

Anmerkungen zur japanischen Pop-Musik

Susanne Schermann (Meiji Universität)

Die japanische Musikindustrie ist die zweitgrößte der Welt nach der der Vereinigten Staaten, und japanische Musiker sind in ihrem Heimatland überwältigend populär. Das ist in Europa selten der Fall. Frankreich schreibt seit 1994 den Radiostationen eine Quote für einheimische Musik vor, Deutschland diskutierte eine ähnliche Quote schon öfters. In Österreich hingegen verwies 1968 der so genannte Schnulzenerlass des damaligen ORF-Generalintendanten Gerd Bacher die deutschsprachige Musik aus dem neugegründeten Sender Ö3 in die Regionalprogramme; später machte sich allerdings Ö3 um die Verbreitung des Austropop verdient. In der Gegenwart ist vor allem die Rolle von FM4 hervorzuheben. In den Toplisten von Ö3 und in den Austria-Charts ist inländische Musik zwar vertreten, doch von Marktbeherrschung kann man nicht sprechen.

In Japan hingegen ist es unüblich, dass eine nicht-japanische Single auch nur eine Woche lang den ersten Platz in den Musikcharts, welche die Firma Oricon seit 1967 anhand der Verkäufe von Tonträgern erstellt, einnimmt. In den letzten fünf Jahren gelang dies zwar einige Male der koreanischen Gruppe TVXQ (in Japan Tōhōshinki), doch im Falle westlicher Popmusik muss man bis ins Jahr 1997 zurückgehen, als Elton John mit dem Lied „Candle in the Wind“ zwei Wochen lang die Nummer eins war. Das lag aber wohl weniger an der Musik, die ja schon von 1973 stammt, als vielmehr an der Tatsache, dass dieses Lied aus Anlass des Begräbnisses von Diana, Princess of Wales, mit neuem Text versehen von Elton John gesungen und danach weltweit vermarktet wurde. Um eine US-amerikanische Produktion auf Platz eins zu finden, muss man 27 Jahre bis ins Jahr 1983 (!) zurückgehen, als Irene Cara mit dem Titelsong des Films *Flashdance* ebenfalls zwei Wochen lang den ersten Platz innehatte. Sogar fünf Wochen lang konnte sich die Kanadierin Céline Dion 1995 auf Platz eins behaupten, allerdings mit dem Song „To Love You More“, der für die japanische *terebi dorama*-Serie *Koibito yo* bei Fuji TV als Titelsong kreiert und zuerst in Japan veröffentlicht wurde.

Der überwältigende Anteil der Pop- und Rockmusik in Japan ist also einheimisch, doch im Westen ist diese Musik im Allgemeinen nicht sehr bekannt. Sakamoto Ryūichi wurde durch seine Rolle in dem Film *Merry Christmas, Mr. Lawrence* (1983) von Ōshima Nagisa bekannt, was das Augenmerk auch auf ihn als Komponist der Filmmusik richtete. Der Titelsong „Forbidden Colors“ war auch als Single erfolgreich. Der Soundtrack zu Bernardo Bertoluccis *The Last Emperor* (1987), der mit dem Oscar ausgezeichnet wurde, festigte Sakamotos Popularität als Musiker im Westen. Durch die Filme von Miyazaki Hayao und Kitano Takeshi erfreut sich auch der Komponist Hisashi Joe im westlichen Ausland einer gewissen Berühmtheit.

Die traditionelle japanische Musik benutzt pentatonische (also fünftönige) Tonleitern und Tetrachorde, auch die große Sekunde, also eine Dissonanz, wird als Stilmittel eingesetzt. Die populäre Musik ist zwar stark vom Westen beeinflusst, doch greift sie immer wieder auf die traditionelle Musik zurück und klingt für Japaner daher vertraut.

Das mag einer der Gründe für die ungeheure Popularität sein, ein weiterer ist sicher die Karaoke-Kultur. Karaoke ist eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Die zahlreichen Karaoke-Bars rund um die großen Bahnhöfe in Tōkyō helfen auch, die Zeit totzuschlagen, wenn man die letzte Bahn nach Hause verpasst hat, indem sie ab Mitternacht bis 5 Uhr Früh Karaoke und Softdrinks ohne Limit ab 1000 Yen (ca. 8 €) pro Person anbieten. Und in der Muttersprache singt man eben meist leichter als in einer Fremdsprache. Durch Karaoke ist auch der Liedtext für die Wirkung eines Liedes sehr wichtig.

