

Die Ökonomie des *pachinko*¹

Wolfram Eils (Wien)

Pachinko ist längst zu einem unübersehbaren Bestandteil der japanischen Gegenwartskultur geworden. Alltäglich zwischen 10 Uhr vormittags und 10 Uhr abends geben sich in 16.000 Spielhallen rund acht Millionen Japaner dem Spiel um die Kugel hin: *Pachinko* – lärmende Kakophonie kaskadierender Stahlkugeln in der Tag- und Nachtgleiche des Neonscheins. Der Reiz der Sache offenbart sich dem Betrachter nur zögernd, wenn überhaupt. Was bewegt die Fan-Gemeinde, die nach halb-offiziellen Angaben aus bis zu 30 Millionen Mitgliedern besteht, dazu, in selbstvergessener Entrückung einen Spielautomaten pausenlos mit kleinen Kugeln zu füttern, dabei einen Industriekomplex zu finanzieren, der im Jahr beachtliche 20 Billionen Yen umsetzt? Ist der Betrachter Zeuge eines ritualisierten Bekenntnisses zu einer lebensfeindlichen Umwelt, praktiziert in perfektionierter Kommunion Mensch-Maschine? Handelt es sich um eine exzessive Huldigung an die automatisierte Praxis der Sinnlosigkeit oder um den letzten Fluchtpunkt des Individuums vor der Masse, gefunden in der Anonymität ihres Zentrums – oder doch nur um ein Spiel? Jede Gesellschaftsform charakterisiert sich durch ein bestimmtes Muster an Normen und Werten, die konstitutiv auch in ihren Subsystemen wirksam werden. Vor dieser Folie wird Freizeitbewältigung als eine Form der sozialen Praxis analysierbar. vermag der Soziologe sein Handwerkszeug auszubreiten und zu erklären, warum *pachinko* gerade – und nahezu ausschließlich – in Japan Fuß fassen konnte. Im Wechselspiel von Angebot und Nachfrage im sozialen Feld der Freizeitpraxis überlassen wir Sozio- und Psychologen das letztere Betätigungsfeld und konzentrieren uns ausschließlich auf die Angebotsseite.

Als vor einem knappen halben Jahrhundert inmitten der Baracken und Ruinen des Nachkriegsjapans das *pachinko* wieder zum Leben erweckt wurde, konnte dieses Spiel bereits auf eine über dreißigjährige Vergangenheit zurückblicken. Niemand aber konnte voraussehen, daß sich im Dunstkreis der Schwarzmärkte mit dem harmlosen Vergnügen das Potential einer Industrie aufbaute, die später selbst den einheimischen Automobilmarkt oder die Stahlbranche in den Schatten stellen sollte. Daß diese Entwicklung sich in der Retrospektive weniger spektakulär, geradezu zwingend erscheint, verdanken wir der Macht der rückwärtsgewandten Perspektive, die eine differenzierte Zuordnung der einzelnen Einflußgrößen erlaubt. Die folgenden Arbeitsschritte widmen sich einer näheren Betrachtung der einzelnen Segmente innerhalb der *pachinko*-Industrie, ihres Wer-

¹ Vorliegende Studie entstand im Rahmen einer breiter angelegten Arbeit im wissenschaftlichen Neuland der *pachinko*-Thematik. Zu weiterführenden Informationen über Geschichte, Verbreitung, Funktion und Stellenwert des *pachinko* s. EILS, Wolfram. 1993. *Pachinko – Phänomen und Perspektiven. Kultursoziologische Anmerkungen zum Champion der japanischen Freizeitbranche*, Wien, unveröffentlichte Diplomarbeit.

degangs innerhalb des letzten halben Jahrhunderts sowie den Aspekten Gesetzgebung und Freizeitpolitik, zwei in gesonderten Exkursen eingehender zu beschreibenden wesentlichen Einflußgrößen.

Die Segmente der *pachinko*-Industrie

Im postindustriellen Zeitalter hat die *pachinko*-Branche eine Ausweitung des "Industriellen" von den Produktionsstätten auf weitere ökonomisch regulierte Bereiche erfahren. Die aktuelle Metamorphose zur Finanzindustrie – *pachinko goes public* – ist nur der vorläufig letzte Schritt einer gesamtgesellschaftlichen Entwicklung, die sich in den hochentwickelten Systemen mehr und mehr den industriellen Postulaten wie Rationalisierung, Technologisierung und Effizienzsteigerung unterworfen hat. Der Begriff "Industrie", im Zusammenhang der folgenden Überlegungen verwendet, geht weit über seine ursprüngliche Konzeption, die sich an bestimmten Formen des Fertigungs- und Arbeitsprozesses orientiert, hinaus.² Im klassischen Verständnis würde sich die *pachinko*-Industrie ausschließlich durch die Herstellung der Automaten oder der zusätzlich benötigten Instrumentarien definieren. Die modernisierte Version der *pachinko*-Industrie dagegen muß den Veränderungen in der Begriffsverwendung Rechnung tragen, die sich nicht nur im terminologischen, sondern auch im alltäglichen Gebrauch in Komposita wie "Serviceindustrie" oder "Freizeitindustrie" widerspiegeln.

Die Industrialisierung bestimmter produktionstechnisch unabhängiger Wirtschaftsegmente als rezentes Resultat eines Adaptierungsprozesses an veränderte Marktgesetzmäßigkeiten integriert über die Kapitalströme zwischen Anbieter und Verbraucher die Konsumentenebene in das Konglomerat der *pachinko*-Industrien. Gemessen an den Umsatzzahlen, handelt es sich bei diesem Bereich um den Primärsektor der *pachinko*-Industrie, während der Sekundärsektor einerseits durch die klassische Komponente der Fertigungsindustrien gebildet wird, andererseits aber auch durch den Aspekt der Versorgungsindustrie, der sich durch das Distributionssystem der materiellen Gewinne ergibt. Dieser Blickwinkel inkludiert auch das bestenfalls als halblegal zu bezeichnende System der standardisierten Kapitalisierungsoption der *special prices* in den *kaiba* sowie den Waren- und Kapitalkreislauf über die assoziierten Großhändler.

Dieses in seiner Komplexität schwer zu überschauende Konglomerat folgt in seinen wesentlichen Strukturen den Regulativen der Freizeitindustrie und des Freizeitmarktes. Angebot und Nachfrage³, die Kapitalisierung von Zeit⁴, der normative Gegensatz zwi-

² "Der Ausdruck Industrie ist dabei nicht wörtlich zu nehmen. Er bezieht sich auf die Standardisierung der Sache selbst [...] und auf die Rationalisierung der Verbreitungstechniken, nicht aber streng auf den Produktionsvorgang" (Adorno); zitiert nach MIELENHAUSEN, Erhard. 1980. "Marktwirtschaftliche Überlegungen zur Freizeit – einige Anmerkungen am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland", in: *Freizeit. Beobachtung, Beurteilung und Erklärung im interdisziplinären Dialog*, KRUPPA, Adolf u.a. (Hrsg.), Frankfurt: Publik Forum (= Osnabrücker Studien – Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Reihe Bd. 5), S. 89.

³ Angebot und Nachfrage beziehen sich im Kontext der Freizeitindustrie auf Waren und Dienstleistungen, subsumieren aber auch die "verdinglichte" Zeit. "Das bedeutet, volkswirtschaftlich gesehen, daß das Zeitmaß der Menschen für Arbeit und Freizeit so aufeinander abzustimmen ist, daß die Summe des Produzierten auch konsumiert werden kann". Vgl. ANDREAE, Clemens.

schen Arbeitszeit und Freizeit⁵, die Wertverschiebung von Arbeit auf Freizeit und die Entfremdung der Werte durch Medien- und Marketing-Manipulationen⁶ als typische Faktoren der Freizeitindustrie bestimmen in konsum- oder markttheoretischer Hinsicht die Ökonomie des *pachinko*-Marktes.

Wenn in der Diskussion der Freizeitindustrie vom *pachinko*-Markt die Rede ist, bezieht sich dieses Label in der Regel auf das wirtschaftliche Ergebnis der Spielhallen. Im Windschatten der Hallenbranche schließen sich aber verschiedenste Unternehmen an, die in ihrer Abhängigkeit vom Zustand ihres Mentors streng genommen ebenfalls Teil der Freizeitindustrie sind. Prinzipiell unterteilt der Soziologe Senuma den vielschichtigen Bereich der Freizeitindustrie in drei weitgehend voneinander getrennte Segmente: Bereitstellung von Einrichtungen und Räumlichkeiten, Dienstleistung und Information sowie Produktion von in der Freizeit benötigten Gerätschaften.⁷ Daß diese Kategorien in ihrem Exklusivitätsanspruch auf Diskretion nicht ganz unproblematisch sind, ist ein berechtigter Einwand. Wenn wir aber in unserem Fall die Produzenten der *pachinko*-Automaten aus dem Bereich der verarbeitenden Industrien herausnehmen und analog das Warengeschäft der Spielhallen und ihrer Groß- und Zwischenhändler dem vorrangigen Aspekt des Freizeitfaktors *pachinko* unterordnen, spielt das Kategorienproblem keine Rolle für die Konstitution des *pachinko*-Markts. Die resultierende Unterteilung in drei Primärsegmente – der Kern mit den Raum und Gerät zur Verfügung stellenden Spielhallen, der Produktionsbereich mit den Automaten- und Zubehörherstellern und der

1978. "Freizeit ist Konsumzeit", in: *Soziologie der Freizeit*, WALLNER, Ernst und POHLER-FUNKE, Margret (Hrsg.), Heidelberg: Quelle und Meyer, S. 145.

- ⁴ Die Einbeziehung des Faktors "Zeit" als ökonomisches Potential im Konsumverhalten wurde relativ spät als Variable in die Wirtschaftswissenschaften aufgenommen. Der Impetus erfolgte 1965 durch den amerikanischen Ökonomen G. Becker, der das "knappe Gut" Zeit in die traditionelle Theorie der Nutzenmaximierungskalküle integrierte. S. SEIFERT, Eberhard. 1980. "Wachsende Freizeit = Maßstab des Reichtums – oder Ausdruck von Problemen industrialisierter Gesellschaften?", in: KRUPPA u.a. (Hrsg.) 1980, a.a.O., S. 21–35. Im Arbeitsprozeß ist die kapitalisierte Zeit freilich so alt wie die entfremdete Arbeit selbst.
- ⁵ Das Problem dieser Differenzierung charakterisiert sich durch den breiten Definitionsrahmen von Freizeit, der "letzlich von der Zentrierung ökonomischer, soziologischer, psychologischer, philosophischer, pädagogischer und kulturkritischer Momente bis zur Negierung des Wertes solcher Definitionen überhaupt reicht". S. SCHMITZ-SCHERZER, Reinhard. 1974. *Sozialpsychologie der Freizeit. Bericht über den Stand der Freizeitforschung in Soziologie und Psychologie*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 11. In dem Zusammenhang der Ausbeutung der Freizeit bzw. Ausbeutung durch Freizeit erscheint die strikte Trennung von Arbeit und Freizeit zumindest auf den ersten Blick als plausibel.
- ⁶ In der Perspektive der machtausübenden Schichten wird Freizeit erst in ihrer kommerziellen Funktion zum ausschließlich positiv besetzten Wert. Gesamtgesellschaftlich werden enorm hohe Anforderungen an diesen Lebensbereich gestellt, den Werbung und mediale Präsentation mit Freiheit und Lebensgenuß gleichsetzen. Vgl. KOHL, Heribert. 1974. *Freizeitpolitik. Ziele und Zielgruppen verbesserter Freizeitbedingungen*. Frankfurt: Europäische Verlagsanstalt, S. 26–33.
- ⁷ SENUMA Yoshiaki. 1975. "Rejâ sangyô no genjô to tenbô", in: *Shin jidai no yoka – Sono kangaekata to shidô no hôhō*, OKAMOTO Kaneji (Hrsg.), Tôkyô: Daiichi hôki shuppan, S. 233–250.

Dienstleistungsbereich des Gewinnsystems – kann somit der vorgeschlagenen Struktur von Senuma folgen.

Im Vergleich zum Umsatz der *pachinko*-Hallen, der gegenwärtig bei 17 Billionen Yen liegt, nimmt der Marktumfang der assoziierten Industrien geradezu bescheidene Ausmaße an. Unter den assoziierten Industrien subsumieren sich in erster Linie die Produktionsbereiche Spielautomaten und technisches Equipment. Im engeren Sinne kaum noch als Industrien zu bezeichnen sind die angebotenen Handels- und Serviceunternehmen, die in ihren Geschäftsbewegungen aber eng an die Spielhallen als eigentliche Träger der *pachinko*-Branche gebunden sind. Die vorliegenden Zahlen zu diesem Themenkomplex stammen aus Belegstellen, die ihre Ursprungsquellen nicht offenbaren. Die Seriosität des Materials steht und fällt mit der Person des Verfassers: In diesem Fall sollte der Informationsstand des Herausgebers der Publikationen des Japanisch-Koreanischen Wirtschaftsforschungszentrums für die Authentizität der Zahlen bürgen können. Sein breites Insider-Wissen hat Mabe Yôichi wiederholt durch themenverwandte Publikationen, die Organisation des ersten *pachinko*-Symposiums (24/25.09.1991 in Tôkyô) und seine maßgebliche Mitarbeit am Drehbuch des Spielfilms *Pachinko monogatari* unter Beweis gestellt. Seine Angaben, ausgehend von den Daten von 1989, indizieren die Größenordnung, in der sich bei einem geschätzten Marktumfang der Spielhallen von 15,27 Billionen Yen die einzelnen Posten 1991 etwa bewegt haben müssen.⁸

Der Produktionsbereich

Der umsatzstärkste Bereich der produzierenden Industrien fällt an die Spielautomatenhersteller. Der gesamte Markt betrug 1991 etwa 880 Milliarden Yen, den sich die dreißig im Dachverband *Nikkôsô* assoziierten *pachinko*-Automatenhersteller mit den neunzehn Firmen der *Nihon dendôshiki yûgiki kôgyô kyôdô kumiai* (Vereinigung der *pachisuro*-Spielautomatenhersteller; *Nichidenkyô*) untereinander teilen. Der vergleichsweise große *pachisuro*-Anteil von 80 Milliarden Yen indiziert im Vergleich zur Verbreitung von *pachinko* und *pachisuro* (siehe Diagramm 6a und 6b) die wesentlich höher angesiedelten Produktionskosten und Verkaufspreise dieser High-Tech-Produkte.

Ob die dreißig Mitglieder des *Nikkôsô* alle als eigenständige Unternehmen im *pachinko*-Geschäft tätig sind, ist unklar. Tatsächlich laufen siebzig Prozent des Marktes über die drei Firmen Heiwa, Nishijin (Markenname: *Sofia*) und Sankyô, die wegen ihres gemeinsamen Produktions- und Stammsitzes in Kiryû (Präfektur Gunma) auch als “die drei Hersteller aus dem Kantô” (*kantô mêka sansha*) bekannt sind.⁹ Neben diesen drei Großunternehmen können nur wenige Spezialfirmen einen ausreichenden Freiraum zur

⁸ Die aktuellen Zahlen finden sich unter Berufung auf einen Mabe zuzuordnenden Zeitungsartikel bei: MITSUI Yoshiaki. 1992. *Pachinko keiei kakumei – “Mitsui shiki” furanchaizu-shisutemu no susume*. Tôkyô: IN tsûshinsha, S. 65. Die Angaben zu den Vereinigungen dagegen stammen unmittelbar aus der Feder von Mabe. S. MABE Yôichi. 1990. *Kyôji no pachinko bijinesu*. Tôkyô: Sobokusha, S. 74.

