

Monographien
Herausgegeben vom Deutschen Institut für Japanstudien
Band 63, 2019

Franziska Utomo

Tokyos Aufstieg zur Gourmet-Weltstadt

Eine kulturhistorische Analyse



Monographien aus dem
Deutschen Institut für Japanstudien

Band 63
2019

Monographien Band 63
Herausgegeben vom Deutschen Institut für Japanstudien
der Max Weber Stiftung – Deutsche Geisteswissenschaftliche
Institute im Ausland

Direktor: Prof. Dr. Franz Waldenberger

Anschrift:

Jochi Kioizaka Bldg. 2F
7-1, Kioicho
Chiyoda-ku
Tokyo 102-0094, Japan
Tel.: (03) 3222-5077
Fax: (03) 3222-5420
E-Mail: dijtokyo@dijtokyo.org
Homepage: <http://www.dijtokyo.org>

Umschlagbild:

Quelle: Franziska Utomo, 2010.

**Bibliografische Information
der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Dissertation der Universität Halle-Wittenberg, 2018

ISBN 978-3-86205-051-2

© IUDICIUM Verlag GmbH München 2019
Alle Rechte vorbehalten
Druck: Totem, Inowrocław
ISBN 978-3-86205-051-2
www.iudicium.de

INHALTSVERZEICHNIS

DANKSAGUNG	7
SUMMARY: GOURMET CULTURE IN JAPAN – A NATION OF GOURMETS AND FOODIES.	8
1 EINLEITUNG	13
1.1 Forschungsfrage und Forschungsstand	16
1.1.1 Forschungsfrage	16
1.1.2 Forschungsstand	20
1.1.2.1. Deutsch- und englischsprachige Literatur	20
1.1.2.2. Japanischsprachige Literatur	22
1.2 Methode und Quellen	25
1.3 Aufbau der Arbeit	27
2 GOURMETKULTUR – EINE THEORETISCHE ANNÄHERUNG.	30
2.1 Von Gastronomen, Gourmets und Foodies – eine Begriffs- geschichte.	34
2.2 Die Distinktion	39
2.3 Die Inszenierung: Verstand, Ästhetik und Ritual	42
2.4 Die Reflexion: Profession, Institution und Spezialisierung	47
2.5 Der kulinarische Rahmen	54
3 DER GOURMETDISKURS DER EDOZEIT: GRUNDLAGEN WERDEN GELEGT	63
3.1 Charakterisierung der Edozeit: Edo, Bürgerliche, <i>tsū</i>	63
3.2 Teemeister und Bankette	72
3.3 Kochbücher, Etikettebücher, Moralbücher	79
3.4 Restaurants	89
3.5 Kulinarischer Rahmen: <i>tokusanmono</i> , Fleisch, Wein und <i>hatsumono</i>	94
3.6 Schlussfolgerungen	104
4 DER GOURMETDISKURS DER MEIJIZEIT – NEUGIER AUF DEN „WESTEN“	105
4.1 Charakterisierung der Meijizeit: Zivilisation und Aufklärung	105
4.2 Kulinarische Literatur – Aufklärung und Absurdität: Murai Gensais <i>Kuidōraku</i> und Kōda Rohans <i>Chinsenkai</i>	114
4.3 Bankette, Tanzveranstaltungen und Hotelrestaurants	124

