



GANZ GROSSES DAUMENKINO

Japan ist verrückt nach Handy-Romanen: geschrieben in der U-Bahn, gelesen von Millionen. Was sind das für Geschichten? Und kommt der Trend auch zu uns?

Ein paar Tage Tokio reichen schon. Dann weiß man Bescheid. Dass die Bahnen nie so voll sind, wie man immer dachte, zum Beispiel. Und nie so voll, dass die Japaner im Gedränge nicht ihr Handy rausziehen und damit rumspielen könnten. „Oyayubizoku“, die Daumen-Connection, spotten die Japaner über ihre Handy-Sucht. Hängen ständig über dem Display, tippen E-Mails und Nachrichten. Ganze Romane, irgendwie, denkt man noch. Und dann steht man in der Bahn vielleicht mal neben einer jungen Dame wie Towa. Die mit flinkem Daumen über die Tastatur ihres Disney-Handys mit den vielen Mickymäusen hüpfte. Und dabei wirklich Romane schreibt. Solche, die dann halb Japan liest. Solche, die Towa zum Star gemacht haben. Solche zum Beispiel: Die Studentin Sakura verkauft sich an Männer, um ihren Shopping-Orgien frönen zu können, sie verliebt sich in Callboy Reo, dann gibt es eine Menge Ärger mit Reos Zuhälter und Sakuras Freund, aber am Ende doch ein Happy-End auf Japans Tropenparadies-Insel Okinawa. Diese Story ist Towa, 27, irgendwann eingefallen, zwischendurch in der Bahn, als sie morgens auf dem Weg zur Arbeit war – als eines

der Mädchen, die man in Japan „Büroblumen“ nennt, weil sie nicht übermäßig sinnbringende Jobs verrichten, aber hübsch genug sind, dass irgendein Angestellter sie schon irgendwann unter die Haube bringen wird. Towa tippte in der Bahn und manchmal (sei wir ehrlich) auch bei der Arbeit, sie webte und spann an der Geschichte, Displayseite für Displayseite, bis sie auf die Idee kam, die einzelnen Kapitel ins Internet zu stellen. „Ich hatte vorher nie etwas geschrieben“, erzählt Towa, und sie lächelt so schüchtern, als sei ihr der Erfolg etwas peinlich. „Als Schülerinnen haben wir uns gegenseitig unsere Tagebücher zu lesen gegeben. Aber man schrieb eigentlich nur für sich selbst. Auch Sakuras Story habe ich erst mal nur für mich geschrieben und nicht an Leser gedacht.“ Handy-Romane, auf Japanisch „Keitaishosetsu“, sind ein neues Gewächs im literarischen Zaubergarten. Und eines, das vorerst nur in Japan gedeiht. Towa hat es nicht erfunden, sie war auch nicht die Erste, deren Mobiltelefon-Ergüsse zur Erfolgsstory gerieten. Ein junger Tokioter namens Yoshi hatte bereits vor ein paar Jahren für ein Investment

von umgerechnet 80 Euro eine Website eingerichtet, auf die jeder Japaner alles das laden konnte, was er auf seinem Handy mit sich rumtrug. Gleichzeitig stellte er seinen Handy-Roman „Ayus Story“ auf die Seite – die Geschichte einer Teenager-Prostituierten, die er beim Bahnfahren in sein Handy getippt hatte. Er verteilte Werbekärtchen für seine Seite an rund 2000 Schulmädchen, die im Tokioter Trendviertel Shibuya herumlungerten. Innerhalb von wenigen Wochen hatte Yoshis Seite 2,5 Millionen Nutzer.

Auf einer ähnlichen Website konnte jeder Towas Handy-Roman „Clearness“ lesen. Und das Seltsamste war: Es las wirklich fast jeder. Junge Männer und Frauen aus ganz Japan schrieben Kommentare unter die Texte, „Sugoi, sugoi!“, toll, toll, jubelten sie. Und warteten auf das nächste Häppchen „Clearness“. Am reißerischen Inhalt der Handy-Romane

VOM MOBILTELEFON GEHEN DIE FORTSETZUNGS-STORIES DIREKT INS INTERNET...

liegt es nicht – nicht nur jedenfalls. Es liegt eher an den Umständen. Daran, dass japanische Handys

einfach schon früher so weit waren, dass man mit ihnen im Internet surfen und fernsehen konnte. Dass sie in Japan viel wichtiger sind als Computer. Dass sich ganze Cliquen von Teenagern bisweilen treffen, um wortlos in ihre Mobiltelefone zu tippen, voneinander Bilder zu machen, sich gegenseitig Sprüche zu schicken. Und dass man auch im Restaurant schon mal schweigend voneinander hockt und sein Handy bearbeitet. Es ist eine Zweitwelt, die man ständig mit sich herumträgt. Auch

