



KATHARINA GRAÇA PETERS

BACK STAGE SÜD KOREA

**GESCHICHTE, POLITIK, ALLTAG –
DAS HEIMATLAND DER K-KULTUR
VERSTEHEN**



PENGUIN VERLAG

Hinweis zu der Schreibweise von Eigennamen:

Die Namen von Gesprächspartnern und Protagonisten folgen der in Südkorea üblichen Schreibweise.

Im Koreanischen steht der Familienname vor dem Vornamen.

Der Vorname besteht häufig aus zwei Silben, die in diesem Buch mit einem Bindestrich verbunden werden, zum Beispiel Park Jae-hun.

Bei Personen, die ihren Namen abweichend von dieser Konvention schreiben, wird die jeweilige Eigenschreibweise verwendet, etwa Kim Jieun.

Anders werden Namen behandelt, die aus einem englischen oder deutschen Vornamen und einem koreanischen Nachnamen bestehen.

In diesen Fällen wird die Reihenfolge umgekehrt, etwa Eric Nam.

INHALT

EINLEITUNG	7
SPRACHE UND ORDNUNG	11
TECH UND EILE	25
TEILUNG UND SEHNSUCHT	43
ESSEN UND HARMONIE	73
SCHÖNHEIT UND FEMINISMUS	91
FILM UND SCHMERZ	113
POP UND DISZIPLIN	135
DEMOKRATIE UND MUT	155
LITERATUR UND GEISTER	175
MODE UND SELBSTVERTRAUEN	187
SCHLUSS	201
ZUM WEITERLESEN	203
DANKSAGUNG	206



EINLEITUNG

Südkorea ist seiner Zeit immer ein bisschen voraus. Wer hierher zieht, merkt das sofort: Die Bestellung vom Abend zuvor liegt am nächsten Morgen vor der Tür. Die Bahn kommt auf die Sekunde pünktlich. Das Internet ist schneller. Alles wirkt rasanter.

Viele hielten es für gewagt, mit drei kleinen Kindern in ein Land zu gehen, das wir kaum kannten, dessen Sprache wir nicht sprachen. Doch unser Fernweh war stärker als die Angst vor dem, was schief gehen könnte. Wir waren neugierig auf dieses Land, das für Aufbruch und Zukunft steht.

Für den SPIEGEL sollte ich von Seoul aus über Politik, Kultur und Wirtschaft berichten – und über eine Nation, die sich in einem Tempo verändert, das von außen kaum zu erfassen ist. Meine Recherchen führten mich in Filmstudios, Schönheitskliniken und entlegene Dörfer.

Doch wie einer Gesellschaft näherkommen, die nicht die eigene ist? Das gelingt nicht nur über sorgfältig geplante Interviews. Die Nähe entstand für mich auch auf dem Weg zur Schule, in Supermärkten, auf Spielplätzen, im Viertel. Da war die Frau am Kiosk,

die immer das passende Pflaster für die aufgeschlagenen Knie meiner Kinder parat hatte, und der Nachbar, der unsere Fahrräder reparierte. Nach und nach kamen südkoreanische Freunde dazu, die uns zu sich nach Hause zum Essen einluden und uns ermunterten, mehr zu nehmen, als wir eigentlich essen konnten. Mit Freunden feierten wir ihre Hochzeit, mit anderen entdeckten wir die grünen Hügel der Insel Jeju. Irgendwann stellte sich ein Gefühl der Vertrautheit ein: Südkorea wurde, Stück um Stück, unser neues Zuhause.

