

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1983)
Heft: 56

Artikel: Non-Moda aus Japan
Autor: Fontana, Jole
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795716>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.01.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

NON – MODA

AUS JAPAN –

PHILOSOPHIE ODER HERAUSFORDERUNG ?

Text: Jole Fontana

Zeichnungen: Christel Neff

«Bevor ich anfangen zu entwerfen, versuche ich, völlig leer zu werden», sagt Rei Kawakubo, die zu der Gruppe der sogenannten neuen Japaner in Paris gehört. Die Methode scheint sich auf das Ergebnis auszuwirken: es stellt sich als eine karge Mode dar, von der alles Überflüssige und Ablenkende abgefallen ist. Eine Mode, die nicht Dekoration, sondern Konzentration anstrebt. Auf der ganzen Linie hat diese ungewohnte Sprache Aufsehen erregt, zu Spekulationen verführt und zur Auseinandersetzung herausgefordert. Japan ist in das Modebewusstsein des Westens eingedrungen.

«Brennend interessiert mich der Einfluss der japanischen Mode», sagt Jean-Charles de Castelbajac, «denn zum ersten Mal seit zweitausend Jahren treten eigenständige Modekreatoren in Erscheinung; bisher galten in Japan nur Kimonos und westlicher Stil.»

Über eine Schau neuer Designer-Talente schreibt eine Journalistin: «Die eindeutige Ausrichtung auf Stylingelemente japanischer Tradition war unmissverständlich.»

Auf die Frage, woher die wichtigsten Impulse für die Mode der nächsten Jahre kommen werden, setzt ein Konfektionär Tokio an die zweite Stelle (nach Mailand).

Die drei Statements bestätigen die japanische Herausforderung auf drei Ebenen:

als Mitbewerber in der Stilisten-Avantgarde;
als Vorbild für den kreativen Nachwuchs;
als Motor für die Modeindustrie.

Das Blatt hat sich wahrlich gewendet! Nicht sehr lange ist es her, da sich die Modeinsider in Paris und Mailand und New York insgeheim mokierten über die beflissenen Kollegen aus Japan, die stets in Rudeln auftraten und keine Schau, keine noch so anscheinend nebensächliche Informationsmöglichkeit verpassten, um Modeaktualität aus dem Westen aufzunehmen und im Osten nutzbringend anzuwenden. Leichtfertig heftete man ihnen die Etikette der eifrigen Kopisten an und versäumte darob zu beobachten, was mit den gesammelten Erkenntnissen und Erfahrungen geschah. Das blühende Geschäft mit westlicher Mode in Japan ist der offensichtliche Aspekt; ein ganz anderer Aspekt zeigt sich nun in der Umsetzung der Anregungen auf dem Boden der eigenen Tradition. Dass daraus etwas Neues, die etablierten Modemärkte Beeinflussendes und womöglich Konkurrenzierendes entstehen könnte, – damit hat wohl niemand gerechnet. Das Timing für die Modeoffensive war perfekt – der Schock blieb nicht aus. Japan ist der Rolle des gelehrigen Modeschülers entwachsen und dreht den Spieß nun um, wie es schon so manches Mal auf anderen Gebieten, zumal dort, wo neue Technologien im Spiel sind, vom Nachahmer zum Leader geworden ist. Das erstarkte Selbstbewusstsein drückt sich jetzt unübersehbar in einem Stil aus, der ohne Paris nicht denkbar, aber von den Parisern nicht machbar gewesen wäre.

Die Präsenz Japans in Paris geht viele Jahre zurück, hitzige Diskussionen darüber sind freilich erst im vergangenen Frühjahr entbrannt. Der Grund dafür ist einfach: bislang haben die Japaner nicht Mode gemacht, sondern der Mode eine Facette hinzugefügt. Jetzt nehmen sie Einfluss.

Im April 1970 führte Kenzo seine erste Kollektion an der Seine vor und eröffnete eine Boutique JAP. Ihn haben die französischen Couturiers und die Strassen von Paris fasziniert. «Jede Hausmauer, jede Färbung des Himmels, jeder Spaziergänger inspiriert mich», sagte er, der sich dem Sog der Metropole, die stets ausländische Talente zu Pariser Modeschöpfern geformt hat, bereitwillig aussetzte. Kenzo ist der japanischste der Pariser Modemacher – oder der pariserischste der Japaner.

