



Alle Wege führen zum Hachiko Square. Man muss nur den jungen, japanischen Blondinen mit ihren Plateauschuhen folgen, die zu Tausenden Abend für Abend dorthin strömen. Der Weg lohnt sich, denn der Hachiko Square in Tokio ist der neue Mittelpunkt der Welt: Im 21., dem „pazifischen“ Jahrhundert, hat „der Hachiko“ den Times Square in New York als Zentrum des zwanzigsten, des „atlantischen“ Jahrhunderts, abgelöst.

Die jungen Frauen, die den Platz bevölkern, werden Shibuya-Girls genannt, und ihr Modevorbild ist ein Pop-Idol von der japanischen Insel Okinawa. Sonnenstudio-Bräune, gleißend weißes Make-up, blondierte Haare, Miniröcke, Nutten-Handys und Menthol-Zigaretten gehören zu ihrer Grundausstattung. Der Hachiko Square ist das Epizentrum dieser kreativen, energiereichen und vulgären Szene und der wichtigste Platz der 30-Millionen-Stadt Tokio.

In einer so dicht besiedelten Metropole ist Freiraum eine Sensation. Der Hachiko Square liegt direkt vor dem großen Bahnhof des Stadtteils Shibuya: Vier konkurrierende Bahngesellschaften haben hier ihre Stationen zu einem - selbst für Unübersichtlichkeit gewohnte Japaner - schier undurchschaubaren Gewirr verstrickt und dabei einen Höhepunkt asiatischen Städtebaus entstehen lassen. Dies ist die monumentale Plaza der größten Stadt der entwickelten Welt!

Tagsüber ist die kalte, utilitaristische Architektur rund um den Platz kaum zu ertragen, aber nachts ist ihre Hässlichkeit im Neonlichtgewitter schnell vergessen. Kein Haus am Platz ist älter als zwanzig Jahre. Die nicht enden wollenden Menschenmassen auf dem Platz machen den Hachiko zu einem eigenen, ungemein lebendigen Universum.

Das Stadtviertel um den Platz verdankt seinen Aufschwung dem großen Erdbeben von 1923, das den Trend hinaus aus dem Kessel von Tokio nach Westen vor die Tore der Stadt auslöste. Die privaten Eisenbahngesellschaften sind dieser Wanderung erst gefolgt, haben sie dann selbst verstärkt und damit eine Lawine losgetreten, deren Dynamik bis heute anhält und die ganze Stadt umgekrempelt hat.

## Elektrische Stadt, gebaute Vergänglichkeit

### Die Welt hat ein neues Zentrum. Es ist der Hachiko Square in Tokio

Eine Großstadtreportage  
von Ulf Meyer



baunetz\_plus\_1  
*Elektrische Stadt,  
gebaute Vergänglichkeit*



Neben den staatlichen Fern- und U-Bahnkonzernen konkurrieren eine Reihe börsennotierter Bahnbetreiber in Tokio miteinander. Ihr Einfluss ist nicht zu unterschätzen, denn sie sind die wahren Motoren der städtebaulichen Entwicklung. Kein Geschäftszentrum gedeiht ohne guten Bahnanschluss. Ihre Betreiber sind krakenhafte, hochdiversifizierte Firmenimperien, die auch Bus- und Taxigesellschaften, Parkplätze, Kioske und Hotels betreiben. Ihre Bahnlinien enden direkt in riesigen konzerneigenen Kaufhäusern, die die hohe Passantenfrequenz gleichzeitig nutzen und weiter erhöhen.