Ein Ort wird lebendig durch Menschen. Südkorea mag ein schnelles Land sein – es ist auch ein sehr freundliches. Immer bleibt Zeit für ein Gespräch, oft voll Wärme und Witz. Auf unseren Wanderungen in den Bergen bekamen unsere Kinder von älteren Menschen immer wieder Bonbons geschenkt. Als sich mein ältester Sohn im Park verirrt hatte, tröstete ihn eine Gruppe Jugendlicher und schwärmte dann aus, um mich zu finden. In Südkorea spürte ich eine Höflichkeit und eine Rücksichtnahme, aber vor allem eine Herzlichkeit, die ich im Alltag in Deutschland häufig vermisste. Ohne die Menschen in Südkorea, die sich die Zeit nahmen, mit uns zu sprechen und die Feinheiten ihrer Kultur zu erklären, ohne die Freunde, die uns in ihr Herz ließen, wären wir Außenseiter geblieben.

Oft merkte ich, dass ich meinen Blick als deutsche Journalistin überprüfen musste. War das, was ich als Widerspruch wahrnahm, nicht meine eigene Prägung? In einem anderen Land zu leben, heißt auch, sich selbst zu hinterfragen. In Südkorea lassen sich Frauen von Schamanen beraten, welche Schönheitsoperationen sie vornehmen lassen sollen. Hier schwenken junge Menschen bei politischen Protesten Leuchstäbe von K-Pop-Bands. Und

hier trinkt man bei Starbucks Kaffee mit Blick auf das feindliche Nordkorea. In Südkorea geht zusammen, was auf den ersten Blick gegensätzlich wirken mag – das macht es so reizvoll, hier zu leben und zu arbeiten.

Trends und moderne Technologien werden als positiv wahrgenommen – die Aufbruchstimmung, die ich in Südkorea spürte, habe ich in Europa selten so erlebt. Da ist eine Lust auf Neues, und nirgends zeigt sich das so sehr wie in Seoul, bei der Stadt selbst wie bei ihrer Bevölkerung. Ich habe nie aufgehört, Seoul zu entdecken. Nicht nur, weil die Metropolregion mit 26 Millionen Einwohnern riesig ist. Tagsüber ist sie anders als nachts. Oben auf dem Nam-Berg ist sie anders als unten am Han-Fluss. Neue Viertel entstehen, alte verschwinden. Vielleicht erklärt dieser ständige Wandel, der nirgends so intensiv ist wie in Seoul, warum Südkorea gerade so viele Menschen in aller Welt begeistert.

Die Fähigkeit, sich zu erneuern, aber auch in Krisen zusammenzustehen, prägt dieses Land. Was anderswo Jahrhunderte dauert, hat Südkorea in wenigen Jahrzehnten erlebt: Kolonialherrschaft, Krieg, Militärdiktatur, Demokratisierung, wirtschaftliches Wachstum. Und schließlich den Aufstieg zu einer globalen Kulturmacht. Heute prägen Serien, Musik, Essen und Kosmetik aus Südkorea Trends in aller Welt. Mit dem Präfix »K« verbindet sich ein Versprechen – hier entsteht etwas Innovatives, eine eigene Ästhetik, eine Lebenswelt, die Millionen gerade jüngerer Menschen fasziniert. Wohl auch deshalb, weil die südkoreanischen Kulturexporte unterhalten und zugleich nachdenklich machen, ohne bedrohlich zu wirken. Verbreitet wird nicht Ideologie, sondern Euphorie – und die erfasst Menschen rund um den Globus.

Gespürt habe ich das im Sommer 2026 bei einem Konzert der K-Pop-Band BTS in München: 75 000 Fans sangen die koreanischen Texte Silbe für Silbe mit, obwohl die meisten die Sprache nicht beherrschten. Viele hatten kleine selbstgebastelte Geschenke dabei, die sie mit Fremden tauschten. Was sie verband, war ihre Begeisterung für südkoreanische Popkultur. Der Erfolg der K-Pop-Gruppen ist kein Zufall, sondern Ergebnis harter Arbeit. Im Alltag zahlen die Menschen in Südkorea oft einen hohen Preis für diese Intensität. Wer erfolgreich sein will, muss früh beginnen und viel leisten, ständig im Wettbewerb mit anderen.

