



## Sanfte Messer

**Global Village** Ein Koch in Osaka arbeitet daran, der Welt endlich das echte japanische Essen nahezubringen.

Für einen japanischen Meisterkoch entscheidet sich schon beim Einkauf auf dem Fischmarkt, ob ihm ein anständiges Sashimi gelingt: Damit die Fleischqualität des Fisches nicht leidet, zerstört er einen Teil des Gehirns. Die Meerestiere zapeln dann nicht mehr. „In Japan beherrscht jeder Händler diese Technik, im Ausland aber kennt sich fast niemand damit aus.“

Und damit hat Hiroki Murashima fast schon seine große Herausforderung beschrieben. Denn der Koch hat sich vorgenommen, die raffinierte japanische Esstradition in aller Welt zu verbreiten. Zu diesem Zweck hielt er bereits Kurse im fernen New York ab. Und jetzt bringt er hier, bei seinem Arbeitgeber, dem Kulinarischen Institut Tsuji in Osaka, Ausländern bei, korrekt Sushi oder Sashimi zuzubereiten.

Die Lektionen bei Koch Murashima beginnen mit einer geübten Verbeugung. „Kochen ist Kultur“, sagt er, während er kontrolliert, wie seine Schüler im Trainingsrestaurant ein sechsgängiges Menü servieren. „Unsere Kochkunst lässt sich nicht begreifen, ohne unsere Tradition zu verstehen.“

Murashimas Schüler kommen meist aus Nachbarländern wie Südkorea oder Taiwan. Was er ihnen beibringt, klingt kompliziert und ist es auch: Je nach Jahreszeit müssen die Zutaten der Gerichte farblich abgestimmt werden. Im Frühjahr leuchten sie eher grün bis rosa, im Herbst dann gelb bis rot.

Auch über die Handgriffe, mit denen er den Fisch zubereitet, könnte Murashima ganze Vorträge halten. „Der rohe Fisch wird nicht einfach geschnitten“, sagt er. Vielmehr wird das Messer sanft gezogen. Nur so erhält das Sashimi anschließend die nötige Konsistenz: nicht zu hart, nicht zu weich. Auch sollte das Messer aus Japan stammen – hier werden mit die besten Klingen der Welt geschmiedet.

Der Gourmetkoch ist Teil eines ehrgeizigen nationalen Projekts, das von der Regierung in Tokio gefördert wird.

Das drittgrößte Industrieland will die Deutungshoheit über sein Essen zurückerobern. Es will nicht länger zusehen, wie in fast 90 000 sogenannten Japan-Restaurants weltweit Köche aller möglichen Nationalitäten arbeiten: Chinesen, Vietnamesen, Koreaner – aber selten eigene Landsleute. Oder zumindest Ausländer, die in Japan geschult wurden.

Zu Zeiten ihres Wirtschaftswunders war es den Japanern weitgehend egal, was im Ausland so alles unter Bezeichnungen wie Shabu-shabu oder Soba, Tempura oder Teriyaki zubereitet und verzehrt wurde. Heimische Küchenchefs hatten genug zu tun, die Japaner zu verköstigen. Mal ganz abgesehen davon, dass traditionelle Köche sich kaum vorstellen konnten, fern der Heimat zu wirken.

Doch nun wird das 127-Millionen-Volk immer älter, und bis 2060 dürfte es auf 86 Millionen Menschen geschrumpft sein. Auf der Suche nach billigen Arbeitskräften haben Autobauer und Elektronikhersteller längst viele Fabriken ins Ausland verlagert.

Umso verzweifelter mobilisieren Wirtschaftsplaner nun das, was von Japan noch übrig ist – wie die Esskultur.

Meisterkoch Murashima soll dafür sorgen, dass sein Land mitverdient am Boom der japanischen Küche. Sie gilt als leicht und bekömmlich, da sie meist ohne fette Soßen auskommt. Auch die besonders hohe Lebenserwartung der Japaner spricht ja für ihre traditionelle Ernährungsweise.

Gewiss, Japan ist spät dran mit seiner Essensoffensive. Aber einen wichtigen Erfolg hat es bereits errungen: Es erreichte vor gut zwei Jahren, dass die Unesco „Washoku“ – so heißt die traditionelle Küche auf Japanisch – offiziell als Teil des „immateriellen Kulturerbes“ anerkannt hat.

Jetzt muss Japan sein Erbe nur noch zu Geld machen. Bei Jetro, der japanischen Außenhandelsorganisation in Tokio, kümmert sich ein spezielles Team darum, Washoku global zu vermarkten. Regelmäßig schickt es heimische Restaurantbetreiber und Lebensmittelhersteller ins Ausland, um neue Märkte zu erkunden.

Auch die japanische Landwirtschaft soll auf diese Weise neue Absatzmärkte und Impulse erhalten, denn bisher produziert sie viel zu teuer, und der Altersdurchschnitt unter den Bauern ist hoch. Bis zum Jahr 2020 will die Regierung den Export von Agrarprodukten auf rund eine Billion Yen verdoppeln. Und wie ließen sich japanischer Reis oder japanischer Rettich überzeugender vermarkten als durch immer neue echt japanische Restaurants?

Hier kommt dann wieder der Meisterkoch aus Osaka ins Spiel.

Hiroki Murashima und seine Kollegen sollen genügend Ausländer trainieren, die dann in aller Welt Japan-Restaurants eröffnen und dabei auch original japanische Zutaten verwenden.

Derzeit bildet Murashima rund 170 Ausländer in Osaka aus. Für eine globale Offensive werden die wohl kaum ausreichen. Aber bislang sind zu wenige potenzielle Interessenten bereit, Japanisch zu lernen. „Unsere Sprache aber ist die Grundvoraussetzung, um unsere Esskultur zu verstehen“, sagt Murashima. Fände der Unterricht etwa auf Englisch statt, fürchtet er, bliebe von Nippons Kochtradition am Ende nur die Technik übrig.

Wieland Wagner

Mail: wieland.wagner@spiegel.de



**Küchenchef Murashima:** Deutungshoheit zurückerobern