

# Zahlenspiele: Die neue Herausforderung des Sumo

von Chris Gould

In einer perfekten Welt sollte die Schlüsseleigenschaft des Sumo sein, dass es als Japans Nationalsport offiziell von der Regierung unterstützt wird, es sollte sich nicht von sich selbst entfernen durch öffentlichkeitswirksames Verbiegen und einem Übermaß an Kommerzialisierung. Und dennoch ist das große Paradoxon, das das Sumo des Jahres 2011 umgibt, dass es aufhören wird, Nationalsport zu sein, wenn es sich zu sehr auf seinen als Nationalsport geernteten Lorbeeren ausruht.

Man mag das gut finden oder nicht (und einige der Sumo-Oberen scheinen zielgenaue Rache an Stacheln in ihrem Fleisch zu nehmen), die Entlassung von Asashoryu Anfang 2010 hatte einen verheerenden Effekt auf die Beliebtheit des Sports. Ende 2009 noch führte Asashoryu die Regeneration des Sports an, er trat in Talkshows auf, gab tiefgründige Interviews und vergoss sogar die eine oder andere Träne, als er einen Brief von seiner Mutter las. Zwei Monate später war der große Regenerationsplan des Sumo ebenso zertrümmert wie die Kieferknochen der Person, die er angeblich angegriffen hatte. Über Nacht waren die die Zuschauer anlockenden Geschichten um den Kampf von Gutem Yokozuna gegen Bösen Yokozuna verschwunden, der gigantische Kampf zwischen Hakuho und Asashoryu, der am letzten Tag eines Turniers immer seinen Höhepunkt gefunden hatte. Auf der Stelle verschwunden waren auch die Mengen der passiven Beobachter, die einschalteten, um zu sehen, ob der Mann, der oft

gewalttätige Tendenzen zeigte, ohne Umschweife besiegt wurde. Und verschwunden waren die tausenden von Fans, die sein reines Genie im Ring schätzten.

Es war unstrittig, dass er eine Bestrafung verdient hatte. Aber dass er es verdient hatte, aus einem Sport geworfen zu werden, der es den Ranghöheren erlaubt, ihre Autorität dadurch auszuüben, die Rangniedrigeren regelmäßig zu schlagen, ist schon strittiger. Die Debatten um das öffentliche Bild eines Sumoringers beiseite geschoben, war die zentrale Frage, ob man auf einen der größten Marketingaktivposten des Verbands verzichten sollte. Und der Verband entschied sich, ihn fallen zu lassen, ohne einen Marketing-Plan B zu haben.

Es stimmt, Ende 2010 wurden Versuche gestartet, mit Hakuho und seiner Truppe das Sumo zu regenerieren, und man hatte im kommerziellen Fernsehen sogar zu einem gewissen Grad Erfolg. Aber dann kam der Skandal um die Kampfabsprachen, wodurch die Zahl der Auftritte von Sumoringern in beliebten Unterhaltungssendungen auf Null zurückging. Eine weitere Marketingmasche hatte ins Gras gebissen, und das September-Turnier 2011 entblößte die volle Düsternis der Situation. Sogar für den ersten Tag, traditionell einer der beliebtesten Tage des Turniers, waren nur fünf Tage vor dem Start noch Karten verfügbar. Auch an Tag 14, ebenfalls am Wochenende und damit randvoll mit Fans, blieben ansehnliche Mengen an Karten unverkauft, sogar noch um 16:50 – wie sich bei einem Vororttermin des SFM

herausstellte!

Es gibt noch ein weiteres Problem, dass der Sumoverband erst noch angehen muss, dass aber scheinbar die Sumoseiten im Internet schon allzu deutlich aussprechen können. Wenn man Dorians Artikel in dieser Ausgabe liest, könnte man fast denken, dass er ein japanischer Fan aus der Showa-Periode (1926-1989) ist, so groß ist seine Leidenschaft sogar für mittelklassige Ringer. Aber Menschen wie Dorian sind leider eine Minderheit. Indem sich das Sumo als Touristenattraktion vermarktet, steigen die Kartenverkäufe, aber nicht die Fanzahlen. Die Menschen kommen einfach nur einmal vorbei, haken es auf ihren "Dinge, die man tun muss"-Listen ab und denken später kaum noch einmal an Sumo, außer um dumme Videos darüber auf Youtube hochzuladen.