Dieses Buch erzählt davon, was Südkoreas Popkultur so einzigartig macht – warum K-Pop, K-Beauty und K-Dramen die Welt erobert haben. Es soll von den Menschen erzählen, die das Kulturwunder möglich gemacht haben, aber auch von jenen, die unsere Zeit eng begleitet haben: worauf sie hoffen, woran sie zweifeln, was sie antreibt.

Vier Jahre lang war Seoul unser Lebensmittelpunkt und unser Zuhause. Bis heute singen wir zu Geburtstagen als Erstes ein koreanisches Geburtstagslied. Namen schreibe ich nie mit rotem Stift, weil das in Südkorea Unglück bringt. Reis wasche ich vor dem Kochen mindestens dreimal, wie das in Ostasien üblich ist, und meine Kinder essen Reis immer noch am liebsten mit Seetangblättern. Als meine Tochter nach unserer Rückkehr nach Deutschland am ersten Vorschultag gefragt wurde, woher sie komme, antwortete sie: »Aus Korea.«



SPRACHE UND ORDNUNG

Einen Monat nach unserer Ankunft in Seoul besuchte ich meine erste Pressekonferenz. Die Statements waren vorbei, ich packte Laptop und Handy ein, um mit den anderen Korrespondentinnen und Korrespondenten Mittagessen zu gehen, als der niederländische Kollege fragte: »Warum lässt du das nicht liegen?« Ich schaute ihn verständnislos an. Hunderte Menschen gingen im Saal ein und aus, und wir sollten unsere Wertsachen auf dem Tisch lassen? Deutlicher hätte ich nicht vermitteln können, dass ich neu im Land war. Der Kollege war nachsichtig. »Katharina, wir sind hier in Korea.«

In Südkorea ist es üblich, Sitzplätze in Cafés mit Smartphones zu reservieren. Manchmal auch mit Designertaschen oder Kreditkartenetuis. Die Wertgegenstände liegen unbeaufsichtigt auf dem Tisch, während man an der Theke seinen Kaffee bestellt. Südkoreaner seien nicht leichtgläubig, versucht die Zeitung *Joongang Ilbo* ihren englischsprachigen Lesern zu erklären, »aber es käme ihnen nicht in den Sinn, dass jemand ihre Wertsachen stiehlt – weil sie es selbst niemandem antun würden«.

Anfang 2026 belegte eine Gruppe Flugbegleiterinnen in einem Starbucks fast alle Sessel mit ihren Taschen. Die Frauen bestellten ihre Getränke, verließen das Café und ließen ihr Gepäck für mehrere Stunden zurück – und als sie wiederkamen, waren die Taschen noch da. Lokale Medien empörten sich, dass sie die Sitze so lange blockiert hatten. Niemand warf die Frage auf, ob ihre persönlichen Gegenstände so lange unbeaufsichtigt bleiben konnten. Asiana Airlines entschuldigte sich später: Die Mitarbeiterinnen hatten in der nahen US-Botschaft Visa-Gespräche geführt, große Taschen seien dort verboten gewesen.

Ich musste mich, geprägt durch viele Jahre in europäischen und lateinamerikanischen Städten, erst einmal an so viel soziales Vertrauen gewöhnen. Eine Handtasche ohne Reißverschluss ist laut meiner Mutter grob fahrlässiges Verhalten. In Barcelona wurde mir das Handy vom Tisch, in Hamburg der Geldbeutel aus dem Kinderwagen geklaut. In Südkorea dagegen können Pakete tagelang vor der Haustür liegen, ohne gestohlen zu werden. Rucksäcke nimmt man in der U-Bahn aus Rücksicht auf Mitreisende ab – nicht, um den Inhalt vor Dieben zu schützen. Und nicht ein einziges Mal wurden mir Wertsachen aus meiner offenen Tasche entwendet. Im Gegenteil: Als ich mein Portemonnaie in einem Café liegen ließ, nahm ein älterer Herr es an sich und fuhr 45 Minuten durch Seoul, um es mir zu bringen. Er überreichte es mir so freundlich, als hätte ich ihm gerade einen Gefallen getan.