4.3.1	Westliche Bankette als Zeichen der überlegenen westlichen (Ess)kultur	124
4.3.2	Dinieren und Tanzen in Restaurants und Hotels	129
4.4	Gourmetzeitschriften und -Vereine	141
4.5	Kulinarischer Rahmen: Vom <i>seiyō</i> -Boom zu <i>washoku-yōshoku-chūshoku</i>	147
4.6	Zusammenfassung	153
5	DER GOURMETDISKURS DER TAISHŌZEIT UND FRÜHEN SHŌWAZEIT – RATIONALITÄT VS. SCHLEMMEREI	154
5.1	Charakterisierung der Taishō- und frühen Shōwazzeit: Städtische Moderne und Beginn der Massengesellschaft	155
5.2	Kulinarische Literatur – Sehnen nach dem Unentdeckten: Tanizaki Jun'ichirōs <i>Bishoku kurabu</i>	164
5.3	Kitaōji Rosanjin – Kochen, Schreiben, Töpfern	172
5.4	Kulinarischer Rahmen – Exotik und Authentizität in China und Japan	190
5.4.1	Chinaboom	194
5.4.2	<i>Furusato</i> -Boom und Edo-Boom	199
5.5	Zusammenfassung	201
6	DER GOURMETDISKURS DER SPÄTEN SHŌWAZEIT – KULINARISCHER PLURALISMUS	202
6.1	Charakterisierung der Nachkriegszeit: Einhundert Millionen Gourmets	203
6.2	Kulinarische Medienlandschaft	214
6.3	Frauen in der Öffentlichkeit und Männer am Herd	220
6.4	Kulinarischer Rahmen: Ramen, <i>Furusato</i> , Edo, Ethno	227
6.5	Zusammenfassung	232
7	SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSBLICK	234
8	QUELLENVERZEICHNIS	243
9	LITERATURVERZEICHNIS	245
10	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	267
11	ANHANG	268
11.1	Anmerkungen zur Umschrift und zur Wiedergabe von Namen	268
11.2	Periodisierung	268

DANKSAGUNG

Diese Arbeit ist die überarbeitete Fassung meiner Doktorarbeit, die im Oktober 2017 von der Philosophischen Fakultät I der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg als Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades angenommen und im Juli 2018 erfolgreich verteidigt wurde.

Mein Dank gilt zuerst meinem Doktorvater Professor Dr. Christian Oberländer für seine wissenschaftliche und methodische Unterstützung während der gesamten Bearbeitungszeit meiner Dissertation. Die zahlreichen fachlichen Gespräche, Ratschläge und Anmerkungen ließen mich auf dem Weg zur fertigen Arbeit immer wieder neue Aspekte und Ansätze entdecken. Ich danke auch Professor Dr. Christoph Brumann für die Übernahme des Zweitgutachtens sowie für Anregungen und Verbesserungsvorschläge, die ich für die Bearbeitung der Arbeit verwenden konnte. Auch den weiteren Mitgliedern meiner Prüfungskommission, Professor Dr. Dr. Uwe Wolfradt und Professor Dr. Johannes Hübner spreche ich meinen Dank aus. Ich danke auch dem Direktor des Deutschen Instituts für Japanstudien in Tokyo, Prof. Dr. Franz Waldenberger, für die Aufnahme meiner Arbeit in die Monographien-Reihe des DIJ.

Ich möchte auch Menschen danken, die mir nahe stehen. Jeder hat auf seine ganz eigene Weise am Gelingen dieser Arbeit mitgewirkt. Meine Eltern haben mir meinen bisherigen Lebensweg ermöglicht und mir immer unterstützend zur Seite gestanden. Besonders möchte ich an dieser Stelle meinem Mann danken, für die unermüdliche Stärkung und Motivierung, sowie für sein großes Verständnis und seine fast endlose Geduld während der Anfertigung dieser Doktorarbeit.

SUMMARY: GOURMET CULTURE IN JAPAN – A NATION OF GOURMETS AND FOODIES

Japan has become a country known worldwide for its food. The Guide Michelin of 2011 listed more 3-star restaurants in Tokyo than in Paris – Tokyo took over as gourmet capital of the (Michelin) world. Already the first Japanese edition of the Guide Michelin in 2008 catapulted Japanese restaurants to a first class level – featuring 191 restaurants in Tokyo. This result led to different reactions on the French and the Japanese side: Whereas the French food critics were astonished at the sheer number of excellent restaurants, the Japanese chefs and critics took the result for granted and rather questioned the qualification of foreign food critics to judge the Japanese dining scene. Additionally in 2013, Japanese food, rather vaguely defined as *washoku*, was selected for the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. These events put Japanese culinary culture on the global arena.

The Japanese Culinary scene is self-confident and aware of their aesthetic and taste qualities. Food and talking about food, high demands on quality and aesthetics of food seem to be ubiquitous in Japan. This leads to an aestheticisation of food into the realm of culinary art and the appreciation of the consumer as a connoisseur of that art. The topic of this dissertation is the history of the Japanese gourmet culture in Tokyo – regarding culture as the community of like-minded people, here gourmets, with common practices and mindsets. The thesis deals less with the food eaten, but rather with the discourse of the protagonists. This discourse manifests itself in two aspects: firstly, culinary media like books, journals, television or popular magazines. Secondly, culinary places, like restaurants, culinary associations or cooking schools. These aspects run like a common thread through Japanese culinary history and the chapters of this thesis.

