



## Special Import-Car Show

### Het gras is altijd groener aan de overkant

Autoshow | Japan is een ver en mysterieus land. De taalbarrière, de vreemde cultuur en de enorme afstand geven een Japanse auto als vanzelf iets bijzonders. Maar... zo denken Japanners ook over Europa! Wat je ver haalt is lekker en dus is een Europese auto voor een Japanner een puur statussymbool. Daarom werd van 30 mei tot en met 1 juni de "Special Import-Car Show" gehouden in Tokyo. Autozine was er bij.

Eens per twee jaar vindt in het "Tokyo Big Sight" tentoonstellingscomplex de "Tokyo Motorshow" plaats. Journalisten uit de hele wereld komen dan naar de Japanse hoofdstad toe om verslag te doen van het laatste autonieuws. De stad is behangen met reclameborden en voor de buitenlandse journalisten is informatie in vele talen beschikbaar.



Tijdens de "Special Import-Car Show" gaat het er heel anders aan toe. Hier viert de échte Japanse cultuur hoogtij en is er in geen velden of wegen ook maar een letter Engels te bekennen. De toegangsprijs bedraagt 2.000 yen (ongeveer 20 euro), maar wie een registratieformulier invult heeft gratis toegang. Dat is

op z'n zachtst gezegd een uitdaging, al was het maar omdat er helemaal geen kassa te bekennen is...

De interesse voor dit relatief kleinschalige evenement is enorm! De organisatie heeft namelijk voor een unieke combinatie gekozen. In het hoofdgebouw demonstreren tuners hun nieuwste producten. Voor de doe-het-zelvers zijn er leveranciers van garages en gereedschap aanwezig. En vanuit de garages loopt de show naadloos over in een woningmarkt! Op het buitenterrein vinden een oldtimer- en een supercarshow plaats.



De standhouders bij de huizenshow geven aan verbaasd te zijn over de aanwezigheid van de auto's. De autotuners op hun beurt reageren hoofdschuddend als wordt gevraagd waarom hun show samenvalt met een huizenshow. Aanvankelijk geeft de organisator als verklaring dat op deze manier de grootste mogelijke doelgroep wordt bereikt.



Na enig aandringen komt het hoge woord er echter uit: in Japan zijn getunede, Europese sportwagens zo kostbaar dat ze even duur zijn als een woning!

## European chicue

En inderdaad, de prijskaartjes zijn niet mals. Bovendien neemt de clientèle hier geen genoegen met zomaar een supercar. "European chicue" is niet genoeg, het moet vervolgens Japans getuned zijn.



"Vaak is dat broodnodig", legt de directeur van tuningbedrijf Roberuta uit. "De hellingen in Japan zijn vaak zo steil dat een standaard sportwagen er op vast loopt. Wij leveren daarom liftsystemen waarmee de bodemvrijheid van iedere sportwagen kortstondig kan worden vergroot". Op de stand wordt dat gedemonstreerd met een rij supersportwagens die als onrustige puppy's de hele dag zenuwachtig op- en neer huppelen.



Typisch Japans is ook "itasha": het bestickeren van een auto met schattige stripfiguren. Hiervoor worden in de regel eenvoudige auto's gebruikt, maar tijdens een live demonstratie werd voor de ogen van het publiek een Bentley "gewrapped".

De meeste tuners zijn Japanse bedrijven. De Japanners zouden namelijk heel andere wensen hebben dan de Europese klant. Zo wordt meer op details gelet en



moet de afwerking absoluut perfect zijn.



Op het menu staat ook een "yakuza" (maffia) behandeling die niet alleen bij de daadwerkelijke jakuza populair is, maar ook bij de gewone burger die graag respect wil afdwingen bij de argeloze buitenstaander. Het zou daarbij puur om verfijning gaan, niet om een opvallend uiterlijk.



Op de vraag waarom de eigenaren voor een Ferrari kiezen en niet voor een Japanse supercar, is het antwoord steevast: "sekusi" ("sexy")! Dat een Japanse sportwagen betrouwbaarder, veiliger of sneller is, is volstrekt irrelevant. Sterker nog: de echte liefhebbers geven de voorkeur aan een auto zonder computers en elektronische vangnetten. De F40 is om die reden zeer gewild. Met dank aan de TV-serie "Miami Vice" is een (witte) Testarossa echter het populairst.



Lamborghini is traditioneel veel extravaganter dan Ferrari en dat geldt zeker in Tokyo! De Lamborghini-rijders lijken er naar te streven om de "foutste" auto van Japan te rijden. Fluoricerend roze lak, tijgerprints, bladgoud, haaievinnen en manshoge uitlaten zijn favoriet bij de berijders. De tranen springen de Autozine-fotograaf spontaan in de ogen bij het zien van zoveel wansmaak!

## Supercars

Op het buitenterrein worden de woorden van de autotuners grotendeels weerlegd. De supercars die voor de "Special Import-Car Show" zijn komen opdagen, zijn alles behalve onopvallend! Zelfs een Mercedes-Benz SLR McLaren of Audi R8 V10 is te gewoontjes en moet worden aangekleed. Alsof het boodschappen-autootjes zijn, staan de Ferrari's rijndik opgesteld; en ook hier is geen enkel exemplaar nog origineel.



## Oldtimers

Ook op de oldtimer-show zijn alleen niet-Japanse auto's welkom. En ook voor de liefhebbers van klassieke auto's geldt dat Japanse auto's te gewoontjes zijn. Bovendien heeft de Japanse autoindustrie zich van oudsher voornamelijk gericht op kleine, verstandige autootjes. Wie een klassieke sportwagen wil hebben, is bijna verplicht om over de grens te kijken.



Zoals gebruikelijk bij liefhebbers, worden auto's om de meest uiteenlopende redenen gekozen. Zo geeft de eigenaar van een Triumph TR3 aan dat het zijn lot was deze auto te rijden. Tijdens een vakantie in Amerika vond de auto hem en hij besloot de auto mee te nemen naar Japan.

Lotus is veruit het meest populaire merk onder de Japanse autoliefhebbers. Gevraagd naar de reden van hun keuze, antwoorden de Esprit-rijders in koor: "Jamusu Bondu, underwater car", refererend aan de film "The Spy who Loved me" uit 1977.



De Lotus Europa dankt zijn populariteit aan een Japanse stripheld. Rond 1975 bewonderde menig jongetje "Sakito no ookami" (vrij vertaald: "de wolf van het circuit") in zijn Lotus Europa. Nu die jongetjes zijn opgegroeid, kopen ze hun droomauto.

Op de vraag of de auto ook rijdt als een droom, reageren ze lacherig. Een standaard Europa is zo traag, dat een modern stadsautootje hem zoek rijdt. Bovendien lijkt de Europa van alle aanwezige klassiekers de meest onbetrouwbare auto te zijn. "Maar ik kan hem zelf repareren en op die manier krijg ik een nog hechtere band met mijn auto", legt een van de liefhebbers met een brede grijns op het gezicht uit.



## Conclusie

Het gras is altijd groener aan de andere kant. Europeanen kiezen voor Japanse auto's vanwege de geavanceerde techniek en hoge betrouwbaarheid.

Japanners kiezen voor Europese producten vanwege het uiterlijk en het exclusieve karakter.

De Japanse volksaard is er een van extremen. Men doet het goed of niet. Tijdens de "Special Import-Car Show" blijkt dat overduidelijk uit de extreem getunede modellen of de juist liefdevol gerstaureerde wrakken die in het land van herkomst al lang waren afgeschreven. En na een behandeling door een lokale tuner voelt iedere Europeaan zich helemaal thuis in Japan! ■