In Südkorea ist die Kriminalitätsrate niedrig, das Land gilt als sehr sicher. Das hat auch mit der Videoüberwachung zu tun, Schätzungen zufolge gibt es fast zwei Millionen Kameras im öffentlichen Raum. Das ist meiner Ansicht nach aber nur ein

Teil der Erklärung. Es gibt in Südkorea vor allem ein klares Verständnis davon, was man in der Öffentlichkeit tut oder nicht, wie man miteinander umgeht und wie nicht. Die meisten Menschen halten sich daran.



Das schöne Wort *nunchi*, 눈치, beschreibt die Fähigkeit, die Stimmung in einem Raum wahrzunehmen und das Miteinander entsprechend rücksichtsvoll zu gestalten. Wörtlich übersetzt bedeutet *nunchi* »Augenmaß«. Wer darüber verfügt, erfasst rasch die Gedanken und Gefühle anderer, deutet ihre Miene und Tonlage und reagiert darauf. Das sei mehr als Empathie, denn es gehe weniger um den Einzelnen als um die Gruppe als Ganzes, schreibt die Autorin Euny Hong in einem Essay. »Während der Durchschnittsmensch einen Raum betritt und sich nur auf wenige Personen konzentriert (die er mag, hasst oder mit denen er schlafen möchte), erfasst ein geübter *nunchi*-Anwender mental den gesamten Raum. Ist die Atmosphäre unbeschwert oder bedrückend? Warum? Läuft gerade die 89. Minute eines Fußballspiels im Fernsehen? Ist gerade der oder die Ex von jemandem hereingekommen?«

Nunchi bedeutet, den richtigen Moment abzupassen, um sich zu äußern oder zu schweigen, das eigene Verhalten an die Situation anzupassen – und eben auch, sich als Individuum für das Kollektiv zurückzustellen. Wenn die Gastgeberin also zum dritten Mal gähnt, ist das kein guter Moment für ein neues Glas Wein. Ebenso wenig ist es angebracht, die kinderlose Cousine neugierig zu befragen, warum sie noch kein Baby hat. Gutes *nunchi* zeigt

sich vielmehr darin, die Cousine vor aufdringlichen Fragen zu schützen, der Gastgeberin beim Aufräumen zu helfen und auch über die nur mäßig lustigen Scherze des Chefs höflich zu lachen. Viel *nunchi* zu haben, gilt als positiv, kann aber auch bedeuten, dass jemand als zu angepasst oder opportunistisch wahrgenommen wird. Sich *nunchi* zu verweigern, heißt rebellieren. In einer Kurzgeschichte der südkoreanischen Autorin Lim Solah sieht die Erzählerin nicht ein, warum sie sich permanent in andere einfühlen soll. Warum mitlachen, nur um dazuzugehören? »Mir gefiel es, kein *nunchi* zu haben.« Doch um gesellschaftliche Erwartungen zu erfüllen, ist *nunchi* für viele wichtig – für Jüngere mehr als für Ältere, für Frauen mehr als für Männer.

In der Geschäftswelt zeigt sich oft schon beim Überreichen von Visitenkarten, ob jemand ein Gespür für *nunchi* besitzt. Der Austausch der Karten ist in Südkorea bei Geschäftstreffen eine kleine Zeremonie. Bestenfalls ist die eigene Visitenkarte aus hochwertigem Papier und mit einer eleganten Prägung versehen. Nach einer Verbeugung übergibt man seine eigene Karte mit beiden Händen, nimmt die des anderen auch mit beiden Händen entgegen und begutachtet sie respektvoll. Man studiert die Karte und somit auch das Gegenüber, lernt sie oder ihn einzuschätzen. Als mir nach meiner Rückkehr nach Deutschland neue Visitenkarten zugestellt werden, halte ich sie zunächst für einen Fehldruck. Das Papier der deutschen Karten ist so dünn und gräulich, dass Südkoreanerinnen und Südkoreaner sie für Altpapier halten würden. Eine solche Karte wäre mehr als ein Fauxpas – sie signalisiert: Ich nehme dich nicht ernst genug, um mich vorzubereiten.