Das Radio ist für die Verbreitung von Musik in Japan allerdings wesentlich weniger wichtig als in Österreich. Die Frequenzen sind staatlich limitiert, und auf UKW (also FM) senden in Tōkyō neben NHK nur drei private Sender, davon einer, Inter-FM, in englischer Sprache. Die meisten Sender spielen überraschenderweise vorwiegend internationale (also meist amerikanische) Popmusik. Am beliebtesten davon ist wohl J-Wave, aber insgesamt

bieten alle diese Sender wesentlich weniger Musik als vergleichbare österreichische Programmanstalten. Als Geräuschkulisse in kleinen Restaurant und Geschäften und meist auch zu Hause funktioniert im Allgemeinen das Fernsehen. Nicht nur über Fernsehfilme und -serien, sondern auch über diverse „*baraeti bangumi*“ (etwa: gemischte Programme) wird die Musik übermittelt, und viele Ex-Popstars bevölkern als *tarento* (etwa: Fernsehpersönlichkeit) diese bunte Fernsehwelt.

Neben TV und Karaoke-Bars zählen aber auch Kindergärten und Schulen zu den Vermittlern japanischer Popmusik: In durchaus erzieherischer Absicht werden manche Songs wegen ihrer Texte zu Hits bei diversen Veranstaltungen für Kinder, die Musik dient eigentlich mehr als Beiwerk. So wird bei den jährlichen Schulsportfesten, an denen zumeist nicht nur die Eltern und Geschwister, sondern auch die Großeltern der Schüler als Zuschauer teilnehmen, aus offensichtlichen Gründen am Ende gerne das Lied „*Sekai ni hitotsu dake no hana*“ (Eine Blume, die es weltweit nur einmal gibt) der Gruppe SMAP über die Lautsprecher abgespielt, das in üblich gewagter Mischung aus Japanisch und Englisch mit der folgenden Textzeile beginnt: „*Number One ni naranakutemo ii, motomoto tokubetsu na Only One*“ (Es ist nicht notwendig zu gewinnen, du bist auf jeden Fall einzigartig).

Es gibt in Japan unzählige Musiker aller Stilrichtungen; die japanische Musikszene gilt im Westen als kurzlebig, doch dieser Eindruck entsteht durch die von Produzenten geschaffenen und gut vermarkteten japanischen *idols*, die bei Abnützung durch neue ersetzt werden. Doch viele Musiker sind jahrzehntelang im Geschäft, in wechselnden Bands, in wechselnden Aufgabenfeldern, und durch Werbespots, Fernsehauftritte und Schauspielertätigkeit auch eher popmusikfernen Schichten bekannt. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit soll nun versucht werden, einen kurzen Überblick zu geben.

Kurzer geschichtlicher Überblick

Mit der Öffnung Japans im 19. Jahrhundert kam auch westliche Musik nach Japan. Mit Beginn des 20. Jahrhunderts wurde in Japan die Bezeichnung *kayōkyoku* für Musik im westlichen Stil verwendet, meist, aber nicht immer, in Abgrenzung zum eher traditionelleren japanischen *enka*. *Kayōkyoku* entsprechen wohl am ehesten unserem Begriff von *chanson*. In der Nachkriegszeit kamen Jazz und Boogie-Woogie nach Japan – und die Beatles. Die Musik der Beatles und ihre Konzerte in Japan 1966 bewirkten in der Folge einen Boom von Musik-

gruppen zu Beginn der 1970er Jahre, die sich nun meist von der japanischen Musik im Sinne von *kayōkyoku* und *enka* distanzieren und als Rockmusiker bezeichneten – was nicht unbedingt der westlichen Kategorie von Rock entsprechen muss. Diese Bands waren allerdings meist recht kurzlebig, doch Kuwata Keisuke (geb. 1956) startete etwas später (1978) die Band Southern All Stars, die mit einem breitem Musikspektrum bis heute, also über 30 Jahre lang, sehr erfolgreich ist.

