

# Main Matsuri Magazin

Lust auf Japan

1/2021

4,50 Euro



## Wirtschaft & Handel

Gerhard Wiesheu über Werte,  
Gemeinsamkeiten und Chancen

日独両国における価値観、共通点、  
今後の可能性  
ゲアハルト・ヴィースホイ

## Kultur

Interaktive Versuchung in  
Tokios teamlab

## Eintracht & Co

Auf Erfolgskurs mit  
japanischen Spitzensportlern

アイントラハト  
日本人トップ選手の活躍で  
チームに貢献

## KAO=S in Frankfurt

Wie die Musik- und  
Tanz-Performance das  
Publikum aufmischt



## Reisen

Mit dem Bike auf dem  
Shimanami Kaido Radweg



## Kulinarik

Genüsse für Gaumen  
und Seele



## Festival

Cosplay – mehr als  
ein kreatives Hobby

Restaurant-  
Guide:

Authentische  
japanische Küche in  
Rhein-Main





Nintendo®

# Welcome to Animal Crossing™ New Horizons



## Entdecke die Insel der endlosen Möglichkeiten!



Ein Flug trennt dich von deinem ganz eigenen, noch völlig unbewohnten Stück Land, wo neue Freunde, wilde Entdeckungen und eine tolle Zukunft auf dich warten!

- 👉 Stürz dich aktiv ins Geschehen oder lehn dich zurück und träume – hier gibt's keine Vorgaben!
- 👉 Gehe angeln oder schwimmen und bastele oder designe jede Menge Kleider, Gegenstände und Möbel.
- 👉 Lass deiner Kreativität freien Lauf, vieles lässt sich ganz nach deinen Wünschen gestalten.
- 👉 Erlebe den Spaß gemeinsam: Bis zu acht Spieler können sich gleichzeitig auf deiner Insel vergnügen!

## DIE NINTENDO SWITCH-FAMILIE

Nintendo Switch



3 MODI  
TV-MODUS / TISCH-MODUS /  
HANDHELD-MODUS

Nintendo Switch Lite



Neu

SPEZIELL FÜR  
HANDHELD KONZIPIERT

## Liebe Japan-Freunde,

von der Idee, ein Magazin zu machen, bis zur Realisation lag nur ein Telefonat.

Da das Main Matsuri Festival 2020 pandemiebedingt ausfallen musste, und auch das Event 2021 lange Zeit infrage gestellt war, entstand in unserem Team der Wunsch aus dem Programmheft ein Magazin zu machen, in dem das Main Matsuri, aber auch viele darüber hinausgehende Themen stattfinden.

Herausgekommen ist dabei dieses Heft, das Sie heute in den Händen halten. Ein ganzjährig gültiges, hochwertiges Medium, das den Bogen spannt zwischen Kultur und Wirtschaft. Das die Vielfalt der japanischen Geschichte und Kultur ins Hier und Jetzt übersetzt und Brücken schlägt zwischen Nippon und Rhein-Main. Ein Sprachrohr für alle Gesellschaftsschichten und Generationen.

Beim Schreiben haben wir uns über das positive Feedback aus der japanisch-deutschen Community sehr gefreut und festgestellt, über wie viele Themen und Geschichten wir noch hätten schreiben können. Aber die heben wir uns für die nächste Ausgabe auf. Wir sind gespannt, wie Ihnen das Main Matsuri Magazin gefällt!

Viel Spaß beim Lesen!

### 読者の皆様

マガジンを発行するというアイデアが生まれてから、実現するまで、必要だったのはたった一本の電話で十分でした。

マイン祭りフェスティバル2020はコロナの影響で中止が余儀なくされ、2021のイベントも開催が疑問視されるという状況で、チームの中からプログラム冊子の代わりにマガジンを作りたいという要望が電話で伝えられました。マガジンの中で、マイン祭りや、その他のテーマも「開催する」というアイデアです。

その結果が、今皆様がお手に取られている本号です。一年を通して有効な情報を提供し、文化から経済に至る話題を扱うハイバリューなメディアとして、日本の歴史と文化の多様性を「今」と「ここ」に伝えます。日本とライン・マインの架け橋であり、社会のあらゆる階層と世代の人々を繋ぐ発信源でもあります。

編集においては日独コミュニティから嬉しいフィードバックが多数寄せされました。また今回、掲載できない話題やストーリーが数多くあることに気づきました。それらについては次号を楽しみにしてください。マイン祭りマガジンをご愛読頂ければ幸いです。

どうぞお楽しみください。

発行人 ノーマン・ザイデル



Norman Seidel  
Herausgeber

# Darf eine Bank Werte noch wichtiger finden als Zahlen?



## Wir sind so frei.

Natürlich geht es auch bei uns um Zahlen – und das schon seit unserem Gründungsjahr 1674. Aber die Erfolgsgeschichte unseres Hauses war nur möglich, weil wir stets auf der Grundlage unveränderlicher Werte agieren: Unternehmergeist, Menschlichkeit und insbesondere Unabhängigkeit von fremden Einflüssen. Sie möchten gern wissen, wie diese Philosophie auch für Siezählbare Erfolge bringen kann? Seien Sie so frei und besuchen uns: [www.metzler.com](http://www.metzler.com)



© JNTO

# Erlebe Japan!

20

## Business

Interview mit Gerhard Wiesheu	6
50 Jahre Hojinkai	10
Vermittler zwischen den Wirtschaftswelten	12
Weltstadt vor den Toren Tokios	13
Städtepartnerschaft Frankfurt-Yokohama	14
Japamburg - Networking 2.0	16
In Bestzeit nach Tokio	17
160 Jahre deutsch-japanische Freundschaft	18
KAI KÔ - Made in Japan	19

## Kultur

Digital Arts Museum Tokio	20
Persönlich - Masumi Knoblauch	22
Sprache als Bindeglied der Kulturen	24

## Kompakt

News & Facts	26
--------------	----

## Festival

Portrait KAO=S	28
Japan Community	30
Main Matsuri Merchandise	32

## Reisen

Japan's Geheimtipp auf zwei Rädern	34
Ein Bad für alle Sinne	36

## Essen & Trinken

Soulfood	38
Sake - Saft der Götter	40
Kulinarik für Genießer	41
Restaurant-Guide	44
Food & More	45

## Wohnen & Design

Lebensräume	48
Wohnaccessoires Japan-Style	50

## Kunst & Szene

Graffiti-Projekt - Stay Connected	52
Maskottchen	54
Nachhaltigkeit begreifbar machen	56
Mekka für Buchliebhaber	57
Sailor Moon trifft Doctor Strange	58
Koneko bringt Japan nach Deutschland	62
Deutsch-japanischer Podcast	63

## Sport & Leben

Kendo - Der Tanz mit dem Schwert	64
Japan-Connection	66

## Magazin

Editorial	3
Partner	68
Impressum	69





GERHARD WIESHEU

# Werte, Gemeinsamkeiten und Chancen

Von den engen Beziehungen zwischen  
Japan und Deutschland -  
trotz großer Entfernung und kultureller Unterschiede

**MMM: Herr Wiesheu, Japan ist vor allem wegen der bevorstehenden Olympischen Spiele in Tokio in aller Munde, aber auch ansonsten ist es erstaunlich, wie lebendig und intensiv der Austausch zwischen Japan und Deutschland ist, wenn man bedenkt, dass zwischen beiden Ländern 9.000 km liegen.**

**Woran liegt das Ihres Erachtens?**

**Gerhard Wiesheu:** Sie haben Recht: Auf den ersten Blick ist es überraschend, dass die Beziehungen zwischen Japan und Deutschland auf politischer, wirtschaftlicher und persönlicher Ebene sehr eng sind. Hinzu kommen große kulturelle Unterschiede zwischen beiden Nationen.

Ich glaube, dass ein Grund für die guten Beziehungen in den vielen Parallelen beider Länder liegt. Beide haben sich erst spät im 19. Jahrhundert als moderne Nationalstaaten etabliert; schrieben mit einem falsch verstandenen Nationalismus das dunkelste Kapitel ihrer jeweiligen Geschichte. Und nach dem Zweiten Weltkrieg konnten Japan und Deutsch-

land dank US-Hilfe schnell mit dem Wiederaufbau beginnen – der dann in ein Wirtschaftswunder mündete.

Zudem haben in beiden Gesellschaften die Naturwissenschaften und vor allem die Ingenieurskunst einen hohen Stellenwert, sodass sich eine vergleichbare Wirtschaftsstruktur mit einer großen Automobilbranche und einem starken Maschinenbau herausgebildet hat. Entsprechend sind die Herausforderungen auf dem Weg zu »Net Zero« ähnlich. Als eine Schlüsseltechnologie für die Klimaneutralität rückt grüner Wasserstoff immer mehr in den Fokus – bei der Weiterentwicklung dieser Technologie eröffnen sich für beide Länder viele neue Kooperationschancen.

Last but not least sind die deutschen und japanischen Industrieunternehmen aufgrund ihrer kleinen Heimatmärkte auf einen freien Zugang zu den Weltmärkten angewiesen. Somit haben beide Länder ein ausgeprägtes gemeinsames Interesse am Freihandel und an der Weiterentwicklung der Globalisierung.

**Sie sind Partner des Frankfurter Bankhauses Metzler. Ein Haus mit großer Tradition, über 340-jähriger Geschichte und noch heute im ausschließlichen Familienbesitz. Was sollte man auf jeden Fall noch über das Bankhaus Metzler wissen?**

Seit den Anfängen als Tuchhandlung im Jahr 1674 geht das Bankhaus Metzler konsequent seinen eigenen Weg – daher nennen wir uns auch »Die Bank mit Eigen-Sinn«. Stets bestimmt ausschließlich der Auftrag des Kunden unser Handeln – parallel dazu haben wir keine gegenläufigen Geschäftsinteressen. Der professionelle Rat in allen Kerngeschäftsfeldern beruht neben der Unabhängigkeit auf Spezial-Know-how: Um für die Kunden zuverlässig Werte zu schaffen und zu erhalten, entwickeln wir unsere Leistungen ständig zukunftsorientiert weiter. Unverändert bleiben jedoch unsere Grundsätze und Unternehmenswerte: Unabhängigkeit, Unternehmergeist und Menschlichkeit. Sie sind Kern der Tätigkeit

**i**

## Zur Person

und Basis von Metzlers Integrität.

**Traditionen und Werte spielen beim Familienunternehmen Metzler also eine große Rolle. Inwiefern prägt dies auch das Engagement von Bank und Familie über das Bankgeschäft hinaus?**

Für uns ist es seit jeher selbstverständlich, unseren Erfolg mit der Gemeinschaft zu teilen. Da halten wir es mit Henry Ford, der sinngemäß einmal gesagt hat, dass ein Unternehmen, das nur Geld verdient, ein armes Unternehmen ist.

1998 mündeten unsere zum Teil jahrhundertelangen Initiativen in die Metzler-Stiftung. Mit ihr bauen wir unser Engagement in ganz Deutschland und auch Europa durch neue Ideen aus. Außerdem hoffen wir, dass unser Vorbild auch weitere Unternehmen oder Privatpersonen motiviert, sich ebenfalls für Frankfurt am Main und die Region zu engagieren. Anstiften zum Stiften nennen wir das.

**Wenn man nach Ihnen im Internet sucht, dann fallen schnell Ihre zahlreichen Ehrenämter auf. Sie scheinen sich mit großer Freude für vielfältige Initiativen einzusetzen.**

Der Schein trügt keineswegs. Für mich als bekennender christlich-sozialer Mensch ist es eine große Freude, meine privilegierte Position für die Belange der Gemeinschaft einzusetzen und damit Projekte zu realisieren. Daher bin ich dankbar und stolz, in einer Bank zu

Gerhard Wiesheu ist seit 2001 für das Bankhaus B. Metzler seel. Sohn & Co. KGaA tätig. 2015 wurde er in den Kreis der persönlich haftenden Gesellschafter und 2012 in den Vorstand der B. Metzler seel. Sohn & Co. Holding AG aufgenommen. Seit 2002 ist Gerhard Wiesheu Mitglied des Partnerkreises B. Metzler seel. Sohn & Co. Holding AG und verantwortlich für das Geschäftsfeld Asset Management. Er gehört seit 2017 Vorstand und Präsidium von Frankfurt Main Finance an, dem er seit 2020 als Präsident vorsteht und hat insbesondere die Aktivitäten zur Anwerbung japanischer Finanzinstitute maßgeblich unterstützt. Gerhard Wiesheu ist seit 2011 Vorstandsvorsitzender des Deutsch-Japanischen Wirtschaftskreises und bereits seit 1987 im Japan-Geschäft aktiv.

werden Kunden aus Japan bei ihren Immobilieninvestments in den USA und Deutschland betreut.

**In welchen Institutionen und Initiativen mit Japan-Fokus engagieren Sie sich denn konkret?**

Erlauben Sie mir, auf drei Projekte stellvertretend etwas näher einzugehen. Zunächst möchte ich das Engagement des Bankhauses für Nippon Connection nennen – eine Erfolgsgeschichte aus Frankfurt am Main, die mir sehr am Herzen liegt. Schon seit 2006 begleiten wir das Team um Festivalleiterin Marion Klomfass auf seinem Weg von einer studentischen Initiative zum weltweit größten Festival für japanischen Film. Wir sind stolz, Teil dieser Erfolgsgeschichte zu sein.

Die japanisch-deutschen Beziehungen lassen sich auf vielfältige Weise fördern – das zeigt das abwechslungsreiche Angebot des Japanisch-Deutschen Zentrums Berlin (JDZB). Ich freue mich sehr, dass ich hier in meiner Funktion als Stiftungsratsvorsitzender des JDZB die Möglichkeit habe, den Dialog zwischen beiden Ländern aktiv zu begleiten und mitzustalten. Als gemeinnützige Stiftung setzt sich das JDZB bereits seit 1985 für den Austausch auf den Ebenen Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Gesellschaft und Politik zwischen Japan und Deutschland aber auch international ein. Dabei werden bewusst Synergien mit Projekten und Aktivitäten von Kooperationspartnern gesucht.

Mein drittes Engagement, das ich nennen möchte, ist der Deutsch-Japanische Wirtschaftskreis (DJW), dem ich vorstehen darf. Der DJW wurde 1986 gegründet und ist als tragfähiges Netzwerk zum Austausch unter seinen Mitgliedern, Partnern und Freunden bis heute zur größten überregionalen Plattform für Wirtschaftsfragen gewachsen. Wenn man den Weg der 160-jährigen Beziehungen zwischen Deutschland und Japan betrachtet, hat der DJW immerhin mehr als ein Fünftel dieser Zeit mitgestaltet und aktiv geformt. Ich betone dies, da besonders in der Zusammenarbeit mit Japan ein langfristig aufgebautes, vertrauensvolles Verhältnis Grundstein für den Erfolg ist; Japan ist kein Markt für Schnellschüsse oder Kurzentschlossene, hier Fuß zu fassen bedarf Geduld, Zeit und – ja auch Nerven. Der DJW verbindet Menschen in beiden Ländern, ➤



© Bankhaus Metzler, Frankfurt /Main

**Deutschlands ältestes Bankhaus in ununterbrochenem Familienbesitz.**

› rückt vielfältige Wirtschaftsthemen in seinen Fokus und ermöglicht so einen gleichberechtigten, inklusiven Dialog zwischen allen Mitwirkenden.

### **Welche Themen werden uns bei den Wirtschaftsbeziehungen zwischen Japan und Deutschland in Zukunft begleiten?**

Ich hatte es kurz angesprochen, für beide Volkswirtschaften ist der regelbasierte, freie Welthandel von enormer Bedeutung für das Wirtschaftswachstum. Daher müssen wir die globalen Entwicklungen nicht nur unserer wichtigen Handelspartner wie China und den USA, sondern auch in Drittländern beobachten, auf deren Märkten wir tätig sind. Globalisierung, stabile Lieferketten, aber auch nachhaltige Investitionen und Klimaneutralität sind wichtige Fragen, die es gesellschaftlich wie wirtschaftlich zu lösen gilt. Dabei spielt heute wie morgen die Digitalisierung eine große Rolle, ebenso die Entwicklung und Förderung neuer Technologien beispielsweise zum effizienten Einsatz des Energieträgers Wasserstoff, zur weiteren Erforschung des Weltraums und zur Gestaltung verantwortungsbewusster Produktionsmuster.

### **Sie sind seit Oktober 2020 außerdem der neue Präsident der Finanzplatzinitiative Frankfurt Main Finance. Haben Sie auch dort Kontakte zu Japan?**

Auch bei Frankfurt Main Finance pflegen wir traditionell gute Beziehungen zu japanischen Vertretern aus der Finanzwirtschaft. Der Brexit hat die Präsenz japanischer Banken am wichtigsten Finanzplatz in Kontinentaleuropa noch verstärkt – sie waren die ersten, die nach dem Brexit-Votum der Briten ein klares Bekenntnis zum Standort Frankfurt als EU-Zentrale abgegeben haben: Bestehende Niederlassungen japanischer Banken in Frankfurt wurden ausgebaut oder komplett von London an den Main verlagert. Heute gibt es regelmäßige, gegenseitige Besuche von Finanzplatzvertretern und gemeinsame Veranstaltungen, wie zum Beispiel den Vortrag eines Nomura-Vertreters zu »Gapponshugi« im Rahmen der »Food for Thought«-Vortragsreihe von Frankfurt Main Finance und dem Auslandsbankenverband.

**Herr Wiesheu, wir danken Ihnen herzlich für das Gespräch.** 

## 日独両国における価値観、共通点、今後のチャンス

Wiesheuさん、日本は特に今東京オリンピック開催を間近に控えて注目されていますが、それを除いても、日本とドイツの間には9,000kmもの距離があるにもかかわらず、活発で緊密な交流が行われているのは驚きです。その理由はどこにあるのでしょうか？

その通りです。日本とドイツの関係は、政治的、経済的にも、そして個人々々の間においても、非常に緊密であることは一見すると驚くべきことです。また、両国の間には文化面での大きな違いもある訳ですから。

良好な関係の理由の一つは、両国間に多くの類似点があることだと思います。ドイツと日本が近代的な国民国家としての地位を確立したのはいずれも19世紀後半になってのことでした。両国共に誤ったナショナリズムのイデオロギーによって、各々の歴史における最暗黒の1ページを刻んでしまった過去を経験しています。また、第二次世界大戦後、日独両国共にアメリカの援助により速やかに復興に着手し、それは共に奇跡の経済成長に繋がったのです。

また、どちらの社会も自然科学を重視し、高度な技術力に重きを置いていたり、大規模な自動車産業や競争力の高い機械工学等の分野で、お互い比肩すべき高いレベルの経済構造を構築しています。同時に、両国は今日共にカーボンニュートラル(温暖化ガス排出実質ゼロ)を目指す、というチャレンジングな環境課題の達成に直面しています。カーボンニュートラル達成のための鍵を握るテクノロジーとして、グリーン水素に対しより一層の注目が集まっています。このテクノロジーの更なる開発において、両国には多くの新たな連携の可能性が期待されています。

最後になりましたが、日独両国の企業は、国内市場規模が比較的小さいために、世界市場への自由なアクセスが必要不可欠となっています。両国共に自由貿易とグローバル

リゼーションのさらなる発展に共通の強い関心を持っている、ということが言えると思います。

ヴィースホイさんは、フランクフルトの名門プライベートバンクであるB. メツラー・ゼール・ゾーン & Co. AGの代表取締役の地位にあられますね。偉大な伝統と340年以上の歴史を持ち、今日まで一貫してメツラ一家所有で運営されているバンクハウス・メツラーについてさらにお伺い出来ることはありますか？

バンクハウス・メツラーの源流は、織物商を創業した1674年に遡ります。以来、一貫して独自の道を歩んできました。そのため、私たちは自らを「ゆるぎない独立性を貫く銀行」と呼んでいます。私たちの業務は常に顧客からの委託に基いてのみ行われ、ビジネス上の利益相反が発生することはありません。私たちは、全主要事業分野において、独立性だけでなく、専門的なノウハウに基づいたプロフェッショナルなアドバイスを提供しています。顧客が信頼するに足る価値を創造し、維持するために、常に将来を見据えたサービスを追求しています。しかしながら、独立性、起業家精神、人間性といった当社の理念や企業価値は不变のものです。これらは、私たちの活動の中核であり、メツラーの誠実さの基盤となっています。

伝統と価値が家族経営企業であるメツラーグループのビジネスにおいては非常に大きな役割を果たしている、ということですね。伝統と価値というものが通常の銀行業務を超えて、銀行と家族のコミットメントにどの程度まで影響を及ぼしているのでしょうか？

私たちにとって、我々を取り巻くコミュニティと自己の成功を分かち合うことは、常に当然のことでした。私たちは、かつてヘンリー・フォードが意義深くも述べた「金儲けだけの会社は貧しい会社

**Außenansicht des Erweiterungsbau, Städels Museum, Frankfurt am Main.**





© Bankhaus Metzler, Frankfurt / Main

## Frankfurt – die moderne Finanzmetropole am Main.

だ」という言葉に賛同します。

1988年には、数世紀に亘って行われてきた私たちの取組みが、メッツラー財団として結実しました。これにより、私たちは新たなアイデアをもって、ドイツだけでなく、欧州全体にコミットメントを拡大しています。私たちの活動事例が、他の企業や個人の方々にもフランクフルト・アム・マイン、およびその周辺地域に積極的に尽力して頂く1つの契機となることを願っています。これを私たちは「支援を呼び起こす」と呼んでいます。

**Wiesheuさん、インターネットでお名前を検索すると、すぐに数々の名誉ある役職に就かれていることが判ります。様々な取り組みを行うことに大きな喜びを感じているようですね。**

確かに、私の場合はまさにその通りかもしれません。キリスト教社会主義を公言している私にとって、自分の恵まれた立場を地域社会の便益のために活用し、様々な取組みを実現していくことは大きな喜びです。その意味で、社員の自発的な取組みを評価するのみならず、その能力を最大限に發揮することを奨励している銀行で働くことに感謝し、誇りに思っています。

**評議員会や諮問委員会のメンバーであることに加えて、アジア、より厳密に言えば日本への強い関心と言及が目立ちます。この背景には何があるのでしょうか？**

私は長年日本で仕事をし、生活していましたが、その長い経験を通じて日本の生活様式を非常に尊び、評価するようになりました。それに加えて、私の妻は日本人ですので、個人的にも「日出する国」の文化やメンタリティにより深く触れることができます。ですから、日本の底知れぬ多様性をドイツにおいて理解してもらい、文化の架け橋となり、お互いの遠慮や偏見を取り除いていくことは、私にとって極めて大切なことなのです。もちろん、これは反対に日本におけるドイツ文化への理解促進についても当てはまります。

さらに言えば、メッツラーグループも日本とは長年に亘るビジネス上の結び

つきがあります。日本の金融の中心である東京に2001年に設立されたメッツラー・アセット・マネジメント・ジャパン株式会社は、今年設立20周年を迎えますが、同社の社員は今日においては、日本の機関投資家の皆様にとっての窓口としての役割も担っております。また、日本企業のドイツ市場における企業取引に関するアドバイスもますます重要になってきております。日本の顧客の対米、対ドイツ不動産投資についての支援も実施しています。

**日本に焦点を当てて具体的にどのような組織、または試みにご参加されていますか？**

ここでは、3つの取組みについて紹介させて頂きます。最初に、フランクフルト・アム・マインの成功事例であり、メッツラーグループとして取組み、私にとても非常に身近な存在である「ニッポン・コネクション」を紹介したいと思います。2006年以来、映画祭ダイレクターのマリオン・クロムファス氏を中心としたチームを支援しており、学生の発案から始まった企画が今や世界最大の日本映画祭へと発展しております。我々もこの成功事例の一端を担えたことを誇りに思います。

日独関係を促進していくには様々な方法が考えられますが、その1つとしてベルリン日独センター(JDZB)の様々な活動を紹介致します。私は、JDZB評議会の会長として、日独両国間の対話の積極的な支援・具体化のための一助となれていることを大変喜ばしく思っております。JDZBは、1985年に設立された非営利財団で、日独間のみならず、国際間の経済、科学、文化、社会、政治の分野での交流を推進しています。そこでは、意識的に協働パートナー間のプロジェクトや活動におけるシナジー効果達成を求めていきます。

3番目の積極的な取組みとして、私が理事長を務めさせて頂いている日独産業協会(DJW)を挙げたいと思います。同協会は1986年に設立され、各種法人・組織・個人会員、支援企業等の長期的な交流を目的としたネットワークとして設立され、今日、経済産業関連の日独両国を繋ぐ最大のプラットフォームに成長しました。日独修好160周年の軌跡に鑑みれば、DJWはその支援、形成の5分の1以上に積極的に係わってきたことになります。特に日本との協力関係において

は、長い年月をかけて構築した長期的信頼関係が成功の礎になる、ということを強調させて頂きたいと思います。日本市場は、即断即決や瞬時の判断が必要となる市場ではなく、足がかりを得るためにには、辛抱し、時間をかけ、そしてそう、忍耐が必要です。DJWにおいては、日独両国の様々な人々が知遇を持つことが出来、各種の経済産業関連テーマに焦点を当て、全参加者が同等の立場で包括的な対話を参加出来ます。

**今後の日独間の経済関連事項として、どのようなテーマが挙げられるでしょうか。**

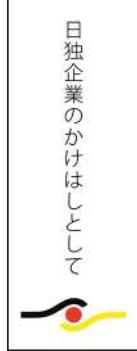
両国の経済にとって、ルールに基づいた自由な世界貿易が経済成長にとって非常に重要なことを既に簡単に述べさせて頂きました。そのため、中国や米国などの主要な貿易相手国だけでなく、私たちが事業を行うマーケットがある第三国の動向をも注視する必要があります。健全なグローバリゼーションの維持、安定したサプライチェーン構築に加え、持続可能な投資やカーボンニュートラルは、社会的にも経済的にも解決すべき重要な課題です。既に今日においてDXは重要テーマとなっていますが、加えて、新技術の開発および促進が求められる分野として、水素エネルギーの効率的な利用促進、宇宙開発、企業責任を意識した生産規範の構築等が挙げられるでしょう。

**Wiesheuさんは、特に2020年10月からは、金融センター構想「フランクフルト・マイン・ファイナンス」の新理事長も務めていますね。そこでも日本との接点があるのでしょうか？**

フランクフルト・マイン・ファイナンスでは、従来から日本の金融業界からの代表の方々と良好な関係を保っています。Brexitにより、欧州大陸で最も重要な金融センターであるフランクフルトにおける邦銀の存在感はさらに高まっています。邦銀は、英国のEU離脱決定後、いち早くEUにおける金融の中心としてのフランクフルトへの明確なコミットメントを表明しました。フランクフルトに存在する邦銀の既存拠点の拡張、またはロンドンからフランクフルトへの完全な移転を実施したりしたのです。現在では、金融センターの代表者が定期的に相互訪問したり、共同イベントを開催したりしています。例えば、フランクフルト・マイン・ファイナンスと外国銀行協会の「Food for Thought」レクチャー・シリーズの一環として、野村証券の代表の方が「合本主義」について講演を実施しました。

**Wiesheuさん、インタビューにお答え頂き、誠に有難うございました。**

# 50 Jahre Hojinkai



Die Übersetzung: Wir sind eine Brücke zwischen den japanischen und deutschen Unternehmen.

