DETMAR WESTHOFF

Warum die Japaner den Impressionismus lieben

Die Popularisierung des Impressionismus

Worin besteht die Faszination des Impressionismus für die Japaner? Dass die Kunst der beginnenden Moderne aus Frankreich dort extrem populär ist, zeigt sich in vielen Bereichen des Alltags: Ob im ›Café Renoir‹ an der noblen Einkaufsstraße Ginza oder bei der japanischen Friseurkette ›Monet‹, der Impressionismus ist in Japan überall gegenwärtig. Er symbolisiert die Verschönerung und Veredelung des Alltags. Ob französische Mode, Champagner, Kosmetik oder Impressionismus, alles steht für einen eleganten, verfeinerten Lebensstil, der in der wohlhabenden Mittelschicht Japans weit verbreitet ist. Die Faszination für den französischen Impressionismus zeigt sich aber auch in den Besucherstatistiken der Museen.

In den vergangenen fünf Jahren waren gleich zwei Mal Meisterwerke des französischen Impressionismus aus dem Musée d'Orsay im National Art Center in Tokio zu sehen. Ein Blick auf die Besucherzahlen belegt die große Beliebtheit dieser Kunst: Während die Ausstellung von 2014 rund 700 000 Besucher anzog (ca. 8 500 pro Tag), waren es 2010 sogar 790 000 (durchschnittlich 9 500 pro Tag). Dass sich die japanischen Kunstfreunde aber nicht allein von der weltberühmten Sammlung des Musée d'Orsay angezogen fühlen, sondern von den Impressionisten im Allgemeinen, zeigt ein Blick auf die Monet-Ausstellung, die unterschiedliche internationale Leihgeber hatte: Am selben Ort zählte sie 2007 705 000 Besucher (durchschnittlich etwa 8 000 pro Tag). Dies sind

1 ANDY WARHOL
Porträt Yoko Hasegawa,
1995, Kasama,
Kasama Nichido Museum of Art

Zahlen, von denen selbst große Museen in den USA und Europa nur träumen können. Sie machen auch deutlich, dass keine andere westliche Kunstrichtung von den Japanern so sehr geschätzt wird wie der Impressionismus.

Zwei der größten japanischen Kosmetikkonzerne, Pola und Menard, verfügen über eigene Kunstsammlungen. Pola besitzt qualitativ und quantitativ höchst beeindruckende Werke französischer Impressionisten. Der erste Präsident von Pola Cosmetics, Shinobu Suzuki, erklärte, dass es das Ziel der Arbeit Polas sei, im Bereich der Gesundheit und Schönheit zum Erfolg und Fortschritt der Gesellschaft beizutragen.[1]

Die Intention wichtiger Sammler wie Kōjirō Matsukata (Kawasaki), Daisuke Nonogawa (Menard) oder Shinobu Suzuki (Pola) war und ist es, Museumsbesuchern eine Teilhabe an der Freude über die Schönheit der Kunst französischer Impressionisten zu ermöglichen. Matsukata wollte für seine Sammlung einen »Tempel der reinen Freunde«[2] bauen, und das Motto von Menard, die »Suche nach wahrer Schönheit«[3], dürfte auch beim Aufbau der Sammlung maßgeblich gewesen sein. Das revolutionäre systemkritische Potenzial des französischen Impressionismus kommt jedoch nirgendwo zur Sprache. Die Ästhetik der impressionistischen Malerei wirkt gleichermaßen faszinierend auf die Sammler wie auf das kunstinteressierte Publikum.

