

Düsseldorfer Japanstudien

Themenband »Japan-Tag 2008«

Eindrücke von Studierenden des Faches
Modernes Japan**Tradition, Moderne und die Darstellung von Kultur**

Christian Tagsold

Zum achten Mal findet in Düsseldorf der Japan-Tag statt, zu dem die japanische Gemeinde in Japan jedes Jahr interessierte Bürgerinnen und Bürger einlädt. Auch über die Düsseldorfer Stadtgrenzen hinaus gewinnt der Japan-Tag zunehmend immer mehr Bedeutung. Neben vielen Informationsständen kann man sich mit japanischen Köstlichkeiten verwöhnen und in die japanische Kultur eintauchen.

Jedes Jahr zieht der Düsseldorfer Japan-Tag hunderttausende Besucher an; 2009 waren es rund 850.000. Damit hat der Japan-Tag zumindest in dieser Hinsicht dem Rosenmontagszug den Rang abgelaufen. Tagsüber sind es Stände und Vorführungen auf der Bühne, abends dann das Feuerwerk, die diese Massen zur Rheinuferspromenade locken. Das Feuerwerk wird mittlerweile sogar live vom WDR übertragen, ein weiteres Indiz, dass der Japan-Tag durchaus mit dem Rosenmontagszug konkurrieren kann. Dabei ist der Japan-Tag deutlich jünger als die Karnevalstradition. Erst 2002 fand er zum ersten Mal statt.

Aus japanologischer Sicht ist der Japan-Tag ein ambivalentes Ereignis. Natürlich kommt dem Thema Japan auf diese Weise sehr viel Aufmerksamkeit zu. Das ist auch für die Beschäftigung mit Japan an der Universität sehr von Nutzen. Das Ostasien-Institut ist jedes Jahr auf der Rheinuferspromenade vertreten, wenngleich nicht mit einem eigenen Stand sondern als Gast des Japanischen Generalkonsulats. Zudem ist der Japan-Tag für die Studierenden eine Motivation, da sie an diesem Tag ganz leicht mit ihrem Fachgebiet in Berührung kommen können.

Doch der Japan-Tag vermittelt andererseits ein sehr eigenes Japanbild. Die Mischung aus Populärkultur — die Zahl der *cosplayer* scheint

jedes Jahr zu steigen und rückt den Event tatsächlich immer mehr in Richtung Karneval — und der Zurschaustellung des »traditionellen« Japans ist manchmal geradezu atemberaubend. Die Anführungszeichen, die das traditionelle umgeben, machen deutlich, dass gerade hier aus japanologischer Hinsicht Zweifel angesagt sind. Vieles von dem, was als authentisch und ursprünglich präsentiert oder auch verkauft wird, ist eigentlich viel jüngeren Datums. Judo oder Karate

Inhaltsverzeichnis

Deutsches <i>matsuri</i>	
oder japanisches Oktoberfest?	2
Den inneren Schweinehund überwinden.....	5
Queen of the Taiko.....	7
Let´s go Japan	10
Sushi auf dem Japan-Tag.....	12
Nicht nur Sushi - Japanische	
Gastronomie am Japan-Tag.....	14
Der Film »Nabbi no koi«	16
Wie aus einem Picknick eine Demo wurde	18

wie sie auf dem Japan-Tag vorgeführt werden, sind in dieser Form bewusste Schöpfungen des frühen 20. Jahrhunderts und ähnliches ließe sich auch für viele andere »traditionelle« Vorführungen sagen.

Gerade diese Ambivalenz bietet aber auch reizvolle Möglichkeiten für eine Auseinandersetzung mit dem Japan-Tag. Theorien und Methoden des Faches Modernes Japan lassen sich bei diesem Event z. B. hervorragend mit Studierenden üben. Über 30 Studierende haben sich daher im Rahmen des Hauptseminars »Globales Japan – Diaspora, Ethnoscape und Migration« aufgemacht, die verschiedenen Aspekte des Japan-Tages zu untersuchen. Herausgekommen sind neun Texte, die von Ergebnissen dieser Feldforschung berichten und die unterschiedlichen Dimensionen des Japan-Tages sehr lebhaft aufzeigen. Mit der Veröffentlichung dieser Texte möchten wir im Rahmen der Düsseldorfer Japanstudien (DJAS) eine neue Reihe beginnen. In dieser Reihe bekommen Studierende

die Möglichkeit, eigene Forschungsergebnisse direkt zu publizieren und einer breiteren Öffentlichkeit vorzustellen. Damit wird eine zentrale hochschuldidaktische Forderung umgesetzt. Der Fokus verschiebt sich vom Lehren zum Lernen, vom Eintrichtern zum selbst Erarbeiten. In diesem Sinne hoffen wir, dass auf den ersten Themenband noch viele weitere, ebenso spannende folgen werden, die zeigen, dass Wissenschaft nicht erst mit dem Professoren- oder Dokortitel beginnt.

Deutsches *matsuri* oder japanisches Oktoberfest?

Julia-Kristin Arndt, Julia-Anna Dammers, Maren Lofi, Anna Wesolowski

Volksfeste haben überall ihre Tradition. So wie es bei uns Schützenfeste als wahrscheinlich bekanntestes das Oktoberfest in München gibt, gibt es in Japan die *matsuri*. International aber gilt die Devise: Man soll Feste feiern wie sie fallen!

Wer sich mit der Japanischen Community in Düsseldorf beschäftigt, kommt am Japan-Tag nicht vorbei. Doch wie ist es dazu gekommen, dass diese Veranstaltung, die seit 2002 jährlich im Mai oder Juni stattfindet, inzwischen ein richtiger Publikums-magnet ist? Jedes Jahr kommen rund eine Million Menschen nach Düsseldorf, um sich das Programm und das anschließende japanische Feuerwerk anzusehen. Ein so großes Event benötigt vor allem eine gute Organisation, um die sich insgesamt sechs Institutionen kümmern. Die Düsseldorf Marketing und Tourismus GmbH und das Japanische Generalkonsulat bilden hierbei den Kern, während sich die restlichen vier, die Landeshauptstadt Düsseldorf, die NRW.Invest GmbH, das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie, und der Japan-Tag Düsseldorf/NRW e. V., hauptsächlich um die Veranstaltung kümmern. Um mehr über die Zusammenarbeit der Organisatoren zu erfahren, war unser erste Schritt die Kontaktaufnahme mit den verschiedenen Organisationen. Die Düsseldorf Marketing und Tourismus GmbH war, nachdem man uns zuerst von einem Zuständigen zum nächsten geschickt hatte, plötzlich

nicht mehr für den Japan-Tag zuständig. Leider kam es auch mit der IHK zu keinem Termin. An dieser Stelle möchten wir uns daher herzlich bei Herrn Dr. Scholz aus dem Wirtschaftsministerium bedanken, der sich uns freundlicherweise für ein Interview zur Verfügung stellte.

Das erste Mal gab es eine japanbezogene Veranstaltung in Düsseldorf in den Jahren 1983/84 im Rahmen der Japanwochen. Während des Japan-Jahres, das 1999/2000 in ganz Deutschland stattfand, stellte Nordrhein-Westfalen aufgrund der großen japanischen Gemeinde ein eigenständiges Programm auf die Beine. Anschließend wurde eine Stiftung beim Japanischen Club und der Japan-Tag e. V. gegründet, die den restlichen Etat verwaltete. Es wurde vereinbart, nach zwei Jahren einen weiteren Japan-Tag zu organisieren. Infolge der guten Resonanz traute man sich eine Wiederholung des Ereignisses zu, für das die Vorbereitungen im Oktober 2002 begannen. Da der Restbetrag aus dem Etat des Japan-Jahres nicht ausreichte, gaben sowohl das Land, die Stadt, als auch die Japanische Gemeinde jeweils 25.000 Euro hinzu. Weitere Mittel

wurden durch Sponsoring gewonnen. 2003 hielt man dann die erste Wirtschaftskonferenz ab, die seitdem als Wirtschaftstag jedes Jahr den Japan-Tag begleitet. Parallel entschied man sich dazu, dass der Japan-Tag zukünftig jährlich stattfinden sollte. Doch da so ein großes Ereignis natürlich auch mit wachsenden Kosten verbunden ist, wuchs der Betrag, der nicht durch Sponsoring gedeckt werden konnte, auf 35.000 Euro. Der unerwartete Ausfall des Japan-Tages 2006 durch ein Unwetter sorgte zumindest für das Folgejahr für eine finanzielle Entlastung, da man das Feuerwerk kurzerhand einlagerte.

Neben den 105.000 Euro, die durch Stadt, Land und die japanische Gemeinschaft zusammen kommen, werden zwischen 50.000 und 60.000 Euro durch Sponsoring getragen. Der größte Teil dieses Geldes fließt in das Feuerwerk, das circa 100.000 Euro kostet. Lediglich der Hauptact aus Japan bekommt ein Honorar. Die restlichen Gruppen, die auf dem Japan-Tag auftreten, arbeiten ehrenamtlich. Wenn man sich nun die Besucherzahlen vor Augen führt und diese mit den Kosten verrechnet, kann man erkennen, dass die Veranstaltung mit ungefähr 20 Cent pro Besucher relativ günstig ist.

Die Vorbereitungen des von Anfang an als Begegnungsfest geplanten Ereignisses beginnen ein Jahr im Voraus. Keine Woche nachdem die letzte Feierlichkeit vorbei ist, treffen sich die Organisatoren schon wieder um das nächste Fest auszuarbeiten.

Obwohl der Japan-Tag nicht so groß geplant war und trotz aller Zuversicht hinsichtlich der Resonanz auf das Japan-Jahr, hatte man keineswegs mit so konstanten Besucherzahlen gerechnet. Wie aber macht man eine solche Veranstaltung über die Stadtgrenzen hinaus bekannt? Ungefähr einen Monat vorher gibt es eine Pressekonferenz, zu der Vertreter der Presse, sowohl regional als auch überregional, und das Fernsehen eingeladen werden. Außerdem werden in ganz Düsseldorf Plakate angebracht, die den Japan-Tag ankündigen. Der Wirtschaftstag, der immer kurz vor oder kurz nach dem Begegnungsfest stattfindet, führt in den Medien leider ein Schattendasein. Dem gegenüber wird das eigentliche Ereignis sogar von der internationalen Presse beobachtet, vor allem natürlich von der japanischen. Bedauerlicherweise

ging die Berichterstattung 2008 aufgrund des Erdbebens in Japan unter.

