

*linkes Bild:
Kirschblüte im Park des Kaiserpalastes in Kyoto.*

*rechtes Bild:
Zu Gast in der bekanntesten japanischen
Modeschule, der Bunka University of Fashion.*

alle Fotos: Olga Pfeifle



ZWISCHEN ZEN-BUDDHISMUS UND DER TEUERSTEN SHOPPING-MEILE DER WELT

>> **von Johann Stockhammer** > Als ich 1982 das erste Mal nach Tokyo kam, gab es weder englische Straßen- oder U-Bahn Schilder, noch englisch sprechende Japaner. Das hat sich mittlerweile zwar geändert und dennoch, oftmals hilft die Sprache allein nicht weiter. Um diese Kultur zu verstehen, darf man sich auf Land und Leute einlassen. Die Mischung aus futuristischer Architektur, straffer Organisation, hypermodernen Technologien, alten traditionellen Werten, minimalistischer Ästhetik, aggressiven Marktstrategien, fast schon ans Devote grenzender Höflichkeit und einem kommunalen Konsumzwang, genau das ist für immer mehr Kreative so faszinierend! Wenn in der U-Bahn Rushhour ist, pressen sich die Menschen in die Waggonen hinein ohne Rücksicht auf Verluste, aber am Bahnsteig stellt man sich brav an den markierten Stellen an. Im Kaufhaus verlässt die Verkäuferin den Verkaufsraum, indem Sie sich, auch wenn Sie unbeobachtet ist, in den Raum hinein verneigt, um dann rückwärts hinaus zu gleiten, ein fast schon „höfisches“ Zeremoniell – und draußen auf der Shibuya Crossing eilen in Stoßzeiten bei einer grünen Ampelphase bis zu 12.000 Menschen über die diagonalen Zebrastreifen.

Für Modedesigner, die den internationalen Markt verstehen wollen, gehört Tokyo heute zum Pflichtprogramm. Kein anderes Land ist für gutes Design, Kunst und Qualität so aufgeschlossen wie Japan, und das zieht sich durch alle Gesellschaftsschichten. Das mag daher kommen, dass Japan sich erst spät öffnete und heute umso mehr nach Zeitgeist sucht. Bis ans Ende der Edo-Ära war das Land völlig isoliert und abgekapselt; die Öffnung erfolgte erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts: Die Krönung von Kaiser Meiji 1867 läutete das Moderne Zeitalter in Japan ein.

Das Interesse Japans an westlicher Mode begann in den Fünfziger Jahren. Als Pionierin gilt hier ausgerechnet eine Frau: Hanae Mori. Sie eröffnete 1955 ihren ersten Modosalon in Tokyo und orientierte sich als erste an westlicher Mode; dabei blieb sie aber dem japanischen Farbempfinden treu und wählte den Schmetterling, ein japanisches Glückssymbol, als Markenzeichen. 1962 traf sie in Paris Coco Chanel; dieses Treffen beeindruckte sie nachhaltig und sie beschloss, sich der Haute Couture zu widmen und ihr Unternehmen international aufzustellen. Ab 1965 präsentierte sie dann ihre Kollektionen in New York, und 1977 wagte sie den Schritt nach Paris, wo sie Mitglied im Chambre Syndicale de la Couture wurde.

Hanae Mori gilt bis heute nicht nur als Pionierin der Internationalisierung japanischen Modedesigns, sondern auch als eine der Ikonen, die für die Befreiung der Frauen in der japanischen Gesellschaft steht. Ab den Achtziger Jahren folgten ihr dann Designer wie Yamamoto, Kawakubo, Miyake, Watanabe, Takahashi nach Paris.

Durch diese Kreativen wurde auch das Interesse des japanischen Konsumenten nach Europa gelenkt, und keine große internationale Modemarke ist vorstellbar ohne ein gutes Distributionssystem in Japan oder die zahlreich kaufenden japanischen Kunden in den westlichen Shops.

