



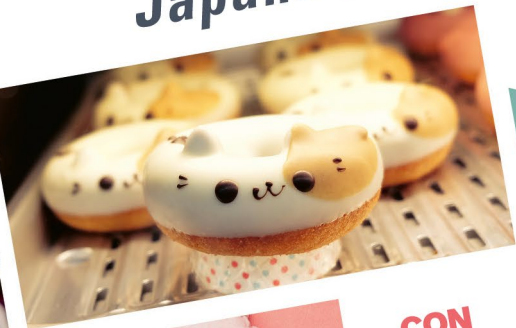
ANDREAS NEUENKIRCHEN



# KAWAII MANIA



Japans niedlichste Abgründe



CON  
BOOK.



**CON  
BOOK.**

VOM AUTOR:  
Matjes mit Wasabi  
Yoyogi Park  
Roppongi Ripper  
Shinigami Games  
Yakuza Requiem

ANDREAS NEUENKIRCHEN

# **KAWAII** **MANIA**

**Japans niedlichste Abgründe**

## **Folgen Sie uns!**

*Wir informieren Sie gerne und regelmäßig über Neuigkeiten aus der Welt des CONBOOK Verlags. Folgen Sie uns für News, Stories und Informationen zu unseren Büchern, Themen und Autoren.*



[www.conbook-verlag.de/newsletter](http://www.conbook-verlag.de/newsletter)



[www.facebook.com/conbook](https://www.facebook.com/conbook)



[www.instagram.com/conbook\\_verlag](https://www.instagram.com/conbook_verlag)

1. Auflage

© Conbook Medien GmbH, Neuss 2019

Alle Rechte vorbehalten.

[www.conbook-verlag.de](http://www.conbook-verlag.de)

Dieses Werk wurde vermittelt durch Aenne Glienke | Agentur für Autoren und Verlage, [www.AenneGlienkeAgentur.de](http://www.AenneGlienkeAgentur.de).

Einbandgestaltung: Andrea Janas, München

Einbandinnenseiten: Mariam »Machi« Taherpour

Satz: Weiß-Freiburg GmbH – Grafik und Buchgestaltung

Druck und Verarbeitung: Himmer GmbH Druckerei, Augsburg

Printed in Germany

# INHALTSVERZEICHNIS



Vorwort

**KAWAII**story – Eine kurze Geschichte der Niedlichkeit . . . . . 8

Kapitel 1

**KAWAII**krieg – Die Schlacht der Maskottchen . . . . . 18

Kapitel 2

**KAWAII**konzern – Das Imperium der Niedlichkeit . . . . . 32

Kapitel 3

**KAWAII**school – Japans Fräuleinwirtschaftswunder . . . . . 50



Kapitel 4

**KAWAII**pop – Der Mädchenchor von nebenan. . . . . 64

Kapitel 5

**KAWAII**fashion – Niedlich auf dem Laufsteg. . . . . 82

Kapitel 6

**KAWAII**kunst – Nicht nur niedlich . . . . . 96



Kapitel 7

**KAWAII**games – Japaner spielen (ein bisschen) anders . . . . 116

Kapitel 8

**KAWAII**food – Süß ohne sauer . . . . . 136

Kapitel 9

**KAWAII**metropolis – Hotspots der Niedlichkeit . . . . . 148

Kapitel 10

**KAWAII**world – Japan ist nur der Anfang . . . . . 164

Anhang

**KAWAII**glossar . . . . . 180



Bildnachweis . . . . . 188





# VORWORT



# KAWAIIstory

## Eine kurze Geschichte der Niedlichkeit



**LETZTENS KAM MAL WIEDER POST** vom Finanzamt in Meguro, dem Stadtteil Tokios, in dem ich lebe. Dreimal war das Maskottchen der Behörde auf dem Umschlag abgebildet. Es flog, es tanzte, es freute sich einfach.

Des Umschlags Inhalt bereitete mir weniger Vergnügen; es handelte sich um die Ermahnung, dass ich meine ordnungsgemäß erklärten Einkommenssteuerbeiträge gefälligst auch noch zahlen müsse. Darauf reagierte ich mit einem unkontrollierten Kraftausdruck, den ich hier nicht gedruckt sehen möchte. Beim ersten Anblick der Verpackung hingegen stand ein anderes, weitaus zärtlicheres Wort im Raum: »*Kawaii!*«

Manche meinen, es sei das wichtigste Wort der japanischen Sprache. Das ist übertrieben, ich würde es eher auf dem dritten Platz verorten. Allerdings bringt es mehr Glocken zum Klingen als die beiden legitimen ersten Plätze, *sumimasen* (Entschuldigung) und *daijoubu* (in Ordnung).