⁹ Eine ähnliche kartellartige Konzentration findet sich in Chicago, wo in den fünfziger Jahren die zehn größten Flipperproduzenten ihren Firmensitz hatten. Vgl. ANONYMOUS. 1950. “Slot machines and pinball games”, in: *The Annals of the American Academy of Politics and Social Science*, S. 62–70.

wirtschaftlichen Ko-Existenz finden. Eine Bezifferung der in der Produktion tätigen eigenständigen Firmen mit etwa 15 Unternehmen¹⁰, von denen weniger als zehn auch in der Produktentwicklung aktiv sind, scheint daher realistischer zu sein.

Nahezu 40 Prozent der landesweiten Nachfrage an *pachinko*-Automaten beliefert allein der Marktführer Heiwa, der damit seinem Gründer Nakajima Kenkichi 1989 schließlich zu dem Ruf des "reichsten Japaners" verhalf.¹¹ Von den 530 Heiwa-Mitarbeitern beschäftigen sich allein 120, unter ihnen etwa 30 promovierte Ingenieure, im firmeneigenen Amutex-Forschungszentrum mit der Entwicklung neuer Produkte und der Verwendbarkeit neuer Technologien. Die Bedeutung von innovativen Produkten für die gesamte Branche hatte sich bereits in den frühen Jahren des *pachinko* wegweisend offenbart, als die Produkte aus dem Haus Masamura Shōkai eine neue Generation von Automaten auf den Markt und ihren Erfinder an die unanfechtbare Spitzenposition der Automatenhersteller gebracht hatte. Die wirtschaftliche Umsetzung des wichtigsten Faktors der ökonomischen Innovationstheorie – die Fertigung von vollkommen neuen oder qualitativ entscheidend verbesserten Produkten – war der Schlüssel zum Überleben in dieser konkurrenzstarken Branche geworden.¹²

Ein ebenfalls durch hohen Innovationsdruck charakterisierter Geschäftszweig produziert das technische Standardzubehör der Halleneinrichtung wie Geldwechselautomaten, *tamakashiki* oder Kugelzählautomaten, die für den reibungslosen Ablauf des personallosen Hallenbetriebs sorgen. 60 bis 70 Milliarden Yen stark ist der Markt für die 24 Firmen der *Hokyū kumiai* (*Yūgijō jidō hokyū sōchi kōgyō kumiai* = Dachverband der Hersteller von Kugelleitsystemen) und 43 weitere Firmen aus der Unterhaltungsautomaten-Branche, deren Betätigung sich wegen der verwandten Produkte bis in den Bereich der *gēmu sentā* ausdehnt. Auch der Automatenhersteller Heiwa engagiert sich in der jüngeren Vergangenheit verstärkt in diesem Produktionssegment. Mit 30 Milliarden Yen wird schließlich der Umsatz an Hard- und Software, Video-Überwachungssystemen und anderen Posten auf dem Sektor des Hallenmanagements veranschlagt. In addierter Form beträgt der Marktumfang der assoziierten Industrien etwa 980 Milliarden Yen.

Exkurs 1: Der juristische Kontext

Ein naheliegender Erklärungsansatz für die Popularität des *pachinko* ergibt sich mit seinem materiellen Aspekt. Gespielt wird mit Kugeln um Kugeln, d.h. der Spieler muß vor Spielbeginn seinen monetären Einsatz in Kugeln konvertieren. Beendet er sein Spiel, so

¹⁰ MABE 1990, a.a.O., S. 158.

¹¹ In Wirklichkeit ist Nakajima Kenkichi, der der erfolgreichen Umwandlung seines Privatimperiums in eine Aktiengesellschaft (Einführung an der Börse: 8.8.1988) diesen Ruf verdankt, nur naturalisierter Japaner. Nach Japan kam der spätere Self-Made-Mann erst in den frühen dreißiger Jahren: aus Korea.

¹² Die anderen vier Faktoren bestehen aus Erschließung neuer Absatzmärkte oder Bezugsquellen, Neuorganisation des Betriebs und Einführung neuer Fertigungsmethoden. S. SCHUMPETER, Josef. 1952. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin: Duncker & Humblot [1911], S. 100–101. Beispiele wären etwa die Technologisierung der Hallen in den sechziger Jahren, die eher unglücklichen Expansionsversuche nach Asien in den fünfziger und nach Europa in den achtziger Jahren sowie die aktuellen Bestrebungen Richtung Börse.

wird die Rest- oder Gewinnmenge der Kugeln wieder konvertiert, allerdings nicht in Bargeld, sondern in materielle Gewinne. Kategorisch läßt sich zwischen den sogenannten allgemeinen (*ippan eihin*) und besonderen Warengewinnen (*tokkyū eihin*) unterscheiden, von denen letztere über einen hallenexternen Aufkäufer wiederum in Bargeld eingetauscht werden können. Die substantielle Affinität des *pachinko* zum Glücksspiel ist nicht ganz unproblematisch, wie die immer wiederkehrenden Wechselspiele von Jurisdiktion, Exekutive und Branche gezeigt haben.

Prinzipiell, so scheint es, äußert sich der Gesetzgeber recht unmißverständlich: Paragraph 185 des japanischen Strafgesetzbuches stellt den reinen Tatbestand des Glücksspiels unter Strafe.

Personen, die ein Spiel oder eine Wette, bei denen der Zufall über Sieg oder Verlust entscheidet, um Vermögenswerte eingehen, werden mit einer Geldstrafe bis zu 1.000 (50.000) Yen¹³ oder einer Geldbuße bestraft. Ausgenommen sind Fälle, in denen um Gegenstände gespielt wird, die dem sofortigen Genuß dienen.¹⁴

Ähnlich wie das deutsche Strafrecht unterscheidet die japanische Rechtsprechung zwischen Spiel (*bakugi*) und Wette (*kakegoto*). Während in Deutschland wie in Österreich, ausgehend von der Motivfrage, Wetten nicht als Glücksspiel gelten, " ... da sie dem Zweck der Bekräftigung und Erledigung einer Meinungsverschiedenheit dienen, so daß ihnen die Tätigkeit des Spielens fehlt"¹⁵, ergeben sich in Japan hinsichtlich der Strafwürdigkeit keine Unterschiede. Die Differenzierung zwischen *bakugi* und *kakegoto* erfolgt anhand der für den Spielausgang entscheidenden Kriterien. In objektiver Hinsicht definiert sich die Wette durch fehlende Beeinflußbarkeit seitens der Beteiligten, in subjektiver Hinsicht durch das Element der Meinungsbestätigung. Dem gegenüber steht das Spiel, das trotz unkalkulierbarer Zufallselemente objektiv durch Geschick, Wissen und Erfahrung entscheidend zu beeinflussen ist, während in subjektiver Hinsicht das Meinungselement fehlt.

Paragraph 186 stellt das gewohnheitsmäßige Spielen (Absatz 1) und die gewinnorientierte Veranstaltung von Glücksspielen (Absatz 2) unter Strafe.

- (1) Personen, die gewohnheitsmäßig ein Spiel oder eine Wette eingehen, werden mit Gefängnis bis zu drei Jahren bestraft.
- (2) Personen, die zum eigenen Vorteil eine Spielhalle eröffnen oder Spieler zusammenbringen, werden mit Gefängnis von drei Monaten bis fünf Jahren bestraft.¹⁶

¹³ Der Vorentwurf eines modifizierten Strafgesetzbuches von 1961 sieht eine Anhebung des Strafrahmens auf 200.000 Yen sowie die Einbeziehung der Haftandrohung vor. Vgl. JESCHEK, Hans Heinrich und Gerhard KIELWEIN (Hrsg.). 1963. *Vorentwurf eines japanischen Strafgesetzbuches vom 20. Dezember 1961*. Berlin: De Gruyter (= Sammlung außerdeutscher Strafgesetzbücher in deutscher Übersetzung Nr. 80), S. 66.

¹⁴ DANDŌ Shigemitsu. 1980. *Keihō kōyō – kakuron*. Tōkyō: Sōbunsha, S. 291.

¹⁵ Vgl. KUMMER, Heinz. 1981. "Landesbericht Österreich", in: *Die rechtliche Regelung der Glücksspiele und Spielautomaten in europäischen Ländern*. AUBIN, Bernhard (Hrsg.), Stuttgart: Kohlhammer (= Schriftenreihe des Instituts für europäisches Recht der Universität des Saarlandes Bd. 17), S. 53.

¹⁶ DANDŌ 1980, a.a.O., S. 293–296.

Offensichtlich steht also der Aspekt der persönlichen Bereicherung im Zentrum dieser Gesetze. Gemäß dem Grundsatz der freien Willensentscheidung wäre es jedem Individuum selber überlassen, seinen privaten Spielraum des Geldausgebens abzustecken. Die schädlichen Begleiterscheinungen des Glücksspiels, die je nach Interpretation zu Schädigung der Arbeitsmoral und Wirtschaftsstruktur, zu einem Ansteigen der peripheren Kriminalität und zur Selbstgefährdung des Einzelnen führen können, waren ausschlaggebend für diese strafrechtliche Konzeption. Um der inhärenten Spielleidenschaft der Bevölkerung Rechnung zu tragen, werden bestimmte Formen wie Lotterie oder Rennen unter staatlicher oder präfekturaler Aufsicht in entsprechenden Sondergesetzen der Illegalität entrückt.¹⁷

Das japanische Strafrecht läßt auch im Fall des Glücksspiels einen nicht unerheblichen Deutungs- und Anwendungsspielraum offen. Ausschlaggebend für eine legale Positionierung des *pachinko* ist neben der Frage, ob es sich um ein Geschicklichkeitsspiel handelt, vor allem der Aspekt der Vermögensgüter. Um diesen unklaren Begriff enger fassen zu können, müssen zusätzliche Kriterien der Verhältnismäßigkeit oder des Zeitraums, in dem diese Güter erworben oder verloren werden können, berücksichtigt werden.¹⁸ Offensichtlich wird diesem Sachverhalt in der japanischen Rechtspraxis hinsichtlich der *pachinko*-Spielautomaten generell keine maßgebliche Beachtung zugeteilt.

Eine eingehendere Behandlung erfährt die *pachinko*-Branche im "Gesetz zur Kontrolle der Unterhaltungsbranche" (*Fûzoku eigyô tô torishimari hô*), das 1948 erlassen und seitdem wiederholt modifiziert wurde. Während im ersten Paragraphen sämtliche Verordnungen und Gesetze, die maßgebend für das Gesetz Nummer 122 sind, aufgeführt sind, werden im zweiten Artikel explizit die als *fûzoku eigyô* zu verstehenden Unternehmensbereiche definiert; darunter fallen Kabarett, Nightclubs, Bars und Speisehäuser, deren Fläche oder Ausleuchtung ein bestimmtes Maß nicht überschreitet, sowie seit der letzten Erweiterung 1985 *Love hotels* und Massage Salons. Die strafrechtliche Einordnung des Glücksspiels unter Sittlichkeitsdelikte¹⁹ sowie die Tradierung der deutschen Rechtsbegriffe mag ihren Beitrag dazu geleistet haben, daß die in dieser Umgebung exotisch wirkenden *pachinko*- und *mâjan*-Hallen²⁰ unter Absatz 2.1.7. der Gesetzesbestimmungen angesiedelt sind:

¹⁷ DANDÔ 1980, a.a.O., S. 288–289.

¹⁸ Die Frage der Vermögenswerte erstreckte sich in der europäischen Diskussion auch auf Freispiele, die bei Flipper-Automaten zu gewinnen sind. Überwiegend scheint sich die Praxis durchgesetzt zu haben, diese nicht als Gewinn einzuschätzen, auch wenn sie in der Form zusätzlicher Kugeln oder Wertmarken ausgeschüttet werden. Vgl. die entsprechenden Länderberichte in AUBIN (Hrsg.). 1981, a.a.O., v.a. S. 17–18; 63; 84; 110; 132; 162.

¹⁹ WAGATSUMA Sakae (Hrsg.). 1967. *Shin hôritsugaku jiten*. Tôkyô: Yûhikaku, S. 1027.

²⁰ Obwohl in vielen *mâjan*-Hallen Schilder aushängen, die das Spielen um Geld untersagen, bilden die Einsätze einen wesentlichen Anreiz des Spiels, den der Gesetzgeber durch festgesetzte Obergrenzen – 50 Yen pro Spieler und Stunde (1962) – zumindest theoretisch unter Kontrolle halten will. S. ISHIKAWA Hiroyoshi. 1979. *Yoka no sengoshi*. Tôkyô: Tôkyô shoseki, S. 195–196.

Mah-jong- und *pachinko*-Hallen, sowie andere Unternehmen, die in Gebäuden ihrer Kundschaft Spiele anbieten, **bei denen die Befürchtung besteht, daß die Risikobereitschaft herausgefordert wird.**²¹

Diese Formulierung impliziert, daß erstens das *pachinko*-Spiel grundsätzlich nicht frei von Zufallselementen ist, zweitens diese potentiell so stark ausgeprägt sein können, daß die Spekulationslust angeregt wird (*shakôshin o sosoru osore no aru yûgi*). Durch diesen Passus, der nach deutschem Rechtsverständnis ausgesprochen unbefriedigend klausuliert ist, ließe sich eine ganze Reihe weiterer Spiele wie Poker oder *hanafuda* aus der Illegalität hervorholen. In rechtlicher Hinsicht aber trennt die semantische Komponente der "Befürchtung" *pachinko* prinzipiell vom Glücksspiel, das maßgeblich durch Ungewißheit, Spekulation und Risiko charakterisiert ist.

Die als Gefährdung der öffentlichen Moral empfundene Nähe zum Glücksspiel muß durch weitere Maßnahmen unter Kontrolle gehalten werden, die das Gesetz unter Paragraph 3 genauer bestimmt. Insbesondere sind hier die Prozedur der Konzessionierung durch die Sicherheitsausschüsse der Präfekturen (*kôan inkai*) und die alljährlich vorzunehmende Bestätigung der Hallenkonzession geregelt, ferner die Zulassungskriterien für Konzessionsbewerber²² sowie die Übertragung der Genehmigungspflicht für neue Automaten oder Automatenbauteile, die vom nationalen Sicherheitsausschuß zugelassen wurden, an die regionalen Gremien, deren exekutierendes Organ die Polizeibehörden sind. Weitere Paragraphen regeln unter anderem die Betriebsstunden, den Minderjährigenschutz,²³ das Verbot der Errichtung von Hallen im Umkreis von 200 Metern um öffentliche Behörden, Schulen, Kindergärten und Kliniken herum und den Arbeitnehmerschutz.²⁴

Von besonderem Interesse sind wieder die Paragraphen 19 und 23. Ersterer verpflichtet die Spielhallenbetreiber, den Verordnungen des nationalen Sicherheitsausschusses zur Höhe der Spielgebühr und zur Beschaffenheit und Wertobergrenze der Gewinnwaren zu folgen. Wie bereits erwähnt, liegen diese derzeit bei vier Yen pro Kugel beziehungsweise bei 10.000 Yen per Gewinneinheit. Paragraph 23 verbietet die Ausgabe von Bargeld oder Warengutscheinen als Gewinnwerte, den Rückkauf der abgegebenen Gewinne, das Aufbewahren der Kugeln oder Chips für die Kunden, sowie den Kunden das Recht einzuräumen, mit den Kugeln oder Chips die Spielhalle zu verlassen.²⁵

²¹ Zitiert nach MABE 1990, a.a.O., S. 173; eigene Hervorhebung.