Die Japaner entdecken den französischen Impressionismus

Betreibt man Ursachenforschung, warum die Japaner den französischen Impressionismus bis heute so lieben, so gibt es zunächst einige kunsthistorische und sammlungsgeschichtliche Gründe. Dies ist zum einen die Rezeptionsgeschichte des Impressionismus in Japan, auf die Beate Marks-Hanßen (hier S. 92 ff.) und Atsushi Miura (hier S. 12 ff.) in ihren Katalogbeiträgen detailliert eingehen. Zu den wichtigsten Protagonisten zählen hierbei jene japanischen Künstler, die begannen, in impressionistischer Manier zu malen, ebenso wie deutsche Kunsthistoriker, die in Japan begeistert gelesen wurden. Eine zentrale Rolle spielten auch zwei visionäre Sammler, Kōjirō Matsukata und Magosaburō Ōhara, die bereits in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts begannen, Arbeiten der Impressionisten zu erwerben. Die Sammlung Ōharas in Kurashiki ist seit 1930 öffentlich zugänglich, das auf der Sammlung Matsukatas gegründete National Museum of Western Art in Tokio wurde 1959 eröffnet.

Zum anderen fühlen sich die japanischen Ausstellungsbesucher vom französischen Impressionismus angezogen, weil dieser eng mit ihren eigenen künstlerischen Traditionen verbunden ist, da er selbst Inspirationen aus der japanischen Kunst aufnahm. Vieles von dem, was in Japan bereits von Kitagawa Utamaro (1753 – 1806), Andō Hiroshige (1797 – 1858) und Katsushika Hokusai (1760 – 1849) an Kompositions- und Farbgestaltungsprinzipien bekannt war, findet sich im französischen Impressionismus wieder. Die japanischen Ukiyoe-Holzschnitte beeindruckten Künstler wie Monet, Degas, Pissarro oder

van Gogh tief und wirkten ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auf den künstlerischen Ausdruck der Impressionisten und Postimpressionisten. Monet, Rodin und van Gogh schätzten sie so sehr, dass sie eigene Sammlungen anlegten. Die Werke der Impressionisten werden somit heute auch zum indirekten Vermittler japanischer Kultur in Japan.

Die ästhetische Verwandtschaft des französischen Impressionismus mit den japanischen Holzschnitten und seine Rezeptionsgeschichte in Japan führen jedoch nur zu einer unzureichenden Antwort auf die Frage, warum der Impressionismus heute in Japan eine so enorme Popularität genießt.

Gemälde als Spekulations- und Prestigeobjekte

Seit den 1950er Jahren erlebte Japan einen rasanten ökonomischen Aufschwung. Die vor allem in den 1970er und 1980er Jahren mit durchschnittlich vier bis fünf Prozent pro Jahr schnell wachsende japanische Wirtschaft verleitete viele japanische Unternehmen zu riskanten Spekulationen an der Börse und insbesondere auf dem Immobilienmarkt, ebenso investierten sie jedoch auch in Kunstwerke. Für die Sammlungen der prosperierenden Städte, Präfekturen und Unternehmen entstanden im ganzen Land Museen, in denen die impressionistische Kunst in fast allen Teilen Japans bewundert werden kann. Haruki Murakami, einer der bekanntesten zeitgenössischen japanischen Autoren, beschreibt in seinem Roman *Gefährliche Geliebte* die 1980er Jahre in seinem Land: Hajime besucht seinen reichen Schwiegervater in seinem Büro in Tokio, um mit ihm über seine berufliche Zukunft zu sprechen:

»Das Direktionszimmer befand sich in der obersten Etage, und sein großes Panoramafenster gewährte einen Ausblick auf die Stadt [...]. An der Wand hing ein impressionistisches Gemälde: ein Leuchtturm und ein Boot. Es sah aus wie ein Seurat: gut möglich, dass es ein Original war.«[4] Der Schwiegervater erläutert die wichtigsten wirtschaftlichen Aspekte, die die starke Nachfrage nach Impressionisten erst möglich machten: »An Kapital fehlt es nicht, die japanische Wirtschaft boomt, die Aktienkurse sind hoch wie nie, und die Banken platzen vor Geld aus allen Nähten. Wenn man Grundstücke als Sicherheit bieten kann, leihen sie einem jede Summe. Deswegen entsteht da draußen ein Hochhaus nach dem anderen. Und rate mal, wer sie baut, Leute wie ich.«[5] So wie der Schwiegervater mit Immobilien spekuliert, so investiert er offenbar auch in Neo-Impressionisten. Ob ein Seurat oder eine Büroimmobilie, er ist sich der Wertsteigerung gewiss. Die Szene in Murakamis Roman ist zwar fiktiv, deckt sich jedoch mit den wirtschaftlichen Fakten und vermittelt das Zeitgefühl dieses maßlosen Aufschwungs: In Tokio waren Immobilien Ende der 1980er auf dem Höhepunkt der *Bubble Economy* so hoch angesiedelt, dass ihre Bewertung zwei Dritteln sämtlicher Immobilienbestände weltweit entsprach.[6] Hajimes Schwiegervater spielt auf das enorme Geldmengenwachstum an, die rasante Aufwertung des Yen, die zur Spekulation mit Immobilien und Kunst einluden. Nicht nur in der literarischen Fiktion, sondern auch in der Realität wollte man die gewaltigen Wertsteigerungen nicht verpassen, die Immobilien und Kunst damals über Nacht versprachen.

Von dieser Entwicklung profitierte besonders die Nichido-Galerie, welche die wichtigsten Firmensammlungen in Japan bestückte. Der Hunger der japanischen Sammler nach Impressionisten war so groß, dass ihre Preise in Japan deutlich über dem Weltmarktniveau lagen.[7] Deshalb diente die Pariser Filiale der Nichido-Galerie vor allem dazu, Kontakte mit verkaufsinteressierten europäischen Sammlern zu pflegen. Die Inhaberin der Galerie, Yoko Hasegawa, war kulturell und geschäftlich eng mit Frankreich verbunden und ließ sich von Andy Warhol als Dame der westlichen Welt, als Kosmopolitin porträtieren, so wie sie als Kunsthändlerin in New York oder Paris auftreten mochte (Abb. 1).

Japanische Zeitungsriesen entdecken den Impressionismus

Neben spektakulären Käufen japanischer Sammler in den 1980er Jahren war in den letzten Jahrzehnten das publizistische und finanzielle Engagement japanischer Zeitungen für Kunstausstellungen ein ausschlaggebender Impuls für die außerordentliche Beliebtheit, die die impressionistische Kunst in Japan genießt. Die gro-

2 VINCENT VAN GOGH
Sonnenblumen,
1888, Tokio, Seiji Togo Memorial Sompo Japan Nipponkoa Museum of Art

ßen Zeitungen finanzierten als Sponsoren eindrucksvolle Ausstellungen und setzten natürlich ihren publizistischen Einfluss ein, um die Besucher in die Schauen zu locken. Herausragende Leihgaben, die aus den wichtigsten europäischen Museen kamen, machten in Japan Furore, und auf der Ehrentafel im Musée d'Orsay finden sich die Namen der japanischen Zeitungen, die sich mit großzügigen finanziellen Zuwendungen an das Museum zentrale Werke für die von ihnen gesponsorten Ausstellungen in Japan sicherten. Sie berichteten jedoch nicht nur über spektakuläre Leihgaben, sondern auch über beispiellos hohe Auktionsergebnisse – wie etwa bei den *Sonnenblumen* van Goghs, die in Japan für Schlagzeilen sorgten (Abb. 2). Die Yasuda-Versicherung kaufte dieses Gemälde 1987 für 40 Millionen Dollar, den damals höchsten Preis aller Zeiten.[8]

Die Impressionisten wurden gerade in Japan zum Spekulations- und Prestigeobjekt. Von nun an wurde die Bedeutung von Kunst zunehmend an den Besucherstatistiken und den weltweit aufsehenerregenden Kunstmarktpreisen gemessen. Der Impressionismus wird in Japan also auch geliebt, weil er das wirtschaftliche und gesellschaftliche System bestätigt und dessen Erfolg repräsentiert.