Auch die Wirtschaft in Düsseldorf profitiert von den Menschenmassen auf dem Japan-Tag. Eine Düsseldorfer Brauerei, die auch Sponsor ist, hat einen Stand auf dem Burgplatz. Darüber hinaus gibt es japanische Imbissstände und kleine Verkaufsstände mit Büchern zu Japan oder »typischen« Artikeln aus Japan. Die Lage direkt am Rhein, die die Besuchermassen durch die Altstadt lenkt, ist natürlich auch ein Plus für die Gastronomie, da einige Besucher, die sich lieber auf die deutsche bzw. europäische Küche beschränken wollen, dort ihren Hunger stillen und die angebotenen japanischen Snacks beiseite lassen. Aber auch die Ausweitung der japanischen Wirtschaft ist ein Thema. Die japanische Seite hat die wirtschaftlichen Kontakte in der Region Düsseldorf im Blick. So hatte der japanische Generalkonsul Takahiro Shinyo zum Empfang im NRW-Wirtschaftsministerium auch die



Quelle: Foto von Daniel Pisanec

Bürgermeister der Region eingeladen. »Die Kontakte auf offizieller Ebene reichen aber für gute Beziehungen nicht aus. [...] Durch die gemeinsame Organisation des Festes in Düsseldorf habe es erfreulich viele Berührungspunkte gegeben«, schrieb Michael Borckerhoff am 27. Mai 2008 in der Rheinischen Post. Doch was ist so ein Berührungspunkt? Wenn man sich auf einige der jüngeren Besucher bezieht oder sie ansieht, wird das deutlich: Der Japan-Tag ist für sie eine Möglichkeit, die japanische Popkultur, vornehmlich Anime, Manga und *visual kei*, in Deutschland auszuleben. Denn viele der Jugendlichen tragen *cosplay*,

Kostüme von Figuren aus Anime und Manga oder Sängern, die sie oftmals selbst genäht haben. Die Organisatoren selbst stehen dieser Entwicklung folgendermaßen gegenüber:

»Es war eine explizite Entscheidung. Als wir gesehen haben, dass die ganzen letzten Jahre die Teilnehmer, die wirklich *cosplay* da rein brachten, immer mehr wurden, haben wir dieses Mal eben den Manga-Anime-*cosplay*-Schwerpunkt durchaus bewusst gesetzt. [...] [Das ist] auf jeden Fall [etwas Positives], weil wir schon als Hauptziel haben, die deutsche Bevölkerung auch an die japanische Kultur heran zu führen. [...] Wir wollen die Kultur Japans und der Japaner den Menschen ein bisschen näher bringen und, natürlich, über Sushi und so passiert das ganz gut, aber wir sind froh wenn solche Trends sich abzeichnen, dass wir sehen: Da sind Jugendliche die auf ein Mal selber anfangen, Manga zu zeichnen – das sehen wir sehr positiv. [...] Deswegen finden wir das super, dass das hier aus dem Stadium »völlig exotisch« auf ein Mal in eine Selbstverständlichkeit hinein gelaufen ist.« (Interview Herr Dr. Scholz)

Wie man diesem Interviewauszug entnehmen kann, ist das Spiel mit vorhandenen Klischees durchaus beabsichtigt. Das anhaltende Bild von Japan, das man sofort mit Sushi als angeführtes Beispiel in Verbindung bringt, wird auch über die Veranstalter selbst vermittelt. Gewollt zelebriert man Japan als »völlig exotisch« und damit als Gegenpol zu Deutschland. Damit wird der Japan-Tag zu einem außergewöhnlichem Fest für die Besucher.

Ein Konzept, das offensichtlich funktioniert. Natürlich kommt auch das ältere Publikum nicht zu kurz, denn für sie gibt es beispielsweise ein Samurai-Heerlager. So entsteht ein gewollter Kontrast zwischen der »Tradition« des alten Japans, die durch die Samurai repräsentiert wird, und dem »modernen« Japan, das die *cosplayer* widerspiegeln. Doch die Begriffe »Tradition« und »Moderne« sind nicht statisch, sondern sich wandelnde *inventions*. Sumo, Samurai oder Ikebana kennen viele Menschen, wenn auch oft nur vom Namen her, und durch die Vorführungen kann man ihnen die japanische Kultur ein Stück näher bringen. Was vielleicht noch bemerkenswerter ist, als die Gegenüberstellung von »Tradition und

Moderne«, ist die Tatsache, dass viele die »moderne« Seite derzeit bevorzugen. Beim Japan-Tag 2007 waren geschätzte 7.000 *cosplayer* anwesend – das entspricht fast der Anzahl der in Düsseldorf lebenden Japaner.

Während unserer Nachforschungen haben wir festgestellt, dass hinter so einem Event mehr steckt, als man auf den ersten Blick sieht – sowohl im Hinblick auf die Kosten als auch organisatorisch. Dass der Japan-Tag sich zu so einer großen Veranstaltung entwickelte, hätte am Anfang niemand gedacht. Aber wenn man hinter die Kulissen des Festes blickt, bemerkt man, dass beide Seiten ihre Vorteile aus diesem Austausch und dessen Vermarktung ziehen, denn der Japan-Tag kann nur einen kurzen Einblick in die japanische Kultur bieten und so kann er die Neugierde der Besucher auf mehr wecken und sie anregen, sich selbst damit zu beschäftigen. Ob der Japan-Tag dabei einen ernst zunehmenden Spiegel der japanischen Kultur darstellen kann, bleibt fraglich. Die meisten Besucher werden kaum zwischen den gezeigten »typischen« und schon fast oktoberfestartigen Klischees Japans und nur vereinzelt aufblitzenden realitätsnahen Abbildern unterscheiden können. Dass das Augenmerk besonders auf der Vermarktung altbekannter Dinge liegt, die man mit Japan verbindet, ist verständlich, da es sicher nicht im Interesse der Organisatoren liegt, diese Erwartungshaltung der Zuschauer zu enttäuschen und dadurch vielleicht wirtschaftliche Einbußen in Kauf zu nehmen. Doch während Oberbürgermeister Elbers den Japan-Tag für völlig authentisch hält, sieht der Präsident des japanischen Clubs, Herr Miyake, ihn als *matsuri* in Düsseldorf, was er durch die Erwähnung des Standes mit den japanischen Spielen besonders hervor hebt. An anderer Stelle hingegen wird der Tag, und insbesondere das Anschlag des Sake-Fasses, mit dem Oktoberfest verglichen. Dementsprechend sind die Klischees also nicht nur auf der japanischen Seite des Festes vorhanden, sondern auch auf der Deutschen, gibt es bei der Verköstigung durch die deutschen Sponsoren doch hauptsächlich Altbier – natürlich das der Werbeträger – und Pommes mit Currywurst. Letzten Endes kann man sagen, dass der Japan-Tag nicht einfach »nur« als ein Begegnungsfest gesehen wird – sein wirtschaftlicher Nutzen, sowie die mit ihm verbundene Verbesserung des Images der Stadt Düssel-

dorf sind wichtige Faktoren, die in die Organisation mit einfließen, sie sogar fast bestimmen. Denn ohne die Sponsoren, die das nötige Geld beisteuern, könnte der Japan-Tag so, wie er heute ist, vielleicht gar nicht stattfinden.

Den inneren Schweinehund überwinden

Der dynamische Weg des Samurai in der Moderne

Fiona Bischoff, Nicolas Hechler, Anna-Veronique L'hoest

Das Wissen um die Samurai ist sicherlich in der ganzen Welt verbreitet und gehört damit wahrscheinlich zu den bekanntesten Images aus der japanischen Geschichte und Kultur außerhalb Japans. Gruppen wie der hier beschriebene Takeda e. V. sind es, die die Erinnerung an die Samurai auch im Ausland nicht nur aufrecht erhalten, sondern vor allem zur Bekanntheit der japanischen Geschichte beitragen.

Der Japan-Tag, die größte japanbezogene Veranstaltung in Düsseldorf, zieht jedes Jahr bis zu eine Million Besucher an. Für Vereine, die sich japanischem Sport oder Kultur verschrieben haben, stellt es also erstens eine hohe Anerkennung dar, sich dort präsentieren zu dürfen, und ist dazu noch die beste Möglichkeit, wahrgenommen zu werden, Kontakte zu knüpfen und Mitglieder zu werben. Einer der Vereine, die dem Japan-Tag viel zu verdanken haben, ist die Samuraigruppe Takeda e.V. aus Düsseldorf. Die Möglichkeiten zum Austausch mit anderen Japaninteressierten, die sich dort ergeben, haben wesentlich dazu beigetragen, die Gruppe zu dem unter Experten anerkannten – und auch in Japan bekannten – Verein zu machen, der sie heute ist. Diesem Austausch hat sich Takeda e. V. verschrieben, erklärt Mitgründer Herr F.: »Wir haben uns ja auf die Fahnen geschrieben, dass wir die Leute aufklären wollen über das, was sich wirklich mit Samurai [...] getan hat.« In einem einstündigen Interview erfahren wir von ihm, wie die Gruppe entstanden ist, was sie tut, und welche Ziele sie damit verfolgt.

Takeda e. V., zu dessen Mitgliedern weder Japaner noch professionelle Historiker zählen, versucht seit über zwanzig Jahren, den Alltag und die Lebensumstände der Offiziersfamilien aus dem Heer des Fürsten Takeda Shingen nachzustellen. Dazu wird jedem Vereinsmitglied die Rolle eines in den Unterlagen des Fürsten erwähnten Familienmitglieds zugeteilt. Die detailreichen Aufzeichnungen Takedas aus dem 16. Jh. dienen der Grup-

pe überhaupt als Hauptinformationsquelle. Ihnen und dem *Shingen Kahō*, Takedas Gesetzgebung von 1547, entnehmen sie die Angaben, die sie brauchen, um Waffen, Kleidung, Zelte und ganze Rüstungen nachzubauen. Dabei legen sie besonders großen Wert auf Authentizität und verwenden nur Materialien, die es im 16. Jahrhundert in Japan gegeben hat. Bis auf ein paar Schwerter und einige sonderangefertigte Einzelteile – wie Metallringe für die Rüstungen – ist die gesamte Ausstattung des Vereins selbst hergestellt. Dabei hat bis auf den Schaufenstergestalter Herrn F. kein Mitglied eine handwerkliche Ausbildung. Auf die Frage danach, wie glaubwürdig die selbstgebastelte Ausrüstung überhaupt wirken kann, antwortet Herr F., indem er auf die komplexe rote Rüstung aufmerksam macht, an der ungefähr zwei Jahre lang gearbeitet wurde und die er nun als Fürst Takeda bei Veranstaltungen trägt. Mittlerweile besitzt die Gruppe eine Ausstattung im Wert von über 200.000 Euro, darunter 24 selbstgebaute Rüstungen, die laut Herrn F. aus professioneller Fertigung jeweils ungefähr 10.000 Euro kosten würden.

