

Geburtenrückgang/Überalterung der Gesellschaft und Innovation: Möglichkeiten der japanisch-deutschen Zusammenarbeit

Oft, wenn ich auf halber Treppe unseres Wohnhauses eine dieser netten, älteren, hin und wieder äußerst neugierigen Damen treffe, habe ich das Gefühl, mich ihren fragenden Gesichtszügen und dem Blick auf meinen Bauch nicht entziehen zu können; ja diesen Blicken auf meinen Bauch, der nach ihren Vorstellungen nun endlich einmal zu jenem wunderschön kugelrunden Mutterbauch heranwachsen sollte und dies jedoch nicht tut, einfach nicht zu entgehen. Die Kluft der Generationen scheint dann kilometerbreit zwischen uns zu stehen. Sie macht es umso schwieriger, das Phänomen des demografischen Wandels, das meine Generation direkt prägt, in seinem gesamten Umfang aufzunehmen, es zu beurteilen, geschweige denn, es meinem Gegenüber im Treppenhaus nahe zu bringen.

Beruf oder Kinder ? Eine Frage die man nicht nur in Deutschland gestellt bekommt oder sich selber stellt. In sämtlichen Industrienationen und vor allem in Japan (das Land mit der höchsten Lebenserwartung) tickt die demografische Zeitbombe. Dabei wird offensichtlich, dass im Zeitalter einer sich immer stärker verflechtenden Welt, in der Grenzen zwischen Innen- und Außenpolitik verschwimmen, globale Herausforderungen, wie der Geburtenrückgang und die alternde Gesellschaft, vom Staat im Alleingang nicht mehr gelöst werden können. Im Fall der Zusammenarbeit von Japan und Deutschland kann man darüber hinaus eine zunehmende gegenseitige Neugierde feststellen. Kulturelle Großveranstaltungen wie „*Deutschland in Japan*“, die aktuelle Ausstellung der Neuen Nationalgalerie „*Berlin - Tokyo / Tokyo - Berlin. Die Kunst zweier Städte*“ oder die sich auch hierzulande häufenden Anhänger der japanischen Subkultur der Mangas, Cosplays bis hin zu den Gothic Dollies, Japans Adoption von Individualismus sowie Sitten und Bräuchen westlicher Prägung und Deutschlands Interesse für die asiatische Spiritualität tragen Zeugnis dieser japanisch-deutschen Konvergenzen.

Doch zurück zum „dicken Bauch“! Nicht nur professionelle Ambitionen machen die Entscheidung zum Kind nicht immer einfach. Neben oft zitierten ökonomischen Beweggründen haben kulturelle Aspekte ein nicht zu unterschätzendes Gewicht an der Veränderung der Bevölkerungsstruktur. Verantwortlich für die Pluralisierung der Lebensentwürfe und den maßgeblichen Bedeutungsverlust des traditionellen Modells der Familie in beiden Ländern sind nicht zuletzt die Einflüsse von Film und Kunst. Massenmedien, Populärkultur und bildende Künste sind nicht nur „abbildend“ sondern propagieren mittels ihrer Akteure und Helden einen Zeitgeist in dem das Modell Familie durch Single-Haushalte, Wohngemeinschaften oder andere Lebensformen ersetzt wird. So formen Fernsehserien durch die Darstellungsweise ihrer Haupt-Protagonisten in Form von flippigen, ewig Milchkafee trinkenden und immer mal verliebten Bikini-Mädchen Vorbilder für die heutige Vorstellung der Frau und folglich auch der „Familie“.

Der Künstler Takashi Murakami findet seine Inspirationsquelle in den Mangas, Videospielen und in der Konsumästhetik. Hinter dieser knallig bunten Kitschwelt voller futuristischer Figuren und lachenden Blumen verbirgt sich jedoch eine Gesellschaftskritik, die Ausdruck einer bedeutungslosen Leere als Folge des Verlustes von nationaler Identität und traditionellen Wertevorstellungen ist. Dementsprechend steht sie als Indiz dafür, dass unsere individualistischen

Gesellschaften, beide beherrscht von der Sucht nach freiem Amüsement und „ewiger“ Jugend, sich von traditionellen Lebensvorstellungen bzw. Ordnungen entfernen (der Kinderwunsch ist davon natürlich betroffen). Was ferner darauf schließen lässt, dass wir in dieser, von vorgegaukelten und illusorischen Götzen dominierten, technokratischen Welt, unbedingt neue Offerten von begeisterungswürdigen Lebensmodellen in der Gemeinschaft brauchen damit der kugelrunde Mutterbauch nicht zum Auslaufmodell wird und die ältere Dame vom Treppenhaus neue Aufgaben in der Gesellschaft übernimmt.

Ulrike Cadot-Knorr / Juli 2006