²² Als nicht zu akzeptierende Antragsteller werden explizit Bankrotteure, Alkoholiker, Drogenabhängige, Entmündigte, Quasi-Entmündigte und Kriminelle angeführt.

²³ Jugendlichen unter 18 Jahren ist sowohl der Besuch sowie das Arbeiten in den Spielhallen verboten. Dennoch haben etliche Minderjährige bereits *pachinko*-Erfahrungen, da sich die Schutzverordnungen auf das Gewerbe, das zudem keine Ausweiskontrollen vornimmt, und nicht auf die Unterhaltungsräume in Großkaufhäusern bezieht, in denen gelegentlich *pachinko*-Automaten zu finden sind. Außerdem bietet die Spielwarenbranche Mini-Versionen schon für die Kleinsten an.

²⁴ S. MAEDA Susumu. 1991. *Pachinko ten keiei no subete*. Tôkyô: Keiei jôhō shuppansha, S. 219–225.

²⁵ MABE 1990, a.a.O., S. 175–177.

In der Diskussion um die Einführung des Wertkartensystems hatte dieser Paragraph zentrale Bedeutung erhalten. Die räumliche und körperschaftliche Trennung von Spielhallen, *kaiba* (Aufkäufer der besonderen Gewinne) und *tonya* (Großhändler der besonderen Gewinne; Bindeglied zwischen Spielhalle und Aufkäufer) kommt zwar den Anforderungen des Gesetzes entgegen, ändert streng gesehen aber wenig an der Ungesetzlichkeit des Umtauschsystems. Das Funktionieren dieses Systems basiert zum Großteil auf der stillschweigenden Akzeptanz durch die Kontrollorgane, die 1954 durch das Verbot der Tätigkeit der *tachinbô* – der frühesten Form der *kaiba* – in und vor den Hallen erstmals in das System eingegriffen und damit beträchtlichen Anteil an der späteren Etablierung des differenzierten Systems übernommen haben.²⁶

Der Dienstleistungssektor

Die Geschäftsbewegungen im Zusammenhang mit der Funktion der *pachinko*-Branche als "Nahversorger" basieren auf den regulären Warengewinnen, während die speziellen Gewinne zwischen dem bereits erläuterten System von Auf- und Wiederverkäufern und den Hallen zirkulieren. Der genaue Umfang der damit verbundenen Kapitalbewegungen ist schwerlich eruierbar, muß aber wesentlich höher angesetzt werden als der Umfang der legalen Warenbewegungen. Die Spieler setzen unmißverständliche Zeichen der Präferenz: Unter hundert Spielern ist es gerade jeder dreizehnte (in Tôkyô jeder zwanzigste), der seinen Gewinn nicht direkt wieder in Bargeld umtauscht.²⁷ Wenngleich die als Preise verwendeten Waren nicht exklusiv für die *pachinko*-Branche hergestellt werden, so sind die entsprechenden Geschäftsbewegungen unbedingt dem *pachinko*-Markt zuzuordnen. Die Palette an Waren ist in ihrer Vielfältigkeit durchaus dem Angebot eines kleinen Supermarktes vergleichbar: Über Grundnahrungsmittel, Getränke und Konserven, Hygiene- und Parfümerieartikel, Schreib- und Druckwaren, Textilien und Sportzubehör ist praktisch für jeden Geschmack etwas vorhanden. Ausgefallenerere Hallen wie die der P-ARK-Kette werben mit ihrem Sortiment, das seit der Anhebung der Preisobergrenze auf 10.000 Yen (1990) Kobe-Rindfleisch und Hokkaidô-Krabben, Designerruhren, Schmuck und sogar exotische Tiere wie Geckos oder Tarantula-Spinnen enthält.²⁸ Für die Tabakindustrie bilden die *pachinko*-Hallen nach wie vor einen ihrer größten Absatzmärkte, da etwa die Hälfte der regulären Preise in Zigarettenform den Besitzer wechselt.

Die für 1989 geschätzten Warenbewegungen der allgemeinen Warengewinne siedelten sich in einer Größenordnung von 500 bis 700 Milliarden Yen an. Dem gegenüber verzeichnete der Bereich der Sonderpreise geschätzte Kapitalbewegungen von neun bis zehn Billionen Yen. Natürlich handelt es sich dabei nur um äußerst vage Vermutungen: Sowohl die Umsätze der betreffenden Unternehmen als auch die der *pachinko*-Hallen

²⁶ Bezeichnenderweise begründete sich das Verbot nicht auf den Statuten des *Fûzoku eigyô hô*. Vielmehr berief sich die Polizei, um dem Treiben der hartnäckigen Zwischenhändler ein Ende zu setzen, auf die Gesetze zum Straßenverkauf und zum Tabakmonopol. S. HINAGO Akira. 1992. *Pachinko sensô*. Tôkyô: JICC, S. 29.

²⁷ MABE 1990, a.a.O., S. 95.

²⁸ SEDENSKY, Eric C. 1992. "Pachinko Passion", in: *Japan Quarterly* 4/1992, S. 462.

sind alles andere als durchsichtig. In manchen Präfekturen gibt es zwar halböffentliche Konzessionsträger in den Läden zum Ankauf der speziellen Gewinne, in den meisten Fällen aber darf man davon ausgehen, daß sich die Unterwelt dieses lukrativen Geschäftsbereichs in der Grauzone zwischen Legalität und Illegalität angenommen hat. Das System basiert auf einem dreistufigen Modell, das die *pachinko*-Hallen, Aufkäufer (*kaiba*) und Großhändler (*tonya*) deutlich voneinander trennt. Die prozentualen Anteile an Einbehaltungen seitens der verschiedenen Stationen dürfte wohl keinem prinzipiell einheitlichen System unterworfen sein, in der Regel aber einem Schema der gleichen Größenordnung folgen. Die Hallenbetreiber leisten eine Provisionszahlung von zwei bis drei Prozent des umgetauschten Wertes an ihre Mittelsmänner, die sich etwa im Verhältnis von 1:5 auf *kaiba* und *tonya* aufteilt.²⁹ Demnach erstehen die Hallenbetreiber einen typischen Gewinn dieser Kategorie – Feuerzeugsteine, Krawatten, Briefbeschwerer oder Schallplattenspielnadeln – in hypothetischer Höhe von 1.000 Yen für durchschnittlich 1.025 Yen beim Großhandel, der seinerseits diesen Artikel für 1.005 Yen beim Aufkäufer eingekauft hat.

Wieviele Unternehmen sich in dieser Sphäre tummeln, ist nicht bekannt. Zwar ist in der Nähe von jeder Spielhalle mit Sicherheit ein *kaiba* zu finden, aber in den Zentren werden oft mehrere Hallen von einem Zwischenhändler betreut, der unter Umständen auch nur die Filiale eines größeren Verbandes ist. Dennoch dürfte die Zahl der Ladenlokale, grob geschätzt, mit der Hallenzahl übereinstimmen. Polizeiuntersuchungen ermittelten 1988 im Raum Tôkyô eine Größenordnung von 1.100 Umtauschlokalen (1.137 Spielhallen), die in 350 bis 360 Unternehmen assoziiert waren. Von den in dieser Studie geschätzten Einnahmen von 80 Milliarden Yen sollen 50 bis 75 Prozent in die Geldkanäle der organisierten Kriminalität fließen.³⁰

Bedenkt man, daß die verschiedenen Anstrengungen der Branche, über ein breiteres Warensortiment oder eine höhere Preisobergrenze die Spieler von den Sonderpreisen abzuziehen und sich selber aus dem Dunstkreis der Illegalität zu befreien, kaum nennenswerte Resultate erbracht haben, erschließt sich ein gigantischer Markt. Selbst bei einer großzügigen Berechnung, die gerade 70 Prozent des Hallenumsatzes den Sonderpreisen zugesteht, verwandelt sich das so geringfügig erscheinende halbe Prozent Einbehaltung der *kaiba* in eine beeindruckende Summe von etlichen Milliarden Yen. Angesichts der Tatsache, daß die Leistung der Unternehmen in nichts anderem besteht als Waren in Empfang zu nehmen und einen Block weiter wieder abzugeben, verdienen besonders die *tonya* das Prädikat "*oishii*", das im abstrakten Deutschen leider nur bei Auslassung der semantischen Komponente von "lecker, appetitlich" mit "äußerst profitabel" wiederzugeben ist.

Das Leistungspotential der Spielhallen

Obwohl in den alljährlichen Berichten zur Freizeitlage der Nation Angaben zur Größe des *pachinko*-Marktes nicht fehlen, ist sich doch niemand im Klaren, wie die tatsächli-

²⁹ HINAGO 1992, a.a.O., S. 14–18. Laut Mabe bewegt sich diese Kommission (*tesûryô*) sogar in der Größenordnung von 20 bis 30 Prozent. S. MABE 1990, a.a.O., S. 117).

³⁰ MABE 1990, a.a.O., S. 96.

chen Umsatzzahlen aussehen. Das gilt auch für die Steuerbehörden, die wahrscheinlich am liebsten über die korrekten Zahlen informiert wären und sich nur auf dieselben Angaben stützen können, die in den Untersuchungen zitiert werden. Die *pachinko*-Hallen sind natürlich wie jedes andere Unternehmen buchhaltungs- und steuerpflichtig. Allerdings müssen sie nicht ihre Leistungen der Kundschaft gegenüber quittieren. *Pachinko* ist in erster Linie ein *Cash*-Geschäft: Für die empfangene Leistung, das Bereitstellen der Automaten beziehungsweise das Verleihen der Kugeln, zahlen die Spieler mit Bargeld, meist in kleineren Einheiten, die sich letztlich zu gigantischen Mengen summieren. Ende der achtziger Jahre lag der geschätzte Jahresumsatz bei mehr als 13 Billionen Yen und bewegte sich damit ungefähr in der gleichen Größenordnung wie etwa der heimische Automobilmarkt oder der Umsatz der Stahlindustrie. Mittlerweile zeichnet sich eine Annäherung an die 20 Billionen-Grenze ab, aber auch die aktuellen Zahlen sind nur das fragwürdige Resultat aus den freiwilligen Angaben der Hallenmanager, mehr oder weniger durch die Anzahl der in den Hallen installierten Automaten bestätigt.

Als sich Mitte der achtziger Jahre der Umsatz jenseits der 10-Billionen-Grenze ansiedelte, kursierte in der Branche das Gerücht, daß weitere 10 Billionen am Finanzamt vorbei in die "Schattenwirtschaft" flößen.³¹ Diese in der Literatur oft zitierte Sichtweise wird wohl nicht ganz unberechtigt sein. In der jüngeren Vergangenheit räumt die Nationale Steuerbehörde (*Kokuzeichô*) in ihrem jährlich erscheinenden Steuerweißbuch der *pachinko*-Branche regelmäßig den ersten Rang im Kapitel "Notorische Steuerhinterzieher" (*zeidatsu wâsuto sangyô*) ein.³² Erschwerend wirken sich die Finanzverbindungen der Branche aus, die zu einem beträchtlichen Anteil über den nordkoreanisch orientierten Kreditverband *Chôgin Shinyô Sôgô* abgewickelt werden. Während in normalen Verfahren die Banken wichtigste Informationsquelle der Steuerprüfer sind, steht dieses Institut im Ruf konsequent jede Hilfestellung zu verweigern. Angeblich sollen aus diesem Haus sogar praktische Anregungen zur Steuerhinterziehung stammen, die mit einheitlichen Umsatzangaben die Konfusion der Ermittler noch verstärken. In Einzelfällen hat auch der Dachverband der in Japan lebenden Nord-Koreaner seine Anhänger mobilisiert, um den Finanzbeamten das Betreten der Geschäftsräume zu erschweren: Lebende Barrikaden aus Dutzenden oder Hunderten von Koreanern haben an mehreren Tagen im Dezember 1985 mit ihrer erfolgreichen Aktion für negative Schlagzeilen sorgen können.³³ Hämische Stimmen kommentieren, daß die von heftigem Widerstand

³¹ "*Omote 10 chô, ura 10 chô, awasete 20 chô*" = auf der Vorderseite 10 Billionen, 10 auf der Rückseite, zusammen 20 Billionen. S. MABE 1990, a.a.O., S. 25.

³² 1991 nahmen die *pachinko*-Betreiber zum siebtenmal in sukzessiver Folge die Spitzenposition in der jährlichen Hierarchie der Steuerhinterzieher ein (*Asahi Shinbun*, 21.08.1991). Auch in der Unternehmen-bezogenen Rangordnung der Steuerhinterzieher mischt die Branche ganz oben mit: 1991 gebührte ihr mit 48,8 % verschwiegenem Einkommen der dritte Platz; in absoluten Zahlen gemessen: wiederum Platz Eins (*Asahi Shinbun* 19.10.1991).

³³ Das Magazin *Bungei Shunjû*, dem diese Vorwürfe entstammen, ist dem rechten Spektrum der japanischen Presselandschaft zuzuordnen. Die anti-koreanische Stimmung, die repräsentativ für dieses Lager ist, äußerte sich auch in der Rolle der Zeitschrift bei der Aufarbeitung des *pachinko*-Skandals von 1989. Zu den oben angeführten Beschuldigungen s. *Bungei shunjû tokubetsu shuzaihan*. 1989. "Wareware wa naze kokuhatsu shita ka", in: *Bungei Shunjû* 1989/11,

seitens der Oppositionsparteien begleitete Einführung der Mehrwertsteuer fiskal-technisch unnötig gewesen wäre, wenn die Schwarzgelder der *pachinko*-Branche nur ihren Weg in die Staatskassen finden würden.

Ebenso unklar wie die Höhe des Kapitals, das in die Spielhallen hineinfließt, ist auch das Ausmaß der Kapitalströme, die die Hallen verlassen. Allerdings müssen die ermittelten Angaben wegen der Vielzahl an Variablen, die den einzelnen Rechenmodellen zugrunde liegen, beträchtlich variieren. Für das Geschäftsjahr 1987 etwa veranschlagte Nihon Gôdô Fainansu in einer Untersuchung zu Lage und Aussichten der *pachinko*-Geschäftswelt einen Anteil von 60 Prozent vom Bruttoumsatz als Gewinngrundlage, während das Nikkô Research Center einen Nettoanteil von nur 25 Prozent "errechnet" hatte. Die Wahrheit dürfte sich wohl zwischen diesen beiden Polen abspielen. Angesichts der vielen Variablen läßt sich die Gewinnsituation nur auf äußerst spekulativen Annahmen ermitteln, zumal in den individuellen Fällen das Nettoergebnis je nach Standort, Größe, Kundenschicht und Managementstil starken Schwankungen unterworfen ist. Eine konsistente Langzeitdarstellung der ökonomischen Situation kann also nur anhand der offiziellen Bruttoeinnahmen der Spielhallen vorgenommen werden. Wo keine Umsatzzahlen vorliegen, kann die Beobachtung nur anhand von Größenordnungen wie Hallen- oder Automatenbestand fortgesetzt werden. Trotz der qualitativen Dürftigkeit in ihrer Aussagekraft aber gibt es zu den Schätzungen von Freizeitindustrie und Polizeibehörden keine Alternativen.

