



www.istockphoto.com / Steffen Hetzinger

Mit LOHAS und Slow Food gegen die Globalisierung

Während in Japan ein Lebensmittelskandal auf den anderen folgt, gewinnt eine Gegenbewegung immer mehr an Fahrt: gesundheitsbewusste Verbraucher suchen nach regionalen Agrarprodukten und ökologischen Lebenskonzepten – und entdecken dabei Japans kulinarisches Erbe wieder.

Von Stephanie Aßmann

An einem Augustomm in Sendai stellte eine Gruppe Japaner aus Kurihara, der Stadt in der nördlichen Präfektur Miyagi, die im Juni dieses Jahres von einem verheerenden Erdbeben getroffen worden war, kulinarische Spezialitäten ihrer Region vor. Während sie Broschüren über touristische Ziele in der Gegend an interessierte Passanten verteilten, waren ihnen der Stolz auf diese Schätze und die Entschlossenheit, sich von den Folgen des Erdbebens nicht unterkriegen zu lassen, deutlich anzumerken.

Slow Food und LOHAS

Die Aktion war zwar unmittelbar durch die jüngsten tragischen Ereignisse motiviert, deutet jedoch auf ein verstärktes allgemeines Interesse an regionalen

Agrarprodukten hin. Die Organisation Slow Food Japan, die eng mit der 1986 in Italien gegründeten Mutterorganisation Slow Food kooperiert, hat es sich zum Ziel gemacht, regionale Agrarprodukte, die eines besonderen Anbaus bedürfen oder schlichtweg in Vergessenheit geraten sind, vor dem Aussterben zu bewahren. Zu diesem Zweck hat Slow Food die „Arche des Geschmacks“ eingerichtet, auf der in Japan derzeit zwanzig Agrarprodukte gelistet sind, zu denen verschiedene Gemüsearten, Obstsorten und Nutztierassen gehören. Außerdem wendet sich die Organisation gegen genmanipulierte Lebensmittel und tritt für den Schutz der Artenvielfalt ein. Ein weiteres Ziel ist die Durchführung von Workshops zum Thema Ernährung, die sich unter anderem an Mütter, deren Kinder und

Schulen richten. Auf Slow Food Fairs, die jährlich in Yokohama stattfinden, stellen Agrarproduzenten verschiedener Regionen Japans ihre Produkte vor und knüpfen Kontakte zu potentiellen Abnehmern. Slow Food ist weltweit mit rund 85.000 Mitgliedern vernetzt, auch in Deutschland aktiv und hat in Japan 1998 Fuß gefasst. Heute zählt Slow Food Japan rund 2000 aktive Mitglieder.

Während sich Slow Food vor allem auf den Schutz gefährdeter Agrarprodukte konzentriert, verkörpert LOHAS (*Lifestyles of Health and Sustainability*) ein gesundheitsbewusstes und ökologisches Lebenskonzept, das alle Lebensbereiche umfasst – von Energiesparen über ökologisches Wohnen, alternative Heilmethoden bis hin zu einer ausgewogenen Ernährung aus Produkten organischen Anbaus und mit möglichst geringen Anteilen an Chemikalien. LOHAS ist eine Non Profit Organisation, die in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre im amerikanischen Colorado gegründet wurde. Laut der japanischen Homepage von LOHAS sind heute 40 Prozent aller Japaner mit dem Konzept vertraut.

Organischer Anbau, Co-op und Gemüse

Slow Food hat sich zum Ziel gesetzt, seltene Agrarprodukte vor dem Aussterben zu bewahren und ist in dieser Hinsicht vom „organic farming“ abzugrenzen, das in Japan seit den 1970er Jahren an Bedeutung gewonnen hat und von Verbraucherinitiativen getragen wird. 1951