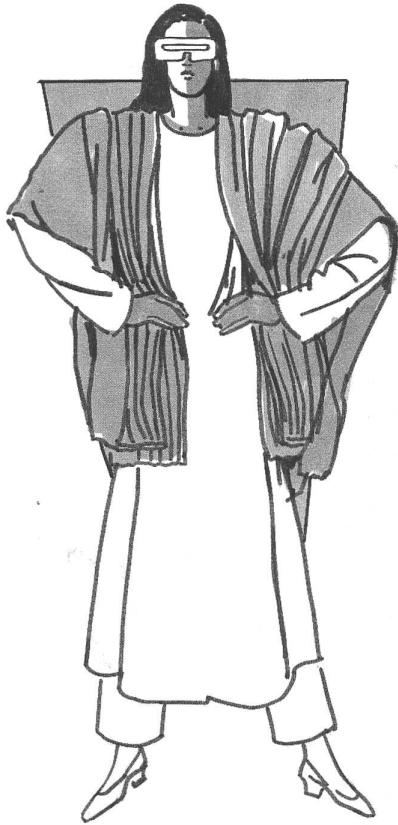
Issey Miyake kam drei Jahre später als erster mit einer Kollektion nach Paris, die in Japan gefertigt worden war. Kansai Yamamoto gesellte sich zum Kreis der Stilisten des Prêt-à-Porter, und Hanae Mori etablierte sich in der Haute Couture. Diese «erste Generation» der Japaner war integriert und akzeptiert, und die Pariser Modewelt war noch in Ordnung.

Japan nach Paris (und nach Mailand) holten aber auch, in einem übertragenen Sinn, die westlichen Modemacher, denn immer wieder



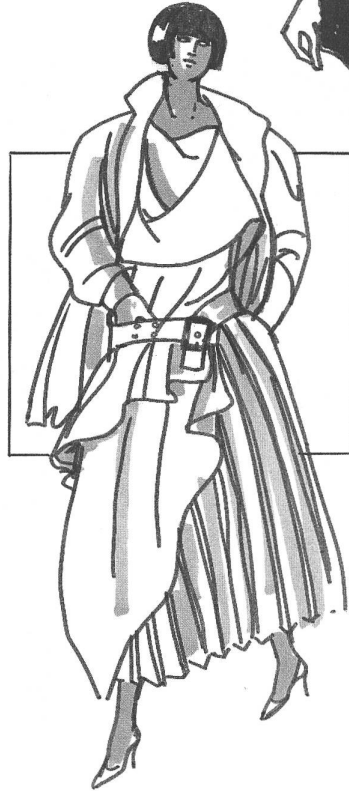
KENZO

Kenzo ist der Pionier unter den Japanern in Paris und in der dortigen Szene längst heimisch. Sein Stil ist lebensfreudiger und farbiger als derjenige der Newcomer, europäischer auch in gewissem Sinn, obgleich die Verbundenheit mit seiner heimatlichen Kultur und Folklore immer durchscheint. Das Beispiel aus der neuen Kollektion zeigt ein blau-weiß gestreiftes Baumwollensemble mit weißem T-Shirt und schmalen Hosen.



