

WUNDERBARE FREMDE WELT

Japan ist einfach anders. Stiller, lauter, frecher, traditioneller als jedes andere Land. War man einmal da, ist man vom Nippon-Fieber erfasst. Wie Gabriele Bacher und Martin Brem. Wir begleiteten die beiden auf eine fernöstliche Erinnerungsreise zu ihren Sehnsuchtsplätzen

KIMONO-CONNECTION Eine nicht ganz alltägliche Straßenszene in Japan. Denn der Kimono, wörtlich übersetzt „Anzieh-Sache“, ist auch für Nippons Töchter heutzutage ein besonderes Kleidungsstück. Allerdings ist es wieder auf dem Vormarsch. Immer mehr junge Japanerinnen entdecken die Schönheit des traditionellen Kleidungsstücks für den Alltag. Die ältere Generation achtet sehr genau darauf, dass jedes Detail der überlieferten Kleiderordnung entspricht. Jüngere Frauen sehen das relaxter. Sie tragen moderne Schuhe und Handtaschen dazu. Tradition trifft Moderne.

Japan: ASIEN, JAPAN,
TOKIO, (ASIA, TOKYO),
01.07.2006: Two women,
dressed in kimonos, use
a zebra crossing in
Shinjuku.





1



2



3



4



6



7



5



8

EINFACH EXOTISCH 1 Nicht nur privat ein Paar: Gabriele Bacher und Martin Brem von Sai-So lieben Japan. Ihr Label verarbeitet alte Kimonos zu edlen Lifestyleprodukten. 2 Im Eiltempo durchs Land: Der Shinkansen ist ein High-Tech-Geschoss, das auf die Minute pünktlich sein Ziel erreicht. 3 Ausgeklügelte Technik sogar am stillen Örtchen: Japanische Toiletten sind multifunktionale Wunderwerke. 4 Filmku-

lisse und Lebensraum. Die Kreuzung in Shibuya-ku, Tokios Amüserviertel, ist beliebter Drehort. 5 Heiliger Berg: Der grandiose Fujiyama, nur ein Tagstrip von Tokio entfernt. 6 Mode-Kathedrale & Architektur-Highlight: Der Prada Store in Tokio 7 Schicksal am seidenen Faden: Stoffknäule, die mit Wünschen beschriftet sind, vor einem Schrein. 8 Über 100 verschiedene Sorten Pflaumenwein gibt es in Japan.

Allein das Wort Kischblüte löst bei Gabriele Bacher und Martin Brem wohlige Schauer aus. Für die beiden Japan-Fans ein so intensives Erlebnis, dass es Wortkaskaden freisetzt: „Es ist unglaublich – ein rosa Rausch, in Wolken lösen sich die Blätter und man ist mitten in einem Blütenmeer“, erzählt er. Und seine Frau lächelt bei der Erinnerung sehnsuchtsvoll: „Wir haben unter den blühenden Bäumen ein Picknick gemacht, saßen inmitten von Japanern in ihren schönsten Gewändern und waren völlig beseelt. Ich wusste gar nicht, dass Rosa so viele verschiedene Töne hat.“ Aber der Reihe nach: Gabriele Bacher und Martin Brem sind die Macher des

Anreise gilt traditionell dem Onsen und in Matsuyama gibt es das älteste von ganz Japan.“ Gabriele Bacher strahlt. „In den heißen Quellen entspannen Körper, Geist und Seele vollkommen. Man taucht ein – und ab.“ Eine Reise zu sich selbst. Und ein magisches Erlebnis, wenn der Nebel in so dicken Schwaden übers Wasser zieht, dass nur dann und wann die Schemen der andern zu erkennen sind. Seit 1500 Jahren gibt es das Dogo Onsen und seitdem baden Männer und Frauen hier streng getrennt. Bevor man in die Quelle steigt, sind mehrere Waschungen süße Pflicht. Man sitzt auf einem kleinen Holzschemel, wird mit Wasser übergossen und eingeseift. „Nichts wird beim Ursprung aller Spas dem Zufall überlas-