wurde die Verbrauchergenossenschaft Co-op gegründet, ein Netzwerk, das Haushalte mit Bio-Produkten aus regionalem Anbau versorgt. Den Bestrebungen von Slow Food nicht unähnlich, haben in den vergangenen fünf Jahren lokale Regierungen in Kooperation mit Landwirten und Restaurantbesitzern in mehreren Präfekturen Japans den Anbau seltener regionaler Gemüsesorten wieder aufgenommen. Ein Beispiel hierfür ist Kyoto, das auf eine lange Geschichte des Gemüseanbaus zurückblickt und hochwertige Gemüseküche in exklusiven Restaurants und Supermärkten anbietet. Ländliche Regionen in Japan, die mit der Überalterung der Bevölkerung, niedrigen Geburtenraten und Abwanderung junger Bevölkerungsschichten in Großstädte zu kämpfen haben, sehen in der Verbindung von regionaler Küche und „Green Tourism“ eine Möglichkeit zur wirtschaftlichen und touristischen Frischzellenkur. Eine weitere Initiative geht von Landwirten aus, die ihre Produkte in sogenannten „farmers' restaurants“ anbieten.

Bio-Produkte stoßen in Japan in Anbetracht der Zunahme von Zivilisationskrankheiten wie Übergewicht, Diabe-

tes und Bluthochdruck auf wachsendes Interesse. Milch- und Weizenprodukte, seit Ende des Krieges im Rahmen des amerikanischen Food-Aid Programms fester Bestandteil japanischer Schulspeisung, führten zu einem Wandel der Ernährungsgewohnheiten, der nachfolgende Generationen prägte. Seit Beginn der 1970er Jahre haben sich Fast-Food-Ketten wie McDonalds und seit 1996 auch die amerikanische Kaffeehauskette Starbucks in Japan etablieren können. Der Verzehr von Reis, Japans traditionellem Nahrungsmittel, hat hingegen stark abgenommen. Laut Angaben des Ministeriums für Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei ist der Reisanteil von 48,3 Prozent im Jahr 1960 auf 30,1 Prozent im Jahr 1980 gesunken und betrug 2004 nur noch 23,4 Prozent. Gleichzeitig stieg der Anteil von Ölen und Fetten von 4,6 Prozent auf 14,2 Prozent im Jahr 2004. Gesundheitsbewusste Ernährung ist ein Thema, dessen sich auch die Regierung angenommen hat: im Jahr 2005 hat sie ein Gesetz zur Ernährungserziehung (*shokuiku*) verabschiedet, demzufolge öffentliche Institutionen sowohl Erwachsenen als auch Kindern in Schulen und Kindertagesstätten

eine solide Grundlage für gesunde Ernährung und die Zubereitung japanischer Speisen näherbringen sollen.

Grund zur Besorgnis

Der Schutz regionaler Agrarprodukte gewinnt auch vor dem Hintergrund zahlreicher Lebensmittelskandale, die zum Teil importierte Lebensmittel involvieren, sowie Japans niedriger Selbstversorgungsrate von knapp 40 Prozent immer mehr an Gewicht. Anfang dieses Jahres erregte der Vorfall importierter chinesischer Teigtaschen, die mit Pestiziden durchsetzt waren, in Japan großes Aufsehen. Japanische Verbraucher assoziieren einheimische Produkte mit höherer Sicherheit, obwohl einige Lebensmittelskandale von japanischen Unternehmen verursacht wurden. Im Juni 2007 geriet das japanische Unternehmen Meat Hope in die Schlagzeilen, das über Jahre hinweg Fleischkroketten, die als 100 Prozent Rindfleisch gekennzeichnet waren, mit gehacktem Rindfleisch, Schweine- und Hühnerfleisch gemischt hatte. Der Süßwarenhersteller Fujiya, der abgelaufene Milch für die Herstellung seiner Produkte verwendete, ist ein weiteres Beispiel.

Anzeige

Erlesene Deutsche Weine bei GINZA WINAX

Ideale Geschenke für alle Gelegenheiten!

Ginza Winax importiert eine große Auswahl an erlesenen deutschen Weinen, die hervorragend zu den geschmacklichen Eigenheiten des japanischen Essens passen. Unter besonderem Aufwand werden sie sorgfältig gelagert, um sie in idealem Zustand anbieten zu können. Kazuo Hoshino, Präsident der Firma und Autor des Buches „Gesamtband des deutschen Weins“ und des „Pocket Guide for German Wines“ wurde 2003 für seine besonderen Verdienste um den deutschen Wein und dessen Verbreitung in Japan mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. Er und seine Mitarbeiter freuen sich darauf, Ihnen bei Ihrem Besuch oder auf Anfrage Weine für alle Gelegenheiten anbieten zu dürfen.