Based on the observation of a ubiquitous culinary (high) culture and the general overall appreciation and high interest in food my research question is whether there has been a development from an elitist to a mass gourmet culture in Japan. The term of ‘one hundred million gourmets’ in Japan suggests that a well-defined, elitist gourmet culture does not exist anymore. Starting with the research, I quickly became aware of the surprisingly little literature regarding Japanese gourmet food, let alone gourmet discourse. Even though good food plays such an important role in the daily lives and gourmet culture shows a long history, there is hardly any detailed literature on that topic to be found in German and

English speaking Japanese studies or social- and cultural anthropological studies. Even research concerning culinary topics as such are rather recent and seem to need scientific justification. Quite the contrary, the Japanese literature on Japanese culinary history is abundant. Since the 1960s there have been published plenty of articles and monographs broaching the issue of general culinary culture in Japan. It is rather an information overload, because often the same information is given. However, gourmet culture is hardly no topic in German, English and Japanese literature. Therefore, the main objective of this thesis is to fill this research gap. I am looking at about 400 years of gourmet culture in Japan – a huge time span that restricted me in terms of detailed examples, but enabled me to look at the development of Japanese gourmet culture from a holistic perspective and thus see continuities and breaks in Japanese culinary history. I am working chronologically, starting with the Edo period (1600–1868), continuing with Meiji period (1868–1912), Taishō and early Shōwa period (1912–1940) until the postwar period of the 1970s and 1980s.

The theoretical basis of this thesis gives insight into the question of how an average culinary consumer becomes a gourmet. Firstly, he stages his meal which involves processes of intellectualization, aestheticization and ritualization. There is intellectual exchange which may be oral or written. The meal is presented in an aesthetic way. Together with suitable tableware, decorations, the dining environment, the view while eating, this results in a culinary ensemble. Rules of etiquette and general table manners are manifestations of a ritualized staging of the meal. Secondly, the consumer reflects the meal. The culinary context is being professionalized, institutionalized and specialized. The consumer becomes gastronome, founder of a cooking school, publisher of a journal or writer. In this way the culinary activities are raised to a professional, also intellectual level. Institutionalization of the culinary culture takes place through restaurants, banquets, cooking schools or culinary societies founded by food enthusiasts. Furthermore, journals can also be a way of institutionalizing the gourmet discourse. In this context, terminology and expertise result in specialization. The gourmet discourse is stabilized through these processes of staging and reflection and the food itself is raised to gourmet food. Of course, these are theoretical constructs that intertwine and overlap in reality. In the end, social distinction is the main goal for the gourmet to undertake the above described processes. The gourmet differentiates himself from culinary amateurs, he can integrate his consumption into a social frame and attribute himself to a social group.

Each chapter of the thesis deals with the common thread mentioned above: culinary media and culinary places. Firstly, culinary media play a key role in Japanese gourmet culture. Since the Edo period (1600–1868)

there has been an intellectualized, written discourse regarding food. Culinary media have been used for culinary pleasure at all times. During the Edo period cooking books with embellished, almost literary instructions and fanciful food names as well as guide books dealing with etiquette paved the way. During the Meiji and Taishō period food enthusiasts founded culinary journals and society's magazines. These were used to share recipes and tips for restaurants, but also as a platform to discuss and exchange opinions among members of culinary societies as well as the readers. Moreover, I found literary examples for all periods that seized fictional characters or events interacting with real contemporaries and discourses as well as shaped the culinary discourse. Murai Gensai's novel „Kuidoraku“ published in 1904 or Tanizaki Jun'ichirō's „Bishkoku kurabu“ published in 1918 can be seen as exemplary in shaping contemporary discourses and establishing culinary terms that were characterizing a whole time period. During the postwar period television came up as new medium that made a contribution to the pluralization of gourmet culture. Illustrious TV shows such as the „Iron Chef“ of the 1980s and 1990s are an example of this phenomenon.

