

02/2011

Transformierte

Buddhismen

ISSN: 1867-4240

02/2011

Inhaltsverzeichnis

**Transformierte
Buddhismen**

Erscheinungsdatum: 10.06.2011

- 01** **Max Kölling:**
Die Renaissance des tibetisch-buddhistischen
Klosterwesens im Kontext der Globalisierung:
Ein Blick auf die soziokulturellen Wandlungs-
prozesse im gegenwärtigen Nepal
(21 Seiten, S. 3-23)

- 02** **Tim Graf:**
Diesseits des Jenseits: Transformationen
buddhistischer Bestattungs- und Trauerkultur
im gegenwärtigen Japan
(31 Seiten, S. 24-54)

- 03** **Niels H. Bader:**
Tourismus und Religion im modernen Japan:
Der Zen-buddhistische Tempel Daiyūzan Saijōji
als Reiseziel
(24 Seiten, S. 55-78)

- 04** **Nina Schönemann:**
Pilgerfahrten zu den Sieben Glücksgöttern:
Religiöse Praxis und „Materielle Religion“
im gegenwärtigen Japan
(20 Seiten, S. 79-99)

Editorial

Die Beiträge der Zeitschrift befassen sich auf der Basis neuester Forschungsergebnisse sowohl mit historischen Prozessen als auch zentralen Entwicklungen in den verschiedenen Buddhismen. Dabei werden lokal spezifische wie auch transkulturelle Adaptions-, Transformations- und Innovationsprozesse in den Blick genommen. Der Fokus der Beiträge liegt auf Wandlungsprozessen in buddhistischen Vorstellungen, Rhetoriken, Praktiken und Ästhetiken, die durch historische und gesellschaftliche Veränderungen als auch durch den geographischen Transfer buddhistischer Ideen und Praktiken (z.B. zwischen Ost und West und umgekehrt) hervorgerufen wurden und werden.

Im Rahmen der Zeitschrift werden für das skizzierte Themenfeld relevante Publikationen besprochen.

Herausgeber

Prof. Dr. Inken Prohl
Ruprecht-Karls- Universität Heidelberg
Dr. Katja Rakow
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

Editorial Board

Prof. Dr. Sven Bretfeld
Ruhr-Universität Bochum
Prof. Dr. Karénina Kollmar-Paulenz
Universität Bern
Prof. Dr. Volkhard Krech
Ruhr-Universität Bochum
Prof. Dr. Hartmut Zinser
Freie Universität Berlin

Impressum

Prof. Dr. Inken Prohl
Dr. Katja Rakow

Institut für Religionswissenschaft
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg
Akademiestr. 4-8
69117 Heidelberg

Tel.: 06221/547622

inken.prohl@zegk.uni-heidelberg.de
katja.rakow@zegk.uni-heidelberg.de

<http://transformiertebuddhismen.uni-hd.de>

Die Quelle für den auf dem Cover zu sehenden Bildausschnitt stammt vom Autoren Steve, ist unter der Creative Commons Attribution 2.5 License veröffentlicht und unter folgender Adresse auffindbar:
http://commons.wikimedia.org/wiki/File:7_Lucky_Gods_of_japan.jpg



Nina Schönemann

Pilgerfahrten zu den Sieben Glücksgöttern: Religiöse Praxis und „Materielle Religion“ im gegenwärtigen Japan¹

Abstract:

Der vorliegende Artikel beschäftigt sich mit religiösen Praktiken und der materiellen Kultur Japans am Beispiel der Sieben Glücksgötter – einer Götterkonstellation, die in der Muromachi-Zeit (1333-1568) entstanden ist und sich bis in die Gegenwart hinein großer Beliebtheit erfreut. Den Sieben Glücksgöttern werden eine Vielzahl von Heilsversprechen zugeschrieben, die über religiöse Praktiken, Objekte und Ästhetiken der Tempel und Schreine für Akteure erfahrbar gemacht werden. Besonders beliebt sind gegenwärtig Pilgerfahrten, die auf einer stetig anwachsenden Anzahl von Strecken durchgeführt werden können.

Vorgestellt wird in diesem Artikel die Rezeption und Synthetisierung der Sieben Glücksgötter sowie der historische Kontext ihrer Entstehungszeit. Ansätze, die für die Beschäftigung mit den Sieben Glücksgöttern eine zentrale Bedeutung einnehmen, sind die japanspezifische Theorie des „Strebens nach diesseitigen Nutzen“ und der Fokus der Religionsästhetik sowie der „Materiellen Religion“, die im Folgenden kurz eingeführt werden. Einen Teil der gegenwärtigen religiösen Praktiken machen die Sieben-Glücksgötter-Pilgerfahrten aus, welche seit Mitte der Edo-Zeit (1600-1868) entstanden sind. Diese werden unter den Gesichtspunkten ihrer Beschaffenheit, ihrer Gestaltung und ihres Marketings näher beleuchtet. Exemplarisch hierfür wird die komplexe Tempelanlage des Manpuku-Tempels vorgestellt. Dieser stammt aus dem 17. Jahrhundert und ist ein Anlaufziel der Sieben-Glücksgötter-Pilgerstrecke in Kyôto. Besonderes Augenmerk wird auf die Infrastruktur, Ästhetik sowie Selbstpräsentation des Tempels in Broschüren und auf der Homepage gelegt. Anschließend wird am Beispiel der reichen Kultur von Glücksbringern, Orakelzetteln und Votivtafeln in Bezug auf die Sieben Glücksgötter die Vielfalt der „Materiellen Religion“ aufgezeigt und die Integration von religiösen Ästhetiken und Narrativen in die Werbe- und Konsumwelt Japans thematisiert. Zur Veranschaulichung der visuellen und materiellen Aspekte sind dem Artikel zahlreiche Abbildungen beigelegt.²

¹ Mein Dank für die kritischen und hilfreichen Bemerkungen gilt Inken Prohl, Katja Rakow und Danijel Cubelic.

² Der Aufsatz basiert neben deutsch-, englisch- und japanischsprachiger Sekundärliteratur auf Daten, die während einer halbjährigen illustrierenden Feldforschung im Jahr 2007 im Rahmen der teilnehmenden



1. Einleitung

Die Sieben Glücksgötter, jap. *shichifukujin*, sind eine japanspezifische Zusammenstellung, in der sowohl indische, chinesische als auch japanische Götter rezipiert wurden. Zu den Sieben Glücksgöttern werden Benzaiten/Benten(sama), Bishamonten, Daikoku(ten), Ebisu(sama), Fukurokuju, Hotei(son)³ und Jurôjin gezählt, die sowohl gemeinsam als auch einzeln dargestellt werden. Der Wiedererkennungswert der weit verbreiteten ikonographischen Gestalt der Sieben Glücksgötter ist sehr hoch: Sie können auch in Abbildungen, in denen nicht alle sieben oder allein ihre Köpfe gezeigt werden, eindeutig als zu den Sieben Glücksgöttern gehörend identifiziert werden (siehe Abbildung 1).



Abbildung 1: Darstellung der Köpfe der Sieben Glücksgötter, Souvenirinladen auf der Insel Awaji.

Die Sieben Glücksgötter wurden, bedingt durch ihre Herkunft, unabhängig voneinander und zu verschiedenen Zeiten nach Japan gebracht, zunächst als einzelne Götter dargestellt und erst später zu einer spezi-

fischen Konstellation synthetisiert. Ursprünglich stammen Benzaiten, Bishamonten, Daikoku aus Indien; Fukurokuju, Hotei und Jurôjin stammen aus China und Ebisu aus Japan. Die heute weit verbreitete Siebener-Formierung⁴ entstand in der Muromachi-Zeit (1333-1568), wurde jedoch nicht vor der Edo-Zeit (1600-1868) populär (Graham 2007: 112).

Während in den kämpferischen Wirren vor der Edo-Zeit die Krieger (*bushi*) eine Blüte ihres Berufsstandes erlebten, konnten in der Edo-Zeit, besonders ab der Genroku-Periode (1688-1704), die merkantilen Eliten der aufblühenden Städte, die Städter (*chônin*), zur kulturell tragenden Schicht der Gesellschaft aufsteigen. Jener neue Händlerstand war interessiert an materiellem Erfolg und merkantilem Glück – eine Form von diesseitigen Nutzen⁵, deren Erfüllung mit Praktiken um die Sieben Glücks-

Beobachtung an Tempeln und Schreinen der Sieben Glücksgötter erhoben wurden. Im Vordergrund steht hier die deskriptive Darstellung einer von mir zum Themenfeld Sieben Glücksgötter angefertigten kulturlandschaftlichen Bestandsaufnahme, welche durch die Befragung von Nutzern dieser Infrastrukturen gestützt wird.

³ Die Namen Benzaiten und Benten(sama) werden gleichermaßen verwendet. Benten ist eine Verkürzung von Benzaiten, während *sama* im Japanischen für die höfliche Anrede von Frau/Herr steht. Das Gleiche trifft auf das *sama* von Ebisu zu. Daikoku ist eine Verkürzung des Namens Daikokuten, wobei beide äquivalent verwendet werden. So verhält es sich auch mit Hotei und Hoteison.

⁴ Die heute bekannte Konstellation bestand nicht von Anfang an aus den genannten Sieben Göttern, da es gewisse Variationen gab. Iwai führt dies auf die Ähnlichkeit der beiden ursprünglich aus China stammenden Glücksgötter Fukurokuju und Jurôjin zurück (Iwai 2005). Diese seien als ein Gott wahrgenommen worden, weshalb zeitweise die Götter Kichijôten (Skt. Śrīmahādevī) oder Shôjô zu den Sieben gehört hätten (Antoni 1998: 127). Kichijôten kann genealogisch auf die indische Göttin Lakshmi zurückgeführt werden, während Shôjô aus China stammt (Graham 2007: 110).