*Kawaii* heißt ›niedlich‹, in erster Linie. Aber ebenso ›liebenswert‹, ›charmant‹ und ›wertvoll‹. In gewisser Hinsicht zumindest. So mancher Manga-Kitty-Einhorn-Plastiktand ist sicherlich nicht im herkömmlichen Sinne wertvoll. *Kawaii* mag er dennoch sein. Warum auch nicht: Wäre es nicht eine schreckliche Welt, würden wir Wert lediglich monetär bemessen? *Kawaii* liegt immer im Auge des Betrachters, folgt keinem objektiven Standard. Auf Schönheit kann man sich einigen, über *kawaii* darf man streiten. Der Hauptunter-



Unwiderstehliche All-Ages-  
Tragetaschen aus der Kollektion  
von Kawaii-Guru Sebastian Masuda





Ob Mahnungen oder Liebesbriefe:  
Mit geschmackvollen Marken  
kommen sie immer (gut) an.

schied laut führenden Kawaii-Experten: Für wahre Schönheit ist einzig und allein die Natur zuständig. *Kawaii* kann derweil von Menschen geschaffen sein. Kann massenproduziert werden. Ganze

Industriezweige leben davon, und zwar nicht zu schäbig.

*Kawaii* ist überall, kennt keine Altersgrenzen. Hole ich meine fünfjährige Tochter aus dem Kindergarten ab, kann ich in dessen wuseligen Ankleidebereich bisweilen nicht unterscheiden, welches niedliche Täschchen einem kleinen Kind und welches einer jungen Mutter gehört. Darüber hinaus befremdet es mich keineswegs, dass der Kindergarten seine Rechnungen mit Hello-Kitty-Briefmarken frankiert versendet. Als wollten sie die Herzen der Kinder erobern und nicht die Geldbörse der Eltern.

## Snoopy, der Bonsai und die frommen Frauen

Die erste verbürgte Verwendung des Begriffs findet sich in *Die Geschichte des Prinzen Genji* von Murasaki Shikibu (lebte und schrieb um 1100). Das Werk wird vielfach als erster Roman der Welt gesehen (eine Sichtweise, der ebenso vielfach vehement widersprochen wird). Die Verwendung dort ist allerdings eher mit ›bedauernswert‹ zu übersetzen (der für den japanischen Small Talk ebenfalls unentbehrliche Begriff *kawaisou* hat noch heute diese Bedeutung, wird jedoch mit anderen Zeichen geschrieben als das *kawaii* der Niedlichkeit). Etymologisch geht der Ausdruck zurück auf *kao hayushi*, einem Begriff fürs Erröten vor Scham (wörtlich in etwa: ›erleuchtetes Gesicht‹).