Häufig begannen einzelne Musiker nach Auflösung ihrer Bands Solokarrieren. Der erfolgreichste war hier wohl Yazawa Eikichi (geb. 1949). Bereits 1977 trat er als erster Rockmusiker im Nihon Budōkan vor 14.000 Zuhörern auf, im folgenden Jahr füllte er die damals größte Halle Japans, das Kōrakuen-Stadium mit 40.000 Plätzen. Er hält diverse Rekorde bei Schallplatten- und CD-Verkäufen, trat 107mal im Nihon Budōkan auf, ebenfalls ein Rekord. Durch Konzerte in den USA ist er auch im Ausland bekannt. 1997 nahm er an einem Konzert zum 20. Todestag von Elvis Presley im Londoner Wembley-Stadium teil, neben Popgrößen wie Rod Stewart und Jon Bon Jovi. Im Anschluss daran kam er nach Wien, wo er am 22. August ein – angeblich unangemeldetes – Konzert auf dem Michaelerplatz gab. Seinen 60. Geburtstag feierte er 2009 vor 55.000 Fans im Tōkyō Dome, und sein Überraschungsauftritt bei den *Kōhaku uta-gassen* des staatlichen Senders NHK am Silvesterabend 2009 belegt seine ungebrochene Popularität.

Hosono Haruomi (geb. 1947) war bereits mit der Band Happy End, die von 1970 bis 1973 existierte und Country-Rock spielte, sehr erfolgreich; sie gilt als eine der einflussreichsten Bands Japans, gleichauf mit dem 1978 ebenfalls von Hosono gegründeten Yellow Magic Orchestra, zu dem später auch Sakamoto Ryūichi (geb. 1952) und Takahashi Yukihiro (geb. 1952) gehörten. YMO revolutionierte mit Elektropop bis 1983 die Musikwelt, dann verfolgten die einzelnen Mitglieder Solokarrieren als Musiker, Produzenten oder Schauspieler, finden sich aber auch hin und wieder als YMO zusammen.

Viele der heute noch aktiven Bands entstanden in den 1980er Jahren, so das enorm erfolgreiche Duo B'z (seit 1988), das von Rock zu Pop zu Blues viele Musikstile im Angebot hat, und die Gruppen Mr. Children (seit 1989), Glay (seit 1988) oder das Duo Dreams Come True (seit 1988), die eher dem Pop zuzurechnen sind. Aber auch der Rock ist vertreten, so die Gruppe Buck-Tick (seit 1984) und die fetzigen L'Arc-en-Ciel (seit 1991). Einige Bands wie die innovativen Rockbands Blue Hearts (1985–1995)

und Luna Sea (1989–2000), deren Name mit dem Wort *lunacy* (Wahnsinn) spielt, lösten sich nach einigen Jahren auf. Bei einigen Gruppen verfolgten einzelne Mitglieder danach erfolgreiche Solokarrieren, so der Musiker Yoshiki (geb. 1965) von der sehr einflussreichen Rockgruppe X Japan (1989–1997) oder der Sänger Gackt (geb. 1973) von der extravaganten, vom Gothic Rock beeinflussten Gruppe Malice Mizer (1992–2001). Auf den Sänger und Komponisten Yoshii Kazuya (geb. 1966) von der Band The Yellow Monkey (1988–2001) wird weiter unten näher eingegangen, um anhand eines konkreten Beispiels die Musikszene Japans besser verstehen zu können.

Viele dieser Gruppen, und vor allem deren Leadsänger, orientierten sich an dem androgynen Charme David Bowies und machten mit geschminkten Gesichtern, gefärbten Haaren und auffallender Kleidung Furore, zum Beispiel X Japan, Luna Sea, Malice Mizer, Buck-Tick und Glay. Sie wurden unter dem Begriff *visual kei* zusammengefasst, auch wenn sie in musikalischer Hinsicht wenige Berührungspunkte hatten. Die Bezeichnung *visual kei* wird oft auch abwertend verwendet, da sie nichts über die Musik selbst aussagt und daher als „oberflächlich attraktiv“ interpretiert werden kann – selten nennt sich ein Musiker selbst *visual kei*. Die große Zeit des *visual kei* waren die 1990er Jahre.

