Lust und Ekel

Wie bitte? Restaurants, die Speisen servieren, die an Fäkalien erinnern sollen. Und jetzt also auch noch ein grosses, neues Museum zum Thema. Das eigenartige (aber offenbar auch kluge) Verhältnis Japans zu Exkrementen. Von Felix Lill

«Fäkalien als etwas erleben, das lustig ist»: Besucherinnen im Unko-Museum. Ja, «Unko» heisst «Scheisse».

Mitte März eröffnete in Yokohama, Japans zweitgrösster Stadt das Unko-Museum. «Unko» lässt sich übersetzen mit: Kot, Exkrement, Pups, oder ja, Scheisse. Man muss es so deutlich sagen, das ist nämlich der Sinn der Sache. Das Ganze ist eine Mischung aus Info, Spass und Konfrontation.

In einer Ecke steigt ein Wettbewerb, den gewinnt, wer durch ein Mikrofon mit Dezibelmessung am lautesten «unko» schreien kann. Ein paar Meter weiter warten Toilettenattrappen darauf, dass Besucher Platz nehmen. Sobald auf der Klobrille ein Drucksensor aktiviert wird, plumpst ein lila Plastikhäufchen in die Schüssel. Anderswo kann man Selfies schiessen mit Cupcakes in Kackhaufenform.

Ein Statement von offizieller Seite: «Indem wir es Besuchern ermöglichen, Fäkalien als etwas zu erleben, das lustig ist und auch ein Gesprächsthema, bieten wir eine Art der Unterhaltung, die es zuvor noch nie gab.» Das dürfte stimmen. Insbesondere in westlichen Ländern ist es undenkbar, sich auf einer nichtmedizinischen Ebene mit dem Endprodukt der Ausscheidung auseinanderzusetzen, ohne dass es ekelhaft und unangenehm würde und deshalb auch einfach unnötig daherkäme.

In Japan ist die Sache aber leicht anders. Das Unko-Museum ist zwar auch hier eine Innovation, eine Kulturbruch ist es aber nicht. Die Ausstellung passt sogar ganz gut ins Land. Einerseits haben Japaner sowieso eine Schwäche für vermeintlich abseitige Konzepte. Nicht weit vom Unko-Museum gibt es ein Instantnudeln-Museum. In Tokio warten unter anderem ein Autopneu-Museum und ein Abwasser-Museum auf Besucher.

Ausverkaufte Ausstellung

Oft sind diese Häuser PR-Abteilungen von Unternehmen oder Behörden, die für ihre eigenen Produkte werben. Das Unko-Museum dagegen ist mit keiner Lobby verbunden. Die Aussteller finden das Thema einfach spannend, und die Resonanz gibt ihnen recht. An vielen Tagen war die Ausstellung schon ausverkauft. Und das Unko-Museum markiert auch längst nicht den ersten Beweis aus Japan, dass sich aus Scheisse Geld machen lässt.

Was ist der Unterschied zwischen Japan und westlichen Ländern, dass der Spass mit Fäkalien hier salonfähig ist, dort aber nicht? Kann man im Westen davon lernen? Und wenn ja, sollte man? Offensichtliche Unterschiede, die das alles schnell erklären könnten, gibt es kaum. An beiden Enden der Welt ist ein Zivilisationsgrad erreicht, der Menschen Ekelgefühle gegenüber ihren Exkrementen beigebracht hat, nachdem in der Vergangenheit eine zu enge Verbundenheit damit zu Krankheiten und Seuchen führte. Auch die Vulgärsprache ist ähnlich. Während man auf Englisch «shit» schimpft, sagt man im Japanischen «kuso.» Nicht zu verwechseln mit dem technischeren Ausdruck «Stuhl» – dafür sagt man auf Japanisch «daiben.» Der Gebrauch von «unko» aber, was für Japaner weniger vulgär klingt als das Schimpfwort «kuso» und trotzdem vom Stubenreinen weit entfernt bleibt, ist viel unverkrampfter. «Unko» geht Japanern locker von den Lippen.