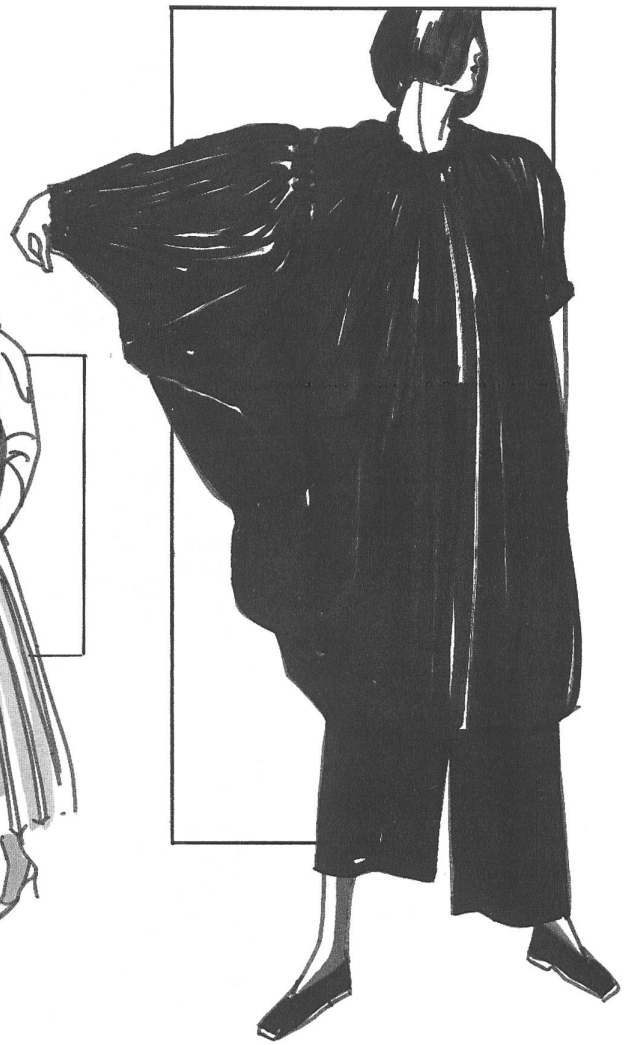
ISSEY MIYAKE

Issey Miyake ist auch schon lange in Paris ansässig, ist aber in modischer Hinsicht mehr Outsider geblieben. Seine einfachen Formen und strikten Stoffe haben den später von anderen Modemachern etwas pervertierten «poor look» vorweggenommen. Schlicht ist auch die Form der langen weissen Baumwolltunika zu Hosen, die von einer üppigen naturfarbenen Jute/Baumwoll-Jacke ergänzt wird.



KANSAI YAMAMOTO

Kansai Yamamoto liebt die grossen Auftritte, inszeniert seine Mode auf dem Laufsteg mit lauten Effekten und gibt auch den Modellen oft einen Bühnenwirksamen Anstrich. Er ist auf Individualismus bedacht und will nicht auf einen einheitlichen japanischen Stil festgelegt werden, den es nach seiner Ansicht nicht gibt. Das füllige Modell im Schichten-look entspricht aber durchaus dem fremdartigen Reiz des Verhüllens, der der fernöstlichen Auffassung zugeschrieben wird.



REI KAWAKUBO

Rei Kawakubo ist die Intellektuelle unter den sogenannten neuen japanischen Modemachern. «Comme des Garçons» ist ihre «griffe», doch denkt sie nicht an eine männliche, aber an eine sehr unabhängige Frau, die sich nicht herausputzen muss, um ihr Selbstbewusstsein zu stärken. Schwarzes Leinen überspielt die Figur völlig als Tunika in geraffter Materialfülle zur weiten Hose.