Ebenfalls Ende der 1980er Jahre wurde aus einigen gutaussehenden Jugendlichen die Boy-Group Hikaru Genji (1987–1995) formiert – von der Produktionsfirma Johnny & Associates, die bereits in den 1960er Jahren von Johnny Kitagawa (geb. 1931) gegründet wurde. Johnny spezialisiert sich auf die Produktion und Vermarktung dieser männlichen Idolgruppen, die ihre Attraktivität zur Verbreitung der Musik verwenden, Musik, die im Gegensatz zu den meisten bisher genannten Musikern auch oft von den Bandmitgliedern nicht selbst hergestellt wird. Das bedeutet nicht zwangsläufig, dass die Musik nichtssagend ist, doch im Allgemeinen wird eine generationenübergreifende Kompatibilität angestrebt. Eingängige Melodien werden mit aufbauenden Texten kombiniert und von gutaussehenden jungen Männern (meist vom Typ Schwiegermutterstraum) dargeboten, die durchchoreographierten Tanznummern inklusive akrobatischer Einlagen sind für Fernsehen und Liveauftritte perfekt stilisiert. So entstand 1988 auch die Gruppe SMAP (Sports Music Assemble People), zunächst als Hintergrundtänzer für Hikaru Genji. Ihre erste CD erschien 1991, ab Mitte der 1990er Jahre hatten sie einen bis heute andauernden überwältigenden Erfolg. Die fünf Mit-

glieder – Kimura Takuya, Nakai Masahiro, Katori Shingo, Inagaki Gorō und Kusanagi Tsuyoshi – sind mittlerweile auch als *tarento* und Schauspieler aktiv und zählen zu den bekanntesten Gesichtern Japans, die ständig im Fernsehen präsent sind. Die Gruppe Arashi wurde dann 1999 gegründet und hat ebenfalls einen immensen und stetig wachsenden Erfolg mit jährlichen Spitzenplätzen in den Oricon-Verkaufsrangings. 2009 war ihr erfolgreichstes Jahr, nicht nur gingen die drei Spitzenplätze des Singles-Rankings an Arashi, auch ihr Album und ihre Musik-DVD liegen unangefochten an der Spitze – das erste Mal in der Geschichte der Rankings, dass eine Gruppe in allen Bereichen dominierend war. Arashi sind damit im Moment die bei weitem erfolgreichsten japanischen Musiker.

Der Erfolg der aus vier Musikern Ende Zwanzig bestehenden Gruppe Greeeen (seit 2006) zeigt allerdings, dass der traditionelle Weg, nämlich in der Schulzeit mit Freunden eine Band zu gründen und über kleine Konzerte allmählich bekannt zu werden, immer noch möglich ist. Die Single *Kiseki* (2008) von Greeeen erreichte 2009 das Guinness Book of Records mit der größten Anzahl der (legalen) Downloads. Auf YouTube kursiert sogar eine Karaoke-Version mit dem japanischen Text in *romaji* (mit einigen Fehlern allerdings) für des Japanischen nicht mächtige Ausländer – das Lied scheint den Japanischlern-Boom im Westen noch beflügeln zu können.

Unter den bis jetzt genannten Musikern und Gruppen sind sehr wenige Frauen. Ausnahmen sind Hara Yūko, die Frau von Kuwata Keisuke und ebenfalls Mitglied der Band Southern All Stars, und Yoshida Miwa von Dreams Come True, einem gemischten Duo. Während Männer meist in einer Band starten und dann oft als Solisten weitermachen, gibt es bei den Frauen fast nur Solosängerinnen. Die Trennungslinie zu den japanischen Schlägern *enka* ist da nicht immer leicht zu ziehen und soll hier auch nicht versucht werden. Unvergessen ist zweifellos Misora Hibari (1937–1989) mit ihrer ausdrucksstarken Stimme, frühzeitig verstorben, deren letzter Hit *Kawa no nagare no yō ni* (1989) nicht nur in Japan äußerst populär ist; so nahm es José Carreras 2001 in seine CD *Around the World* als einziges japanisches Lied auf. Matsutoya Yumi (geb. 1954) debütierte 1972 und gilt immer noch als eine der bedeutendsten Musikerinnen der Jetztzeit. Yamaguchi Momoe (geb. 1959) fiel im selben Jahr in der neuen Talentsendung *Sutā Tanjō!* (Ein Star wird geboren!) des Senders Nippon TV auf, gehört aber bereits zur Generation der Idole, die Jugend (Yamaguchi war bei ihrer Entdeckung 13 Jahre alt),

