race people face ridicule, rejection“, *Aljazeera America* 09.09.2015, (<http://america.aljazeera.com/articles/2015/9/9/hafu-in-japan-mixed-race.html>) (21.03.2016).

SCHNEIDER, Wolfgang Ludwig

2005 *Grundlagen der soziologischen Theorie. Band 1: Weber – Parsons – Mead – Schütz* [12002]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

SCHRAGE, Michael

1992 „The Real Skinny: Selling Diet Food to Japanese Weighs In as a Bad Idea“, *Los Angeles Times* 22.10.1992, ([http://articles.latimes.com/1992-10-22/business/fi-805\\_1\\_diet-foods](http://articles.latimes.com/1992-10-22/business/fi-805_1_diet-foods)) (29.03.2016).

SEPÚLVEDA, Ana R. und María CALADO

2012 “Westernization: The role of mass media on body image and eating disorders”, ders.: *Relevant topics in Eating Disorders*, 47-64.

SPIELVOGEL, Laura

2003 *Working out in Japan. Shaping the female body in Tokyo fitness clubs*. Durham, NC et al.: Duke University Press.

Statistics Bureau = Statistics Bureau des Ministeriums für Innere Angelegenheiten und Kommunikation 総務省統計局

o.A. a “24- 3 tokutei nenrei, danjo betsu shinchō” 24-3 特定年齢，男女別身長 [24-3 Körpergröße nach Alter und Geschlecht (Fiskaljahr 1900-2004)], ders., (<http://www.stat.go.jp/data/chouki/zuhyou/24-03.xls>) (08.08.2015).

o.A. b “24-4 tokutei nenrei, danjo betsu karada” 24-4 特定年齢，男女別体重 [24- 4 Gewicht nach Alter und Geschlecht (Fiskaljahr 1900-2004)], ders., (<http://www.stat.go.jp/data/chouki/zuhyou/24-04.xls>) (08.08.2015).

2009 “21- 2 shinchō to taijū no heikinchi“ 21-2 身長と体重の平均値 [21-2 Durchschnittliche Körpergröße und Gewicht], ders., (<http://www.stat.go.jp/data/nihon/back09/zuhyou/n2100200.xls>) (08.08.2015).

2010 “21- 2 shinchō to taijū no heikinchi“ 21-2 身長と体重の平均値 [21-2 Durchschnittliche Körpergröße und Gewicht], ders., (<http://www.stat.go.jp/data/nihon/back10/zuhyou/n2100200.xls>) (08.08.2015).

2011 “21- 2 shinchō to taijū no heikinchi“ 21-2 身長と体重の平均値 [21-2 Durchschnittliche Körpergröße und Gewicht], ders., (<http://www.stat.go.jp/data/nihon/back11/zuhyou/n2100200.xls>) (08.08.2015).

- 2012 “21- 2 shinchō to taijū no heikinchi“ 21-2 身長と体重の平均値  
[21-2 Durchschnittliche Körpergröße und Gewicht], *ders.*,  
(<http://www.stat.go.jp/data/nihon/back12/zuhyou/n2100200.xls>) (08.08.2015).
- 2013 “21- 2 shinchō to taijū no heikinchi“ 21-2 身長と体重の平均値  
[21-2 Durchschnittliche Körpergröße und Gewicht], *ders.*,  
(<http://www.stat.go.jp/data/nihon/back13/zuhyou/n2100200.xls>) (08.08.2015).
- 2014 “21- 2 shinchō to taijū no heikinchi“ 21-2 身長と体重の平均値  
[21-2 Durchschnittliche Körpergröße und Gewicht], *ders.*,  
(<http://www.stat.go.jp/data/nihon/back14/zuhyou/n2100200.xls>) (08.08.2015).
- 2015 “21- 2 shinchō to taijū no heikinchi“ 21-2 身長と体重の平均値  
[21-2 Durchschnittliche Körpergröße und Gewicht], *ders.*,  
(<http://www.stat.go.jp/data/nihon/zuhyou/n152100200.xls>) (08.08.2015).
- 2016 “2-1 jinkō no suii (tsudzuki)“ 2-1 人口の推移（続き）  
[Veränderung der Einwohnerzahl (Fortsetzung)], *ders.*,  
(<http://www.stat.go.jp/data/nenkan/zuhyou/y650201b00.xls>) (16.03.2016).
- SUGIMOTO, Yoshio
- 1999 „Making sense of nihonjinron“, *Thesis Eleven* 57/1, 81-96.
- SUSANNE, Charles et al.
- 2001 “Changements séculaires de la croissance et du développement en Europe”  
[Sekuläre Veränderungen im Wachstum und der Entwicklung in Europa], *Antropo* 0,  
71-90.
- TAKIMOTO, Hidemi et al.
- 2004 “Thinness among young Japanese women”, *American Journal of Public Health* 94/9,  
1592-1595.
- TANAKA, Heizo und Yoshihiro KOKUBO
- 2005 “Epidemiology of Obesity in Japan”, *Journal of the Japan Medical Association* 48/1,  
35-41.
- The Hofstede Centre
- o.A. “What about Japan?”, *ders.*, (<http://geert-hofstede.com/japan.html>) (19.01.2016).

