

seiner Akteure ermöglicht daher nicht nur einen Blick auf die gegenwärtige Lage der japanischen Bestattungsindustrie, sondern auch auf darüber hinausgehende Diskurse. Bei *shūkatsu* kommen zahlreiche Diskursstränge zusammen und verdichten sich, sodass sie einen Blick auf die gegenwärtige japanische Gesellschaft im Allgemeinen ermöglichen.

Anders als man auf den ersten Blick vielleicht vermuten könnte, geht es bei dieser »Lebensendvorbereitung« gar nicht oder maximal am Rande um eine philosophische oder spirituelle Auseinandersetzung mit der eigenen Sterblichkeit. Vielmehr wird zur Organisation ganz materieller, profaner Dinge aufgerufen. So findet man unter dem Stichwort *shūkatsu* Anleitungen dazu, Vorkehrungen zum eigenen Ableben zu treffen, »die zu einem passen«: etwa die eigene Bestattung, das Grab, die Finanzen und die medizinische Versorgung und Pflege selbständig festzulegen, hierzu frühzeitig Informationen einzuholen, Versicherungen abzuschließen, ein Testament aufzusetzen. Ziel ist ein von Fremdbestimmung möglichst freies Ableben, das vom Individuum selbst dirigiert wird. Das Versprechen von Selbstbestimmung und Autonomie wird dabei aber stets von einem Druck begleitet, dies auch tun zu *müssen*, um anderen nicht zur Last zu fallen. Wenn die Shūkatsu Counselor Association (SCA) daher schreibt, es sei »ein Zeitalter angebrochen, in dem man über seinen eigenen Tod selbst nachdenken muss«, dann ist das sowohl eine Tatsachenfeststellung als auch eine programmatische Ansage. Denn hier soll nichts weniger als ein generelles Umdenken in der Bevölkerung angestoßen werden, das in konkrete Handlungsänderungen mündet. Ein Kulturwandel soll erreicht werden, wie in dem Motto »*Shūkatsu* – vom Boom zur Kultur«<sup>1</sup> deutlich wird.

Im Folgenden wird nun zunächst vorgestellt, was sich hinter dem Wort *shūkatsu* genau verbirgt und wo es herkommt. Die einzelnen Aspekte werden in Abschnitt 4.2 vertieft, dienen hier also lediglich einer ersten Orientierung, um daraus Fragen für die Analyse abzuleiten.

## 1.1 Was ist *shūkatsu*?

*Shūkatsu* setzt sich aus den Schriftzeichen 終 (*owari*, *SHŪ*, dt. »Ende«) und 活 (*iki*, *KATSU*, dt. »Existieren«, »am Leben sein«, »Aktivität«) zusammen und lässt sich wörtlich als »auf das Lebensende gerichtete Aktivitäten«, übertragend auch als »Vorbereitung auf das (eigene) Lebensende« übersetzen. Es ist dem gleichlautenden Wort für »Jobsuche« (*shūkatsu* 就活) nachempfunden und ahmt teilweise die darunter fallenden Aktivitäten nach. Ab dem Jahr 2007 entstanden, angefangen mit *konkatsu*, der Heiratspartnersuche, zahlreiche solcher irgendwas-*katsu*-Aktivitäten,

1 Früheres Motto des Blue Ocean Cafés, vgl. Abschnitt 4.2.4.

die die Übergänge zu neuen Lebensabschnitten systematisierten (dazu ausführlich: Abschnitt 4.2.6).

Der Begriff *shūkatsu* als Lebensendvorbereitung tauchte erstmals im August 2009 in einer 20-teiligen Artikelserie der Wochenzeitschrift *Shūkan Asahi* auf. Unter dem Titel »Die gegenwärtige Lage von *shūkatsu*, Bestattungswesen im Wandel«<sup>2</sup> wurde darin die aktuelle Lage in Bezug auf das Bestattungswesen vorgestellt – z.B. welche (auch neueren) Bestattungsoptionen es gibt oder welche Fallstricke bei der Organisation einer Bestattung zu vermeiden sind. Die *Shūkan Asahi* holte für die Artikelserie die professionelle Bestattungsberaterin Ichikawa Ai in das Redaktionsteam. Die Artikelserie erfuhr solch eine Resonanz, dass sie 2010 gebündelt als »MOOK«, d.h. als *magazine book*, herausgegeben wurde. Noch im selben Jahr erhielt das Wort *shūkatsu* eine Nominierung im Wettbewerb für Neologismen und Modewörter (U-CAN *shingo ryūkōgo taishō*) des Verlags Jiyū Kokumin-sha, schaffte es jedoch nicht unter die Top Ten.<sup>3</sup> Als es dann jedoch im Jahr 2012 erneut nominiert wurde, gelang der Einzug unter die besten zehn. Daraufhin wandten sich zunehmend auch andere Medien als die *Asahi* dem Phänomen zu; seit 2014 war in den Zeitungen gar von einem »*shūkatsu*-Boom« die Rede (*Asahi Shinbun GLOBE* 2014; *Mainichi Shinbun* 2014).