⁵ Der Begriff „diesseitiger Nutzen“ wird im Sinne Ian Readers und George Tanabes verwendet, die in *Practically Religious. Worldly Benefits and the Common Religion of Japan* (1998) ausführen, dass das Streben nach „diesseitigem Nutzen“ (*genze riyaku*) in Praktiken von Akteuren im Rahmen japanischer religiöser Traditionen ein charakteristisches Element ist, das sich gleichermaßen in den Praktiken des Shintô und Buddhismus widerspiegelt.

götter und speziell mit den Göttern des Gewerbes Ebisu und Daikoku in Verbindung gebracht wurde. Ebisu und Daikoku wurden deshalb als Paar immer beliebter. Noch heute sind sie häufig in der Zweier-Formation zu sehen (siehe Abbildung 2). Die neuen Angebote diesseitigen Heilsversprechens⁶ fanden rasch Verbreitung und Zulauf unter Händlern und Kaufleuten (Pye und Triplet 2007: 25; Kudo und Miwa 2002: 7).



Abbildung 2: Daikoku und Ebisu in einem nachgebildeten Bauernhaus im Bôsô-Dorf-Museum der Chiba-Präfektur.

Das Wissen um die diesseitigen Nutzen, welche den Sieben Glücksgöttern zugeschrieben werden, wird über Ästhetiken der Settings an Tempeln und Schreinen sowie über materielle Objekte sinnlich und kognitiv erfahrbar gemacht. Die sich daraus ergebende religionswissenschaftliche Fokussierung kann mit dem Begriff der „Materiellen Religion“⁷, einer der wichtigsten Forschungsschwerpunkte des Ansatzes der Religionsästhetik, umschrieben werden (Prohl 2010: 237).⁸ Die „Materielle Religion“ bezeichnet das gesamte Spektrum physischer Ausdrucksformen, die nicht in Hinblick auf ihre

Produktion, Form, Materialität oder Bedeutung in den Fokus gerückt werden, sondern aufgrund ihrer Rezeption und der Interaktion von Akteuren mit diesen. Über Medien, das Berühren von und Handeln mit ihnen werden Diskurse und Traditionen einer religiösen Gemeinschaft vermittelt. Akteure interagieren mit der materiellen Kultur; weitere Objekte werden produziert; andere ausgeschlossen und gleichzeitig entstehen neue Zuschreibungen, weshalb diese Prozesse keinesfalls statisch sind und sich in einem stetigen, dynamischen Transformationsvorgang befinden. Der Begriff „Materielle Religion“ umschließt neben der körperlichen Dimension und der Wirkungsweise der Objekte auf die Akteure auch die rekreativen und ökonomischen Aspekte einer Kultur (McDannell 1995: 1-3; Goa, Morgan und Paine 2005: 4-8). Da die Objekte nicht *per se* Bedeutung haben, sondern diese erst durch eine persönliche Beziehung der Akteure zu ihnen entsteht, steht im Mittelpunkt dieses Ansatzes der erlebende Akteur sowie die über die Medien der materiellen Kultur geschaffenen, emotionalen und für die Akteure

⁶ Der Begriff „Heilsversprechen“ wird in Anlehnung an Martin Riesebrodts Überlegungen in *Cultus und Heilsversprechen* (2007) und seinen ebd. dargelegten Religionsbegriff verwendet. Riesebrodt versteht unter Religion einen „Komplex religiöser Praktiken, die auf der Prämisse der Existenz in der Regel unsichtbarer persönlicher oder unpersönlicher übermenschlicher Mächte beruhen“ (2007: 113). Den in die Religionen eingeschriebenen Sinn bezeichnet er als Heilsversprechen, welches transkulturell belegbar sei (ebd.: 132).

⁷ „Materielle Religion“ wird in Bezug auf den Forschungsschwerpunkt, wie er in den USA von David Morgan und Colleen McDannell vertreten und angewendet wird, verstanden. Sowohl Morgan als auch McDannell beschäftigen sich mit der materiellen Kultur des Christentums im amerikanischen Kontext. Siehe: *Visual Piety. A History and Theory of Popular Religious Images* (1998) von David Morgan und *Material Christianity. Religion and Popular Culture in America* (1995) von Colleen McDannell. Morgan ist zudem Mitherausgeber der Zeitschrift *Material Religion. The Journal of Objects, Art and Belief*.

⁸ Der Ansatz der Religionsästhetik, der auch für die Analyse des Manpuku-Tempels und der materiellen Kultur der Sieben Glücksgötter in diesem Aufsatz herangezogen wurde, geht auf Daniel Münster und in praktischer Umsetzung auf Inken Prohl zurück (Münster 2001; Prohl 2004). Die Religionsästhetik untersucht, wie sensuell stimulierende, multi-sensorische Eindrücke der reichen materiellen Kultur religiöser Traditionen auf die Akteure wirken und zu deren Bindung beitragen.



sozial-realen Bindungen mit den vorgestellten, transzendenten Mächten (McDannell 1995: 4; Prohl 2008;⁹ Orsi 2005: 2, 74).

Gegenwärtig wird das Wissen von den Heilsversprechen der Sieben Glücksgötter über Reiseführer, Ephemera (siehe Abbildung 3), Internetseiten, materielle Objekte, Bücher und Bilderbücher transportiert. So wird Benzaiten, die einzige weibliche Göttin der Sieben Glücksgötter, in Broschüren von Tempeln und Schreinen als Göttin der Musik, Wissenschaft und Weisheit bezeichnet; Bishamonten als Beschützer vor bösen Dämonen, Schützer des Buddhismus sowie Mutspender; Daikoku als Gott der reichen Ernte, Schutzgott der Küche und des Handels; Ebisu gilt als Gott des guten Handels, reichen Fischfangs und Sicherheit auf Reisen; Fukurokuju als Gott des Glücks, Vermögens und Reichtums; Jurôjin als Gott des langen Lebens, Glücks und Vermögens und Hotei als Gott der Harmonie, des Kindersegens und Edelmut. Die diesseitigen Nutzen, die den Sieben Glücksgöttern zugeschrieben werden, umfassen damit prosperierenden Handel, Reichtum, Schutz vor übelwollenden Geistern, Gesundheit und ein langes Leben.



Abbildung 3: Außenansicht des Prospektes der Insel Awaji.

Religiöse Handlungen im Kontext der Sieben Glücksgötter können sowohl an buddhistischen Tempeln als auch an Shintô-Schreinen durchgeführt werden und lassen sich deshalb weder ausschließlich der einen noch der anderen Tradition Japans zuordnen. Damit verweisen sie auf die enge Verschränkung von Praktiken des Shintô und Buddhismus in der japanischen Religionsgeschichte und sozialen Realität. Die Akteure nehmen keine Differenz zwischen Göttern des Shintô (*kami*) und buddhistischen Göttern wahr und die Mehrheit der Akteure fühlt sich beiden Traditionen zugehörig. Ihre Orientierungen können deshalb als situationsbedingt, bedarfsorientiert und komplementär bezeichnet werden (Reader 1991a: 16). Vor diesem Hintergrund sind die Sieben Glücksgötter einzuordnen, die eine schulzugehörigkeits-unabhängige Göttergruppierung ohne Lehre oder institutionelle Organisation darstellen. Sie zeichnen sich durch eine reiche Kultur interventionistischer Praktiken¹⁰ aus mittels derer transzendente Kräfte zur Beeinflussung diesseitigen Heils für Akteure erfahrbar gemacht werden. Die reiche, visuelle Kultur von Darstellungen der Sieben Glücksgötter materialisiert, korporalisiert und plausibilisiert die Erreichbarkeit von Glück bei der Ausführung religiöser Praktiken (Orsi 2005: 74).

Aus diesen Gründen ist die Perspektive der Religionsästhetik und der „Materiellen Religion“ besonders erkenntnisversprechend für die Herangehensweise an das hier betrachtete Forschungsfeld. Auf der einen Seite gehören die Glücksgötter keiner bestimmten Schule oder institutionellen Organisation an, auf der anderen Seite werden ihre materiellen Angebote gleichermaßen von religiösen Experten des Buddhismus und

⁹ Das unveröffentlichte Script des Vortrages „Lebende Bilder, atmende Ikonen, schimpfende Statuen – Materieller Buddhismus in Japan“ wurde zur Erstellung dieses Artikels freundlicherweise von Inken Prohl zur Verfügung gestellt.

¹⁰ Mit interventionistischen Praktiken versucht der Akteur laut Riesebrodt, Zugang zu den außerhalb des Menschen stehenden Instanzen zu gewinnen (Riesebrodt 2007: 114).

Shintô getragen. Auch wenn sich kaum Akteure finden lassen, die sich bewusst intellektuell mit den einzelnen Göttern und ihren Narrativen auseinandergesetzt haben, werden die materiellen Objekte nachweislich erworben (Isshiki 2007: 13) und dürfen deshalb bei einer Beschäftigung mit den Sieben Glücksgöttern und ihren Infrastrukturen keinesfalls vernachlässigt werden. Während sich die bisherige Forschung auf die historischen Rezeptionslinien der Sieben Glücksgötter und auf kunsthistorische Analysen konzentriert hat,¹¹ wurde die Untersuchung der gegenwärtigen sozialen Realität und die des religiösen Konsums¹² stark vernachlässigt.¹³ Fabio Rambelli betont in seinem Werk *Buddhist Materiality*, dass die Abwertung der Verwendung von materiellen Objekten im buddhistischen Kontext als zu überwindender und unauthentischer „Fetischismus“ (Rambelli 2007: 67) und die damit einhergehenden Implikation, dass Religion eine kognitive Angelegenheit des Geistes sei, das Ergebnis der von protestantischen Vorannahmen geleiteten, textbasierten Erforschung des Buddhismus ist (ebd.: 4, 67). Dabei ist die Bedeutung materieller Objekte in den kanonischen Schriften



Abbildung 4: Glücksbringer mit Abbildung der Attribute der Sieben Glücksgötter, Fukurokuju-Sekizanzentempel, Kyôto.

verschiedener Buddhismen festgehalten und eine Interaktion mit diesen in Geschichte und Gegenwart nachweisbar (ebd.: I, 3, 68). Deshalb sind die zahlreichen materiellen Objekte in buddhistischen, aber auch in Shintô-Kontexten nicht als eine Erfindung der Neuzeit oder Populärkultur abzutun, sondern als zentraler Bestandteil des Gesamtbildes zu untersuchen. Welcher Stellenwert materiellen Objekten in der gegenwärtigen religiösen Landschaft Japans zukommt, kann bereits durch den Besuch eines Tempels oder Schreins und dem dortigen Verkaufsstand verdeutlicht werden. Um diesen Umstand auch für den Kontext der Sieben Glücksgötter zu illustrieren, sind diesem Artikel einige Fotos beigefügt.