ein ansprechendes Äußeres und im günstigen Fall auch Musikalität verbinden und meist als Vorbild für Stil und Verhalten der weiblichen Jugend gelten. Nach ihrem Rückzug aus dem Musikgeschäft (1980, mit 21 Jahren) wurde sie von Matsuda Seiko (geb. 1960) ersetzt, die auch als Schauspielerin tätig ist. Es folgten Amuro Namie (geb. 1977, Debut 1992), Hamasaki Ayumi (geb. 1978, Debut 1998), Misia (geb. 1978, Debut 1998) und Utada Hikaru (geb. 1983, Debut 1998), die alle bis heute aktiv und äußerst populär sind. Im Gegensatz dazu war Sakai Izumi (1967–2007) kein Idol, obwohl sie vor ihrer Musikkarriere als Fotomodell tätig war. Sie gründete 1991 die Gruppe ZARD, deren Mitglieder mit Ausnahme von Sakai häufig wechselten, so dass man ZARD eigentlich mit Sakai gleichsetzen kann. Sie war eine der erfolgreichsten Sängerinnen der 1990er Jahre, obwohl sie ihr Privatleben kaum preisgab. Ihr tragischer Tod mit nur 40 Jahren schockierte die japanische Musikwelt.

1985 wurde die Mädchen-Idol-Band Onyanko Club gegründet, mit insgesamt über 50 Mitgliedern, die in immer wieder verschiedenen Zusammensetzungen auftraten. Die Gruppe wurde nach zwei Jahren wieder aufgelöst, doch das Konzept später von den Machern der Gruppe Morning Musume übernommen. Diese 1997 gegründete Gruppe erneuert sich jährlich, im Moment sind es acht Mädchen im Alter von 16 bis 24 Jahren. In der Zwischenzeit gibt es bereits fast 20 Ex-Mitglieder. Das Ganze ähnelt also eher einem Fußballteam als einer Band, ist aber in Japan bis dato sehr erfolgreich. Einen Schritt weiter noch geht die Gruppe AKB48, die seit 2005 existiert, im Moment 70 Mitglieder und ein eigenes Theater im Tōkyōer Stadtteil Akihabara (daher der Name) hat – es ist eine Art Takarazuka-Gruppe in der Musikbranche. Das Musikvideo zu dem Song „*Namida sapuraizu*“ (Tränenüberraschung) ist filmisch gut gemacht, die Choreographie der Tanzpartien verdankt viel dem genialen Busby Berkeley, also dem Hollywood der 1930er Jahre. Die Musik hat hier eine eher untergeordnete Bedeutung – eine Tendenz, die sich schon seit längerem zeigt.

Spätestens mit dem Aufkommen der Boys-Groups um 1990 änderten sich die traditionellen Schemata, statt dem Terminus *kayōkyoku* wird jetzt die Bezeichnung J-Pop bevorzugt, wozu im allgemeinen auch die Rockmusik zählt – viele Musiker wechseln ziemlich flexibel und lassen sich schwer einordnen. Hingegen sind *enka* von der Kategorie J-Pop ausgeschlossen.

Dies gibt einen ersten Überblick, der die Bandbreite erahnen lässt, doch die Musikwelt Japans ist

noch wesentlich vielschichtiger, als dieser Artikel bis jetzt vermuten lässt, denn japanischer Jazz wurde nicht einmal erwähnt, von Fusion, Punk, Hip-Hop oder Videospelmusik ganz zu schweigen.

Abschließend die Reihenfolge der „erfolgreichsten Musiker aller Zeiten“, wobei „alle Zeiten“ sich nur auf die letzten 40 Jahre bezieht, nämlich seitdem Oricon die Verkaufszahlen sammelt. (In Klammer die Anzahl der verkauften Tonträger)

1. B'z, seit 1988 (76 Millionen)
2. Mr. Children, seit 1989 (52 Millionen)
3. Hamasaki Ayumi, seit 1998 (51 Millionen)
4. Dreams Come True, seit 1988 (50 Millionen)
5. Southern All Stars, seit 1978 (48 Millionen)
6. Matsutoya Yumi, seit 1972 (43 Millionen)
7. Glay, seit 1988 (38 Millionen)
8. Utada Hikaru, seit 1989 (38 Millionen)
9. ZARD, seit 1991 (35 Millionen)
10. Amuro Namie, seit 1992 (32 Millionen)

Ein Beispiel: Yoshii Kazuya

Yoshii Kazuya ist ein japanischer Sänger, Komponist und Textschreiber, dessen Musik am ehesten dem Rock zuzurechnen ist. Im Gegensatz zu vielen seiner Kollegen tritt er nur selten im Fernsehen auf und ist auch nicht als Schauspieler tätig, sondern widmet sich vorwiegend der Musik. Allerdings führte er auch Regie bei Videoclips seiner Lieder und designte selbst einige seiner CDs und DVDs. Er führte auch Regie bei dem Videoclip zu dem Song „*Jam*“ (auf YouTube vom user *lovelovespark* hochgeladen).