In der konfuzianisch geprägten südkoreanischen Gesellschaft sind soziale Hierarchien und Respekt wichtig. Die Frage »Wie alt

sind Sie?» wäre in anderen Kulturen unhöflich. In Südkorea ist es normal, nach dem Geburtsjahr zu fragen. Zu wissen, wie alt jemand ist, erleichtert den Umgang miteinander. Es definiert, welche Anrede die Menschen benutzen, wie sie miteinander sprechen und sogar, wer zuerst trinken und essen darf. Je älter jemand ist, desto respektvoller wird er behandelt. Die Etikette gebietet beispielsweise, dass jüngere oder rangniedrigere Personen die Gläser der Älteren zuerst nachfüllen. Sie halten das eigene Glas beim Anstoßen tiefer und wenden den Kopf beim Trinken ab. Auch wenn sich südkoreanische Mütter vor der Schule ihrer Kinder anfreunden, fragen sie zuerst nach dem Geburtsjahr. Die Ältere wird dann *onnie*, 언니, gerufen, was »ältere Schwester« bedeutet. Die Jüngere wird mit Vornamen angesprochen. Es gibt viele solcher Titel im Koreanischen, die nach Alter, Rang und Geschlecht von Sprecher und Angesprochenem variieren. Vor Südkorea hatte ich genau einen Titel, nämlich den, mit dem mich die Kindergartenfreunde meines ältesten Sohnes ansprachen: »Julian Mama«. Hier wurde ich zu *gijanim*, 기자님, was sich auf Deutsch mit »Frau Journalistin« übersetzen ließe.

Sprache trägt somit zur gesellschaftlichen Ordnung bei. Wie im Deutschen zwischen »du« und »Sie« unterschieden wird, gibt es auch in Südkorea Ebenen der Höflichkeit. Allerdings sind es im Koreanischen nicht zwei Stufen, sondern sieben – von der archaischen Palastsprache bis zum lockeren Ton unter Freunden. Sie unterscheiden sich in den Endungen von Nomen und Verben. Meine Kinder würde ich beispielsweise mit »annyeong«, 안녕, begrüßen, den Präsidenten Südkoreas mit »annyeonghashimnikka«, 안녕하십니까, – und einer tiefen Verbeugung. Die falsche Stufe zu wählen, kann als Beleidigung aufgefasst werden.

Im Beruf ist die höfliche Ansprache unerlässlich. Wer jemanden ohne Titel adressiert, stellt symbolisch dessen Status infrage. Das beschränkt sich nicht nur auf das Büro: Der Taxifahrer ist *gisanim*, 기사님, und der Lehrer *seonsaengnim*, 선생님, – und selbst der Besitzer eines winzigen Imbisses an der Ecke wird von Stammgästen respektvoll *sajangnim*, 사장님, genannt, »Herr Geschäftsführer«, als leite er einen Konzern. In der Firmenhierarchie gibt es mehr als ein Dutzend Rangstufen, jede mit eigenem Titel: vom *sawon*, 사원, dem Berufseinsteiger, über den *gwajang*, 과장, den Abteilungsleiter, bis zum *hoejang*, 회장, dem Chairman. Wer befördert wird, bekommt nicht nur ein neues Gehalt, sondern eine neue Identität. Was das in der Praxis bedeutet, erfahre ich über meinen Mann in seinen ersten Wochen als Geschäftsführer einer westlichen Firma in Seoul. Zu Marktstrategien, Personalfragen und Budgets stehen wichtige Entscheidungen an. Er kennt den südkoreanischen Markt zu diesem Zeitpunkt kaum und erwartet – von der westlichen Firmenkultur geprägt –, dass die Teams, die seit Jahren vor Ort arbeiten, ihre Vorschläge einbringen und diskutieren. Stattdessen liegen die Initiative und Entscheidung bei ihm als Chef. Nicht weil er die besten Einblicke hätte, sondern weil sein Titel es so verlangt. Also entscheidet er mit dem Wissen von wenigen Tagen über Dinge, die seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seit Jahren kennen. So kann Hierarchie funktionieren: Nicht die beste Idee gewinnt, sondern die des Ranghöchsten. Er erlebt auch, wie zwei Kollegen, die am selben Tag in die Firma eingetreten waren und sich als Freunde betrachteten, nach der Beförderung des einen nicht mehr unbefangen miteinander reden. Der Rangniedrigere verhält sich nun förmlicher, widerspricht nicht mehr offen. Ein Titel ordnet die Freundschaft neu.