Für junge Modedesigner, die heute ihre Kollektionen auf den diversen Salons in Paris, Mailand oder Berlin präsentieren, bedeutet es meistens den Durchbruch, wenn japanische Einkäufer auf sie aufmerksam werden und bestellen; denn im Gegensatz zu heimischen Einkäufern, die eine junge Marke erst einmal einige Saisons beobachten wollen, bevor sie ordern, schlagen Japaner bei Begeisterung sofort zu und bleiben dann auch erstmal treu.



Für Modestudenten gibt es keinen besseren Platz um sich inspirieren zu lassen, zu recherchieren und zu analysieren, was der internationale Modemarkt heute hergibt, aber auch was eines der wichtigsten Exportländer für Mode ausmacht.

Wir starteten unsere Reise in der Präfektur Okayama in dem kleinen Städtchen Kurashiki ca. 700 km südwestlich von Tokyo. In der Altstadt mit seinen Reisspeichern und alten Textilmärkten ist das traditionelle Japan förmlich greifbar. Wir hatten die einmalige Möglichkeit, in einer kleinen Kimonowebeschule Einblicke zu bekommen, wie auf traditionelle Weise von Hand Garne gesponnen, gefärbt und verwebt werden bis hin zum handgewebten Kimono.

Okayama ist bekannt für seine Textilindustrie, und wir konnten dort die größte Jeansweberei Japans besichtigen: das Unternehmen „Kaihara“ beliefert alle namhaften Jeans-Marken auf der Welt. Wir waren begeistert von der Struktur dieses Unternehmens, das auch in der hintersten Ecke noch so sauber war, dass die Fußböden tatsächlich spiegelten. Wir konnten den ganzen Prozess der Herstellung von Denim erleben, vom Verspinnen der Garne über die Garnfärbung, das Weben bis hin zum Färben des fertigen Jeans-Stoffes.

Ursprünglich eine alte Kimonoweberei und -färberei, spezialisierte sich das Unternehmen, als in Japan die Kimono-Herstellung zunehmend industrialisiert und ins Ausland verlegt wurde, in der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts auf die Herstellung von Denim. Der Seniorchef persönlich führte uns durchs Unternehmen. Für die Studenten hatte er einen besonderen Spaß vorbereitet: das Färben von Baumwollstoffen in alter japanischer Tradition durch Abbinden und Überfärben mit Indigo-Farbe; eine alte Technik, die verschiedenste Muster entstehen lässt. Die Studenten waren sichtlich stolz auf ihre Ergebnisse. Der anschließende Besuch im Jeansmuseum war ein weiterer Höhepunkt.

In der Nähe liegt Japans Modestadt Kobe, in der alle Mode-Großhändler sitzen; dort besuchten wir das hervorragende Modemuseum und die dazugehörige Bibliothek.

Einen Blick auf Japans Vergangenheit eröffnete die Besichtigung der alten Burg von Himeji (Unesco Weltkulturerbe), die eines der ältesten noch erhaltenen Bauwerke aus dem 17. Jahrhundert ist und zu den nationalen Kulturschätzen Japans gehört, genauso wie der Aufenthalt in Hiroshima mit Besuch der Atombomben-Kuppel und dem Friedenspark.

Zur nächsten Etappe ging es in nordöstlicher Richtung nach Kyoto, der Stadt mit den meisten Tempeln, Schreinen und Gärten auf dieser Welt.

Wir kamen zur Zeit des Frühlingsfestes an und konnten dadurch die Altstadt und die schönsten Tempelbezirke auch bei Nacht besichtigen. „Sakura“, die Kirschblüte, hatte bereits begonnen und setzte unseren Besichtigungen die Krone auf. Bei mehr als 1.600 Tempeln und 400 Schreinen hatten wir wahrhaft die Qual der Wahl, und sicherlich hatte jeder seine eigenen Highlights. Für mich waren es die Besichtigung des auf Stelzen in die Berge gebauten buddhistischen Tempels „Kiyomizu“ bei Nacht, des „Kinkaku“ Tempels mit seinem goldenen Pavillon und einer traumhaften Gartenanlage sowie des alten Kaiserpalasts.