Die Verbindung zwischen Hessen und Japan hat eine lange Tradition. Dies liegt insbesondere daran, dass japanische Unternehmen in den 1960er und 70er Jahren weltweit expandierten. Dabei wurde Frankfurt am Main in Mitteleuropa ein wichtiger Stützpunkt u.a. für japanische Fluggesellschaften, Banken und Wertpapierfirmen, Automobilhersteller, Elektrofirmen, Chemieunternehmen, Transportfirmen und Reisebüros.

Mit der zunehmenden Anzahl der in der Region lebenden japanischen Geschäftsleute und deren Familien ergab sich ein großes gemeinsames Anliegen, nämlich die schulische Ausbildung der japanischen Kinder in Frankfurt. So entstand 1971 die Vereinigung der Japanischen Unternehmen Frankfurt e.V. (Hojinkai), bestehend aus 36 japanischen Unternehmen, die eine japanische Ergänzungsschule für japanische Kinder ins Leben rief. Seitdem war die Vereinigung der japanischen Unternehmen Frankfurt e.V. bis zur Fertigstellung des Ganztagsschulgebäudes im Mai 1989 eng mit der Japanischen Internationalen Schule verbunden. 1995 wurde die Vereinigung der japanischen Unternehmen Frankfurt e.V. von einem freiwilligen zu einem eingetragenen Verein aufgewertet, wie sie es heute noch ist.

## Eine Schule war der Start

Zu den vielfältigen Aktivitäten, die die Hojinkai gemeinsam mit anderen Organisationen und Verbänden anbietet, zählen u.a. das japanische Neujahrsfest, Wirtschaftsgespräche in Kooperation mit der Deutsch-Japanischen Gesellschaft, Rechts- und Steuerseminare in Zusammenarbeit mit der Japanischen Industrie- und Handelskammer Düs-

seldorf, der »Japan-Tag« und das Main Matsuri Festival. Darüber hinaus organisiert die Vereinigung der japanischen Unternehmen Frankfurt e.V. auch selbstständig Sportveranstaltungen (Futsal, Golf, Tennis, Softball) sowie kulturelle Events (Vorträge, Kulturseminare, Konzerte etc.). Außerdem unterstützt sie das japanische Filmfestival »Nippon Connection«.

◀  
mcb



## Kurz und knapp

Die Vereinigung der Japanischen Unternehmen Frankfurt e.V. (Hojinkai) besteht heute aus 170 japanischen Unternehmen, 18 Sondermitgliedern (Firmen) und rund 50 Einzelpersonen, ist aber offen für jeden, der Interesse an Japan hat - unabhängig von der Nationalität. Auch deutsche Unternehmen, die Geschäftsbeziehungen mit Japan haben, sind willkommen.

→ [www.hojinkai.de](http://www.hojinkai.de)





## FASZINIEREND — BUNT — JAPAN

Erleben Sie Japans viele Facetten - die Kultur, die uralten Traditionen, die coolen Innovationen, einzigartige Speisen und faszinierende Aromen. Tauchen Sie ein in unvergessliche Erlebnisse.

Entdecken Sie Japan schon bei uns an Bord. ANA fliegt Sie täglich von Deutschland nach Tokio und darüber hinaus in die ganze Welt.

We Are Japan.

[www.anaskyweb.com](http://www.anaskyweb.com)



#WeAreJapan



**ANA**  
Inspiration of JAPAN



# 25 Jahre Vermittler zwischen den Wirtschaftswelten

Die Gründung eines Unternehmens hat ihre Tücken. Kommen dann noch steuerrechtliche Sachverhalte eines anderen Landes hinzu, wird dieses Vorhaben zu einer großen Herausforderung, denn jedes Land hat seine eigenen Gesetze und Vorschriften.

Hier kommt Wedding & Partner ins Spiel: Seit 25 Jahren bietet die in Frankfurt an der Börse ansässige Kanzlei Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung für Unternehmen aller Art und Größe. Eine Besonderheit ist hierbei der Japanese Desk, der ein Bindeglied zwischen den Wirtschaftswelten ist. Wedding & Partner stellt seinen Mandanten eine qualifizierte und umfassende Beratung in allen Bereichen der geschäftlichen Aktivitäten in Deutschland zur Seite.

Dabei wird jeder Mandant individuell betreut, denn Sachverhalte können gerade im Hinblick auf japanische (Mutter-)Konzerne sehr spezifisch sein. Die Leistungen umfassen alle Tätigkeiten: von der Unternehmensgründung in Deutschland über die Finanz- und Lohnbuchhaltung bis zur Erstellung von Jahresabschlüssen, Steuererklärungen und Transferpreis-Dokumentationen.

Auch Expatriates von japanischen Unternehmen berät Wedding & Partner während ihres Aufenthalts in Deutschland. Neben der Klärung lohnsteuerlicher und sozialversicherungsrechtlicher Fragestellungen erstellen muttersprachliche Mitarbeiter die privaten Einkommensteuererklärungen und erläutern die Besonderheiten des deutschen Steuerrechts in japanischer Sprache.

Bei Wedding & Partner steht der Mandant im Fokus aller Tätigkeiten. Am Ende stehen Lösungen, die individuell erarbeitet sind und auch auf komplexe Sachverhalte flexibel eingehen. Als besonderen Service bietet Wedding & Partner zudem regelmäßig Mandantenseminare zu steuerlichen Themen auch in japanischer Sprache an. → Weitere Infos unter [www.wedding-partner.de](http://www.wedding-partner.de)

Für japanische  
Unternehmen und  
Privatkunden am  
Start: das Team von  
Wedding & Partner.

## 経済界の橋渡し役として

ドイツに進出し、会社を設立することは容易なことはありませんが、それに加えて各国の税務事情や法規定をも考慮しながらビジネス活動を行うことは、更に大変なことです。

弊社Wedding&Partner税理士法人は、経済界の橋渡し役として、設立以来25年間あらゆる分野や規模の企業における会計・税務や監査に携わってまいりました。フランクフルト市を中心にあるフランクフルト証券取引所の隣に事務所を構え、ドイツで活動する企業の皆様をプロフェッショナルかつ包括的な税務アドバイスでサポートしております。日系企業のクライアントの皆様においては特に、親会社との関係も含め、様々な事情や背景を把握しながら、ニーズに合った最善のアドバイスを提供しております。

弊社のサービス内容はドイツでの事業拠点設立サポート、月次記帳業務や給与計算代行、決算報告書や各種確定申告書の作成、また移転価格文書の作成など多岐にわたります。これに加え、日本の出向者の方々からの給与や社会保障などに関するご質問、個人所得税確定申告書の作成など個人的な税務相談も承っております。また弊社では、各種税務相談のほか、日本人の方々を対象とした税務セミナーを定期的に開催し、税務上の注意点やリスクを日本語で紹介する機会も設けております。

詳しいサービス内容については弊社ウェブサイトにございますので、是非ご高覧ください。→ [www.wedding-partner.de](http://www.wedding-partner.de) 



# Weltstadt vor den Toren Tokios

beide © City of Yokohama



**Superlative ist Yokohama gewohnt. Die Stadt, die Anfang des 19. Jahrhundert noch ein idyllischer Fischerort war, ist heute einer der bedeutendsten Industriestandorte Japans. Als zweitgrößte Metropole des Landes und Teil der Wirtschaftsregion Yokohama-Tokio ist sie die erste Wahl, wenn es um die Standortsuche für Niederlassungen ausländischer Unternehmen in Japan geht.**

**D**er Tiefseehafen von Yokohama stellte sich als entscheidender Faktor für den eindrucksvollen Aufstieg der Stadt zur Wirtschaftsmetropole heraus. Vor über 150 Jahren war es der erste Hafen, an dem sich ausländische Unternehmer niederlassen und Handel betreiben durften. Heute ist er eine Einheit mit dem östlich gelegenen Hafen von Tokio und damit der führende Handelsumschlagplatz der Region. Zusammen mit Tokio und Kawasaki bildet Yokohama die größte Metropolregion der Welt mit rund 35 Millionen Menschen.

Die Lage vor den Toren der japanischen Hauptstadt erweist sich auch als Wirtschaftsstandort sehr wertvoll. Rund 200 ausländische Firmen haben in Yokohama ihren japanischen Hauptsitz. Mit den nahegelegenen internationalen Flughäfen Haneda und Narita ist ein einfacher Zugang zur ganzen Welt gewährleistet. Obendrein ist die Infrastruktur von Yokohama so günstig, dass man nur 24 Minuten benötigt, um nach Tokio

zu gelangen. Die Shinkansen-Hochgeschwindigkeitszüge verbinden die Stadt überdies mit anderen wichtigen Geschäftszentren in Japan.

Yokohamas Wirtschaft ist breit aufgestellt und versammelt Unternehmen verschiedener Größen und Branchen: von Weltklasse-Unternehmen bis hin zu kleinen und mittleren Unternehmen mit fortschrittlichen Technologien. Durch die Koordination zwischen diesen Unternehmen und Technologien bietet Yokohama das Potenzial, neue Unternehmen in den Bereichen Automobil, Medizin, IT und Kommunikation, Bauindustrie sowie Forschung miteinander zu vernetzen. Viele der in Yokohama ansässigen Unternehmen sind weltweit führend in der High-Tech-Fertigung und setzen globale Standards in der Forschung und Entwicklung fortschrittlicher Technologien.

In der Wirtschaftsförderung setzt Yokohama insbesondere auf die Bereiche Biotechnologie und die IT-Wirtschaft.



## Incentive-Programm

Als Partnerstadt von Frankfurt am Main gibt es einen regen Austausch zwischen beiden Metropolen. Seit nunmehr zwanzig Jahren unterstützt das City of Yokohama Europe Representative Office in Frankfurt Unternehmen aus Europa beim Markteintritt.



**Takehiro Kuribayashi** (Bild), Chief Representative und sein Team beraten Unternehmen jeder Größe auf ihrem Weg nach Yokohama.

Zusätzlich gibt es ein Incentive-Programm, das Unternehmen auch finanziell bei diesem Schritt fördert. Bewerbungen können noch bis zum 28. Dezember 2021 eingereicht werden.

→ Weitere Informationen unter [www.yokohama-city.de](http://www.yokohama-city.de)  
E-Mail: [info@yokohama-city.de](mailto:info@yokohama-city.de)

So haben allein 3.500 IT-bezogene Unternehmen in Yokohama ihren Sitz. Im Rahmen der Yokohama Science Frontier entwickelt die Stadt biobezogene Industrien. Weltweit führend ist in dieser Sparte das RIKEN Yokohama Institut.

Yokohama ist eine weltoffene Stadt mit 100.000 ausländischen Staatsbürgern. Es gibt rund 30 Universitäten und Fachhochschulen, zu denen auch zehn internationale Schulen zählen, wie die Deutsche Schule Yokohama.

mcb

Zehn  
Jahre

# Städtepartnerschaft

Als im September 2011 der Partnerschaftsvertrag zwischen Frankfurt und Yokohama unterzeichnet wurde, hatten beide Städte sich zunächst auf drei Bereiche festgelegt: Wirtschaft, Klimawandel und Creative Cities/Kultur. Ein großer Vorteil war auch, dass die Stadt Yokohama bereits im Jahr 1997 ein eigenes Repräsentanzbüro in Frankfurt am Main gegründet hatte. Damit konnten die Herausforderungen einer geografischen wie auch der Sprachbarriere entfallen.

Der Rahmen für den Auftakt der Städtepartnerschaft hätte passender nicht sein können: Im gleichen Jahr war ausgerechnet Frankfurt Ausrichterin der Japan Week, der jährlich an wechselnden Orten stattfindenden, offiziellen japanischen Kulturwoche. Somit stand der Beginn dieser Freundschaft bereits unter einem guten Zeichen. Ein Jahr später unterzeichneten die Deutsch-Japanische Gesellschaft und die Japanisch-Deutsche Gesellschaft ein Kooperationsabkommen, aus dem regelmäßige Austausche und zahlreiche Aktivitäten hervorgegangen sind. Gleichzeitig gründeten sich auch das Frankfurt-Yokohama-Citizens Network, etwa ein Jahr nach Gründung des Friendship Committee in Yokohama. Beide haben als Freundschaftsvereine in beiden Städten bisher viele Aktionen durchgeführt und begleitet.

Seit in Frankfurt das Repräsentanzbüro der Stadt Yokohama eröffnete, wurde der Austausch der beiden Städte vertieft. So folgte be-

reits im Jahr 2009 eine Abordnung des Frankfurter Magistrats der Einladung zum Hafenjubiläum in Yokohama. Nachdem 2010 die förmlichen Grundlagen bereits in Vorbereitung waren, besuchte eine Delegation unter Leitung des Frankfurter Kulturdezernenten in 2011 die de-

signierte Partnerstadt anlässlich der Yokohama Triennale, nur wenige Tage vor dem verheerenden Tsunami, der Teile der japanischen Küstenprovinzen verwüstete. In dieser Situation bewährte sich erstmals das neu geflochtene Band der Städte: Die Katastrophenhilfe der Stadt Frankfurt für die schwer getroffenen Gebiete konnte mithilfe Yokohamas rasch und effizient eingesetzt werden.

Die zehn Jahre seit dem Beschluss der Städtepartnerschaft waren von regelmäßigen und aktiven Austauschen geprägt. Verabredungsgemäß erfolgte nach drei Jahren eine Überprüfung der Städtepartnerschaft. Es war dabei offensichtlich, dass die Verbindung zwischen Frankfurt und Yokohama sehr intensiv geblebt wird, und so wurde nach Ablauf der zweiten Periode der selbst auferleg-



Andreas Vanhorn  
©

ten „Probezeit“ wie selbstverständlich als ein weiteres Feld unter dem großen Bereich der Creative Cities/Kultur 2017 der Schulaustausch durch ein Partnerschaftsabkommen der Sakuragaoka High-School und der Schule am Ried hinzugefügt.

Städtepartnerschaften basieren auf der Begegnung der Menschen: auf Bürgerebene, etwa in Schulen und Vereinen, ebenso wie auf der offiziellen politischen Ebene. Auch hier besteht ausgeprägtes Interesse und der gegenseitige Wille zur Pflege und stetigen Vertiefung der noch jungen Beziehungen.

Yokohamas Oberbürgermeisterin, die bereits den Auftakt der Verbindung mitgestaltete, hatte in der Folge Frankfurt mehrfach besucht. Umgekehrt haben regelmäßige Gegenbesuche der Frankfurter Stadtoberhäupter in der zweitgrößten Stadt Japans in den vergangenen zehn Jahren zum Aufbau von Freundschaft und Vertrauen beigetragen. Was aber kennzeichnet diese Städtepartnerschaft, außer den gegenseitigen Besuchen und dem Unterzeichnen gemeinsamer Papierre?

Es ist vor allem die Vernetzung der Akteure, die die Städtepartnerschaft aktiv gestaltet und belebt. So arbeiten in Frankfurt die Deutsch-Japanische Gesellschaft, das Frankfurt-Yokohama Citi-

zens Network, aber auch der japanische Unternehmerverband, zu dessen Mitgliedern bekannte japanische Firmen gehören, und weitere Institutionen, insbesondere Bildungseinrichtungen wie die Schule am Ried bis hin zu den Hochschulen bei Projekten untereinander wie auch mit ihren Partnerorganisationen in Yokohama eng zusammen. Sie organisieren und unterstützen Veranstaltungen und leisten damit wertvolle Beiträge zur Städtepartnerschaft. Sowohl das Repräsentanzbüro der Stadt Yokohama als auch die Stadt Frankfurt am Main sind mit ihnen eng vernetzt und unterstützen die verschiedenen Aktivitäten.

## Kultur als Bindeglied

So werden beispielsweise beim jährlich stattfindenden Nippon Connection Festival regelmäßig Filme von Kreativen aus Yokohama gezeigt und die Filmschaffenden ebenfalls nach Frankfurt eingeladen. In diesem Jahr der Pandemie stellten dabei virtuelle Formate die Fortführung der Kooperation sicher.

In der Vergangenheit wurde eine „Japanwiese“ zwischen den Streuobstbeständen im Frankfurter Stadtteil Bergen-Enkheim angelegt. Dort, wo sich die japanische Community gerne zum traditionellen Blütenfest versammelt, sind

seither zwei neu gepflanzte Bäume symbolisch der Freundschaft zwischen beiden Städten gewidmet worden. Als besonderes Beispiel der Verbundenheit wurde im Kontext des diesjährigen kleinen Jubiläums eine Frankfurt-Yokohama Freundschaftsbahn gestaltet. Der U-Bahn-Zug der Verkehrsgesellschaft Frankfurt (VGF) wurde mit Fotos beider Städte versehen und wird auf allen Linien durch Frankfurt bis ins Umland fahren und so auf die Städtepartnerschaft aufmerksam machen.

In der kommenden Zeit erwartet interessierte noch so manches Projekt: die Wiederaufnahme der Schüleraustauschfahrten von und nach Yokohama und ein weiterer kultureller Austausch nach dem großen Erfolg 2017 und 2018 mit dem Street Artist Justus Becker und der bekannten Tänzerin Jo Nakamura, die am ersten Main Matsuri im August 2018 teilnahm, sowie dem Schattentheater Kakashiza, das dieses Jahr virtuell einen Beitrag zum Nippon Connection Filmfestival leistete und im kommenden Jahr noch einmal, dann in Präsenz, nach Frankfurt kommen will.

Frankfurt und Yokohama können stolz sein auf die Erfolgsgeschichte dieser noch relativ jungen Städtepartnerschaft. Man darf gespannt sein auf die kommenden Dekaden.



Frankfurt und Yokohama – zwei aufstrebende Metropolen, die auf einen engen Austausch setzen  
© City of Yokohama

# Networking 2.0

das deutsch-japanische Business Netzwerk

Alles begann in einem Coworking Space in Hamburg City, gegenüber vom Deutsch-Japanischen Zentrum Hamburg. Angespornt durch die Erfahrung, dass es gerade in ihrer Heimatstadt Hamburg kaum hochkarätige und aktive Plattformen gibt, um mit deutsch-japanischen Unternehmen, Start-ups und kleinen bis mittelständischen Unternehmen (KMU) in Kontakt zu treten und sich auszutauschen, gründeten Mariko Schmitz und Johannes Budkiewitz schließlich das Business Netzwerk Japamburg. Seit November 2020 gibt Japamburg neue Impulse für den deutsch-japanischen Geschäftsaustausch in Norddeutschland und schafft neue Geschäftsverbindungen zwischen Japan und Deutschland. Japamburg bietet eine Community- und Networking-Plattform

sowie Kurvvorträge inspirierender Referenten, darunter junge Gründer und erfahrene Geschäftsleute.

Im Mittelpunkt stehen kostenfreie, monatliche Veranstaltungen, um deutsche und japanische Professionals in Kontakt zu bringen: von lockeren Meetups bis hin zu speziell zugeschnittenen Dialog-Formaten mit Partnern zwischen Wirtschaftsstandorten in Norddeutschland und Japan. Dabei kooperiert Japamburg gezielt mit institutionellen Partnern wie JETRO, Hamburg Invest, dem Deutsch-Japanischen Wirtschaftskreis, der Wirtschaftsoffensive Kobe oder dem International Business Promotion Center (IBPC) Osaka, um Key Player in den regionalen Netzwerken zu erreichen und so auch das bilaterale Standortmarketing zu fördern. Zusätzlich stehen weitere Dienstleistungen in



## Neugierig?

Dann schauen Sie bei den kommenden Veranstaltungen vorbei und werden Sie Teil des jungen Netzwerks von Japamburg.

→ Japamburg auf LinkedIn



→ Japamburg auf Meetup



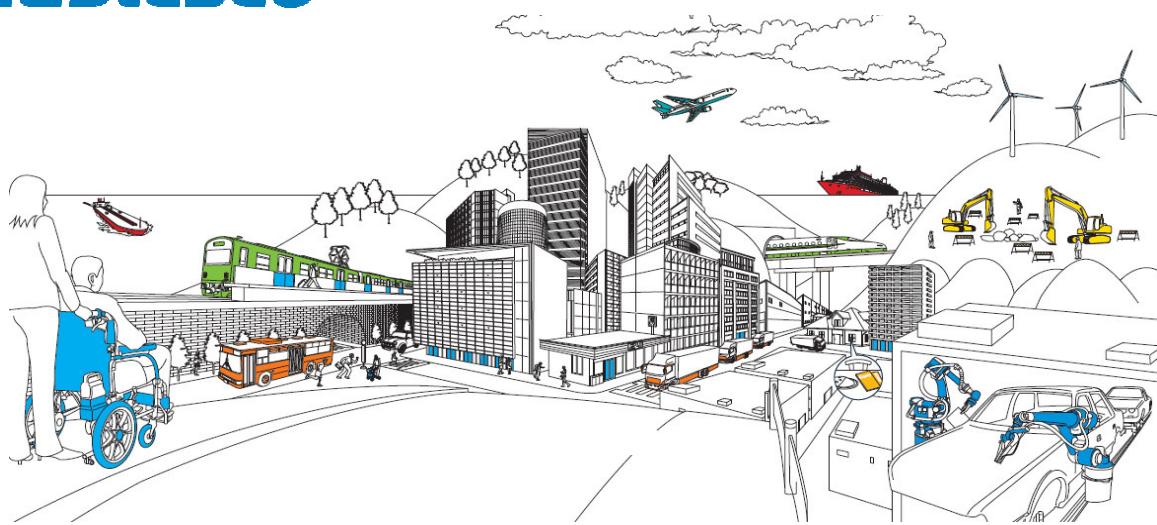
Weitere Infos unter

- <https://japamburg.com>
- [contact@japamburg.com](mailto:contact@japamburg.com)

den Startlöchern, um Unternehmen in Deutschland und Japan den Markteintritt zu erleichtern.