Wie wichtig diese Hierarchien sind, zeigt sich selbst bei Trauerfeiern. In Südkorea finden Beerdigungen innerhalb von drei Tagen nach dem Tod einer Person statt. Die Firma geht geschlossen hin, nicht nur aus Pflichtgefühl, sondern um die Familie in ihrer Trauer zu stützen, Anteil zu nehmen und Ablenkung zu schaffen. Dass der Chef oder die Chefin erscheint, hat dabei eine besondere Bedeutung. Es ist eine Ehrerweisung an die Familie des Verstorbenen und ein Zeichen der Anerkennung. Das Kommen signalisiert den Hinterbliebenen: Euer Sohn oder eure Tochter ist uns wichtig. Der Titel verpflichtet – und er tröstet. Ich kenne einige europäische Firmenchefs in Seoul, die diese Rangtitel in ihren Unternehmen abschaffen wollten. Aber die Titel verschwanden nur auf dem Papier. Auf den Fluren der Büros waren sie weiterhin zu hören, bei Geschäftstreffen wurden sie flüsternd benutzt. Sprache spiegelt somit die Werte und Kultur der Gesellschaft, drückt Vertrautheit, Distanz oder Respekt aus.



Nicht allen gefällt das, jüngere Menschen empfinden es manchmal als erdrückend. »Ich glaube, Südkorea ist das einzige Land der Welt, in dem es dir Macht verleiht, wenn du ein oder zwei Jahre älter bist«, sagt mir eine Studentin. Spreche sie ihre Verwandte aus Versehen nicht höflich genug mit *onnie* an, werde sie dafür mit Verachtung gestraft. »Wenn eine ältere Person uns von oben herab Rat geben möchte, müssen wir freundlich antworten: ›Vielen Dank. Ich höre genau zu und werde das auf jeden Fall beherzigen‹«, erklärt mir Kim Ji-woo, eine Angestellte in dem Coworking-Space, in dem ich arbeite. Sich gegen die Regeln