Was das Sumo ebenfalls noch nicht erkannt hat, ist die Tatsache, dass ausländische Fans anders sind als japanische Fans. Es ist einfach eine Frage der Geografie. Wenn ein Japaner seine Liebe zum Sumo verliert, kann die Übertragung im japanischen Fernsehen immer noch sicherstellen, dass ein Nachkomme der Person ein Sumoliebhaber wird. Aber wenn ein ausländischer Fans seine Liebe zum Sumo verliert, ist das – wie Graham Greene sagen würde – "das Ende einer Affäre". Es ist nahezu unmöglich, sie wieder an Bord zu holen, und es ist sogar noch unmöglicher, deren Nachkommen anzusprechen. Und genau daran liegt es, warum kommerziell unverantwortliche

Entscheidungen wie die Entlassung Asashoryus so sehr ins Gewicht fallen.

Es ist nicht nur das Fehlen von Superstarts oder der Eurosport-Übertragungen, was das ausländische Interesse dämpft. Es ist das Format der Turniere. Ausländer reagieren im Allgemeinen sehr gut auf das Rangsystem im Fußball, wo Teams anhand ihrer Leistungen in einer Liga oder einem Turnier bewertet werden – unabhängig davon, wie gut sie früher waren. Die Möglichkeiten, dass Juventus in die Serie B muss, oder dass Blackpool gegen die ganz Großen antritt, sind es, die Fußball so unvorhersehbar und so attraktiv für jeden machen, der nur ein bisschen Vorstellungskraft hat. Aber das Sumo hat zwei Rangsysteme: Die Liste der Führenden in einem Turnier, und das offizielle Rangsystem (denn in Japan existiert nichts, solange es nicht einen Rang hat). Und das Problem ist, dass die Systeme (abgesehen vom Yokozuna) scheinbar in keinerlei

Zusammenhang stehen. Es gibt keine wirklich überraschenden Beförderungen oder Rückstufungen in den beiden obersten Divisionen, alles schwimmt schon zu lange in einem Meer der Vorhersehbarkeit, um das Interesse der Fans noch zu erreichen. Natürlich ist es japanische Kultur, einen großen Namen nicht zu schnell fallen zu lassen, oder einen jungen Emporkömmling bei seinem ersten Versuch nicht zu schnell zu groß werden zu lassen, aber das aktuelle Turniersystem könnte sogar alle mögliche Spannung aus dem Sport nehmen.

Darum wäre es fahrlässig vom Sumoverband, wenn man nicht darüber nachdenken würde, das Turnierformat zu ändern. Warum macht man es zum Beispiel nicht etwas schwerer für Hakuho: Man erlaubt ihm nur an 13 Tagen, zu einem Kampf anzutreten, während seine Rivalen weiterhin 15 Kämpfe haben. Würde er unter diesen Umständen einen Titel gewinnen, wäre es eine echte Leistung! Man könnte aufregendere

Beförderungsregeln zwischen den Divisionen einführen, zum Beispiel dass jedes Mal zehn Ringer auf- und absteigen. Schafft das archaische System ab, in dem die Kampfpaarungen der Ringer auf ihrem Rang basieren und zieht die Paarungen zufällig. Es könnte sogar noch spannender werden, wenn die gleichen beiden Ringer mehr als einmal in einem Turnier aufeinandertreffen können. Wie würde der Verlierer des ersten Kampfes im zweiten reagieren? Welche neue, geniale Taktik würde er einsetzen? Und schließlich: Müssen Turniere wirklich 15 Tage dauern? Wie wäre es damit, die gesamte Action auf die sechs Wochenendtage der bestehenden Turnierwochen zu beschränken, wodurch man Unterbrechungen an den Werktagen hätte, in denen sich die Berichterstattung in den Medien in einen Rausch steigern könnte? Es ist nur eine Idee, aber man muss irgendetwas versuchen, um mehr Fans anzulocken – sowohl daheim als auch im Ausland.