Chronik einer Karriere in Zahlen

Anfang der fünfziger Jahre waren in den wesentlichen Bereichen die Voraussetzungen geschaffen, auf denen bis zum heutige Tag das *pachinko* basiert. Landesweit hatte sich die Bezeichnung *pachinko* den älteren Begriffen gegenüber durchgesetzt. Auch wenn sich die rasche Aufeinanderfolge neuer Automatentypen zum bleibenden Charakteristikum im Gewerbe ausprägen sollte, so war mit der *Masamura gêji*³⁴ bereits das Standardkonzept für alle folgenden Typen eingeführt. Die rechtlichen Grundlagen der Gewerbeordnung waren mit dem "Gesetz zur Kontrolle der Unterhaltungsbranche" (*Fûzoku eigyô tô torishimari hô*, im folgenden kurz *Fûzoku eigyô hô*) vom 10.07.1948 fixiert worden. Das Preissystem hatte mittlerweile ein System von Aufkäufern (*tachinbo*) und Wiederverkäufern der Gewinne (*pachinko burôkâ*) aufgezogen, das auch in seiner modernen Version den Spielern ermöglicht, statt Waren Bargeld nach Hause zu bringen.³⁵ 1951 begannen die Spielhallenbetreiber, sich in Interessenvereinigungen zusammenzuschließen und gewannen damit ein mächtiges Instrumentarium zur Vertretung ihrer Interessen Polizei, Parlament und Verwaltung gegenüber. Überall im

S. 142–151; TAKAZAWA Torao und OKUDA Keiwa. 1989. "Gekiron – Chôsen sôren wa 'kiken-na' dantai ka", in: *Bungei Shunjû* 1989/12, 168–176.

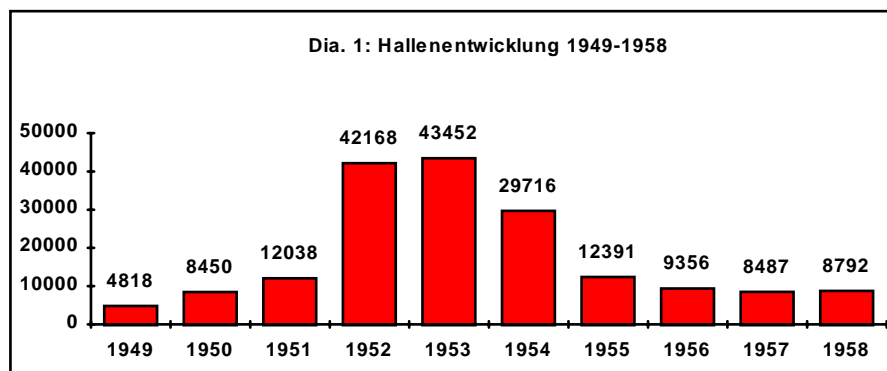
³⁴ Hinter dieser Bezeichnung verbirgt sich weniger ein Automaten-Typus als ein Automatenkonzept. Masamura Shôichi, sogenannter "Pate" oder "Gott" des *pachinko*, hatte Ende der vierziger Jahre erstmals die Nägel auf dem Spielbrett nach bestimmten Mustern gesetzt, die auch heute noch die Spielfläche in ihre wesentlichen Segmente unterteilen.

³⁵ Artikel 23 Absatz 1 untersagt den Spielhallen, Geld oder Gutscheine als Gewinne an die Spieler auszuteilen. S. MABE 1990, a.a.O., S. 177.

Land schossen Hallen aus dem Boden, in Nagoya florierte die Produktion des Automaten nachschubs, und die Spieler strömten in immer größeren Massen in die Hallen. Als Kinderspiel, aus dem heraus sich dann das erwachsene Modell entwickelt hatte, war *pachinko* jedenfalls nicht mehr zum Leben erweckt worden.

Die goldenen Jahre

Mit einem Hauch von Nostalgie wird der Jahre von 1950-54 als der guten, alten Zeit des *pachinko* gedacht. Die Aufbruchstimmung charakterisiert sehr treffend ein oft gehörter Satz der frühen fünfziger Jahre: "Jedes zweite Gebäude in Japan ist entweder eine *pachinko*-Halle oder ein *ramen*-Imbiß" (*nihonchû, pachinko, ramen, nikan-oki*). Wie zutreffend diese Bemerkung gewesen ist, kann ich zumindest für die Nudelshops nicht beurteilen, aber die Zahl der *pachinko*-Hallen explodierte in nie zuvor und niemals wieder erreichte Höhen. Polizeiuntersuchungen zufolge verzehnfachte sich die Hallenzahl im Zeitraum von 1949-1953 (siehe Diagramm 1). Die an sich schon beachtliche Entwicklung von 4.818 (1949) auf 8.450 (1950) Hallen wiederholte sich im gleichen Ausmaß 1951 auf 12.038 (1951) Hallen. Das nächste Jahr übertraf diese Wachstumsrate deutlich: Satte 250 Prozent Steigerung lassen sich aus der Registrierung von 42.168 Hallen Ende 1952 ablesen, davon allein 5.000 in Tôkyô. Der absolute Höhepunkt war 1953 mit 43.452 Hallen erreicht. Die nahezu konstant gebliebene Anzahl suggeriert aber, daß der Markt gesättigt war.³⁶



Zahlenangaben: *Keisatsuchô chôsa*³⁷

Das wahre Ausmaß der Verbreitung läßt sich nur abschätzen, wenn die durchschnittliche Automatenzahl pro Spielhalle mit in Erwägung gezogen wird. So hatte jede Spielhalle 1949 durchschnittlich 30 Automaten aufgestellt, 1950 waren es aber schon

³⁶ Eine Untersuchung der japanischen Tabakindustrie schätzte die Zahl der Hallen sogar auf 68.000. Vgl. KODAMA Kôta. 1958. *Gendai. Zusetsu nihon bunkashi taikai. Dai 13 kan*. Tôkyô: Shôgakukan, S. 338.

³⁷ Zitiert nach MITSUI 1992, a.a.O., S. 57, 170–173.

50.³⁸ (Mitsui 1992:170). Die entsprechende Steigerungsrate unter Berücksichtigung beider Faktoren beträgt also etwa 300 Prozent. Im Zuge der wachsenden Popularität entstanden damals schon Großraumhallen mit bis zu 500 Automaten, aber die überwiegende Mehrheit der Hallen war von kleinerem Ausmaß. Auf dem Höhepunkt dieses ersten *pachinko*-Booms waren etwa 970.000 Automaten im ganzen Land in Betrieb. Damit war zwar im Vergleich zu 1950 die Automatenmenge um das 2,3-fache gestiegen, im Durchschnitt hatte aber jede Halle nur noch 22 Automaten. Bezogen auf den Jahresumsatz von 270 Milliarden Yen, den die Automaten in diesem Jahr erwirtschafteten³⁹, konnte bei einer zu dieser Zeit etwa vierzig- bis fünfzigprozentigen Rendite⁴⁰ selbst eine kleine Halle mit 15 Automaten noch ein Monatsergebnis von über 150.000 Yen erwirtschaften. Leider sollten die fetten Jahre bald den dünnen weichen: Die *pachinko*-Branche mußte sich auf ihren offensichtlich schwersten Schicksalsschlag gefaßt machen.

1954 mündete die Blütezeit in die sogenannte "Leidensperiode (*junanki*) des *pachinko*", als die Polizeibehörden zwei Automatentypen aus dem Verkehr zog, die ihrerseits beträchtlich zum Boom der Jahre zuvor beigetragen hatten. Sowohl *ôru 20* als auch *renpatsu shiki*⁴¹ rückten in den Augen der Kontrollorgane das Spiel zu sehr in die Nähe des illegalen Glücksspielsbereichs. Das öffentliche Interesse erforderte auch eine Behandlung des Problems im Parlament, wo der Abgeordnete Nagata Masaichi, neben seiner politischen Tätigkeit eher als *Tycoon* der Filmwelt bekannt, den ersten Vorstoß unternahm, um vor der drohenden Gefahr zu warnen, die "die moralischen Grundfesten der japanischen Gesellschaft zu erschüttern drohte" – augenscheinlich auch als Versuch, die ehemals unangefochtene Spitzenposition des Films im Massenvergnügen zu retten.⁴²

Die Folgen des Verbots, das bereits 1953 mit einjährigem Aufschub bekannt gegeben und am 1.4.1954 in Kraft gesetzt wurde, mußten auf den ersten Blick als dramatisch erscheinen: Innerhalb der nächsten vier Jahre reduzierte sich die Hallenanzahl auf etwa 9.000 (siehe Diagramm 1). Es waren aber vor allem die Kleinbetriebe, die vom Markt gefegt wurden, den die Großen nun unter sich aufteilen konnten. Polizeilichen Erhebungen zufolge verringerte sich beispielsweise 1954 die Anzahl der Hallen in Tôkyô von 3.832 im Januar auf 3.348 im Oktober, die Automatenzahl aber stieg im

³⁸ MITSUI 1992, a.a.O., S. 170.

³⁹ S. KODAMA 1958, a.a.O., S.338.

⁴⁰ S. HINAGO 1992, a.a.O., S. 30.

⁴¹ *ôru* (= *all*) *20* versprach dem Spieler für jeden Schuß in einen der Bonusschächte einen 20-fachen Kugelgewinn. Statt des traditionellen, händisch Kugel für Kugel zu ladenden *tanpatsu shiki* (Einzelschuß-Typ) ermöglichte der neue *renpatsu shiki* (Repetier-Typ) einem geübten Spieler, in der Minute bis zu 180 Bälle in den Automaten abzufeuern. S. SEDENSKY, Eric C. 1991. *Winning pachinko*. Tôkyô: Tuttle, S. 22. Die deutlich steigende Geschwindigkeit und der enthusiastisch begrüßte Nervenkitzel steigerten in den Augen der Kontrollorgane die Risikobereitschaft der Spieler auf ein ungesundes Maß. Mit etwas Glück und Geschick war es durchaus möglich, im Spiel aus den täglichen 240 Yen der Arbeitslosenstütze zwei- oder dreitausend Yen zu machen. Da ein Durchschnittslohn etwa 10.000 Yen betrug, war der Verdacht der Gefährdung der sozialen Ordnung nicht weit hergeholt. S. MITSUI 1992, a.a.O., S. 175.

⁴² MITSUI 1992, a.a.O., S. 45.

gleichen Zeitraum um 5.638 auf 197.819, was eine durchschnittliche Anzahl von 61,2 Automaten pro Halle bedeutete. Auch der Umsatz (240 Milliarden Yen) veränderte sich nicht so wesentlich, wie die ersten Zahlen hätten suggerieren können.⁴³ Im gleichen Jahr wurde die tägliche Menge an Spielern in Tōkyō mit etwa 700.000 beziffert. Durchschnittlich traf sich also die gesamte Bevölkerung der Metropole, geschlechts-, alters- und schichtunabhängig, dreimal im Monat zum *pachinko*-Spiel.⁴⁴

Ernsthafter machte sich die "Rezession" bei den Produzenten bemerkbar. Größere Unternehmen waren in der Lage, am Tag 300 Automaten fertigzustellen. Zusammen mit den kleineren, die den Großteil der Geschäftswelt stellten, brachten sie es auf eine Monatsproduktion von 150.000 Automaten.⁴⁵ Diesem Druck konnten viele der kleineren Hersteller nicht standhalten, zumal der Markt langsam einen Punkt der Sättigung erreicht hatte und sich die Verwendung von *chūko dai* (Automaten aus zweiter Hand) immer größerer Beliebtheit erfreute. Auch Preisreduktionen von 25 Prozent oder neue Absatzwege nach Taiwan konnten die Veränderungen in der Geschäftswelt nicht mehr aufhalten: 47 Hersteller, weniger als ein Zehntel, überlebten dieses erste "Gesund schrumpfen" der Branche.⁴⁶

Konsolidierung: Der *pachinko*-Markt in den Konjunkturzyklen

Die Jahre zwischen 1960 und 1980 brachten keinen spektakulären Boom hervor, wie er etwa Anfang der fünfziger Jahre zu sehen war. Der Trend kann zwar nicht in einem einheitlichen Bild nachgezeichnet werden, aber verschiedene Maßnahmen sorgten für eine kontinuierliche Aufwärtsbewegung, die die Grundlagen für den größten Boom des *pachinko* vorbereiten sollte. Diese Jahrzehnte standen vor allem im Zeichen von Managementplanung und Technologisierung. Schlagworte wie *kindaika* (Modernisierung), *kenzenka* (Gesundung) und *imēji appu* (Image-Aufwertung) bestimmten die Geschäftspolitik in sämtlichen Sparten. Das allgemeine wirtschaftliche Klima sollte sich dabei nicht immer als förderlich erweisen. Zwar hatte die wachstumsorientierte Wirtschaftsplanung der sechziger Jahre, angefangen mit Ikedas Volkseinkommens-verdopplungsplan (*Kokumin shotoku baizō keikaku*, 1960), für neue Tendenzen in der japanischen Gesellschaft gesorgt, die auch dem *pachinko*-Gewerbe zu Prosperität verhalfen. Die Mietenexplosion und die Vollbeschäftigung als Folgen der Hochkonjunktur Ende der sechziger Jahre erzwangen aber praktisch Anpassungsmaßnahmen zur Kostenreduzierung, zumal mit Tourismus und Golf neue Freizeitangebote auf den Markt strömten und den Profit zu schmälern drohten. Verbesserungen auf den Sektoren Management und Service allein reichten nicht aus, um die Attraktivität des Spiels aufrechtzuerhalten.

Der *pachinko*-Markt hatte sich nach dem Schock der fünfziger Jahre relativ ruhig entwickelt. Signifikante Steigerungsraten in den Umsatzergebnissen der Hallen wurden bis in die siebziger Jahre hinein nicht mehr registriert. Der konstante Aufwärtstrend er-

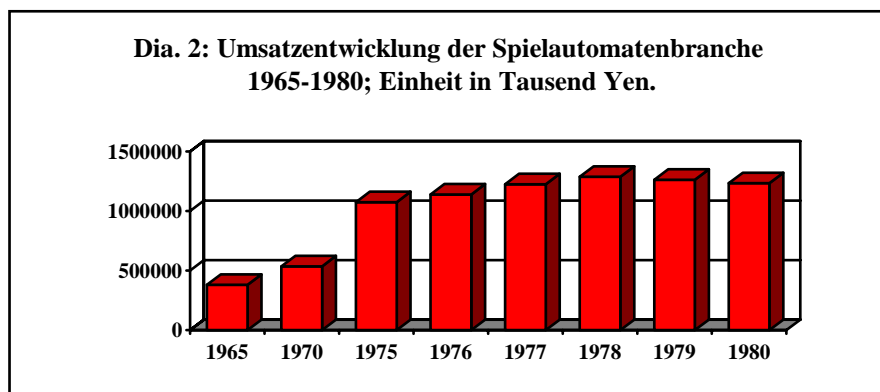
⁴³ SHIMONAKA Yasaburō. 1955. *Sekai bunka nenkan 1955*. Tōkyō: Heibonsha, S. 334.

⁴⁴ KATŌ Mikio. 1986. *Pachinko no omoshiro zatsugaku*. Tōkyō: Sankei shobō, S. 19–20.

⁴⁵ KATŌ 1986, a.a.O., S. 63.

⁴⁶ MABE 1990, a.a.O., S. 158.

lebte in der ersten Hälfte dieses Dezenniums einen gewaltigen Antrieb: innerhalb von wenigen Jahren verdoppelte sich der Umsatz, bis er 1975 erstmalig die Billionengrenze überschritt (siehe Diagramm 2). Die Zahlen inkludieren die Wirtschaftsleistung von *pachinko* und seinem "Halbbruder" *sumâto-bôru*, der allerdings nur eine marginale Rolle spielt. Ähnliche Zuwachsraten konnten in dieser Periode auch die staatlichen Glücksspiele erzielen, die bei nahezu konstant bleibenden Zuschauermengen von 1970 bis 1975 eine Verdopplung der Wetteinnahmen verzeichneten. Im folgenden Jahr führte ein Rekordumsatz von 1,148 Billionen Yen die *pachinko*-Branche erstmals an die Spitze der verschiedenen Segmente in der Freizeitbranche.⁴⁷ Diese Leistung kann sicherlich im Licht eines allgemeinen Imagewandels oder der stagnierenden Wirtschaftsphase betrachtet werden, aber mindestens genauso wichtig dürfte die Kugelpreiserhöhung von 1973 gewesen sein, die zwangsläufig Umsätze und Gewinne der Spielhallen anstiegen ließ. Daß der Markt nach diesem Höhepunkt noch weiter anzog, bis er in den Jahren 1978-80 in eine leichte Rezession zurückfiel, deutet auf den Strukturwandel der kommenden Jahre hin. Die Umsätze konnten sich aber deutlich über der Billionengrenze halten.



