Zeitschrift: Infos & Akzente
Herausgeber: Pestalozzianum
Band: 8 (2001)
Heft: 2

Artikel: Heidi in Japan
Autor: Hiltbrunner, Michael
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-917386

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.12.2025

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

Heidi weltweit (Teil III)

Heidi in Japan

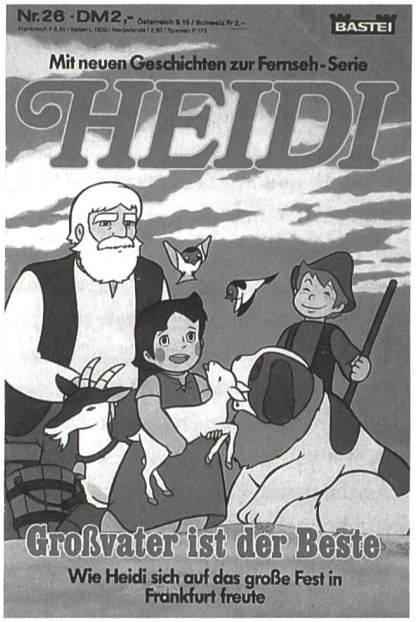
Heidis zweite Heimat könnte Japan sein. Obschon ihnen bekannt ist, dass Heidi nie existierte, wollen oft ältere Japanerinnen den Schauplatz der Geschichte besuchen. Doch nicht nur die ältere Generation mag das kleine Mädchen aus den Alpen; Heidi findet immer neue Fans auf Webseiten und in Girlpop-Bands.

Von Michael Hiltbrunner

Warum? Vielleicht weil Japan das Land des Niedlichen ist. Hello Kitty ist ein sehr bekanntes Produkt dieser Mode. Die kleine weisse Katze wurde 1974 als erstes Produkt von der japanischen Firma Sanrio lanciert. Unterdessen existiert ein ganzes Universum solcher süsser und bunter Niedlichkeiten. Für Mädchen, und die, die es bleiben wollen, kann diese kindliche Welt eine Art Rückzug vor der Welt der Erwachsenen bedeuten – oder gar ein Hinauszögern des Erwachsenwerdens.

Nirgendwo in Asien wurde nach dem zweiten Weltkrieg die westliche Kultur so stark übernommen wie in Japan. Sie wurde aber auch mit Eigenem verschmolzen. Dabei entstand eine umfangreiche Kultur mit Heften, Filmen, Mangas, Animes und Popmusik. In Japan finden sich auch Andeutungen eines animistischen Weltbildes. Offenbar fällt es den Menschen nicht schwer, Beziehungen zu Objekten aufzubauen und Gegenstände zu personalisieren. Heute sind es neben Bäumen oder Steinen, die als beseelt gelten können, auch Tamagotchis oder die Helden interaktiver Computerspiele.

So erstaunt nicht, dass in Japan, aber auch anderswo, die bekannteste Verbildlichung von Heidi aus Tokio kommt. 1974 wurde *Arupusu no Shojo Haiji* («Das Mädchen aus den Alpen – Heidi») in 52 Folgen am japanischen Fernsehen als Trickfilmserie gezeigt. Regie führte bei dieser Produktion Isao Takahata, mit ihm in der Crew war Hayao Miyazaki, heute bekannter durch den Film *Prinzessin Mononoke*. Die Geschichte von Johanna Spyri, auf der die Trickfilmserie basiert, war in Japan schon als Buch bekannt und besonders bei Mädchen sehr beliebt.



Der Zeichentrickfilm (japanisch «Anime») im Manga-Stil hob sich mit seiner ruhigen Dramturgie und der dokumentarischen Präzision und Detailtreue ab vom vorherrschenden, durch Rasanz und Action geprägten japanischen Trickfilmschaffen und wurde nicht nur in Japan zum bleibenden Erfolg. Zwar wurde die Handlung in der Zeichentrickfilmserie erweitert durch neue Ereignisse und Figuren wie z.B. den Hund Josef. Sonst hielten sich die Produzenten aber vergleichsweise genau an das Buch von Johanna Spyri. Gefühle wie Heimweh oder die ruhige Stimmung der Berge überträgt der Trickfilm sehr schön. Hayao Miyazaki reiste 1973 eigens zur Recherche in die Schweiz und nach Maienfeld.

Vermarktet wurde die Serie mit grossem Erfolg auch in Europa, besonders in Deutschland, Spanien, Portugal, dann aber auch in Zentralamerika. Das professionelle Merchandising im Medienverbund – in Japan durch Nippon Animation und weltweit durch Taurus Film der Leo-Kirch-Gruppe – beinhaltete eine grosse Zahl von Produkten mit Heidi-Emblemen. Heute ist die Heidi-Figur aus dem Trickfilm die weltweit dominierende und verhalf Heidi zu neuem Ruhm und einem neuen Gesicht.

Die Beschreibung von Heidis täglichem Leben in jedem Detail war zu dieser Zeit in Japan revolutionär als ein «Anime für Kinder». «Es war eines meiner Lieblingsprogramme am Fernsehen, als ich ein Kind war. Heidi lachte immer – aber die Geschichte war etwas traurig» meint eine Frau aus Japan. Obwohl die Trickfilmserie nun schon über 25 Jahre alt ist, scheint der Bann ungebrochen. So ist offenbar im Moment eine neue Version des Zeichentrickfilms in Arbeit – wir sind gespannt auf ein neues «Heidi aus Tokio».

Michael Hiltbrunner ist Student in Volkskunde und Wirtschaftsgeschichte an der Universität Zürich und Junior Editor bei T-Online Schweiz.