aufzulehnen, wagen die Jüngeren oft nicht. Stattdessen hat ein Pinguin namens Pengsoo die Rebellion für sie übernommen. Er ist nicht flauschig oder niedlich, sondern grummelig und barsch. Pengsoo begann als Figur in einem Kinderprogramm und startete 2019 seinen eigenen YouTube-Kanal. Bei 2,10 Meter wiegt er 103 Kilogramm, hat eine kratzige Stimme und sein starres Gesicht irritiert die Zuschauenden. Er wurde berühmt, weil er aussprach, was viele Angestellte um die 30 dachten, sich aber nicht zu sagen trauten. Pengsoo missachtete die Normen, denen sie sich fügen mussten: Den Chef des Fernsehsenders EBS redete er nicht mit Titel, sondern mit Namen an – für junge Südkoreanerinnen und Südkoreaner wäre das ein ungeheurer Fehltritt. Wenn etwas schiefging, gab der Pinguin öffentlich seinem Boss die Schuld. Er behandelte alle gleich, egal ob Schüler, Lehrer oder Superstar. Als die damalige Außenministerin Kang Kyung-wha auf dem Weg zu ihrer Limousine an ihm vorbeieilte, begrüßte Pengsoo sie mit einem lockeren »*Peng Ha*«, also: Pengsoo sagt »Hi!«. Hierarchien ignorierte er, Macht schüchterte ihn nicht ein. Auf seinem Steckbrief stand, er sei Fan von sich selbst und BTS. Bescheidenheit ist nicht seine Stärke, auch wenn das in seiner Heimat als Tugend gilt. 2019 wurde der Pinguin zur »Person des Jahres« gewählt – und schlug damit seine Idole von BTS. Jede Generation braucht Helden und Südkoreas Jugend fand ihren in Pengsoo. Er stellt die gesellschaftliche Ordnung infrage, aber so, dass alle mitmachen können. Kim Ji-woo, die Angestellte aus meinem WeWork, scheint die Regelverletzungen des Pinguins zu genießen. Er teste eben Grenzen aus, findet sie. »Pengsoo spricht aus, was wir alle denken.« Dass nämlich viele Ältere *kkondae*, *꼰대*, seien, selbstgerecht und herablassend, was sich vom englischen Wort *conde-*

scending ableitet. Für junge Frauen und Männer kann es befreiend sein, sich ab und zu von den Erwartungen zu lösen, wie man sich zu verhalten – und auszusehen – hat.

Das zeigt mir auch ein Wochenende in den Bergen nördlich von Seoul. Wir fahren mit 24 Singles, zwölf Frauen und zwölf Männern, zu einem Dating-Event. Auch Dating folgt in Südkorea ungeschriebenen Regeln. Apps wie Tinder und das lokale Glam sind beliebt, oft werden Verabredungen aber von Freunden oder Bekannten arrangiert – *sogaeting*, 소개팅, genannt. Dafür wird abgesteckt, ob man ähnlich gebildet ist, angemessen verdient und die Jobs zueinander passen. Läuft das erste Treffen gut, beginnt die unverbindliche Kennenlernphase, die als *sseom*, 썸, bezeichnet wird. Dating wird nun sogar staatlich gefördert, so wie das Wochenende in den Bergen. Die Geburtenrate ist in Südkorea mit 0,8 die niedrigste der Welt – kein anderes Land liegt unter 1,0. Die Regierung möchte Singles zusammenbringen in der Hoffnung, dass sie heiraten und Kinder bekommen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an diesem Wochenende sind zwischen 25 und 36 Jahre alt und gut gelaunt. Und sehr attraktiv. Die Frauen haben roten Lippenstift und glänzenden Lidschatten aufgetragen. Die Männer haben nicht nur ihre Haare gestylt, sondern auch leichtes Make-up aufgelegt und getönte Lippenpflege eingepackt. Die Ansprüche an ein gepflegtes Äußeres sind hoch in Südkorea. Aber wer würde sich nicht von seiner besten Seite zeigen wollen, wenn er die Liebe fürs Leben sucht? Die Singles sollen sich ein Wochenende lang bei Teezeremonien und Spaziergängen in einem Tempel näherkommen; organisiert wird die Veranstaltung von einer buddhistischen Vereinigung. Kaum angekommen, erhalten die Teilnehmenden die