Yoshii Kazuya wurde am 8. Oktober 1966 in Tōkyō geboren und wuchs in Shizuoka auf. Nach Abschluss der Pflichtschule ging er – unter dem Eindruck der Musik David Bowies – 1981 nach Tōkyō und versuchte, als Musiker Erfolg zu haben. Angeblich gab er sich zehn Jahre: wenn er es mit 25 noch nicht geschafft haben sollte, wollte er mit der Musik aufhören. Zunächst spielte er in einer Band Bassgitarre, 1988 gründete er die Band The Yellow Monkey. Während viele japanische Bands aus Unkenntnis der englischen Sprache eigenartige oder auch irreführende Namen haben, spielt dieser Name mit den westlichen Vorurteilen gegenüber Japanern. The Yellow Monkey spielte zunächst in diversen Live House in Tōkyō, 1991 konnten sie bei einer unabhängigen Produktionsfirma ein Album herausbringen. 1992 debütierten sie dann bei der großen japanischen Produktionsfirma Nippon Columbia; Yoshii war 25 Jahre alt.

In den zehn Jahren bei Columbia entstanden insgesamt 8 Alben, 24 Singles wurden vorab veröffentlicht. Mit ihrem vierten Album *Smile* (1995)

kamen sie auf Platz 4 der Oricon-Charts, das folgende Album *Four Seasons* (ebenfalls 1995) war erstmals auf Platz 1, alle drei folgenden Alben erreichten ebenfalls Platz 1 oder 2. 1995 konnten sie auch das erste Mal im Nihon Budōkan gastieren, das in der Größe der Halle D der Wiener Stadthalle vergleichbar ist (15.000 Plätze), und konzertierten in den folgenden Jahren auch im Tōkyō Dome, der größten Konzerthalle Japans (55.000 Plätze). 2001 stellten sie ihre Zusammenarbeit ein und trennten sich 2004 offiziell mit einem Abschiedskonzert. Die bekanntesten Lieder der Gruppe sind „Jam“ (1996), „Spark“ (1996), „Burn“ (1997), „Love Love Show“ (1997) und „Rakuen“ (1996).

Yoshii startete danach unter dem Namen Yoshii Lovinson eine Solokarriere. Nach zwei erfolgreichen Alben (mit vier Single-Auskoppelungen) entschied er sich zu einem Image-Wechsel und trat ab 2006 unter seinem wirklichen Namen auf, änderte allerdings das Schriftzeichen für *kazu* von 一 (eins) zu 和 (eines der Synonyme für Japan). Seit 2006 veröffentlichte er vier Alben und sechs Singles, im Schnitt also jedes Jahr ein Album. Von seinen Konzerttourneen gibt er regelmäßig DVDs heraus, bis jetzt fünf. Seine bekanntesten Songs sind „Tali“ (2003), „Call me“ (2005), „Beautiful“ (2006), „Weekender“ (2006) und „Believe“ (2006).

Im Vergleich zu den Yellow Monkey-Jahren ist Yoshii als Solist etwas weniger erfolgreich, hat aber eine eingeschworene Fangemeinde, die bei Konzerten vorwiegend aus Frauen in den Zwanzigern besteht. Jährlich macht er – meist im Anschluss an die Veröffentlichung einer neuen CD – eine Konzerttournee durch Japan, von Hokkaidō über Niigata, Sendai, Nagoya, Ōsaka, Miyasaki, Hiroshima, Fukuoka, Okinawa zum Schlusskonzert in Tōkyō. Die Eintrittspreise liegen bei happigen 6800 Yen (55 €), doch die Tickets sind im Allgemeinen wenige Minuten nach Verkaufsbeginn ausverkauft. Zusätzlich gibt er jedes Jahr am 28. Dezember, dem Jahrestag der Gründung der Yellow Monkey, ein Konzert im Nihon Budōkan. Die Tickets dafür werden wegen des großen Andrangs verlost; wer leer ausgegangen ist, muss sich auf Auktionen im Internet Karten besorgen, die schlechteren Plätze gibt es ab 20.000 Yen (160 €), die besten Plätze kosten zwischen 80.000 und 100.000 Yen (640 bis 800 €). Neben seinen eigenen Liedern (auch aus der Yellow Monkey-Zeit) singt Yoshii bei diesem Konzert jedes Jahr die Coverversion eines westlichen Songs, so von den Beatles, den Rolling Stones, Oasis oder Radio Head, mit einem neuen japani-