Anzeige

## Nabtesco



Always There, Supporting Your Life

With its motion control technology, the Nabtesco Group strives to provide

**Nabtesco**  
Europe

<https://nabtesco.eu/en/>  
<https://www.nabtesco.com/en/>

# In Bestzeit nach Tokio

Maximaler Komfort –  
täglich zwischen Deutschland und Japan



**A**ls größte Fluggesellschaft Japans und Mitglied der Star Alliance ist ANA eine der führenden und innovativsten Fluggesellschaften weltweit. Auf den verschiedenen Strecken von Europa nach Japan und den zahlreichen internationalen Strecken in alle Erdteile der Welt genießen die Fluggäste ein mehrfach ausgezeichnetes Bordprodukt und einen erstklassigen Service. In den modernen Flugzeugsitzen der innovativen Boeing B787 und B777 lehnen Sie sich bequem zurück und genießen den Flug von Deutschland nach Japan. Hinzu kommt ein umfangreiches innerjapanisches Streckennetz.

ke und Flugzeugtypen wie den Dreamliner B787, und testet neue Wartungsverfahren, sowie neue Verfahren im Flugbetrieb, um durch effektive Methoden die CO2-Emission weiter zu senken. Darüber hinaus engagiert sich ANA auch in der Entwicklung neuer, umweltfreundlicher Treibstoffe und verstärkt kontinuierlich die Nutzung von sogenanntem Sustainable Aviation Fuel (SAF). Neben den kontinuierlichen Maßnahmen zur Treibstoffreduktion setzt ANA zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele auf die Reduzierung des Kunststoffverbrauchs. Auch das konsequente Recycling dient der Reduktion von umweltbelastenden Ressourcen.

## Neue Bordprodukte

Mit den neuesten Kabinenprodukten von ANA kommen Sie maximal entspannt ans Ziel. Die neuen Luxus-Kabinen »THE Suite« (First Class) und »THE Room« sind von japanischer Tradition und westlichen Designprinzipien inspiriert und das Ergebnis von fünf Jahren Designentwicklung und Zusammenarbeit zwischen dem berühmten japanischen Architekten Kengo Kuma und dem führenden britischen Designbüro Acumen. Zur neuen Kabinenausstattung



## ANA Care Promise

Als eine von nur sehr wenigen Airlines weltweit kann sich ANA schon seit mehr als acht Jahren über die höchste Skytrax-Auszeichnung von 5 Sternen freuen, die das hervorragende Serviceangebot prämiert. Darüber hinaus erhielt ANA von Skytrax auch die höchste Covid19-Sicherheitsbewertung. Mit der Initiative »ANA Care Promise« ist ANA bestrebt nicht nur den Komfort, sondern auch die Hygiene und die Sicherheit auf höchstmöglichen Niveau und entsprechend der aktuellsten Ansprüche und Vorschriften für alle Passagiere zu gewährleisten.



Hierzu werden nicht nur überlegene Standards für die Flugzeug- und Flughafenabfertigung, sondern auch innovative Ansätze bei der Kundenabfertigung und Distanzprotokolle für Check-in, Boarding und Ankunft umgesetzt.



## Nachhaltigkeit

Aber nicht nur in Bezug auf Service, Komfort und Sicherheit ist ANA schon seit Jahren mit vielen Innovationen unter den Marktführern, sondern auch im Bereich Nachhaltigkeit werden immer wieder innovative Neuerungen eingesetzt. So soll bis zum Jahr 2050 eine Netto-Null-Emission für den Flugbetrieb erreicht werden. Dabei setzt ANA auf moderne, treibstoffeffiziente Triebwer-

gehören der weltweit größte 4K-Monitor in einem Flugzeug in der First Class und ein innovativer, privater Business Class-Sitz mit Tür und multifunktionalen Loungefunktionen.

# Feste Bande

Am 24. Januar 1861 unterzeichneten Japan und Preußen in Edo, dem heutigen Tokio, einen Freundschafts- und Handelsvertrag. Dies war der Grundstein für 160 Jahre diplomatische Beziehungen.

W<sup>ar</sup> Deutschland gerade in den frühen Jahren der Freundschaft insbesondere Vorbild in den Bereichen der Rechtswissenschaft, Medizin, Naturwissenschaft und Musik, so sind beide Nationen heute enge Partner auf der Weltbühne und pflegen einen intensiven Austausch nicht nur in Kultur und Wissenschaft, sondern auch in Politik und Diplomatie, wo grundlegende Werte miteinander geteilt werden.

2019 beschlossen der damalige Premierminister Abe und Bundeskanzlerin Merkel in Tokio daher, das Jubiläumsjahr 2021 unter dem Motto »160 Jahre Freundschaft Japan-Deutschland« dafür zu nutzen, das gegenseitige Verständnis und den Austausch zwischen beiden Ländern weiter zu vertiefen. In diesem

Zuge finden auf beiden Seiten viele Veranstaltungen und Aktionen statt.

Wichtige Anlaufstelle im Rhein-Main-Gebiet für alle Themen rund um Japan und die gegenseitigen Beziehungen ist das japanische Generalkonsulat in Frankfurt am Main, das für Hessen, Rheinland-Pfalz und das Saarland zuständig ist. In dieser Region sind rund 300 japanische Unternehmen und mehr als 6.500 Japaner:innen ansässig. Darüber hinaus gibt es 16 Partnerstädte und acht Deutsch-Japanische Gesellschaften (DJG) in den drei Bundesländern.

Auf der Website sowie dem offiziellen Facebook-Account des Generalkonsulats in Frankfurt gibt es hilfreiche Informationen und Fakten zu Japan sowie eine Übersicht von kulturellen



© Japanisches Generalkonsulat

Seit Juni 2021 für Japan in Frankfurt am Start: Generalkonsul Shinichi Asazuma

Veranstaltungen, inklusive den vielfältigen Events zum 160-jährigen Jubiläum der deutsch-japanischen Freundschaft.  
→ [www.frankfurt.de.emb-japan.go.jp](http://www.frankfurt.de.emb-japan.go.jp)



## Zur Person

Seit Juni 2021 ist Shinichi Asazuma Generalkonsul von Japan in Frankfurt. Deutschland kennt Asazuma schon von früheren Aufenthalten, zuletzt vor 15 Jahren. Weitere berufliche Stationen waren bei der ständigen Vertretung Japans bei den Vereinten Nationen und anderen internationalen Organisationen in Genf, sowie bei den Botschaften von Japan in Südafrika und in Vietnam. Neben der Kultur Deutschlands interessiert er sich insbesondere für Musik, Literatur und den Sport.

Shaping the Future.  
Sustainably. Together.

**YASKAWA**





Auf große Resonanz  
stossen Veranstaltungen  
der KAI KÔ wie bei der  
IHK Offenbach

# Made in Japan

**Spielkonsolen, Autos, Klimaanlagen und Kosmetik: Was haben alle diese Produkte gemeinsam? Sie werden von japanischen Firmen produziert, die eine Niederlassung im Rhein-Main-Gebiet haben. Überhaupt ist diese Region ein wichtiger Standort für japanische Unternehmen. Mehr als 200 sind bereits seit vielen Jahrzehnten hier angesiedelt. Andersherum sind viele hessische Unternehmen in Japan mit ihren hochwertigen Produkten unterwegs. Grund genug also für einen gemeinsamen Wirtschaftsdialog!**

**D**ie Idee: Eine Plattform für den Wirtschaftsaustausch zwischen Japan und Frankfurt/Rhein-Main zu schaffen. Vor drei Jahren wurde daher »KAI KÔ« ins Leben gerufen. »KAI KÔ« bedeutet übersetzt so viel wie »schönes Treffen« und genau das ist es: eine Plattform für japanische und deutsche Unternehmen aus der Region und eine tolle Gelegenheit für einen entspannten Austausch.

Bei der ersten Veranstaltung im November 2019 bei der IHK Offenbach stand das Thema künstliche Intelligenz auf der Agenda. Bei kulinarischen Spezialitäten und einer Sake-Verkostung kamen im Anschluss auch der Austausch und das Networking nicht zu kurz. Eine schöne Gelegenheit auch zu gemeinsamen Aktionen wie Manga-Zeichnen, Karaoke und vielen Produktvorstellungen.

2020 ging KAI KÔ in die nächste Runde – aufgrund der Corona-Situation allerdings als Online-Format. Thematisch durften die Auswirkungen der Pandemie und andere verwandte Themen wie die virtuelle Kommunikation natürlich nicht fehlen. Auch Networking funktioniert gut online, so das Fazit.

Und auch 2021 geht es weiter. Am 26. November 2021 steht das Thema »Smart Cities in Japan und Deutschland« im Vordergrund.



mcb

→ Weitere Informationen zum geplanten Forum gibt es unter [www.kaiko.org](http://www.kaiko.org)

## 邂逅一日独経済対話

フランクフルト・ラインマイン地域には200社以上の日系企業が拠点を置き、また、ヘッセン州からは多くのドイツ企業が日本に進出し事業を開拓しています。そこで、フランクフルトとオッフェンバッハの商工会議所は、日本とラインマイン地域を結ぶ出会いの場、即ち、日独企業で働いている方々が肩の荷を下ろして会し、意見を交換できる場を提供するプロジェクト「邂逅」を2019年に立ち上げました。内容・構成については、ワーキンググループを作りアイディアを持ち寄って検討しましたが、その結果は、大変ユニークなものとなりました。2019年のテーマは「未来の職場環境をお互いに学ぶ－人工知能」でした。オフィシャルな部は、研究者と企業家によるシンポジウム、EU経済連携協定についての解説、6つのワークショップから成っていました。その後は参加者による懇親会「ゲット・トゥギャザー」(日本酒試飲会、カラオケ、手で触れるIT、フォトセッション等)で親睦を図りました。

2020年はコロナ禍でオンラインでの開催となりました。基調講演「ウイルス・コロナの話」に続き、3つのワークショップ(・日本のビジネスパートナーとのバーチャルコミュニケーション、・ドイツと日本における水素技術、・ホームオフィス例)があり、パネルディスカッション「コロナが経済に与える影響」でオフィシャルの部を終了し、その後の懇親会では、ツールREMOを使ってネットワーキングで交流を図りました。

2021年は11月26日(金)にフランクフルト商工会議所でプレゼンスで実施する予定です。テーマは「スマートシティ」です。邂逅のホームページもご覧ください：[www.kaiko.org](http://www.kaiko.org).

「邂逅」を共催しているのはオッフェンバッハ商工会議所とフランクフルト商工会議所ですが、パートナーとして、フランクフルト日本法人会、フランクフルトラインマイン国際投資促進公社、

日本文化普及センター、ヘッセン州貿易・投資公社、マイン祭り、ダルムシュタット商工会議所、在京ドイツ商工会議所が協力しています。

沢山の方々に興味を持ってもらい、参加していただければ主催者として大変嬉しく思います。



## Kurz & knapp

KAI KÔ wurde von der IHK in Offenbach und Frankfurt am Main initiiert. Zahlreiche wichtige Partner unterstützen und bereichern das Wirtschaftsforum. Darunter sind u.a. die Hojinkai (Vereinigung japanischer Unternehmen in der Region), die Frankfurt Rhein Main GmbH, das japanische Kulturzentrum in Frankfurt, Hessen Trade and Invest (HTAI), Main Matsuri, die IHK Darmstadt und die AHK Japan.

# Digital Arts Museum in Tokio Interaktive

Die »Grenzenlose Welt« ist eine der größten digitalen Welten, deren interaktive Gestaltung mit den Besuchern ein großes Gesamtkunstwerk bildet. Menschen jeden Alters erliegen dem technisch brillant ausgeklügelten Zauber. Die Kunstwerke wurden von dem Künstlerkollektiv teamLab sowie Architekten, Ingenieuren, Programmierern und weiteren Spezialisten geschaffen.

## Magie der Formen

Blüten aus warmem Licht ranken sich rund um dampfende Taschen Green Tea. Im Teehaus des Digital Arts Museum erwachsen die Fantasien aus Beamern und entführen in eine magische Welt: Hebt man die Tasse hoch und trinkt aus ihr, wird die Blüte in alle Richtungen zerstreut. Unzählige atemberaubende Lichtinstallationen erhellen die 10.000 Quadratmeter große Museumsfläche, sie verschmelzen ineinander und bedecken Wände, Decken und Böden. Bei Interaktion wechseln die Installationen immer wieder ihren Platz und verwandeln ihre Formen.

## Welt der Kristalle

Im Digital Arts Museum wird die räumliche Erkennungsfähigkeit trainiert und wir beginnen dreidimensional zu denken.

Der Mensch versteht die Welt mit seinem Körper. Hier wird jeder selbst zum Künstler. Und ob der Meeresweg in der Kristallwelt, die Symbiose im Blumenwald oder leuchtende Tiere: Überall ist Licht pur, mal hell erstrahlend, mal bunt und ständig in Bewegung.

## Verzauberte Wälder

Eine Rolltreppe führt zum Wald der Lampen. Mit diesen unzähligen, bunt leuchtenden Lampen, die sich in Wänden und im Boden spiegeln, gehört der »Forest of Lamps« zu den beliebtesten Kunstwerken der Ausstellung. Die Wände und Böden im »Forest of Flowers« sind mit Blumen in allen Farben ausgeleuchtet. Wird eine Blume berührt, fliegen die Blütenblätter davon, verweilt man aber an einer leeren Stelle, dann steht man inmitten eines Blumenmeeres. Der große Wasserfall umfließt

# Versuchung

die Person, die sich darunter stellt. Hier »fallen« auch Schriftzeichen vom Himmel – bei Berührung verschwinden sie. Es gibt tausende Kreise, die auf beweglichen Stielen stehen und an Wasserrosen erinnern. Und eine lange Parade tanzender Samurai und Tiere, die einen Raum verlassen und an den Wänden der Gänge unterwegs sind.

## Zukunfts-Park für die Kleinen

Im »Raum der kleinen Leute« finden Kinder niedrige Tische, auf denen sie sich selbst ein Ei in einer Bratpfanne interaktiv »braten« können. Und das Klettern über kleine Möbel und andere Objekte bereitet einen Riesenspaß. Im »Sketch Aquarium« wird eine Vorlage mit Wachsmalstiften ausgemalt und eingescannt. Danach schwimmt die individuelle Zeichnung im bunten Aquarium herum und begrüßt andere Gäste. Die wunder-



### Nützliche Tipps

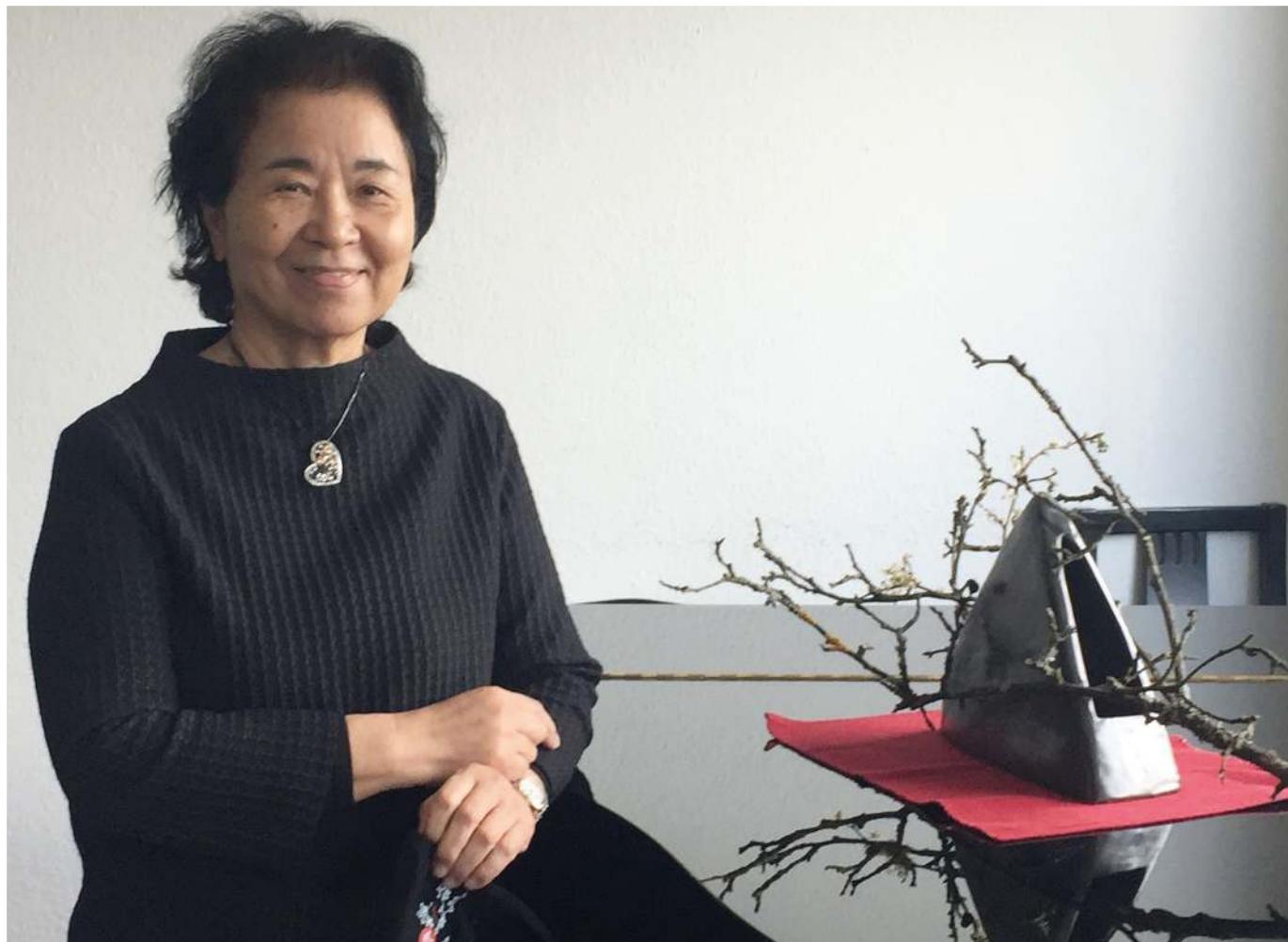
Tragen Sie beim Besuch des Museums bequeme Kleidung und flache Schuhe und beachten Sie, dass der Boden in einigen Räumen spiegelt. Sie können im Museum auch flache Schuhe ausleihen. Helle Kleidung reflektiert besonders schön die Kunstwerke.  
→ Weitere Infos unter [www.borderless.teamlab.art](http://www.borderless.teamlab.art)

baren großen Ballons im »Wald der Schwerelosigkeit« müssen einfach berührt werden und in Sekunden verändert sich ihre Farbe. Pink, Lila, Blau, ein herrliches Farbenspiel.

## Eine Spur aus Sternen

Neben so viel Kunst können alle Besucher auch körperlich aktiv werden. Im Multi-Sprung-Universum hüpfen Kinder auf dem Trampolin und im Lichterwald ist 3D-Klettern angesagt. Auf dem Athletischen Feld zieht man beim Laufen eine Spur aus Sternen. Das Gefühl erzeugt eine digitale Leichtigkeit des Seins und kommt dem Betrachten einer Sternschnuppe gleich.

amd



# Das Gesicht der Freundschaft

Wenn die deutsch-japanischen Beziehungen im Rhein-Main-Gebiet ein Gesicht haben, dann ist es das von Masumi Knoblauch. Geboren in der Olympiastadt Sapporo, lebt sie mit Unterbrechungen seit über 50 Jahren in Deutschland. Seit 1984 ist Frankfurt Masumi Knoblauchs zweites Zuhause. Die studierte Anglistin und Amerikanistin, die mit einem Deutschen verheiratet ist, versteht sich als Bindeglied zwischen zwei Welten.

**M**asumi Knoblauch liebt Frankfurt und seine Internationalität. Dabei erinnert sie sich noch ganz genau an den Tag im Jahr 1969, als sie die Stadt am Main zum ersten Mal besuchte. Die Luft war irgendwie anders, viel klarer und in den Fenstern waren bunte Blumen zu sehen. Mit der

Straßenbahn fuhr sie damals noch über die Zeil und überall hörte sie dieses Stimmengewirr aus unterschiedlichen Sprachen, das es auch noch heute gibt.

Für Sprachen hat Masumi Knoblauch von jeher ein Faible. Daher gilt ihre besondere Hingabe dem japanische Kultur- und Sprachzentrum, das sie vor über 25

Jahren gegründet hat. Für sie ist die Schule wie ein eigenes Kind. Da die Mitglieder der Organisation überwiegend in Japan leben, hat sie gemeinsam mit Tokiko Ishi (Vorstandsvorsitzende) den Verein als Team geführt. »Wir kannten uns vorher nicht«, erzählt sie, »aber wir haben gleich gemerkt, dass wir aus dem glei-

chen Holz geschnitzt sind und sehr ähnliche Einstellungen und Werte haben.« Sehr dankbar ist sie für die Unterstützung, die sie für ihre Arbeit aus Japan und Deutschland erhalten haben. »Es ist unser Ziel, dass der Verein - unser Kind - hier in Frankfurt noch viele Jahre existiert und seinen Beitrag zur deutsch-japanischen Freundschaft leistet.«

### Schein und Sein

Hinter der Tatsache, dass es das japanische Kultur- und Sprachzentrum heute noch gibt, stecken Matsumi Knoblauchs unermüdliche Anstrengungen. Als Geschäftsführerin hat sie eine enorme Verantwortung gegenüber ihren Kolleg:innen und den Schüler:innen einerseits sowie den externen Partnern und Organisationen andererseits. Durch ihre langjährige Erfahrung hat sie gelernt, dass Entscheidungen nicht nur kurzfris-

Durch diese Gespräche bekommt sie oft Ideen und Inspirationen, was sie in der Zukunft machen kann oder welche Aufgaben auf sie zukommen könnten. In Japan gibt es den Ausdruck »Honne to Tatemae« (Sein und Schein). Beim gemeinsamen Essen in einer entspannten und angenehmen Atmosphäre versteht man oft mehr über die Beweg- und Hintergründe seiner Gesprächspartner und kann gleichzeitig den Stress des Alltags abschütteln. Ihr Motto: Positiv denken und immer neugierig sein.

Eine ganz besondere Beziehung hat Matsumi Knoblauch zum Main Matsuri Festival. »Matsuri ist ein japanisches Volksfest und eng mit den verschiedenen Regionen in Japan verwoben«, erzählt sie. »Mit Matsuri verbinde ich persönlich viele schöne Erinnerungen aus meiner Kindheit. So habe ich es jeden Sommer kaum erwarten können, zum Schrein zu gehen. Mit meinem Taschengeld konnte ich wunderbare Dinge kaufen: leckeres Essen und viel Spielzeug.« Der festlich geschmückte Schrein bot die Bühne für Musik und Tanz. Bis in die späten sommerlichen Abendstunden leuchteten die bunten Laternen, erklang Musik und es war voll von lachenden Stimmen und glücklichen Menschen.

In Deutschland gibt es bereits japanische Volksfeste, daher freut sie sich umso mehr, dass es in ihrer Heimatstadt Frankfurt seit vier Jahren nun auch ein solches Fest gibt.

Masumi Knoblauch wollte von Anfang an nicht nur eine Brücke zwischen Deutschland und Japan schlagen, sondern auch ein Treffpunkt für hiesige Japanerinnen und Japaner sein. Hierzu braucht es einen festen Ort und passende Räumlichkeiten. Ihr Traum ist es, ein Japan-Zentrum zu errichten, wo Konzerte, Vorführungen, Ausstellungen und Vorträge sowie Sprach- und Kulturkurse abgehalten werden können. Sie selbst setzt jedenfalls seit mehr als 50 Jahren alles daran, damit diese Vision auch Wirklichkeit wird.

mcb



### Zur Person

Masumi Knoblauch ist Geschäftsführerin und Mitgründerin des Japanischen Kultur- und Sprachzentrums. Darüber hinaus leitet sie die Vereinigung japanischer Unternehmen in Frankfurt, in der über 160 Unternehmen organisiert sind und ist im Vorstand der Deutsch-Japanischen Gesellschaft (DJG).