Die Kleidung und Rüstungen wirkten für den größten Teil des Publikums authentisch, doch »ein Japaner sieht das, dass die nicht echt sind,« räumt Herr F. ein, und weist auf die Größe der Rüstungen hin. Sie sind selbstverständlich auf den Körperbau ihrer Träger zugeschnitten – bis auf ein einziges sind sämtliche Vereinsmitglieder deutlich sichtbar europäischer Herkunft.

Das wirft eine weitere Frage auf: Wirkt der Auftritt als japanischer Offizier aus dem 16. Jahrhundert mit blonden Haaren nicht viel eher wie unverbindliches Rollenspiel anstatt wie historisch korrektes Reenactment? Wie authentisch kann jemand, der nicht im Entferntesten japanisch aussieht, in einer Samurairüstung wirken?

»Doch doch, das kommt schon rüber,« erklärt Herr F., »das merken die ja, wie wir uns bewegen. Bei uns steht zum Beispiel keiner krumm. Das geht gar nicht, weil die Rüstung kneift dann hier. (lacht) Oder wenn wir textile Kleidung tragen, dann haben wir diesen breiten Obi da unten rum. [...] Und da habe ich noch gesagt, ihr müsst immer präsent sein.«

Auf die auf ihre Rollen passende straffe Haltung legt die Gruppe großen Wert. So trägt zum Beispiel der nach der Legende lahme und auf einem Auge blinde Yamamoto Kansuke (1493 bis circa 1560) eine nachgebaute Naginata (Schwertlanze) bei sich und stützt sich gelegentlich auf sie, während er sich hinkend durch das Heerlager bewegt, welches die Gruppe für den Japan-Tag am Rheinufer aufgebaut hat. Auch Begrüßungen, die Handhabung der Waffen und der Umgang miteinander, während sie sich in ihren Rollen bewegen, sollen so historisch korrekt wie möglich ablaufen. Während Herr F. enthusiastisch erzählt, demonstriert er das korrekte Betreten und Verlassen des Lagers, bei dem unter anderem die Anzahl der Schritte, die man nach der obligatorischen Verbeugung machen muss, bevor man sich von der Standarte des *daimyō* wegdrehen darf, festgelegt ist.

Diese Detailliertheit in der Darstellung ist das Ergebnis ausführlicher und sorgfältiger Recherche und dem ständigen Austausch mit Experten, die die Gruppe mittlerweile selbst zu einem ernstzunehmenden Ansprechpartner in Sachen Samurai und Takeda Shingen gemacht haben. Dabei sind sie als Hobbyforscher immer auf die Unterstützung von Fachkundigen angewiesen. »Da muss man also wirklich ganz tief in Literatur rein, [...] man muss sich mit Leuten in Verbindung setzen, die das wirklich gut übersetzen können«. Die stetige Weiterentwicklung und Verbesserung, nach der die Gruppe strebt, braucht den ständigen Austausch mit einerseits Experten, und andererseits dem

interessierten Publikum, das informiert werden will. Rückmeldungen von beiden Seiten sind notwendig, um die Darstellung zu perfektionieren, und neue Hinweise werden immer dankbar aufgenommen. Sie wissen, dass die ehrliche Aufklärung über ihr Thema ständiger weiterer Nachforschung bedarf, und lassen ihre Darstellung darum nie auf dem beruhen, was sie bereits wissen, sondern berücksichtigen jede neue Information und Unterstützung. So hören sie zum Beispiel nicht weg, wenn sie von Veranstaltungsbesuchern von wissenswerten Kleinigkeiten, wie der Bedeutung einer um den Obi gebundenen roten Schnur, erfahren, und haben kürzlich Kontakt zu jemandem hergestellt, von dem sie lernen wollen, Stangenwaffen richtig zu handhaben.

Abgesehen von der historisch korrekten Darstellung gibt es noch eine persönlichere, intrinsische Motivation für diese Bemühungen um die ideale Darstellung: »Disziplin. Disziplin. Um sich selbst zu disziplinieren. [...] Um den eigenen Schweinehund in den Griff zu kriegen. Darum geht das.« (Interview Herr F.) Das Einhalten strenger Rituale und Verhaltenskodizes verfolgt also nicht nur das Ziel der akkuraten historischen Darstellung, sondern dient auch der persönlichen Weiterentwicklung. Diese Selbstdisziplinierung wird hier als japanisches Attribut verstanden, das sowohl die ganze Gruppe in dem Ziel aufzuklären,

Vorankündigung für
Themenband II

Ergebnisse des Workshops »Japanische Diaspora in Brasilien«

erscheint Mitte 2010

Die Beiträge thematisieren ausgehend von einer kritischen Definition des Begriffs »Diaspora« die japanische Gemeinde in São Paulo, die Bedeutung Okinawas für die Einwanderung nach Brasilien und das Phänomen der Re-Migration japanischstämmiger Brasilianer nach Japan.

als auch die Mitglieder individuell zur Beteiligung an diesem Bestreben antreibt. So macht eine positive Rückmeldung, wie eine Empfehlung durch den Japanischen Club, die Gruppe »natürlich stolz, hat aber natürlich im Hintergrund – wenn man ein bisschen japanisch denkt – besser werden. Besser werden, besser werden, besser werden. Und das macht das Hobby so spannend.« (Interview Herr F.)

Dabei sollen die individuellen Stärken der Mitglieder genutzt werden. Zum Beispiel soll für das jüngste Mitglied, das Querflöte spielt, eine japanische Flöte angeschafft werden. Auch die für diverse Sportarten wie Aikido und Iaido, über die einige Mitglieder zur Gruppe gekommen sind, antrainierten Haltungen werden für das Fortkommen der Gruppe eingesetzt. Sie bringen wie selbstverständlich Dinge ein, die zumindest auf den ersten Blick überhaupt nichts mit Takedas Heer oder dem Japan zu seiner Zeit zu tun haben. Sie geben für dieses Hobby, was sie anzubieten haben, und eignen sich dadurch handwerkliche Fertigkeiten, Geschichtswissen, und als notwendige Folge auch etwas Geduld und Disziplin an. Um es mit Herrn F.'s Worten auszudrücken: »Man kann alles lernen, wenn man will.«

Durch den ständigen Input von innen und außen entwickelt sich die Gruppe weiter, wobei das Thema, Takeda Shingen, und das Handwerk den Rahmen für dieses dynamische Wachstum darstellen. So versucht die Gruppe, sich im Nachempfinden und Präsentieren Japans im 16. Jahrhundert kontinuierlich zu verbessern, indem sie alle sich anbietenden Möglichkeiten dazuzulernen, wahrnimmt. Mit dieser Haltung, »so zielstrebig was an(zu)gehen und nicht los(zu)lassen,« hat sich aus einem Karnevalsgag in den Siebzigern ein Verein entwickelt, den nun Experten um Rat und Unterstützung bitten: »Fehler können wir uns nicht mehr erlauben.« (Interview Herr F.)

¹⁾ »Bei uns wird kein Plastik benutzt, um Gottes Willen, da gäbe es aber Ärger. Das geht laut Satzung gar nicht.« (Interview Herr F.)

²⁾ Heute ist sie ein modisches Accessoire, aber zu Takedas Zeiten haben sie Kriegerwitwen getragen.

Queen of the Taiko

Tentekko aus Düsseldorf

Elena Patricia Chivari, Timon Hüther, Björn Thiel,

Trommeln werden in nahezu allen Kulturen für verschiedenste Zwecke benutzt. Die besonders alte Taiko soll bereits in der Kofun Zeit vor rund 1.500 Jahren im Einsatz gewesen sein. Sie war Ritualinstrument bei der Kriegsführung und in der Religion.

Tentekko ist eine Gruppe ambitionierter Musiker aus Düsseldorf, die die japanische Kunst des Trommelns, auch als Taiko bekannt, ausübt. Das Außergewöhnliche an der Künstlerformation ist nicht nur die Mischung aus deutschen und japanischen Musikern, sondern auch deren Gründerin. Frau Baumgartl ist, wie der Name schon erahnen lässt, keine Japanerin, sondern Deutsche und wurde durch einen längeren Aufenthalt in Japan die »Queen of Taiko« in Düsseldorf.

Das moderne Taiko, wie es das Publikum heutzutage auf verschiedensten Events und Konzerten bewundern kann, hat eine jahrhundertealte Geschichte, in der sich die Kunst immer wieder neu anpasste und erfand. Die Ursprünge des Taiko sind in China und Korea zu finden. Von dort wurde die Kunst nach Japan vermittelt. Anfangs dienten die Taikotrommeln der Begleitung shintoistischer Rituale, doch erst ab dem 4. Jahrhundert stieg mit dem Aufkommen des Buddhismus die Popularität in

Japan. Infolge der religiösen Verbreitung hielt Taiko im Laufe der Zeit auch Einzug in die bäuerlichen und militärischen Schichten der Bevölkerung. So wie die Taikotrommler bei den Bauern die tägliche Arbeit musikalisch auf den Feldern begleiteten, dienten sie dem Militär im Krieg sowohl zum Einschüchtern des Gegners als auch der Motivation der eigenen Truppen vor dem Kampf.