für Tempelaufenthalte typische Kleidung: ein T-Shirt, eine graue Baumwollweste und eine weiche Hose. Sehr bequem, etwas unförmig – und sicher eher unüblich für ein erstes Date. Außerdem ist es so warm, dass bei den meisten bald die Schminke verläuft und die Frisuren zerfallen. Aber keiner scheint sich daran zu stören, im Gegenteil. Der Anspruch an Perfektion lässt nach. »Ich finde das befreiend«, sagt Lee Yu-jin, 28, eine der Teilnehmerinnen. Auch sie hat sich wegen der Hitze einen Dutt gemacht. Bei einem Date in Seoul hätten ihre langen Haare elegant über die Schultern fallen müssen. Die Regeln für romantische Treffen dort seien klar, erklärt sie mir: »Du musst dich schön anziehen, dich gewählt ausdrücken, dein Make-up muss perfekt sein.« Aber im Tempel sei alles lockerer, die Männer seien »anders, ehrlicher«, meint sie. »Hier fühle ich mich mehr wie ich selbst.« Bei den Gruppenspielen am Abend sind die jungen Frauen und Männer ausgelassen. Es geht nur darum, zu gewinnen; keiner achtet mehr darauf, wie er wirkt. Die Haare sind zerzaust, die Hosen zerknittert. Alle genießen die Lockerheit an diesem Wochenende – selbst wenn viele wahrscheinlich danach zum klassischen *sogaeting* zurückkehren werden.

Das Wort *sogaeting* ist eine Mischung aus dem koreanischen Wort für vorstellen, *sogae*, 소개, und dem englischen *meeting*. In Südkorea sind heute viele Wörter vom Englischen beeinflusst. Wer am Strand ein Eis bestellt, bittet um *aisekriem*, 아이스크림. Smartphone wird *händepoon*, 핸드폰, ausgesprochen, der Comedian wird als *gagman*, 개그맨, bezeichnet. Wenn »*Fighting!*« gerufen wird, fordert jedoch niemand einen blutigen Kampf, sondern feuert zum Durchhalten an: »Weiter so!« Die Zahl englischer Lehnwörter im Koreanischen dürfte deutlich über 20 000 liegen;

im Deutschen sind es Schätzungen zufolge eher 3000. Aber auch andere Sprachen und kulturelle Errungenschaften haben Eingang ins Koreanische gefunden, selbst Deutsch: Brauhäuser heißen *hop*, 호프, vom deutschen Hof. Wenn Südkoreanerinnen und Südkoreaner *arbeite* oder *alba*, 알바, sagen, meinen sie damit einen Teilzeitjob. Angesichts ihrer langen Bürozeiten nachvollziehbar: Was die Deutschen Arbeit nennen, ist hier Teilzeitbeschäftigung.

Mir fällt immer wieder auf, wie kreativ und humorvoll die Menschen mit ihrer Sprache spielen. Im Winter identifiziert man sich neuerdings als *oljukah*, 얼죽아, kurz für: »Selbst wenn ich erfriere, trinke ich Iced Americano« – das heimliche Nationalgetränk. Nicht überall ist man jedoch davon begeistert: Das Nationale Institut für Koreanische Sprache in Seoul soll seine Landsleute animieren, im Alltag mehr originär koreanische Wörter zu nutzen. Es formuliert Leitlinien und macht konkrete Vorschläge: Restaurants verwenden beispielsweise oft das englische *waiting* – könnten sie stattdessen bitte das koreanische *gidarida*, 기다리다, nutzen?

Inzwischen entdecken Menschen weit über die Landesgrenzen hinaus die Vielfalt der koreanischen Sprache. Interessierte können Koreanischkurse an der Universität Athen, der Volkshochschule Buxtehude und im Kulturzentrum in Pretoria belegen. Die Nachfrage ist so groß, dass US-Hochschulen von Kalifornien bis Arkansas ihre Angebote in koreanischer Sprache und Kultur ausbauen. In der Sprachlern-App Duolingo gehört Koreanisch zu den am schnellsten wachsenden Sprachen, insbesondere bei jüngeren Menschen. Mehr als 550 000 Menschen legten 2025 die Koreanisch-Prüfung TOPIK ab – innerhalb einer Dekade hat sich diese Zahl mehr als verdoppelt. Oft mündet die Begeisterung für K-Pop und K-Drama in einen Sprachkurs. Das lässt sich