Secondly, the restaurant is the most important institution and place where gourmet culture has taken place since its emergence around 1700 – around the same time the first restaurants were founded in France. Since their beginning, restaurants have been the places for gourmets to meet and eat together in aesthetically pleasing and ritualized surroundings discussing their culinary experiences. The most famous and exclusive restaurant of Edo period was the Yaozen, which exists until today. They served classical *kaiseki* cuisine from Kyoto and presented it with all kinds of exclusiveness. The owner was also the author of a renowned cooking book about the connoisseurs of the Edo cuisine. This points to the interdependency of the culinary actors and their activities. During the Meiji period the restaurant moved to the hotel. One of the most influential restaurants of that time was of the hotel Tsukiji Seiyoken serving French food. The European architecture was exemplary for other contemporary hotels, restaurants and event houses of that time. Furthermore, the European architecture formed a unit with the French food, European interior and European clothing of the culinary enthusiasts of the time.

The main actor of the Taishō period – and also of this thesis – was Kitaōji Rosanjin. He united several culinary functions in one person: he was a writer, a potter, a cook, a publisher and a gastronome. He owned the Hoshioka Charyo where he implemented his ideals of a culinary realm. The food and its surroundings formed a single, inseparable entity. His publishing activities and his general presence in the media ensured that his culinary ideas and ideals were widely discussed and are still per-

sistent until today. The postwar period was characterized by exaggeration and the outward appearance of food and the locality. The Key West Club took this to extremes. The interior resembled an old factory building with steel frames, high ceilings and roof light. An airship was hanging from the ceiling, there were heavy columns with round lamps on top placed beside the tables. In the front yard there were tables and chairs from the 1950s – all in all this resulted in a surrealistic image. The food was almost marginal; the only dish on the menu was lobster. It was all about the interior. The culinary event, the staging of the meal, was predominant and addressed the pleasure seeking, omnivorous foodies (Johnston and Bauermann 2010) more than the distinguished, demanding gourmets.

The last part of each chapter is dedicated to the culinary frame. It encompasses characteristic features of food rather than concrete examples of menus. These are seemingly opposed features: simplicity, tradition, integrity and nostalgia on the one side, splendor, innovation, artifice and exoticism on the other side. It seems as if the first list of characteristics stand for the familiar, the second list for the unknown. However, the familiar too can be quite unknown if rediscovered. At the same time, the unknown becomes familiar over time. In the end, gourmets search for authenticity and find it in the above mentioned criteria. In Japan, the culinary frame proved to swing back and forth between their own Japanese cuisine and one or several foreign cuisines. Gourmets usually are the culinary pioneers of the choice for either one or the other side: During the Edo period, besides their craving for restricted products like wine, meat and the first produce of the season, they sought for Chinese haute cuisine. The French haute cuisine dominated the gourmet discourse during the Meiji period, whereas during the Taishō period, the desire for produce and meals defined as Japanese grew again together with a small boom of Chinese food. The postwar period was clearly characterized by diversification and pluralization of the culinary spectrum. Ethnic cuisine with its international, exotic touch stood next to the rediscovered rural Japanese home kitchen. The latter was seen in a nostalgic light and served as the perfect, purely Japanese safe haven without any foreign influences.

Taking these developments into consideration I came to the conclusion that in Japan, indeed, there exists a gourmet culture of the masses. The culinary discourse of the time span I discussed widened and opened continuously since the middle of the Edo period. However, besides a mass of foodies that are noticeable and characteristic in modern day Japan, there continues to exist an elitist group of classic gourmets. While the former are rather amateurish foodies, who enjoy their leisurely passion for food, the latter are (semi-)professional, earnest connoisseurs. They build networks of likeminded gourmets, pursue intellectual exchange

and aim at influencing the public culinary mind or at least making a public appearance. The media and places I discussed in my thesis contributed to this diversification and opening of the culinary discourse.

The distinct and self-confident gourmet culture in Japan and especially in Tokyo was one reason that in Japan the common culinary culture was never truly devaluated or forgotten. Even if gourmets concentrated on other cuisines they always resumed to the Japanese cuisine and thereby added to its appreciation. Thus, in Japan there has been no need of a foreign intermediary or discoverer, like Ernest Francisco Fenellosa has been for Japanese art.