Im Folgenden wird der Fokus auf den Zusammenhang von Praktiken und Ästhetiken im Kontext von Sieben-Glücksgötter-Pilgerreisen der Gegenwart gelegt. Speziell untersucht wird das Fallbeispiel des Manpuku-Tempels in Kyôto, seine Geschichte, seine Architektur sowie seine materielle Kultur. Abschließend wird auf die Frage eingegangen, was die Akteure zum Besuch dieses Tempels bewegt.

¹¹ Siehe beispielsweise *Die Sieben Glücksgötter* (1958) von U. A. Casal und *Shichifukujin. Die Sieben Glücksgötter Japans* (1991) von Kurt S. Ehrlich.

¹² Mit der Thematik des religiösen Konsums und der daraus resultierenden Vermarktung des Produktes „Religion“ beschäftigt sich Mara Einstein eingehend in *Brands of Faith* (2008). Zum Thema Freizeitverhalten und Konsumkultur im japanischen Kontext sowie deren Entwicklung im 20. Jahrhundert siehe Manzenreiter und Ben-Ari (2004).

¹³ Ausnahmen hierbei sind Michael Pye, Ian Reader, George Tanabe und Patricia Graham, die in ihren Werken auch einige Abschnitte den Sieben Glücksgöttern in der Gegenwart widmen.



2. *Shichifukujin meguri* – Die Sieben Glücksgötter und religiöser Tourismus

Im gegenwärtigen Japan gibt es eine Vielzahl von Pilgerreisen¹⁴ zu den Sieben Glücksgöttern. Auf Japanisch werden sie *Shichifukujin meguri*, *Shichifukujin môde* oder *Shichifukujin mairi* genannt und sind seit der Mitte der Edo-Zeit (1600-1868) historisch belegt (Mitsubishi 2002: 1). Eine Renaissance haben die Sieben-Glücksgötter-Pilger-routen laut Ian Reader und George Tanabe ab Mitte der 1960er Jahre erfahren. Allein in den Jahren 1975 bis 1985 wurden 130 neue Routen im ganzen Land gebildet (Reader und Tanabe 1998: 161).

Bei der gegenwärtigen Gesamtzahl der Sieben-Glücksgötter-Pilger-routen divergieren die Angaben. Der Reiseführer *Sieben-Glücksgötter-Pilgerfahrten des ganzen Landes* (*Senkoku shichifukujin meguri*) geht von 111 Strecken aus (Kudo und Miwa 2002 – siehe Abbildung 5). Isshiki und Kuji halten diese Angabe für zu gering und sprechen von ungefähr 300 Routen, deren Anzahl jährlich weiter ansteigt (Kuji 2007: 17; Isshiki 2007: 175).

Welche von den heutigen Sieben-Glücksgötter-Strecken über die längste Tradition verfügt, ist ebenfalls nicht gesichert. Die Sieben-Glücksgötter-Strecke in Asakusa, Tôkyô (*Asakusa nadokoro shichifukujin meguri*) kann auf die Edo-Zeit zurückdatiert werden (Pye 2004: 27). Der Miyako-Sieben-Glücksgötter-Strecke (*Miyako shichifukujin mairi*) in Kyôto wird auf dem Deckblatt der zugehörigen Broschüre zugeschrieben, die älteste Japans zu sein (*Nihon saiko*).¹⁵ Die wissenschaftliche Forschung geht jedoch davon aus, dass die heutige Route in dieser Zusammensetzung erst im späten 20. Jahrhundert nachzuweisen ist und auf verschiedene andere Routen in Kyôto zurückgeht (ebd.: 27-28).

Am häufigsten frequentiert werden die Sieben-Glücksgötter-Strecken in der ersten Woche eines jeden Kalenderjahres, in der Akteure für die Erfüllung der Wünsche im neuen Jahr bitten. Im gesamten Januar gibt es ein spezielles Busangebot in Kyôto, welches die Tempel und Schreine der dortigen Pilgerroute einschließt (Mitsubishi 2002: 1).

Die meisten Sieben-Glücksgötter-Pilgerstrecken sind sowohl aus Tempeln als auch aus Schreinen zusammengesetzt. Da die Sieben-Glücksgötter-Routen häufig aus sieben



Abbildung 5: Cover des Reiseführers „Sieben-Glücksgötter-Pilgerfahrten des ganzen Landes“. Rot geschrieben steht: „Sieben Unglücke vermeiden, Sieben Glücke gewinnen.“

¹⁴ Pilgerfahrten werden hier in Bezug auf die Gegenwart als ein Feld des Tourismus verstanden. Ein Tourist ist in Anlehnung an Valene L. Smith „a temporarily leisured person who voluntarily visits a place away from home for the purpose of experiencing a change“ (Smith 1989: 1). Der Pilger wird in diesem Artikel als eine Form des Touristen betrachtet, der durch das Spezifikum der Durchführung von Praktiken gekennzeichnet ist, die einen Bezug zu vorgestellten, außerhalb des Menschen stehenden Instanzen aufweisen.

¹⁵ In der Miyako-Sieben-Glücksgötter-Broschüre wird in Englisch ausgeführt: „Kyoto is the birthplace of 7 Gods and Goddesses, who are worshipped among people.“

Anlaufstellen bestehen, kann die Mehrzahl der Strecken innerhalb eines Tages zurückgelegt werden. Nicht alle Sieben-Glücksgötter-Routen umfassen jedoch sieben Stationen: Die Strecke in Yokohama beinhaltet acht Anlaufpunkte, da ihr ein Daruma¹⁶ gewidmeter Tempel hinzugefügt wurde (siehe Abbildung 6). Sie ist nach dem Distrikt in Yokohama benannt und heißt „Seya-Acht-Glücksgötter-Route“ (*Yokohama seya hachifukujin meguri*) (Kudo und Miwa 2002: 187). Auf der Homepage der Sôtetsu-Bahngesellschaft ist diesbezüglich vermerkt, dass mit einem zusätzlichen Gott auch der Nutzen (*go-riyaku*) steigt.¹⁷ Die sieben Stationen müssen sich auch nicht zwangsläufig aus Tempeln oder Schreinen zusammensetzen. So befindet sich beispielsweise eine Anlage des Fukurokuju bei der „Sumida-Fluss-Sieben-Glücksgötter-Route“ (*Sumidagawa shichifukujin meguri*) in Tôkyô in einem städtischen Park (*Mukôjima hyakkaen*) in der Nähe des Shirahige-Schreins, der eine weitere Pilgerstation darstellt. Diese wird explizit mit einer im Japanischen verwendeten höflichen Beschreibung für „Haus“ bezeichnet (*Fukurokuju sondô*) (ebd.: 41).

Die Neubildung von Sieben-Glücksgötter-Strecken in Zusammenarbeit mit wirtschaftlichen Organisationen spiegelt wider, wie dicht die religiösen und kommerziellen Motivationen verwoben sind. Zu Innovationsmotoren wurden im Kontext der Pilgerfahrten zu den Sieben Glücksgöttern vor allem Bahngesellschaften. Genannt seien die Ômi Railway Company und die Privatbahn Hankyû. Manche Pilgerstreckennamen erinnern an das Verkehrsnetz, wie die „Entlang-der-Bahnlinie-des-südlichen-Meeres-Strecke“ (*Nankai*



Abbildung 6: Screenshot der Sôtetsu-Group-Homepage (http://www.sotetsu-group.co.jp/kawaraban/108/108yori_michi.htm, Zugriff am 26.03.09). Die Sieben-Glücksgötter mit Daruma (links oben).



Abbildung 7: Screenshot von <http://www.asahi-net.or.jp/~UY7M-SSK/hanshin.htm#hankyû>, Zugriff am 01.10.10.

ensen shichifukujin meguri) in Ôsaka. Die wirtschaftlichen Unternehmen sind ihrerseits um die Vermarktung dieser Routen und die damit einhergehende Nutzung ihrer Bahnen bemüht. Als spezielle Maßnahme wird in der Hankyû-Information-Galerie ein kleines Büchlein verkauft, mit dem an den einzelnen Tempeln und Schreinen Miniatur-

¹⁶ Daruma ist der japanische Name des Mönchs Bodhidharma, der als Gründer des Chan-Buddhismus in China gilt. Dieser wird in Japan häufig als Pappmaché-Figur verkauft, der nachgesagt wird, dass sie Wünsche erfüllen könne.

¹⁷ „御利益が増えるのなら、この際1人でも多いほうが良かったりして。とにかく瀬谷はめでたい神様ににぎわっています。 “ „Damit der Nutzen ansteigt, ist ein Gott mehr sicherlich besser. Jedenfalls gibt es in Seya viele glücksverheißende Götter.“ (http://www.sotetsu-group.co.jp/kawaraban/108/108yori_michi.htm, [01.03.2010]).



Glücksgötter-Figuren erworben werden können. Kehren die Akteure mit den gesammelten Götterfiguren zur Information zurück, erhalten sie einen Miniaturzug von Hankyû (siehe Abbildung 7) (Kudo und Miwa 2002: 209).

3. Die Exotik des Chinesischen – der Manpuku-Tempel in Kyôto



Abbildung 8: Das Haupttor (sômon) der Manpuku-Tempelanlage.