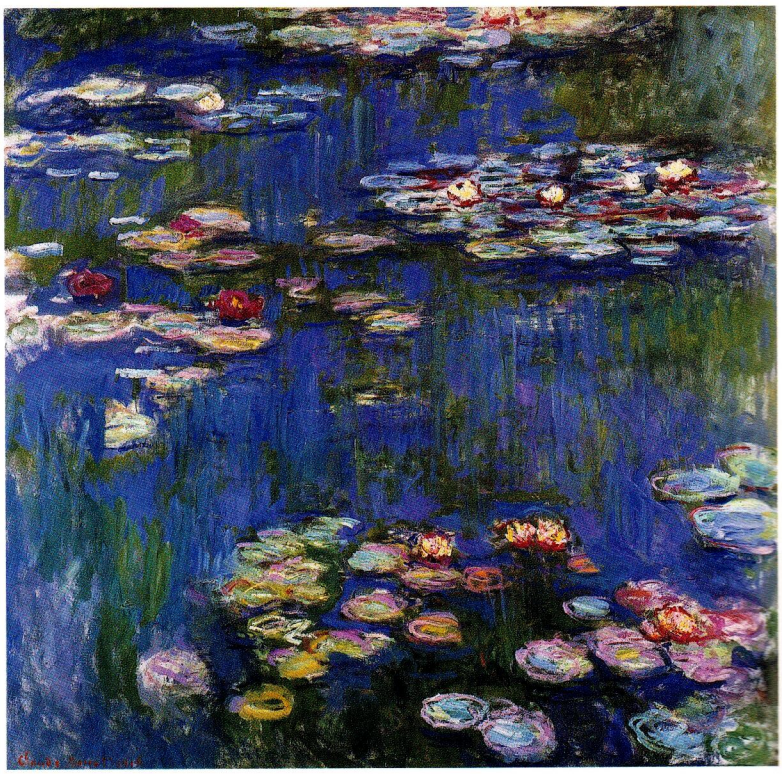
Der Stadtmensch auf der Suche nach der verlorenen Natur

Ein genauerer Blick auf die heutigen Sammlungs- und Ausstellungspräferenzen in Japan ist ebenfalls sehr aufschlussreich für die Frage nach der tieferen Ursache für die Beliebtheit des Impressionismus.

Auffallend ist, dass nicht figürliche Darstellungen, sondern die Landschaftsbilder der Impressionisten in Japan besonders häufig ausgestellt und gesammelt werden. Impressionistische Landschaften schmücken oft die Plakate großer Ausstellungen. Zuletzt wurde für die Präsentation *Masterpieces from the Kunsthaus Zürich* in Tokio und Kobe als Plakatmotiv ein Seerosen-Gemälde von Claude Monet ausgewählt. Der Mangel an erleb- und fühlbarer Natur mag bei den vorwiegend in Großstädten lebenden Japanern zu einer besonderen Sehnsucht nach Naturnähe führen[9] – so wie auch die künstlichen Vogelstimmen in den Bahnhöfen japanischer Großstädte die verschwundene Natur zurückbringen sollen. In diesem Sinn ist auch die Liebe zu den Landschaftsbildern von Monet und Renoir zu verstehen. Vor ihnen empfinden die Museumsbesucher Nähe zur Natur, fühlen die Wärme des Sonnenlichts, den Wind und die Jahreszeiten.