Das traditionelle Taiko wird noch heute auf japanischen Volksfesten, Dorffesten und Feiern praktiziert, hat sich aber über die Jahre neu erfunden und modernisiert. Während Taiko zuvor die Grenzen Japans nie überschritten hatte, bildete sich in den 1940er und 50er Jahren eine durch Show-Elemente erweiterte Form, bei der eine mehrköpfige Gruppe nicht nur die Trommeln spielte, sondern auch eine eingeübte Choreographie aufführte und Taiko so zu einem Live-Erlebnis werden ließ, welches schnell weltweites Interesse weckte. So wurde Taiko durch seine Dynamik und seinen treibenden, kraftvollen Rhythmus im Laufe der Zeit auch international ein kommerzieller Erfolg, der noch heute anhält.

Nachdem die Gründerin und Leiterin der Taiko-Gruppe Tentekko, Frau Baumgartl, 1988 das erste Mal die Taiko-Gruppe »Kodo« in Düsseldorf erlebte, setzte sich in ihr der Gedanke fest das japanische Trommeln zu erlernen und eine eigene Taiko-Gruppe ins Leben zu rufen. So beschloss sie 1989, nach Japan zu reisen und dort diese Kunst vor Ort besser kennenzulernen. Noch im selben Jahr nutzte sie die Erfahrungen ihrer Japanreise und formierte die erste Taiko-Gruppe Europas, die im Gegensatz zu den meisten bestehenden Gruppen zurzeit fast ausschließlich aus Frauen besteht. Die zur einen Hälfte aus Deutschen, zur anderen Hälfte aus Japanerinnen zusammengestellte Gruppe hat es sich zum Ziel gesetzt, »wahres« Taiko auszuüben. Die Tatsache, dass ein Großteil der Stücke, die Frau Baumgartl in ihrem Repertoire hat, von ihren Meistern an sie weitergegeben wurden, unterstützt dieses Vorhaben noch.

Wer Tentekko auf dem diesjährigen Japan-Tag gesehen hat, konnte miterleben, wie die Trommler die Menge durch ihre Show begeisterten. Vor dem Auftritt wurde die Bedeutung des Taiko mit seinem shintoistischen Hintergrund erläutert, wobei der

Schwerpunkt auf die Herkunft der traditionellen Stücke gelegt wurde. Dabei dienten zwei der drei gespielten Lieder, »Kachidoki« und »Isamigoma« der Motivation im Kampf. Begleitet wurden diese Stücke von Flöten, Percussions und einer dynamischen Performance. Im Fokus standen natürlich die Trommeln, wie z. B. die »Miya-Daiko« und die »Chia-Daiko«, die alle aus natürlichen Materialien wie Leder und Eichenholz hergestellt wurden. Tentekko besitzt sogar einige Trommeln, die in traditioneller Handarbeit in Japan gefertigt wurden. Da die Materialien in Deutschland jedoch nur schwer zu beschaffen sind, improvisiert Tentekko auf originelle Art und Weise und benutzt auch Trommeln, die zum Beispiel aus Wein- und Bierfässern gefertigt sind. Die Energie war im Publikum förmlich zu spüren, als die originalgetreu gekleideten Künstler die mit Federn beschmückten Schlägel gemeinsam in die Luft hoben und die Trommeln schlugen. Während des Auftritts konnte man den Musikern die Anstrengung, die Taiko mit sich bringt, ansehen. Das Publikum sah an diesem Tag ein abwechslungsreiches, visuell eindrucksvolles und mitreißendes Programm.

»Die Japaner in Tentekko und die Auswahl traditioneller Stücke machen das Taiko authentisch, wobei die deutschen Mitglieder unentbehrlich sind und ihren japanischen Kollegen in nichts nachstehen«, sagt Frau Hara, ein langjähriges Mitglied bei Tentekko.

Die Gruppe um Frau Baumgartl beschäftigt sich ausgiebig mit der Frage der Authentizität. Selbstverständlich lebt diese Musik immer auch von der Interpretation der Stücke, aber nicht zuletzt auf Grund der intensiven Ausbildung von Frau Baumgartl und dem Engagement der semiprofessionellen Gruppe bewegt sich Tentekko erstaunlich nah an dem, was in Japan heute als Taiko gilt. Dies zeigte sich auch bei den zwei Auftritten von Tentekko in Japan, bei denen das Publikum der bunten Gruppe erst skeptisch gegenüberstand, dann aber die hervorragende Leistung anerkannte. So bestand die Gruppe den Vergleich mit japanischen Taiko-Gruppen und spielte mit ihnen auf gleichem Niveau. Jedoch tritt Tentekko nicht nur bei solch großen Events wie dem Japan-Tag auf: »Wir werden häufig von japanischen Firmen gebucht« sagt Frau Hara. »Taiko ist derart kraftvoll und auch aus großer

Entfernung ohne technische Hilfsmittel gut zu hören. Taiko zieht die Menschen an.« Eben diesen Effekt machen sich unter anderem auch einige Sportveranstaltungen zu Nutze, wie zum Beispiel die Sumo-Weltmeisterschaften in Riesa 2004. Mit den Auftritten der Taiko-Künstler wollen die Auftraggeber auf der einen Seite eine Bindung zum Heimatland Japan herstellen, auf der anderen Seite durch die Dynamik der Show Aufsehen erregen und so einen möglichst nachhaltigen Werbeeffect erzielen.

Darüber hinaus zeigt Taiko ein im Westen oft übersehenes Teil Japans auf. Dem Klischee des besonnenen, ruhigen, stets unterwürfigen Japaners stellt Taiko den energiegeladenen, lauten und aufbrausenden Gesichtspunkt der japanischen Mentalität gegenüber. Wer also Taiko live sieht, erhält einen Eindruck der japanischen Kultur, der begeistert und mitreißt. So bildet diese Kunst einen einzigartigen Zugang zu Japan. Die Workshops, die Tentekko anbietet, werden aus unterschiedlicher Motivation sowohl von Japanern als auch von Deutschen besucht und dienen der Gruppe zum Teil auch zur Werbung neuer, aktiver Mitglieder.

Neben Frau Baumgartl wirkt Frau Hara in besonderer Form als Schlüsselfigur bei Tentekko. Sie ist nicht nur eine teils in Japan, teils in Deutschland ausgebildete Sängerin, nicht nur Mitglied der ersten in Deutschland entstandenen Taikogruppe, sondern darüber hinaus auch ehrenamtliche Mitarbeiterin des Japanclubs in Düsseldorf, der sich engagiert um den Kulturaustausch zwischen Japan und Deutschland bemüht. So widmet sie ihre Arbeit der Aufgabe, die Kontaktaufnahme und den interkulturellen Austausch zwischen Japanern und Deutschen in Düsseldorf voranzutreiben. Sie beschreibt Düsseldorf als einen Ort, an dem die japanische Gemeinde eine gut vernetzte, weltweit einzigartige Infrastruktur vorfindet, die es ihr erlauben würde, auch ohne Kontakt zu den Einheimischen ein Leben, ähnlich wie in Japan, zu führen. Doch sieht Frau Hara eben diese komfortable Situation als große Chance an, den Einheimischen die Kultur Japans auf ganz unterschiedliche Weise näher zu bringen und einen engen Kontakt und Austausch entstehen zu lassen.

Den Japan-Tag beschreibt sie als einen Event, der Teile der japanischen Kultur auf eine Weise darstellt und übermittelt, die bezogen auf ihre Authentizität ihresgleichen sucht. Frau Hara sieht das moderne Taiko als einen von vielen möglichen Zugängen zur japanischen Kultur an.

Bei der Frage nach der Authentizität dieser Kunstform treten jedoch einige Probleme auf. Das traditionelle, echte Taiko würde heute wahrscheinlich immer noch das Interesse einiger Menschen wecken, wäre aber nicht dazu geeignet, ein möglichst breites Publikum anzusprechen. Taiko, wie man es heute kennt, hat jedoch genau diese Absicht und musste sich deshalb einer Entwicklung unterziehen. Hierbei sind neben den traditionellen Elementen, die tief in der japanischen Kultur, Religion und Geschichte verwurzelt sind auch nicht typisch japanische Elemente mit eingeflossen. So stellt sich die Frage, ob Taiko, so wie es heute als ein Massenspektakel mit Showelementen und Choreographie präsentiert wird, überhaupt noch als etwas authentisch Japanisches gesehen werden kann. Außer Acht darf auch nicht gelassen werden, dass Künstler bei der Ausübung ihrer Kunst auch improvisieren und interpretieren. Die Intention und Aussage unterliegen folglich einem Wandel. Doch was ist dann »echtes« Taiko? Was ist Teil der wahren, japanischen Kultur? Diese Fragen lassen sich nicht eindeutig klären. Klar ist jedoch, dass das moderne Taiko nicht zuletzt durch seine Vitalität Menschen auf der ganzen Welt begeistert. Hierin sehen Künstler wie Frau Baumgartl und Frau Hara eine Möglichkeit Brücken zwischen Menschen verschiedener Nationen zu bauen und so Türen für einen Kulturaustausch zu öffnen.

Let's go Japan

Der Auftritt des Chors des japanischen Kindergartens e. V. auf dem Japan-Tag

Stephanie Bübl, André Devezeau, Jennifer Sauer, Saori Ueda

Der Auftritt des japanischen Kindergartenchores ist inzwischen genauso beliebt wie das Feuerwerk am Abend und bedarf keiner genaueren Erläuterung. Diese Kinder kann man nur toll finden, wenn sie voller Inbrunst ihr Können zum Besten geben.

14:00 Uhr auf dem Burgplatz: Der Auftritt eines japanischen Kindergartenchores. Der »Japanische Kindergarten e. V.« ist eine von vier entsprechenden Einrichtungen der japanischen Gemeinde in Düsseldorf. Da vor dem Auftritt die Bühne gereinigt werden muss, wird das Publikum währenddessen kurz über die Geschichte und Tätigkeiten des Kindergartens informiert. Der Japanische Kindergarten e. V. in Oberkassel wurde vor zwölf Jahren nach der Fertigstellung der sich ebenfalls dort befindenden Japanischen Internationalen Schule e. V. eröffnet. Die Erziehungsmethoden in diesem Kindergarten entsprechen im Wesentlichen der in Japan üblichen Erziehung in Kindergärten.

Die deutschsprachige Ansage beschreibt den Kindergarten als Ort an dem »sowohl die japanische Kultur, als auch die vielfältige deutsche Kultur vermittelt« wird. So sollen z. B. durch die Pflege eines Gemüsegartens »sowohl der Geist als auch der Körper geschult« werden.