Der Manpuku-Tempel befindet sich in Uji, einer Vorstadt von Kyôto, und gehört mit dem Glücksgott Hoteison zur „Miyako-Sieben-Glücksgötter-Pilgerroute“. Die Bahnlinien Japan Railway und Keihan führen nach Uji, jedoch ist der Tempel ein wenig abseits der Miyako-Route und erfordert einen längeren Anfahrtsweg.

Der Manpuku-Tempel gehört zur Zenbuddhistischen Ôbaku-Schule und wurde in Japan im Auftrag des Gründers der Schule Ingen Ryûki (chin. Yin-yuan Long-qi, 1592-1673) errichtet. Dieser war im Alter von 29

Jahren in den Tempel Wanfuzsu am Berg Huang (jap. Ôbakusan) in China eingetreten und kam 1654 mit 63 Jahren nach Nagasaki. Dort begann er zu lehren und konnte einige Anhänger gewinnen. Nachdem er einen immer weitreichenderen Ruf erlangt hatte, wurde Shôgun Tokugawa Ietsuna (1641-1680) auf ihn aufmerksam. Dieser sprach ihm ein Grundstück in Uji zu, um ihn dazu zu bewegen, nicht nach China zurückzukehren. Dort ließ Ingen 1661 den Manpukuji errichten, dessen Bau 18 Jahre andauerte und den er nach dem gleichnamigen Tempel in China, Wanfuzsu, japanisch Manpuku, benannte. Der Manpukuji wurde im Stil zeitgenössischer, chinesischer Tempelarchitektur der Ming-Zeit (1368-1644) erbaut. Auch in der Verwaltung und bei den monastischen Regeln war er an das, was Ingen in China gelernt hatte, angelehnt. Bis heute sticht der Manpuku-Tempel wegen seiner besonderen Architektur sowie seiner Bilder, Kalligraphien, Schnitzereien und Statuen, die ebenfalls stark vom Ming-zeitlichen China geprägt sind, hervor (Kudo und Miwa 2002: 165; Baroni 2000: 51, 53). Kyôto-Reisezeitschriften werben gegenwärtig damit, dass dort die Atmosphäre des „chinesischen Charakters“ spürbar ist (Usa 2005: 105).



Abbildung 9: Die langen Flure des Manpukuji.

Beim Manpukuji handelt es sich nicht um einen einzelnen Tempel, sondern eine komplexe Anlage mit dreiundzwanzig Hauptgebäuden und einem Ausbildungskloster für Priesteradepten. Auf der Eintrittskarte sind Mönche vor dem *sanmon*-Tor, dem

zweiten Tor des Tempelbezirkes, zu sehen. Zunächst gelangt der Besucher durch das Haupttor (*sômon*) (siehe Abbildung 8), dessen letzter Bau aus dem Jahr 1693 stammt, vorbei an einem See (*hôjôike*), zum *sanmon*-Tor, welches 1678 errichtet wurde.¹⁸ Hat man dieses Tor passiert, führt der Weg, der mit rautenförmigen Steinen ausgelegt ist, die der Homepage zufolge nach dem Motiv eines Drachenrückens gelegt worden sind und nur von Priestern betreten werden dürfen, direkt zu dem Gebäude namens *tennôden*, in dem sich Hoteison (siehe Abbildung 10) befindet.¹⁹ In direkter Luftlinie mit dem *sanmon* und dem *tennôden* steht die Haupthalle der Anlage (*daiôhôden*) und ein Gebäude (*hattô*), in dem Zeremonien stattfinden, wenn ein neuer Hauptpriester erstmals in den Tempel kommt.²⁰ Da das *tennôden* nicht durchquerbar ist, gelangt der Besucher automatisch zu den langen, überdachten Gängen an den Seiten. Hier wartet eine Vielzahl von Fluren und Gebäuden auf den Akeur, die jeweils verschiedenen Göttern gewidmet sind und unterschiedliche Zwecke erfüllen. Genannt seien hier die Pagode, mehrere Tempelglocken, die Schatzkammer (*bunkaden*) und der Glücksbringer-Verkaufsstand. Die Namen und die Verwendung der einzelnen Gebäudekomplexe sind äußerst vielfältig. Während nur ein Bruchteil in den Broschüren des Tempels Erwähnung findet, werden ausführlichere Informationen auf der Homepage des Tempels gegeben.²¹

Im Manpuku-Tempel wird der Glücksgott Hoteison goldfarben, mit dickem, nacktem Bauch, Glatzkopf, langen Ohrläppchen und einem breiten Lachen dargestellt. Die Höhe der hölzernen, aus dem 17. Jahrhundert stammenden Figur beträgt 110,3 cm (Mitsuhashi 2002: 187). Sie sitzt auf einem roten Thron, über dem ein bunter Stoffbaldachin hängt. Vor ihr befinden sich zwei Vasen mit grünen Zweigen, eine Räucherstäbchenschale sowie zwei Kerzen in Ständern. Im Manpuku-Tempel ist Hoteison laut der Ephemera die Inkarnation des Bodhisattva Maitreya (Miroku). Ihm wird zugeschrieben, für langes Leben, Glück und Vermögen zu stehen, so der Reiseführer *Sieben-Glücksgötter-Pilgerfahrten des ganzen Landes* (Kudo und Miwa 2002: 165). Neben ihm ist das *tennôden* dem Wächter-Gott Idate und den vier Himmelskönigen (*shitennô*) gewidmet.²²



Abbildung 10: Hoteison im tennôden.

¹⁸ <http://www.obakusan.or.jp/guide/guide.html>, [01.03.2010].

¹⁹ <http://www.obakusan.or.jp/guide/guide4.html>, [01.03.2010].

²⁰ <http://www.obakusan.or.jp/guide/guide7.html>, [01.03.2010].

²¹ Die Komplexität der Anlage wurde in einer Toppage der Homepage im Jahre 2009 unter dem Titel *Wie wäre es mit Sencha? (Sencha wa ikaga)* thematisiert.

„だが、残念ながらほとんどの皆さんは、その魅力を堪能するいとまもなく駆け足での拝観である。本当のところ、実は予備学習が不足で、来られてから始めて黄檗山の魅力に気づかれる有様で、もったいないと思うことしきりだ。でも、いいか。何回も重ねて訪ねていただければいいのだから。“ „Aber leider haben fast alle Besucher keine Zeit, um sich an der Pracht zu erfreuen und machen einen Schnell-Besuch. In der Tat mit wenigen Vorkenntnissen entdecken sie die Pracht des Tempels erst, nachdem sie zum ersten Mal gekommen sind – das ist wirklich zu schade. Wie auch immer. Wenn sie immer wieder kommen würden, wäre das gut.“ (<http://www.obakusan.or.jp/index.html>, [15.05.2009]).

²² <http://www.obakusan.or.jp/guide/guide4.html>, [01.03.2010].



Beim Glücksbringer-Verkaufsstand sind zahlreiche Figuren der Sieben Glücksgötter und Stempelsammelaufsteller erwerbbar. Es gibt Hoteison-spezifische *o-mamori*²³: Der „Sieben-Glücksgötter-Glücksbringer“, auf dem Hoteison abgebildet ist (siehe Abbildung 11), steht für mehrere diesseitige Heilsversprechen, wie beispielsweise für das Gedeihen des Schicksals und des Handels, für Glück, Vermögen und Verkehrssicherheit.

Die Homepage informiert ausführlich über die Geschichte des Tempels, Ingen Ryûki, die Ôbaku-Schule und liefert eine chronologische Zeittafel der historischen Ereignisse.²⁴ Dem vorangestellt wird die Toppage, auf der Neuigkeiten, wie beispielsweise Neujahrswünsche, verkündet werden. Am Rande der Seite gibt es Anzeigen, von denen eine darüber informiert, dass freiwillige Helfer für das Hotei-*matsuri*²⁵ gesucht werden.²⁶



Abbildung 11: Sieben-Glücksgötter-Glücksbringer, Manpukuji.

Das Hotei-*matsuri* verfügt über eine separate Homepage. Anlässlich dieses *matsuri*, das jeden Monat am achten Tag stattfindet, gibt es Musikvorstellungen, für die stets neue Künstler gesucht werden. Darüber hinaus gibt es einen Handwerker- und Flohmarkt in den langen Fluren des Tempels und ein Erlebniszimmer, in dem die Möglichkeit geboten wird, selbst einen Glücksbringer herzustellen. An diesem Tag darf außerdem der *tennôden* betreten werden, Teezeremonien finden statt und viele Laternen, die zuvor von Spendern erworben werden können, werden aufgehängt.²⁷

Auf der Homepage des Manpuku-Tempels gibt es unter der Rubrik „Informationen zum Tempelbezirk“ eine Karte der Anlage mit Einträgen zu den einzelnen Gebäuden,²⁸ gefolgt von einer Rubrik,²⁹ die sich mit Kulturgütern, Tempelschätzen und Kalligraphien des Tempels auseinandersetzt. Hierzu zählen die Statue der Idaten oder die Kalligraphien der sogenannten „Drei Pinsel von Ôbaku“, zu denen Ingen sowie sein Abt-Nachfolger gehören. Eine Extra-Seite ist unter der Rubrik „Kulturgüter, Tempelschätze, Kalligraphien“ den Sieben

Glücksgöttern der Miyako-Route gewidmet. Dort sind Informationen nachzulesen, wie beispielsweise Thesen über die Zahl Sieben³⁰ und seit wann die Pilgerfahrten zu den

²³ Bei *o-mamori* handelt es sich um Glücksbringer, die sowohl im buddhistischen als auch im Shintô-Kontext für eine Vielfalt von diesseitigem Nutzen von Besuchern der Tempeln und Schreine erworben werden können. In den meisten Fällen handelt es sich um ein Brokatbeutelchen, das schlüsselanhängerartig an Taschen oder anderen Schlaufen befestigt werden kann. Siehe dazu auch den nächsten Abschnitt dieses Artikels.