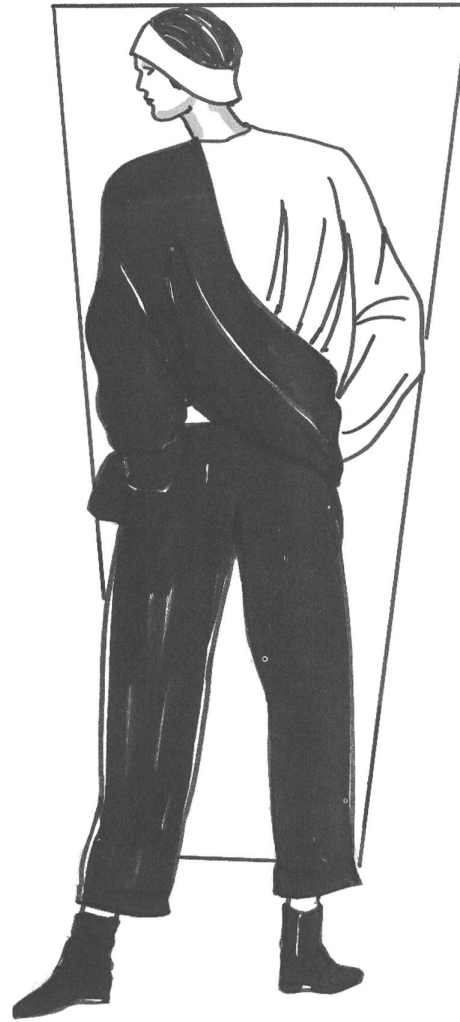
hat fernöstlicher Formen- und Farbenreiz die europäische Kunst und Mode beeinflusst. Die letzte Welle des «Japonismus» in der Mode liegt erst rund zwei Jahre zurück, als sich vor allem die italienische Avantgarde betören liess von der Schönheit der Samurai-Kostüme, wie sie für den Film «Kagemusha» in aller Pracht nachgebildet worden waren. Aufsehenerregende Ausstellungen in New York und London taten ein Übriges, um das Interesse auf Epochen der Hochblüte in Japans Kunst und Kultur zu lenken. Solche fremdartige Reize sind stets von neuem Auslöser für Fancy Trends am Rande des Modegeschehens, die es ermöglichen, hin und wieder eine Maske überzustreifen und dem eigenen Ich und Alltag für ein Weilchen zu entschlüpfen. Das sind die flüchtigen Trends in der Mode. Ist im gegenwärtigen «Japanfieber» auch ein flüchtiger Impuls zu sehen? Sind die «neuen Japaner», die zu den unterschiedlichsten Mutmassungen Anlass geben, modische Eintagsfliegen? Manches deutet auf eine völlig andere Ausgangslage hin. In den letzten zehn, fünfzehn Jahren hat sich auf der Modeszene (und Lebensbühne) Grundsätzliches gewandelt. Bekleidung hat einen anderen Stellenwert bekommen abseits von Status und Prestige. Die Anforderungen an Bekleidung haben sich nach neuen Kriterien ausgerichtet, die nicht länger ein mehr oder minder genau definiertes

Schönheitsideal als erstrebenswert voraussetzen. Von «Schönheit muss leiden» will niemand mehr etwas wissen – Bequemlichkeit wird zum obersten Gebot. Sportlichkeit und Funktionalität gelten mehr als die mit Kunstkniffen erzielte «gute Figur». Begriffe wie «Schichten-look» und «oversized» kommen auf. Damen- und Herrenmode nähern sich an als Widerschein einer zunehmenden Angleichung von Arbeitsumfeld und Life Style. Diese Entwicklung in den Bekleidungsgehnheiten beschneidet den Aktionsradius der Mode. Zwangsläufig, da Motor für eine bedeutende Industrie, brechen die Kreative unermüdlich nach allen Seiten aus, bringen Anleihen aus fremder Folklore oder früheren Epochen ein. Kleine Modewellen spülen Retro-, Sexy- und Glamourtrends an die Oberfläche, die indessen meist nur punktuell und für kurze Zeit zum Tragen kommen, die aber – da sie mit der heutigen Realität im nüchternen Alltag nur mehr wenig zu tun haben – dazu angetan sind, den Graben zu vergrössern zwischen den Modeanhängern und den Verweigerern. Gesellschaftlich hat sich die Abkehr vom Modediktat und selbst vom nur halbwegs verbindlichen Modevorbild ausgewirkt. Weltanschaulich macht sich die Ablehnung des Konsumzwanges geltend. Die Mode hat noch keine gültige Antwort gefunden auf die Veränderung



JUNKO KOSHINO

Junko Koshino zeichnet sich durch einen ausgeprägten Formwillen aus. Sie bändigt den Stoff stärker als die Kollegen aus ihrer japanischen Heimat, gestaltet ihn gewollter zu fast grafischen oder architektonischen Silhouetten, setzt auch Farbkontraste zur Erzeugung von Spannung ein. Das Modell aus der Sommerkollektion 84 ist charakteristisch in Linienführung und Farbdreiklang.