liches Beispiel: Die beiden wohnten das erste Mal in einem Ryokan, das sind Gasthäuser im traditionellen Stil, in denen man Japan hautnah erfahren kann. „Als abends eine Geisha kam, um unser Zimmer zu richten, sagte sie – natürlich lächelnd – nur ein Wort: ausziehen. Ich war irritiert“, lacht Martin Brem. „Sie meinte es zwar ernst, aber die knappe Aufforderung, die auf uns wie ein rüder Befehl wirkte, war nur auf ihre mangelnden Englischkenntnisse zurückzuführen.“ Die beiden durften dann in einen Yukata schlüpfen. Gabriele Bacher: „Es war unglaublich, was dann passierte, aus dem Wohnraum, der komplett mit Tatamimatten ausgelegt war, wurde mit ein paar Handgriffen ein Schlafzimmer.“

„WIR HABEN UNTER BLÜHENDEN BÄUMEN EIN PICKNICK GEMACHT, SASSEN INMITTEN VON JAPANERN IN IHREN SCHÖNSTEN GEWÄNDERN UND WAREN VÖLLIG BESELT.“ GABRIELE BACHER

Berliner Lifestyle-Labels Sai-So. Der japanische Name bedeutet soviel wie „wieder zusammengefügt“, genauer: aus alten kostbaren Kimonos wird Neues geschaffen. Die Mode, Accessoires, das Interior aus handgewebten Stoffen sind längst zu Kultobjekten avanciert. Und um den Kontakt zum Ursprung der Preziosen nicht zu verlieren, ist das Paar häufig und leidenschaftlich gerne in Japan. Ihr letzter Trip führte sie nach Matsuyama, Kyoto und Tokio. Für Martin Brem, den ehemaligen Sony-Manager, ist Tokio fast so was wie ein Heimspiel, er kennt die japanische Kapitale aus fast jeder Perspektive. Das will etwas heißen, bei einer Megametropole mit zwölf Millionen Einwohnern. Aber weil ihnen „die Überdosis Großstadt als Ausgangspunkt für eine Reise viel zu anstrengend ist“, wie Gabriele Bacher erklärt, ließen sie die Weltstadt erst mal links liegen und flogen sofort weiter nach Matsuyama – um gleich ins ursprüngliche Japan einzutauchen. Im buchstäblichen Sinne des Wortes: „Unser erster Besuch nach so einer langen

sen, jeder Guss ist Ritual.“ Martin Brem hat sich sehr genau vom Bademeister über die Philosophie des Vergnügens aufklären lassen. Eines der wenigen, das seit Jahrhunderten der Bauer mit dem Edelmann teilt. Und egal, welcher Gesellschaftsschicht man angehört oder ob man einfach nur Tourist ist, alle sind lediglich mit einem kleinen weißen Tuch bekleidet. In den Ruhepausen mit einem leichten Yukata aus Baumwolle. Martin Brem schmunzelt: „Es gibt einem etwas Uniformes, wenn man in dem kimonoartigen Gewand durch das alte Holzhaus läuft. Irgendwie fühlt man sich ein wenig wie ein Japaner.“ Ein bisschen sentimental: „Aber das gelingt wohl nie wirklich, selbst Europäer, die dort leben, bleiben immer Ginja, Langnasen.“ Die allerdings werden mit ausgesuchter Höflichkeit behandelt. Selbst das schlechteste Benehmen wird mit einem Lächeln hingenommen, das weiß man. Aber dass manchmal auch das Verhalten der Japaner bei Europäern auf Irritationen stößt, davon können „die Sai-So´s“ ein Lied singen. Ein herr-

Futons ausgerollt, Decken und Kissen bereit gelegt – fertig.“ Für Japan-Newcomer sei nicht nur das Entkleidungsritual gewöhnungsbedürftig, erzählt sie weiter, „auch das Frühstück ist nicht jedermanns Sache.“ In schwarzen Lackschalen wird köstlicher grüner Tee gereicht, aber auch Reis, eingelegtes Gemüse und als echte Herausforderung kleine Sprossen. Fisch zum Frühstück. Auf Kaffee muss man verzichten. Für die beiden normalerweise eher schwierig. An dem Tag, als sie auf den Menschen treffen sollen, auf den sie sich schon seit Monaten freuen, ist das völlig egal. Ihre Reisen nach Japan sind immer verbunden mit der Suche nach „neuen“ Schätzen: alte Kimonos für Sai-So. Wie sehr das auch eine Herzensaufgabe ist, versteht man, wenn man weiß, dass Martin Brems erste, verstorbene Frau Kimonos gesammelt hat. 980 Exemplare umfasste diese Kollektion und einige davon hatte sie schon zu Kissen und Decken verarbeitet. Martin Brem hütete dieses Erbe wie seinen Augapfel und wollte es auch in gewisser Weise weitergeben. In ➔