²⁴ <http://www.obakusan.or.jp/history/history5.html>, [01.03.2010].

²⁵ *Matsuri* lässt sich mit „Fest“ bzw. „Feier“ übersetzen oder aufgrund der vielen integrierten Unterhaltungsaspekte mit „Festival“. Verwendet wird der Ausdruck vor allem im Shintô-Kontext, er ist im buddhistischen Umfeld aber nicht ausgeschlossen.

²⁶ <http://www.obakusan.or.jp/index.html>, [01.03.2010].

²⁷ <http://obakusan.or.jp/hotei-fs/>; <http://obakusan.or.jp/hotei-fs/hand-craft.html>; <http://obakusan.or.jp/hotei-fs/event.html>, [01.03.2010].

²⁸ <http://www.obakusan.or.jp/guide/guide.html>, [01.03.2010].

²⁹ <http://www.obakusan.or.jp/culture/culture.html>, [01.03.2010].

³⁰ Die meisten Abhandlungen über die Sieben Glücksgötter weisen bei der Frage, weshalb es sich ausgerechnet um „sieben“ Götter handelt, auf den Begriff der „Sieben Übel und Sieben Tugenden“ im „Sutra der gütigen Könige“ (*Ninnô kyô*) hin. An anderer Stelle werden die „Sieben Unglücke“ im Kannon-Sutra

Sieben Glücksgöttern durchgeführt werden. Erwähnt wird, dass dank Hoteison viele Besucher in den Manpuku-Tempel kommen, sein historisches Vorbild aus China stammt und dass er eine Reinkarnation Mirokus sei. Abschließend werden die übrigen Glücksgötter der Route aufgezählt.³¹

Der Manpukuji wirbt in seiner Broschüre und auf der Homepage mit dem von Ingen eingeführten chinesisch-vegetarischen Essen (*fucha ryôri*), das dort in zwei unterschiedlichen Sets oder als Lunchbox (*o-bentô*) erhältlich ist. Mit dem Verzehr dieses speziellen Essens kann man laut der englischen Broschüre den „taste of the Zen mind“ erleben und der Homepage zufolge sich selbst wie ein auszubildender Mönch fühlen.³² Angeboten werden außerdem *zazen*-³³ und Sutra-Kopier-Übungen (*shakyô*) für Laien mit bis zu zwei Übernachtungen. Eine weitere Besonderheit, mit welcher der Tempel assoziiert wird, ist eine Form der Teezeremonie, für die nicht der *matcha*-, sondern *gyokuro*- oder *sencha*-Tee verwendet wird, was der Zeremonie ihren Namen gab (*senchadô*). Der zweite Gründer dieser Tee-Richtung wird im Manpuku-Tempel verehrt und zweimal im Jahr finden große Teezeremonien der verschiedenen *senchadô*-Schulen statt (Kasahara 2001: 379; Kuji 2007: 165).

Tritt ein Akteur den Besuch des Manpukujis an, wird er von einer in die Natur eingebetteten, komplexen Tempel-Architektur empfangen, welche durch die Bäume, die die Anlage einrahmen, sowie den Gipfel des Vulkans Myôkô im Hintergrund abgerundet wird. Die Buddhas und Götter, denen der Tempel gewidmet ist, werden über ästhetische Settings und Inszenierungen, wie die Nicht-Sichtbarmachung von Götterstatuen durch Vorhänge (siehe Abbildung 12), Räucherstäbchen und Laternen, als geheimnisvoll und der alltäglichen Welt entrückt für die Akteure erfahrbar gemacht. Die Prägung von Sinneseindrücken beginnt bei der natürlichen Einbettung der Anlage und der Möglichkeit der Rekreation, geht über spezifische Praktiken bis hin zu besonderen Angeboten, wie das *Hotei-matsuri*, das spezielle, vegetarische Essen oder die Laien-Kurse, bei denen der Akteur selbst entscheiden kann, wie aktiv er sich einbinden lässt. Die dunklen Dächer der Tempelgebäude bilden bei schönem Wetter einen starken Kontrast zum blauen Himmel. Wenn die Sonne untergeht, ergeben sich durch die Säulen, welche die langen, überdachten Flure säumen, Schattenspiele. Auch wenn der Akteur nicht immer weiß oder wissen möchte, welche Götter sich außer Hoteison hinter den Vorhängen befinden, die Wirkung der Komplexität der Anlage, kombiniert mit ihrer langen



Abbildung 12: Das Innere des Ingen gewidmeten kaizandô, Manpuku-Tempel.

(*Kannon kyô*) oder die chinesischen „Die Sieben Weisen aus dem Bambushain“ als Vorbild genannt (Miyamoto 1998: 63; Kuji 2007: 188; Scheid 2005).

³¹ <http://www.obakusan.or.jp/culture/culture7.html>, [01.03.2010].

³² „[...] 4人一組の食卓で味わう普茶料理は、自分が修行僧の一員になった気分を味わえて格別です。 [...] Das Besondere ist, dass man bei dem Kosten des *fucha*-Menüs in einer Vierergruppe sich selbst wie ein auszubildender Mönch fühlt.“ (<http://www.obakusan.or.jp/fucha/index.html>, [01.03.2010]).

³³ *Zazen* stellt die rituelle Nachahmung der Haltung des historischen Buddha im Lotussitz dar. Es handelt sich dabei um eine in den Zen-Schulen verbreitete Praktik, welche in buddhistischen Gruppierungen im Westen häufig als „Meditation“ bezeichnet wird.



Geschichte, den Mönchen, die von Zeit und zu Zeit zu sehen sind, sich einem speziellen Tagesablauf unterworfen haben und regelmäßig ihre Praktiken durchführen, vermittelt eine Form des Vertrauens in die Annahme, dass die mit dem Tempel assoziierten Götter dort in den unterschiedlichen Stationen präsent sind und kontaktiert werden können, um für diesseitige Nutzen zu bitten. Es ist demnach eine Verknüpfung der speziellen Ästhetik des Ortes mit der sinnlich vermittelten, angenommenen Präsenz der außerhalb des Menschen stehenden Instanzen sowie der langen Geschichte des Tempels, zu der durch den chinesischen Einfluss im japanischen Kontext eine gewisse Exotik hinzukommt, welche die Akteure an den Tempel binden und zu einem Besuch desselbigen sowie zu Ausführungen religiöser Praktiken an diesem Ort bewegen.

4. Ein Auszug aus der materiellen Kultur im Kontext der Sieben Glücksgötter

Welche zentrale Rolle „Materielle Religion“ in der gegenwärtigen religiösen Landschaft Japans spielt, wird bereits durch den Besuch eines Tempels und dem dortigen Verkaufsstand nachvollziehbar. Der Weg zum Ausgang von Tempeln und Schreinen führt fast immer an einem Stand vorbei, an dem verschiedene Formen von Glücksbringern (*o-mamori*), Orakeln (*o-mikuji*) oder Motivtafeln (*ema*) zu unterschiedlichsten Themen für sich selbst oder andere Personen erworben werden können, sei es für die Erhaltung der Gesundheit, Heilung von Krankheiten, Verkehrssicherheit, Bestehen einer Prüfung, Erfolg im Beruf, gute soziale Kontakte oder eine leichte Geburt. Von Akteuren werden diese massenhaft und bedarfsorientiert gekauft. Laut einer Umfrage aus dem Jahr 1983 werden Talismane von 75 Prozent der Befragten genutzt; unter den 20- bis 30-Jährigen waren es überdurchschnittliche 80 Prozent. Vergleicht man dies mit früheren Umfragen, findet sich ein stetiges Wachstum der Nachfrage (Reader und Tanabe 1998: 45). Wegen des hohen Bedarfs sind die meisten Tempel und Schreine seit längerem nicht mehr in der Lage, Glücksbringer selbst herzustellen, weshalb die Produktion von Fabriken übernommen wird. Dabei verfügen weder Tempel noch Schreine über Monopole für Glücksbringer oder spezifische Heilskontexte. Gleichzeitig ist ihr Angebot nicht identisch und manche Orte sind besonders berühmt für bestimmte Heilsversprechen. Die Akteure beziehen dementsprechend Glücksbringer situationsbedingt von unterschiedlichen Orten.

Der Erwerb von Glücksbringern ist Teil der interventionistischen Praktiken, deren diesseitiger Nutzen hier nicht über religiöses Wissen im Sinne einer Lehre vermittelt wird. Vielmehr wird der diesseitige Nutzen über die sinnlich wahrnehmbare Dimension der Objekte der „Materiellen Religion“ und die daran anknüpfenden Narrative kommuniziert. So werden die Heilsversprechen über die materiellen Kultur haptisch erfahrbar und können mit nach Hause genommen oder in der Nähe des Körpers getragen werden. Die Besonderheit dieser religiösen Medien besteht in ihrer Verbindung zu Tempeln und Schreinen als Orte der Kraft, wodurch sie selbst zu einer Form von Kraftträgern und zu einer von Akteuren als real empfundene Präsenz der Buddhas und *kami* werden. Die materielle Kultur des Buddhismus,³⁴ was ebenso auf die

³⁴ Mit „Materiellem Buddhismus“, seiner Verbreitung und Verwendung haben sich auch Fabio Rambelli im japanischen und John Kieschnik im chinesischen Kontext auseinandergesetzt. Beide betonen die

materielle Kultur des Shintô bezogen werden kann, hat laut Inken Prohl eine multivalente Funktionalität: Sie kann das angenommene Transzendente präsent, plausibel und fassbar machen, Zuschreibungen an bestimmte religiöse Traditionen prägen und als Medium des Vergnügens und der Rekreation dienen (Prohl 2008). Im Folgenden wird ein kurzer Überblick über die beliebtesten Formen der „Materiellen Religion“ in Japan und ihre Besonderheit im Kontext der Sieben Glücksgötter gegeben.