Natursentimentalität in der japanischen Literatur

So schnell wie das Sonnenlicht und der Nebel auftauchen, so schnell lösen sie sich auch wieder auf. In den Landschaftsbildern Monets scheint die Zeit nur für einen Moment still zu stehen. Der Zauber des Lichts und des Nebels ist eine höchst ephemere Erscheinung. Diese Form der vergänglichen Schönheit, die sich insbesondere in der Natur zeigt, ist den meisten Japanern aus der klassischen Literatur



3 CLAUDE MONET
Seerosen,
1916, Tokio, The National Museum
of Western Art, Matsukata Collection

sehr vertraut. Die *Geschichte vom Prinzen Genji* aus dem 11. Jahrhundert gilt als das älteste und bedeutendste Werk der höfischen japanischen Erzählung. Dort heißt es: »Gegen Sonnenuntergang stieg ein schwerer Nebel auf, und der Berg, an dessen Fuß das Haus stand, hing nun wie eine dunkle, gestaltlose Masse darüber. Zwischen den Kinderblumen, die längs der Hecke wuchsen und deren Farbe durch den Nebel zu einem seltsamen Grau gedämpft war, tönte ohne nachzulassen das unaufhörliche Gesumm von Insekten hervor, während aus den wilden Dickichten kalt und klar das Geräusch fließenden Wassers drang. [...] Obgleich alle diese Geräusche und der ganze Anblick des Ortes danach angetan waren, die Schwärmereien einer müßigen Einbildung zu dämpfen, verstärkten sie nur die Leidenschaft in Yugiris [Genjis Sohn] Brust.«[10] Der Text liest sich wie die Beschreibung eines Gemäldes von Monet. Die Naturerscheinungen wie der Nebel und der Sonnenuntergang evozieren bei Yugiri ein Gefühl von Leidenschaft, welches ebenso flüchtig ist wie der Nebel.

In der klassischen japanischen Literatur gibt es kaum ein Werk, das bis heute eine vergleichbare Wertschätzung genießt und bis in den Alltag fortlebt. Die Geschichte des schönen Prinzen Genji beschreibt in eindrucksvoller Weise den Schmerz über die Vergänglichkeit des Seins, die sich besonders in der Liebe und in der Natur offenbart. Dies alles vollzieht sich vor der Kulisse einer sich in stetiger Veränderung befindlichen Natur, die zur sentimentalen Bühne wird.[11]

Eine japanische Heimat in Monets Garten in Giverny

Unter den Landschaftsdarstellungen der französischen Impressionisten nehmen die in Giverny entstandenen Seerosen-Bilder Claude Monets in japanischen Sammlungen eine herausragende Stellung ein, sie sind dort besonders zahlreich vertreten. Die ersten Seerosen-Bilder, die man in Japan bewundern konnte, waren bereits ab 1930 im Ōhara Museum of Art in Kurashiki ausgestellt.

Nicht ohne Grund kaufte der japanische Reeder Kōjirō Matsukata, der Monet mehrfach in Giverny besuchte (Foto S. 42), Bilder, die den von Monet selbst im japanischen Stil angelegten Garten zeigten (Abb. 3). Monet arbeitete viele Jahrzehnte an und in seinem Wassergarten, der Gegenstand zahlreicher Bilderzyklen wurde

4 Naoshima, Chichu Art Museum, Luftaufnahme

und ihm und seinen Gästen zur Erholung diente. Wenn er ihn auch nicht als japanischen Garten im Zen-buddhistischen Sinne gestaltete, so könnte ihm die spirituelle Bedeutung der japanischen Gärten durchaus bewusst gewesen sein, zumal er auch mit der Fachliteratur zur Gartenkunst vertraut war.[12] Nach den Überlegungen des mit Monet bekannten französischen Kunstkritikers Gustave Geffroy war der japanische Garten ein Mikrokosmos, in dem sich vor dem Hintergrund einer in immerwährendem Wandel begriffenen Natur Geist und Materie verbinden und im Zen-buddhistischen Sinn zur Erleuchtung führen.[13] Monet malte seine Seerosen-Bilder unter unterschiedlichen Lichtverhältnissen und zu verschiedenen Tageszeiten. Dies entspricht Geffroys Interpretation des japanischen Gartens als sich unablässig veränderndes Naturuniversum. War Matsukata von der japanischen Schönheit dieses Gartens besonders fasziniert, weil sich bei seiner Betrachtung ein Gefühl der Vertrautheit, eine religiöse Naturempfindung einstellte?