Sich nicht nur darauf einzulassen, was in den Körper gelangt, sondern auch auf das, was später wieder herauskommt, scheint Japan bis jetzt immerhin nicht geschadet zu haben. Der lockere Umgang hat dem Land bis anhin nicht nur Kot-Schlüsselanhänger, Kot zum Kuschen und Schmuck in Misthaufenform beschert, sondern auch echte technologische Innovationen. Nirgendwo sonst werden so hochwertige Toiletten gebaut, in denen der Gang aufs Klo, begleitet von Meeresrauschen und abgeschlossen mit Duschen und Föhnen an allen Körperöffnungen, zum Erlebnis wird.

Das kann man für Schnickschnack halten. Aber für die meisten Menschen in Japan sind moderne Toiletten auf diese Weise zu angenehmen Orten geworden. So würde im ostasiatischen Land heutzutage wohl niemand auf ein Wort wie «Abort» kommen, wenn an die Toilette gedacht wird. Und deshalb wundern sich Japans führende Klobauer, dass sie mit ihren Hightechtoiletten auf den vermeintlich so fortschrittlichen westlichen Märkten kaum landen können.

Es will und kann sich in Europa nämlich kaum jemand vorstellen, dass ein Stuhlgang irgendwie in einem angenehmen Rahmen geschehen könnte. Dabei ist das Wichtigste an den japanischen Toiletten nicht der Komfort. Neben all den Spielereien, die sie heute bieten, ist auch ihr Hygieneniveau deutlich höher als bei westlichen Toiletten. Das soll übrigens einer von mehreren Gründen sein, warum Japan heute die höchste Lebenserwartung der Welt hat.

Wo ohne grosse Scham eklige Wörter in den Mund genommen werden können, werden zwar auch einmal die Grenzen des Appetits ausgetestet. In Tokios hippem Bezirk Shibuya öffnete vor einigen Jahren der Curry-Shop Shimizu, der mit «beschissenem» Reiscurry warb. In einer kloschüsselförmigen Porzellanschale breitete sich da auf dem weissen Reis eine braune Masse aus, die nicht nur nach Exkrementen aussehen, sondern auch so schmecken sollte. Der Gründer und Koch, Ken Shimizu, meinte zu wissen, wovon er sprach. In seiner vorigen Karriere als Pornodarsteller in einem sehr speziellen Subgenre hatte er nämlich einige Male tatsächlich Fäkalien essen müssen. Mit Gewürzen und Aromen wurde der ihm bekannte Geschmack dann nachgebildet.

Sackgasse der Zivilisation

Eine Goldgrube wurde daraus hingegen nicht. Der Curry-Shop Shimizu machte bald dicht. Das Ende des Konzepts bedeutete das aber nicht. In Tokio hat sich ein Restaurant einen Namen gemacht, weil dort das Gericht «Mama no unchi», also «Mamas Scheisse», auf der Speisekarte steht. Hier ist es nur das Auge, nicht der Gaumen, das sich beim Essen an Exkremente erinnert. Aber das ist vielleicht umso beachtlicher: Denn wenn das Gericht gar nicht wie Ausgeschiedenes schmeckt, warum nennt man es dann so, wenn es doch verkauft werden soll?

Wohl deshalb, weil es Konsumenten in Japan zum Lachen bringt, wenn sie an unerwarteter Stelle mit Fäkalien konfrontiert werden. Und das kann helfen, zum Beispiel im Bildungswesen. Etwas, was Kinder hassen, ist das Lernen der komplizierten Schriftzeichen, die Japan vor mehr als tausend Jahren aus China importierte. Der Verlag Bunkyosha wollte das ändern und dachte dabei an: Scheisse. Ergebnis ist eine Schulbuch, dessen die Schriftzeichen erklärender Protagonist ein mit Zeigestock und Brille ausgerüsteter Misthaufen ist. Das Buch wurde zum Hit. Zeitweise machte in Tokio auch ein Mottocafé auf, das Getränke und Merchandise im Stil des unterrichtenden Häufchens anbot.

Auch in westlichen Ländern hat es einige Versuche gegeben, den Kot um seine Anrüchigkeit zu erleichtern. Der österreichische Künstler Friedensreich Hundertwasser lobte schon 1979 in seiner Streitschrift «Scheisse wird zu Gold», wie nützlich das Endprodukt als Kompost für ökologische Kreislaufwirtschaft sein könnte. Der moderne Umgang damit sei schädlich: «Die Wassertoiletten sind eine Sackgasse unserer Zivilisation: Verschwendung von Unmengen reinem Trinkwasser, um etwas Scheisse und Urin fortzutragen.» Angesichts der ökologischen Verwertbarkeit der Fäkalie wunderte sich Hundertwasser in einem anderen Aufsatz namens «Die heilige Scheisse»: «Wir haben Tischgebete vor und nach dem Essen. Beim Scheissen betet niemand.»