Der Begriff *o-mamori* ist ein Kompositum aus dem Verb *mamoru*, was „beschützen“ bedeutet, und dem Höflichkeitspartikel *o*. Die Gestaltung der *o-mamori* hat sich immer wieder gewandelt und neuen Trends angepasst, beispielsweise gibt es *o-mamori* in Form von Fahrradreflektoren oder Kreditkarten. Während die *o-mamori* vor 1950 aus Papier oder Holz bestanden, handelt es sich heute in den meisten Fällen um ein Brokatbeutelchen, in dem sich ein Sutra befindet. Auf vielen Beutelchen steht der Name des Tempels oder Schreins geschrieben und manchmal der Zweck des Glücksbringers, der ebenso über die Form ausgedrückt werden kann. *O-mamori* gelten nicht nur als physische Repräsentationen der mit den Tempeln und Schreinen assoziierten Götter,

Abbildung 13: O-mamori für langes Leben und Gesundheit, Einkaufsstraße vor dem Sensô-Tempel (nakamise), Tôkyô.



sondern als Speicher ihrer Kraft (Rambelli 2007: 62, 65). Zum Öffnen sind die Beutelchen nicht vorgesehen, da das darin befindliche Sutra, von dem angenommen wird, dass es die religiösen Spezialisten des jeweiligen Schreins oder Tempels eingefügt und durch tradierte Praktiken mit Kraft geladen haben, einen Teil dieser besonderen, vorgestellten Kraft ausmacht. Aufgrund der Flexibilität der religiösen Institutionen Japans, auf neue Bedürfnisse einzugehen, sind die Nutzungskontexte, für die sie angeboten werden, sehr vielfältig und passen sich stets neu an (Reader und Tanabe 1998: 188). *O-mamori* oder vom Priester durchgeführte



Abbildung 14: O-mamori für Glück im Umgang mit Geld, Matsugasaki-Tempel, Kyôto.

Praktiken ersetzen dabei nicht die Eigeninitiative und Eigenverantwortung der Akteure. Deutlich kommt das bei den manchmal hinzugefügten Beizetteln zum Ausdruck.³⁵ Einige Tempel und Schreine geben separate Anweisungen aus, in denen die Besucher angehalten werden, die Objekte sorgsam zu behandeln und diese – nachdem sie ihr Ziel erreicht haben – zum Tempel oder Schrein zurückzubringen. Weit verbreitet ist die Vorstellung, dass dies nach einem Jahr geschehen solle (ebd.:

zentrale Bedeutung der „Materiellen Kultur“ für den Buddhismus von seinen Anfängen an (Rambelli 2007: I, 3, 68; Kieschnick 2003: 5).

³⁵ Ein eingängiges Beispiel ist die Broschüre des Minatogawa-Schreins, welcher Bishamonten gewidmet ist und damit zur Kôbe-Pilgerroute gehört. Darin werden die Akteure aufgefordert, sich ähnlich wie ein in der Ephemera beschriebenes historisches Vorbild, das nach Bishamonten benannt wurde und deshalb einen seiner weiteren Namen Tamon trägt, anzustrengen, um den Schutz Bishamontens erhalten zu können. Die Bemühungen des historischen Tamons lagen vor allem im militärischen Bereich und bei den Diensten für den Kaiser Go-Daigo (1288-1339).



194-196). Erhältlich sind die Glücksbringer an Ständen, die sich auf den Tempel- und Schreingeländen befinden oder an Automaten. Die Gestaltung der *o-mamori* der Sieben Glücksgötter ist sehr variationsreich. Abgebildet werden die einzelnen Götter, alle Sieben gemeinsam (siehe Abbildung 13), das sogenannte Schatzschiff,³⁶ das Schatzschiff mit den Glücksgöttern und die Attribute der Glücksgötter, wie beispielsweise der „Sack des guten Schicksals“ (siehe Abbildung 14), der mit Daikoku assoziiert wird. In den Verpackungen der Glücksbringer werden auf bunt bedrucktem, festem Papier weitere Informationen zu den Glücksbringern und den mit ihnen verknüpften Narrativen gegeben. Die Beliebtheit der Sieben Glücksgötter spiegelt sich in der Tatsache wider, dass ihre Glücksbringer auch an Tempeln und Schreinen erhältlich

sind, die thematisch nicht mit ihnen oder einer ihrer Pilgerrouen verbunden sind.

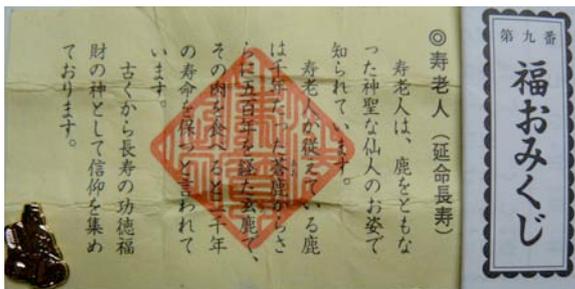


Abbildung 15: O-mikuji Nr. 9, Rokuharamitsu-Tempel, Kyôto.

O-mikuji sind kleine Orakelzettel, welche sich mit Themen der Zukunft beschäftigen. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, einen solchen Zettel zu wählen: Sie können sich gemischt in einem Automaten oder großen Behälter befinden oder die Akteure ziehen zunächst ein Bambusstäbchen, auf dem die Nummer des zu entnehmenden Orakelzettels ver-

zeichnet ist. In manchen Fällen werden die Zettel nach Geburtsjahr oder Blutgruppe zugewiesen. Die zufällige Auswahl eines *o-mikuji* wird von religiösen Akteuren – vor allem von jungen Menschen – als von den Göttern bestimmte, persönliche Botschaft gelesen (Pye und Triplett 2007: 19-20). Inhaltlich beginnen die Zettel mit einem Einleitungssatz, der die Jahreszeit betreffen kann, und behandeln anschließend Themen aus verschiedenen Bereichen, wie zum Beispiel Verlorengegangenes, Reisen, Studium, Handel, Liebe, Umzug und Krankheit. Die Besonderheit der *o-mikuji* in Zusammenhang mit den Sieben Glücksgöttern besteht darin, dass ihnen bisweilen ein in Papier eingewickelt Glücksgott-Figürchen hinzugefügt wird, wie beim Tenjô-Tempel in Kôbe oder dem Rokuharamitsu-Tempel in Kyôto (siehe Abbildung 15). Auf diesem Papier befinden sich nähere Informationen über den Glücksgott, dessen Darstellungsweisen und Narrative.



Abbildung 16: Holz-Fukurokujus als o-mikuji-Behälter, Sekizanzen-Tempel, Kyôto.

Eine ähnliche Variante ist der Orakelzettel in einer bedruckten Papiertüte zusammen mit einer Plastikfigur eines Glücksgottes, wie sie am Kyôto-Ebisu-Schrein erhältlich ist. Aufbewahrt werden können die Zettel auch in Götterfiguren. Das ist am Sekizanzen-Tempel in Kyôto der Fall, an dem kleine, mit *o-mikuji* gefüllte Holz-Fukurokuju erworben werden können (siehe Abbildung 16).

Auch beliebt und häufig verwendet werden „Votivtafeln“ (*ema*), bei denen es sich um Holztäfelchen mit unterschiedlichen Motiven handelt, die der Übermittlung von

³⁶ Bei dem Schatzschiff (*takarabune*) handelt es sich um eine häufige Darstellungsweise der Sieben Glücksgötter, die vermutlich auf die Edo-Zeit zurückgeht (Pye und Triplett 2007: 25). Auf dem Segel des Schiffes steht in der Regel das Wort „Schatz“ (*takara*) geschrieben und sein Bug hat eine Drachenkopfform.

Gedanken und Wünschen der Akteure an angenommene, außerhalb des Menschen stehende Instanzen dienen. Die Größe der *ema* variiert, meist handelt es sich um ein aus Holz gefertigtes Pentagon mit einer Länge von 15 cm und einer Höhe von ungefähr 9 cm. Auf den Täfelchen finden sich verschiedene Abbildungen, wie beispielsweise die chinesischen Tierkreiszeichen, historische Persönlichkeiten oder Bodhisattvas. Der Name des Tempels oder Schreins und des angestrebten Nutzens können daneben verzeichnet sein. Auf der Rückseite befindet sich Platz, um einen Wunsch aufzuschreiben sowie in manchen Fällen den eigenen Namen und die Adresse. Die Votivtafeln müssen nicht zwangsläufig für den eigenen Nutzen ausgefüllt werden. Wünsche für den Sieg von Baseballteams sind ebenso üblich. Viele Tempel und Schreine verbrennen die Votivtafeln an einem bestimmten Zeitpunkt im Jahr, was die Doppelfunktion hat, dass Platz für neue Tafeln geschaffen wird und die schriftlich fixierten Bedürfnisse physisch befreit werden (Reader 1991b: 35).

Ema heißt wortwörtlich „Pferde-Bild“ und soll auf die Vorstellung zurückgehen, dass Pferde als Kommunikationsmedium zu den Göttern dienten und Wünsche zu diesen direkt übertragen können, weshalb den Schreinen früher Pferde gespendet wurden. Aufgrund ökonomischer und logistischer Probleme bei der Bereitstellung und Pflege von Pferden wechselten die religiösen Infrastrukturen Japans im frühen 8. Jahrhundert zu kostengünstigeren Pferde-Bildern (*ema*), denen ebenfalls Übermittlungskompetenz von Wünschen an die Götter zugeschrieben wurde. Der Begriff *ema* kann im frühen 11. Jahrhundert nachgewiesen werden. Wissenschaftlich umstritten ist, ab wann die Täfelchen im buddhistischen Kontext verwendet wurden (ebd.: 26-27, 29-30).