Das Publikum vor der Bühne ist gemischt. Sowohl deutsche, als auch japanische Besucher haben sich eingefunden. Direkt vor der Bühne überwiegend Eltern der Kinder. Die Programmvorstellung erfolgt auf Japanisch und auch in deutscher Sprache. Zu Beginn des Auftritts verbeugt sich jedes Kind am Rande der Bühne vor dem Publikum ehe es seinen Platz einnimmt. Bis auf wenige Ausnahmen tragen die Kinder *yukata*, die typische leichte Kleidung für Sommerfeste in Japan. Zur gleichen Zeit erzählt eine junge Leiterin des Kindergartens auf Japanisch, welche Lieder aufgeführt werden und welche Bedeutungen deren Texte haben. Danach wiederholt eine andere Japanerin dieselbe Ansprache noch einmal auf Deutsch. Einige der Leiterinnen tragen einen *yukata*, andere tragen westliche Klei-

dung. Das erste Lied heißt »o-hi-sama ni naritai« was soviel bedeutet wie »Ich möchte eine Sonne werden«. Hierfür tritt ein kleines Mädchen hervor, das eine Sonnenblume in der Hand hält. Das Lied handelt davon wie glücklich man sich fühlt, wenn man jemanden sehr gern hat. Das Mädchen trägt die Strophen vor und der Chor im Hintergrund singt den Refrain. Personen mit historischer Fachkompetenz würden vielleicht eine nationalistische Haltung in der Wahl dieses Liedes vermuten. Dieser Gedanke ist verständlich, wenn man beachtet, dass Japan als das »Land der aufgehenden Sonne« bezeichnet wird. Diese Vermutung muss sich aber als Irrtum entpuppen, da die Lieder nur aufgrund der positiven Stimmung die sie ausstrahlen,



Quelle: Foto von Jennifer Sauer

ausgesucht wurden. Das zweite Lied heißt »Let's go ii koto aru sa« was soviel bedeutet wie »Lass uns gehen, es gibt gute Dinge«. Einzelne Teile des Liedes werden von einem Jungen gesungen, der Rest des Liedes vom gesamten Chor. Das Lied handelt davon, sich gegenseitig zu helfen und den Mut zu haben, etwas Neues zu beginnen. Zu diesem Lied benutzen die Kinder Gesten, die den Text unterstreichen sollen. Am Ende des zweiten Liedes

halten die Kinder einzelne Buchstaben hoch, die am Ende »Japan-Tag bis 2009« zeigen.

Doch ist die Vorführung des Kindergartens wirklich authentisch japanisch oder werden nicht nur die Stereotype der Besucher bedient? Dieser Frage nachzugehen, sollte Gegenstand unserer Feldforschung sein und wurde durch teilnehmende Beobachtung sowie qualitative Interviews untersucht. Einige Tage nach dem Auftritt sprachen wir mit einer Verantwortlichen des Kindergartens über den Auftritt. Dort erfuhren wir, dass der Kinderchor regelmäßig bei Stadtteilstellen im Raum Düsseldorf und Neuss auftritt. Die Planung läuft gewöhnlich so ab, dass die Organisatoren der Veranstaltungen einige Monate vorher beim Kindergarten anfragen, ob der Chor auf dem jeweiligen Fest auftreten kann. Für den Japan-Tag erfolgte die Anfrage vier Monate vorher. Der Chor trägt überwiegend japanische Lieder vor, jedoch werden für Aufführungen in der Weihnachtszeit auch deutsche Weihnachtslieder einstudiert. Die Wahl der Lieder für den Japan-Tag war eher zufällig. Beide Lieder haben eine positive Botschaft und eine fröhliche Melodie. Dass ein Song der Melodie von »Go West« von den Pet Shop Boys folgt, habe keine Bedeutung für die Auswahl gehabt. Zudem besteht zwischen beiden Songs kein Zusammenhang, bzw. die Botschaft »in den Westen zu gehen«, kommt in der japanischen Version nicht vor. Zudem sagte man uns auch, dass die Kinder eher selten ihre *yukata* bei Auftritten tragen. Eine der Erzieherinnen formulierte es folgendermaßen: »Ich habe den Kindern für diesen Tag empfohlen *yukata* zu tragen, da dieser japanischer ist«. Wenn man den Japan-Tag genauer betrachtet, findet man nicht nur in der Kostümierung der Kinder ein größtenteils stereotypes Bild von Japan: Es gibt Sushi und andere Mahlzeiten mit Fisch, sowie ein Samuraiager. Frauen und Kinder tragen auf der Bühne und an den Ständen Kimono.

Dies bestätigt unsere Überlegung, dass es im Fall der Vorführung des japanischen Kindergartens um eine nicht sehr reflektierte Bedienung gängiger Klischees für die Veranstalter und Besucher handelt. Berücksichtigt man die Formulierung der deutschen Ansagerin vor Auftritt des Kindergartenchors, lässt sich vermuten, dass diese Stereotype eingefordert wurden und dem wurde

von japanischer Seite aus Folge geleistet. Dabei hat das derzeitige Japan mehr zu bieten. Vor allem der Japan-Boom, der seit einiger Zeit unter jungen Leuten herrscht, eröffnet unterschiedliche Möglichkeiten. Kaum übersehbar ist das Interesse an der japanischen Pop-Musik, die junge Leute mit dem optischen nacheifern ihrer Idole zu Schau stellen. Diese haben Interesse an Artikeln, die mit ihren Stars verbunden sind. Damit eingeschlossen ist auch das Interesse an Manga, japanischen Comicbüchern und Anime, japanischer Zeichentrickserien. Unübersehbar durch die vielen Verkleidungen, die zunächst teilweise an Karneval erinnern. Mit einer stärkeren Einbindung der japanischen Popkultur käme eine weitere Seite zum Vorschein, die Teil des gegenwärtigen Japans ist. Der Chor des japanischen Kindergartens mit seinen *yukata* ist ein typischer Teil des Japan-Tags. Dementsprechend sollte dieser Teil des Japan-Tages nicht fehlen. Auf der anderen Seite sollte der Tag dazu beitragen, die Klischeevorstellung zu brechen und das Bild von Japan zu erweitern. Kaum ein zweites Land hat dazu eine solche Chance wie Japan in Düsseldorf. Daher sollten die Organisatoren des Japan-Tags diese Chance voll ausnutzen.

Sushi auf dem Japan-Tag

Der Japan-Tag als kulinarische Reise I

Jun Narazaki, Daniel Pisanec, Mirco Steffens, Sabrina Steffens

Japanisches Essen gilt inzwischen in den meisten westlichen Ländern nicht mehr unbedingt als exotisch – dabei ist die Kenntnis der Unterschiedlichkeit der Speisen und Zubereitungsarten nicht unbedingt verbreitet. Und obwohl es in Japan diverse unterschiedliche japanische Restaurants (nein, nicht nur Sushi Bars) gibt, haben viele immer noch Hemmungen etwas vielleicht Unbekanntes zu bestellen. Die Buden auf dem Japan-Tag sind da eine willkommene Möglichkeit mehr als nur Sushi probieren zu können.

Harmonie, Tradition und Kultur sind drei Begriffe, die man nur allzu gern mit dem Japan-Tag in Verbindung bringt. Aber herrscht hier wirklich Harmonie? Werden tatsächliche Traditionen vermittelt? Und wird Kultur wirklich verständlich gemacht? Oder handelt es sich doch um ein großes Missverständnis? Auf die mögliche Antwort wird später eingegangen werden, zunächst jedoch soll der Gegenstand unseres Interesses vorgestellt werden: Das Restaurant »Edo« bietet hauptsächlich Sushi und Tempura an, ist in der mittleren Preisklasse angesiedelt und hat 2008 zum zweiten Mal am Japan-Tag mit einem Essensstand teilgenommen. Bis dort jedoch Gerichte wie Takoyaki und Sushi angeboten werden können, bedarf es einiger Vorbereitung. Denn abgesehen vom Zubereiten und Verkauf der Speisen findet der größte Teil der Arbeit bereits einige Wochen, wenn nicht sogar Monate vorher statt.

Wie diese Prozesse ablaufen, wird im Folgenden dargestellt werden. Um diese zu verstehen, beobachteten wir den Stand des Restaurants und führten anschließend ein Interview mit der Geschäftsführung. Dadurch konnten wir uns ein Bild von der Rolle des Japan-Tags für die Gastronomen machen.

Die organisatorischen Vorbereitungen für den Japan-Tag laufen bereits etwa ein Jahr im Voraus an. Etwa zwei bis drei Monate vor dem Fest werden die Aussteller um eine schriftlich Bestätigung ihrer Teilnahme gebeten. Darauf folgen zwei vorbereitende Treffen, bei denen die Richtlinien und weitere wichtige Informationen mitgeteilt werden (z. B. wo sich der Stand befinden wird). Nach dem

letzten Treffen bleibt den Ausstellern etwa ein Monat Zeit, sich auf den Tag vorzubereiten. Diese Zeit reicht jedoch nicht für eine ausführliche Planung aus, in der sich die Mitarbeiter für die Organisation des Standes besprechen können. Zudem erschweren strikte Vorgaben die Vorbereitungen: Japanische Stände dürfen nur Japanisches anbieten, deutsche Stände im Gegenzug nur nichtjapanisches. Weiterhin sollen alle angebotenen Köstlichkeiten in der Hand transportabel sein.

Das macht es nicht unbedingt leicht, typisch japanische Gerichte anzubieten. Nur ein kleiner Teil japanischer Gerichte lässt sich transportabel herstellen. Hinzu kommt außerdem das Problem, passende Getränke günstig anzubieten – viele japanische Getränke, wie *ramune* (jap. Limonade) kommen aus Japan; die Unkosten für den Import müssen mit dem Einnahmen aus dem Verkauf abgedeckt sein. Durch diesen höheren Verkaufspreis werden viele Deutsche etwas abgeschreckt. Abgesehen von solchen Vorgaben und Gegebenheiten bleibt die Durchführung der Veranstaltung den Ausstellern überlassen. Bei möglichen Problemen, wie etwa einem Strom-ausfall, gibt es seitens der Veranstalter vor Ort keinen Ansprechpartner. Unsere Interviewpartner bewerteten diese einseitige Kommunikation von Oben nach Unten als eher unvorteilhaft. Eine noch engere Kooperation mit den Veranstaltern sowie zwischen den Ausstellern selbst sei wünschenswert, um auch weiterhin Innovationen für künftige Japan-Tage realisieren zu können.