YOHJI YAMAMOTO

Yohji Yamamoto gehört ebenfalls zur neuen Garde aus Nippon, die die hitzige Diskussion entfacht hat. Er fühlt sich der Tradition verhaftet, liebt sehr einfache Schnitte, dunkle und neutrale Farben, raffinierte Stoffstrukturen, die er selbst entwirft. Er sieht als ideale Trägerin seiner Mode die reife Frau mit Persönlichkeit. Grosszügig schlicht wirkt der asymmetrisch akzentuierte Hosenanzug in Schwarz mit Weiss.

der Strukturen, die das Funktionieren der alten Mechanismen in Frage stellt. Sie improvisiert von Mal zu Mal «aus dem Bauch» und vertraut nach wie vor dem Reiz der permanenten optischen Erneuerung. Damit kann sie aber die «Aussteiger» gegenwärtig nicht erreichen. Japan schlägt eine intellektuelle Alternative vor – eine Art «Non-Moda» –, die einer bestimmten Gemütsverfassung der Modemüden entgegenkommt.

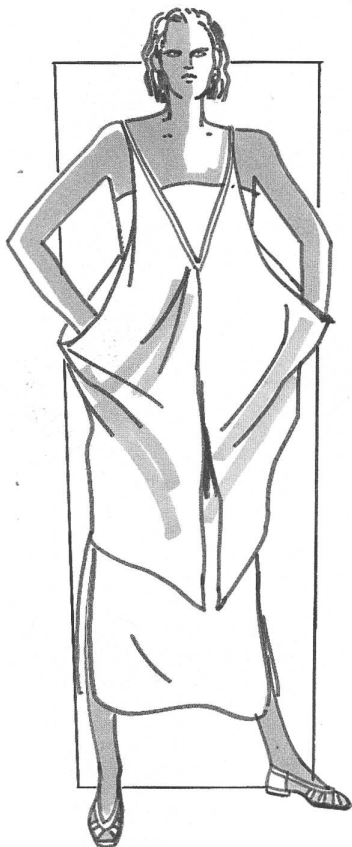
Zweifellos haben die Japaner, mit der ihnen eigenen Geduld und Hartnäckigkeit, die Veränderung auf der europäischen Modeszene genau beobachtet und die Verweigerungsanzeichen erkannt, die ein günstiger Nährboden sind für eine introvertierte Annäherung «aus dem Kopf», wie sie fernöstlicher Mentalität entspricht. Offensichtlich schien den japanischen Stilisten jetzt die Zeit gekommen, da die «different words», die sie in der Sprache der Mode anwenden, verstanden würden – auch wenn die erste Reaktion in Paris aufgeschreckt und zwiespältig ausfiel. Gehässige Worte kommen leicht über die Lippen und in die Zeitungen, wenn am Image der französischen Modeleader-Rolle gekratzt wird, und unbesonnene Schlagworte oder ironische Kommentare sind rasch zur Hand, wenn man sich in der Beurteilung nicht an vorgegebene Normen halten kann. «Postweiblich», «Sack und Asche», «geschlechtslos»... mit solchen Eti-

kettierungen rückt man dieser japanischen Mode nicht auf den Pelz. Man muss sich schon dazu bequemen, eingehender darüber nachzudenken, und darf sich nicht von einem ersten Eindruck zu einer abschliessenden Einstufung verleiten lassen.

Einmal mehr würde man damit bloss die Japaner unterschätzen. Gewiss fällt zuerst die «körperfeindliche» Ausstrahlung dieses ungewohnten japanischen Stils auf, der sich ja nicht (wie gehabt) an den dekorativen seidenen Kimonos graziöser Geishas oder an den prächtigen historischen Kostümen der Krieger orientiert, sondern an traditioneller bäurischer Arbeitskleidung in düsteren Farben, für den Sommer allenfalls in Weiss. Inspirationsquelle ist eher mönchisches, nicht höfisches Leben. Das steht dem sexy Look diametral entgegen, der allerdings auch in der westlichen Mode nur Randerscheinung ist und im Grunde hauptsächlich von ein paar wenigen Stilisten wie Thierry Mugler oder Gaultier hochgespielt wird. Sie freilich verkörpern mit ihrer Auffassung den denkbar grössten Gegensatz etwa zu Rei Kawakubo, Junko Koshino oder Yohji Yamamoto, um die prominentesten der sogenannten neuen Japaner anzuführen.