Einer der großen Unterschiede zu *o-mamori* ist, dass *ema* nicht mit nach Hause genommen werden, sondern auf dem Gelände des Schreins oder Tempels bleiben, um auf diese Weise zu den vorgestellten *kami* und Buddhas zu gelangen. Dadurch entsteht



Abbildung 18: Benzaiten-ema, Hase-Tempel, Kamakura.

eine Verbindung der Akteure zu den jeweiligen Orten und den mit ihnen assoziierten, transzendenten Mächten. Da die *ema* für eine gewisse Zeit öffentlich aushängen, erscheint der dort formulierte Wunsch laut Reader und Tanabe (1998: 197) konkreter und realisierbarer. *Ema* dienen als ein Kanal, durch den die Akteure ihre Gefühle unabhängig von sozialen Restriktionen freisetzen können (Reader 1991b: 44). Damit bieten sie Ein-sichten in die gegenwärtigen Ängste, Hoffnungen und Bedürfnisse der Akteure. Studien ergaben, dass vor allem jüngere Akteure *ema* ausfüllen und dies vor allem mit dem Wunsch nach schulischem oder akademischem Erfolg. Weitere, häufig genannte Ziele sind Gesundheit, Sicherheit



Abbildung 17: Ema mit den Sieben Glücksgöttern im Schatzschiff, erhältlich am Rokuharamitsu-Tempel, Kyōto.



für die Familie und Schutz vor Unglück, also auf diesseitige Heilsversprechen ausgelegte Anliegen (Reader und Tanabe 1998: 197-198). *Ema* an Tempeln und Schreinen der Sieben Glücksgötter haben meist Bildnisse derselben auf ihren Tafeln (siehe Abbildung 17 und 18).

Auf den Sieben-Glücksgötter-Pilgerrouen können Sammlungen von Stempeln (*shuin*) zusammengestellt werden, die in einem Buch (*nôkyôchô*), auf einem Sammel-Aufsteller (*kinen shikishi*), einer Pilgerjacke oder Hängerolle (*kakejiku*) erfasst werden. Somit entsteht am Ende einer Pilgerreise eine Kompilation, die an die einzelnen zurückgelegten Stationen erinnert und ein performatives Unterscheidungsmerkmal zu dem einfachen Besuch eines Tempels oder Schreins darstellt. Da es sich bei den Sieben-Glücksgötter-Strecken in den meisten Fällen um sieben bis neun Anlaufstellen und damit ebenso viele Stempel handelt, werden sie häufig auf zeichnerisch und kalligraphisch repräsentativ gestalteten Sammelaufstellern (*kinen shikishi*) zusammengetragen (siehe Abbildung 19). Neben einem Bild der Sieben Glücksgötter, vorwiegend im Schatzschiff sitzend,³⁷ stehen die Namen des Zeichners, des jeweiligen Gottes und der Tempel und Schreine geschrieben. Die entsprechenden Felder können an den einzelnen Stationen mit einem Stempel und einer Kalligraphie versehen werden. Eine Alternative ist der Kauf eines vollständig beschriebenen Aufstellers.



Abbildung 19: Kinen shikisi aus Kôbe.



Abbildung 20: Sieben-Glücksgötter-Brunnen am Hachijô-Tempel auf der Insel Awaji

Die Bandbreite des Angebots von religiösen Souvenirs variiert von Ort zu Ort. Tempel und Schreine, in denen einer der Sieben Glücksgötter als Hauptgott verehrt wird, wie beispielsweise im Nishinomiya-Ebisu-Schrein oder im Hachijô-Tempel auf der Insel Awaji, verfügen meist über ein großes Repertoire.

Da Tempel und Schreine kommerzielle Betriebe sind, die sich finanzieren müssen und in Konkurrenz zu anderen stehen, ist es notwendig, auf ihre

Produkte aufmerksam zu machen. Beworben wird der jeweilige diesseitige Nutzen in Reiseführern und -zeitschriften, bei besonderen Festen, durch Zeitungen, Plakate und Homepages. Die Wirkmächtigkeit der Glücksbringer wird über Erfolgsgeschichten von

³⁷ Das Bild des Schatzschiffes ist so weit verbreitet, dass es ebenso für Abbildungen von Strecken verwendet wird, die nicht zu Sieben-Glücksgötter-Routen gehören. Auf dem Aufsteller der Naniwa-Sieben-Glücks-Strecke (*Naniwa shichikô meguri*) findet sich die Abbildung eines Schiffes, in dem sechs Götter zu sehen sind. Ebisu (Imamiya-Ebisu-Schrein) ist der einzige der Sieben Glücksgötter, neben dem Amida-Buddha und der Bodhisattva Kannon. Auf dem Segel dieses Schiffes steht nicht wie beim Schatzschiff der Sieben Glücksgötter „Schatz“ (*takara*), sondern „Sieben Glücke“ (*shichikô*) geschrieben.

Tempel- und Schreinbesuchern anschaulich gemacht. Diese Narrative müssen keineswegs über eine lange Tradition verfügen, wie der Hachijō-Tempel zeigt. Dieser wirbt für seine besonderen *o-mamori* in Steinform, denen die Priester des Tempels die Verschonung der Bevölkerung auf der Insel Awaji beim großen Erdbeben 1995 zuschreiben (Reader und Tanabe 1998: 211-212).



Abbildung 21: Yebisu-Bier.



Abbildung 22: Schaufenster eines Buchweizen-Nudel-Restaurants auf dem Narita-Berg.

Nicht nur Tempel und Schreine werben mit dem Namen und dem Bild der Sieben Glücksgötter, ihre Ästhetiken und Narrative sind im gegenwärtigen Japan gleichermaßen in die Populär- und Konsumkultur integriert. Gründe für den Ausweitungprozess der Sieben Glücksgötter aus einem religiösen Feld in den Kontext der Werbebranche hängen zum einen mit den positiven Zuschreibungen des Glücks, prosperierenden Handels und der Gesundheit zusammen, die durch die Verbindung der Sieben Glücksgötter mit der Konsumkultur für deren Produkte eingesetzt werden können. Zum anderen ist der Wiedererkennungswert dank der weit verbreiteten, ikonographischen Gestalt der Sieben Glücksgötter sehr hoch. Eines der prominentesten Beispiele aus der Populär- und Konsumkultur ist die Biermarke Yebisu, die nach Ebisu benannt wurde (siehe Abbildung 21). Die Sieben Glücksgötter sind außerdem in Schaufenstern von Restaurants (siehe Abbildung 22), hier vorzugsweise das Götterpaar Ebisu und Daikoku, zu finden und fungieren als Namensgeber für Gaststätten. Spielhallen werben mit dem Bild der Götter, das ebenso für die Bekanntmachung von Sonderverkäufen (siehe Abbildung 23) verwendet wird. Gebäude können direkt nach einem der Sieben Glücksgötter benannt werden, wie die Ebisu-Plaza in Ōsaka, die eine Restaurantmeile, eine Süßigkeitenabteilung, ein Fitnessstudio und eine Sega-Spielhalle beherbergt.³⁸



Abbildung 23: Aufsteller in Ōsaka, der für einen Sonderverkauf wirbt. In rot steht „Volltreffer“ geschrieben.

³⁸ <http://www.sammy-ebisuplaza.com/>, [01.03.2010].



Im Buchhandel sind unterschiedlichste Werke erhältlich, die sich mit den Sieben Glücksgöttern, ihren Ursprüngen und Pilgerrouen befassen. Den Bedarf junger Leser decken Bilderbücher mit den Titeln *Die Sieben Glücksgötter und das Sommerfest*³⁹, *Die Sieben Glücksgötter und der Neujahrstag* oder *Ebisu und seine sechs Gefährten*.

In den meisten Souvenirläden stößt ein Besucher zumindest auf eine Form von Objekten, auf der die Glücksgötter abgebildet sind. Dabei kann es sich um Glücksbringer, die Götter mit Hello-Kitty oder in Hello-Kitty-Form (siehe Abbildung 24) handeln sowie um Fächer, Postkarten, Aufkleber, Handy-



Abbildung 24: Sieben Glücksgötter in Hello-Kitty-Form. Sanrio-Shop auf Miyajima.

schmuck, Tücher, Tassen, Schlüsselanhänger, Schokolade, Bonbons oder figurliche Darstellungen. Diese treten auch in Form anderer, als glückverheißend geltender Tiere auf, wie Eulen, Frösche, Katzen, oder in regionaler Variante, beispielsweise in Form der kulinarischen Spezialität der Kansai-Region, dem Oktopus, oder in Form der weit verbreiteten Märchenfigur Shiisâ aus Okinawa.

5. Zusammenfassung

Die Sieben Glücksgötter sind durch ihre Popularität und Verbreitungsdichte ein fester Bestandteil der gegenwärtigen japanischen Religionslandschaft. Sie haben keine spezifische Schule, der sie zugeordnet werden können, und das Wissen über sie wird nicht exklusiv von religiösen Experten getragen. Sie sind gleichermaßen im Buddhismus und Shintô vertreten und durch Pilgerrouen, zahlreiche ikonographische Darstellungen und die Integration in die Populärkultur und Werbebranche im gegenwärtigen Japan sehr präsent. Ihre Heilsversprechen werden in einer Interaktion von sinnlichen und kognitiven Wissensangeboten transportiert und erfahrbar gemacht. Dies geschieht über materielle Objekte, wie Glücksbringer, figurliche Darstellungen oder Votivtafeln, durch Ephemera und Homepages kommunizierte Narrative sowie die Ästhetiken der religiösen Settings.



Abbildung 25: Screenshot der Hankyû-Homepage (<http://rail.hankyû.co.jp/ensen/1day/7ifuku.html>), [01.10.10].

Die in den letzten Jahren zu beobachtende Renaissance der Sieben-Glücksgötter-Pilgerstrecken spricht dafür, dass sie sich stetig wachsender Beliebtheit erfreuen. Die

Die in den letzten Jahren zu beobachtende Renaissance der Sieben-Glücksgötter-Pilgerstrecken spricht dafür, dass sie sich stetig wachsender Beliebtheit erfreuen. Die

³⁹ Sommerfest ist hier im Sinne eines *matsuri* zu verstehen.