Zahlenangabe: *Yoka kaihatsu sentâ chōsa*⁴⁸

Natürlich ist der *pachinko*-Markt auch den Bedingungen der allgemeinwirtschaftlichen Situation unterworfen. Diese Abhängigkeit äußert sich allerdings nicht in parallelen Konjunkturbewegungen, so daß vorläufig der Eindruck einer weitreichenden Autonomie nicht widerlegt werden kann. Ein Vergleich der Konjunkturzyklen der Volkswirtschaft und der *pachinko*-Industrie erweckt den Anschein, daß sich die jeweiligen Auf- und Abschwungphasen geradezu diametral entgegengesetzt verhalten. Der traditionellen Einschätzung, daß die rezessionsresistente Glücksspielbranche im allgemeinen von den Folgen wirtschaftlicher Unstabilität prosperiert⁴⁹, kann aber nur mit starkem

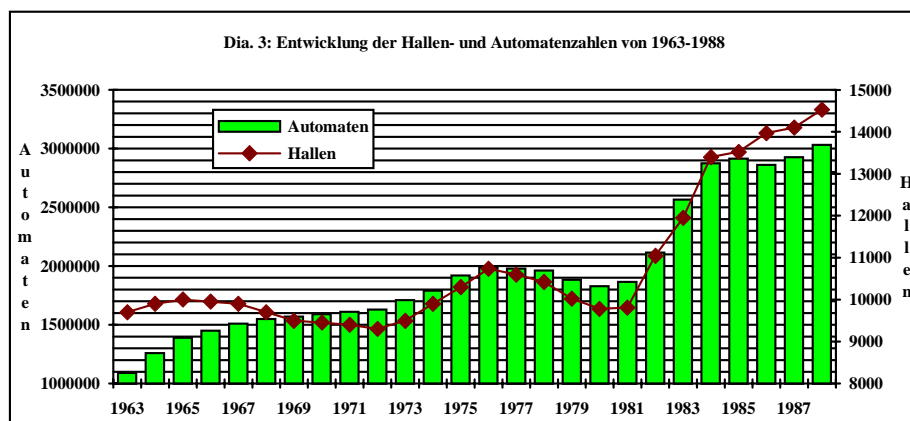
⁴⁷ FOREIGN PRESS CENTER JAPAN (Hrsg.). 1978. *Facts and Figures of Japan II*. Tôkyô: Foreign Press Center, S. 27.

⁴⁸ Zitiert nach MAEDA 1991, a.a.O., S. 24–25.

⁴⁹ Vgl. SENUMA Yoshiaki. 1977. *Yoka no shakaigaku. Taishû yoka no kenkyû I*. Tôkyô: Bunwa shobô, S. 75–77.

Vorbehalt zugesprochen werden, da die verschiedenen Sektoren der Branche, in erster Linie natürlich die *pachinko*-Industrie, seit den frühen achtziger Jahren in einem ungebrochenen Aufwärtstrend verweilen (siehe Diagramm 3). Die Ergebnisse einer langfristigen Gegenüberstellung der einzelnen Zyklen erlauben allerdings nicht die Schlußfolgerung, daß sich in den anti-zyklischen Tendenzen eine direkte Interdependenz äußert.

Der erste wichtige Aufschwung der japanischen Wirtschaft, der sogenannte Jimmu-Boom (1954-58)⁵⁰, fand zeitgleich mit der "Leidensperiode" der *pachinko*-Unternehmer statt. Als sich 1957 die Hallenzahl wieder von ihrer Talfahrt erholte, begann die Abschwungphase des Jimmu-Booms (siehe auch Diagramm 1). Der Iwato-Boom (1958-62) hatte keine soweit ersichtlichen Auswirkungen auf die *pachinko*-Industrie, die trotz der Rezession ab Dezember 1961 unbehindert ihrem Aufwärtstrend treu blieb. 1965, auf dem konjunkturellen Tiefpunkt des folgenden Olympia-Booms (1962-65), gab es in Japan 10000 Hallen, damit mehr als zu irgendeinem Zeitpunkt zuvor in den vergangenen zehn Jahren. Während der folgenden Aufschwungphase des Izanagi-Booms (1965-71) reduzierte sich dann aber kontinuierlich die Hallenzahl, die 1972 mit 9300 Hallen auf ihren absoluten Tiefstand nach der "Leidensperiode" abfiel. Die Volkswirtschaft war zu diesem Zeitpunkt bereits inmitten der nächsten Aufschwungphase.



Zahlenangaben: *Yoka Kaihatsu sentô: Rejâ hakusho 1989*⁵¹; *Hôru to Mêkâ*⁵²; *Keisatsuchô chôsa*⁵³

Als sich in den folgenden Jahren die durch den "Nixon-Schock" schon schwer angeschlagene Volkswirtschaft, von heimischen Produktionsproblemen und der im Novem-

⁵⁰ Die Terminierung der Zyklen und ihrer Scheitelpunkte entspricht im wesentlichen den offiziellen Daten. S. ECONOMIC PLANNING AGENCY. 1976. *Japanese Economic Indicators. No. 292.* Tôkyô.

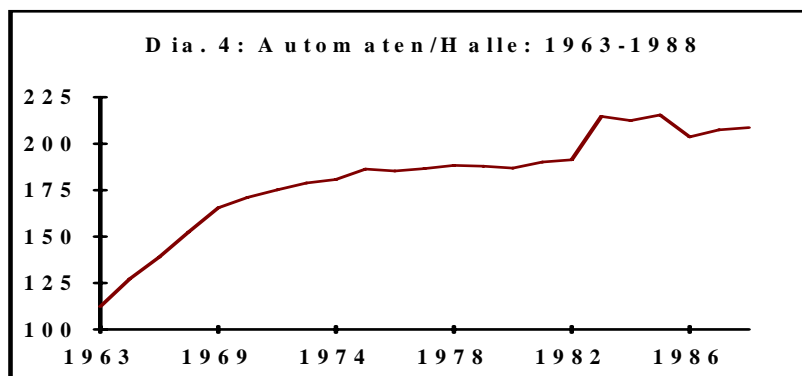
⁵¹ Zitiert nach MABE 1990, a.a.O., S. 50.

⁵² Zentrale Publikation der Geschäftswelt, herausgegeben von dem Dachverband der Spielautomatenhersteller, *Nikkôsô (Nihon yûgiki kôgyô kumiai)*. Angaben zitiert nach MAEDA 1991, a.a.O., S. 19.

⁵³ Zitiert nach MAEDA 1991, a.a.O., S. 20–21.

ber 1973 ausbrechenden Erdölkrise bedrängt, in eine inflationäre Preispolitik hineinstürzte, begann ein neuer *pachinko*-Boom, dessen Höhepunkt genau ein Jahr nach dem konjunkturellen Tiefpunkt (1975) eine erneute Rezession in der *pachinko*-Industrie einleitete, die wiederum im Gegensatz zur gesamtwirtschaftlichen Expansion stand. Daß ungefähr zur gleichen Zeit der Erdölkrise der seit 24 Jahren unveränderte Kugelpreis am 15. November 1973 um einen auf drei Yen anstieg, dürfte eher nicht mit dem inflationären Preisanstieg zusammenhängen, da diese Maßnahme bereits zuvor von den regionalen Sicherheitsausschüssen (*kôan iinkai*) aller Präfekturen in Zusammenarbeit mit der Geschäftswelt bestimmt worden war.⁵⁴

Die Gegenüberstellung volkswirtschaftlicher Konjunkturzyklen einerseits und Mengenangaben zur Entwicklung der Spielhallen andererseits ist sicherlich in ihrer Aussagekraft als bedenklich einzustufen. Die Anzahl der Hallen allein bietet keine Informationen über die genaue Umsatzstärke der *pachinko*-Branche. Da Umsatzzahlen in dokumentierter Form erst seit den siebziger Jahren vorhanden sind, werden hier als weiterer Indikator die Angaben zu den registrierten Automaten der entsprechenden Periode berücksichtigt.



Quelle: Siehe Dia. 3; eigene Berechnungen

Tendenziell neigen die Automatenproduzenten eher dazu, der Sogwirkung der Volkswirtschaft zu verfallen, wie der Kurvenverlauf der sechziger Jahre indiziert. Der parallele Abschwung von Hallen- und Automatenzahlen in der zweiten Hälfte der siebziger Jahre weist auf die einzige "echte" Rezession hin, die auch von derselben Entwicklung im Verhältnis der Automaten pro Halle begleitet wurde (siehe Diagramm 4). Die im langjährigen Mittel ansteigende Automatendichte pro Halle spricht allerdings für die wiederkehrende Existenz eines konjunkturell bedingten rauhen Wirtschaftsklimas, in dem Kleinbetriebe wesentlich stärker für Rezessionsfolgen anfällig waren, während die Großen ihren Marktanteil beständig ausbauen konnten. Daß die Automatendichte ab 1985 kurzfristig zurückging, kann im Licht des *pachinko*-Booms als Resultat der neuen

⁵⁴ MAINICHI SHINBUNSHA CHÔSETSUBU (Hrsg.). 1973. *Mainichi nyûsu jiten – 1973 nensatsu*. Tôkyô: Mainichi shinbunsha, S. 504.

Konkurrenzsituation durch Quer- und Neueinsteiger in dieser Branche interpretiert werden.

Wie komplex aber das Wechselspiel von Marktfaktoren für die *pachinko*-Industrie – und nicht nur für diese – ist, läßt sich exemplarisch anhand der “echten” Rezession von 1977 bis 1981 ablesen. Der Abschwung muß in erster Linie als Produkt einer Entwicklung innerhalb der Branche verstanden werden, die das Maximum der Nachfragekapazität weit überschritten hatte. Ein Großteil der in Konkurs gehenden Hallen war in den Peripherien angelegt gewesen. Die steigenden Bodenpreise hatten in den späten sechziger Jahren Neueinsteiger aus den Zentren in die Bereiche am Stadtrand oder in die vorgelagerten Landkreise vertrieben, zumal sich ihnen in logistischer Hinsicht dort die räumlichen Überreste eines vergangenen Bowling-Booms geradezu aufgedrängt hatten. Die nichtsdestoweniger exorbitanten Startkosten waren allerdings fernab von den Massen der Siedlungsräume nur unter vergleichsweise erschwerten Bedingungen einzuspielen.

Die hohen Bodenpreise bedingten aber auch in den Zentren das Aus für die Hallen, die der steigenden Zinsbelastung nicht standhalten konnten. Für manche Unternehmer erwies sich die ansonsten so vielversprechende Vergrößerung ihrer Hallen als janusköpfige Angelegenheit, da ihre Expansionspolitik den damit verbundenen steigenden Fixkosten von Kreditbegleichung oder Miete sowie den ebenfalls ansteigenden variablen Kosten im Personalbereich oder Stromverbrauch zum Opfer fiel. Einen weiteren Beitrag lieferte die zunehmende Popularität der TV-Spiele, die seit dem Anfang der siebziger Jahre eine völlig neue Konkurrenz auf dem Freizeitmarkt hervorgerufen hatte. Im Dezember 1971 eröffnete in Tōkyō Shinjuku die erste Spielhalle dieses neuen Typs, 1974 waren es bereits 1.200 *gēmu sentā*, die einen Jahresumsatz von 500 Milliarden Yen erzielten.⁵⁵ Die *inbēdā*-Spiele (Sammelbegriff, der auf dem populären Typ *space invader* beruht) profilierten sich auch in der Heim-Variante, die durch das Spielen im privaten Reich am eigenen Fernsehbildschirm das Betreten von Spielhallen überhaupt obsolet machte.⁵⁶ Vergessen werden darf in diesem Zusammenhang aber auch nicht der Umstand, daß die innovationsverwöhnte Spielerschaft in diesem Zeitraum den *Thrill* des Neuen eben nur in dieser Form der Unterhaltungsautomaten finden konnte, während der *pachinko*-Industrie nichts Aufregenderes als das *tere-pachi* einfiel. An diesem Punkt der internen Stagnation beziehungsweise des innovativen Konkurrenzangebots aber konstatiert die wirtschaftswissenschaftliche Innovationsforschung⁵⁷ den rezessionsauslösenden Faktor.

⁵⁵ SENUMA 1977, a.a.O., S. 84.

⁵⁶ Natürlich gibt es auch die Möglichkeit, im eigenen Heim *pachinko* zu spielen. Bedenkt man jedoch die räumlichen Voraussetzungen der japanischen Wohnungen im Zusammenhang mit dem außerordentlich hohen Geräuschpegel der Automaten, ist eine fehlende Verbreitung dieses “Heimspiels” nicht weiter verwunderlich. Eine ganze Reihe weiterer Faktoren läßt sich unter dem Begriff “Hallenambiente” subsumieren.

⁵⁷ Die Einführung der Innovation als Grundphänomen der wirtschaftlichen Entwicklung führt auf den “notorisch ignorierten” (Clyde Prestowitz) Ökonomen Joseph Schumpeter zurück, der bereits in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts die Grundlagen für die sich erst wesentlich später etablierende wirtschaftswissenschaftliche Innovationsforschung legte. “Ihr zentrales Anliegen besteht [...] sowohl in der Entwicklung technischer Neuheiten, als auch in der Erfassung

Exkurs 2: Freizeitmarkt und -politik

Als "Wachstumsaktie des 21. Jahrhunderts"⁵⁸ ist die Freizeitindustrie stärker als jeder andere Konsumbereich von Trends und Innovationen abhängig. Das Überangebot an Konsumoptionen und der verführerisch hohe Leistungsgrad der Medien führten in den vergangenen Jahren der "Freizeitgesellschaft"⁵⁹ zu einem ständig wachsenden Reizpegel, der nur noch auf dem Weg wieder neuerer, noch modischerer Angebote auszuloten ist. Auch ein Oldtimer wie *pachinko* kann sich nicht den Gesetzmäßigkeiten einer zyklischen Veränderungen unterworfenen wirtschaftlichen Entwicklung, die von "stoßweise und geballt auftretenden Innovationen"⁶⁰ determiniert wird, entziehen.

Die Freizeitindustrie in Japan kann auf eine alte Tradition zurückblicken: Bereits in der Edo-Zeit stand den Bürgern der Städte zur Befriedigung ihrer Vergnügungswünsche ein dichtes, etabliertes Netz von Theatern, Teestuben und Animationsbetrieben zur Verfügung. Diese Form der Freizeitindustrie mit unabhängigen Kleinbetrieben bildet auch in der Gegenwart das Kernstück des japanischen Freizeitmarktes. Zwar tragen seit den späten fünfziger Jahren verstärkt national oder regional flächendeckende Großkonzerne substantiell zu dem Attribut "Industrie" bei, aber Mitte der siebziger Jahre hatten 76 Prozent der Unternehmen auf dem Freizeitmarkt einen Personalstand von höchstens vier Mitarbeitern, während gerade ein Prozent mehr als 50 Angestellte beschäftigte.⁶¹ Es ist

der Zusammenhänge zwischen Adaptionsgeschwindigkeit der Neuerungen in Betrieben und den Eigenschaften der Unternehmungen als Ganzes [...] als auch schließlich in der Durchsetzung der Konsumgüter auf den Märkten". Vgl. KIM, Boo-Sung. 1987. *Die Bedeutung von Innovationsprozessen für sozialgeographische Strukturen im Freizeitraum*. Kallmünz/Regensburg: Lassleben (= Münchner Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie Bd. 32), S. 11. Für eine gründliche wirtschaftswissenschaftliche Analyse des *pachinko*-Markts scheint der theoretische Ansatz Schumpeters überaus vielversprechend zu sein.