Eine ganz besondere Ehre wurde ihr 2016 zuteil. Dabei wurde sie vom japanischen Kaiser mit dem »Orden der aufgehenden Sonne« ausgezeichnet, dem zweithöchsten Orden für Zivilisten und Militärs, für herausragende Verdienste um Japan.

tige, sondern auch langfristige Auswirkungen haben. Es ist für sie eine ständige Herausforderung, Entscheidungen im »Hier und Heute« in Einklang mit der Zukunft von »Morgen« zu bringen.

Um eine schwierige Situation zu meistern, braucht es laut Masumi Knoblauch, neben einem gesunden Körper und einem starken Geist, auch gute menschliche Beziehungen. »Ich gehe gerne mit meinen Freunden, Bekannten und Geschäftspartnern aus. Das ist meine Art von »NomuNication - Kommunikation beim Trinken« (Nomu Jap.= Trinken, nication= von Engl. communication).



**65**  
**JAHRE**

DJG Frankfurt am Main e.V.

日  
独  
支  
好  
に  
貢  
献  
し  
て  
6  
5  
年

65 Jahre  
im Dienste  
der deutsch-  
japanischen  
Freundschaft



独日協会フランクフルト  
Deutsch-Japanische Gesellschaft e.V.  
Frankfurt am Main

# Sprache als Bindeglied der Kulturen

Dass Sprache Menschen und Nationen verbinden kann, zeigt das Japanische Kultur- und Sprachzentrum in Frankfurt. Seit über 25 Jahren leitet das Institut Kurse und unterstützt Veranstaltungen und Projekte rund um die Förderung der kulturellen Beziehungen zwischen Deutschland und Japan. Im Zentrum stehen dabei Sprachkurse als Bindeglied der Kulturen.

Die Idee zur Gründung des Zentrums geht auf die Idee einer Japanerin zurück, die zehn Jahre lang in Deutschland lebte. In dieser Zeit wurde sie von vielen Deutschen gefragt, wo man im Rhein-Main-Gebiet Japanisch lernen könne. Durch ihre Initiative formte sich ein Kreis von rund 80 Unterstützern in Japan und Deutschland, die diese Idee mit Begeisterung aufnahmen. 1992 erfolgte daher in Tokio die Gründung eines gemeinnützigen eingetra-



Japanisches Kultur- u. Sprachzentrum e.V.  
Frankfurt am Main

genen Vereins. Im April 1994 fiel dann unter Leitung der Geschäftsführerin Masumi Knoblauch der Startschuss für das Sprachzentrum für Japanisch e.V.,-

dem heutigen Japanischen Kultur- und Sprachzentrum.

Das umfangreiche Kursangebot richtet sich an Japaner und Deutsche und gliedert sich in die drei Bereiche: Sprachunterricht Japanisch, Sprachunterricht Deutsch (für Japaner:innen) sowie Kultukurse wie Kalligrafie und traditionelle japanische Blumensteckkunst (Ikebana). Der Erfolg gibt den Gründer:innen Recht: Über 23.500 Schüler:innen haben die Schule bisher besucht. Davon entschieden sich 55 Prozent für Japanisch als Sprachkurs. Aktuell sind rund 250 Schüler:innen eingeschrieben.

Neben eigenen Sprach- und Kulturprogrammen führt das Japanische Kultur- und Sprachzentrum gemeinsam mit anderen Organisationen zahlreiche weitere Veranstaltungen durch, z.B. Ausstellungen sowie Konzerte zu zeitgenössischer und klassischer Musik, Seminare und Vorträge, traditionelle Tee-Zeremonien, Filmvorführungen und Workshops. Hinzu kommen Festivals wie die Japan-Woche in verschiedenen Städten, der Japan-Tag und das Main Matsuri Festival in Frankfurt.

Seit dem Jahr 2000 gibt es gemeinsam mit der Deutsch-Japanischen Gesellschaft und unterstützt vom japanischen Generalkonsulat in Frankfurt einen Aufsatzwettbewerb für Schüler:innen aus Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Als Hauptpreis winkt eine Rei-

## Kleines Wörterbuch zum Heraustrennen

**Ohayō:** Guten Morgen! oder

**Ohayō gozaimasu** (höflicher)

**Konnichiwa:** Guten Tag!

**Konbanwa:** Guten Abend!

**Oyasumi:** Gute Nacht!

**Itadakimasu:** Guten Appetit!

**Gochisōsama:** Es hat gut geschmeckt

**Arigatō:** Danke! oder

**Arigatō gozaimasu** (höflicher)

**Sumimase:** Entschuldigung!

**Dōzo:** Bitte schön! (wenn man anderen etwas gibt)

**Onegaishimasu:** Bitte! (wenn man etwas haben möchte)

**Sayōnara, Jā mata:** Auf Wiedersehen! Tschüss!

**Hai:** Ja! **Iie:** Nein!

**Kanpai:** Prost!

**Chotto matte kudasai:** Warten Sie bitte!

**Ganbatte:** Viel Erfolg! Toi toi toi!

**Mochiron:** natürlich, selbstverständlich

**Sugoi:** super, toll!

**Kawaii:** süß, niedlich

**Oishii:** lecker, schmeckt gut

**Zannen:** Schade

**Odaijini:** Gute Besserung!

**Ki o tsukete:** Bitte aufpassen!

**Onaka ippai:** Ich bin satt.

**Wakarimasen:** Ich weiß es nicht, ich verstehe es nicht.

**Lautmalerei**

**Pika pika:** gut geputzt, glitzernd oder total neu

**Boro boro:** alt, abgenutzt, zerlumpt

**Doki doki:** Herzklopfen



## Was bedeutet das?

Im Japanischen gibt es viele Sprichwörter und Redewendungen. Die nachfolgenden Illustrationen sind jeweils einer Redewendung zugeordnet. Ein kleines, heiteres Ratespiel. Die Auflösungen befinden sich unten.

### Lautmalerei



1



2



3

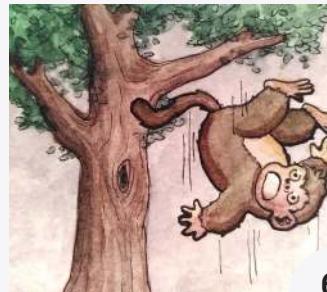
### Kotowaza (Sprichwörter)



4



5



6



7



8

8. Hanayori danago - «Lieber Klobchen als Blumen.»  
ist ein Frosch.»

7. Keru no ko wa kaeru - «Auch das Kind eines Frosches ist ein Frosch.»

6. Saru mo kara ochiru - «Auch ein Affe fällt mal vom Baum.»

5. Naata korobi hachi oki - «Wenn du siebenmal hinfällst, musst du achtmal aufstehen!»

4. Hara hachi bu - «Ist, bis Du zu acht Zehntel voll bist.»  
3. Soyo Soyo - sanft, leise, wie eine Biene

2. Wakatsukatsu - etwas nicht erwarteten können

1. Niko Niko - lächeln, strahlen

se nach Japan. Beim Filmfestival »Nippon Connection« stiftet das Institut den »Nippon Visions Audience Award«.

Für die jüngere Generation ist es oft die moderne Popkultur (Manga, Anime und J-Pop), die das Interesse weckt, die japanische Sprache zu erlernen. Viele Schüler:innen haben bereits eine gewisse Zeit in Japan verbracht oder eine Urlaubsreise dorthin unternommen. Sie sind von der Freundlichkeit und Höflichkeit der Menschen, den unzähligen Sehenswürdigkeiten, dem Kontrast von Tradition und Moderne, der japanischen Küche und auch von der Sauberkeit und Ordnung fasziniert. Sie sehen die japanische Sprache als Schlüssel, um

die Menschen näher kennenzulernen und die Kultur (die traditionelle sowie die Popkultur) besser zu verstehen.

### Persönlicher Austausch

Zu den weiteren Zielgruppen des Japanischen Kultur- und Sprachzentrums gehören Mitarbeiter japanischer Firmen oder Unternehmen mit engen geschäftlichen Beziehungen zu Japan sowie Partner von Japaner:innen, die die Sprache erlernen möchten. Besonders stolz ist das Institut darauf, Schüler:innen auf allen Sprachebenen (von der Einführungsstufe bis zu Oberstufe) unterrichten zu können.

Die Corona-Pandemie machte auch vor dem japanischen Kultur- und Sprachzentrum nicht halt. So brach die Zahl der Kursteilnehmer um ein Drittel ein. Dies lag vor allem an den strikten Hygienerichtlinien, aber auch an der Angst, sich trotz der strikten Einhaltung der Regeln anzustecken. Umso schöner, dass es nach über einem Jahr der massiven Einschränkungen wieder die Möglichkeit gibt, mehr Präsenzunterricht abzuhalten. Digitale Formate sind in der heutigen Zeit wichtig, aber der persönliche Austausch ist ebenfalls ein essentieller Teil des gemeinsamen Lernens und des Miteinanders der Kulturen.

mcb

# News & Facts

## rund um die Japanwelt

### SCHULE

## Teezeremonie

Den japanischen Teeweg nach Tradition der Urasenke-Schule kann man auch in Frankfurt kennenlernen. Die 2011 gegründete Chado Urasenke Tankokai Frankfurt Association, offiziell anerkannt durch das Oberhaupt der Urasenke, 16. Großmeister



Soshitsu Sen (Zabosai), bietet Unterricht für Anfänger und Fortgeschrittene u.a. im Japanischen Kulturzentrum Frankfurt an. Darüber hinaus wird die japanische Teezeremonie auch bei verschiedenen Veranstaltungen wie dem Main Matsuri Festival vorgestellt.

→ [www.urasenke-frankfurt.de](http://www.urasenke-frankfurt.de)

© Chado Urasenke Tankokai Frankfurt Association

### AUTO

## Stern am Hybridhimmel

Honda stellt den neuen Honda HR-V mit e:HEV Hybridantrieb vor. Der kompakte SUV kombiniert besonders hohe Kraftstoffeffizienz mit spürbarer Leistung. Highlight ist dabei der selbstladende Hybridantrieb mit drei intelligenten Fahrmodi, die den jeweiligen Verhältnissen entsprechend automatisch ausgewählt werden. Verfügbar ist der SUV im Coupé-Stil voraussichtlich ab Anfang 2022. Schon bald kann man ihn aber im Honda Center Frankfurt vorbestellen. → [www.honda-frankfurt.de](http://www.honda-frankfurt.de)



### BUCH

## True Crime

Reale Kriminalgeschichten über dreiste Diebe, rachsüchtige Frauen, mörderische Jungvermählte, korrupte Samurai-Beamte u.a. aus der Edo-Zeit.  
2021 © Aya Puster Verlag  
ISBN 978-3-946724-09-4  
116 Seiten, 12 Euro

### BUSINESS

## NETZwerken

Seit 65 Jahren verbindet die Deutsch-Japanische Gesellschaft Frankfurt am Main (DJG) die deutsch-japanischen Beziehungen und kulturellen Verflechtungen. Das gemeinnützige Netzwerk fördert mit regelmäßigen Vorträgen, Treffen und Workshops den aktiven und kontinuierlichen Informations- und Erfahrungsaustausch. Aktuell auch in Form von live im Internet übertragenen Konzerten, Kochkursen oder Vorträgen. → [www.djg-frankfurt.de](http://www.djg-frankfurt.de)



© Feiler

ZU IHRER HERBST/WINTER  
KOLLEKTION 2021 BEI FEILER:

»DAS DESIGN MOONLIGHT REFLEKTiert DIE EINZIGARTIGE STIMMUNG,  
DIE NUR DER MONDSCHEIN IN EINER  
SONST DUNKLEN NACHT ERSCHAFFEN  
KANN. MYSTISCH UND DOCH KLAR  
MEINT MAN, DIE WEISHEITEN DES  
MONDES ZU VERSTEHEN«  
→ [WWW.SHOP.FEILER.DE](http://WWW.SHOP.FEILER.DE)

### SHOPPING

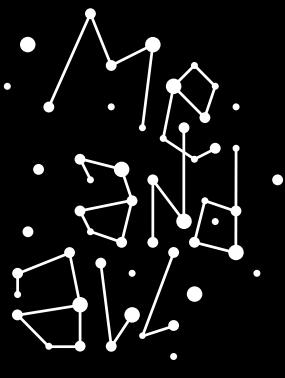
## Zaubertuch

Ein wahrer Verwandlungskünstler ist das Furoshiki.

Das quadratische Tuch aus hochwertigem Stoff existiert schon seit dem 7. Jahrhundert in Japan und hat sich den Änderungen

des Lebensstils angepasst. Eines jedoch ist unverändert geblieben: Allein durch einfache Knotentechnik dient ein und dasselbe Tuch innerhalb von Minuten einem neuen Zweck. Vom stilvollen Badetuch bis zur schicken Tasche. → [www.furoshiki.news](http://www.furoshiki.news)





me and all hotels

MZ 55131

# LOUNGE. BAR. LOBBY. LOCAL HEROES. VERY MAINZ ❤

Das liebenswürdige Sprudeln unserer Stadt finden wir so schön, dass wir es für Euch ins me and all hotel sprudeln lassen. Direkt in die Lobby. Und typisch Mainz, wird hier immer irgendwie ein bisschen gefeiert: Heimelige Wohnzimmerkonzerte, der me and all feierabend, Local Heroes Künstler Events, Glanz und Gloria aus dem Kiez, das Leben selbst.

me and all hotel mainz | Binger Str. 23 | 55131 Mainz



## HALLO!

Ich bin ein me and all Gutschein für ein kühles Bierchen, oder einen fabelhaften Wein. Für einen leckeren Kaffee oder Tee kann man mich auch einsetzen. Ich bin flexibel.

## NIMM MICH MIT!

Bring mich ins me and all hotel mainz an die Bar. Da kannst Du mich jederzeit für Dein Wahlgetränk\* eintauschen. Vielleicht bei einem Wohnzimmerkonzert? Oder zum Feierabend? Ich bin für alles zu haben ★. Du findest das me and all hotel mainz in der Binger Straße 23.

\* Gutschein nur für ein kühles Bierchen, einen fabelhaften Wein, ein Softgetränk, Kaffee oder Tee gültig

[www.meandallhotels.com](http://www.meandallhotels.com)



# Unkonventionell, kreativ, einzigartig, **KAO=S**



**Die drei Säulen des Main Matsuri sind Kultur, Essen und Musik. Letztere käme nicht ohne die vielen Künstler:innen zustande, die mit ihren vielfältigen Live-Darbietungen das Bühnenprogramm gestalten. Eine besondere Rolle dabei kommt der aus Tokio stammenden Band KAO=S zuteil.**

In erster Linie sehe sie sich als Kenbushi – als Schwerttänzerin, sagt Kaori Kawabuchi. Damit stapelt sie tief, denn die charismatische Künstlerin, die auch unter dem Namen »Lady Samurai« auftritt, ist eine Frau mit vielen Talenten: Sie beherrscht die jahrhundertealte Kunst »Kenbu«, die Tanz mit Schwertkampf und ausdrucksstarkem Schauspiel verbindet. Als Motion Capture Artist erweckt sie Charaktere der populären Videospielreihen Final Fantasy und NieR zum Leben – dabei werden ihre Bewegungen aufgenommen und später auf die digitalen Figuren übertragen. Schließlich und vor allem ist sie aber auch Frontfrau und Sängerin von KAO=S.

Die Gründung der Band liegt bereits zehn Jahre zurück. 2010 lernt Kawabuchi bei einem Auftritt den Gitarristen, Komponisten und Musikproduzenten Shuji Yamagiri kennen. Nach einigen gemeinsamen Sessions erkennen beide das Potenzial, das sich aus ihren verschiedenen Einflüssen ergibt: Yamagiri sieht sich vom Classic Rock der Siebziger inspiriert, nennt Led Zeppelin und Black Sabbath seine größten Vorbilder. Kawabuchi hingegen bringt mit ihrem Tanz und Gesang traditionelle japanische Elemente in die gemeinsamen Songs ein.

Nach einigen erfolgreichen ersten Auftritten gründen beide ein Jahr später die Band KAO=S. Unterstützt von wechselnden Gastmusikern erspielt sich das Duo schnell eine Fangemeinde, die den einfallsreichen Mix aus Artrock, J-Pop und traditioneller japanischer Musik begeistert aufnimmt. Es dauert nicht lange, bis die Band auch international auftritt: 2012 werden KAO=S auf das renommierte Festival SXSW (South by Southwest) in Texas eingeladen, es folgen Auftritte in Frankreich, dem Vereinigten Königreich und auch in Deutschland, wo die Band auf dem japanischen Filmfestival Nippon Connection spielt. 2018 ist die Band

schließlich Headliner auf dem ersten Main Matsuri. Vor allem für den Bandleader Shuji Yamagiri bleibt es allerdings nicht nur bei den Auftritten auf der Hauptbühne am Walther-von-Cronberg-Platz.

Während Kaori Kawabuchi, deren Vorname auch den Bandnamen inspiriert hat, die Liveauftritte von KAO=S mit ihrer unkonventionellen Bühnenpräsenz, ihrem Gesang, Schauspiel und Tanz dominiert, ist Yamagiri der kreative Kopf des Duos. Die meisten Songs der bislang drei gemeinsam aufgenommenen Alben stammen aus seiner Feder und mit seinem Gitarrenspiel bildet er das klangliche Fundament der Musik. Die Besonderheit dabei ist, dass Yamagiri trotz seiner Beeinflussung durch europäische Rockmusik der Siebziger ausschließlich auf der Akustikgitarre spielt.

Eigens für das Main Matsuri hat er außerdem die Titelmusik -yu- komponiert. Das treibende Instrumentalstück, dessen Titel sich als »verbinden« oder »vereinen« übersetzen lässt, wird seinem Titel mehr als gerecht: Seit dem ersten Main Matsuri im Jahr 2018 ist es an jedem Festivaltag das letzte Stück, das auf der Hauptbühne gespielt wird – als großes Finale, für das noch einmal alle anwesenden Künstler:innen für eine mitreißende Performance auf der Bühne vereint werden. Kawabuchs Schwerttanz findet hier ebenso Platz wie der elegante, traditionelle Tanz Nihon Buyo oder auch Modern Dance. Der perkussive Klang der dreisaitigen japanischen Laute Shamisen trifft auf melodisches Shakuhachi-Flötenspiel und den donnernden Klang der Taiko-Trommeln. So wie Kawabuchi und Yamagiri es als Duo schaffen, japanische Folklore harmonisch mit zeitgemäßen Rockklängen zu verschmelzen, bringen sie schließlich gemeinsam auf dem Main Matsuri Künstler:innen aus ganz Japan und Europa zusammen.

Das ist letzten Endes auch das, worum es Kawabuchi in ihrer Kunst geht: Ihre eigene Positivität und die Liebe zur Musik und Kultur an das Publikum zu übertragen. Das zeigt sich schließlich auch auf der gefeierten Solo-Show, die KAO=S im Januar 2020 in Frankfurt spielen. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis auch das deutsche Publikum sich wieder von Kaori Kawabuchs Bühnenpräsenz und unübersehbarer Lebensfreude anstecken lassen kann.

# Japan am Main

Mit seinem abwechslungsreichen Bühnenprogramm, den vielfältigen Aussteller:innen und einem großen gastronomischen Angebot bringt das Main Matsuri jedes Jahr im August drei Tage lang Japan in all seinen Facetten nach Frankfurt am Main.



## Impressionen

KAO=S-Sängerin Kaori Kawabuchi beeindruckt mit ihrem Schwerttanz (oben).

Kabuki-Theater Face Painting (links unten).

Japans vielseitige Küche (Mitte unten).

Die Aussteller:innen bieten an ihren Ständen japanisches Kunsthantwerk (rechts oben) oder Informationen zu Sprachkursen und Japanreisen an (rechts unten).





alle © givingphotos.de



## Impressionen

Der Bürgermeister von Offenbachs Partnerstadt Kawagoe eröffnet das Main Matsuri Festival 2019 (oben links).

Cosplay-Wettbewerbe und -Performances bereichern das Festivalprogramm (oben rechts).

Traditionelle japanische Instrumente wie die Tsugaru Shamisen werden in modernen Arrangements präsentiert (Mitte).

Ein abwechslungsreiches Bühnenprogramm sorgt für Spaß und Unterhaltung (unten rechts).

Craft-Coffee von Hoppenworth & Ploch im Festivalcafé (unten).



© Christoph Kanty



# Fan-tastisch!

Startklar für die Festivalsaison mit der aktuellen Fanwear von Main Matsuri: Vom stylischen Hoodie bis zum limitierten Shirt gibt es hier eine vielfältige Auswahl. Alle Produkte sind hochwertig, angenehm zu tragen und setzen ein Statement!



**Produkt:** Button  
**Format:** Ø 50 mm  
**Preis:** 5 Euro

## Black is beautiful

Mit dem schwarzen Hoodie von Main Matsuri wird jeder zum Blickfang - und das ohne dabei auf Komfort zu verzichten.

**Produkt:** Hoodie  
**Größen:** XS, S, M, L, XL, XXL, 3XL  
**Preis:** 50 Euro





## Jetzt wird es heiß

Ob Ramen oder Sushi-Menü: Mit der Main Matsuri Schürze ist Kochen ein Leichtes - egal ob in der Küche oder draußen am Grill. Selbstverständlich sind die Main Matsuri Maskottchen immer dabei.

**Produkt:** Kochschürze

**Größe:** unisex

**Preis:** 25 Euro



### Bestellinfo

Diese und viele weitere Produkte gibt es unter → <https://shop.main-matsuri.com>

**Produkt:** Tenugui  
**Format:** 35 x 98 mm  
**Preis:** 10 Euro



**Produkt:** Cap  
**Format:** Basecap / Snapback  
**Preis:** 20 Euro



## Coole Mädels – coole Jungs

Ob Event-Klassiker oder Limited Edition-T-Shirts von Künstlern wie Kazuya Usui oder Kotomen: Diese Shirts passen zu jedem Outfit.

**Produkt:** T-Shirt

**Größen:** XS, S, M, L, XL, XXL, 3XL

**Preis:** 30 - 40 Euro



**Produkt:** Masu-Box  
**Format:** 65 x 65 x 47 mm  
**Preis:** 8 Euro





# Japans Geheimtipp auf zwei Rädern

Die Shimanami Bicycle Road ist für Hobby- und Profi-Radfahrer aus aller Welt eine landschaftlich wunderbare Versuchung: Die 70 Kilometer lange Fahrradroute an den Ufern des Seto-Binnenmeers führt über sechs kleine Inseln und sieben Brücken – inklusive der Kurushima-Brücke, die mit ihren 4045 Metern als eine der längsten Brücken der Welt gilt. Der US-amerikanische Fernsehsender CNN Travel hat diese Route zu einem der sieben besten Radwege auf der ganzen Welt ausgezeichnet. Und diese ist die einzige Strecke, auf der sich die Meerenge zwischen Japans Hauptinsel Honshu und der Insel Shikoku überqueren lässt.

Von Anna Maria Dahm

**D**as Seto-Binnenmeer schimmert in Blautönen und ich fahre mit einem Gefühl der Leichtigkeit los. Die Schönheit der Setouchi-Inseln mit einsamen Stränden im Sonnenlicht wechseln sich mit dem Farbenspiel des Meeres ab. Stets der »Blauen Linie« nach, so heißt die gut ausgewiesene Fahrradroute zwischen den Bahnhöfen JR Onomichi und JR Imabari. Und von abenteuerlichen Piratengeschichten bis hin zu Samurai-Schreinen (er-) lebe ich die Geschichte und die Legenden dieser einzigartigen Region.

Mein Hybrid-Rad und ich... im Hotel Cycle in Onomichi, einer Stadt am nördlichen Ende von Shimanami Kaido, schlafen wir gemeinsam im Zimmer. Das Hotel befindet sich in einem renovierten Lagerhaus und bietet mit eingebauten Fahrradständern gegenüber des Bettes die perfekte Unterkunft. Hier kann man bis zur Rezeption radeln und im Outlet der Marke Giant werden hochwertige Fahrräder zum Verkauf und zur Miete angeboten.