Was japanische Ästhetik bedeutet, konnte man hier an den minimalistischen rein auf ihre Form und Funktion reduzierten Bauten, die schon das Bauhaus inspirierten, immer wieder sehen. Die Garten- und Parkanlagen sind bis ins letzte Detail inszeniert und schaffen eine Atmosphäre der absoluten Ruhe und Entspannung; Gärtner, die einzelne trockene Blätter aus den Bäumen zupfen oder das Moos unter den Bäumen pflegen, werden wohl jedem unvergesslich bleiben.

Zwei Kommentare von teilnehmenden Studenten sind mir besonders im Kopf geblieben:

Nach dem spirituellen Teil der Reise kam der Flash: Tokyo! Der Funke sprang gleich am ersten Abend über, jeder war sofort gefangen von der Energie dieser Stadt.

Das Wochenende verbrachten wir mit Storechecks in Verbindung mit dem Besuch einiger der wichtigsten architektonischen Modebauwerke wie z.B. von Herzog & de Meuron (Prada), Renzo Piano (Hermès) und Toyo Ito (Tods). Sonntag ist „Cosplay“ Tag: Jugendliche performen als ihre Manga-Helden rund um die Harajuku Station: schriller geht's kaum!

Bei der Eröffnung der „Japanese Fashionweek“ nahmen wir an der interessanten Podiumsdiskussion „Zukünftige Modedesigner und die Industrie“ teil, mit Professoren der BUNKA Fashion University in Tokyo, Parsons School for Design in New York und dem Präsidenten von Issey Miyake, Tokyo. Und wir sahen in drei Tagen einige beeindruckende Shows von jungen japanischen Designern.

Ein ganzer Tag gehörte dem Besuch der bekanntesten japanischen Modeschule BUNKA University of Fashion, bei dem besonders der Vortrag über die virtuelle Vermessung des Körpers per Bodyscanner faszinierte sowie die Abteilung Research mit dem dazugehörigen Archiv.

Virtualität und neue Technologien sind die großen Themen in Tokyo, nicht nur in der BUNKA University: Das Museum of Contemporary Art zeigte die Ausstellung „Cyber Arts“, und im Miraikan, dem Nationalmuseum für Wissenschaft und Zukunftsforschung, konnten wir neben einer Vielzahl von interessanten virtuellen Installationen den von Honda entwickelten humanoiden Roboter Asimo in Aktion sehen.

Japan in zwölf Tagen, das heißt: eine erste Idee bekommen, Neugier wecken.

Die Teilnehmer waren einhellig der Meinung: hierher müssen wir so schnell wie möglich zurück! Die Studenten aus dem 3. Semester stürzten sich dann auch mit Begeisterung auf die Projektarbeit mit dem Thema „Japmania“.

„Was mich in Japan am meisten fasziniert hat, waren die Menschen. Ich fragte mich immer wieder, wie es eine Nation schafft, nach außen hin so viel Freundlichkeit, Disziplin und Respekt zu bewahren – und zwar nahezu unaufhörlich! Die Antwort fand ich in Japans so genannter SCHAMKULTUR. Im Vergleich zu unserer SCHULDKULTUR, in der das interne Gewissen unsere Handlungen regelt, ist das Thema des „Gesicht Bewahrens“ in Japan das oberste Credo.

Das wahre Gesicht (URA) wird abgesetzt und durch ein gesellschaftskonformes ersetzt (OMOTE). Schämen muss sich demnach derjenige, der es nicht schafft, die „Omote“ aufrecht zu erhalten. Es entsteht eine Gesellschaft, die danach strebt, einem Idealbild nahe zu kommen.“

Emi Schaich, 3. Semester

„Für mich ist Tokyo die kompromissloseste Stadt für jegliche Form von Mode-Research. Besser und neuer, vielseitiger als New York und Paris zusammen. Ein MUSS für jeden Mode-Design-Studenten.“

Tim Labenda, 4. Semester

Johann Stockhammer
ist Professor im Studiengang Mode.

Besuch der Firma KAIHARA,
größter Jeansstoffproduzent in Japan.