⁵⁸ MITSUI 1992, a.a.O., S. 1.

⁵⁹ Die Prägung des Begriffs der Freizeitgesellschaft ist dem Optimismus der Freizeitsoziologie in den siebziger Jahren zu verdanken, als die Verringerung der Wochenarbeitszeit und die Automatisierung in vielen Produktionsbereichen tatsächlich die Hoffnung auf eine "nachindustrielle Freizeitgesellschaft" aufkommen ließ. Vorreiter dieser Überlegungen ist Jean Fourastié, der auf der Basis des Lebensstandardsvergleich für die neunziger Jahre wie der Schweizer Nationalökonom Emil Küng etwa ein 3-Tage-Wochenende und einen 12-Wochen-Jahresurlaub prognostizierte. Vgl. dazu: FOURASTIÉ, Jean. 1966. *Die 40.000 Stunden. Aufgaben und Chancen der sozialen Evolution*. Düsseldorf (usw.): Econ, S. 7–11; für den sozialpädagogischen Bereich: NAHRSTEDT, Wolfgang. 1975. *Freizeitberatung. Animation zur Emanzipation?*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 15–19. Als vor zuviel Optimismus warnende Stimme s. KOHL 1974, a.a.O., S. 84–90; als pointierte Kritik soziologischer Konzepte und damit als Entmythologisierung dieses von politischer und privater Seite ausgebeuteten Konzepts s. HEIMKEN, Norbert. 1989. *Der Mythos von der Freizeitgesellschaft. "Im Entschwinden der Freizeitgesellschaft"*. Münster: Lit Verlag (= Soziologie 17).

⁶⁰ SCHUMPETER 1952, a.a.O., S. 100.

⁶¹ KAWAI Yoshiki und NAKAYAMA Hiroto. 1976. *Rejā sangyōkai*. Tôkyô: Kyôikusha (= Sangyôkai shirîzu 42), S. 160.

jedoch anzunehmen, daß die Vorgänge der letzten Jahre das Proportionsverhältnis zugunsten größerer Betriebe nachhaltig beeinflußt haben.

Die steigende Wertschätzung der Freizeit in den achtziger Jahren begünstigte eine gewaltige Industrie, deren Marktgröße 1989 beinahe 63,5 Billionen Yen erreichen konnte.⁶² Frappanterweise waren es die Handelsspannungen der ausgehenden achtziger Jahre, die die japanischen *opinion leader* in Politik und Wirtschaft zu einem Umdenken in der Arbeits- und Freizeitpolitik bewegt hatten. Handelspartner in aller Welt beklagten den enormen Druck, den die japanische Exportpolitik auf ihre heimischen Ökonomien ausübte. Daher mußten seitens der Industrie in verstärktem Ausmaß Wege gesucht werden, um auf dem japanischen Binnenmarkt neue Absatzmärkte und Profitstrategien zu entwickeln.

Die politische Führung unterstützte diese Anliegen etwa durch den seit April 1988 schrittweise in ihren Behörden eingeführten Turnus von 5- und 6-Tage-Woche. Im Februar 1989 schlossen sich die Institute des Finanzsektors diesem Trend an, der 1988 noch 20,1% der Arbeitnehmer prinzipiell verschlossen war. In der freien Wirtschaft war die 5-Tage-Woche partiell bereits seit den sechziger Jahren verwirklicht, obwohl sie erst im folgenden Jahrzehnt zu einer breiteren Akzeptanz gelangen konnte. So war 1971 die 5-Tage-Woche gerade in 6,5% aller Betriebe eingeführt worden. In den folgenden Jahren der Rezession bot sich aber den Arbeitgebern die Thematik der Arbeitszeitverkürzung als effiziente Doppelstrategie an, um einerseits nicht in durch die sinkende Nachfrage bedingte Überkapazitäten zu geraten und andererseits die Forderungen nach Lohnerhöhung in den Frühjahrsoffensiven der Gewerkschaften aufzuweichen.⁶³ Erst 1983 erreichte die 5-Tage-Woche die 50% – Marke aller Betriebe, in denen 75,5% der Arbeitnehmer angestellt waren.⁶⁴ Die tatsächliche Nutzung der 2-Tage-Weekenden war aber einer wesentlich geringeren Schar von Arbeitnehmern vorbehalten. Gegenwärtig setzt sich, wie bereits indiziert, nach geringfügigen Schwankungen Ende der achtziger Jahre der Trend zum langen Wochenende verstärkt durch: 45,9% aller Beschäftigten (14,5% aller Betriebe) kamen im Finanzjahr 1991 in den regelmäßigen Genuß einer 5-Tage-Woche.⁶⁵

Das Freizeitwachstum am Wochenende wurde in den achtziger Jahren durch die effektive Zahl an Arbeitsstunden pro Beschäftigten konterkariert. Dem absoluten Tiefstand von 1975 mit 172 Monatsstunden standen 1988 immer noch 175,9 Stunden gegenüber. Erklärend wirken in diesem Zusammenhang der sich ungefähr nur auf ein Drittel belaufende Anteil der Beschäftigten, die in den vollen Genuß der Fünf-Tage-Woche kamen, die hohen Überstundenleistungen sowie die verbreitete Zurückhaltung in der Nutzung des beanspruchbaren Jahresurlaubs, der 1987 mit 7,5 Tagen nur zur Hälfte

⁶² FOREIGN PRESS CENTER JAPAN. 1990. *Leisure and recreational activities*. Tôkyô: Foreign Press Center (= "About Japan" series 4), S. 45.

⁶³ LINHART, Sepp. 1976. *Arbeit, Freizeit und Familie in Japan – Eine Untersuchung der Lebensweise von Arbeitern und Angestellten in Großbetrieben*. Wiesbaden: Harrassowitz, S. 182.

⁶⁴ Diese Zahlen berücksichtigen alle Formen der 5-Tage-Woche, unabhängig von der Regelmäßigkeit oder Weitreichweite, in der sie den Arbeitnehmern zu Verfügung stand.

⁶⁵ *Rôdôshô*, zitiert nach FOREIGN PRESS CENTER JAPAN. 1993. *Leisure and recreational activities*. Tôkyô: Foreign Press Center (= "About Japan" series 4), S. 13–15.

ausgeschöpft wurde.⁶⁶ Aber auch diese Tendenz ist gegenwärtig rückläufiger Natur: 1992 wurde erstmals die Marke von 2000 Arbeitsstunden pro Jahr und Beschäftigten unterboten: Laut Arbeitsministerium (*Rôdôshô*) behauptet sich neben dem langen Wochenende verstärkt der Trend zu längeren Urlaubszeiten.⁶⁷

Der Zusammenhang zwischen Verringerung – oder Verlagerung – der Arbeitszeit (die 1992 immer noch um rund 30% über der deutschen lag) und wachsendem Freizeitmarkt verkörperte sich in beachtlichen Wachstumsraten des Freizeitmarkts. Durch die Dualisierung von Zeit als Konsumobjekt einerseits und als Mittel zum Konsum andererseits erschlossen sich verstärkt Absatzwege, die der Freizeitindustrie in den siebziger Jahren den Ruf der größten Wachstumsbranche einbrachten. Der Freizeit-Boom der sechziger Jahre mutierte zum "Freizeitindustrie-Boom" der siebziger Jahre.⁶⁸

Die Freizeitausgaben der privaten Haushalte in den sechziger Jahren steigerten sich bei jährlichen Zuwachsraten von fünfzehn bis zwanzig Prozent von 2.265 Milliarden auf 9.502 Milliarden Yen, während die gesamten Haushaltsausgaben im konsumorientierten Bereich von 10.692 auf 36.554 Milliarden Yen stiegen.⁶⁹ Die Angaben zu den beiden Faktoren können je nach Quelle und Berechnungsmodus Unterschiede aufweisen, geben in dieser Form aber einen guten Einblick in die zunehmende Bedeutung der Freizeit auf Konsumentenebene. Waren es 1960 etwa 20% der konsumorientierten Ausgaben, so flossen zehn Jahre später bereits über 40% dieser Ausgaben in den Freizeitmarkt. In der ersten Hälfte des Dezenniums verdoppelten sich fast die Freizeitausgaben, in der zweiten Hälfte lag die Steigerung schon bei 120%. Auch der Schwerpunkt der Ausgaben veränderte sich von Genußmitteln und elektronischen Geräten auf Tourismus und den Sportbereich. Enorme Zuwachsraten vermeldeten aber auch die Bereiche *narau-rejâ* und *tsukuru-rejâ* (Studier- bzw. kreative Freizeit), zu denen Hobbys und Handwerk gezählt werden. Der Glücksspielbereich (*pachinko*, *smâto-bôru*, Mah-jong, Pferde- und Radrennen) entwickelte sich nahezu analog zur Gesamttendenz und konnte während des Jahrzehnts seinen Anteil von knapp 13% halten. Die wachsende Rolle der aktiven Freizeitgestaltung (*suru-rejâ*) sollte in den siebziger Jahren weiter an Bedeutung zunehmen, als den Konsumenten erstmals mehr Zeit, aber weniger Geld für die Gestaltung ihrer Freizeit zur Verfügung stand.

Eine andere Studie, die zwecks internationaler Vergleichbarkeit die Ausgaben der privaten Haushalte für Freizeitaktivitäten zur Grundlage der Berechnung wählte, ermittelte 1970 einen 17-prozentigen Anteil des privaten Konsums beziehungsweise 9% des Bruttonationalprodukts als Freizeitausgaben. In Relation gesetzt zu England (22% bzw. 15%), Frankreich (23% bzw. 13%) oder den USA (16% bzw. 10%) hatten Japans Bürger also eher wenig für den Freizeitbereich ausgegeben.⁷⁰

⁶⁶ WEBER, Claudia. 1989. "Arbeitszeit und Freizeit in Japan", in: *Nachrichten der Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde Ostasiens* 143 (= Zeitschrift für Kultur und Geschichte Südasiens 1988, 143), S. 76.

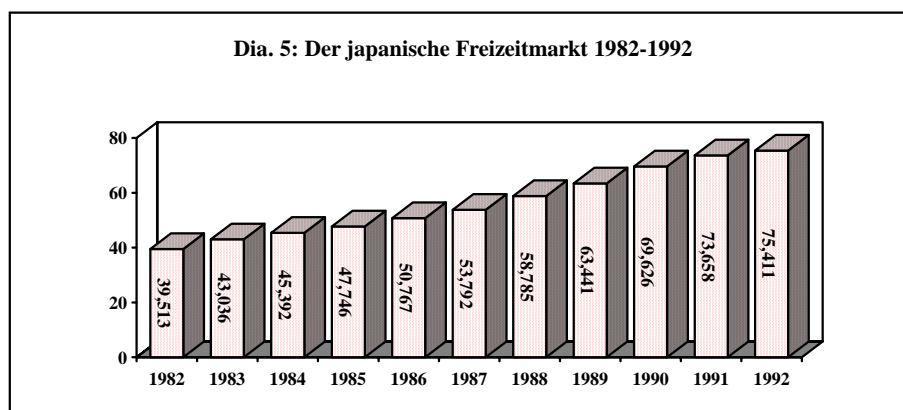
⁶⁷ FOREIGN PRESS CENTER JAPAN 1993, a.a.O., S. 15.

⁶⁸ SENUMA Yoshiaki. 1975. "Rejâ minimumu", in: OKAMOTO (Hrsg.), a.a.O., S. 59.

⁶⁹ ISHIKAWA 1979, a.a.O., S. 123.

⁷⁰ NAKAMURA Hideichirô. 1984. "Freizeitindustrie", in: *Japan Handbuch*, Horst Hammitzsch (Hrsg.), Wiesbaden: Franz Steiner, S. 2180–2183.

Die zunehmende Stärke des Wirtschaftsfaktors Freizeit blieb natürlich nicht unbeachtet. Die Bedeutung der Freizeitindustrie als stimulierender Motor für die japanische Wirtschaft war bereits 1970 in einer Studie des MITI (Ministerium für internationalen Handel und Industrie) erkannt worden. Im MITI wurde 1972 mit der "Abteilung für die Entwicklung der Freizeitindustrie" (*Rejā sangyō kaihatsu shitsu*) auch die erste politische Institution zur Koordinierung der Wachstumsbranche errichtet, gleichzeitig entstand das halboffizielle Institut für Freizeitforschung (*Yoka kaihatsu sentā*), das seit 1973 Weißbücher zur Lage der Freizeit in Japan publiziert.⁷¹ Diesen Zugeständnissen auf institutioneller Ebene stand eine breiter gefächerte Neu-Strukturalisierung innerhalb des Wirtschaftssystems zur Seite. Die Verringerung der Arbeitszeit mußte, um nicht in Produktionsverlusten zu münden, durch verschiedene Strategien aufgefangen werden. Die Automatisierung von einst durch "menschliches Kapital" ausgeführten Arbeitsprozessen etablierte sich als wirkungsvolle Lösung und hob gleichzeitig die tatsächliche Effizienz der geleisteten Arbeitsstunden im Produktionsbereich. Neue Beschäftigungssparten entstanden im Dienstleistungsbereich, die das Überangebot an Arbeitskräften aus dem Produktionsprozeß übernehmen konnten.⁷² 1989 waren 33,5% aller Unternehmen im Dienstleistungssektor angesiedelt, der mit 17,5% aller Erwerbstätigen ein Ergebnis von 129 Billionen Yen erwirtschaftete, das 28% der gesamten wirtschaftlichen Leistung (460 Billionen) betrug.⁷³ Der Anteil der Freizeitindustrie am Bruttonationalprodukt erreichte 13,8%; nahezu 30% der gesamten Ausgaben aller privaten Haushalte waren in den Freizeitmarkt geflossen.



⁷¹ LINHART, Sepp. 1989. "Die Anwendung des Freizeitbegriffs auf Japan", in: *Nachrichten der Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde Ostasiens* 143, (= Zeitschrift für Kultur und Geschichte Ost- und Südasiens 143, 1988), S. 62.

⁷² Interessanterweise sind diese Rahmenbedingungen und Folgeerscheinungen gleichzeitig der Auslöser für die oben erwähnte MITI-Studie gewesen, die auf Grund der Befürchtungen zustande kam, daß sich im Sog der Freizeitindustrie das Schwergewicht der japanischen Wirtschaft von Petrochemie- und Leichtindustrie auf den Dienstleistungsbereich verlagern würde (Nakamura 1984:2181).

⁷³ MITSUI 1992, a.a.O., S. 81.