## Kurz & knapp



- Die wichtigsten Verkehrsknotenpunkte der Setouchi-Inseln sind Okayama, Hiroshima und Kobe auf Japans Hauptinsel Honshu sowie Takamatsu und Matsuyama auf Shikoku.
- Expressverbindungen verkehren zwischen Takamatsu und Okayama sowie ein Hochgeschwindigkeitszug zwischen Osaka und Hiroshima. Inlandsfluggesellschaften fliegen Takamatsu von Narita, Haneda und Naha aus an. Die Inseln sind durch ein Netz von Kurzstreckenfähren verbunden. An beiden Enden der Route befinden sich Fahrradverleih-Terminals. Citybikes, Hybridfahrräder, Tandems oder E-Bikes kosten zwischen 1.100 Yen und 1.600 Yen pro Tag.
- Shimanami Kaido Radweg: Die Inseln sind durch ein Netz von Kurzstreckenfähren verbunden, von denen die meisten keine Reservierungen für Passagiere mit oder ohne Fahrräder erfordern. Die kürzeren Fahrten liegen bei 100 Yen, während längere Fahrten wie von der Insel Ikuchi nach Onomichi ungefähr 1.500 Yen kosten.



Am nächsten Morgen duftet es verführerisch nach frischgebackenem Brot aus der hoteleigenen Bäckerei. Im Restaurant und Barbereich des Hotels komme ich mit anderen Bikern aus den nahegelegenen Städten Hiroshima und Kobe ins Gespräch. Die zierliche Yasuko aus Kobe hat es sich auf dem mit Pedalen ausgestatteten Barhocker bequem gemacht. Sie erzählt mir, dass sie ohne Fahrrad angekommen ist und sich ein High-End-Rennrad und die entsprechende Kleidung direkt im Hotel gemietet hat. Yasuko und ich lassen die Zweiräder stehen und unternehmen einen Spaziergang zum Tempel Senkoji: Onomichi aus der Vogelperspektive.

Umwoben von Legenden und tief in der Geschichte des Landes verwurzelt, eröffnet diese einmalige Seenlandschaft den Zugang zu einem Japan, in dem auch die Vergangenheit immer wieder präsent ist. Die Region Setouchi ist ein großer Archipel, der aus mehr als 700 Inseln und sieben Präfekturen besteht. Die Inseln Naoshima oder Teshima, die alle im Binnenseegebiet liegen, sind in vor allen Dingen bei Kunstliebhabern bekannt.

Ein Muss für Fans zeitgenössischer Kunst ist das Kunstfestival, das Werke sowohl japanischer als auch internationaler Künstler präsentiert.

Der Schrein Oyamazumi-Sochinju ist der japanischen Gottheit des Meeres, der Berge und des Militärs geweiht. Dieser Schrein ist der älteste in Ehime, und ich stehe ehrfürchtig vor dem 2600 Jahre altem Kampferbaum, der als heiliger Baum eingeschreint wurde. Von den rund 10.000 Yamazumi- und Mishima-Schreinen ist er einer der wichtigsten in Japan. An diesem mystischen Ort entdecke ich für mich die Langsamkeit des Seins.

Manchmal kreuzt der Shimanami Kaido Inselstraßen, aber er führt auch auf landschaftliche Umwege, die mit dem Auto nicht erreichbar sind. Jede Jahreszeit hat in Setouchi ihren besonderen Reiz: Kirschblüten im Frühling mit ihrem betörenden lieblichen Duft und das tiefe, warme Rot der Ahornbäume im Herbst. Vorbei an kleinen Farmen radele ich über die Insel Omishima und besuche in der Küstenstadt Kamiuracho die Erdbeerfarm von Frau Inoue. Sie verwöhnt mich mit Green Tea und einem köstlichen Erdbeersorbet: Und - ganz selbstverständlich - mit einer Prise Familiengeschichte, die meine Fantasie anregt. Ich fahre weiter und genieße die einzigartigen Ausblicke. Natürlich muss man die 70 Kilometer nicht komplett mit dem Rad abfahren. Ich benutze die Fähren von Insel zu Insel oder fahre auch mal mit dem Bus.

»Samurai des Meeres«, so werden die japanischen Piraten bezeichnet, die sich in verschiedenen Clans organisieren. Das lerne ich im Murakami Kaizoku Museum auf der Insel Oshima. Eine einzigartige Mischung aus Suigun (Marine) und manchmal Kaizoku (Piraten) steuerten in der Vergangenheit riesige Holzboote durch das endlose Meer.

Auf der Insel Iwagi war ich im »Land, in dem die japanischen Zitronen blühen...« und nicht nur das: Ich durfte diese wunderbaren prallgelben Früchte auf der Farm Okano ernten. Und auf Yuge lernte ich von den Besitzern des Shimade Café die Traditionen der Salzherstellung kennen. Meerwasser wird hier in hochwertiges Salz umgewandelt, in das »weiße Gold des Mittelalters«.

Die Aussicht auf die Brücke Kurushima-Kaikyō, der ersten dreifachen Hängebrücke der Welt, ist vom Gipfel des Berges Kiro auf der Insel Oshima aus schlichtweg atemberaubend. Bei gutem Wetter bietet sich hier das beste Panorama auf Shimanami Kaido und ich kann sogar den Berg Ishizuchi, den höchsten Gipfel im Westen Japans, erkennen.

Ich verabschiede mich von dieser wunderbaren Fahrradroute und hege die stille Sehnsucht, nach Setouchi wiederzukommen. Mein letzter Besuch gilt der Insel Shodoshima. Hier besuchen verliebte Paare die Engelsstraße, um eine Votivgabe aus Holz an einem Baum aufzuhängen. Die Engelsstraße ist eine Sandbank, die nur zweimal am Tag während Ebbe zugänglich ist und den Strand mit der kleinen Insel Yoshima verbindet. Es besteht der Glaube, dass dieser Weg gemeinsam begangen werden muss, um ewige Liebe zu finden. Sozusagen ein himmlisches Vergnügen.



# Ein Bad für alle Sinne



Einfach mal auf uns selbst besinnen und die Energie-reserven auftanken – das klappt am besten draußen in der Natur. Ein besonderer Trend ist dabei das »Waldbaden«: Im Wald wird die Lebensenergie und die Heilkraft von den Bäumen abgezapft. Doch was genau hat es wirklich damit auf sich?

**T**atsächlich stammt die Idee ursprünglich aus Japan. Seit mehr als 30 Jahren wird Shinrin Yoku dort als Heilmethode gegen seelische und körperliche Beschwerden eingesetzt. Wörtlich übersetzt bedeutet es „ein Bad in der Atmosphäre des Waldes nehmen“. Auch in Deutschland wird diese besondere Therapieform inzwischen anerkannt.

Shinrin Yoku wurde zum ersten Mal 1982 vom damaligen japanischen Generaldirektor der Agentur für Landwirt-

schaft, Forst und Fischerei, Tomohide Akiyama, vorgestellt. Es lehnt sich an die bereits etablierten Kurmethoden an, wie Nikkōyoku (Sonnenbad), Kai-suiyoku (Bad im Meer) und Onsenyoku (Heilquellenbad) und nutzt die Heilkraft des Waldes. Am Anfang beruhte die Empfehlung des Waldbadens vor allem auf der Wahrnehmung vieler Japaner, dass sie sich im Wald „gut erholt“ fühlten. Manche vermuteten die Heilwirkung der Phytonzide der Bäume auf die Menschen.

Mehrere Studien sollten die Heilkraft des Waldes wissenschaftlich belegen. Der Anthropologe Prof. Dr. Miyazaki Yoshifumi der staatlichen Universität Chiba untersuchte 1990 als Erster auf der Insel Yakushima die Veränderungen der Cortisolwerte durch das Waldbaden. So wollte er den Stresslevel vor und nach dem Waldbaden mit Zahlen beleuchten. Auf diesen Ergebnissen basierend benutzte er den Begriff der »Waldtherapie«, in Anlehnung an die »Aromatherapie«. Die »Waldthera-



pie« unterscheidet sich vom »Waldbaden« in erster Linie in der wissenschaftlichen Nachweisbarkeit.

2007 machte sich Prof. Dr. Li Qing von der Nippon Medical School auf die Suche nach weiteren Belegen für die Wirksamkeit dieser Heilmethode. Er untersuchte die Steigerung der natürlichen Killer-Aktivität von Anti-Krebs-Proteinen des Menschen durch das Waldbaden. Die Veröffentlichung der Studie im International Journal of Immunopathol Pharmacol sorgte dafür, dass

das Heilverfahren erstmals auch einer internationalen medizinischen Fachwelt vorgestellt wurde.

Seitdem gilt das Waldbaden in Japan als wertvoller Teil der Präventivmedizin und wird vom Gesundheitsministerium ausdrücklich empfohlen. Wie stark diese Heilmethode in Japan angenommen wird, zeigt eine Übersicht der 100 besten Wälder zum Baden. Dazu gehört selbstverständlich jener Urwald auf der Insel Yakushima, wo alles begann. Weitere lohnenswerte Ziele für Körper und

Geist sind der Wald des Meiji-Schreins, der Kumano-Pilgerweg in der Präfektur Wakayama und der Shiroyama-Park in Hida-Takayama.

Wer es nicht nach Japan schafft, der kann übrigens auch hierzulande das Waldbaden erleben: Auch im Taunus gibt es wunderbare Orte, an denen die Heilkraft der Bäume nur darauf wartet, entdeckt zu werden und als positiver Nebeneffekt unseren Alltag auch gleich noch zu entschleunigen.

**mcb / Aya Puster**

Wer sich für japanische Küche interessiert, findet mittlerweile in Deutschland viele Gelegenheiten, authentische Gerichte geniessen zu können. Die Spanne reicht dabei vom günstigen Instant-Ramen aus dem Supermarkt bis hin zu aufwendig zubereitetem Sushi oder feinstem Kobe-Beef im japanischen Restaurant. Und wer durch Japan reist, hat die Qual der Wahl: Denn die japanische Küche, im Land der aufgehenden Sonne Washoku genannt, wurde 2013 von der UNESCO zum immateriellen Weltkulturerbe ernannt. In Japan isst man eigentlich nicht im Laufen. Matsuri sind eine Ausnahme: Zahlreiche Yatai (Straßenstände) verkaufen kleine Köstlichkeiten an die Festbesucher. Eines der beliebtesten Alltagsgerichte, das man dort sowohl im Restaurant als auch vom Imbiss am Straßenrand bekommen kann, ist aber hierzulande selbst vielen Japan-Fans gänzlich unbekannt: Okonomiyaki.



Eine köstliche Kombination aus Pfannkuchen und Pizza:  
**Okonomiyaki**.

### Okonomiyaki: Eine gebratene Vorliebe...

Dieses köstliche Soulfood bedeutet - frei übersetzt - »alles was man mag, gebraten«. Okonomi ist die »Vorliebe« und »yaki« gebraten. Die Idee von Okonomiyaki findet sich in ähnlicher Form in vielen Esskulturen: Man kombiniert eine sättigende Basis aus Teig mit Mehl, Eiern, Wasser und Zutaten, die man gerne isst oder zur Hand hat. Das Resultat ist wie eine Kombination aus Pfannkuchen und Pizza: einfach zuzubereiten, herhaft und lecker. Im Restaurant wird das gebrillierte oder gebratene Okonomiyaki fertig serviert oder traditionell am Tisch auf einer heißen Grillplatte, dem Teppan, zubereitet. In Schalen werden die Zutaten gereicht – wobei es für jeden Gusto verschiedene Toppings gibt. Die »Pfannkuchen-Pizza-Kreation« ist eine Spezialität der Kansai-Region, besonders in Osaka und Hiroshima. Aber auch in Tokio gibt es eine eigene Variante dieser Köstlichkeit, das Monjayaki.

# Soul für jede



### Getrocknete Seetangstückchen und hauchdünne Bonitoflocken

Der echt japanische Geschmack kommt aus der Wahl einiger Zutaten, auf die man erstmal nicht kommen würde. So gehört in den Teig eine leichte Brühe mit Dashi (Fischbrühe aus Konbu und Bonito). Zusätzlich wird dünn geraspelter Kohl hinzugefügt, was den Teig leichter und knackig macht. Als Belag hat man die freie Auswahl: Beliebt sind Schweine- oder Rindfleisch in dünnen Streifen, Meeresfrüchte, Zwiebel, Ei, Käse und Gemüse aller Art. Das Ganze wird dann mit einer speziellen Okonomiyaki-Sauce bestrichen und etwas japanischer Mayonnaise, getrockneten Seetangstückchen und hauchdünn gehobelten Bonitoflocken garniert. Okonomiyaki können Sie in Japan nahezu überall bestellen, in Restaurants genau so wie an Streetfood-Ständen.

### Dangos rund ums Jahr und zur Kirschblüte

Die japanischen Klöße »Dangos« gibt es in unterschiedlichen Geschmacksrichtungen. Leicht süßlich, wird die wohl bekannteste Dango-Variante aus Mochiko (Reismehl) und Wasser hergestellt und zusammen mit verschiedenen Sorten von Soßen serviert. Als Getränk passt Matcha oder ein anderer Grüner

# food Stimmung



Tee perfekt dazu. Vor allem das Dango mit Koshi-An ist besonders zart, schon fast cremig. Berühmt sind Hanami-Dangos zur Kirschblüte im Frühjahr. Die kleinen, dreifarbig Hanami Dango, Klebreisbällchen ebenfalls am Spieß, repräsentieren die Kirschbäume mit ihren grünen Blättern, weißen Blüten und pinkfarbenen Knospen. Für die nächste Kirschblütsaison können Sie die bunten Spießchen ganz einfach zuhause zubereiten und bei einem Picknick mit Freunden genießen.



Dangos am Spiess. Japanische Klöße haben es in sich.



Zuckersüß und filigran. Mit viel Geschick werden die Amezaiku hergestellt.

## Fischmarkt von Karato mit Meeresblick

Der lebhafte Fischmarkt von Karato in Yamaguchi ist für seine Meeresfrüchte in ganz Japan bekannt. Aber kosten Sie auch den wunderbaren Thunfisch, Lachs oder Seeigel. Einmalig frisches Sushi können Sie direkt beim Sushimeister an einer der vielen Stände bestellen. Die bekannteste regionale Spezialität in Yamaguchi ist der Kugelfisch, der Fugu. Die einheimischen Fischer sind Profis und verkaufen ihren frischen Fang zu günstigen Preisen. Sie helfen Ihnen, je nach Saison den besten Fisch auszuwählen. Der Markt von Karato war bei seiner Gründung im Jahr 1909 nur ein kleiner Straßenmarkt. Heute wird von hier aus Fisch nach ganz Japan geliefert.

## Zuckerfiguren: eine süße Verführung

Ob in Kätzchen-, Goldfisch- oder Hänschen-Form: Besonders einzigartig sind die zuckersüßen Amezaiku. Diese Süßigkeiten sehen aus wie feine, aus Glas geblasene Figuren. Es handelt sich dabei jedoch nicht um eine Glasdekoration, sondern um ein aus Zuckersirup hergestelltes, kunstvoll gestaltetes Bonbon. In der Edo-Zeit wurden die verzierten Mini-Kunstwerke als Opfergabe in die Tempel gebracht. Die Amezaiku schmecken nicht nur besonders gut, bei der Herstellung zuzusehen ist fast schon eine Unterhaltungsform. Denn dabei sind Geschick und flinke Hände erforderlich. Heutzutage wird das Handwerk kaum mehr professionell ausgeführt. Eine Handvoll Meister begeistern ihre Kunden aber immer noch, beispielsweise das traditionelle japanische Süßwarengeschäft und Atelier Amezaiku Yoshihara in Tokio.

# Saft für Götter und Genießer

Sake ist das »Elixier der japanischen Seele«. Das aus gutem Reis und reinem Wasser gebraute Volksgetränk mit 2000 Jahren Tradition wird immer beliebter: Es soll sogar als immaterielles UNESCO Weltkulturerbe aufgenommen werden. In Japan gibt es noch 1300 Sake-Brauereien. Wie kann man die Welt des Sake am besten entdecken? Die Antwort ist einfach: Probieren, probieren, probieren ...

Von Yoshiko Ueno-Müller



## Zur Person

Yoshiko Ueno-Müller ist Sake Samurai, Sommelier und Buchautorin aus Tokio. Mehr Informationen über Sake gibt es auf ihrer Internetseite und in ihrem Online-Shop unter → [www.japan-gourmet.com](http://www.japan-gourmet.com)

1

### Mit Premium-Sake beginnen

Die erste Begegnung mit dem Sake ist sehr wichtig. Sake zu Preisen um zehn Euro aus dem Regal im Supermarkt oder dem Asia-Laden sind keine würdigen Vertreter der 2000 Jahre alten Braukultur Japans. Auch vom warmen oder kalten Sake im Sushi-Imbiss kann man nicht viel erwarten. Meistens stammt er aus industrieller Produktion und wird außerhalb Japans hergestellt.

## 7 Tipps für Sake-Einsteiger

7

### Mehr über Sake lernen

Die Sake & Shochu Academy Europa (→ [www.sake-academy.eu](http://www.sake-academy.eu)) bietet verschiedene Kurse und Zertifikatsprüfung wie das J.S.A. Sake Diploma an. Weiteres Hintergrundwissen zum Thema Sake enthält auch das im Verlag Kornmayer erschienene Buch »SAKE-Elixier der japanischen Seele«.

2

### Restaurant mit guter Sake-Karte besuchen

Oft sind Mitarbeiter:innen in japanischen Restaurants überfordert, die Eigenschaften des Sake zu erklären und eine gute Empfehlung auszusprechen. Deshalb haben manche Restaurants eine Sake-Karte mit kurzen Beschreibungen. Zunehmend gibt es in der europäischen Spitzengastronomie jedoch ein gutes Sortiment an Premium-Sake.

3

### Beim Händler des Vertrauens kaufen

Darüber hinaus gibt es auf Sake spezialisierte Online-Shops, die von Importeur direkt betrieben sind. Sie sind ein wichtiges Bindeglied zwischen Hersteller und Verbraucher. Dort kann man viel Hintergrundinformation über Sake bekommen und sich bei Bedarf beraten lassen.

4

### Sake mit »Gesicht« trinken

Sake von kleinen Herstellern haben ausgeprägte Eigenschaften. Es macht Spaß einen vorzüglichen Sake zu genießen und sich dabei die Sake-Brauer und die Landschaft, aus der der Sake stammt, vorzustellen. Solch ein »Bild« macht den Genuss vollkommen.

6

### An Sake-Verkostung teilnehmen

Einige Online-Händler bieten Sake-Pakete für Einsteiger bzw. Online-Verkostungen an. Außerdem gibt es Sake-Dinner oder Live-Verkostungen in Restaurants. Lernen durch gemeinsames Trinken ist effektiv und macht Laune!

5

### Let's Sake-Pairing

»Sake passt nur zu japanischen Speisen, vor allem zu Fisch.« – Oft begegnet man solchen Vorurteilen. Jedoch passt Sake zu verschiedenen Speisen, auch zu europäischen Gerichten wie Pizza oder Rehragout. Der erste Sake-Pairing-Contest fand im März 2021 statt und zeigte 61 bekannte Sommeliers aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mit vielfältigen Pairing-Möglichkeiten. [www.sake-pairing-contest.com](http://www.sake-pairing-contest.com)





© Thatthep/Adobe Stock

## Crêpes Japan-Style

Als schnelle und gelungene Mahlzeit zwischendurch lassen die Crêpes von SJ Crepe keine Wünsche offen. Die japanischen Crêpes sind außergewöhnlich, bunt und lecker! Anders als das französische Original, wird die japanische Variante in Kegelform hergestellt. Die Füllung reicht von süßen Aromen wie Früchten, Cremes, Pralinen und Eis bis hin zu herzhaften Kreationen und Specials, wie der Tokyo-Sweet-Princess mit frischen Erdbeeren, selbstangerührter Senfcreme und frisch aufgeschlagener Sahne. Alles wird mit viel Liebe direkt vor Ihren Augen vom Inhaber Satoshi Nakao selbst zubereitet. Wählen Sie aus über 100 Sorten Ihren ganz persönlichen Favoriten!

**Name:** SJ Crepe

**Adresse:** Bahnhofstraße 15-17, 33602 Bielefeld

**Telefon:** 0172 751 539 1

**Web:** sjcrepe.de

## Wahrer Geschmack = wahre Liebe

Authentische japanische Ramen gibt es im Bahnhofsviertel in Frankfurt. Das Sorihashiya strebt nach dem ultimativen Geschmack, um seine Gäste wirklich glücklich zu machen. Der wichtigste Bestandteil des Ramens ist die einzigartige Suppe, die nach traditioneller Art aus einer Mischung von Hühner- und Fischfond hergestellt und mit Lauch, getrockneten Meeresfrüchten, Kombu-Algen und getrockneten Steinpilzen verfeinert wird. Alle Zutaten sind ohne Zusatzstoffe, Konserverungsmittel oder Geschmacksverstärker. Zur einzigartigen Suppe gibt es korrespondierende, selbstgemachte Nudeln, die ebenfalls frisch zubereitet werden.

**Name:** Sorihashiya

**Adresse:** Moselstraße 25, 60329 Frankfurt am Main

**Telefon:** 069 711 659 33

**Web:** sorihashiya.com



© Sorihashiya

## Japanische Haute Cuisine am Main

Das Nihonryori KEN steht für echte japanische Haute Cuisine. Gäste erleben die japanische Gastfreundschaft nach den über 300 Jahre alten Prinzipien des Kaiseki hautnah – ohne kitschige Kulissen und pompöse Übertreibungen. Hier werden kulinarische Erlebnisse zelebriert, die alle Sinne ansprechen. Dabei kommen ausschließlich aus Japan importierte Originalzutaten von bester Qualität zum Einsatz. Ein kleines Stück kulinarisches Japan – mitten in der Main-Metropole.



**Name:** Nihonryori KEN

**Adresse:** Wallstraße 22,

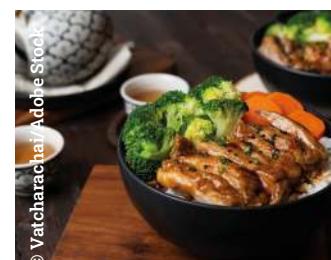
60594 Frankfurt am Main

**Telefon:** 069 976 946 60

**Web:** ken-japan.de

## B-Gourmet bringt Donburi nach Ffm

Die japanische Küche ist vieles – vor allem experimentierfreudig. Die Neugier auf neue Kombinationen greift B-Gourmet auf. Dabei dreht sich alles um Umami. Diese Geschmacksexplosion im Mund braucht keine Geschmacksverstärker. Hier ist alles hausgemacht. Im japanisch geführten Restaurant werden die Donburi täglich frisch mit saisonalen und lokal produzierten Zutaten zubereitet. B-Gourmet serviert authentische japanische Küche – und das im Herzen von Frankfurt!



**Name:** B-Gourmet

**Adresse:** Geleitsstraße 16,

60599 Frankfurt am Main

**Telefon:** 069 977 617 93

**Web:** b-gourmet.de

## All you can Sushi

Wer Sushi liebt, der ist bei Maruyasu genau richtig. Die Sushi-Restaurantkette zelebriert die kulinarische Köstlichkeit der japanischen Küche und bietet Sushi-Variationen für jeden Geschmack. Dabei können die Gäste aus über 85 verschiedenen Zubereitungsarten auswählen.

Alles begann 1983 mit dem Wunsch von Akio Ando den Deutschen echte japanische Esskultur nahezubringen. Ando ging daher regelmäßig auf den Fischmarkt in Düsseldorf und wählte einen Thunfisch von 100 bis 300 Kilogramm aus, damit seine Gäste den Fisch frischer, köstlicher und einfacher genießen konnten. Heute gibt es zehn Maruyasu-Filialen in Düsseldorf und Frankfurt, die von seinen Söhnen Shinsaku und Takamasa geleitet werden.

Und immer noch sind die Frische und die Qualität der Zutaten oberstes Gebot. Takamasa Ando: »Ganz im Einklang mit dieser Tradition verwenden wir ausschließlich frischen Bluefin-Thunfisch im Ganzen und verarbeiten ihn in unserer Zentrale selbst für unsere Restaurants weiter. Hinzu kommen hochwertiger, eigens aus Japan importierter Reis sowie Reisessig und Sojasauce.«

Neben Sushi gibt es noch eine ganze Reihe original japanischer Speisen und Getränke. Auf der umfangreichen Speisekarte stehen Ramen, Tempura, Bentos und Rice-Bowls. Besonders beliebt im Maruyasu im Frankfurter Sandweg sind



© Rido/Adobe Stock

**Die ganze Welt des Sushi gibt es in den zehn Filialen von Maruyasu in Düsseldorf und Frankfurt.**

die leckeren Topping-Varianten für die Nudelsuppen wie Tori-Teriyaki.