Nichtsdestotrotz wird jedes Jahr aufs Neue ein an-

sehnlicher Stand von den Ausstellern vorbereitet. Der Stand von Edo ist, wie andere Essensstände, vorne mit einer Ausgabetheke versehen während im Hintergrund das Essen zubereitet wird. Um das japanische Flair zu unterstützen, wird der komplette Stand mit japanischen Plakaten dekoriert. An der Front hängen viele Zettel, die das Menü darstellen, auf denen die Namen der Gerichte in Japanisch und in Deutsch stehen. Der typische Lampion kam am oberen Rand der Front zur Einsatz.

Das Angebot des Standes reicht bei den Getränken von kaltem japanischen Tee in der Flasche, über die oben genannte *ramune* bis hin zum japanischen Bier. Eine beliebte Manga-Serie, bei der die Charaktere ständig *ramune* trinken, scheint der Grund zu sein, dass dieses Getränk besonders bei den Jugendlichen gut ankommt. Gleichzeitig entpuppte sich grüner Tee als Ladenhüter. Dagegen war die *ramune* bei den Ausstellern ausverkauft. Beim Essen werden Leckereien von *agetakoyaki* über Sushi, *karage* (Süßkartoffel mit Panade), *edamame* (grüne Sojabohnen, häufig zum Bier serviert) zu *ageteri* (frittiertes Hähnchen) angeboten. Auf den ersten Blick scheint dies alles sehr typisch und sehr japanisch zu sein, wenn man dies jedoch mit einem Ranking der beliebtesten Stände auf einem japanischen *omatsuri* (jap. Fest) vergleicht (siehe Tabelle), sind die angebotenen Gerichte gar nicht typisch für japanische Feste. Dieses Ranking beruht auf einer Internetumfrage von goo-Research, an

der im Juni 2006 über 1.000 Personen teilnahmen. Auch wenn das Ergebnis dieser Umfrage womöglich nicht völlig repräsentativ ist, gibt es doch einen guten Überblick über das Angebot eines japanischen *omatsuri*.

Der einzige Nicht-Essensstand in dem Auszug des Rankings ist auf Platz 7 zu finden: *kingyosukui*, ein Spiel für Kinder, bei dem versucht werden muss, Goldfische in einem Becken meistens mit einer Art Löffel zu fangen. Eine kleine Abwandlung des Spiel ohne echte Goldfische und leicht anderen Spielregeln, war dieses Jahr auf den Japan-Tag vertreten. Die übrigen Plätze sind jedoch mit Essen belegt. Die drei Speisen Hotdogs oder Frankfurter, Zuckerwatte und gebratene Maiskolben können die Japaner wegen den oben genannten Bestimmungen nicht selber anbieten, da sie westliches Flair haben. Bratwürste wurden jedoch von einem deutschen Stand verkauft.

Demnach verbleiben sechs mögliche Gerichte zur Auswahl. Die erstplatzierten Oktopusbällchen werden, wenn auch in leicht veränderten Form vom Edo auf dem Japan-Tag angeboten und waren am Ende auch völlig ausverkauft. *Yakisoba*, *yakitori* und *kushiyaki*, sowie *kakigori* wurden zahlreich von anderen Ständen angeboten. Einzig *okonomiyaki* und *ikayaki* waren auf den Japan-Tag nicht oder nur vereinzelt vertreten. Der Japan-Tag scheint also sehr an ein japanisches *omatsuri* angelehnt zu

sein. Das scheint umso mehr zu gelten, als bei einem *omatsuri* wie beim Japan-Tag das Feuerwerk (*hanabi*) am Abend die Hauptattraktion bildet.

Aber warum hat der Edo-Stand diese typischen *omatsuri*-Gerichte nicht mit in das eigene Angebot übernommen? Wahrscheinlich wurde auf viele dieser Köstlichkeiten verzichtet, um einen Kontrast zu den anderen Ständen bzw. eine breitere Auswahl der japanischen Gerichte bieten zu können. Des Weiteren könnte die Ent-

Top Ten der beliebtesten Stände eines *omatsuri*

Platz	Stand	Stimmen in %
1	<i>takoyaki</i> (gebratene Oktopusbällchen)	100
2	<i>yakisoba</i> (gebratene Nudeln)	72,4
3	<i>okonomiyaki</i> (Art jap. Pfannkuchen)	58,9
4	<i>kakigori</i> (zerkleinertes Eis mit bunter Geschmackssosse übergossen)	49,5
5	Hotdog, Frankfurter	41,0
6	<i>yakitori</i> , <i>kushiyaki</i> (am Spiess gebratene Gerichte)	40,0
7	<i>kingyosukui</i> (Goldfisch angeln)	37,1
8	<i>ikayaki</i> (gebratener Tintenfisch)	36,3
9	<i>watagashi</i> (Zuckerwatte)	33,5
10	<i>yakimorokoshi</i> (gebratener Maiskolben)	31,9

scheidung auch aufgrund der Erfahrung im Restaurant gefällt worden sein. Doch laut unserem Interviewpartner sei der Hauptgrund die Erwartungshaltung der Besucher. Für die Deutschen sind Gerichte wie z. B. Sushi typisch japanisch und sie möchten sie dementsprechend auch auf dem Japan-Tag wiederfinden.

Neben den Unterschieden beim Angebot der Gerichte, gibt es auch einen Unterschied bei der Art die Speisen zu sich zunehmen. Nach den Erfahrungen im Restaurant möchten viele Deutsche das Essen nach ihrem Geschmack verspeisen. So sagte einer der Interviewpartner:

»Ich habe bereits einige [Deutsche] gesehen, die Sushi mit *tonkatsu*-Soße gegessen haben. Ich habe sogar erlebt, wie einige zu Sushi *tonkatsu*-Soße verlangten! Da geht der Sinn von Sushi verloren! Die Soße überdeckt mit ihrem starken Geschmack den ganzen Fischgeschmack!«

Damit so ein Missverständnis sich nicht weiter verbreitet, bietet das Edo ihr Sushi nur mit Soja-

soße an, auch auf dem Japan-Tag. Andererseits werden neue Angebote immer wieder mit Rücksicht auf den deutschen Gaumen zubereitet. Deshalb verkauft das Edo nur bewusst ausgewählte Gerichte.

Zusammenfassend könnte man demnach sagen, dass mit dem Japan-Tag allgemein versucht wird, einen Teil der japanischen Kultur den Deutschen vorzustellen. Dazu wird die komplette Veranstaltung an ein japanisches *hanabi* angelehnt, aber mit Ständen, welche diverse Aspekte der japanischen Kultur transportieren. Das Essensangebot wird hierbei jedoch auch von den Erwartungshaltungen der Deutschen geprägt, weshalb nicht ausschließlich typisch japanische *omatsuri*-Gerichte angeboten werden können.

¹⁾ *Takoyaki* werden in einer speziellen Pfanne gebraten. *Agetakoyaki* hingegen sind vorbereitete Oktopusbällchen, die nur noch in heißem Öl frittiert werden.

²⁾ *tonkatsu*-Soße: eine dunkle, süße Soße mit starkem Geschmack. Wird zu Tonkatsu (jap. Schnitzel) gegessen.

Nicht nur Sushi – Japanische Gastronomie am Japan-Tag

Der Japan-Tag als kulinarische Reise II

Rui Wang, Lan Wu, Yang Xie, Huina Xu

Düsseldorfs japanische Gemeinde hat seit langem das Interesse an einem sehr originalen japanischen Café gehabt. Das Café, das wir untersucht haben mag vielleicht nicht ganz dem typischen Image entsprechen. Die angebotenen Speisen und Getränke sind nicht selten an westlichen orientiert und angelehnt. Sie gelten aber in Japan inzwischen als japanisch und sie sind es auch. Dieses Café hat die japanische Gemeinde als Zielgruppe, aber deutsche Gäste sind willkommen, auch wenn es teilweise ungewohnte sprachliche Barrieren und Hürden zu überwinden gilt. Während des Japan-Tages werden diese Kommunikationsprobleme noch verstärkt.

Am 15. Juni 2008 fand der Japan-Tag statt. Dank der besonderen Atmosphäre in Düsseldorf, wo eine der größten japanischen Gemeinschaften von Europa ansässig ist, wird das Fest am Düsseldorfer Rheinufer jedes Jahr zu einem riesigen Erfolg. Zu der Veranstaltung gehören verschiedene Programme, wie der Verkauf von japanischem Essen und Getränken, Vorführungen japanischer Sportarten,

Tanzen oder Blumenstecken. Unser kleines Projekt konzentriert sich auf die japanische Gastronomie, besser gesagt ein japanisches Café, um zu erforschen, welche Bedeutung diese Veranstaltung hat. Die Forschung wurde in Form einer Beobachtung des Restaurants während des Japan-Tags und eines Interviews mit einem der japanischen Restaurantmitarbeiter durchgeführt. Dabei standen zwei

Fragen im Mittelpunkt: Welche Bedeutung hat der Japan-Tag für die japanische Gastronomie in Düsseldorf? Und wie wurde die japanische Esskultur von dem Café vermittelt?