Den Hachiko Square umstehen wie eine Wagenburg die großen japanischen Handelshäuser. Die Bahngesellschaften bauen sich ihre Verkehrsziele selbst, organisieren erst den Verkehrsstrom dorthin und melken ihn dann. Denn Pendler in Japan haben notorisch wenig Zeit, und zum Bahnhof müssen sie ohnehin morgens und abends. Da liegt es nahe, im bahneigenen Kaufhaus auf dem Heimweg einzukaufen. Die Bahnkonzerne regieren damit gleichzeitig die Einzelhandels- wie die Immobilienpreise, denn sie halten den Schlüssel für Erreichbarkeit und Erschließung selbst in der Hand. Über drei Millionen Bahnfahrer passieren den Bahnhof Shibuya täglich.

Eine ganze Handvoll riesiger Videoschirme berieselt die vorbeihuschenden Menschenmassen mit Werbung und Musikclips und bietet eine kongeniale Ergänzung des schrillbunten Lichtkonzerts. Die Liebe der Japaner zum elektrischen Strom und fluoreszierenden Licht feiert hier einen Triumph.

Beim neuesten Gebäude am Platze nimmt der Monitor bereits die gesamte Fassadenoberfläche ein. Damit hinter den großen Schirmen nicht nur dunkle, schwer vermietbare Räume entstehen, wurde ein neues Konzept entwickelt, das die Lichtpunkte in einem feinen Raster über die Fassade verteilt.

Weil der Hachiko Square der beliebteste Treffpunkt in Tokio ist, ist er für die Werbewirtschaft von unschätzbarem Wert. Denn Wartende suchen Zerstreuung, und die bieten die großen, funkelnden Werbebotschaften, die von den umliegenden Häusern strahlen. Das leichte Tal, in dem der Hachiko liegt, dramatisiert die Wirkung



*1\_Medienfassaden dominieren den Hachiko-Square*

*2\_An der Ginza wachsen immer neue Türme in den Himmel über Tokio*

*3\_Der Bahnhof Shinjuku ist der größte der Welt*

baunetz\_plus\_1  
*Elektrische Stadt,  
gebaute Vergänglichkeit*



der Billboards durch die Untersicht noch. Die Architektur schreit die Passanten unentwegt an und dient ausschließlich als Hintergrund für Werbung und dazu, die Passanten in die Ober- und Untergeschosse zu locken. Karaoke-Bars im neunten Obergeschoss sind in den Geschäftsvierteln von Tokio die Regel.

Tag und Nacht stehen hier Menschen, die sich verabredet haben und „ima doko?“ („wo bist du jetzt?“) in ihre Handys rufen, bevor sie sich in das Getümmel der angrenzenden Geschäftsstraßen stürzen, in eines der Love-Hotels, eine Pachinko-Spielhöhle oder ein ausgeflipptes Themenrestaurant. Handys haben hier so starke Verbreitung gefunden, weil sie GPS-gestützt als Navigationsgeräte für Stadtbewohner fungieren. Im urbanen Dschungel von Tokio, wo nur die großen Boulevards Namen haben, sind sie zur Orientierung unverzichtbar.

Die ständige Erdbebengefahr führt zu einer besonders schlechten Bauqualität. Manche Straßen um den Hachiko Square sehen aus, als sei Godzilla just durch sie hindurchgestampft. Die Stadt wurde in den letzten hundert Jahren zweimal zerstört: durch das große Erdbeben und im zweiten Weltkrieg. Das hat tiefe Spuren in der Architektur hinterlassen.

Die nächste Zerstörung droht, wenn man den Geologen glaubt, die prognostizieren, dass das nächste verheerende Beben unmittelbar bevorsteht. Die Stadt ist deshalb eine Ansammlung von Kleinstädten geblieben. Großstädtische Stadträume wie der Hachiko Square entstehen nur entlang der Bahnlinien.

Bis zum Anbruch der Ära des modernen Zugverkehrs war Shibuya eine verschlafene Teeplantage. Die städtebauliche Entwicklung begann erst 1907 mit einer einzelnen Straßenbahnlinie. Nachdem immer mehr Bahnen ihre Linien nach Shibuya führten, wurden ihre Bahnhöfe in einem Gebäude amalgamiert: Es entstand ein gigantischer Kaufhaus-Bahnhof-Hybrid mit piranesihaften Treppenorgien und bewusst verstrickten Wegen vom Zug an den Auslagen der Kaufpaläste vorbei. Züge halten mitten im ersten, zweiten und dritten Obergeschoss des Monstergebäudes.