Und wenn es einmal schnell gehen soll ist die Maruyasu-Filiale in der Galeria Kaufhof nicht weit. Hier, genauso wie im Sandweg, können alle Gerichte auch zum Mitnehmen geordert werden.

**Name:** Restaurant Maruyasu  
**Adresse:** Sandweg 113,  
 60313 Frankfurt am Main  
**Telefon:** 069 750 897 15  
**Web:** maruyasu.de



© naka/Adobe Stock

## Teppanyaki und Kobe-Filet

Nur wenige Schritte von der Frankfurter Zeil entfernt, leicht versteckt in der Passage des Westin Grand Hotels, begrüßt eines der besten japanischen Restaurants in Deutschland seine Gäste.

Das Sushimoto, das auch im renommierten Guide Michelin vorgestellt wird, bietet hervorragende japanische Küche in authentisch-schlichtem Ambiente. Mittelpunkt des Sushimoto sind zwei riesige Teppanyaki-Grills, die sich parallel fast durch den gesamten Raum ziehen. Hier nimmt die Frankfurter Prominenz genauso Platz wie japanische Geschäftsleute, Messebesucher oder Familien.

Mitsumori Sakamoto, Küchenchef des Sushimoto und Sushi-Meister, schneidet hinter der Sushi-Theke täglich den frischen Fisch wie für Sushi-Deluxe. Ein wahrer Augenschmaus für Sushi-Liebhaber. Frischer geht es nicht!

Auf der Speisekarte stehen neben Sushi auch Teppanyaki, Sashimi, Kobe-Filet und gegrillter Hummer. Alles ist sehr abwechslungsreich zubereitet und in Top-Qualität, die ihresgleichen sucht. Geheimtipp: Bestellen Sie »Omakase« und überlassen Sie dem Küchenchef die Auswahl Ihrer Gerichte. So kosten Sie die vielen Facetten der Kulinarik Japans.

**Name:** Sushimoto  
**Adresse:** Konrad-Adenauer-Straße 7,  
 60313 Frankfurt am Main  
**Telefon:** 069 131 005 7  
**Web:** Sushimoto.eu



© Kabuki

## F(r)isch auf den Tisch

Seit 1989 ist das KABUKI in der Kaiserstraße der Treffpunkt, wenn es um frisches Fleisch, Fisch und Gemüse vom Teppanyaki-Grill geht. Direkt vor den Augen der Gäste werden die Gerichte vom Teppanyaki-Koch auf den in die Tische eingelassenen Stahlplatten zubereitet. Das Resultat: extrem zarte und aromatische Gerichte, die den Gaumen verwöhnen. Dabei schaffen es die Augen kaum, dem Messer zu folgen, wenn Lachs, Thunfisch, Entrecote, Roastbeef, Entenbrust oder Riesengarnelen gebraten, zerteilt und appetitlich auf dem Teller angerichtet werden. Zum Abschluss darf ein leckerer Sake nicht fehlen, der mit seinen Aromen die Tappanyaki-Gerichte wunderbar abrundet.

**Name:** KABUKI Restaurant

**Adresse:** Kaiserstraße 42, 60329 Frankfurt am Main

**Telefon:** 069 234 353

**Web:** kabuki-restaurant.com

## Premium-Sake

Die besten Sake und japanische Spezialitäten bietet UENO GOURMET. Im Online-Shop gibt es eine große Auswahl hochwertiger Produkte wie Sake, Shochu, Wein, Sojasauce und Gewürze - direkt von ausgesuchten, handwerklichen Produzenten in Japan. So holen Sie sich die Genuss- und Esskultur aus Japan direkt nach Hause. Das ganze Jahr über gibt es Events und Seminare rund Sake. Im Sake-Club erhalten Mitglieder alle drei Monate ein Sake-Paket zum Vorzugspreis. Im Online-Tasting werden die zugesandten Sake ausführlich vorgestellt. Wer sich neu in der Welt des Sake orientieren möchte, nutzt einfach die exklusiven Einsteiger-Pakete.

**Name:** UENO GOURMET Shop

**Adresse:** Konrad-Adenauer-Str. 7, 60313 Frankfurt/Main

**Telefon:** 069 977 617 93

**Web:** japan-gourmet.com



© gillianvann/Adobe Stock



© lansa / Adobe Stock

## Izakaya im Herzen von Frankfurt

Wer authentische japanische Hausmannskost sucht, der ist im Izakaya Mangetsu genau richtig. In Japan ist der Izakaya ein Ort, der tief in der Kultur verwurzelt ist - an dem gegessen und getrunken wird. Das Team vom Izakaya Mangetsu bringt ein Stück Japan nach Deutschland. Auf den Tisch kommen traditionelle Gerichte und ausgewählte Sake-Weine: vom Chirashi-Sushi über zartes Iberico-Schwein vom Holzgrill und leckere Kushiyaki-Spieße bis hin zu Tempura und Meeresfrüchten. Alles liebevoll mit frischen Zutaten zubereitet. Im Frankfurter Restaurant Mangetsu genießen Sie japanische Leckerbissen in typischer Izakaya-Atmosphäre!

**Name:** Izakaya Restaurant Mangetsu

**Adresse:** Varrentrappstr. 57, 60486 Frankfurt am Main

**Telefon:** 069 772 210

**Web:** izakaya-mangetsu.de



© beats/dobestock

# Gastronomisches von A-Z

## Restaurants

**Bento Boutique**  
Kaiserstr. 48  
60329 Frankfurt/Main  
**W** bento.boutique  
**T** 069 242 498 88

**Bistro Okame**  
Im Vogelsang 1  
60488 Frankfurt/Main  
**W** facebook.com/  
Bistrookame  
**T** 069 768 059 91

**B-Gourmet**  
Geleitstr. 16  
60599 Frankfurt/Main  
**W** b-gourmet.de  
**T** 069 977 617 93

**Fujiwara**  
Falkstr. 38  
60487 Frankfurt/Main  
**W** fujiwara-restaurant.de  
**T** 069 663 718 16

**Iroha**  
Friedensstr. 6-10  
60311 Frankfurt/Main  
**W** iroha.de  
**T** 069 219 949 30

**KABUKI Restaurant**  
Kaiserstr.42  
60329 Frankfurt/Main  
**W** kabuki-restaurant.com  
**T** 069 234 353

**Konamon**  
Frankenallee 161  
60326 Frankfurt/Main  
**W** konamon.online.de  
**T** 069 872 080 05

**Izakaya Mangetsu**  
Varrentrappstr. 57  
60486 Frankfurt/Main  
**W** izakaya-mangetsu.de  
**T** 069 772 210

**Mangetsu**  
Gr. Eschenheimer Str. 43  
60313 Frankfurt/Main  
**W** izakaya-mangetsu.de  
**T** 069 920 387 91

**Maruyasu**  
Sandweg 113  
60316 Frankfurt/Main  
**W** maruyasu.de  
**T** 069 750 897 15

**Mikuni**  
Fahrgasse 91  
60311 Frankfurt/Main  
**W** facebook.com/  
Mikunirestaurant  
**T** 069 283 627

**Nihonryori KEN**  
Wallstr. 22  
60594 Frankfurt/Main  
**W** ken-japan.de  
**T** 069 976 946 60

**Ramen Jun**  
Wilhelm-Hauff-Str. 10  
60325 Frankfurt/Main  
**W** ramenjun.de  
**T** 069 269 184 18

**Ramen Jun Red**  
Fahrgasse 89  
60311 Frankfurt/Main  
**W** ramenjun.de  
**T** 069 133 876 59

**SAKURA Sushi Cafe**  
Börsenstr. 17  
60313 Frankfurt/Main  
**W** sakura-sushicafe.com  
**T** 069 272 722 26

**Shisan**  
Bornheimer Landstr. 21  
60316 Frankfurt/Main  
**W** shisan.de  
**T** 069 489 868 67

**Sorihashiya**  
Moselstr.25  
60329 Frankfurt/Main  
**W** sorihashiya.com  
**T** 069 711 659 33

**Sushimoto**  
Konrad-Adenauer-Str. 7  
60313 Frankfurt/Main  
**W** sushimoto.eu  
**T** 069 131 005 7

**YOOKI**  
Hanauer Landstr. 82  
60314 Frankfurt/Main  
**W** yooki-frankfurt.de  
**T** 069 174 270 88

## Shops

**Akebono Shop**  
Praunheimer Landstr. 11  
60488 Frankfurt/Main  
**W** akebonoshop.jimdofree.  
com  
**T** 069 789 453 0

**UEENO GOURMET**  
Online-Shop  
**W** japan-gourmet.com  
**T** 06173 940 686



Wenn japanische Nanko-Ume-Frucht auf italienischen Weisswein trifft, sagen wir dazu "Salute", italienisch für Prost!



The  
**CHOYA**  
UME SALUTE

WORKSHOP

## Japanische Gewürze



Wer gerne traditionelle japanische Gerichte (Washoku) isst, der findet in den Rezepten häufig unterschiedliche Gewürze. Sushi, Tempura, Ramen, oder Miso-Suppe werden immer mit Sojasoße, Miso, Mirin oder Sake gewürzt. Ohne diese Zutaten fehlt der authentische Geschmack. Ganz besonders lecker sind sie, wenn sie selbstgemacht sind. Wie man traditionelle japanische Gewürze herstellt, zeigt Koji-Meisterin und Miso-Sommelier Kimiko Ito in ihren Workshops. → [www.itoskoji.com](http://www.itoskoji.com)

© Kimiko Ito

GRÜNTTEE

## Spritzig und erfrischend

Fans des japanischen Grüntees können den Kaltwasser-Shincha jetzt als kostenlose Muster bestellen. Die Komposition zweier Bio-Teesorten aus der Kyushu-Region eignet sich auch für warme Temperaturen. Hinzu kommen weitere Supreme Bio-Teesorten wie Yame-Shincha, Kumamoto-Shincha und Kagoshima-Fukamushi.

→ [www.ueno-consult.de](http://www.ueno-consult.de)

JAPANISCH KOCHEN

## Leicht gemacht

Im neuen Manga-Kochbuch von Angelina Paustian entdecken die Manga-Charaktere Aya und Daisuke moderne und traditionelle Rezepte. Damit auch Anfänger gut zureckkommen, hat die langjährige Japankennerin auch ein Kapitel über die Grundzutaten der japanischen Küche sowie Einkaufstipps integriert. Das Buch kann überall im Handel bestellt werden oder von der Autorin handsigniert unter → [www.mangakueche.de](http://www.mangakueche.de)

# Erfrischend im Taunus



**RADIO FRANKFURT**  
live aus den höchsten  
Radiostudios  
Deutschlands  
den SKYLINE STUDIOS

Kontakt: Eike Knall  
Director Marketing & Sales  
+49 171 977 2540  
+49 69 669 669 200  
knall@radiogroup.de

**RADIO FRANKFURT**



**KIRIN** HEART OF JAPAN



## Herausforderung für Innovation und nachhaltige Gesellschaft



**JX Nippon Mining & Metals**



TANIOBIS



JX Nippon Mining & Metals Corporation Frankfurt Office  
<https://www.nmm.jx-group.co.jp/english/>

TANIOBIS GmbH, Goslar  
<https://www.taniobis.com>

### Übersetzungen

#### Dolmetschen:

Japanisch - Deutsch  
Japanisch - Englisch

Dr. Monika Lubitz  
Mozartstraße 8  
62110 Rodgau  
Tel.: 06106 2592740  
e-mail: m.lubitz@japan-wa.de  
<https://japan-wa.de>



Gateway to Business  
with Japan

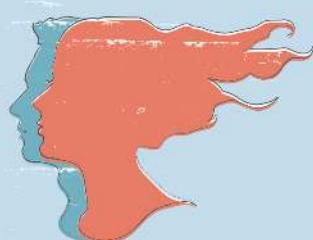


Gateway to  
Language Learning

Sprachunterricht nach  
Birkenbihl-Methoden  
Japanisch  
Deutsch für Japaner  
Englisch  
Spanisch

e-mail: info@tsuuway.com  
<https://tsuuway.com>

GINZA



MATSUNAGA

HAIR SALON

Lassen Sie sich von uns verwöhnen und erhalten Sie  
nach Ihrem Haarschnitt eine 15-minütige  
Gratis-Massage\*

\*Einfach Termin zum Haare schneiden  
vereinbaren und diese Anzeige als  
Gutschein für die Massage vorlegen.

[www.hairsalon-ginza-matsunaga.de](http://www.hairsalon-ginza-matsunaga.de)

# Lebens-Räume

Wie viele alte Architekturkünste, gewährt auch die traditionelle japanische Architektur einen Blick in die Seele der Menschen, die in den entstandenen Räumen leben und arbeiten.



**D**ie Architektur ist geprägt von einem feinen Sinn für die Ordnung der Dinge, von Offenheit und Naturverbundenheit, von wohltuender Stille und Diskretion. Ein ganzheitlicher Ansatz, der Gegenpaare mit überraschender Leichtigkeit verbindet: Drinnen und Draußen, Miteinander und Rückzug, Ordnung und Flexibilität.

Augenfällig ist auch eine gewisse Akribie, die Liebe zu definierten Formen, Materialität und Handwerk. Ein Merkmal, das sich durch die japanischen Künste im Allgemeinen zieht und Teil der japanischen Identität zu sein scheint. Man denke nur an japanische Kalligraphie oder – ins Heute übersetzt – an Mangas, die mit so viel Sorgfalt gezeichnet sind, dass jedes einzelne Bild auch ein Standalone Kunstwerk sein könnte.

Traditionelle japanische Gebäude sind Holzbauten. Sie stehen im Sinne der Erdbebensicherheit häufig auf Holzpfählen, rund 50 cm über dem Boden. In Kombination mit großen Schiebetüren und flexibel verschiebbaren Shoji sorgt dies für eine gute Luftzirkulation. Die Bauten wirken schlicht aber hochwertig, ihrem Zweck dienlich und der Natur sehr verbunden. Ein ganz anderes Bild als die oftmals entmaterialisiert und skulptural

wirkenden Statement-Projekte in den heutigen japanischen Millionen-Metropolen, die gleich um die Ecke der ursprünglichen alten Stadtkerne stehen. Ohne Zweifel beeindruckende Bauten, architektonische Meisterwerke, die die Innovationskraft Japans regelrecht in Stein meißeln.

Zwei Ansätze der japanischen Architektur, die lange Zeit scheinbar unverbunden nebeneinander zu existieren schienen. Doch seit einigen Jahren entstehen Gebäude und Produkte, die traditionelle japanische Raumprinzipien ins Heute transportieren, sie mit modernen Technologien, Materialien und Ideen kombinieren und so eine Symbiose schaffen, die immer einen Mehrwert für den Menschen darstellt.

Wunderbare Beispiele hierfür sind die Projekte des japanischen Architekturbüros Bow-Wow, das gerade nach dem großen Erdbeben und dem verheerenden Tsunami 2011 begann, in ländlichen Regionen neuen Lebensraum zu schaffen und zerstörte Regionen wieder zu erschließen. Mit Konzepten, die die Landbevölkerung wieder zusammenbringen und ihnen mit architektonischen Zutaten aus Tradition und Moderne ein neues Zuhause und ihre Identität zurückgeben. Und mit Gebäu-



© Wood & Washi

### Transparenz und Leichtigkeit.

› den, die schlicht und ergreifend ihre Sprache sprechen und sie ankommen lassen. Diese Gebäude laden ein und schaffen keine Distanz durch Inszenierung. Ein neues Bewusstsein für die Schönheit japanischer Kultur und eben auch für den Sinn althergebrachter Erkenntnisse, die den Menschen und die Gemeinschaft in den Mittelpunkt rücken.

Und auch auf Produktseite entstehen Lösungen, die die traditionelle japanische Kultur ins Heute übersetzen. So setzt Bow-Wow modern interpretierte Shoji, traditionell mit Washi bezogene Schiebewände, in seinen Gebäudekonzepten ein.

Angelehnt an die Shoji, übersetzt beispielsweise das niederländische Unternehmen Wood & Washi Merkmale der japanischen Kultur in moderne und zeitlose Produkte für Sicht- und Sonnenschutz. Die Manufaktur aus dem niederländischen Groningen gestaltet dabei einen oftmals spielerischen Umgang mit seinen Produkten, die das individuelle Bedürfnis nach Sichtbarkeit und Helligkeit, Miteinander und Rückzug in den Mittelpunkt rückt. Dabei setzt das Unternehmen mit hauchdünn laminiertem Washi und hochwertig gearbeiteten Hölzern auch traditionelle Materialien der japanischen Schiebewände ein. Das Besondere an echtem Washi: Es dunkelt erst einmal nicht ab, sondern streut das Licht ganz natürlich, nimmt ihm die

Sie sind in einem festgelegten Raster verschiebbar und ermöglichen so nicht nur die Umnutzung von Räumen, sondern auch einen individuellen Umgang mit Licht und Sichtbarkeit, Offenheit und Rückzug. Es entsteht eine Flexibilität, deren Modernität ihr hohes Alter vergessen lässt. Oder eben den Anreiz gibt, die zugegebenermaßen etwas aus der Zeit gefallenen Raumordner zu übertragen und in moderne Lebensweisen zu integrieren.

Spitzen und verleiht ihm Weichheit. Eine besondere Lichtwirkung, die in Japan schon seit Jahrhunderten genutzt wird, um das natürliche Tageslicht möglichst unverfälscht aber optimiert in den Raum zu tragen.

Unternehmen wie Bow-Wow und Wood & Washi sind schöne Beispiele für die Besinnung auf traditionelle japanische Werte und einen gelungenen Transfer ins Hier und Jetzt.

©  
mcb



### Wood & Washi

Die Shades und Blinds von Wood & Washi übertragen Charakteristika der japanischen Kultur in moderne und zeitlose Produkte für Sicht- und Sonnenschutz. Das niederländische Unternehmen setzt dabei auf eine Kombination aus innovativer Technik und traditionellen japanischen Papieren, gefertigt aus den Fasern des Maulbeerbaums und hochwertigen Hölzern oder klarem Aluminium. Ob als klassische Fensterkomposition, als Raumteiler oder Kunstobjekt. Wood & Washi liefert durchdachte und mit Feinheit gestaltete Lösungen. Für das jüngste Produkt des Premiumherstellers zeichnen Washimeister mit den Fasern des Maulbeerbaums und in schnellen Bewegungen dynamische Strukturen auf eine Fläche. Das Ergebnis ist ein Kunstwerk, das jedem Raum Charakter verleiht.

→ [www.woodandwashi.com](http://www.woodandwashi.com)

Anzeige

## Wohnaccessoires im japanischen Stil

**K**lare Linien und harmonische Formen bestimmen das japanische Design. Die Schlichtheit und Eleganz ist weltweit einzigartig und vermittelt Ruhe

sowie Harmonie. Sowohl die Fertigung traditioneller Tatamis und Futons als auch die Entwicklung moderner japanischer Produkte folgt dieser zeitlosen Philosophie aus Nippon.

Japanwelt hat sich seit 2004 der Verbreitung japanischer Lebensart verschrieben und verfügt europaweit über das größte Sortiment an Produkten der japanischen Lebenskultur. Der Hauptfokus liegt dabei auf den Einrichtungsgegenständen für das perfekte Japanzimmer. Schlichte Shoji-Wände, natürliche Reisstrohmatten als Fußboden,

rollbare Deshi-Futons zum Schlafen, leichte und flexible Paravents zur Raumteilung sowie traditionelle Möbel werden genauso wie moderne Designermöbel im japanischen Stil und asiatische Lampen angeboten. Kleine Accessoires vollenden die japanische Einrichtung.

Selbst für die Gestaltung eines japanischen Gartens bietet Japanwelt ein passendes Torii, Wind- und Wasserspiel sowie diverse Granit- und Brunnensteine. Dabei steht immer die japanische Ästhetik im Zentrum.

→ Onlineshop: [www.japanwelt.de](http://www.japanwelt.de)



Anzeige



# FEILER

GERMANY



*Love at  
first touch*

## NEU/ 新作 WILDBLUME/ 野の花



Lassen Sie sich entführen in die Welt der einzigartigen FEILER-Chenille  
„Made in Germany“

唯一無二の”メイド イン ジャーマニー“  
フェイラー シュニール織りの世界へ  
あなたも魅せられてみませんか

# Stay connected

**Einmal mitansehen, wie auf einer leeren Wand ein Kunstwerk aus Sprühfarben entsteht. Diese Möglichkeit haben die Besucher:innen auf dem Main Matsuri 2022. Während des Festivals gestalten der deutsche Graffiti-Künstler Justus Becker und der japanische Artist Imaone einen dreimal drei Meter großen Würfel. Thematisch orientieren sie sich an der Verbundenheit ihrer Heimatländer.**

Bereits vor dem Main Matsuri arbeiteten Imaone und Justus Becker zusammen: Für die deutsche Botschaft in Tokio gestalteten sie gemeinsam die Mauer. »Das war ein sehr cooles Projekt«, sagt Justus Becker. Gespansert wurde die Kooperation von der deutschen Botschaft, kuratiert von einer japanischen Kunstagentur, Tokyodex, die die beiden Künstler zusammenbrachte. Das gemeinsame Projekt war erfolgreich, und so kommen sie für das Main Matsuri erneut zusammen.

Der in Tokio lebende Imaone hält sich sehr bedeckt. Der Künstler kam 1980 auf die Welt. Er beendete sein Studium am Kuwasawa Design Institute. Seine künstlerischen Fähigkeiten entfalteten und entwickelten sich aber vor allem auf der Straße, wie er sagt. Sein künstlerisches

Talent führt ihn rund um die Welt: in die USA, nach Großbritannien oder auch nach Deutschland. Seine Kunst präsentiert er vor allem auf sozialen Netzwerken.

Justus Becker ist ein etablierter Graffiti-Künstler. Er bereichert das Frankfurter Stadtbild mit farbenfrohen Bildern. Aber auch düstere Motive fügen sich in seine Werksammlung ein. Zur Kunst fand er nach einer Herzoperation, nutzt das Sprühen, um seine Erkrankung zu verarbeiten.

Jahre später hinterlässt er seine Handschrift in mehr als 15 Ländern der Welt und engagiert sich auch für soziale Projekte. Für seine ehrenamtlichen Arbeiten im öffentlichen Raum würdigt ihn die Stadt Frankfurt. »Sie schicken mich gerne auf Reisen«, sagt Justus Becker. Seine künst-

lerischen Arbeiten bilden die Grundlage für einen internationalen Austausch mit Partnerstädten und Gästen.

Solche Reisen führten ihn nach Tokio, zum Gestalten der Wand der deutschen Botschaft und Yokohama, wo er als Gastdozent einen Workshop leitete. »Die Stadt Frankfurt konnte Vertreter der Stadt Yokohama mit meinen bisherigen Referenzen begeistern«, berichtet Justus Becker. So wurde er Teil des Austauschprogramms zwischen den beiden Städten. Während des Kreativ- und Graffiti-Workshops erhielt er auch die Gelegenheit, den Campus zu gestalten.

Durch die Zusammenarbeit mit der Stadt Frankfurt kann sich Justus Becker für die Völkerverständigung einsetzen. »Mittlerweile war ich fast überall auf der Welt«, sagt der Künstler. Wieder in Japan zu arbeiten, sei einer seiner Wünsche. »Ich hoffe, bald wieder dort malen zu können.«

Sicher ist, dass sich die zwei Künstler Imaone und Justus Becker auf dem Frankfurter Main Matsuri 2022 wieder sehen werden. Und das Festival erneut mit ihren kreativen Arbeiten bereichern werden.