Die Vermutung, der Japan-Tag hätte besonders für die japanische Gastronomie eine große Bedeutung, ist nahe liegend, da diese unmittelbar miteinander bezogen ist und aktiv daran teilnimmt. Aber, ist das wirklich so? Unser Interviewpartner sagte, dass sich das Restaurant gut auf den Tag vorbereitet hat: »Wir haben uns bemüht und viel mehr [Essen und Getränke] dafür vorbereitet, sogar fast dreimal so viel als für gewöhnliche Tage, weil an diesem Tag immer viel los ist. Dann haben wir nicht nur viele japanische Gäste, sondern auch deutlich mehr deutsche Gäste, sogar auch Gäste mit unterschiedlichen Nationalitäten. Deswegen war die Arbeit am diesem Tag besonders stressig; wir haben bis spät in die Nacht gearbeitet und zwischendurch gar keine Zeit für eine Pause gehabt, wir hatten sogar keine Mittagspause gehabt.« (Interview Herr K.) Obwohl keine besonderen Speisen oder Getränke für diesen Tag vorbereitet wurden, schuf die Bar auf andere Weise eine besondere Atmosphäre. Die KellnerInnen zogen einen, für solche Festlichkeiten üblichen, *yukata* an – einen leichten und einfachen, oft auch farbenfroher Sommerkimono. Die Antwort auf die Frage, ob der Japan-Tag für das Café eine besondere Bedeutung hätte, führt zu einer eher ernüchternden Antwort: »Die größte Bedeutung [...] ist im Grunde genommen die Umsatzsteigerung. Am Japan-Tag haben wir viel mehr Gäste und dadurch auch mehr Gewinn. Für mich jedoch ist der Japan-Tag nichts besonderes, er bedeutet nur mehr Arbeit und Stress.« (Interview Herr K.) Das Hauptziel des Eigentümers für sein Café ist vor allem, einen Ort für die Japaner in Düsseldorf zu schaffen, an dem sie sich in ihrer Freizeit treffen, den Stress der Arbeit hinter sich lassen und sich einfach wie zu Hause fühlen können. Die Zielgruppe des Cafés sind also die Japaner in Düsseldorf. Die Speisekarte ist vor allem auf diese Zielgruppe zugeschnitten. Es gibt Essen, das von normalen Japanern gerne gegessen wird. Dazu zählt europäisches Essen, wie Pasta oder Pizza aber selbstverständlich auch »original japanisches Essen« (Interview Herr K.), welches nicht wie z. B.

bei manchen chinesischen Restaurant einge-deutscht ist. Dazu gibt es für die Gäste japanische Zeitschriften und Mangas. Viele der Gäste kommen direkt nach der Arbeit, um sich zu unterhalten oder einfach nur, um in Ruhe Mangas zu lesen.

Es scheint fast so, als ob der Japan-Tag außer der kommerziellen Seite keine große Bedeutung für das japanische Café und seine Mitarbeiter hat. Für Nicht-Japaner ist der Japan-Tag eine Art Feiertag, an dem sie sich amüsieren können, aber auch eine gute Möglichkeit, eine fremde Kultur durch das umfangreiche Programm kennen zu lernen. Für die Japaner bzw. die japanische Gastronomie dagegen scheint der Japan-Tag weniger bedeutungsvoll zu sein. Unser Interviewpartner war »nicht besonders begeistert« und auch »nicht stolz darauf« (Interview Herr K.). Für die Mitarbeiter der japanischen Gastronomie ist der Japan-Tag nichts besonderes, das gezeigte Programme wie Taiko, japanische Kampfsportarten oder die Samurai kennen sie sehr gut. Außerdem sind sie durch die Arbeit voll ausgelastet.

Doch wie verbreitet die Gastronomie-Szene die japanische Esskultur in Düsseldorf? Die japanische Küche hat dank Sushi, Sashimi, Tempura auch hierzulande viele Freunde gewonnen. Der Spiegel beschreibt dies sehr gut: »Was die Liebhaber der japanischen Küche entzückt – die rohe Reinheit des Geschmacks, die Ästhetik von Farben und Formen –, all das entsetzt die Verächter. Kaum eine andere Esskultur gewinnt dem Meer so viel ab – und zelebriert es gleichzeitig so sehr.«¹ Ist die Verbreitung dieser Esskultur auch ein Anliegen der japanischen Gastronomie auf dem Japan-Tag? Unser Interviewpartner antwortet auf diese Frage: »Meine Arbeit im Restaurant beschäftigt sich nur mit Essen und Trinken. Natürlich will ich unsere vielfältige Esskultur den Deutschen vorstellen. Besonders an Tagen wie dem Japan-Tag, wo viele Nicht-japanische Gäste zu uns kommen, um etwas Japanisches zu essen.« Doch es gibt auch Probleme, da neue Kunden vor allem durch Kontakt zu Mitarbeitern in das japanische Essen eingeführt werden, spielt die Kommunikation zwischen beiden Gruppen eine entscheidende Rolle. Aber die Mitarbeiter in japanischen Restaurants sprechen laut unserem Interviewpartner ganz allgemein kaum

deutsch: »Wir sind fast alle erst vor kurzem nach Deutschland gekommen und haben die deutsche Sprache auch davor nicht intensiv lernen können. Deshalb sprechen wir kein gutes Deutsch und verstehen es auch nicht gut. Auf Grund dieses Problems, sind wir nicht in der Lage, die Rolle des Vermittlers zu übernehmen.« (Interview Herr K.) Die Frage, ob er dann hier Deutsch lernen möchte, verneint Herr K.: »Wir haben eigentlich nicht vor, die Sprache zu lernen. Ein Grund dafür ist, dass wir auch nicht für längere Zeit in Deutschland bleiben werden. Außerdem haben wir dafür auch keine Zeit, aber die Arbeit im Restaurant an sich fordert auch keine besonders guten Deutschkenntnisse.« So bleibt, die japanische Esskultur, durch »besonders gutes Essen und besonders guten Service« den deutschen Gästen vorzustellen. »Wir hoffen nur, dass den deutschen Gästen das Essen gut schmecken wird

und sie durch das leckere Essen unsere Esskultur kennen lernen und die Kunst der japanischen Küche spüren.« (Interview Herr K.)

So lässt sich festhalten, dass japanische Restaurants und Cafés zwar eigentlich zentral für die weitere Verbreitung japanischen Essens sein könnten, Sprachprobleme aber Barrieren aufbauen. Die Mitarbeiter der Restaurants haben oft kein Interesse und wohl auch wenig Zeit, ihre Sprachkenntnisse zu verbessern. Ein Ereignis wie der Japan-Tag schafft zwar die Möglichkeit, mehr Menschen für japanisches Essen zu interessieren, doch könnte noch mehr erreicht werden, wenn die Kommunikation reibungsloser wäre.

1) Spiegel Online (2006): Japanische Esskultur: Das schmeckt nach Meer. 19. Okt.

Der Film »Nabbi no koi«

Ein echt »japanisches« Erlebnis

Alexander Fegler, David Pham, Maggie Truong

Neben der großen japanischen Gemeinde hat Düsseldorf hat auch ein Filmmuseum, welches sich nun seit zwei Jahren am Japan-Tag mit einer Reihe von Filmbeiträgen beteiligt. Dabei sind es nicht nur die immer bekannter werdenden Filme international renommierter Regisseure wie Kurosawa Akira oder Kitano Takeshi, sondern es sind auch jüngere Regisseure verschiedener Genre, denen das Filmmuseum im Rahmen des Japan-Tages ein Forum bietet.

Zum zweiten Mal in der nun siebenjährigen Geschichte des Japan-Tages wurde ein Film im Filmmuseum in Zusammenarbeit mit dem japanischen Kulturinstitut zu Köln vorgeführt. Durch die hohe Suggestivkraft des Mediums Film ist es möglich, das Publikum anzusprechen, anzuregen, zu bilden; und im Rahmen eines Kultur- und Begegnungsfestes ist der Film natürlich idealer Vermittler einer fremden Kultur. Vor diesem Hintergrund war die Beschäftigung mit diesem Programmpunkt des Japan-Tages für uns interessant. Uns erschien die Auswahl des Films »Nabbi no koi« (»Nabbis große Liebe«), der auf Okinawa, einer Insel im Süden Japans, spielen soll, in Anbetracht der kulturellen Unterschiede zu den Hauptinseln Japans kontrovers. Da der Film allerdings uns allen unbekannt war, waren wir

gespannt auf das, was uns im Kinosaal erwartet. Darüber hinaus hatten wir vor, uns an das Filmmuseum zu wenden und uns nach den Intentionen zu erkundigen, die die Veranstalter verfolgten. Denn inwiefern kann »Nabbi no koi« die Erwartungen erfüllen, die an eine Filmaufführung im Kontext des Japan-Tages gestellt werden? Trägt der Film beim Zuschauer zum Kulturverständnis Japans bei? Um diese Frage beantworten zu können, muss man zunächst den Film näher betrachten.

»Nabbi no Koi« spielt auf einer der zahlreichen Inseln Okinawas, weit weg von den Metropolen des japanischen Festlandes. Nabbi, eine rüstige, alte Frau lebt dort seit 60 Jahren scheinbar glücklich mit Keitatsu, einem sarkastischen alten Kriegs-

veteran. Jedoch lässt sie die Erinnerung an Sun Ra, ihren ersten Geliebten, nicht los. Das Liebespaar wurde vor 60 Jahren gewaltsam getrennt und Sun Ra wurde von der Insel verbannt, so dass der Kontakt für immer abgerissen zu sein schien.

Eines Tages legt ein Schiff am kleinen Hafen der Insel an. Nanako, die Enkelin von Nabbi und Keitatsu, hat ihren Job in Tokyo gekündigt und kehrt zu ihrem Geburtshaus zurück. Mit ihr steigt außerdem Fukunosuke aus, der auf der Durchreise ist und im Laufe des Films bei den Großeltern unterkommt. Als Nanako beobachtet, wie Nabbi sich mit einem fremden Mann trifft, ist dies die Weiterführung einer Liebesgeschichte, die erneut viel Aufruhr in Nabbis Familie verursacht, denn Sun Ra ist zurückgekehrt. Doch wie damals ist ihre Liebe auch heute verboten, so wird auch diesmal jeglicher Umgang mit ihm von der Inselwahrseherin untersagt. Letzten Endes jedoch entscheidet sich Nabbi dazu, die Insel zusammen mit Sun Ra zu verlassen.

Den Zuschauern wurde mit »Nabbi no Koi« ein Film präsentiert, der nicht auf einer der Hauptinseln Japans spielt, sondern auf der selbst für die meisten Japaner exotischen Insel Okinawa. Vielen sind die Unterschiede, besonders die kulturellen, zwischen Japan und Okinawa, nicht bewusst. Das im Film vermittelte ruhige, unbeschwerte Lebensgefühl der Inselbewohner ist ein weit verbreitetes Image von Okinawa auf den japanischen Hauptinseln. Viele typisch okinawanische kulturelle Aspekte wie Tanz und Musik, die Figur der *genki-obaachan* und die typischen Familiengräber werden dargestellt. Allerdings sind sie ebenso klischeehaft wie das unbeschwerte und ruhige Lebensgefühl. Eine weitaus interessantere Frage, nämlich die des Identitätskonfliktes der Okinawaner, wird nicht erwähnt. Dieser Konflikt besteht darin, den Spagat zwischen japanischer und okinawanischer Identitätszugehörigkeit zu überwinden. Im Rahmen der Meiji-Restauration wurde Okinawa, das bis 1879 zumindest formal ein eigenständiges Königreich war, an Japan angegliedert. Seitdem war die Beziehung zum Festland durch ein ständiges Auf und Ab geprägt: Sollte man sich besser als Okinawaner fühlen und die eigene Kultur und Sprache beibehalten oder sollte man sich doch, wie immer wieder verlangt wurde, die japanische Kultur einverleiben und sich als

Japaner identifizieren? Geschichtliche Ereignisse wie der Pazifik-Krieg und das darauf folgende Problem der amerikanischen Besatzung standen und stehen immer noch mit diesem Konflikt in Zusammenhang. Bis heute noch ist die Beziehung zu Japan innerhalb der okinawanischen Bevölkerung zwiespältig, was einmal mehr die vorhandenen Differenzen der beiden Kulturen verdeutlicht.