Ein Gesamtkunstwerk aus Natur, Schönheit und Spiritualität

Die spirituelle Qualität der im Spätwerk Monets stark abstrahierten Seerosen-Bilder mag auch für Soichiro Fukutake, den ehemaligen Chairman der Benesse Holdings, bei deren Erwerb entscheidend gewesen sein. Um das Interesse der japanischen Sammler an den Landschaftsbildern der Impressionisten zu erklären, ist der Ort, an dem Monets *Seerosen* aus Fukutakes Sammlung präsentiert werden, besonders aufschlussreich. Der Weg führt in die Präfektur Kagawa, wo sich auf der Insel Naoshima mitten im Seto-Binnenmeer das Benesse Art Site Naoshima der Benesse Holdings und der Fukutake Foundation befindet. Teil dieses Ensembles ist das Chichu Art Museum (Abb. 4).

Auf Naoshima inszenierte der Architekt Tadao Ando die Werke von James Turrell, Walter De Maria und Claude Monet zu einem Gesamtkunstwerk.

Ando nutzte hier einen Bergvorsprung als prägendes architektonisches Element, in den er seinen Bau unterirdisch einfügte. Die Architektur wird nur in wenigen Aussparungen innerhalb des Berges sichtbar – sie ist hier zur Land-Art geworden und beschreibt die Topografie der Landschaft. Die Architektur begegnet der Natur auf Naoshima respektvoll, sie ordnet sich der Landschaft unter dient allein deren Inszenierung. Hauptdarsteller ist nicht die Architektur, sondern die Natur. Im Inneren des Museums befindet sich ein in Zusammenarbeit mit Tadao Ando entworfener Raum, in dem das Werk *Open Field* von Turrell präsentiert wird. Das Licht wirkt feierlich, als stünde man vor einem Altar. Dem folgt ein stiller, fast meditativer Raum mit fünf Seerosen-Bildern von Monet (Abb. 5). Seine Größe und Form sowie die Baumaterialien wurden in Bezug auf die Gemälde ausgewählt, um einen Ort der physisch erfahrbaren Harmonie zu schaffen[14]. Atemberaubend zerstreuen sich in Monets Werken die Sonnenstrahlen auf der spiegelnden Wasseroberfläche zu einer fast abstrakten Farbfeldmalerei, die eine meditative Raum- und Kunsterfahrung erlaubt.

Deshalb gibt Soichiro Fuktutake, der sich mit Naoshima einen Lebenstraum erfüllt hat, den Besuchern seiner Insel mit auf den Weg, dass es Benesses Anliegen sei, sie den Lärm und die Hektik des Alltags vergessen zu lassen und ihnen – umgeben von Natur und Kunst – eine erholsame Zeit zu schenken. Das Unternehmen möchte zudem, dass die Besucher ihr Dasein als Teil eines seit Ewigkeiten bestehenden Kontinuums betrachten.[15] Hier spiegelt sich der Wunsch wider, das eigene Leben in einen überzeitlichen Zusammenhang zu stellen und als Teil einer göttlichen Naturordnung zu begreifen.

Das Göttliche in der Natur zu suchen, entspricht einer zutiefst religiösen Empfindung vieler Japaner. Im Shintoismus, einer in Japan sehr verbreiteten Naturreligion, sind die Sonne, die Felsen, das Wasser, die Bäume und sogar die Naturlaute von einer besonderen Schönheit beseelt. Orte mit besonderer Kraft, von denen man glaubte, dass sie von *Kami,* Naturgottheiten, bewohnt waren, wurden mit einem Reisrohrseil oder weißen Papierstreifen markiert. In diesem Sinne beschreibt Ando die Natur mit seiner Architektur und zollt ihr so größten Respekt. Ein ebenso ehrfürchtiges Verhältnis zwischen Natur und Architektur zeichnet auch das Pola Museum (Abb. S. 230, 231) und das Asahi Beer Oyamazaki Villa Museum of Art aus. Bezeichnenderweise sind beide Museen erste Adressen für den französischen Impressionismus in Japan und zeigen ebenfalls Seerosen-Bilder von Monet.