4\_Die Shinjuku Park Towers von Kenzo Tange dienten als Drehort für Coppolas „Lost in Translation“

5\_Im Rotlichtviertel Kabuki-Cho drängt sich Club an Club

baunetz\_plus\_1  
*Elektrische Stadt,  
gebaute Vergänglichkeit*



Zu den drei Privatlinien kommen noch die staatliche Ringbahn und zwei U-Bahnlinien hinzu.

Der Hachiko Square ist Ausgangspunkt der Shibuya-kei, der Shibuya-Kultur. „Pizzicato Five“, die erste japanische Easy-Listening-Band, die Weltruhm erlangte, entstammt diesem Milieu und ist ihr berühmtester Vertreter. Der Platz ist ein ewiger Laufsteg. Blondierte Männer sprechen auf der Straße jede vorbeikommende gut aussehende Frau an, ob sie nicht einen Nebenverdienst als Hostess brauchen könne, denn einsame Männer gibt es in Tokio genug. Die Telefonzellen am Hachiko Square sind gepflastert mit Zetteln, die für solche Begegnungen werben.

Das Kaufhaus „109“ ist das exotischste Gewächs unter den japanischen Kaufhäusern und selbst für Tokioter, die schwer zu beeindrucken und chronisch reizüberflutet sind, ein schwerer Schock. Auf acht Etagen drängeln sich Dutzende Läden, die haarsträubende Mode zu gnadenlos überteuerten Preisen verkaufen und dafür mit ohrenbetäubender Popmusik werben. Die kleinen Boutiquen sind so dicht gedrängt, dass ihre unterschiedlichen Beschallungen zu einer unbeschreiblichen Kakophonie zusammenfließen.

Hier decken sich die Shibuya-Girls mit den neuesten Fummeln ein. Durch die Asienkrise fiel das wirtschaftliche Niveau in Japan nur von extrem hoch auf sehr hoch - zum Schrecken der verwöhnten Japaner. Breite Teile der Bevölkerung tragen dennoch mit Bienenfleiß astronomisch teure Täschchen aus den Chanel-Läden. Die gegenwärtige Rezession in Japan bedeutet nicht, dass nicht weiterhin überall neue Hochhäuser sprießen.

Glückliches Japan, das keine anderen Sorgen hat als eine solche Rezession! Was hier als Krise gilt, würde anderswo noch als Boom durchgehen. Im Zentrum der Hauptstadt der zweitgrößten Wirtschaftsnation der Welt, am Hachiko Square, ist die Konsumlust ungebrochen.



*6\_Der neue Mori Tower von KPF thront über dem Stadtteil Roppongi*

*7\_Autorität können auch Puppen ausstrahlen*



Das Auge des Orkans ist die Bronzeplastik eines Hundes, der dem Platz seinen Namen gab. Die lebensgroße Hundestatue zeigt den berühmten Hachiko, einen Akita, der die Gewohnheit hatte, sein Herrchen, einen Professor der Tokio-Universität, jeden Morgen zum Bahnhof zu begleiten und abends wieder abzuholen. Als der Professor bei der Arbeit verstarb, wartete der Hund geduldig und treu jahrelang vergeblich täglich am Bahnhof. Die Enkelin des Professors hat der Stadt 1934 die Plastik gespendet. Sie wurde im Zweiten Weltkrieg eingeschmolzen und später durch eine Kopie ersetzt. Ausgerechnet dieses Sinnbild für hündische Treue ist heute das Epizentrum der flüchtigen menschlichen Begegnungen geworden. Die Welt dreht sich um eine Replik.