Team Health Press [チーム・ヘルスプレス]

2014 „Zero karorii wa futoranai' wa mohaya toshi densetsu! ? Himan o yūin shi, chūdoku-sei o motsu jinkō kanmi-ryō no kyōfu“ 「ゼロカロリーは太らない」はもはや都市伝説!? 肥満を誘引し、中毒性を持つ人工甘味料の恐怖 [Ist 'Null Kalorien machen nicht dick' bereits eine urbane Legende!? Es führt zu Übergewicht, Vergiftungen durch künstliche Süßstoffe werden befürchtet] *Business Journal* 07.07.2014, ([http://biz-journal.jp/2014/07/post\\_5336.html](http://biz-journal.jp/2014/07/post_5336.html)) (24.03.2016).

TRUONG, Khoa Dang und Roland STURM

2005 „Weight gain trends across sociodemographic groups in the United States“, *American Journal of Public Health* 95/9, 1602-1606.

UEHARA, Toru

2015 “Past, current and future of Anorexia Nervosa in Japan”, *Acta Psychopathologica* 1/3:20, 1-7, (<http://psychopathology.imedpub.com/past-current-and-future-of-anorexia-nervosa-in-japan.pdf>) (18.01.2016).

WAFFLES

2016 „Is it Illegal to be overweight in Japan?“, *Waffles at Noon* 02.01.2016, (<http://wafflesatnoon.com/illegal-to-be-overweight-in-japan/>) (25.01.2016).

WHO = World Health Organization

2015a “Mean Body Mass Index (BMI)”, *ders.*, ([http://www.who.int/gho/ncd/risk\\_factors/bmi\\_text/en/](http://www.who.int/gho/ncd/risk_factors/bmi_text/en/)) (06.08.2015).

2015b „Obesity and overweight“, *ders.* 01.2015, (<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>) (06.08.2015).

2015c “BMI classification”, *ders.* 16.11.2015, ([http://apps.who.int/bmi/index.jsp?introPage=intro\\_3.html](http://apps.who.int/bmi/index.jsp?introPage=intro_3.html)) (16.11.2015).

World Trade Press Editors

1994 *Japan Business: The portable encyclopedia for doing business with Japan*. San Rafael: World Trade Press.

YANJIK, Chittaranjan S. und John S. YUDKIN

2004 “Appropriate body-mass index for Asian populations and its implications for policy and intervention strategies”, *The Lancet* 363 10.01.2004, ([http://www.who.int/nutrition/publications/bmi\\_asia\\_strategies.pdf](http://www.who.int/nutrition/publications/bmi_asia_strategies.pdf)) (06.08.2015).

## Anhang

### Japanisches Vokabular zur Beschreibung von Körpergewicht

#### Untergewicht

<b><i>jūryō busoku</i></b>	重量不足, dt. Untergewicht nominal verwendet, z.B. <i>jūryō busoku no josei</i> (重量不足の女性), dt. Frau mit Untergewicht. Im medizinischen Fachbereich verwendet.
<b><i>yasesugiru</i></b>	痩せすぎる, dt. zu dünn; u.a. kränklich aussehen, ungesund aussehen
<b><i>hosokushimatta</i></b>	細く締まった, dt. straff und mager, dürr, kümmerlich
<b><i>sukinii</i></b>	スキニー, dt. mager, dünn vom eng. <i>skinny</i> , entspricht in etwa <i>garigari</i> oder <i>yasesugiru</i> , ist negativ konnotiert.
<b><i>garigari</i></b>	ガリガリ, dt. knochendürr Konnotation zwischen <i>hososugiru</i> und <i>yasesugiru</i> ; im alltäglichen Sprachgebrauch selten verwendet.
<b><i>hososugiru</i></b>	細すぎる, dt. zu dünn sein Zusammensetzung von <i>hosoi</i> (dünn) und <i>sugiru</i> (zu viel tun) Begriff ist negativ konnotiert, jedoch positiver verwendet als <i>yasesugiru</i> .

#### Unter-, bzw. Normalgewicht, welches kulturell definiert als ästhetisch ansprechend gilt

<b><i>sutairu ga ii</i></b>	スタイルがいい, dt. "Du siehst toll aus!" ,Style' ( <i>sutairu</i> ) auf Körperform/Figur bezogen, hängt daher stark vom subjektiven Empfinden ab; alltäglicher Sprachgebrauch, um auszudrücken, dass eine Person schlank ist und deswegen gut aussieht.
<b><i>hikishimatta</i></b>	引き締まった, dt. fest, straff, gespannt Bezeichnet einen schlanken, straffen/trainierten Körper
<b><i>surimu</i></b>	スリム, dt. schlank Vom englischen Wort <i>slim</i> , positiver konnotiert als <i>sukinii</i>
<b><i>surari to shita</i></b>	すらりとした, dt. schmal, gut gebaut, anmutig Bezeichnung ist positiv konnotiert.
<b><i>suratto shita</i></b>	すらっとした, dt. gertenschlank