Wie es wohl wäre, wenn der Stuhlgang zu einem sozialen Anlass gemacht würde, stellte sich der spanische Regisseur Luis Buñuel 1974 im Film «Das Gespenst der Freiheit» vor. In einer der Szenen trifft sich da eine

«Japaner sind offiziell verrückt.» Besucher beim spielerischen Umgang mit der Materie des Unko-Museums.

Mitte März eröffnete in Yokohama, Japans zweitgrösster Stadt das Unko-Museum. «Unko» lässt sich übersetzen mit: Kot, Exkrement, Pups, oder ja, Scheisse. Man muss es so deutlich sagen, das ist nämlich der Sinn der Sache. Das Ganze ist eine Mischung aus Info, Spass und Konfrontation.

In einer Ecke steigt ein Wettbewerb, den gewinnt, wer durch ein Mikrofon mit Dezibelmessung am lautesten «unko» schreien kann. Ein paar Meter weiter warten Toilettenattrappen darauf, dass Besucher Platz nehmen. Sobald auf der Klobrille ein Drucksensor aktiviert wird, plumpst ein lila Plastikhäufchen in die Schüssel. Anderswo kann man Selfies schiessen mit Cupcakes in Kackhaufenform.

Ein Statement von offizieller Seite: «Indem wir es Besuchern ermöglichen, Fäkalien als etwas zu erleben, das lustig ist und auch ein Gesprächsthema, bieten wir eine Art der Unterhaltung, die es zuvor noch nie gab.» Das dürfte stimmen. Insbesondere in westlichen Ländern ist es undenkbar, sich auf einer nichtmedizinischen Ebene mit dem Endprodukt der Ausscheidung auseinanderzusetzen, ohne dass es ekelhaft und unangenehm würde und deshalb auch einfach unnötig daherkäme.

In Japan ist die Sache aber leicht anders. Das Unko-Museum ist zwar auch hier eine Innovation, eine Kulturbruch ist es aber nicht. Die Ausstellung passt sogar ganz gut ins Land. Einerseits haben Japaner sowieso eine Schwäche für vermeintlich abseitige Konzepte. Nicht weit vom Unko-Museum gibt es ein Instantnudeln-Museum. In Tokio warten unter anderem ein Autopneu-Museum und ein Abwasser-Museum auf Besucher.

Ausverkaufte Ausstellung

Oft sind diese Häuser PR-Abteilungen von Unternehmen oder Behörden, die für ihre eigenen Produkte werben. Das Unko-Museum dagegen ist mit keiner Lobby verbunden. Die Aussteller finden das Thema einfach spannend, und die Resonanz gibt ihnen recht. An vielen Tagen war die Ausstellung schon ausverkauft. Und das Unko-Museum markiert auch längst nicht den ersten Beweis aus Japan, dass sich aus Scheisse Geld machen lässt.

Was ist der Unterschied zwischen Japan und westlichen Ländern, dass der Spass mit Fäkalien hier salonfähig ist, dort aber nicht? Kann man im Westen davon lernen? Und wenn ja, sollte man? Offensichtliche Unterschiede, die das alles schnell erklären könnten, gibt es kaum. An beiden Enden der Welt ist ein Zivilisationsgrad erreicht, der Menschen Ekelgefühle gegenüber ihren Exkrementen beigebracht hat, nachdem in der Vergangenheit eine zu enge Verbundenheit damit zu Krankheiten und Seuchen führte. Auch die Vulgärsprache ist ähnlich. Während man auf Englisch «shit» schimpft, sagt man im Japanischen «kuso.» Nicht zu verwechseln mit dem technischeren Ausdruck «Stuhl» – dafür sagt man auf Japanisch «daiben.» Der Gebrauch von «unko» aber, was für Japaner weniger vulgär klingt als das Schimpfwort «kuso» und trotzdem vom Stubenreinen weit entfernt bleibt, ist viel unverkrampfter. «Unko» geht Japanern locker von den Lippen.