Gourmet culture has been practiced over centuries and therefore is not inferior to the omnipresent French gourmet culture. Even though both cuisines show structural resemblances like the importance of the restaurant, the Japanese gourmet culture has its very own roots and history. The passion for food seems to be a constant feature of Japanese culture since the Edo period, and maybe is a key element of the ‚essence‘ of Japanese culture so many Japanese foodies and gourmets identify with. In this way it is only logical that the Guide Michelin for Tokyo led to such a resounding success.

1 EINLEITUNG

Esaki, Ishikawa, Joël Robuchon, Kanda, Koju, L'Osier, Quintessence, Sukiyabashi Jiro Honten, Sushi Mizutani, Sushi Saito, Yukimura – diese elf Namen stehen für die kulinarische Avantgarde Tokyos. Es sind die elf Restaurants, die im Jahr 2011 drei Sterne des Restaurantführers Michelin Guide Tokyo erhalten haben und Tokyo zur Gourmethauptstadt machten. Denn in jenem Jahr wurden in Tokyo erstmals mehr Restaurants mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnet als in Paris. Bereits bei seiner ersten Veröffentlichung 2008 katapultierte der Guide Michelin Tokyo die Stadt auf ein kulinarisches Weltklassenniveau. Aus dem Stand fanden sich 191 Restaurants im Führer wieder, davon bekamen acht die begehrten drei Sterne – im Vergleich zu Paris, das mit 97 Restaurants, davon zehn mit drei Sternen, bis dahin die unangefochtene Gourmethauptstadt in der Welt der Michelin-Sternrestaurants war. Der britische Restaurantkritiker Giles Coren (*1969) deklarierte daraufhin den Niedergang der französischen Esskultur. Japanische Restaurants waren und sind genauso in der Auswahl vertreten wie französische, seit 2016 ist auch ein koreanisches Restaurant dabei. Das Magazin Newsweek bezeichnete Tokyo bereits 2008 als die neue kulinarische Welthauptstadt, da die Stadt mit Erscheinen des Guide Michelin ins Blickfeld internationaler Gourmets rückte: „Man sagt, dass Japan ein Land ist, das verrückt nach Essen ist. Nun hat endlich auch die Welt angefangen, das zu bemerken“ (Caryl und Kashiwagi 2008: 44–45,47).

Auf beiden Seiten gab es nach der Veröffentlichung des Restaurantführers 2008 große Diskussionen. Die Pariser Gastronomie hatte aus heiterem Himmel starke Konkurrenz bekommen. Die französische Seite bemerkte, Tokyo habe allein aufgrund seiner Größe mehr Restaurants als Paris. Demnach sei verständlich, dass es auch mehr Sternrestaurants gebe. Die Redakteure und Kritiker des Gourmetführers waren ihrerseits überrascht, eine derart herausragende gastronomische Szene in Japans Hauptstadt zu entdecken. Auf japanischer Seite wurde indes die Frage gestellt, ob die europäischen Restauranttester über genügend Kenntnisse zur japanischen Esskultur verfügen, um über sie urteilen zu können. Dieser Punkt kam immer wieder auf, obwohl von Seiten des Guide Michelin betont wurde, dass vor allem Japaner unter den Restauranttestern gewesen seien. Die von der japanischen Kritik am besten bewerteten Restaurants würden außen vor gelassen, die Meister der ausgezeichneten Restaurants seien unbeachtet geblieben (Caryl und Kashiwagi 2008: 44). Andere waren der Meinung, dass es keiner

ausländischen Kritiker bedürfe, um die hohe Qualität der japanischen Küche zu bestätigen (Fackler 2008).

Das Selbstbewusstsein der japanischen Köche und Gastronomen ist augenscheinlich. Sie benötigen keine Bestätigung seitens der französischen Gourmetnation für ihre Küche. Im Gegenteil, einige Köche sahen durch die Auszeichnung ihre Authentizität in Gefahr und lehnten die Sterne ab. Kadowaki Toshiya, der Inhaber des Restaurants Kadowaki, fühlte sich durch die einheitlichen Bewertungskriterien herabgesetzt und in seiner kulturellen Differenz nicht verstanden (Akada und Matsumura 2007: 38). Im Jahr darauf schien er allerdings seine Meinung geändert zu haben, denn der Guide Michelin führte ihn mit zwei Sternen (Andy Hayler 2017). Im japanischen Fernsehen wurde scherzhaft von der Sternen-Inflation gesprochen, was dem Eindruck einiger Köche und Gastronomen, nicht nur in Japan, sondern auch in Frankreich, entsprach. Der französische Koch Alain Senderens (1939–2017) kritisierte, dass das Geschäft mit den Sternen sich an Oberflächlichkeiten wie den Tischdecken oder der Größe der Servietten festhält, Jahr für Jahr den teuersten Restaurants die Ehre erweist und damit ein elitäres Verständnis von Feinschmecker-tum stützt (Caryl und Kashiwagi 2008: 44–45). Senderens selbst gab seine drei Sterne aus diesem Grund ab. Das System des Guide Michelin ist demnach hier wie dort aus unterschiedlichen Gründen umstritten.