## Kurz & knapp

**Justus Becker**  
[www.iamcor.com](http://www.iamcor.com)  
[www.instagram.com/corone\\_artist](http://www.instagram.com/corone_artist)

**Imaone**  
[www.imaone.com](http://www.imaone.com)  
[www.instagram.com/imaone](http://www.instagram.com/imaone)

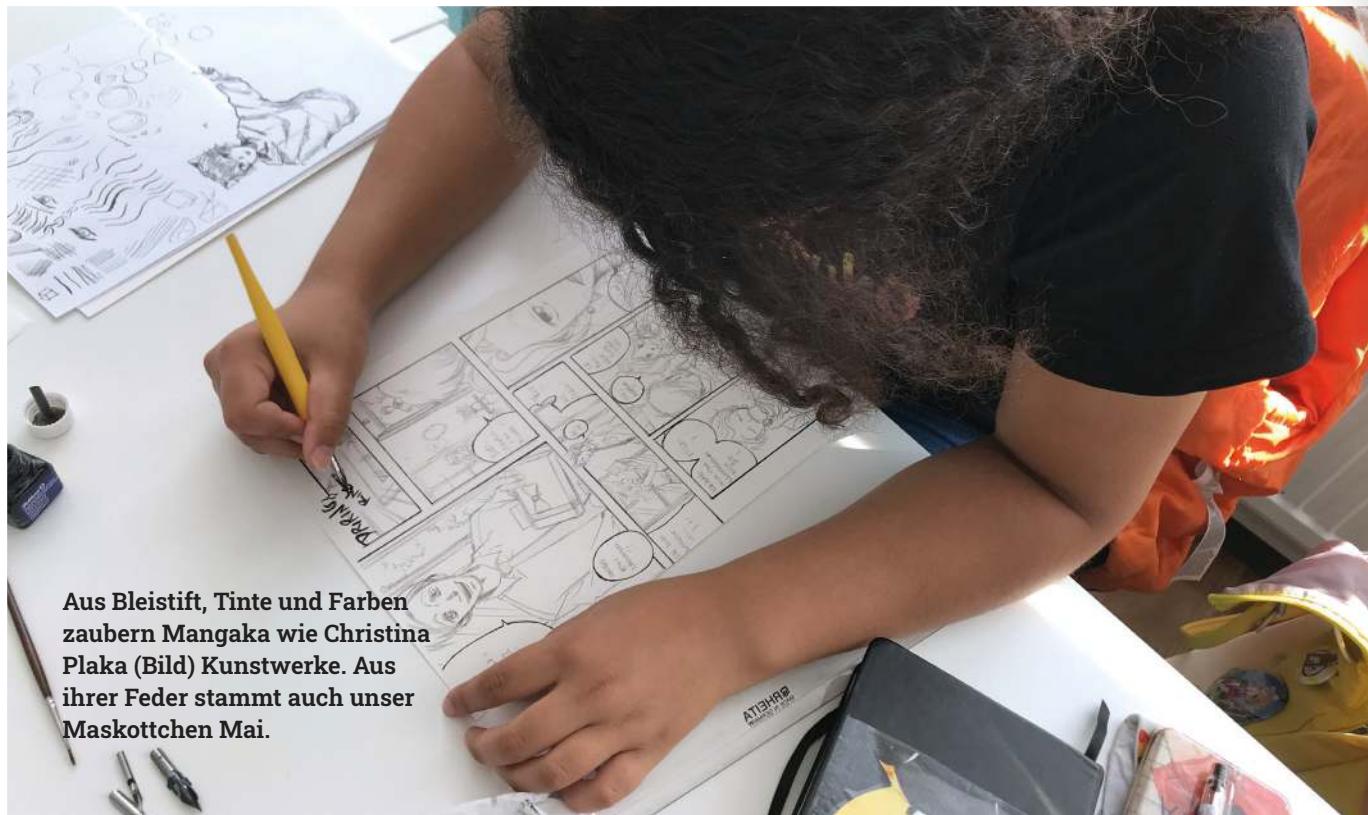


Das Mural von Imaone entstand 2016 für das Kunstprojekt von Vates und Reisim und zeigt seine typischen grafischen Elemente, die er in seine Werke einbaut.

©Imaone



Das großflächige Mural von Justus Becker nennt sich »Let your life grow« und zierte ein Haus in Frankfurt-Sachsenhausen.



© Plaka

# Aus der Feder zum

Ein kleiner Waschbärhund und eine junge Frau mit weißem Shirt – diese zwei sind die Maskottchen des Main Matsuri. Hinter Mai und Shinuki stecken zwei Zeichnerinnen – ihr kreativer Mittelpunkt ist in Frankfurts Nachbarstadt Offenbach.

**H**elles, langes Haar zu einem Pferdeschwanz gebunden, meist mit Pocky – ihrer Lieblingssüßigkeit – in der Hand. Ihr Name ist Mai und wurde von Christina Plaka gezeichnet. Neben der jungen Frau steht ein Tanuki, ein japanischer Waschbärhund, der aus der Zeichenfeder von Valeria Tralli alias Yaya-chan stammt. Diese beiden bilden das Maskottchen-Team für das Main Matsuri und repräsentieren die Festival-Besucher:innen aus Deutschland und Japan. Der Entstehungsprozess war für die beiden Profis keine große Herausforderung. Die Ideen für die beiden Figuren kamen ihnen schnell. »Ich wollte

etwas Witziges haben«, sagt Yaya-chan und setzte die Vorgabe, dass es ein mit Japan verbundenes Tier sein solle, direkt um. »Tiere sind eigentlich nicht meine Stärke«, sagt die 30-Jährige. Zu dem Zeitpunkt sei sie allerdings durch ein Videospiel und einem Anime so auf Tanuki fixiert gewesen, da »hat es nicht lange gedauert, mich für dieses Tierchen aus Japan zu entscheiden«.

Auch für Mai, die andere Hälfte des Maskottchen-Teams, war die Inspiration schnell gefunden. »Die Idee war in erster Linie eine Festivalbesucherin zu zeichnen, die die deutsche Seite vertritt«, sagt ihre Schöpferin Christina Plaka. Dabei achtete

die Schulleiterin von »I am Mangaka« auf jedes Detail: Sie porträtiert eine fröhliche Festivalgängerin, die japanisches Essen und Süßes mag. »Deshalb sieht man Mai oft an Pocky knabbern.« Mais Kleidung ist bequem und luftig, passend für ein Festival, das Mitte August stattfindet.

Die Künstlerinnen sind keine Unbekannten auf dem Main Matsuri. Beide Frauen arbeiteten bereits mit dem Team zusammen. Organisator Norman Seidel unterstützt die Zeichnerinnen seit einigen Jahren, da war eine Kooperation für das Festival nur eine Frage der Zeit. Die Frauen stellten ihre Werke auch auf dem Main Matsuri aus oder gaben Kurse für neugierige Besucher:innen, die sich auch mal an der Zeichenfeder probieren wollten. Christina Plaka ist wahrscheinlich nicht nur Manga-Liebhabern bekannt. »Einige kennen mich noch von meinen Publikationen wie Yonen Buzz oder sogar meinem Youtube-Kanal«, sagt



Der Tanuki entstammt Yaya-chans Vorstellung. Für Mai ließ sich Christina Plaka von unseren Festival-Besuchern inspirieren.



© Yaya-chan/Plaka

# Festival

Christina Plaka. Zu ihren Publikationen gehören auch »Kimi he« und »GoForIt«. Inzwischen arbeitete sie hauptsächlich als Illustratorin und Leiterin ihrer eigenen Manga-Zeichenschule in Offenbach. »Der einzige Job, der mir richtig viel Spaß bereitet hatte, war das Unterrichten im Japanischen Sprachzentrum«, sagt Christina Plaka. Das Lehren und Zeichnen bereiteten ihr so viel Freude, dass sie den Entschluss gefasst hatte, beides miteinander zu verbinden. Valerie Tralli aka Yaya-Chan hat ihren Zeichentisch ebenfalls in Offenbach stehen. Sie arbeitet beruflich als Künstlerin mit dem Schwerpunkt auf den Manga-Stil. »Größtenteils zeichne ich Illustrationen für Veranstaltungen und Händler«, sagt Yaya-chan. Für ihre Patreons zeichnet sie Doujinshi, Fanarts sowie Chibi und kreiert Merchandise. Vor allem der Entstehungsprozess macht ihr viel Freude. »Größtenteils zeichne ich für verschiedene Fans und Auftraggeber«,

sagt Yaya-chan. Jeder Auftrag bringt etwas Neues und somit auch Abwechslung mit sich. Dazu gehört dann auch das Recherchieren, Ideen sammeln und Skizzieren – ein besonders kreativer Prozess.

Nach der Zwangspause im vergangenen Jahr freuen sich Christina Plaka und Yaya-chan besonders auf das diesjährige Festival. »Vor allem darauf, meine Fans und liebe Kollegen wieder sehen zu können«, sagt Yaya-chan. Auch auf das Ausstellen als Künstlerin freut sie sich. »Das Main Matsuri ist eine meiner liebsten Veranstaltungen, auf denen ich ausstelle«, sagt die Offenbacherin. Christina Plaka stimmt ihr begeistert zu. Neben der Kunst freut sie sich vor allem auf die vielen kulinarischen Stände, die auf die Besucher:innen warten. So viele Gelegenheiten, sich mit japanischem Essen an einem Ort auseinanderzusetzen zu können, habe man sonst nicht, pflichtet Yaya-chan bei.



Kreiere Comics, Webtoons, Illustrationen und mehr auf deinem Lieblingsgerät mit

CLIP STUDIO PAINT



Jetzt  
3 Monate  
GRATIS testen!



Windows/macOS/iOS  
Android/Chromebook

<https://www.clipstudio.net/de/>

# Nachhaltigkeit begreifbar machen

Mit ihrem jungen Start-up »more than a movement« stellen sich Leonie Stumpf, Marina Sless und Anne Wagner der Herausforderung, Themen wie Nachhaltigkeit, Umweltschutz und natürliche Ressourcen verständlich einem breiten Publikum zugänglich zu machen.

**W**as bedeutet Nachhaltigkeit? Warum spielen Artenvielfalt und Biodiversität eine große Rolle? Wie funktioniert das Klimasystem? Mit unterschiedlichen Projekten gehen die drei Frauen genau diesen Fragestellungen auf den Grund. Kennengelernt haben sie sich während ihres Studiums an der Humboldt Universität in Berlin und schnell war klar: Ihre Leidenschaft für diese Themen geht weit über den gemeinsamen Master-Studiengang »Integrated Natural Resource Management« hinaus.

Gestartet hat das junge Team auf der Social-Media-Plattform Instagram, auf der sie fundierte Informationen bereitstellen und ihre Mission kontinuierlich verfolgen: aufklären und begeistern. Sie arbeiten ausschließlich mit wissenschaftlichen Quellen und brechen diese kreativ und witzig auf das Wesentliche herunter. Mit »more than a movement« haben die drei Erfahrungen als Dozentinnen von interaktiven Workshops in Unternehmen und Universitäten gesammelt und vermitteln darin die unterschiedlichsten Fragestellungen rund um aktuelle Themen bezüglich Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Ein weiteres Standbein ist die professionelle Beratung von Unternehmen und Veranstalter:innen für eine nachhaltige Unternehmens- und Veranstaltungskultur.

So haben auch »more than a movement« und Main Matsuri zusammengefunden: Gemeinsam stellen sie sich langfristig der Herausforderung, diese Veranstaltung umweltbewusst zu gestalten. Neben dem kulturellen Austausch konzentriert sich Main Matsuri darauf,

eine nachhaltige Eventkultur zu etablieren. In der gesamten Organisation des Main Matsuri Festivals steht das Team von »more than a movement« für die umweltfreundliche Beschaffung von Materialien und Festival-Artikeln zur Seite. Beim Event sind die drei Frauen

aus Berlin mit einem Info-Stand vor Ort. Eine zukunftsorientierte Zusammenarbeit!

ms



## Kurz & knapp

### **more than a movement**

**Web:** [morethanmovement-berlin.com](http://morethanmovement-berlin.com)

**Instagram:** [more.than.a.movement](https://www.instagram.com/more.than.a.movement/)

**E-Mail:** [contact@morethan-berlin.com](mailto:contact@morethan-berlin.com)



Von links nach rechts: Leonie Stumpf, Marina Sless und Anne Wagner von »more than a movement«.

# Mekka für Buchliebhaber

Ein buntes Gewimmel aus Büchern und Zeitschriften empfängt die Kunden, wenn sie durch die Eingangstür des Takagi Bookshops in der Immermannstraße 31 in Düsseldorf schreiten. Nirgendwo in Europa gibt es eine so große Auswahl von japanischer Literatur wie auf diesen dicht bestückten 100 Quadratmetern. Der Takagi Buchladen ist nicht nur am Rhein Kult.

**S**ein über 45 Jahren ist die erste japanische Buchhandlung Europas der Treffpunkt für Kunden aus ganz Deutschland. Waren es früher noch extra eingeflogene Tageszeitungen und japanische Bestseller, die bei den Eltern der heutigen Inhaberin Yurie Takagi über den Ladentisch gingen, so sind es heute im Zeitalter des Internet vorwiegend Magazine, Romane, Lehrbücher zum Erlernen der japanischen Sprache, Kamishibai Bildkarten und Manga-Hefte.

»In den letzten 20 Jahren ist das Interesse an der japanischen Kultur in Deutschland stetig gewachsen«, erzählt Yurie

Takagi. Dies hängt insbesondere mit dem großen Erfolg der japanischen Popkultur zusammen. Hinzu kommt eine immer größer werdende Fangemeinde, die das japanische Essen und Hobbys wie Origami, Kalligrafie, japanische Malerei und Kimonos liebt. Das Geschäft lebt von einer bunten Mischung aus aktuellen Buchbestsellern, Handarbeits- und Kochbüchern, Origami-Papier, japanischen Büroartikeln, Geschenkartikeln und Merchandising.

Den Schwerpunkt der Produktpalette bilden jedoch die Mangas, die heute ein

## i

### Kurz & Knapp

Der erste Takagi Bookshop eröffnete 1974 in Düsseldorf seine Pforten. 2005 übernahmen Yurie Takagi und ihr Partner Stefan Böhm die Buchhandlung Takagi GmbH Books & More. Das Sortiment umfasst Zeitschriften, Romane und Bestseller, Reiseführer, Kinderliteratur, Koch- und Malbücher sowie Manga. Hinzu kommt ein breites Angebot an Geschenk- und Merchandise-Artikeln.

→ [www.takagi-books.de](http://www.takagi-books.de)

Drittel der zeitgenössischen Literatur in Japan ausmachen. Die künstlerisch überaus anspruchsvoll gestalteten Cartoons, die ihren Ursprung in Japan haben, können bis zu mehrere hundert Seiten lang sein. Es gibt viele verschiedene Genres, sodass sie bei Menschen jeden Alters sehr beliebt sind. Dabei sind sie bekannt für ihre tiefgründigen Handlungsstränge und Charaktere. Mit seiner großen Auswahl ist der Takagi Bookshop ein Mekka für Manga-Fans.

Zusätzlich zu den Manga-Serien gibt es »Art Books« ohne Text mit Illustrationen sowie Ausmalbücher für diejenigen, die die Zeichnungen farblich verzieren wollen. Hierfür bietet der Bookshop hochwertige Farbstiftkollektionen mit vielfältigen Farbvariationen an. Natürlich darf auch Manga-Fanware mit T-Shirts und Figuren nicht fehlen.

Das Herz geht Yurie Takagi auf, wenn Kunden, die früher als Kinder im Laden waren, heute mit ihren eigenen Kindern wiederkommen. »Das ist ein schönes Zeichen und bestärkt uns in der Hoffnung, dass unser Laden nach der Pandemie auch noch die nächsten Jahre da sein wird.«



© Takagi Bookshop

Yurie Takagi und ihr Partner Stefan Böhm von Takagi GmbH Books & More.

# Sailor Moon trifft Doctor Strange

## Steckbrief Nathalie Quillmann

Alter: 37 Jahre

Dabei seit:  
Cosplayerin der ersten Stunde.

Unternehmen:  
myCostumes

Besonderheiten:

- Eigene Perückenkollektion für ihren Onlinehandel.
- Viele Cosplay-Wettbewerbe gesponsert und veranstaltet ihre eigene Manga-Convention.
- Organisiert den Cosplay-Bereich der Frankfurter Buchmesse.



Rote Haare, die zu einer hoch stehenden Frisur gestylt wurden. In einem hellen Blau schimmernde Feenflügel oder schwarze Linien auf geschminkter Haut, die eine bedrohliche Maske ergeben. Obwohl diese Details unterschiedlich klingen, haben ihre Träger:innen etwas gemeinsam: Sie sind Cosplayer:innen. Das kreative Hobby, bei dem sich die Partizipierenden in ihren Lieblingscharakter verwandeln, ist auch in Deutschland ein fester Bestandteil des Main Matsuri.

**M**it dem großen Interesse an Japan, wuchs auch die Begeisterung für Cosplay. Die Szene verbindet kreative Hobbys mit der Liebe für Comics, Videospiele oder auch Serien und Filme – und dabei stammt die Inspirationsquelle nicht nur aus dem Land der aufgehenden Sonne. Das ist auch nicht verwunderlich, stammt doch die erste Cosplayerin aus den USA. 1939 erschien Myrtle Rebecca Douglas Smith Gray Nolan, oder auch einfach Morojo genannt, in einem Kostüm auf der ersten Science-Fiction-Convention. Damit löste sie eine Welle aus. Denn schon ein Jahr später kamen viele Besucher:innen der zweiten Auflage der Veranstaltung ebenfalls im Kostüm.

Den Begriff Cosplay prägte Nobuyuki Takahashi vom Manga-Studio Hard, als er 1984 die World Science Fiction Convention in Los Angeles besuchte. Die Maskerade der Besucher:innen beeindruckte ihn und er berichtete in »My Anime« über »kosupure«. Das Interesse an dem Hobby wuchs exponentiell in den 90er Jahren in Japan, aber auch anderen asiatischen Ländern sowie dem Westen. Sei es Anime- und Manga-Conventions, Comic-Cons, klassische Buch- oder auch Videospielmessen sowie Japan thematisierte Feste – Cosplay entwickelte sich zu einem farbenfrohen Bestandteil vieler Veranstaltungen, auch hierzulande. So wurde aus einer Nische Anfang der 2000er ein inzwischen etabliertes Hobby, das beispielsweise in der US-Amerikanischen Serie »The Big Bang Theory« aufgegriffen wurde.

Cosplayer:innen nutzen Veranstaltungen, um ihre Kostüme zu präsentieren und sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, sagt Nathalie Quillmann, Inhaberin von myCostumes. Sie übt das Hobby selbst jahrelang aus: schneiderte Kleidung, schnitt Perücken und bastelte passende Accessoires. Dabei war eine der größten Herausforderungen das Beschaffen der Materiali-

## i

### Foto? Gerne, aber ...

bitte vorher fragen! Cosplayer:innen bereichern zwar eine Convention und machen auch das Main Matsuri noch etwas bunter. Dennoch sind sie keine Attraktion oder engagierte Schaustellerinnen. Daher ist immer auf das »Recht am eigenen Bild« zu achten. Ausnahmen bilden die Wettbewerbe oder auch Auftritte auf der Bühne. Ansonsten gilt: Cosplayer:innen freuen sich, wenn sie nach einem Foto gefragt werden und posieren dürfen. Man sollte also keine Scheu haben, sie anzusprechen. Bitte auch unbedingt nachfragen, ob es okay ist, sie oder ihr Kostüm anzufassen. In diesen steckt sehr viel Arbeit, Zeit und Geld und manche Teile gehen dennoch leicht zu Bruch.

en. Denn in Deutschland gab es keine zentrale Stelle, um sich Kostüme oder wenigstens die passenden Perücken oder Materialien zu besorgen. Während eines Japanaufenthalts 2006 besuchte sie ein Cosplay-Geschäft. »Ich fragte mich, warum es so einen Laden nicht bei uns gibt«, berichtet Nathalie Quillmann. Ein paar Jahre später eröffnete sie myCostumes und entwickelte sich schnell zu einer wichtigen Anlaufstelle – nicht nur für Cosplayer:innen. Auch auf Messen und Conventions war sie viel unterwegs bis im vergangenen Jahr alles ausfiel.

»Ohne Conventions gibt es auch kaum neue Cosplays«, sagt Nathalie Quillmann. Das habe die Corona-Pandemie gezeigt. Auch Cleo

von Cleocosplay, die mit richtigen Namen Valerie A. heißt, musste das schmerzlich feststellen. Das Ziel, beziehungsweise die Motivation für neue Kostüme fiel weg – keine Conventions und keine Shootings wurden mehr organisiert. »Viele Cosplayer:innen die ich kenne, haben erst einmal gar nichts gemacht«, erzählt sie. Denn auch mehr als zehn Jahre später werkeln Cosplayer:innen häufig selbst an ihren Kostümen. »Im asiatischen Raum gibt es Angebote für fertige Cosplays«, berichtet Nathalie Quillmann. Diese können zwar auch von Deutschland aus gekauft werden, aber: Es gibt nur wenige Händler, die größere Konfektionsgrößen oder Maßanfertigungen anbieten.

Umso stolzer präsentieren Cosplayer:innen aus dem Westen ihre fertigen Ergebnisse auf sozialen Netzwerken. »Hier versucht man, viel Aufmerksamkeit von seinem Umfeld zu erhalten«, berichtet Nathalie Quillmann. In Japan hingegen verheimlichen viele ihr besonderes Hobby. Aufmerksamkeit genießen meist nur Profi-Cosplayer:innen – aus einem Hobby wurde ein kommerzieller Beruf.

Social Media wie Instagram und Facebook werde zur »Hochglanzpräsentation« für dieses Hobbys genutzt, erläutert ➤



... and we will meet again

# Gutschein

Tikocosplay

10% auf Alles!

an jedem Tikocosplaystand bis 31.05.22

shop-tikocosplay.de

**Steckbrief**  
Valerie A. Aka Cleo von cleocosplay

**Alter:** 30 Jahre  
**Dabei seit:** Connichi 2015  
**Beruf:** Social-Media-Managerin  
**Besonderheiten:**

- Nutzt Instagram zur Präsentation ihrer Cosplays sowie TikTok für Tutorials und Erklärvideos
- Unterstützt die Connichi im Social-Media-Bereich



» Valerie A.. Daher seien Fotoshootings ein essentieller Bestandteil der Cosplay-Inszenierung. Sei es direkt auf einer Veranstaltung oder bei einem geplanten Fotoshooting. Fotos sind dabei eben nicht nur eine schöne Erinnerung, sondern auch Teil der Kostümdarstellung. Dabei entwickelten sich aus dem Hobby heraus auch Cosplay-Fotograf:innen, die versuchen, das perfekte Foto für Instagram zu schießen und zu bearbeiten.

Auch die Plattform Tiktok und die Reel-Funktion von Instagram bieten eine neue Fläche, sich und sein Cosplay, gerade auch während des Lockdowns, zu zeigen. In kleinen Videos



beide © cleocosplay

Fotos gehören zum Cosplay ebenfalls dazu, wie das Nähen oder Basteln. Die Ergebnisse werden dann auf den sozialen Netzwerken geteilt

erwecken die Cosplayer:innen ihren dargestellten Charakter zum Leben. Dabei liegt der Schwerpunkt weniger darauf, wie das Kostüm selbst hergestellt oder präsentiert wird. Die Cosplayer:innen fokussieren sich auf den schauspielerischen Bestandteil des Kostümspiels: Mimik und Gestik bilden die wichtige Grundlage für ein gutes Tiktok-Video oder Reel. Unterstrichen wird das Ganze dann mit passenden Audio-Dateien, zu denen Cosplayer:innen ihre Lippen bewegen. Dabei ist es egal, ob es sich um Musik handelt oder witzige Clips – solange es zum Charakter passt. »Das ist eine überaus kreative Auseinandersetzung mit dem Charakter«, sagt Valerie A. Die Social-Media-Managerin, die auch die Netzwerke der Connichi betreut, ist selbst auf Tiktok aktiv. »Es geht viel um Schauspiel, Make-up und das Körpergefühl«, beschreibt sie ihre Beobachtungen. Auch wenn dann ein Kostüm abgewandelt sei, oder nur eine Perücke und Make-up genutzt werden, erkennen Zuschauer:innen sofort, um welchen Charakter es sich handelt. Bei allem steht aber weiterhin das Vernetzen und der Austausch im Vordergrund.

Wem das nicht reicht, kann dem Kostümspiel noch ein weiteres Element hinzufügen: den Cosplay-Wettbewerb. Seien es kleine Contests oder die großen Vorentscheide zur DCM (Deutsche Cosplay Meisterschaft), die auf der Frankfurter Buchmesse ausgetragen wird – sie sind Teil vieler Veranstaltungen. Auch auf dem Main Matsuri wird es einen kleinen Wettbewerb geben. Nathalie Quillmann betont, dass dieser gerade für Anfänger:innen, die sich gerne einmal auf der Bühne ausprobieren wollen, eine sehr gute Gelegenheit ist. »Hier geht es vor allem um den Spaß und darum, sein Kostüm dem Publikum zu präsentieren«, sagt das Jury-Mitglied.