Gabriele Bacher fand er eine Partnerin, die nicht nur mit allen Sinnen an seinem Privatleben teil nimmt, sondern auch seine Liebe zu seiner neuen Profession (er kündigte seinen Manager-Job) teilt. Nein, für sie ist es kein Problem, dass die Vergangenheit jeden Tag sichtbar, spürbar ist: „Wir haben beide ein Leben vor der gemeinsamen Zeit gehabt, es wäre ein schlechter Witz, das zu negieren. Außerdem bin ich nur teilweise involviert.“ Gabriele Bacher ist erfolgreiche Filmproduzentin.

Zurück also zu dem ersehnten Treffen: Der Besuch bei der alten Dame, einer ehemaligen Geisha, ist denkwürdig. Allein in ein japanisches Privathaus eingeladen zu werden ist sogar für Japaner selbst eine bedeutende Ehre. Aber dann noch die Chance zu haben, in den Schätzen einer Geisha zu stöbern – unglaublich. Ein kleines Holzhaus am Rande der Stadt, drum herum ein Bilderbuchgarten mit zierlichem rotem Ahorn, Kirschbäumen natürlich. Der Kiesweg zur Veranda knirscht unter den Füßen. In der Tür eine Dame in einem atemberaubenden Ki-

mono. Nach vielen Verbeugungen dann endlich der Blick ins Innere der Schatzkammer. „Leider konnten wir uns nicht mit ihr unterhalten“, bedauert Martin Brem. Aber die universelle Sprache aus Lächeln und Gestikulieren wird überall verstanden. Die Geisha, was mitnichten ein Ausdruck für Freudenmädchen ist, reicht Tee, man sitzt auf kleinen Kissen, die auf Tatamis ausgebreitet sind und schon bald ist von den Reisstrohmatten vor lauter Kimonos nichts mehr zu sehen. Akemi, so heißt die Dame, war in einem Restaurant beschäftigt, hat die Gäste in den Separees verwöhnt. Ein Abend dort kann bis zu sechs Stunden dauern. Essen, trinken, eine Nackenmassage, Gesang zur Sahmisen, zur Laute, und Gedichte rezitieren ... Eine Geisha sorgt für die Unterhaltung, ist Gastgeberin im prächtigen Kimono mit schwarzgelackter Perücke und weiß geschminktem Gesicht. Akemi besitzt über hundert Kimonos, von einigen trennt sie sich schweren Herzens.

Auch von Matsuyama geht man weg mit einem weinenden Auge. „Die Stadt kann

man herrlich zu Fuß erobern und man spürt an jeder Ecke, wie lebendig die Kunst des Haiku noch ist“, erzählt Gabriele Bacher. Haikus, das sind kleine literarische Kunstwerke in Gedichtform und Matsuyama ist die Hauptstadt der Dichter. Über 1500 leben in der Stadt mit der renommiertesten Haiku-Schule Japans. „Der alte Weiher – ein Frosch springt hinein – oh, das Geräusch des Wassers“ ist wohl das berühmteste und stammt von Matsuo Basho. Der Doyen der Zunft schrieb es im 17. Jahrhundert und es lebt in der Alltagskultur fort. Martin Brem: „Mich fasziniert, wie das Land Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zu einer Einheit verbindet.“

Zukunft, dafür steht auch der Shinkansen. Stehen? Mit 300 km/h rast der Zug von Matsuyama nach Kyoto, der alten Kaiserstadt. Vorbei an Bambuswäldern, Reisfeldern, kleinen Siedlungen und am Meer entlang. Unbedingt mit an Bord muss eine Bento-Box. Was man lapidar mit Lunch-Paket übersetzen könnte, ist viel mehr. Auch ein ästhetischer Genuss, den man sogar bei jedem x-belie- ➔