5 CLAUDE MONET
Seerosen,
Naoshima, Chichu Art Museum –
Benesse Art Site Naoshima

Auf Naoshima verbinden sich Architektur, Kunst, Ästhetik und Natur zu einer göttlichen Ordnung. Für die Besucher des Chichu-Museums werden die *Seerosen* Monets zu einem spirituellen Erlebnis. Das Museum ist somit ein Ort, an dem der Besucher dem Göttlichen näher kommen kann.

So resultiert Japans Liebe zum Impressionismus nicht nur aus dem ephemeren Wunsch einiger japanischer Spekulanten, mit dem Kauf impressionistischer Gemälde Reichtum und gesellschaftliches Ansehen zu erwerben. Sie entspricht auch einem zutiefst japanischen Empfinden, welches auf einer Rückbesinnung auf die eigene Kunsttradition sowie auf der besonderen Beziehung von japanischer Religion und Literatur zur Natur beruht[16].

Anmerkungen

1 Vgl. Toru Arayashiki, The Collection of the Pola Museum of Art, in: Arayashiki Toru (Hrsg.), *Masterpieces of the Pola Museum of Art*, Tokio 2010, S. 17.

2 The National Museum of Western Art (Hrsg.), Message, in: *Frank Brangwyn*, Ausst.-Kat. The National Museum of Western Art, Tokio, o. O. 2010, o. S.

3 Vgl. die Website des Menard Art Museum: http://museum.menard.co.jp/english/outline (Stand: 15.6.2015).

4 Haruki Murakami, *Gefährliche Geliebte*, Köln 2001, S. 139.

5 Ebda., S. 140.

6 Masahiro Kobayashi, Immobilienblasen und makroprudentielle Aufsicht-Fallstudie aus Japan in den 1980er und 90er Jahren, in: *Global Market Survey and Research Department Japan Housing Finance Agency (JHF)* (Hrsg.), 6. Juni 2013, erschienen anlässlich des IUHF World Congress, S. 7.

7 Interview mit Frau Hasegawa am 6. Oktober 2011.

8 Heute wird das Gemälde im Seiji Togo Memorial Sompo Japan Nipponkoa Museum of Art in Tokio aufbewahrt.

9 Mehr zwei Drittel der Japaner leben in Großstädten. Siehe: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ja.html (Stand: 16.12.2015).

10 Insel Verlag (Hrsg.), *Die Geschichte vom Prinzen Genji*, Bd. 2, Frankfurt a. M./Leipzig 1995, S. 483.

11 Simone Müller, *Sehnsucht nach Illusion? Klassische japanische Traumlyrik aus literaturhistorischer und geschlechtsspezifischer Perspektive*, Bern 2005, S. 203.

12 Claire Joyes, *Claude Monet in Giverny, Besuch und Geschichte des Ortes*, Giverny 2010, S. 61 – 73.

13 Virgina Spate/David Bromfield, A Very Oriental Dream. The Waterlily Pool, in: National Gallery of Australia (Hrsg.), *Monet & Japan*, Canberra 2001, S. 51.

14 Vgl. Mark Ellwood, *The Art of splendid isolation*, 8. April 2010, im Internet unter: http://howtospendit.ft.com/art/1498-the-art-of-splendid-isolation (Stand: 8.1.2015).

15 Vgl. Soichiro Fukutake, in: *Benesse Corporation Communication Office, Remain in Naoshima*, Okayama 2000, S. 3.

16 Wertvolle Hinweise zu diesem Beitrag verdanke ich Yoshio Taniguchi, Leiko Ikemura, Yusuke Minami, Mitsue Nagaya, Tomoe Takagi, Thomas Bruhin, Cora Faßbender und Yasuo Nakajima.