Dem Zuschauer wird somit ein völlig unbekanntes Bild von Japan vorgestellt, das uns zu der Frage führte, ob hinter der Filmauswahl eine bestimmte Absicht steckte. Die Ausgangsfragen, mit denen wir das Projekt anfangen, lassen sich nicht direkt



Quelle: http://home.snafu.de/fsk-kino/kinopresse/nabbies_love2.jpg (19. Juli 2009)

beantworten. Denn unsere Erwartungshaltung, dass der Film einen kulturellen Anspruch haben müsse und dem Publikum Einblicke in die japanische Kultur bieten solle, deckte sich nicht mit der Intention der Veranstalter. Es sollte selbstverständlich ein japanischer Film sein und ohne Zweifel auch einen gewissen Anspruch haben, dies war jedoch nicht das wichtigste Kriterium. Für die Veranstalter war vielmehr wichtig, dass der Film zum einen ein möglichst breites Publikum anspricht. Zum anderen sollte er die Zuschauer unterhalten, also nicht mit nachdenklichen Themen belasten, wie uns eine Veranstalterin versicherte:

»Ich denke, es ist eigentlich eine ganz schöne Gelegenheit, dass man auf Bürgerebene ein bisschen was von Japan kennenlernt. Das ist ja jetzt keine Veranstaltung, die auf hochintellektueller Veranstaltung abzielt, dass man jetzt

literarische Lesungen macht, oder intellektuelle Sachen anbietet, sondern es geht ja darum, dass man einfach in Deutschland, oder das Publikum im Rheinland, Japan ein bisschen aus dem Alltag kennenlernt. Oder? Also, dass ich denke darauf zielen auch diese Projekte ab, man kann sich einen *kimono* anziehen, man kann japanisches Essen essen (...), das kann man auf dem Japan-Tag wunderbar erleben und dadurch, denke ich, bekommt man auch vielleicht Lust noch etwas mehr über das Land zu erfahren. Es geht mehr über die Sinne glaube ich. Dass man jetzt nicht vom Kopf her versucht, Japan zu verstehen, auf dem Japan-Tag, sondern dass man es praktisch erfühlt oder erhört und ja so mit allen Sinnen erfahren kann.«

Für den Laien mag, nach dem Betrachten von »Nabbi no Koi«, der Gedanke kommen, ein Stück traditioneller, japanischer Kultur erfahren zu haben: Doch nur mit dem Wissen über die okinawanische Kultur kann man verstehen, dass es vielmehr ein Film über Okinawa ist als über Japan. Dadurch kann beim Zuschauer ein verzerrtes Bild von Japan hervorgerufen werden.

Die Zusammenarbeit des Filmmuseums und des Kulturinstitutes scheint also mehr auf die Unterhaltung des Publikums abzielen als auf die Repräsentation genuiner japanischer Kultur.

Obschon dem Publikum ein intellektuell anspruchsvoller Film hätte präsentiert werden können, hat man sich bewusst dagegen entschieden. Ein Film, der dazu anregt, sich kritisch mit der Thematik eines Identitätsproblems zu beschäftigen, von dem man als Europäer nun kaum selbst betroffen ist und womöglich eine Diskussionsrunde einleitet, wäre nach Vorstellung der Veranstalter deplatziert gewesen. Im Rahmen einer solchen Veranstaltung sei das Publikum zu breit gefächert und der Japan-Tag, ein ungezwungenes, öffentliches Begegnungsfest, bilde darüber hinaus auch nicht den zeitlichen Rahmen dazu.

Dass »Nabbi no koi« dennoch eine Grundlage für die kritische Auseinandersetzung mit der japanischen Sicht auf Okinawa bietet, ist nicht von der Hand zu weisen. Man hätte zum Beispiel in Form einer kurzen Einleitung die zuvor genannte Identitätsproblematik aufgreifen können. Allerdings hätte die Darlegung der Tatsache der Verschiedenheit der beiden Kulturen beim Zuschauer zu der Einsicht geführt, dass der Film ausschließlich Okinawa, und nicht etwa Japan, zeigt. Dies hätte also zur Folge, dass »Nabbi no koi« thematisch ein wenig am Konzept des Japan-Tages vorbeiführt.

Wie aus einem Picknick eine Demo wurde

12 Minuten verbinden Japan-Tag und International Whaling Commission (IWC)

Sarah Brunenberg, Stefanie Görke, Thanh Thao Lam

Viele der Besucher kommen nur für das Feuerwerk. Schiffe versuchen sich in der Strömung zu halten und schon Stunden vorher sucht man Picknickplätze am Rheinufer und am Ende ist es für jeden ein schönes Erlebnis – dieses Mal mit einem kleinen Zusatz.

Die bedeutendste Komponente des Japan-Tags ist wohl unumstritten das Feuerwerk. Es wird am häufigsten in den Medien erwähnt und lockt jedes Jahr um die eine Million Besucher an, darunter auch Menschen, die sich eher weniger mit dem Thema Japan an sich beschäftigen. Auf Grund der Ausmaße des Feuerwerks, sowohl in der Planung als auch dem letztendlichen Ergebnis – also das, was am Himmel zu sehen ist – müssen viele Vorbereitungen getroffen werden. Zwei Tage vor dem eigentlichen Event werden die Pyrotechniker eigens aus Japan eingeflogen. Bereits sechs Monate zuvor begann Hideki Takayasu, der sich bereits seit 20 Jahren professionell mit Feuerwerken beschäftigt, mit der Planung für das Feuerwerk am Japan-Tag, welches 2008 unter dem Motto »Entente Florale« stand. Hierzu sagt Takayasu, es seien »die japanischen Jahreszeiten in Blumen und Blüten ausgedrückt«.

(RP: 14. Juni 2008) Zudem wurden von Seiten der Düsseldorfer Behörden die Oberkasseler



Quelle: Foto von Sarah Brunenberg

Rheinwiesen, von wo aus das Feuerwerk jedes Jahr gezündet wird, für den selben Zeitraum abgesperrt. Die benötigte Fläche des Feuerwerks ist zwar nur circa 140 Meter, aber die Sicherheitszone um diesen Bereich herum beträgt ungefähr einen Kilometer. Das Ausmaß der Vorbereitungen zeigt deutlich, dass das Feuerwerk die Hauptattraktion des Japan-Tags ist. Dementsprechend ist es nicht verwunderlich, dass diese Plattform nicht nur für Werbezwecke, sondern auch für Proteste genutzt wird. Solch ein Protest fand dieses Jahr tatsächlich statt und zwar durch die Organisation Greenpeace.

Diese Aktion weckte unsere Neugier. Über den Pressesprecher von Greenpeace in Düsseldorf konnten wir ein Interview vereinbaren, welches wir mit ihm selbst und der Walfang-Expertin der Greenpeace-Gruppe Düsseldorf führen konnten. Die Expertin wies darauf hin, dass die Demonstration im Hinblick auf die in der darauf folgenden Woche beginnende Tagung der Internationalen Walfangkommission (IWC) ausgerichtet war, die am 23. Juni in Santiago de Chile eingeleitet wurde. Die Verbindung mit dem Japan-Tag in Düsseldorf ist jedoch zunächst nicht direkt offensichtlich. Allgemein bekannt ist, dass Japan immer noch mehrere hundert Wale aus wissenschaftlichen Gründen tötet. Greenpeace und andere Naturschutzorganisationen wie der WWF setzen sich stark für den Schutz der Tiere ein.

Beim Japan-Tag 2008 kam es wenige Minuten vor Beginn des Feuerwerks zu einer spontanen Demonstration von Greenpeace. Etwa 20 Minuten

vor Zündung der ersten Rakete tauchte umrahmt von zwei Bengalischen Feuern auf der Oberkasseler Rheinseite ein circa vier mal sieben Meter großes Banner mit der Aufschrift »Stop Whaling!« auf. Musikalisch untermalt wurde die Aktion von Walgesängen. Die Greenpeace-Gruppe Düsseldorf hatte an diesem Nachmittag eigentlich nur ein Picknick bei EM-Fußball und anschließender Betrachtung des Feuerwerks geplant. Als sie jedoch in ihrem Lageraum auf der Suche nach dem Stromgenerator für das dazugehörige Fernsehgerät auf das Banner stießen, kam ihnen die im wahrsten Sinne des Wortes zündende Idee. Dazu der Pressesprecher: »Die Infrastruktur war da. [...] Und dass wir gesagt haben, in dem Augenblick kam halt alles zusammen, dass die Idee da war, so schnell werden wir die Japaner nicht mehr auf einem Fleck versammelt wissen. Das ist letztendlich mal eine Aktion.«

Rein rechtlich war diese Demonstration eine Spontanaktion, die sich dadurch definiert, dass sie bei den örtlichen Behörden nicht angemeldet werden musste, weil sie aus dem Moment heraus entstanden und nicht von langer Hand geplant war. Des Weiteren war es einfach nur eine Ansammlung



Quelle: Foto von Sarah Brunenberg

von Menschen mit dem gleichen Interesse. Im Gegensatz dazu muss es bei einer angemeldeten Demonstration einen Verantwortlichen geben, der dann im Regelfall bei Greenpeace die Aktion leitet. Zudem muss sie unbedingt mindestens 48 Stunden vor Beginn vorangekündigt sein. In beiden Fällen ist es wichtig, den geeigneten Zeitpunkt sorgfältig auszuwählen.