In der Diskussion um die Sterne treffen Vertreter einer stolzen Gourmetnation, Frankreich, auf Vertreter einer ebenso stolzen Gourmetnation, nämlich Japan. Was mir dabei von Bedeutung erscheint, ist einerseits die Überraschung auf Seiten des französischen Verlags, in Tokyo derart viele erstklassige Restaurants verschiedener Küchenrichtungen – auch der französischen – vorzufinden. Dies ist auch deshalb erstaunlich, weil Frankreich und Japan seit Langem wechselseitige Beziehungen pflegen, die auch die Kulinarik betreffen. Andererseits fällt das enorme Selbstbewusstsein der japanischen Köche, Gastronomen und anderen kulinarischen Akteure auf, mit dem sie diesem weltweit bekannten Restaurantführer entgegentreten. Es zeigt sich kein Stolz, nun Teil eines weltweiten Gourmetdiskurses zu sein, sondern vielmehr Kritik und das Gefühl eines Übergriffs nicht orts- und kulturkundiger Kritiker. Stolz zeigt sich eher darin, Teil einer kulinarischen Kultur zu sein, die keines ausländischen Kritikers für die eigene Selbstvergewisserung bedarf.

Der Guide Michelin sorgte allerdings dafür, dass Japan auf der internationalen Feinschmeckerbühne einen festen Platz einnahm. Die japanische Küche und ihre Köche sind ein Exportschlager. Diese sind ein weiterer Grund, der die japanische Haute Cuisine ins Rampenlicht rückt: Japanische Spitzenköche sind in den letzten Jahren begehrte Gastköche bei europäischen Gourmetfestivals geworden. Beim Rheingau Gourmet Fes-

tival in Eltville-Hattenheim bereitete 2011 der in Sachen Kulinarik berühmte Koyama Hirohisa ein ausgefallenes Kaiseki-Menü zu und die Veranstaltungen mit ihm waren schnell ausverkauft (Lange und Lange 2011). Das St. Moritz Gourmet-Festival wählte im Jahr 2016 Japan als Thema. Unter dem Motto *Yokoso Japan*, ‚Willkommen Japan‘, hatten einige Gäste die Möglichkeit, beim „illustren Küchengeflüster“ mit den Köchen ins Gespräch zu kommen. Dass die eingeladenen Köche nicht nur aus Japan anreisen, sondern auch aus ihren Restaurants in Europa oder den USA, dass sie in ihren Restaurants nicht nur japanische Speisen servieren, sondern immer öfter eine eigene Mischung verschiedener kulinarischer Stile, das alles zeigt die Internationalität der japanischen Küche und ihrer Köche. Die japanische Haute Cuisine wird differenziert und abseits des mittlerweile ubiquitären Sushi wahrgenommen (Meier 2016a, 2016b; Bock 2011).