schen Text, der sich nicht immer am Original orientiert. Das ist eine Tradition geworden, und die Fans warten gespannt darauf, welchen Song er dieses Jahr singen wird. Diese Cover-Versionen sind nicht auf CD erhältlich, sondern nur auf dem Live-Mitschnitt auf DVD – d. h. wenn der Rechteinhaber zustimmt, was manchmal nicht der Fall ist. Man muss also zu dem Live-Konzert gehen, um diesen Song zu hören.

Für Fans gibt es seit einigen Jahren einen besonderen Service: für 300 Yen (wenig mehr als 2 €) monatlich hat man Zugriff auf die Fanseite der Homepage, auf der der Künstler nahezu täglich kurze, twitterähnliche Mails schreibt, die auf Wunsch auch auf das Handy geschickt werden (japanische Handys sind alle E-mail-tauglich). Um sicherzugehen, dass nicht ein Mitarbeiter diese Mails schickt, sind sie fast immer mit Foto versehen. Über dreißigtausend Fans haben sich darauf abonniert. Eine kurze Multiplikation zeigt, dass diese Inszenierung von Yoshiis Privatleben ausgesprochen lukrativ ist.

Diese geschickte Vermarktung basiert allerdings auch auf einer soliden musikalischen Grundlage. Yoshiis Musik ist seit der Yellow Monkey-Zeit traditioneller Rock mit fast nostalgisch anmutenden Gitarrentönen aus der Analog-Ära. Seine Musik hält eine gute Balance von Innovation bei hohem Wiedererkennungswert.

Die meisten seiner Fans allerdings sind von seinen Texten fasziniert, die meist in loser Assoziation Bilder von Liebe und vom Leben allgemein geben, durchmischt mit manchmal etwas eigenartigem Englisch, was aber die wenigsten zu stören scheint, solange es leicht zu singen ist. Manche Songs sind konkreter, „Shredder“ (2007) etwa erzählt von einer enttäuschten Liebe, die dann in den Shredder gesteckt wird, „Weekender“ (2006) beschreibt das Leben eines durchschnittlichen Japaners, der nur am Wochenende richtig lebt:

*me ga samete beddo o nukete itsumo no kado ni
ashi butasukete
hataraiete yonaka ni natte tsugi no yasumi wa
kono machi nukedashi
yoku asobu yoku warau yoku taberu yoku odoru
We're Reborn On Weekends*

aufwachen, aus dem Bett raus, sich den Fuß wieder
an dem Eck anstoßen
arbeiten, es dauert bis Mitternacht, am nächsten
freien Tag raus in die Stadt
viel Unterhaltung, viel Spaß, viel Essen, viel Tanzen
wir werden am Wochenende wiedergeboren

Viele Texte überraschen auch durch unerwartete Bemerkungen. So heißt es etwa in dem Lied

„Rakuen“ (1996), das die Liebe als Fluchort beschreibt:

*hitorikiri mo ii darō futari dake de mo ii darō
neko mo tsurete ikō suki ni yareba ii*

ganz allein ist OK, zu zweit ist OK,
nehmen wir auch die Katze mit, wie wir wollen

Wie im Rock üblich, sind die Texte oft zwei- oder gar eindeutig, was seine Musik für alle Zeiten von den japanischen Schulsportfesten fernhalten wird – worauf Yoshii wahrscheinlich stolz ist. Hier einige Beispiele:

*ore de yokerya, hitsuyō to shite kure call me
denwa ippon de itsu de mo yonde kure, gokai nai yō
ni shitoku ze*

Wenn ich dir gut genug bin, benötige mich, call me
Ruf mich an, ruf mich zu dir, du wirst es nicht bereuen
(aus „Call Me“, 2005)

*hanashitai koto yama no yō ni atta keredo
mō dō de mo ii ima wa kimi ni sawaritai*

ich möchte dir so viel sagen,
aber egal, jetzt möchte ich dich berühren
(aus „Hanafubuki“, 1997)