Andererseits gibt es, ausgehend von den Avantgardisten in Paris und Mailand, schon länger eine Tendenz zu grossen und grosszügigen Formen, die mehr verhüllen als vorzeigen und die auch keine Notiz von

Der japanische Einfluss auf die westlichen Modemacher hat in den neuen Kollektionen aus Mailand und Paris einen deutlichen Niederschlag gefunden. Sowohl mit einer gewissen Formlosigkeit wie mit der Striktheit oder gar Kargheit der Silhouetten haben sich manche Stilisten auseinandergesetzt.



TIMMI

Timmi zeigt ein weisses Sommerkleid mit Trägertunika.



MONTANA

Montana assortiert Hosen zur schlichten Tunique und wählt ebenfalls Weiss.



ARMANI

Armani lässt sich von dem Gefühl für die Reduktion auf das Wesentliche leiten und kommt dabei zu einer eigenständigen Interpretation – East meets West.

Taille oder verführerischen Rundungen nehmen. Gerade die neuen Kollektionen für Sommer 84 zeigen auf, dass die Auseinandersetzung mit diesem Thema weiterwirkt. Es gibt, auch wenn das in der Sommermode weniger zum Ausdruck kommt, den Hang zum Einwickeln, zum Übereinanderschichten mehrerer Teile, und es gibt die Neigung zum Handwerklichen und Bäurischen – die «grüne» Seite der Mode sozusagen, die sich mit den artisanalen Trends, bisweilen auch mit einer gewissen Ärmlichkeit, formuliert. Hier knüpft der japanische Stil geschickt an.

Die Ärmlichkeit indessen ist nur scheinbar, denn das Material dieser ernst und karg wirkenden Mode ist oft raffiniert. Es wird viel Zeit verwendet auf die Dessinierung, die wenig auffällig ist, bei genauerem Hinsehen aber zisierte Feinheiten kunstvoller Schäftmuster erkennen und komplizierte alte Textiltechniken und Färbeverfahren wieder aufleben lässt. Der eigenartige, ein bisschen düstere Reiz dieser Gewebe hat bereits einen deutlichen Niederschlag in den europäischen Stoffkollektionen gefunden. Ergebnis der Beschäftigung mit Bindungseffekten und raffinierten Druck- und Ausrüsttechniken ist der Stofftrend, der unter dem Begriff «Art textile» zusammengefasst wird. Gerade das Material der Mode, das weder mit intensiven Farben blendet, noch mit reichen Druckdessins prangt, erleichtert den

Zugang zu den Wurzeln des fernöstlichen Stils, der nicht zu Unrecht intellektuell genannt wird. Jedenfalls übt er grosse Zurückhaltung bei hochentwickeltem ästhetischen Empfinden für Qualität, Würde und versteckte Schönheit. Es ist ein introvertierter Stil, der mit billigen Effekten nichts im Sinn hat und sich nicht leicht mitteilt.

«Kleider machen Leute» ist uns geläufig, und wir gehen davon aus, dass die Verpackung den Inhalt aufwerten kann. Im alten Japan aber diente der Spiegel nicht der eiteln Prüfung des Äusseren, vielmehr sollte er, mittels Versenkung ins eigene Antlitz, das Tor zur Seele öffnen. Etwas von dieser Umkehrung von Wertvorstellungen drückt sich in der Mode aus.

Ob Europa für eine so gelassene, ethisch abgestützte Modephilosophie reif ist, ob sie ihm überhaupt bis zu einem gewissen Grad entsprechen kann, muss offen bleiben. Anzeichen mehren sich, dass viele Menschen traditionelle Werte neu entdecken, denen dieser japanische Stil zweifellos entgegenkommt. Dennoch kann es sich nicht um die kommende Mode handeln, sondern um eine Alternative, deren Bedeutung möglicherweise noch wächst und die in jedem Fall das modische Spektrum um eine neuartige Dimension erweitert.