*Zahlenangaben: Yoka kaihatsu sentâ*⁷⁴

Die wachsende Bedeutung der Service-Industrien für die wirtschaftliche Leistung ist auf dem Freizeitmarkt naturgemäß höher als in der Gesamtwirtschaft. In den Jahren von 1985 bis 1989 nahm die Zahl der Videotheken um 61,7%, die der *gêmu sentâ* um 41,7% zu.⁷⁵ Die Ausgaben für Amusement und Spiele waren 1992 mit 47,9 Billionen Yen der größte Posten auf dem Freizeitmarkt, gefolgt von 11,8 Billionen für Reisen und Tourismus sowie 10,5 Billionen für Hobby, Kunst und Handwerk. Das Schlußlicht bildete der Sportsektor mit 5,3 Billionen Yen.⁷⁶ Die gegenwärtige Gewichtung der verschiedenen Sektoren tendiert eindeutig zugunsten der Kategorie Unterhaltung, die 63,5% des Marktvolumens besetzt. Der Freizeitmarkt der neunziger Jahre entwickelt sich nach den exzessiven Zuwachsraten der achtziger Jahre (bis zu 8,7% Wachstum jährlich; siehe Diagramm 5) in gemäßigter Form; 1992 fiel das Wachstum auf dem Freizeitmarkt mit 2,4% erstmalig seit 1985 geringer aus als die Wachstumsrate der gesamten privaten Ausgaben (3,8%). Die gesamtwirtschaftliche Stagnation scheint also auch vom Freizeitmarkt ihren Tribut zu fordern. Allerdings konnte der Unterhaltungssektor 1992 mit 4,9% Wachstum seine unangefochtene Führungsposition überdurchschnittlich stark ausbauen. Waren die siebziger Jahre noch von einem starken Trend in Richtung aktiver Freizeitgestaltung gekennzeichnet gewesen, so wich dieser in den achtziger Jahren dem Verlangen nach Vergnügen und Unterhaltung, um gegenwärtig eine neue Gestalt anzunehmen, die sich durch aktive Freizeitgestaltung fernab von zeitlichen und monetären Restriktionen kennzeichnet.⁷⁷

Der Mega-Boom in den achtziger Jahren

Die achtziger Jahre erlebten einen gigantischen *pachinko*-Boom (siehe Tabelle 1). Die neuen Automatentypen *hikôki*, *deji pachi*, *ippatsu dai* und *pachisuro*⁷⁸ stießen in ein maßgeschneidertes Vakuum im Konsumentenbedürfnis vor. Das Resultat waren enorme Gewinnsteigerungen der Spielhallen. Teilten sich noch 1980 9.783 Etablissements einen Markt von etwa 1,2 Billionen Yen, so waren es zwei Jahre später knapp 4,8 Billionen Yen, die sich auf 11.049 Hallen verteilten. Die durchschnittliche Umsatz-Zuwachsrate einer Halle in diesen beiden Jahren von 242,6 Prozent legte den Grundstein für den Ruf des ungekrönten "Königs der Freizeit", wie das Spiel und die Branche in diesem Jahr-

⁷⁴ FOREIGN PRESS CENTER JAPAN 1993, a.a.O., S. 62.

⁷⁵ MITSUI 1992, a.a.O., S. 81.

⁷⁶ FOREIGN PRESS CENTER JAPAN 1993, a.a.O., S. 58–63.

⁷⁷ FOREIGN PRESS CENTER JAPAN 1993, a.a.O., S. 9.

⁷⁸ Die Bezeichnung *hikôki* resultiert aus dem Design des ersten Modells dieser Bauart, das in der Mitte durch ein Flugzeug (*zero taigâ*) geziert wurde. Beim *ippatsu dai* genügt, wie der Name indiziert, zum Hauptgewinn ein Treffer in den richtigen Schacht. Während beim *deji pachi* neben dem traditionellen Nägelmuster noch mechanische Walzen oder digitale Anzeigen zu finden sind, die bei entsprechender Kombination ihren Hauptgewinn ausspielen, hat das *pachisuro* mit dem Spiel der Nägel und Kugeln nichts mehr gemein. Letztlich ist es nichts weiteres als eine japanisierte Version der *slot machine* (= einarmiger Bandit).

zehnt attribuiert wurden. Das *pachinko*-Gewerbe wurde zu einem wahren El Dorado für jeden Neueinsteiger. Bis zum Ende der achtziger Jahre konnten die Spielhallen ihren Gesamtumsatz fast verdreifachen. Da die Hallenzahl in diesen Jahren um etwa ein Drittel zugenommen hatte, konnte eine durchschnittliche Halle ihren Umsatz immerhin noch einmal verdoppeln. Bereits 1985 wurden 20 Prozent des gesamten Freizeitmarktes in den *pachinko*-Hallen erwirtschaftet. Dieser Marktanteil konnte in den verbleibenden Jahren des Dezenniums gehalten und in den folgenden Jahren noch weiter ausgebaut werden. 1989 erreichte die *pachinko*-Branche zum zweiten Mal den ersten Rang des umsatzstärksten Gewerbes auf dem Freizeitmarkt. Zwar war dieser Ruhm von kurzer Dauer, aber der anhaltende Aufwärtstrend, der 1992 in einem Umsatz von nahezu 17 Billionen Yen gipfelte, konnte diesen "Verlust" mühelos versüßen. Obwohl die Zuwachsrate 1991-92 von der schwächsten Leistungssteigerung der letzten fünf Jahre begleitet war, betrug das Ergebnis mit 7,8% mehr als das Dreifache der Vergleichsbewegung des gesamten Freizeitmarkts.⁷⁹

⁷⁹ FOREIGN PRESS CENTER JAPAN 1993, a.a.O., S. 61.

Jahr	Freizeitmarkt	<i>pachinko</i>	Zuwachsrate	Marktanteil
1982	39,513	4,773	(115,67)	12,08
1983	43,036	7,687	61,05	17,86
1984	45,392	8,870	15,38	19,54
1985	47,746	9,799	10,47	20,52
1986	50,767	10,104	3,11	19,90
1987	53,792	10,600	4,91	19,71
1988	58,785	11,528	8,75	19,61
1989	63,441	13,119	13,80	20,68
1990	69,626	14,260	8,70	20,48
1991	73,658	15,757	10,50	21,39
1992	75,411	16,986	7,80	22,52

Tab. 1: Der japanische Freizeit- und pachinko – Markt in den achtziger Jahren

(Absolute Zahlen in Billion Yen; Rate und Anteil in Prozent
Zahlenangaben: Umfrage der Freizeitindustrie⁸⁰)

An Erklärungsansätzen für diesen Triumphzug mangelt es nicht. Die achtziger Jahre verhalfen der japanischen Volkswirtschaft und damit den japanischen Konsumenten zu einem Wohlstand in bisher ungekanntem Ausmaß. Die Verbraucher trugen dieser Entwicklung vermehrt mit konsumorientierten Ausgaben Rechnung. Ende der achtziger Jahre strömten knapp ein Drittel der privaten Ausgaben in den Freizeitsektor. Brancheninterne Ursachen außerhalb des allgemeinen wirtschaftlichen Klimas waren, ähnlich wie im *pachinko*-Boom der siebziger Jahre, die mittlerweile zweite Erhöhung des Kugleinstandspreises von drei auf vier Yen (1988), aber auch die Einführung der neuen 500-Yen-Münzen (1982).⁸¹ Die Preisobergrenze für Warengewinne wurde in diesem Jahrzehnt ebenfalls zweimal angehoben: 1980 von 1.500 auf 2.500 Yen und 1985 auf 3.000; eine weitere Steigerung fand 1990 auf 10.000 Yen statt. Dadurch konnten die Spielhallen ihre Warenregale attraktiver gestalten und gleichzeitig die Spieler zu höheren Investitionen oder längerem Spielen anhalten.

⁸⁰ Zitiert nach FOREIGN PRESS CENTER JAPAN 1993, a.a.O., S. 61–63; eigene Berechnungen.

⁸¹ Der Preis von 3 Yen hatte einen Spielrhythmus etabliert, der sich durch Erwerb, Verlust und Neuerwerb von 100 Kugeln kennzeichnete. Von der Umrüstung der *tamakashiki* auf die größere Einheit erhoffte sich die Geschäftswelt eine analoge Steigerung dieser Konsumgewohnheit auf das neue Niveau. S. ASAHI SHINBUN (Hrsg.). 1983. *Nenkan 1982 nenban*. Tōkyō: Asahi shinbunsha, S. 494.

Als wichtigste Ursache der *pachinko*-Hausse aber haben die neuen Automatentypen zu gelten, die ab 1980 den Markt erobert haben. *Hikôki* und *ippatsu dai* gewannen schnell an Terrain in den Hallen des Landes und konnten ihre Vormachtstellung unter den traditionellen Typen bis in die Gegenwart aufrechterhalten. Dem Reiz des Neuen aufgeschlossene *pachinko*-Spieler widmeten sich in gleichem Ausmaß dem *deji pachi*, während der eigentliche Renner und Umsatz-*pusher* mit dem ursprünglichen *pachinko* der Kugeln und Nägel nichts mehr gemein hatte.

Tab. 2: Entwicklung der *pachisuro*- und *pachinko*-Automaten

Jahr	<i>pachisuro</i>			<i>pachinko</i>		
	Automaten (in 1.000)	Zuwachs (in 1.000)	Zuwachs (in %)	Automaten (in 1.000)	Zuwachs (in 1.000)	Zu- wachs (in %)
1983	58			2.570		
1984	141	83	143,1	2.850	280	10,9
1985	101	-40	-28,4	2.910	-60	-2,1
1986	332	231	228,7	2.860	-50	-1,7
1987	405	73	22,0	2.930	130	2,4
1988	491	86	21,2	3.030	100	3,4
1989	589	98	20,0	3.110	80	2,6
1990	672	83	14,1	3.240	130	4,2

Quelle: *Rejâ hakusho 1991*⁸²

Direkt nach der Einführung auf dem Markt hatte das *pachisuro* schnell an Popularität gewonnen. Wegen der unklaren Rechtslage vor 1985 konnte sich das Expansionspotential aber noch nicht voll entfalten, so daß bis zur Revision des *Fûzoku eigyô hô* ein externer Bremsmechanismus sogar für einen dreißigprozentigen Rückgang sorgte. Nach dem In-Kraft-Treten des *Shin fûzoku eigyô hô* war der Vormarsch des *pachisuro* nicht mehr aufzuhalten (siehe Tabelle 2). In absoluten Zahlen konnten die *pachinko*-Automaten zwar mühelos im Aufwärtstrend mithalten, prozentual gesehen boomte es aber auf dem *pachisuro*-Markt. Die Brisanz dieser Entwicklung läßt sich weniger am Anteil an der Automatenmenge ablesen als an den Umsätzen, die prozentual beim *pachisuro* wesentlich höher ausfallen (siehe Tabelle 3).

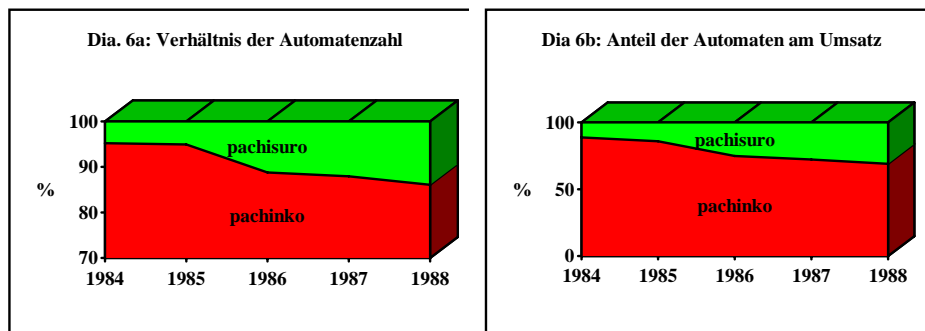
⁸² Zitiert nach HINAGO 1992, a.a.O., S. 26; eigene Berechnungen.

Tab. 3: Umsätze der Spielautomaten-Branche

Jahr	Gesamtumsatz		nur pachinko		nur pachisuro	
	Umsatz	Zuwachs	Umsatz	Zuwachs	Umsatz	Zuwachs
1984	8,8704	15,4	7,8624	?	1,0080	?
1985	9,7999	10,5	8,4199	7,1	1,3800	36,9
1986	12,6983	29,6	9,5046	11,4	3,1937	131,4
1987	12,5958	-0,8	9,0958	-4,3	3,5000	9,6
1988	13,8320	9,8	9,5445	4,9	4,2875	22,5

(Einheit: Billion Yen; Angabe für 1988: Jan. bis Okt., sonst Kalenderjahr⁸³)

Die Zahlen, die den Berechnungen zum Marktanteil zugrunde liegen, differieren zwar ab 1986 von den Angaben des Zentrums für Freizeitentwicklung (siehe Tabelle 2), sind aber die einzigen vorliegenden, die eine Unterteilung in diese beiden wichtigen Kategorien vornehmen. Leider fehlt jegliche Referenz auf den Ursprung des verwendeten Datenmaterials, so daß ich diese Daten nur mit dem entsprechendem Vorbehalt präsentiere. Auf jeden Fall verdeutlichen die folgenden Diagramme, die auf den absoluten Zahlen der Quelle beruhen, den rapiden Wechsel im Kräfteverhältnis und geben einen nachhaltigen Eindruck von der aktuellen Verteilung der Umsatzstärke in der Spielautomatenbranche wieder. Bereits vor der legalen Zulassung fielen etwa 5% der Umsätze an den Bereich *pachisuro*, der in den Jahren 1984 und 1985 etwa 11% bzw. 14% der Automaten stellte. 1988 waren es bereits 31% des Umsatzes, die von 14% der Automaten eingespielt wurden. Dieser Trend verschärfte sich bis 1990, als etwa ein Sechstel der Automaten ungefähr 40% der Umsätze bewirkten.⁸⁴



Quelle: Mabe 1990:50

⁸³ Zahlenangaben nach MABE 1990, a.a.O., S. 50; eigene Berechnungen.

⁸⁴ FOREIGN PRESS CENTER JAPAN 1990, a.a.O., S. 50.

Ein einziger *pachisuro*-Automat verfügte im Beobachtungszeitraum über eine Umsatzkapazität von 8,75 Millionen Yen, die nahezu das Dreifache des Leistungsergebnisses eines *pachinko*-Automaten betrug. Dieses Verhältnis erfuhr in der Periode von 1984-89 nur marginale Schwankungen. Angesichts der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der japanischen *slot machine* dürften also die zuvor zitierten Angaben der *pachisuro*-Spieler, die laut eigenem Bekunden im Durchschnitt doppelt soviel pro Spielhallenbesuch investieren wie *pachinko*-Spieler (4.400 Yen : 2.160 Yen), noch zu niedrig angesetzt sein.⁸⁵

Eine klare Außenseiterposition nehmen in diesem Kräfteverhältnis die verschiedenen Hybriden des *pachinko* an, die sich als eigenständige Versionen etablieren konnten. Nach Jahren des Rückgangs bis unter die Ein-Prozentmarke in 1986 konnten *yakkyû*, *sumâto-bôru* und *arenji-bôru*⁸⁶ wieder etwas aufholen und bildeten 1989 mit etwa 95.000 Automaten das Schlußlicht in der Hierarchie des Automaten-Marktes.⁸⁷

Zusammenfassung

Der ökonomische Siegeszug des *pachinko*, den diese Studie anhand des Zahlenmaterials zu verdeutlichen sucht, kann schwerlich durch eine isolierte Sichtweise aus der Perspektive des Anbieters erklärt werden. Obwohl sich im Zusammenhang mit volkswirtschaftlichen Konjunkturzyklen eine relative Independenz abzeichnet, muß ein interpretativer Ansatz auf übergeordnete Veränderungen und Bedeutungen in einem gesamtgesellschaftlichen Kontext eingehen. Wenngleich eine intensivere Auseinandersetzung mit einem derart weiträumigen Deutungshintergrund den Rahmen dieser Präsentation sprengen würde, so werde ich dennoch die wichtigsten Merkmale als Strukturhilfen in dieser Zusammenfassung anführen.