*sabishii yoru ni wa hadaka ni natte ai shite kure
motomete kure mujaki na teguchi de*

an einsamen Abenden, zieh dich aus, liebe mich,
verlange mich
(aus „Love communication“, 1995)

*kimi no ikikata to ikikata ga daisuki sa...mō ichido
COME ON!!*

Es gefällt mir, wie du lebst und wie du kommst,
noch einmal, Come On!
(aus „I Love You Baby“, 1995)

Das Lied „Love Love Show“ (1997) setzt auch auf ein Wortspiel, am Anfang lautet der Text explizit „*rabu rabu shiyō*“ (Machen wir Liebe), im Endrefrain wird das dann zur „Loveshow“, sprachlich ein ganz kleiner Unterschied.

Insgesamt sind es zwar eher harmlose Texte, doch als Duett gesungen können sie in einem dunklen Karaoke-Raum durchaus die Stimmung anheizen. Doch es geht nicht nur um Sex, so heißt es zum Beispiel in dem Lied „Tali“ (2003) auch „*kekkon shiyō*“ (Lass uns heiraten) oder auch nur „*ai shite iru*“ (Ich liebe dich), Texte also, die vor allem beim traditionell romantischen weiblichen Publikum positiv ankommen, aber auch die männliche Jugend nicht abschrecken. Hinweise auf Alkohol und Drogen sucht man hingegen vergeblich, wie auch japanische Rockmusik in ihren Texten kaum in die wirklichen Abgründe menschlicher Existenz vordringt.

Am berühmtesten sind wohl die folgenden Liedzeilen aus dem Lied „Jam“ (1996), das fast jeder Japaner nennt, wenn man ihn auf The Yellow Monkey anspricht.

*ano erai hatsumeika mo kyōaku na hanzaisha mo
minna mukashi kodomo datte ne
gaikoku de hikōki ga ochimashita nyūsu kyasutā
wa ureshisō ni*

„*jōkyaku ni Nihonjin wa imasen deshita*“
„*imasen deshita*“ „*imasen deshita*“
*boku wa nani o omoeba ii n darō boku wa nante
ieba ii n darō*

Dieser berühmte Erfinder, und dieser grausame
Verbrecher
alle waren einmal Kinder
Im Ausland ist ein Flugzeug abgestürzt, der Nach-
richtensprecher sagte erfreut:
Es waren keine Japaner unter den Passagieren
Was soll ich da denken, was soll ich da sagen

Diese lockere Aneinanderordnung heterogener Eindrücke, wahrscheinlich auch vor dem Fernseher entstanden, drückt wohl besser als eine präzise Analyse die diffuse Unzufriedenheit vieler, vor allem junger, Japaner mit ihrer Gesellschaft aus.

Yoshii komponiert und textet seit der Yellow Monkey-Zeit alle seine Lieder selbst; seine Live-Auftritte sind zwar gut choreographiert, doch nicht perfekt durchgestylt, sondern eher im traditionellen Rock-Stil: er verzichtet auf Tanzeinlagen und Hintergrund Sängerinnen, wie sie üblich geworden sind. Da er selten im Fernsehen auftritt und auch nicht als Schauspieler tätig ist, ist sein Gesicht wesentlich weniger bekannt als sein Name, was ihm ein relativ normales Leben ermöglicht. Auch auf YouTube sind großteils Videos der Yellow-Monkey-Zeit zu sehen, und auf den offiziellen PVs sieht man Yoshii nicht immer. Diese Konzentration auf die Musik ist in der heutigen Musikszene Japans selten geworden.

Er beschränkt seine Wirkung also auf die Fans seiner Musik – und es gelingt ihm, die Jugend zu erreichen, denn die meisten seiner Fans sind um die 20 Jahre alt. Das ist selten, wenn man fast 20 Jahre im Geschäft ist. Er steigert seinen Marktwert auch durch Verknappung des Angebots an Konzerten und die Kreation von Traditionen, die nur den Fans bekannt sind und so ein Insiderwissen fördern, was den Gruppenzusammenhalt bestärkt.

Yoshii ist nicht typisch für die japanische Musikszene – doch das ist bei dieser Diversität kaum möglich – aber er ist ein Beispiel, wie Musik und Vermarktung in Japan funktionieren kann.