Sich nicht nur darauf einzulassen, was in den Körper gelangt, sondern auch auf das, was später wieder herauskommt, scheint Japan bis jetzt immerhin nicht geschadet zu haben. Der lockere Umgang hat dem Land bis anhin nicht nur Kot-Schlüsselanhänger, Kot zum Kuschen und Schmuck in Misthaufenform beschert, sondern auch echte technologische Innovationen. Nirgendwo sonst werden so hochwertige Toiletten gebaut, in denen der Gang aufs Klo, begleitet von Meeresrauschen und abgeschlossen mit Duschen und Föhnen an allen Körperöffnungen, zum Erlebnis wird.

Das kann man für Schnickschnack halten. Aber für die meisten Menschen in Japan sind moderne Toiletten auf diese Weise zu angenehmen Orten geworden. So würde im ostasiatischen Land heutzutage wohl niemand auf ein Wort wie «Abort» kommen, wenn an die Toilette gedacht wird. Und deshalb wundern sich Japans führende Klobauer, dass sie mit ihren Hightechtoiletten auf den vermeintlich so fortschrittlichen westlichen Märkten kaum landen können.

Es will und kann sich in Europa nämlich kaum jemand vorstellen, dass ein Stuhlgang irgendwie in einem angenehmen Rahmen geschehen könnte. Dabei ist das Wichtigste an den japanischen Toiletten nicht der Komfort. Neben all den Spielereien, die sie heute bieten, ist auch ihr Hygieneniveau deutlich höher als bei westlichen Toiletten. Das soll übrigens einer von mehreren Gründen sein, warum Japan heute die höchste Lebenserwartung der Welt hat.

Wo ohne grosse Scham eklige Wörter in den Mund genommen werden können, werden zwar auch einmal die Grenzen des Appetits ausgetestet. In Tokios hippem Bezirk Shibuya öffnete vor einigen Jahren der Curry-Shop Shimizu, der mit «beschissenem» Reiscurry warb. In einer kloschüsselförmigen Porzellanschale breitete sich da auf dem weissen Reis eine braune Masse aus, die nicht nur nach Exkrementen aussehen, sondern auch so schmecken sollte. Der Gründer und Koch, Ken Shimizu, meinte zu wissen, wovon er sprach. In seiner vorigen Karriere als Pornodarsteller in einem sehr speziellen Subgenre hatte er nämlich einige Male tatsächlich Fäkalien essen müssen. Mit Gewürzen und Aromen wurde der ihm bekannte Geschmack dann nachgebildet.

Sackgasse der Zivilisation

Eine Goldgrube wurde daraus hingegen nicht. Der Curry-Shop Shimizu machte bald dicht. Das Ende des Konzepts bedeutete das aber nicht. In Tokio hat sich ein Restaurant einen Namen gemacht, weil dort das Gericht «Mama no unchi», also «Mamas Scheisse», auf der Speisekarte steht. Hier ist es nur das Auge, nicht der Gaumen, das sich beim Essen an Exkremente erinnert. Aber das ist vielleicht umso beachtlicher: Denn wenn das Gericht gar nicht wie Ausgeschiedenes schmeckt, warum nennt man es dann so, wenn es doch verkauft werden soll?

Wohl deshalb, weil es Konsumenten in Japan zum Lachen bringt, wenn sie an unerwarteter Stelle mit Fäkalien konfrontiert werden. Und das kann helfen, zum Beispiel im Bildungswesen. Etwas, was Kinder hassen, ist das Lernen der komplizierten Schriftzeichen, die Japan vor mehr als tausend Jahren aus China importierte. Der Verlag Bunkyosha wollte das ändern und dachte dabei an: Scheisse. Ergebnis ist eine Schulbuch, dessen die Schriftzeichen erklärender Protagonist ein mit Zeigestock und Brille ausgerüsteter Misthaufen ist. Das Buch wurde zum Hit. Zeitweise machte in Tokio auch ein Mottocafé auf, das Getränke und Merchandise im Stil des unterrichtenden Häufchens anbot.