TOKYO MIDTOWN –EINE BRANDAKTUELLE ADRESSE FÜR DESIGN-LIEBHABER & LIFESTYLE-ENTHUSIASTEN



Japans Kapitale hat einen neuen Anziehungspunkt: Tokyo Midtown. Hier wird Design gedacht, Kunst gemacht und Sinnlichkeit gelebt

Wie in jeder Weltmetropole wird auch in Tokio das Gesicht der City von einzelnen in den Himmel ragenden Hochhäusern geprägt. Das aktuelle Highlight: „Tokyo Midtown“, ein megamoderner, in diesem Frühjahr eingeweihter Gebäudekomplex im grünen Herzen der Hauptstadt. Sein zentraler Tower mit 53 Stockwerken auf 428 Metern ist der höchste Bau in Japan. Nachdem das Verteidigungsministerium,

das auf dem riesigen Gelände seine Büros hatte, das letzte „Fleischtückchen“ der Stadt freigemacht hatte, entstand hier – im Trendviertel Rappongi – eine einzigartige, luxuriöse Lifestyle-Komposition. Coole Büroetagen, megateure Apartments, eine elitäre Privatklinik, das Tophotel Ritz-Carlton, ein Super-Spa, dazu rund 130 Nobelshops und Edelrestaurants: bis ins letzte Detail eine geniale Verbeugung vor modernem Design. Als Denkzentrale und Forum für gemeinsame Projekte kreativer Köpfe aus aller Welt fungiert „21_21 Design Sight“ (Foto links) unter der Leitung von Modepapst Issey Myake, mit Unterstützung der beiden Topdesigner Taku Satoh und Naoto Fukasawa. Die aktuellen Ausstellungen unter dem schrägen Dach des von Gingko-Bäumen umstellten Designtempels: „Tokyo Collection Week“, eine Demonstration progressiver japanischer Modetrends (30. 8. –5. 9.) und „This Play“, Installationen bekannter Modedesigner zum Phänomen Display (11. 9. – 24.9.). Mehr Infos: www.2121designsight.jp.

Glamouröses Glanzlicht unter den fünf Gebäuden, die durch Brücken und transparente Übergänge mit dem zentralen Tower verbunden sind, ist die Galleria. Im dritten Stock schaffen es die Meisterwerke der japanischen Design-Elite zum Thema Living, Hightech und Homewear, die Kreditkarten ihrer Kunden zum Glühen zu bringen. Im ersten und zweiten Stock dreht sich alles um Mode und Accessoires – vom farbenprächtigen Fächer bis zu hochkarätigen Halsbändern aus dem Hause Harry Winston. Und im Basement sorgen Delikatessen vom Allerfeinsten für Geschmacksexplosionen auf der Zunge. Das gilt für das Spitzensortiment des rund um die Uhr geöffneten Supermarktes genauso wie für den japanischen Ableger des New Yorker Food-Spezialisten Dean & DeLuca oder für die französische Pâtisserie Jean-Paul Hévin. Während man in der Cooking-School selbst den Löffel schwingt, kann man seinen vierbeinigen Liebling bei „Dogdays“ verwöhnen lassen. Mehr Infos: www.tokyo-midtown.com



1



3



4



2



5



6



8



7

MAKELLOS 1 Weltkulturerbe: Der Goldene Pavillon (Ginkaku-ji) in Kyoto. **2** Alltagskunst: Der Manga-Bär ist das nationale Symbol für die Notrufnummer. **3** Tokios Business District Chioda-ku: Das Maronouchi International Forum ist markantes Wahrzeichen für das Wirtschaftswunderland Japan. **4** In Balance: Ein Bad in den heißen Quellen, den Onsen, ist Reinigung von innen und außen – am liebsten im

Freien. **5** Strikt geregelt: Kein Japaner würde je eine rote Ampel missachten. **6** Alleskönner: Bambus wird hier komplett verwertet. Die Sprossen isst man, aus dem Holz macht man Baugerüste und sogar Musikinstrumente. **7** Kimono im Kommen: Models im traditionellen Kleidungsstück in einem der vielen Textilzentren des Landes. **8** San-In Nationalpark nördlich von Tokio: einer der schönsten Küstenstreifen

bigen Take-away erstehen kann. Es gibt in Japan beinahe 500 Bento-Zeitschriften, die zeigen, wie man die kulinarische Kunst auch für den Hausgebrauch zur Vollendung bringen kann. Innen: Akashiyaki (Omelettebällchen mit Oktopusstücken), Okonomiyaki (japanische Eierkuchen mit Kohl) und Kushiage (am Bambusspieß paniertes und frittiertes Gemüse). Außen: eine wunderschöne lackierte Schachtel. So stilvoll.