Spekulation und Spektakel

Generell müssen wir von der Annahme der Existenz eines konkreten Bedürfnisses ausgehen, das durch spezifische Aspekte des *pachinko* befriedigt wird. In monetärer Einheit gemessen, können wir diese Nachfrage im Glücksspiel (Spekulation) orten, in kultureller Hinsicht, noch allgemeiner definiert, in den Inszenierungen des Besonderen (Spektakel).⁸⁸ Während das Spektakel sich sowohl in der Vergangenheit als auch ge-

⁸⁵ MABE 1990, a.a.O., S. 51.

⁸⁶ Der Name leitet sich vom englischen *arrange ball* ab und bezeichnet eine Zwitterform aus dem alten *korinto gëmu* und *pachinko*. Nicht zu verwechseln mit dem neueren, aber seltenen *are pachi*, einer Kombination aus *deji pachi*, *ippatsu dai*, *pachisuro* und Bingo.

⁸⁷ MABE 1990., a.a.O., S. 30.

⁸⁸ Zur Natur des Spiels, besonders seines spektakulären Elements, aber auch der historischen Verbindung zwischen Glücksspiel und Wahrsagerei, wie sie sich bsp. etymologisch im Begriff "Los" niederschlägt, vgl. HUIZINGA, Johan. 1987. *Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. Hamburg: Rowohlt [1938]. Größere Beachtung findet das Spekulative in einem weiteren Klassiker: CAILLOIS, Roger. 1963. *Die Spiele und die Menschen: Maske und Rausch*. München: Langen & Müller.

genwärtig der verschiedensten Formen bedienen kann, sozusagen in einem weiten Konkurrenzfeld agiert, ist das spekulative Element an konkretere Formen der Praxis gebunden, gleichwohl es sich nie ganz vom Spektakulären zu trennen vermag. Unterstützung erhält diese Annahme durch analoge Erscheinungen in den oben angesprochenen Feldern zur in ökonomischen Maßeinheiten meßbaren Popularitätswelle des *pachinko*. Beispielsweise drückte sich in den späten vierziger Jahren das Verlangen nach dem Spektakulären/Spekulativen nicht nur in dem sich anbahnenden *pachinko*-Boom aus. Vielmehr erlebte diese Epoche eine ernsthafte Konkurrenz durch öffentliche und private Lotterien sowie durch zahlreiche Pferde- und die in dieser Zeit erstmals in Japan durchgeführten Radrennen.⁸⁹ Anfang der siebziger Jahre erreichte die Höhe der Ausgaben im Glücksspielsektor mit rund 18% der gesamten Freizeitausgaben einen weltweit wahrscheinlich nicht vergleichbar hohen Stellenwert.⁹⁰ Auch der Mega-Boom der späten achtziger Jahre muß vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Spekulationsaktivitäten im Immobilien- und Aktiengeschäft betrachtet werden.

Der rechtsfreie Raum

Während sich das Spektakuläre durch soziohygienische Eigenschaften der Bewahrung existenter Machtstrukturen auszeichnet, steht das Spekulative über das ökonomische Prinzip stets in einem Interessenkonflikt mit den Verteidigern distributiver Besitzverhältnisse. Die juristische Ächtung des Glücksspiels ist keine Erfindung der Neuzeit, vielmehr als konstantes Element in der japanischen Rechtstradition zu beobachten.⁹¹ Allerdings ist neben der Rechtsprechung eine widersprüchliche Praxis zu beobachten, die einerseits die bürgerliche Unterhaltungskultur in der Edo-Zeit geprägt hat, andererseits auch in der Gegenwart den "Eiertanz" zwischen juristischen Vorlagen und Reaktionen der *pachinko*-Branche bestimmt. So muß die Branche als unmittelbarer Nutznießer der Sanktionierung des Glücksspiels im allgemeinen und der flexiblen Auslegungspraxis der gesetzlichen Rahmenbedingungen bezeichnet werden. Das Wechselspiel zwischen behördlichen Verordnungen über Zulassungsbestimmungen bestimmter Automatentypen⁹² und den Anpassungsbestrebungen der Industrie, die sich um Austarieren des Spannungsverhältnisses zwischen Gesetzesvorlagen und optimaler Kundenbefriedigung bemühen mußte, zieht sich wie ein roter Faden durch die Geschichte des *pachinko*. Als typisches Beispiel dieses Sachverhalts kann die Mitte der fünfziger Jahre zu beobach-

⁸⁹ 1948 hinterließen 2,25 Millionen Zuschauern bei etwa 1.200 Rennläufen 5 Milliarden Yen auf dem Turf. Allein für 1949 sind 111 Lotterieziehungen dokumentiert, für 1950 56 Radrennen, die insgesamt 12 Millionen Zuschauer angezogen haben. S. ISHIKAWA 1979, a.a.O., S. 54–58.

⁹⁰ Vgl. *The Japan Times Weekly*, 13. Mai 1972; zitiert nach LINHART 1976, a.a.O., S. 219.

⁹¹ Das Glücksspielverbot ist von 690, zwei Jahre nach der ersten schriftlichen Referenz zum *bakugi* (Glücksspiel), bis 1923, als das erste Gesetz zum Pferderennen erlassen wurde, dokumentiert. Vgl. MASUDA Yasuhiro. 1989. *Asobi no daijiten. Nihon no rekuriêshon kyûkai kanshû. Dai 1 kan*. Tôkyô: Tôkyô shoseki, S. 739–752.

⁹² Dieses Spannungsverhältnis zwischen Erlaubtem und technisch Machbarem sowie ökonomisch Erstrebenswertem determinierte auch in Amerika das Wechselspiel in der Entwicklungsgeschichte der *slot machine* und des Flipperautomaten. S. ANONYMOUS 1950, a.a.O., S. 62–70.

tende Modifikation in der Hallendistribution bezeichnet werden. Auch die achtziger Jahre wurden Zeuge dieses Kräftemessens, als auf wiederholte Beschränkungen der maximalen Ausstoßmenge der neuen *deji pachi* – unter dem Gesichtspunkt, die Spekulationsfreude und Risikobereitschaft der Spieler in Grenzen zu halten – einige Hundert Unternehmen den Betrieb aufgeben mußten, andererseits aber über Automaten- und spieltechnische Variationen die legale Obergrenze um ein Vielfaches überschritten werden konnte.⁹³ Nicht näher eingegangen werden soll hier auf jene, wahrscheinlich nur noch als illegal zu bezeichnende, Praxis einzelner Unternehmen, mit technologischer Hilfe den Arbeitsrhythmus der Maschinen zugunsten der Betreiber zu beeinflussen, obwohl auch in solchen Fällen der Gesetzgeber einige Jahre brauchte, um über Rechtskonformität der jeweiligen Apparaturen zu entscheiden.⁹⁴

Das Innovationsprinzip

Ein Konsumprodukt wie *pachinko*, dessen Popularitätswert sich an dem Grade mißt, in dem es ein Bedürfnis nach *thrill* erfüllen kann, ist permanent der Gefahr ausgesetzt, wegen Übersättigung seinen Reiz zu verlieren.⁹⁵ Der Bewältigung dieser Aufgabe sind die produzierenden Industrien verpflichtet, die mit einem beachtlichen Aufwand in Forschung und Entwicklung die ökonomische Karriere des *pachinko* gewährleisten. Ohne die technische Entwicklung des *renpatsu shiki* wäre die Explosion der Hallendichte in den fünfziger Jahren nicht denkbar gewesen. Bis zum Anfang der achtziger Jahre sorgten Veränderungen im kleineren Stil für eine graduelle Weiterentwicklung der Automaten und sicherten somit den Fortbestand dieser Form der Unterhaltungskultur. Die in diesem Zeitraum neu vorgestellten Typen aber konnten keine substantiellen Innovationerscheinungen darstellen, die erst mit der Integration der Computertechnologie möglich wurden.

Ökonomisch interessant war an der neuen Situation neben der Diversifikation in der Automatenpalette, die gezielter individuelleren Spielerwartungen begegnen konnte,⁹⁶ die veränderte Ausschüttungsmodalität, die dem Glücksspielcharakter zu einem stärker-

⁹³ S. SEDENSKY 1991, a.a.O., S. 86–87.

⁹⁴ Nach etlichen Jahren im rechtsfreien Raum – ein direkter Verstoß gegen die Vorgaben des *Fūzoku eigyō hō* war nicht gegeben – hat mittlerweile ein Prüfungsverfahren die Ungesetzlichkeit des Manipulationsverfahrens konstituiert. Daß der Adapter ungeachtet der Illegalität nach wie vor Verwendung findet, beweist die Ohnmacht der Kontrollorgane (Asahi Evening News, 31.3.1989).

⁹⁵ Die Spielhallen bemühen sich um die Beibehaltung ihrer Attraktivität durch das *shinki kaiten* oder *shinsō kaiten* genannte Geschäftsprinzip. In bestimmten Abständen, mindestens einmal im Jahr, im Extremfall alle drei Monate, werden die Hallen mit einem zumindest partiell veränderten Automatenstock "neueröffnet"; eine Praxis, die in ihrer Exzessivität der Branche wohl mehr schadet als nützt. Vgl. MAEDA 1990, a.a.O., S.28.

⁹⁶ Dieser Trend in die Breite erzwang praktisch seit der Mitte der achtziger Jahre die Schaffung entsprechender "Gebrauchsanweisungen", die in Form der zahlreichen Strategiebüchern oder Monatsfachzeitschriften den ansonsten überforderten Konsumenten die Feinheiten der neuen Produkte näherzubringen hatten.

ren Reiz verhalten. Die Technologisierung der Spielautomaten hatte die Relation von Geschick und Zufall eindeutig auf das Glücksmoment verschoben. Damit verbunden wurden Zeit und Ausdauer zu neuen spielentscheidenden Faktoren, gleichzeitig die temporäre Bindung der Spieler gefördert und die wesentliche Grundlage der Umsatzsteigerung vorbereitet.

Rationalisierung

Das Innovationsprinzip beschränkt sich aber nicht nur auf den Automatenbereich. Vor allem im Management wurden die sechziger und siebziger Jahre zu Zeitzeugen einer radikal veränderten Unternehmensstrategie. Unter dem Gesichtspunkt der Rationalisierung konnte der Leistungsgrad einer Halle erheblich verbessert werden. Die ehemals personalintensive Betreuung des operativen Tagesgeschäfts erfuhr durch Automatisierungsprozesse eine neue Qualität, die den Personalbedarf auf ein Sechstel des ehemaligen Bedarfs reduzieren konnte.⁹⁷ Die im Zuge der Automatisierung ermöglichte Umstrukturierung der Raumausnutzung ermöglichte es gleichzeitig, die aufnehmbare Kundenmenge pro Raumfläche zu verdoppeln.⁹⁸ Vor allem in den sechziger Jahren als Kernstück der Automatisierungsperiode wurde die praktische Konsequenz in Richtung höherer Automatendichte bzw. Großraumhallen am deutlichsten in Relation zum gesamten Untersuchungszeitraum beobachtet.

Kindaika

Während Rationalisierung und Innovationsprinzip für brancheninterne Veränderungen sorgten, wurde der gesamte Diskurs der gesellschaftlichen Entwicklung von einem verwandten Schlagwort geleitet: *Kindaika*, oder Modernisierung, war das erklärte Ziele in Japans Hochkonjunkturphase, hatte aber längst den ökonomischen Bezugsrahmen überschritten. Dieses im Zuge der postmodernen Diskussion kaum noch ohne umgreifende Erklärungsmuster zu verwendende Konzept hat sich im Sinn eines radikalen Strukturwandels in der *pachinko*-Branche am auffälligsten im Konzeptionswandel manifestiert. So kann man das heutige *pachinko* in erster Linie als festen Bestandteil einer *sarariman*-Kultur bezeichnen, die mit ihrer Standard- und Vorbildfunktion weitere Teile der Bevölkerung einbezieht. Wenn es sich dabei auch um einen als generell aufzufassenden Wandlungsprozeß handelt, so hat die *pachinko*-Branche im Sog dieser Veränderung durch die Imagepolitik der siebziger Jahre die Trennung vom Anrüchigen des Unterhaltungsgewerbe und die Einbeziehung einer weiten Kundenschicht, die die traditionell männliche Klientel der unteren Schichten überschreiten sollte, erreicht. Anzeichen der Managementplanung für diese Kampagne sind in vielen Bereichen vorhanden: Von der

⁹⁷ S. TAKEUCHI Hiroshi. 1981. "Pachinko wa idai-na fukushi sangyô de-arû", in: *Bungei Shunjû* 1981/5, 418–419.

⁹⁸ Möglich wurde diese Leistungssteigerung durch die Einführung eines zentralen Kugelleitsystems, das die ehemals händisch an der Rückseite der Automaten durchgeführte Einspeisung überflüssig machte. In Folge konnten die Automatenreihen zu dem heute noch typischen Block, in der Fachwelt *shima* genannt, zusammengesetzt werden.

Errichtung spezieller *jōsei kōnā* über eine transparente, hygienisch-sterile Architektur bis hin zur Adaptierung an ein postindustrielles Klima und einem damit verbundenen verstärkten Bekenntnis zur Selbstkonzeption als Teil einer Dienstleistungsindustrie.

Der Freizeitdiskurs

Zwar ist dieses Thema im Rahmen seiner politischen und ökonomischen Komponenten bereits eingehender untersucht worden, aber die Entwicklung der Freizeit hin zu einer gesellschaftlich positiv besetzten Größe kann in ihrer Bedeutung für die *pachinko*-Industrie nicht unterschätzt werden. Bereits in den sechziger Jahren konnte die *pachinko*-Branche durch ihre etablierten Standortvorteile von der anbrechenden Entwicklung, die auf einem strukturell unterentwickelten Freizeitmarkt aufbauen mußte, profitieren. Der wachsende Wohlstand der Bevölkerung garantierte den Fortbestand eines Freizeitverständnisses, das in erster Linie an finanziellen Aufwendungen gebunden war. Zur idealtypischen Konstellation von stabilen sozio-ökonomischen Verhältnissen und individueller Konsumpolitik kam es in den achtziger Jahren. Wie schnell veränderte Lebensgrundlagen zu einer Neuorientierung von habituellen Lebenspraktiken führen können, demonstrieren die vergangenen Jahre, in denen weite Teile der Freizeitindustrie den allgemeinen Rezessionsbewegungen in der japanischen Volkswirtschaft standhalten konnten.

Wie diese sicherlich nicht als erschöpfend zu verstehende Hintergrundsanalyse verdeutlicht hat, ist der wirtschaftliche Erfolg der *pachinko*-Branche nicht durch monokausale Deutungsansätze zu erklären. Die Vernetzung der Lebensbereiche sowie der rahmenstiftenden Bezugssysteme kreieren eine Realität, deren Komplexität nur aus verschiedenen Blickwinkeln heraus zugänglich wird. Zukunftsprognosen werden durch diese Konstellation naturgemäß nicht begünstigt. Als Senior in der Unterhaltungsbranche ist das *pachinko* bereits öfters zum Opfer von Fehltritten geworden, die seinen baldigen Niedergang heraufbeschwören wollten. Eine ernsthafte Aussage über die zukünftige Entwicklung kann aus der hier vorgestellten Perspektive wohl nicht erfolgen. Sie muß sich verstärkt der Seite zuwenden, die in dieser Studie kaum zu Wort gekommen ist: Der Fan-Gemeinde des *pachinko*.