Wichtigstes Accessoire: Alle drei Monate kauft sich der Durchschnittsjapaner ein neues Mobiltelefon. Von zehn Top-Bestsellern in Japan startete die Hälfte als Handy-Roman. Ihren Autoren werden ganze Ausstellungen gewidmet, die 27-jährige Towa (rechts) ist damit berühmt geworden



eine Flucht aus der eigentlichen Welt, weit weg in Geschichten und Träumereien. „Eigentlich ist der Handy-Roman nur der erste Schritt in Richtung digitale Literatur“, sagt der Tokioter Trendforscher Sven Kilian-Nakamura. „Dazu kommt, dass hier 25 Prozent aller Druckpublikationen Mangas sind – und Schriftzeichen werden sehr ähnlich wie Bilder aufgenommen.“ In null Komma nichts gab es Seiten wie „Maho-no-Ilando“, auf die vor allem Teenager tausende von kleinen Fortsetzungsromanen direkt aus ihren Handys hochluden. Verlage surfen neugierig über die Seiten. Mehr als für die Geschichten interessierten sie sich für die Kommentare: Was Millionen von Halbwüchsigen Herzflattern verpasste, konnte auch als gedrucktes Buch nicht floppen. Von zehn Top-Bestsellern auf dem japanischen Büchermarkt startete die Hälfte einst als Handy-Romane, jeder einzelne Titel verkauft durchschnittlich 400 000 Exemplare. Yoshi hatte „Ayus Story“ bereits zuvor im Selbstverlag als Buch rausgebracht – das Werk ging 2,5 Millionen Mal über den Ladentisch. Towa war völlig verblüfft, als eines Tages der Starts-Verlag aus Tokio bei ihr anklingelte und ihr einen Buchvertrag für „Clearness“ anbot. „Ich hatte meinen Eltern und Freunden bis dahin nie etwas von der Sache erzählt, ich schrieb ja eigentlich heimlich“, erinnert sie sich, während sie lässig am glitzernden Louis-Vuitton-Shop vorbeischlendert, einem der Lieblingsläden ihrer Romanheldin. Die kauft,

... DANN ERSCHEINEN SIE ALS BÜCHER UND WERDEN MIT RIESIGEM ERFOLG VERFILMT

verkauft sich und hat zwischendurch bizarre Träume: „Es ist kalt. Es ist ein sehr kalter Ort. Ich stehe dort allein. Dies ist wohl ein Traum. Ich beginne zu laufen. Doch so sehr ich auch laufe, ich komme nicht an, meine Beine sind schwer. Als ich dies denke, schaue ich nach unten. Unzählige Männerhände umklammern meine Beine.“ Sätze wie aus einem Bilderbuch, Manga-Prosa. Ein bisschen wie hingetrozt, einfach gestrickt. 160 Zeichen passen auf eine Displayseite, da bleibt der Stil auf der Strecke – selbst wenn man mit der japanischen Zeichen-Sprache weiter kommt als mit unseren Einfachlettern, denn jedes einzelne Bildzeichen hat eine eigene Bedeutung, anders als ein Buchstabe. Wird das verhindern, dass das Handy-Romanfieber auch nach Deutschland kommt? Die Mangas haben es geschafft, obwohl man sie von hinten nach vorn blättert. Und findet die richtige Mischung aus Technik und Kitsch nicht immer international ihr Publikum? Towas „Clearness“ jedenfalls hinterlässt einen allzu süßen Nachgeschmack. Wie auch die anderen Handy-Romane. Wo der Himmel immer blau ist oder gewitterschwarz, die Stimmung himmelhoch jauchzend oder zu Tode betrübt. Die Menschen entweder lieb oder böse sind. Ein digitaler Lore-Roman, rührselig bis zur letzten Träne. „Koizora“ hieß das Handy-Werk einer gewissen Mika, das als Buch auf Anhieb 1,4 Millionen Exemplare verkaufte, als „Sky of Love“ verfilmt und zum

Kinokassenschlager bei jungen Japanern wurde: die Story eines Jungen, der sich von seiner Freundin trennt, als er erfährt, dass er Krebs hat – er will, dass sie von seinem Leid verschont bleibt. Sie sucht und findet ihn und bleibt bei ihm bis zum bitteren Ende. Immer ist es, als blättere man durch das Tagebuch einer 16-Jährigen. Ist Towa mit 27 nicht ein bisschen alt für das Genre? „Nein, wieso denn?“, lacht sie. Dann entdeckt sie ein rüsches Kleid im Schaufenster eines Anna-Sui-Modeladens: „Aah, Kawaiiii, kawaii!“, süß, süß, flötet sie und hüpfelt aufgeregt vor der Auslage herum. Vielleicht war die Frage wirklich abwegig. Towa ist längst Vertragsautorin beim Starts-Verlag. Zwei weitere Handy-Romane hat sie veröffentlicht. „Meine Familie ist superstolz“, sagt sie, „sogar meine Freundinnen wollen jetzt anfangen zu schreiben und meine ältere Schwester auch.“ Jeder kann ausprobieren, ob er den Weg zum Ruhm findet, notfalls auch im Schutz der Anonymität; die meisten Autoren, wie Towa, schreiben unter Pseudonym. Was echte Literatur ist, lernen Japans Jugendliche durch die Handy-Romane kaum – vielleicht aber lesen. Immerhin, sagen japanische Lehrer. Und hoffen, dass Handy-Romane als Appetitanreger taugen, irgendwann doch mal zu einem richtig guten Buch zu greifen. „Ich selbst habe nie ein Buch gelesen“, gibt Katsura Okiyama zu, Autorin des Kassenschlagers „K“ über eine Barfrau, die das Kind eines Kunden zur Welt bringt. „Dafür habe ich schon immer rund 100 SMS pro Tag geschrieben.“

SILKE PFERSDORF

Fotos: Christine Ullrich