Routen entstanden zunächst vor dem Hintergrund der politischen und ökonomischen Dynamiken der Edo-Zeit, in der städtische, merkantile Eliten zur kulturell tragenden Schicht der Gesellschaft wurden und die Nachfrage nach Praktiken zur Gewinnung von diesseitigem Nutzen anstieg. In der Folgezeit wurden heilsversprechende Praktiken der Sieben Glücksgötter zur Erlangung von prosperierendem Handel, Reichtum, Schutz vor übelwollenden Geistern, Gesundheit und langem Leben von diesen Schichten adaptiert und verbreitet. Die im Kontext eines ersten Pilgerreisen-Booms in der Edo-Zeit entstandenen Pilgerstrecken zu den Sieben Glücksgöttern sind ein wichtiger Teil der religiösen Infrastruktur Japans, deren Vermarktung von Tempeln, Schreinen, aber auch von wirtschaftlichen Unternehmen wie Bahngesellschaften (siehe Abbildung 25) getragen wird. Die Verteilung und Anordnung der Pilgerstationen erfolgt nach geographischen sowie ökonomischen Gesichtspunkten und das Angebot an religiösen Praktiken und Konsummöglichkeiten ist sehr vielfältig.

Die religionsästhetische Analyse zeigte, dass die Kombination der speziellen Ästhetik des Manpuku-Tempels mit der durch die als außeralltäglich wahrgenommenen Elemente sinnlich vermittelten und angenommenen Anwesenheit des Glücksgottes zur Bindung der Akteure und zur Ausführung religiöser Praktiken beiträgt. Hinzu kommt eine Aura der Legitimation, die durch den Ort als historische Stätte mit langer Tradition geschaffen wird.

Überaus beliebte Beispiele für die materielle religiöse Kultur, die mit Vorstellungen eines Heilsversprechens verbunden sind, sind *o-mamori*, *o-mikuji* und *ema*. Pilgerspezifische Objekte, seien es Pilgerzettel oder -stempel, werden als Beleg der Durchführung der Pilgerfahrt genutzt. Religiöse Glücksbringer sowie lokale Spezialitäten werden konsumiert und als Andenken für die Akteure selbst und den sozialen Bezugskreis erworben. Die Vorstellung der Wirkmächtigkeit der Sieben Glücksgötter wird gleichzeitig im Bereich der Popkultur in Form von Werbung für Spielhallen, Einkaufszentren und Bier eingesetzt.

Die Sieben Glücksgötter sind zu einem festen Bestandteil der religiösen Infrastruktur und Popkultur Japans geworden. Die aus unterschiedlichen Kontexten stammenden Götter wurden in Japan neu synthetisiert und in die religiöse Landschaft, sowohl des Shintô als auch des Buddhismus, integriert. In dieser Formierung wurden sie ein beliebtes Motiv künstlerischer Ausdrucksformen der



Abbildung 26: Die Sieben Glücksgötter des Daishô-Tempels auf Miyajima.

Edo-Zeit und schmücken heute einen Teil der variationsreichen Glücksbringer. Die Praktiken bezüglich der Sieben Glücksgötter stehen in engem Zusammenhang mit dem über Narrative und materielle Objekte kommuniziertem Versprechen von diesseitigen Nutzen und dem Versuch, dieses Heilsversprechen zu erreichen. Sie ermöglichen es religiösen Akteuren, sich bei der Suche nach Lösungsmöglichkeiten für die komplexen Herausforderungen ihrer Biographien transzendenten Beistandes bedarfsorientiert und problembezogen zu versichern.



Bibliographie

- Antoni, Klaus (1998): *Shintô und die Konzeption des japanischen Nationalwesens (kokutai)*. Leiden u.a.: Brill.
- Baroni, Helen J. (2000): *Obaku Zen. The Emergence of the Third Sect of Zen in Tokugawa Japan*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Casal, Ugo A. (1958): *Die Sieben Glücksgötter*. Tokyo und Hamburg: Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde Ostasiens.
- Ehrlich, Kurt S. (1991): *Shichifukujin. Die Sieben Glücksgötter Japans*. Recklinghausen: Verlag Aurel Bongers.
- Einstein, Mara (2008): *Brands of Faith. Marketing Religion in a Commercial Age*. London: Routledge.
- Goa, David, Morgan, David und Paine, Crispin (Hg.) (2005): „Editorial Statement.“ In: *Material Religion. The Journal of Objects, Art and Belief*, 1/1: 4-9.
- Graham, Patricia J. (2007): *Faith and Power in Japanese Buddhist Art. 1600-2005*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Isshiki, Fumihiko (2007): *Shichifukujin no sôsakusha (Die Urheber der Sieben Glücksgötter)*. Tôkyô: Sangokan.
- Iwai, Hiroshi (2005): „Shichifukujin.“ In: *The Encyclopedia of Shinto*. URL: <http://eos.kokugakuin.ac.jp/modules/xwords/entry.php?entryID=226>, [01.03. 2010].
- Kasahara, Kazuo (2001): *A History of Japanese Religion*. Tôkyô: Kosei Publishing.
- Kieschnick, John (2003): *The Impact of Buddhism on Chinese Material Religion*. Princeton: Princeton University Press.
- Kudo, Hiromasa und Miwa, Akira (2002): *Senkoku shichifukujin meguri (Sieben-Glücksgötter-Pilgerfahrten des ganzen Landes)*. Tôkyô: Tôkyôdô Shuppan.
- Kuji, Tsutomu (2007): *Shichifukujin. Shinkô no ôinaru himitsu (Die Sieben Glücksgötter. Das große Geheimnis des Glaubens)*. Tôkyô: Hihyôsha.
- Manzenreiter, Wolfram und Ben-Ari, Eyal (2004): „Leisure and Consumer Culture in Postwar Japan.“ In: Josef Kreiner, Ulrich Möhwald und Hans Dieter Ölschleger, (Hg.): *Modern Japanese Society*. Leiden u.a.: Brill: 489-524.
- McDannell, Colleen (1995): *Material Christianity. Religion and Popular Culture in America*. New Haven und London: Yale University Press.
- Mitsubishi, Takeshi (2002): *Nihonjin to fuku no kami. Shichifukujin to kôfukuron (Die Japaner und die Götter des Glücks. Die Sieben Glücksgötter und die Glückseligkeits-Debatte)*. Tôkyô: Maruzen.
- Miyamoto, Kesao (1998): „Shichifukujin no shinkô.“ (Der Glaube an die Sieben Glücksgötter). In: *Shichifukujin shinkô jiten (Wörterbuch des Glaubens an die Sieben Glücksgötter)*. Noboru Miyata (Hg.). Tôkyô: Ebisu Kôshô: 60-75.
- Morgan, David (1998): *Visual Piety. A History and Theory of Popular Religious Images*. Berkeley u.a.: University of California Press.
- Münster, Daniel (2001): *Religionsästhetik und Anthropologie der Sinne*. München: Akademischer Verlag.
- Orsi, Robert A. (2005): *Between Heaven and Earth. The Religious Worlds People Make and the Scholars who Study them*. Princeton: Princeton University Press.
- Prohl, Inken (2004): „Zur methodischen Umsetzung religionsästhetischer Fragestellungen am Beispiel zen-buddhistischer Praxis in Deutschland.“ In: *Münchner Theologische Zeitschrift*, 55/4: 291-299.



- Prohl, Inken (2008): „Lebende Bilder, atmende Ikonen, schimpfende Statuen – Materieller Buddhismus in Japan.“ Unveröffentlichter Vortrag. Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg, Heidelberg.
- Prohl, Inken (2010): „Religious Aesthetics in the German-Speaking World. Central Issues, Research Projects, Research Groups.“ In: *Material Religion*, 6/2: 237-239.
- Pye, Michael (2004): *The Structure of Religious Systems in Contemporary Japan. Shintô Variations on Buddhist Pilgrimage*. Marburg: Center for Japanese Studies, University of Marburg 2004. (Occasional Papers No. 30).
- Pye, Michael und Triplett, Katja (2007): *Streben nach Glück. Schicksalsdeutung und Lebensgestaltung in japanischen Religionen*. Berlin: Lit Verlag.
- Rambelli, Fabio (2007): *Buddhist Materiality. A Cultural History of Objects in Japanese Buddhism*. Stanford: Stanford University Press.
- Reader, Ian (1991a): *Religion in Contemporary Japan*. Basingstoke und London: MacMillan.
- Reader, Ian (1991b): „Letters to the Gods – The Form and Meaning of *Ema*.“ In: *Japanese Journal of Religious Studies*, 18/1: 23-50.
- Reader, Ian und Tanabe, George J. (1998): *Practically Religious. Worldly Benefits and the Common Religion of Japan*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Riesebrodt, Martin (2007): *Cultus und Heilsversprechen*. München: C. H. Beck.
- Scheid, Bernhard (2005): „Die Sieben Glücksgötter.“ In: *Religion in Japan*. URL: http://www.univie.ac.at/rel_jap/ikon/7fuku.htm, [01.03.2010].
- Smith, Valene L. (1989): „Introduction.“ In: Valene L. Smith (Hg.): *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press: 1-17.
- Usa, Michika (Hg.) (2005): *Kyôto wo arukô '06* (Auf geht's nach Kyôto, 2006). Tôkyô: JTB.

Informationen zur Autorin:

Nina Schönemann M.A. hat an der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg Religionswissenschaft und Japanologie studiert. In ihrer Magisterarbeit „Vergnügliches Streben nach diesseitigen Nutzen. Die Sieben Glücksgötter in Japan“ (Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg 2009) hat sie sich ausführlich mit den Sieben Glücksgöttern in Japan befasst und diese auch im Rahmen einer sechsmonatigen Recherche im Feld auf den verschiedenen Pilgerwegen erforscht.

Kontaktinformationen

Nina Schönemann, M.A.
Institut für Religionswissenschaft
Ruprecht-Karls-Universität, Heidelberg
Akademiestr. 4-8
69117 Heidelberg