Kyoto. Hier trifft man sich im März im Wirbelsturm der Blütenblätter zum Kirschblütenfest. Im flirrenden Gestöber rosafarbener Wattebäusche muss man einfach den „Weg der Philosophen“ gehen, vorbei an Tempeln und Schreinen, die bis zu 1200 Jahre alt sind. „Es gibt über 2000 Tempel in Kyoto. Das ist überhaupt nicht zu schaffen“, sagt Gabriele Bacher, die in einem davon ihren Lieblingsplatz gefunden hat: „Der Zen-Garten im Nanzen Ji ist ein Ort der Stille, der meditativen Ruhe.“ Hier neben Japanern auf der Holzterrasse zu knien und minutenlang den Blick auf die Steine, die in einer unendlichen Acht um Felsbro-

cken laufen, zu senken, setzt in ihr Gefühle frei, die sie in ihrer Seelenlandschaft abspeichert. Abrufbar, wenn die Alltagsroutine graue Schatten wirft. Bereit für Tokio. Die Metropole, die wie ein riesiges Set für einen Science-Fiction-Streifen wirkt, bietet unendliche, sehr weltliche Genüsse. „Überall kleine Garküchen, nicht mehr als eine Theke, hinter der die unglaublichsten Köstlichkeiten zubereitet werden“, schwärmt Martin Brem. Und das Vergnügen ist bezahlbar: „Dass man sich Japan kaum leisten kann, ist ein Mythos.“ Natürlich belastet ein Luxusrestaurant die Reisekasse, aber eine Ramen, die traditionelle Nudelsuppe, oder Sushi in einem der kleinen Restaurants eben nicht. Auch der Blick über die Stadt ist fast umsonst. Es ist für die beiden schon zum Ritual geworden, die Aussichtsplattform des Mori Tower zu besuchen. „Den Blick in die Zukunft werfen“ nennen sie das. Der Mori Tower lockt Martin Brem und Gabriele Bacher aber aus einem anderen Grund: „Wir lieben Kunst. Hier ist im 52. Stock ein Museum, das sensationelle

Ausstellungen zeigt.“ Großartige Werke von Takashi Murakami zum Beispiel. Die Bilderwelten des hochdotierten japanischen Avantgarde-Künstlers sind eine bunte, freche Inszenierung, in denen Manga-Comicfiguren die Hauptrolle spielen. Die Handtaschen-Kollektion, die er für Louis Vuitton entworfen hat, soll übrigens die meistkopierte sein. Kein Wunder, dass die Schlangen vor dem Shop des Luxus-Accessoire-Labels im Shopping-Revier Roppongi Hills „immer unfassbar lang sind“, meint Gabriele Bacher dazu. Japaner sind modeverrückt, gestalten – besonders in Tokio – auf der Straße die Trends, die dann Europa erreichen. Woher dieser Erfolg? Martin Brems Antwort: „Es ist diese besondere Art, durch Schnitttechnik Stoffe in kleine Kunstwerke zu verwandeln.“ Japanische Fashionistas pilgern in den Einkaufstempel von Prada im Shopping-District Aoyama. Das Architektenpaar Herzog & de Meuron zeichnet für den Bau, der an einen überdimensionierten Eiszapfen erinnert, verantwortlich. Er passt zu Tokio. **ANDREAS TÖLKE**



1



2

XXX

LIEBE ZU ORANGE 1 East meets West: Das Berliner Label Sai-So verarbeitet alte, sogar antike Kimonostoffe und kreiert daraus einen neuen europäischen Look. Hier ein Kleid aus der ??????-Kollektion **2** Das Tor zum Himmel: Die Bezeichnung des Eingangs des Yasaka-Schreins in Kyoto