<b>yaseru</b>	<p>痩せる, dt. dünn, schlank; auch: abnehmen</p> <p>Negativer konnotiert als <i>hosoi</i>;</p> <p><i>yasete iru</i>, negativ konnotiert dt. dünn sein, positiv konnotiert dt. schlank sein, Verwendung abhängig je nach Kontext: <i>yaseru</i> eher für Werbungen in verschriftlichter Form verwendet als im allgemeinen Sprachgebrauch. Besonders dann positiv verwendet, wenn es ums Abnehmen geht, z.B. in Verbindung mit einem gesünderen Lebensstil.</p> <p><i>yaseppochi</i> 痩せっぽち, dt. schlanke Person</p> <p><i>yasegata</i> やせ型, dt. schlanke Figur</p> <p>痩せたい: ich will schlank sein/abnehmen</p>
<b>hosoi</b>	<p>細い, dt. schlank</p> <p>Positiver konnotiert als <i>yaseru</i>.</p> <p>z.B. 細いよね! wird als Kompliment verwendet.</p>
<b>futsū</b>	普通, dt. normal
<b>chōdo ii</b>	ちょうどいい, dt. genau richtig

### Übergewicht, bzw. welches kulturell als solches definiert ist

<b><i>gachiri to shita</i></b>	<p>がっちりとした, dt. korpulent, stämmig/muskulös sein</p> <p>positiv verwendet für muskulöse Männer; ‚gut gebaut sein‘</p> <p>Für muskulöse Frauen negativ verwendet, deutet an, dass Frauen mit Muskeln männlicher, und damit weniger attraktiv aussehen.</p>
<b><i>tamakushii</i></b>	たくましい, dt. kräftig, stämmig, männlich
<b><i>botchari</i></b>	<p>ぼっちゃり, dt. rundlich, mollig, dick, pausbäckig.</p> <p>Vergleichbar mit eng. <i>chubby</i>; verniedlicht und positiv verwendet, oft von übergewichtigen Japanerinnen selbst; Begriff so zweckentfremdet auch bei Online-Dating verwendet, um auf Übergewicht hinzuweisen. Daher sind viele Männer <i>botchari</i> gegenüber negativ eingestellt.</p> <p>ぼっちゃりさん, <i>botchari san</i>, dt. „Frau Rundlich“, von molligen Frauen verwendet, um sich selbst zu beschreiben, z.B. werden Zeitschriften für mollige Frauen <i>ぼっちゃりさんの雑誌</i> genannt.</p>

<b><i>muchi muchi</i></b>	ムチムチ, dt. rundlich, dick, feist, mollig, üppig. Als <i>muchi muchi shite iru</i> oder auch <i>mucchiri shita</i> verwendet. Die beiden Ausdrücke bedeuten 'dick sein', sind aber positiver konnotiert als <i>futotte iru</i> .
<b><i>fukkura shita</i></b>	ふっくらした, dt. pausbackig, rundlich
<b><i>shikkari shita</i></b>	しっかりした, しっかりしている dt. fest, solide Wird verwendet, wenn jemand ein wenig dick ist, aber trotzdem einen festen, kurvigen Körper hat.
<b><i>hōman</i></b>	豊満, dt. üppig, voll, dick, beleibt 豊満な姿態 <i>hōman na shitai</i> , dt. üppige Figur
<b><i>ōkii</i></b>	大きい, dt. groß Wird verwendet, um höflicher auszudrücken, dass jemand übergewichtig ist.
<b><i>futoi</i></b>	太い, dt. dick Negativ, wird auch als 'zunehmen' verwendet: 太る, <i>futoru</i> , dt. zunehmen 太った, <i>futotta</i> , dt. zugenommen haben 太っている, <i>futotte iru</i> , dt. dick sein Alle drei sind sehr unhöflich gegenüber einem anderem erwähnt.
<b><i>himan</i></b>	肥満, dt. übergewichtig, adipös Im Japanischen wird der Begriff für Übergewicht und Adipositas verwendet, es gibt keine Unterscheidung.

## Curriculum Vitae

**Bettina Wong, BA**

### Ausbildung

2012 -	Masterstudium East Asian Economy and Society, Universität Wien
2012 - 2016	Masterstudium Japanologie, Universität Wien
2009 - 2012	Bachelorstudium Japanologie, Universität Wien
2002 - 2007	HTL Mössingerstraße - Informationstechnologie

### Praktika/Feldforschung

09/2015	Feldforschung in Japan für Masterarbeit
07-09/2011	Österreichische Akademie der Wissenschaften, Institut für Kultur- und Geistesgeschichte Asiens – Japanologie Recherchetätigkeiten für das Web-Projekt ‚Religion in Japan‘
03-10/2011	Universität Wien, Institut Japanologie Mithilfe an der Lehrveranstaltung „Praxisbegleitung“

### Stipendien

09/2015	Kurzfristiges wissenschaftliches Auslandsstipendium (KWA) der Universität Wien
05/2015-04/2016	Studienabschluss-Stipendium, Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
2010-2012, 2014	Leistungsstipendium, Studienförderungsgesetz der Universität Wien