Gleichzeitig entstanden diverse Dienste, die mit *shūkatsu* warben. Schon Ende 2010 wurde etwa die NPO *Shūkatsu Counselor Association* (kurz: SCA, jp. *Shūkatsu kaunserā kyōkai*) gegründet, die eine Seminarreihe zu Themen rund um das Ableben anbietet. Die erfolgreiche Teilnahme an diesen Seminaren kann – nach bestandener Prüfung – mit dem Zertifikat des »*shūkatsu counselor*« (dt. »*shūkatsu*-Berater\*in«) bestätigt werden. Es entstanden zwei Zeitschriften mit *shūkatsu* im Titel, einmal die seit 2013 vierteljährlich vom Verlag der Sankei Shinbun herausgegebene Zeitschrift »*Shūkatsu* Lesebuch »SONAE« (Shūkatsu Dokuhon SONAE) und zum anderen das aus der Zeitschrift »Die Art der Bestattungen und anderer Zeremonien« (*Sōsai Ryūgi*) hervorgegangene Magazin »*Shūkatsu Cafe*«. Auch Buchtitel begann das Wort zügig zu zieren, neben dem 2011 erschienenen Buch »Anregung zu *shūkatsu*« der Erfinderin Ichikawa Ai sind unter den frühesten etwa das 2011 erschienene Buch »*Shūkatsu* für Alleinstehende« von Nakazawa Mayumi oder die 2013 erschienene »*Shūkatsu*-Bibel« von Okuyama Shōko. Der Fernsehsender TV Hokkaidō

2 Im Original: *Gendai shūkatsu jijō, kawariyuku sōgi no katachi*.

3 Vgl. die Webseite des U-CAN-Wettbewerbs 2010 <https://www.jiyu.co.jp/singo/>, letzter Zugriff: 21.01.2019. Der Verlag Jiyū Kokumin-sha ist Herausgeber des jährlich erscheinenden Nachschlagewerks *Gendai Yōgo no Kiso Chishiki*. Ebenfalls veranstaltet der Verlag jährlich den Wettbewerb U-CAN *shingo ryūkōgo taishō*, dt. etwa »Grand Prix der Neologismen und Trendwörter«. Damit ist dieser Verlag ein wesentlicher Diskursakteur, wenn es um das Prägen und Etablieren neuer Begriffe geht, die die Gesellschaft »beschreiben«.

strahlte eine Zeit lang jeden Samstag ab 6:00 Uhr morgens eine Sendung mit dem Titel »Unverblümt: Shūkatsu TV« (»Bucchake! Shūkatsu TV«) aus.<sup>4</sup> Maßgeblich an der Verbreitung des Wortes beteiligt waren jedoch wohl in erster Linie die sogenannten *shūkatsu*-Messen (*shūkatsu fea*), bei denen sich – nach dem Vorbild von Firmenmessen im Rahmen der Jobsuche (ebenfalls *shūkatsu fea*, jedoch mit dem Schriftzeichen 就活フェア) – verschiedene Dienstleister vorstellen, die mit Angelegenheiten rund um das Rentenalter und das Ableben etwas zu tun haben. Diese Messen finden in Kaufhäusern, in Bestattungsunternehmen und bei Branchenmessen auf Messegeländen<sup>5</sup> statt.

## 1.2 Was passiert auf einer *shūkatsu*-Messe?

Ein Blick auf das Programm einer *shūkatsu*-Messe kann eine Vorstellung davon vermitteln, welche konkreten Angebote unter dem Stichwort *shūkatsu* gemacht werden. Besonders aktiv ist hierbei der Anbieter AEON Life.

Die Firma AEON Life<sup>6</sup> wurde aus der Mutterfirma AEON Group (auch: AEON Group) heraus gegründet. Die AEON Group mit Sitz in Chiba betreibt ein Netz aus Einzelhandels- und Finanzdienstleistungsunternehmen in Japan sowie in einigen weiteren asiatischen Ländern (China, Hong Kong, Indonesien, Thailand und Malaysia). Nachdem AEON bereits 2009 den Dienst »AEON Bestattungen« (*ion no o-sōshiki*) aufnahm, machte die Firma im Jahr 2010 Furore, weil sie auf ihrer Homepage einen konkreten Geldbetrag für Almosen, die an buddhistische Mönche für ihre Dienste bei Bestattungen zu zahlen sind (*o-fuse*), öffentlich machte. Da diese auf dem individuellen Ermessen der Trauernden und der Mönche beruhen und es deshalb laut dem Japanischen Buddhismus-Verband keinen festgelegten Preis geben soll, erregte dies heftigen Widerstand und AEON wurde aufgefordert, das Angebot wieder zu löschen (Asahi Shinbun 2010). 2012 führte AEON seine »set plans« (*setto puran*) ein, mit denen Bestattungspakete zum Festpreis (mit optionalen Zusatzleistungen) geschnürt wurden (vgl. Abschnitt 4.1.3). Zum 1. September 2014 wurde die Firma AEON Life gegründet, die als 100-prozentiges Tochterunternehmen den Bestattungsdienst übernahm. Die Firma organisiert sogenannte *shūkatsu*-Messen, im Original »*shūkatsu fair*« (*shūkatsu fea*), die sie innerhalb der von AEON geführten Kaufhäuser abhält.

4 Einige Folgen sind auf YouTube zu finden, z.B. 介護付旅行サービス夢たび テレビ北海道「ぶっちゃけ終活TV」, [https://www.youtube.com/watch?v=B1FK5ORL\\_6M&t=100s](https://www.youtube.com/watch?v=B1FK5ORL_6M&t=100s).

5 So zum Beispiel als ein Segment im Rahmen der Internationalen Messe der Wohlfahrts- und Gesundheitsbranche *welfare* 2016 (*werufe*) in Nagoya: [www.nagoya-trade-expo.jp/welfare/2016result/outline/doujikaisai.html](http://www.nagoya-trade-expo.jp/welfare/2016result/outline/doujikaisai.html).

6 Auf Japanisch: Ion Raifu, Homepage: [www.aeonlife-shukatsu.jp](http://www.aeonlife-shukatsu.jp).