# cohaku

DAS COSPLAY MAGAZIN

- 4x im Jahr -  
- Deutlich über 100 Seiten -  
- Interviews, Tutorials, Communityberichte -

9,90 € pro Ausgabe

Erhältlich im gut sortierten Buchhandel und direkt bei uns im Shop unter

[cohaku.de](http://cohaku.de)

**brother**  
at your side



Innov-is V3 Limited Edition

# Japan nach Deutschland bringen

Wer sich über japanische Kultur – sei es Manga und Anime oder Musik, Essen und Traditionen – informieren will, greift zur Koneko. Das beliebte Magazin von raptor publishing aus Frankfurt informiert seit 2004 Japan-Begeisterte in Deutschland

**M**an müsse das schon wollen, sagt raptor-Chef Claude Moyse. »Das«, sei der Antrieb und der Wille, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen. Das hat er mit seinem Verlag und dem darunter veröffentlichten Magazin Koneko getan. Die Zeitschrift, die jungen Lesern Japan näher bringt, etablierte sich als eine feste Größe, die nicht nur über einen Trend berichtet.

Den Anfang nahm alles im Januar und Februar 2004: Nach Stationen bei Nintendo als Marketingmanager und einer Werbeagentur, entschied sich Claude Moyse basierend auf seinen Interessen, den Verlag aufzubauen. Dabei spielten seine Liebe für Gedrucktes und für Japan sowie die Zusammenarbeit mit Nintendo und Verlagshäusern die entscheidende Rolle für die zündende Idee. Im Januar 2004 gründete Claude Moyse dann raptor publishing; eines der ersten Magazine war die Koneko.

Für Claude Moyse war von Anfang an klar, dass er eine Zeitschrift mit Japanbezug veröffentlichen wollte. Durch seine Arbeit für den japanischen Videospielhersteller Nintendo entwickelte er ein Interesse für das fernöstliche Land. »Ich ging auf mehrere Geschäftsreisen«, sagt Claude Moyse. Auf diesen lernte er Land und Leute lieben und nahm sich vor,

diese Begeisterung in Deutschland zu teilen. »Wir kommen alle selbst aus der Nerd-Kultur«, sagt der raptor-Chef. Daher stamme auch seine Motivation, sich mit solchen Nischen-Themen auseinander zu setzen. »Wir wollen machen, was uns Spaß macht.«

Der Schwerpunkt für die Koneko war schnell gesetzt: »Ich kenne viele Japaner, die gar keine Mangas lesen«, sagt Claude Moyse. Sie sammeln eher Figuren, lieben Freizeitparks oder sind Arcade-Nerds. So war es für den Herausgeber klar, dass sich sein Magazin nicht nur mit Manga und Anime – zu der Zeit gab es ein sehr großes Angebot, das sich bereits allein mit diesen Trends befasste – beschäftigen sollte. Sondern auch mit japanischer Pop-Kultur im Allgemeinen, mit Mode, Musik und Essen gleichermaßen. »Ich las zu der Zeit das „Japanmagazin“, das sich mit Architektur, Essen und Kultur befasst, sehr gerne«, sagt Claude Moyse.

»Ich dachte, so etwas in jung wäre cool.«

Mit der Koneko als eine feste Säule erweiterte der Verlag kontinuierlich sein Portfolio und passt es an aktuellen Trends aus der Pop-Kultur und Nerd-Szene an.

»Japan selbst bietet einfach so viele Inspirationen«, betont der Herausgeber. So entstand zum Beispiel auch ein Musik-Ma-



## Was bedeutet »Koneko«?

Der Name für das Magazin war schnell gefunden, sagt Claude Moyse. Der Herausgeber wollte ein Maskottchen, die beauftragte Zeichnerin machte ihm mehrere Vorschläge. Darunter auch ein Catgirl, ein Katzenmädchen, das häufig mit japanischer Pop-Kultur in Verbindung gebracht wird. Da fiel die Wahl auf das Maskottchen leicht und mit dem Katzenmädchen Koneko-chan kam auch der Name Koneko. Das Wort bedeutet Katzenjunges.

gazin, das sich rein mit japanischer Musik befasste. »Die Szene veränderte sich allerdings«, erinnert sich Claude Moyse. »In Japan wurde auf einmal immer mehr koreanische Pop-Musik konsumiert.« Als Konsequenz daraus stellte er das J-Pop- und J-Rock-Magazin ein, und die K-Bang war geboren.

Die Koneko gibt es alle zwei Monate mit einer Auflage von 48.000 Exemplaren. Neben der Koneko erscheinen unter raptor publishing regelmäßig die Magazine »dokidoki«, »K-Bang« und »Virus«. Weitere Informationen, auch zu Sonderheften, gibt es unter → [shop.raptor.de](http://shop.raptor.de)

yfi

© Koneko



raptor-Chef  
Claude Moyse



# Willkommen zum MARU Podcast ...

...dem Podcast von Marina und Kaoru! So lautet das deutsche Intro, wenn die Folgen losgehen. Zwei Freundinnen Mitte 20, die kein Blatt vor den Mund nehmen, wenn sie über die japanische und deutsche Kultur aus zwei unterschiedlichen Perspektiven sprechen, diskutieren und hinterfragen.

**M**arina und Kaoru haben im letzten Jahr einen bilingualen Podcast gestartet. Im Wechsel sprechen sie auf Deutsch oder Japanisch über aktuelle Themen und persönliche Erfahrungen, die sie in Deutschland und Japan als Deutsche und Japanerin gemacht haben. Kennengelernt haben sie sich 2012 beim Schüler:innenauftausch in Tokio, seitdem verbindet sie der rege Austausch über die zwei Kulturen.

Marina, aufgewachsen in Frankfurt am Main mit einer japanischen Mutter und Kaoru als Japanerin, die die ersten Jahre in Deutschland verbracht hat, haben Einiges zu erzählen. Obwohl die Kulturen so oft als ähnlich beschrieben werden, vertreten die beiden durch ihre intensiven Einblicke oftmals ganz andere Meinungen. Sie zeigen nicht nur die kulturellen Unterschiede auf, sondern analysieren auch die Hintergründe.

Warum werden in Japan Geschenke mit zwei Händen überreicht? Warum

gibt es keine Rassismusdebatte oder wie sieht das typische Neujahr in Japan eigentlich aus? Solche und viele weitere Fragen und Thematiken werden im MARU Podcast behandelt. Der Podcast

gibt realistische Einblicke in das Leben zwischen den beiden Kulturen.

Marina und Kaoru podcasten übrigens aus den Hauptstädten Berlin und Tokio und sie verfolgen ein Ziel:

die japanische und deutsche Kultur den Menschen authentisch näherzubringen und zu zeigen, Unterschiede können auch zusammenbringen! Den Podcast gibt es unter dem Namen »MARU - A German & Japanese Podcast« auf Spotify, Apple Podcasts und Co.



ms



Cover des MARU Podcasts auf allen Streaming-Plattformen.

LuisenForum

Einkaufen. Qualitäts- und Markenbewusst.  
Kirchgasse 6  
65185 Wiesbaden

Öffnungszeiten:  
Montag bis Samstag  
10,00 bis 20,00 Uhr

Dieser QR-Code  
führt Dich direkt  
zu uns

SCAN MICH

comic/Manga  
YU-GI-OH!  
Pokemon  
Japan-Merch  
Funko Pop  
Anime-Figuren  
Trading Cards  
**Dein Nerd Shop**



# Kendo

## Der Tanz mit dem Schwert

In Dunkelheit gehüllte Kämpfer, die katzenartig durch den Raum wirbeln und deren messerscharfe Schwerter klirrend aufeinander prallen: Die Legende der Samurai ist seit über 1000 Jahren lebendig. Nicht nur in Japan blicken schon Kinder zu diesen einzigartigen Kriegern auf, und so mache ich auf Spurensuche in einem japanischen Dojo. Von Marion Blythe

Wie ein wunderbarer Tanz wirkt es, wenn sich die Kendo-Kämpfer bei der Kata aufeinander zu bewegen. So leicht sind die Schritte, so schnell schneidet das Schwert (Katana) durch die Luft. Die schwarze Bogu (Kendo-Rüstung) tut ihr weiteres, mich nachhaltig zu beeindrucken.

Kendo steht für „den Weg des Schwertes“. Dass Schwerter nur bei Showkämpfen benutzt werden, erklärt mir Norman Seidel, 5. Dan und Vorsitzender des Noru-Ken Kendo-Dojo. Im Training nutzen die Kendo-Kämpfer das Shinai (Bambus-Schwert) oder das Bokken (Holzschwert). So gehen Kämpfe und Kata-Abfolgen ohne Verletzungen ein-

her. Ziel des Kendo-Kampfes ist es, den Gegner mit dem Shinai auf bestimmte Flächen der Rüstung zu treffen. Hinzu kommen die Kata, bei denen paarweise Techniken mit dem Holzschwert ausgeführt werden.

Ich bin überrascht, wie groß die Altersspanne beim Kendo-Training ist. Nach oben gibt es keine Grenze und selbst die Jüngsten ab einem Alter von drei Jahren, wie Norman Seidels kleine Tochter, erlernen diesen traditionellen japanischen Kampfsport in spielerischer Weise.

Körper und Geist werden beim Kendo-Training geschult. Dass dies nicht nur leere Worthülsen sind merke ich sofort, als ich mich bei den Übungen versuche.

Der Begriff Körpermitte bekommt dabei für mich eine ganz neue Bedeutung. Allein die erste Position, in der ich in beide Knie gehe und das Schwert senkrecht vor mir halte, zeigt mir, wie es um meine Fitness bestellt ist. So leicht, wie es von außen aussieht, ist es nämlich nicht. Wer einmal versucht, diese Position länger als fünf Minuten zu halten und dabei einen langen Stock kontrolliert auf und ab sowie nach rechts und links bewegt, weiß genau, wovon ich spreche.

Kendo ist für Japan eine Verbindung zwischen Altem und Neuem. In dieser traditionellen Kampftechnik lebt die Kulturgeschichte weiter. Das ist wahrscheinlich auch der Grund, warum Kendo

# Honda Center Frankfurt: Ihr Hauch von Japan am Main.



Kundenbeziehungen sind so schön und gleichzeitig so zerbrechlich wie die Kirschblüte in der japanischen Symbolik. Das ist uns vollkommen bewusst und darum tun wir auch alles dafür, unsere Kunden immer zufrieden stellen zu wollen.

Ihre Profis für Automobile und Motorräder.



reddot winner 2020  
smart product



reddot winner 2020



reddot winner 2020  
best of the best car design

Lernen Sie uns kennen. Wir freuen uns auf Sie.



[www.honda-frankfurt.de](http://www.honda-frankfurt.de)

# Honda Center / Frankfurt

Ihr Partner für Honda Automobile & Motorräder in Frankfurt.

Hanauer Landstraße 222-224 • 60314 Frankfurt am Main  
Telefon: (069) 678 67-0 • e-mail: [info@honda-frankfurt.de](mailto:info@honda-frankfurt.de)

Stromverbrauch Honda e in kWh/100 km: kombiniert 17,8-17,2; CO<sub>2</sub>-Emissionen in g/km: kombiniert 0. Effizienzklasse: A+

Nicht erst seitdem die wichtigsten Profi-Ligen in Europa die Internationalisierung vorantreiben, sind japanische Spieler in deutschen Profi-Vereinen wichtige Leistungsträger. Vom Fußball über Volleyball bis zum Tischtennis gehören die talentierten Sportler zu den Lieblingen der Fans. Ein kurzer Überblick über die Sportler in Rhein-Main.



© Eintracht Frankfurt

**Daichi Kamada**

Alter: 25 Jahre  
Sportart: Fußball  
Verein: Eintracht Frankfurt



© Eintracht Frankfurt

**Makoto Hasebe**

Alter: 37 Jahre  
Sportart: Fußball  
Verein: Eintracht Frankfurt

# Japan-Connection

**M**akoto Hasebe (37) ist wohl einer der bekanntesten japanischen Profi-Sportler im Rhein-Main-Gebiet. Seit 2009 spielt er in der Bundesliga, den Eintracht-Adler trägt er seit 2014 auf der Brust. Der ehemalige Kapitän der Samurai Blue genießt in Japan Heldenstatus und wurde 2018 als Asiens internationaler Fußballer des Jahres ausgezeichnet. Im selben Jahr sicherte er sich mit Eintracht Frankfurt den Gewinn des DFB-Pokals gegen den Rekordmeister aus München. Mit seinem professionellen Lebensstil und seiner Bodenständigkeit ist Makoto Hasebe ein Vorbild auf und neben dem Platz. Umso schöner, dass er seinen Vertrag in Frankfurt vorzeitig bis 2022 verlängert hat. Und auch nach seinem Karriereende steht er der Eintracht als internationaler Botschafter zur Verfügung.

Für **Daichi Kamada** (25) war der Wechsel nach Frankfurt nicht einfach. »Ich war damals 20 Jahre und in meinem dritten Profijahr. Dass es bei mir zum Profifußballer reichen könnte, habe ich in meinem zweiten Jahr an der Oberschule gedacht, also mit 17«, erzählt er. Drei Jahre später ist Daichi Kamada Toptorjäger der

Europa League. Einen wichtigen Rat hat ihm sein Teamkollege Makoto Hasebe mitgegeben: »Eine ganz andere Kultur und komplett andere Bedingungen. Ich habe Daichi deshalb geraten, dass es ganz wichtig ist, die Sprache zu lernen. Das erleichtert nicht nur neben, sondern auch auf dem Platz sehr viel.«

Die Dritte im Bunde ist **Mai Hirata** (23). Die Mittelfeldspielerin blickt auf elf Jahre Fußball-Erfahrung in Japan und einen Meistertitel in ihrem Heimatland zurück. Ihre Karriere begann bereits mit fünf Jahren beim japanischen Fußballverein OTA football Club, 2011 wechselte sie zu JFA academy Fukushima, wo sie zwei Jahre später mit der U16 Asien-Meister wurde. Parallel durchlief Mai Hirata die U13 bis U17 der japanischen Nationalmannschaft. Seit 2017 verstärkt sie die 2. Mannschaft des 1. FFC Frankfurt bzw. der Eintracht, die aktuell in der 2. Frauen-Bundesliga spielt.

Eine lange Reihe an Erfolgen kann auch **Satoshi Ide** (29) aus Nagasaki vorweisen. Der Libero wurde mit den United Volleys Frankfurt 2021 Deutscher Pokalsieger – ein Titel, den er mit den Toray Arrows ebenso wie die Meisterschaft 2017 schon

in Japan feiern konnte. Ebenfalls 2017 belegte er mit dem Nationalteam Platz eins bei den Asien-Meisterschaften und wurde beim FIVB Grand Champions Cup als »Bester Libero« ausgezeichnet. Seit Juli 2020 ist der 1,74 Meter große Defensivspezialist bei den United Volleys. »Es war mein großer Wunsch, weiter in Frankfurt zu bleiben, und ich freue mich, beim Main Matsuri endlich meine vielen japanischen Landsleute in der Stadt kennenzulernen«, so Satoshi Ide.

**Yuta Tanaka** (20) ergänzt seit 2021 die Tischtennis-Profis vom TTC OE in Bad Homburg. Zu seinen jüngsten Erfolgen zählen u.a. die das Halbfinale der Thailand Open, das Viertelfinale der Serbien Open sowie die Teilnahme beim WTT Star Contender im März 2021. Das vielversprechende Talent reiht sich in eine Riege junger, aufstrebender Athleten aus dem In- und Ausland ein, die den Wingert Dome wieder zu dem machen sollen, was er in all den Jahren war. Yuta Tanaka fühlt sich im Rhein-Main-Gebiet schon zu Hause und freut sich auf die kommende Bundesligasaison – dann auch endlich wieder mit Zuschauern vor Ort!

mcb



© Eintracht Frankfurt

**Mai Hirata**

**Alter:** 23 Jahre  
**Sportart:** Fußball  
**Verein:** Eintracht Frankfurt



© TTC OE

**Yuta Tanaka**

**Alter:** 20 Jahre  
**Sportart:** Tischtennis  
**Verein:** TTC OE



© United Volleys/Florian Treiber

**Satoshi Ide**

**Alter:** 29 Jahre  
**Sportart:** Volleyball  
**Verein:** United Volleys

# プロスポーツ

はじめに:ドイツのプロチームでは、トップクラスの欧州プロリーグが国際化を推し進める以前から、何人の日本人選手が活躍しています。サッカーからバレーボール、卓球に至るまで、幾人もの才能ある日本人選手がファンの人気者になっています。ライン地方のニッポン・コネクションを簡単にご紹介しましょう。

長谷部誠選手(37)は、ラインマイン地方では最も有名な日本人プロスポーツ選手の一人です。2009年からブンデスリーガに在籍し、2014年以降アントラハトのメンバーとして鷺のワッペンを胸にプレーしています。サムライブルーの元キャプテンである長谷部選手は日本では英雄的存在で、2018年にはアジア・サッカー連盟の最優秀インターナショナル選手賞も受賞しました。同年のDFBポカールでは、記録的なチャンピオンのバイエルン・ミュンヘンと対戦してアントラハト・フランクフルトに優勝をもたらす大きな力となりました。長谷部選手のプロフェッショナルなライフスタイルと謙虚な姿勢は、フィールド上でもグラウンドの外でも皆の模範です。だからこそフランクフルトでの長谷部選手の契約が前倒しに2022年まで延長されたのは、とても嬉しいことでした。長谷部選手は、引退後もアントラハトの国際アンバサダーを務めることになっています。

鎌田大地選手(25)にとって、フランクフルトへの移籍は簡単ではありませんでした。「僕は当時二十歳、プロ三年目だったんです。プロのサッカー選手になれると思ったのは、高校二年の十七歳のときでした」。その三年後、鎌田選手はヨーロッパリーグの得点王になります。チームメイトの長谷部誠選手は「文化も全く違えば、条件も全然違う。だからこそ、しっかり言葉を覚えるのがすごく大事だ。言葉ができればグラウンドの外だけでなく、フィールド上でもずいぶん役に立つんだ」と大地君にアドバイスしたんだ」と語りました。

ブンデスリーガの三人目は平田舞選手(23)で、ミッドフィルダーとして日本では十一年の経験を経て日本選手権でも優勝した経歴の持ち主です。平田選手のキャリアは五歳の時に日本のサッカークラブオオタフトボールクラブで始まり、2011年にJFAアカデミー福島に移籍して、二年後にはU16チームでアジアチャンピオンに輝きました。これと並行してU13からU17まで日本代表も務めました。2017年からは、現在女子ブンデスリーガ2部の1. FFCフランクフルト、つまりアントラハトの2部チームの強力メンバーです。

バレーボールでは長崎県出身の井手智選手(29)が数々の実績を上げて

います。守備専門のリベロとしてユナイテッド・ボレーズ・フランクフルトで2021年度ドイツカップを獲得したばかりですが、2017年には日本でも東レ・アローズで優勝した経験があります。この年はアジア選手権でも日本代表として一位になり、FIVBワールドグランドチャンピオンズカップでは「ベストリベロ」にも選出されました。身長174センチで守備専門の井出選手は、2020年7月にユナイテッド・ボレーズに入団し、「フランクフルトに残るのが私の大きな願いでした。マイン祭りでやっとフランクフルトの大勢の日本の方に会えるのが楽しみです」と語っています。

田中佑汰選手(20歳)は、2021年からバート・ホンブルクの卓球プロチームTTC OEのメンバーになりました。最近の成果としては、タイ・オープンの準決勝、セルビア・オープンの準々決勝、2021年3月のWTTスターコンテンダーへの参加などが挙げられます。田中選手はドイツ国内外の若手有望選手の一人として、輝かしい歴史をもつウィンガートドームを再び盛り上げていくものと期待が集まっています。田中選手はすっかりラインマイン地域に馴染んで、今度こそ観客の入れるブンデスリーガの来シーズンを楽しんでいます。



# Starke Partner

Ohne engagierte Unternehmen, die uns unterstützen, gäbe es kein Matsuri am Main. Wir freuen uns daher sehr, hier weitere Partner des Festivals vorzustellen.

DIE HEISSESTE CONVENTION DES JAHRES!

**AnimagiC UNITED Again**

2022

5. – 7. August 2022 · Rosengarten · Mannheim

Infos und Ticketreservierung auf [www.AnimagiC.de](http://www.AnimagiC.de)

今日 **CONNichi** 今日

Deutschlands größte ehrenamtliche organisierte  
Veranstaltung zur japanischen Populärkultur.

**KASSEL | HERBST 2022**



**DOKOMI**

Besuche uns!  
[www.dokomi.de](http://www.dokomi.de)

Deutschlands größte Anime & Japan-Expo  
in der Messe Düsseldorf

A large building, presumably the Messe Düsseldorf, is visible in the background of the advertisement.

## **One man. One world. One solution.**

All about media:  
consulting, planning, optimization, sales.

As an independent communications consultant,  
Porsch Media is not tied to specific media or  
agency networks.

Main Matsuri posters in Frankfurt, Murals in  
Amsterdam, BlowUps in Düsseldorf, OOH/DOOH  
on airports in Mallorca, Ibiza, Formentera...

Watch out: [www.porsch.com/work](http://www.porsch.com/work)



**Axel Porsch**  
Media Communications

Sophienstr. 5  
10178 Berlin  
M: +49 171 52 77 000  
ap@porsch.com

Also on: LinkedIn, Xing



# **Frankfurt RheinMain**

International Marketing of the Region

# **SEIKO BOUTIQUE**

Große Bockenheimer Straße 19,  
Fréßgass, Frankfurt am Main

**eventtecpro**.com  
Veranstaltungstechnik

Tontechnik • Lichttechnik • Medientechnik • Bühnen



+49 66 59 - 6 11 38 03 / 04



[info@eventtecpro.com](mailto:info@eventtecpro.com)



[www.eventtecpro.com](http://www.eventtecpro.com)

Im Oberfeld 10-12  
36124 Eichenzell



## Verkauf und Vermietung von Absperrtechnik

Bundesweite  
Lieferung

[www.bauzaunmarkt.de](http://www.bauzaunmarkt.de)  
[info@bauzaunmarkt.de](mailto:info@bauzaunmarkt.de)  
+49 (0) 69/84778266

23. – 24. Juli 2022  
NordWestZentrum  
Größer. Schöner. Besser.

DIE MESSE RUND UM COSPLAY, ANIME, MANGA  
UND JAPANISCHE KULTUR

CosDay<sup>®</sup>  
Frankfurt

f CosDay i cosdayev o cosday.org



Die Anime- und Manga-Convention von Fans für Fans des Vereins wie.mai.kai e.V, mitten im Herzen des Rhein-Main-Gebietes, in der Stadt Flörsheim (Main), zwischen Frankfurt, Mainz und Wiesbaden.

Save the date: 18. & 19. Juni 2022



| [wiemaikei](http://wiemaikei.de) | [wiemaikei.de](http://wiemaikei.de)

## Impressum

Main Matsuri Event GmbH, Gartenstraße 4, 63128 Dietzenbach  
Tel.: +49-6074-6920888, Fax: +49-6074-9182010

E-Mail: [info@main-matsuri.com](mailto:info@main-matsuri.com), Web: [main-matsuri.com](http://main-matsuri.com)

**Chefredakteurin:** Marion Blythe (mcb)

**Textredaktion:** Anna Maria Dahm (amd), Yvonne Fitzensberger (yfi), Marina Slees (ms), Florian Höhr (fh)

**Creative-Direction / visuelles Konzept:** Nicole Judith Hoehne

**Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:** Norman Seidel

**Herausgeber:** Norman Seidel

**Druck:** Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co KG, Sontraer Straße 6,  
60386 Frankfurt am Main

**Main Matsuri Magazin** setzt sich  
ein für den Umweltschutz



MIX  
Papier aus verantwor-  
tungsvollen Quellen  
FSC® C003425



EINTRACHT FRANKFURT

アイントラハト・フランクフルトのホーム、ドイチュ・バンク・パークで  
新シーズンのブンデスリーガとUEFAヨーロッパリーグを  
是非ご覧ください！  
皆様のご来場を心よりお待ちしております！

EINTRACHT FRANKFURT HEISST EUCH ZUR BUNDESLIGA UND UEFA EUROPA LEAGUE  
SAISON 2021/22 IM DEUTSCHE BANK PARK WILLKOMMEN! WIR FREUEN UNS AUF EUCH!



BUNDESLIGA

**CUP  
NOODLES**  
カップヌードル

NISSIN

Wok  
Style

Asian  
Blast  
Be original.  
Eat original.



Soup  
Style