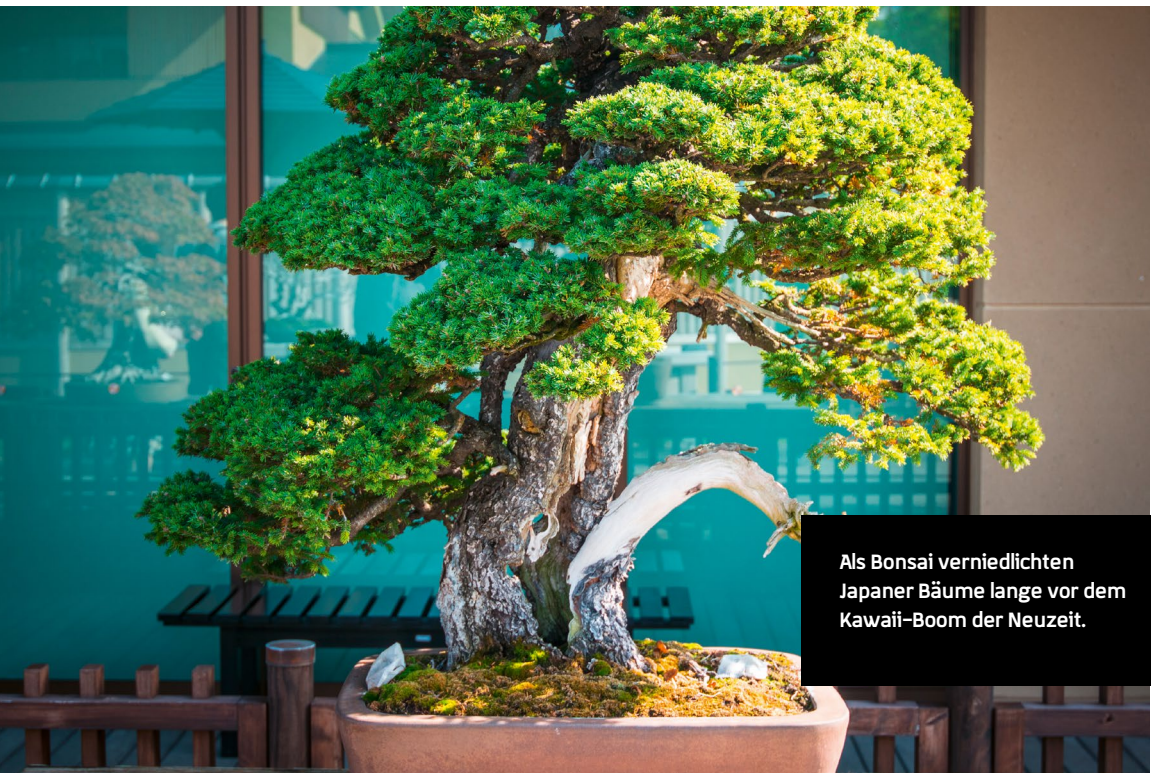
In späteren Jahrhunderten wurden Frauen auch ohne Bedauern als *kawaii* bezeichnet. Dies geschah, als sich unter konfuziani-

schem Einfluss die Wahrnehmung von Weiblichkeit änderte: Wurden Frauen zunächst als animalische und dämonische Geschöpfe betrachtet, sah man sie inzwischen lieber als die personifizierte Frömmigkeit. Die Bedeutung von *kawaii* wandelte sich dabei langsam zur heutigen Definition. Inflationär eingesetzt wird der Begriff indes erst seit den Siebzigern, dem visuell weltweit befriedigendsten unter allen bisherigen Jahrzehnten. Nach derzeitigem Kenntnisstand muss in jener Ära der Urknall der modernen Kawaii-Kultur stattgefunden haben. Insbesondere Mädchen wetteiferten um die niedrigste Handschrift und die süßesten Accessoires. Explosionsartig wurden Artikel mit den Figuren der amerikanischen Cartoon-Serie *Peanuts* populär, insbesondere Snoopy hatte es den Konsumentinnen angehtan. Seine Beliebtheit war dabei rein ästhetischen Aspekten geschuldet. Die Geschichten, die in Comics und Filmen über Charlie Brown und seine Freunde erzählt wurden, kannten die wenigsten Japaner. Eine japanische Freundin fragte mich einmal: »Was ist für dich der Unterschied zwischen Snoopy und Hello Kitty?« Die Frage traf mich völlig unvorbereitet, denn ich hatte Snoopy immer als einen Hund mit Eigenschaften gesehen, einen echten Charakter, eingebettet in die *Peanuts*-Saga, Kitty hingegen als eine non-narrative Zierde. Ich wäre nie auf die Idee gekommen, sie in einen Topf zu werfen.

Auf die Frage gibt es selbstverständlich keine falsche oder richtige Antwort. Außer vielleicht: »Für mich ist das eine ein Hund, das

**Internationale Ikonen:  
Snoopy-Bildnis und Schil-  
ler-Gedicht in Yokohama**





Als Bonsai verniedlichten  
Japaner Bäume lange vor dem  
Kawaii-Boom der Neuzeit.

andere eine Katze.« (Der Hinweis auf die individuelle Wahrnehmung ist wichtig, denn offiziell ist Kitty keine Katze. Darüber wird noch zu sprechen sein.) Vielmehr zielt die Frage ab auf eine Diskussion von östlichen und westlichen Niedlichkeitsstandards. Manche meinen, es sei das liebste Diskussionsthema der Japaner. Ich würde es eher auf dem dritten Platz verorten, nach Essen und Wetter.