Auch in westlichen Ländern hat es einige Versuche gegeben, den Kot um seine Anrüchigkeit zu erleichtern. Der österreichische Künstler Friedensreich Hundertwasser lobte schon 1979 in seiner Streitschrift «Scheisse wird zu Gold», wie nützlich das Endprodukt als Kompost für ökologische Kreislaufwirtschaft sein könnte. Der moderne Umgang damit sei schädlich: «Die Wassertoiletten sind eine Sackgasse unserer Zivilisation: Verschwendung von Unmengen reinem Trinkwasser, um etwas Scheisse und Urin fortzutragen.» Angesichts der ökologischen Verwertbarkeit der Fäkalie wunderte sich Hundertwasser in einem anderen Aufsatz namens «Die heilige Scheisse»: «Wir haben Tischgebete vor und nach dem Essen. Beim Scheissen betet niemand.»

Wie es wohl wäre, wenn der Stuhlgang zu einem sozialen Anlass gemacht würde, stellte sich der spanische Regisseur Luis Buñuel 1974 im Film «Das Gespenst der Freiheit» vor. In einer der Szenen trifft sich da eine

«Japaner sind offiziell verrückt.» Besucher beim spielerischen Umgang mit der Materie des Unko-Museums.

THE ASAHI SHIMBUN / GETTY IMAGES

In Tokio hat sich ein Restaurant einen Namen gemacht, weil dort das Gericht «Mamas Scheisse» auf der Karte steht.

TOMOHIRO OHSUMI / GETTY IMAGES

schicke Gesellschaft zum Beisammensein bei Tisch, nimmt aber nicht auf Stühlen Platz, sondern setzt sich mit runtergezogenen Hosen auf Kloschüsseln. Die soziale Aktivität ist das Scheissen, wenn jemand essen will, entschuldigt man sich und fragt beim Diener des Hauses diskret nach dem stillen Örtchen, wo man unbeobachtet Nahrung aufnehmen könnte. Der Film wurde hochgelobt. Aber an den Zwängen und Tabus änderte er so wenig wie die lauten Gedanken von Hundertwasser. Ein mehr oder weniger gestörtes Verhältnis auch zu den eigenen Exkrementen blieb die gesellschaftliche Norm. Auch der Bestseller «Darm mit Charme», mit dem die junge Ärztin Giulia Enders 2014 zum Medienstar wurde, war nur ein kurzes Austesten einer entspannteren Haltung. Mittlerweile ist das Thema längst wieder das, was es immer war: eigentlich tabu.

Toilettenhumor

Ausser eben in Japan. Die Resonanz auf das Unko-Museum fiel weitgehend positiv aus. «Kein Problem mit ein bisschen Toilettenhumor», urteilte die «Japan Times». Die Nachrichtenagentur Kyodo lobte in einer langen Rezension, hier würden «die Horizonte über Kacke erweitert». Auf Twitter und Instagram sind die Hashtags «unko» und «unkomuseum» zum Langzeit-Trend geworden, immer wieder begleitet von Selfies aus der Ausstellung.

International fielen die Reaktionen kühler aus. Der kalifornische Reiseveranstalter Triphobo twitterte: «Kann irgendetwas merkwürdiger werden als dieses Unko-Museum in Japan?» Philippe Lemaire, französischer Journalist bei «Le Parisien», kommentierte: «Nur in Japan.» Die meisten nichtjapanischen Mainstreammedien, die überhaupt berichteten, erklärten die Sache zur reinen Kuriosität. Ähnlich wie ein Leser der englischsprachigen Website «Japan Today», der kommentierte: «O. k. Das war's. Japaner sind offiziell verrückt.»

Sind sie wahrscheinlich nicht, und wenn, dann vermutlich in einem durchaus konstruktiven Sinne. Dass man sich in Japan für Scheisse interessieren kann, ohne Gastroenterologe zu sein oder einer Perversion verdächtigt zu werden, liess Japan nicht nur die besten Toiletten der Welt erfinden, die weltweit höchsten Hygienestandards erreichen und auf neue Lehrkonzepte kommen. Der relativ relaxte Umgang mit eigentlich ekelhaften Dingen, der flexible Umgang mit Regeln, er dient wohl auch der Pflege einer generellen Offenheit, die wiederum einen fruchtbaren Boden darstellt für die nächsten klugen Ideen, das Neudenken einer Materie. Welcher Materie auch immer.