Text: Pierre Nierhaus (www.nierhaus.com)

Eine Reise nach Japan ist ein Eintauchen in eine andere Welt. Das viel beschworene Klischee von Tradition und Moderne ist in Japan gelebte Realität. Vergleicht man die Hauptstadt Tokio mit Metropolen anderer asiatischer Länder, dann ist hier alles noch innovativer, noch schneller, noch bunter und flippiger. Gleichzeitig aber auch konservativer, langsamer und wertiger. Traditionelle Bräuche und Riten werden mit Begeisterung zelebriert und die Nudelsuppe geschlürft, während man gleichzeitig der neuesten Technik huldigt, sich mit internationalen Markenprodukten schmückt, Mc Donalds und französische Küche liebt.

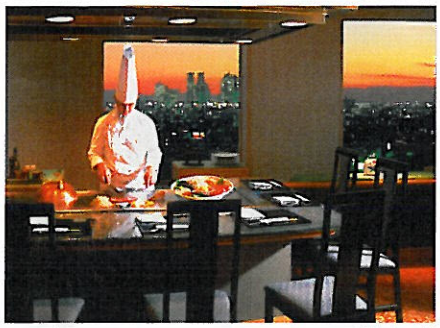
Tokyo Japan Land der Gegensätze

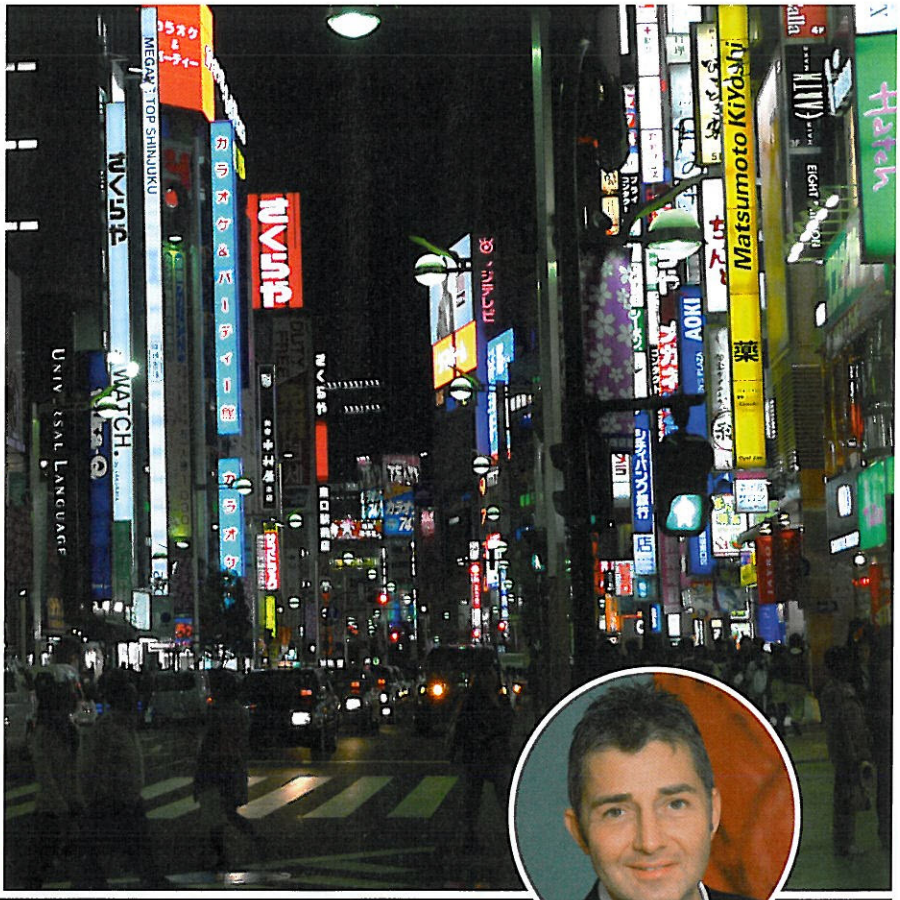
Obwohl die japanische Küche sich weltweit auf einem Siegeszug befindet, ist der Japanreisende doch überrascht von der Vielfalt des Angebotes von Fine Dining bis zum Imbiss und von dem hohen Spezialisierungsgrad der Lokale vom Teppanyaki Grill, dem Shabu Shabu-Restaurant („heißer Topf"), dem Tempura-Restaurant bis zur Noddle Kitchen. Die Hauptrolle in der traditionellen japanischen Küche spielen Fisch, Reis, Sojabohnen und Gemüse. Roher Fisch wird außer als Bestandteil des Sushi als Sashimi serviert. Auf dem größten Fischmarkt der Welt, dem Tsukuiji, werden täglich 450 verschiedene Fischsorten zum Verkauf angeboten. Ein Gourmeterlebnis ist „Kaiseki", eine Vielzahl kleiner Gerichte, aufwändig zubereitet und dekoriert und in exquisitem Ambiente serviert.