Weingenußabend (z.B. Sushi und Wein) für Empfang bis 30 Personen möglich





◀ Lebensmittelkampagne im Ausland: Japan-Pavillon auf der Asia Fruit Logistica in Hongkong

Gerade erst haben sich die Wogen geglättet, die die Nachrichten über verdorbenen Reis hatten aufbrausen lassen (siehe JAPANMARKT 10/2008). Japanische Verbraucher befinden sich derzeit in einem Zwiespalt zwischen dem Wunsch nach größerer Unabhängigkeit von importierten Lebensmitteln und dem Wunsch, auf die Annehmlichkeiten jederzeit verfügbarer exotischer Lebensmittel, wie sie in Importgeschäften wie Meijiya und Restaurants angeboten werden, nicht mehr verzichten zu wollen.

Für kaufkräftige Konsumenten

Bei Slow Food und LOHAS handelt es sich derzeit (noch) um Randphänomene, die jedoch im Bewusstsein der japanischen Bevölkerung zum Teil bereits verankert sind. Diese Entwicklungen sprechen jedoch zurzeit eine kaufkräftigere Konsu-

mentenschicht in Japan an. Produkte, die auf der „Arche des Geschmacks“ von Slow Food gelistet sind, sind überdies so selten, dass sie nicht unbedingt für den täglichen Speiseplan geeignet sind. Restaurants, die regionale Küche anbieten, sind bisher nur in geringer Zahl vorhanden und sprechen ein kaufkräftigeres Publikum an. Anders verhält es sich jedoch mit einigen Gemüsesorten, die derzeit in Supermärkten mit dem Label „Traditionelles Gemüse“ gekennzeichnet und zu erschwinglichen Preisen erhältlich sind.

In dem Bemühen, einheimische Produkte zu vermarkten, liegt jedoch auch die Gefahr, dass sich Japan stärker gegenüber Lebensmittelimporten verschließt. Regionale Agrarprodukte werden derzeit in einem geringen Maße auf Messen wie beispielsweise der Asia Fruit Logistica in Hongkong oder der FoodEx in Japan

vorgestellt. Ein umfassenderer Export von Regionalprodukten findet jedoch nicht statt. Überwiegend geht es darum, diese Produkte der eigenen Bevölkerung zugänglich zu machen und damit ein Gegengewicht zur Globalisierung zu schaffen, einen kleinen Beitrag zur Steigerung Japans niedriger Selbstversorgungsrate zu leisten, das Bewusstsein der Bevölkerung für regionale Produkte zu schärfen und eine höhere Sicherheit von Lebensmitteln zu gewährleisten. Führt die Hinwendung zu einheimischer Produktion zu einer „Verschlossenheit“ Japans gegenüber Importen, wäre dies jedoch eine Bedrohung für die kulinarische Vielfalt, die vor allem in Japans Metropolen geboten wird.

KONTAKT

Dr. Stephanie Aßmann hat 2003 ihre Promotion in Japanologie an der Universität Hamburg abgeschlossen und ist derzeit an der Tohoku Universität in Sendai als Dozentin für Deutsch als Fremdsprache tätig. Zu ihren Forschungsinteressen zählen das Konsumentenverhalten, insbesondere Esskultur sowie Gender und soziale Schichtung in Japan.



Anzeige

**Deutsch sprechender Facharzt,
Bereich Psychiatrie**

MENTAL CLINIC ERDE

(メンタルクリニック エルデ)

Praxis für Psychiatrie und Gerontopsychiatrie
Praxisleiter Dr. med. Makoto SAKAMOTO

Behandlung in deutscher Sprache von:
Depression, Panikstörung, Erschöpfungssyndrom (Burnout),
Ängste, Schlafstörungen, Demenz

Sprechstunde und Termine für deutschsprachige Patienten
Sa: 9.30 – 12.00 Uhr, 13.00 – 15.30 Uhr

Tel: 044-738-1120 (Termine nur auf Englisch und Japanisch)

Mental Clinic Erde

Kosugi-Sankyo Bldg. 3F, 3-428 Kosugicho,
Nakahara-ku, Kawasaki-Stadt

Genauere Informationen finden Sie unter:
www.mental-erde.com/deutsch/