Japans Faszination mit niedlichen Dingen wird mitunter auf einen Rückzug ins Infantile nach der Niederlage im Zweiten Weltkrieg zurückgeführt. Doch bei genauerer Betrachtung ist das Ganze keineswegs ein Nachkriegsphänomen. Schon seit dem 6. Jahrhundert werden Bäume als Bonsai verniedlicht. Außerdem wurden bereits vor 400 Jahren kleine geschnitzte Holzfiguren gesammelt, sogenannte *netsuke*. Sie halfen bei der Befestigung von Tragetaschen und Behältnissen am Kimono, der selbst über keine Taschen verfügt. Mit ihren Darstellungen von Tieren, Blumen und Früchten ging ihr Zweck über den reinen Nutzwert hinaus.

Der Autor Tomoyuki Sugiyama glaubt, dass die Vorliebe der Japaner für Niedlichkeit mit der Harmoniesucht der Landeskultur zu-

sammenhängt. Niedlichkeit ist Fassade, Fassade ist wichtig. Große Gefühle werden nicht großartig öffentlich gemacht. Die Mitmenschen sollen nicht verletzt werden, und durch Niedlichkeit wurde noch nie jemand verletzt. Der Soziologe Nobuyoshi Kurita sieht in der Niedlichkeit eher die Zukunft als die Vergangenheit Japans. Dem amerikanischen *Christian Science Monitor* erzählte er im Jahr 2004, die modernen Comics und Zeichentrickfilme aus Japan kämen im Ausland so gut an, weil sie jede Art von nationalem Charakter vermissen ließen. Damit kann Japan wieder die Herzen von Menschen erobern, die das Land in erster Linie als militärischen oder wirtschaftlichen Aggressor kennengelernt hatten. Außerdem sei der Kawaii-Trend der zweite große weltweite Exporterfolg Japans, nach der Elektronik. Daran zeige sich auch der Wandel von einer Gesellschaft, die am Materiellen hängt, zu einer Informationsgesellschaft. Waren früher Elektroartikel Statussymbole, sind es laut Nobuyoshi Kurita heute Inhalte wie Mangas und Trickfilme, über deren Kennerschaft man mit anderen in den Wettbewerb tritt. Der nächste Wandel könnte der zu einer expressiven Gesellschaft sein, dann wären die japanische Kosmetik- und die Modeindustrie am Zug. Insbesondere die erste hat schon in weiten Teilen Asiens Boden gutgemacht. Zweifelsohne



Netsuke: als Knöpfe allein  
viel zu schade

sind zwischen Kawaii- und Kosmetikindustrie etliche Synergie-Effekte zu erwarten.

### **Alle (wirklich alle) sagen: *Kawaii!***

Einmal sah ich im japanischen Fernsehen (es mag in der real existierenden Sendung *Kawaii TV* gewesen sein, ich will es aber nicht beschwören), ein Experiment, in dem sich Frauen in Zweiergruppen für ein paar Minuten ungezwungen über vorgegebene Gegenstände unterhalten sollten. Einzige Bedingung: Dabei dürfe nicht das Wort *kawaii* fallen.

Alle versagten kläglich. Eine sagte sogar bereits vor Beginn des Versuchs entgeistert: »Das geht nicht!«

*Kawaii* muss also tatsächlich eines der meistgenutzten japanischen Wörter sein. Doch nicht alles, was niedlich ist, ist auf gleiche Art niedlich, dafür ist die Kawaii-Kultur zu komplex. *Kimokowaii* oder *kowakawaii* bezeichnen Dinge, die zugleich gruselig und niedlich oder auf eine gruselige Weise niedlich oder eine niedliche Weise gruselig sind (*kowaii* bedeutet ›furchteinflößend‹ und sollte im Normalfall nicht mit *kawaii* verwechselt werden). *Erokawaii*, man ahnt es, steht für etwas, das auf erotische Weise niedlich ist. Wir werden auf das alles einen ganz genauen Blick werfen.