Den außergewöhnlich hohen Level der Kochkunst bestätigte die Institution unter den Restaurantführern: Im Michelin-Guide Tokyo 2008 wurden sagenhafte 191 Sterne vergeben, mehr als in jeder anderen Stadt weltweit. Von den 1.500 getesteten Restaurants wurden 150 in den Führer aufgenommen und jedes einzelne davon ist besternt. Ein absolutes Novum und zugleich keine Überraschung für Insider, die um die Qualität und die perfekte Zubereitung der Speisen in japanischen Restaurants, gleich welcher Richtung und Kategorie wissen.

Neben der Gourmetküche spielt die Verpflegung für zwischendurch eine wichtige Rolle. Rund 35 Millionen Menschen leben in der Region Tokio. Entsprechend groß sind die Pendlerströme, auf die sich speziell die Gastronomie in und um die Bahnhöfe eingerichtet hat. Hier gibt es teilweise mehrere hundert Möglichkeiten zu essen oder Essen auf die Reise mitzunehmen. Kein Wunder, z.B. hat der Bahnhof Shinjuku eine Frequenz von 3,3 Millionen Menschen pro Tag. Auf langen Strecken kauft man im Zug eine Bento-Box. Manche Food-Kioske sind für ihre Bento-Boxen so berühmt, dass Zuggäste Umwege in Kauf nehmen. Viele Bürotürme verfügen über Foodshops, Foodcourts und ein großes Einzelhandelssortiment im Untergeschoss, während die Restaurantetagen weiter oben angesiedelt sind. Hier ebenso wie in guten Kaufhäusern findet man zunehmend Bäckereikonzepte, die ihre Backwaren durch fantastisches Design der Shops zu neuer Geltung bringen. Nicht wegzudenken aus dem japanischen Alltag sind die zahlreichen Nudelrestaurants mit preiswerten Udon, Soba oder Ramen, die häufig selbst nachts geöffnet haben.

Eine wichtige Rolle spielen die Hotels. Nirgendwo auf der Welt werden mehr Dinergäste begrüßt, hier werden Geschäfte gemacht, es wird gefeiert und geheiratet. Deshalb gehört ein Trauraum durchaus zum Angebot jedes guten Hotels. Im stylishen Grand Hyatt hat man sich seine zwei (!) Trauräume passend zum trendigen Image von der hippen Tokioter Firma Super Potato designen lassen: Der eine klassisch im Western-Style, der andere ein Shinto Schrein. Die innovative Gastronomie steht unter der Leitung von Executive Chef Josef Budde. Die französische Brasserie, mehrere japanische Spezialitätenrestaurants, ein chinesisches Restaurant und das Oak Door





Restaurant, bei dem bestes Fleisch an offenen Feuerstellen zubereitet wird, gehören zu den angesagten Locations.

Die Hotellegende in Tokio schlechthin und zugleich Kulthotel des japanischen Modernismus ist das Okura. Hier residieren Staatsgäste und Stars. Es war das Lieblingshotel von John Lennon und von Yoko Ono, die bis heute zu seinen Gästen zählt. Seine Gastronomie aus zehn Restaurants und Bars spiegelt seine Internationalität wieder. Hervorzuheben ist das Restaurant Baron Okura, benannt nach dem Gründer der Hotelgruppe, mit französischer und chinesischer Küche, dem begehbaren Weinkeller mit 10.000 Flaschen und der Cigar Bar. Wer auch außerhalb des Okura dessen Küche genießen will, der kann die Gourmet Selection im trendigen Kaufhaus erwerben: abgepackte Hotel Okura „chef's Table" Menus, ebenso Süßigkeiten, Pralinen und Kekse bis hin zu Eis, Tee und Marmelade. Sehenswert, auch wenn man sie für sich selbst nicht nutzen möchte: der mit Tatami-Matten ausgelegte Raum für die japanische Teezeremonie und die beiden Hochzeitskapellen. Für Manager, die nach 10.000 Flugkilometern am nächsten Morgen in Bestform in ihre Meetings gehen wollen, empfiehlt das Okura sein Anti-Jet-Lag Treatment. Oder man spaziert zum Kaiserlichen Palast und mischt sich unter die Einheimische und Touristen, die den Rundweg um die äußeren Palastmauern gerne zum Laufen oder Radeln nutzen, und kostet in einer der Seitenstraßen seine erste original Tokioter Nudelsuppe. Kaum ein Ort der Welt, der gastronomisch so unergründlich und interessant gleichermaßen ist.

Die Pierre Nierhaus Gastroexpedition Tokio findet vom 29. Oktober bis 1. November 2009 statt. Der Preis beträgt 1.390 € pro Person im Doppelzimmer (DZ) im Grand Hyatt Tokyo bei Selbstanreise. Einzelzimmerzuschlag 480,00 €. Empfohlen wird die Voranreise am 28.10. Für die Verlängerung vor / nach der Reise gelten folgende Zimmerpreise: 380 € im DZ für 2 Personen, 320 € im EZ.

Zum Autor Pierre Nierhaus.

Gastro-Consulter, Vortragsredner, Autor und Gastronom. Der Experte für Trends und internationale Gastronomie organisiert weltweit Studienreisen mit Workshopcharakter.

Bereits in 2. Auflage erschienen ist sein Buch „Reich in der Gastronomie – Strategien für die Zukunft", eine Co-Produktion mit Jean-Georges Ploner.

www.nierhaus.com