### **Wider den Gewöhnungseffekt: Endlich wieder hingucken**

Es scheint unmöglich, vor *kawaii* die Augen zu verschließen. Und dennoch stellt sich ein gewisser Gewöhnungseffekt ein, wenn man der Kawaii-Kultur tagtäglich, rund um die Uhr ausgesetzt ist. Steckt man tief im Kawaii-Dschungel, sieht man schon mal den Wald vor lauter prächtig geschmückten Weihnachtsbäumen nicht mehr. Besuchen mich Freunde von außerhalb in Tokio, staune ich immer wieder, worüber die staunen und mit welchen Fotomotiven sie die Speicher ihrer Mobiltelefone füllen. Ist doch ganz normales Zeug, denke ich mir dann. Denke ich noch ein bisschen länger nach (selten ein Fehler), merke ich: Sollte aber nicht normal sein. Wir sollten täglich wachen Auges durch die Welt wandeln und dankbar sein,

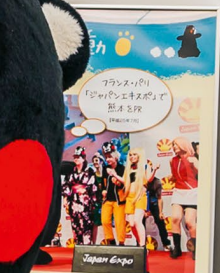
dass die Kawaii-Kultur sie uns niedlicher macht. Wir sollten dieser Kultur indes nicht mit Haut und Haar verfallen, und wir sollten ein ebenso waches Auge dafür haben, dass sie mitunter über die Stränge schlägt, dass ihre Verniedlichung auch zu einer Verharmlosung von Umständen führen kann, die tunlichst nicht verharmlost werden sollten. Aber das schaffen wir schon. Wer richtig hinguckt, wird Niedliches von Allzuniedlichem unterscheiden können.

Und deshalb gibt es dieses Buch: weil ich selbst hinaus in die Welt gehen und endlich wieder richtig hingucken wollte. Würde mich freuen, wenn Sie mitkommen. Sollten Sie an der einen oder anderen Stelle die Übersicht verlieren: Im hinteren Teil des Buches befindet sich ein Glossar, das die wichtigsten verwendeten Jargon-Ausdrücke erklärt.

*Tokio, im Juli 2019*







熊本舗  
熊の足

ください。  
yourself.  
お仕事を  
お楽しみ

### 予定表

8月		9月	
1.		1.	火
2.		2.	水
3.		3.	木
4.		4.	金
5.		5.	土
6.		6.	日
7.		7.	月
8.		8.	火
9.		9.	水
10.		10.	木
11.		11.	金
12.		12.	土
13.		13.	日
14.		14.	月
15.		15.	火
16.		16.	水
17.		17.	木
18.		18.	金
19.		19.	土
20.		20.	日
21.		21.	月
22.		22.	火
23.		23.	水
24.		24.	木
25.		25.	金
26.		26.	土
27.		27.	日
28.		28.	月
29.		29.	火
30.		30.	水
31.		31.	木

# KAPITEL 1

# KAWAIIkrieg

## Die Schlacht der Maskottchen



**ALS MEINE FAMILIE UND ICH** im Taxi vom Strandbadeort Shirahama, wo wir Urlaub machten, zum nahe gelegenen Zoo Adventure World fuhren, sahen wir im Stadtbild überall das, was wir hier erwartet hatten: Cartoon-Pandas. In besagtem Zoo leben schließlich einige der seltenen Kreaturen (echte Pandas, nicht Cartoon-Pandas). Dem Taxifahrer waren unsere Blicke nicht entgangen, so fragte er: »Wissen Sie, was das Merkwürdigste ist?« Wir wussten es nicht. »Unser offizielles Maskottchen ist kein Panda, sondern ein Pinguin.« Ungewöhnliches Maskottchen für einen Sommerurlaubsort mit Strand, fanden wir. Andererseits hat der berühmte Zoo halt auch ein paar Pinguine. Der Taxifahrer erläuterte weiter: »Die haben keinen Panda genommen, weil die Angst hatten. Es gibt schon zu viele Pandas überall.« In der Cartoon-Welt, meinte er. Nicht in der richtigen Welt, wie allgemein bekannt sein sollte. »Die hatten Angst vor Copyright-Klagen.«

Mit der Panda-Lobby, auch bekannt als Big Panda, ist eben nicht zu spaßen. Die Welt der Maskottchen, die für ihre Heimatorte, lokale Unternehmen oder Spezialitäten werben, (japanisch: *yuru chara*, in etwa: ›leichte Figuren‹) ist keine, in der eitel Sonnenschein herrscht. Hier wird mit harten Bandagen gekämpft. Weich und flauschig kannst du da allenfalls von außen sein.

### Das Schweigen der Kuschartiere

Die oberflächlich weiche, flauschige und fröhliche Welt der vermenschlichten Tiere, Lebensmittel und Fantasiekreaturen, die für

Da steht ein Pferd vor dem Stand:  
Gunma-chan, Botschafter der  
Präfektur Gunma.