Im Dezember 2013 wurde *washoku* als das Idealbild der japanischen Küche in die Repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes der Menschheit eingetragen. Nach der französischen, der mexikanischen und der mediterranen Küche ist die japanische erst die vierte Küche, die diesen Status erhält. *Washoku* lässt sich mit ‚japanischem Essen‘ übersetzen und ist der Begriff für die idealtypisch vereinheitlichte Küche Japans. *Washoku* umfasst nicht nur die Speisen, sondern auch die Zubereitung, das Servieren und den Verzehr dieser Speisen. Der Begriff selbst kam erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts auf und bezeichnete zunächst einmal die japanische Küche in Abgrenzung zu ausländischen Küchen, die ins Land strömten. Erst mit der Anerkennung als Immaterielles Kulturerbe wurde daraus ein einigermaßen klar definiertes Konzept japanischer Küche, die als traditionell bezeichnet wird, deren Gerichte aber ähnlich jungen Ursprungs sind wie der Begriff *washoku* selbst. Die drei bekanntesten Speisen, die mit *washoku* assoziiert werden, sind Sushi, Tempura und Sukiyaki – alles Speisen, die vor der Neuzeit im 17. Jahrhundert noch nicht existierten und erst mit dem Beginn des 20. Jahrhunderts landesweit Verbreitung fanden (Krämer 2008: 35; Cwiertka 2015: 173). Allerdings hat die Aufnahme der ‚traditionellen japanischen Küche‘ in die repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes und die dadurch entstehende Außenwirkung die japanische Küche auf der internationalen kulinarischen Bühne sichtbar werden lassen.

Die hier geschilderten Beispiele lassen erahnen, welchen Stellenwert das Essen in der Gesellschaft Japans einnimmt. Sie sind Ausdruck einer selbstbewussten japanischen Kochkunst, ja, einer gehobenen Küche und eines lebendigen Diskurses über Gourmetkultur, deren Entwicklung das Thema dieser Arbeit ist. Essen in Japan ist allgegenwärtig. Mahlzeiten zum Mitnehmen, die so genannten Bentō, gibt es in jedem Convenience

Store und an kleinen Imbissständen. Einfache Lokale, die Nudelsuppen, Reisgerichte, japanische Currys oder andere Gerichte servieren, gibt es in den Großstädten an jeder Ecke. Direkt daneben, oft in unscheinbaren Gebäuden, finden sich erstklassige Restaurants. Für viele Anlässe im Laufe eines Jahres gibt es entsprechende Speisen. Reisen und Speisen stellen eine Einheit dar, seitdem die Menschen in Japan reisen. Speisen für den Reiseweg und lokale Spezialitäten vor Ort gehören zum Reiseerlebnis dazu.

All diese kulinarischen Angebote haben gemein, dass auf die Ästhetik bei der Präsentation der Speisen geachtet wird. Selbst bei den einfachsten Gerichten, den günstigsten Bentoboxen, werden die Speisen so präsentiert, dass das Auge immer mitisst. Der Designer Ekuan Kenji beschreibt den Moment des Öffnens einer Bentobox: „The greatest pleasure of the lunchbox comes when you take off the lid and sit for a moment gazing at the various delights inside. No matter how many times I open a lunchbox, I find myself gulping in surprise at its gorgeous contents“ (Ekuan 1998: 1). Das Essen – und dies gilt eben nicht nur für die Bentobox – kann zweimal genossen werden. Zunächst ist es ein Augenschmaus, bevor es zum Gaumenschmaus werden kann. Ekuan bemerkt hierzu: „The habit of enjoying things first with the eyes is an integral part of the Japanese lifestyle [...] And the person able to enjoy the act of consuming the lunch becomes an automatic gourmet genius. The etiquette and structure of the lunchbox makes geniuses of both creator and eater. In other words, the lunchbox itself supplies this genius“ (Ekuan 1998: 4–5). Was Ekuan für die Bentobox beschreibt, lässt sich auf so gut wie alle Speisen in Japan übertragen. Sie werden für das Auge arrangiert – ob es nun ein Imbiss ist, die Bentobox des Schülers, das Abendessen zuhause oder ein Menü im Sternerestaurant. Die Ästhetisierung sorgt für eine Aufwertung der Speisen in den Bereich der *Kochkunst* und der Konsumenten in den Bereich der Genießer dieser Kunst.

1.1 FORSCHUNGSFRAGE UND FORSCHUNGSSTAND

1.1.1 FORSCHUNGSFRAGE

Bei der Beschäftigung mit der japanischen Esskultur im Allgemeinen und der Gourmetkultur im Besonderen fiel mir die Allgegenwärtigkeit des Begriffs *gurume* auf. *Gurume* ist der Begriff für den Feinschmecker, den Gourmet, der seit den 1980er Jahren unter diesem Begriff massenmedial vermarktet wird. Buchtitel, Magazintitel, Zeitschriftenartikel, *„gurume“-* Stadtführer – der Begriff findet überall Verwendung und suggeriert auf

diese Weise, dass alles mit dem *gurume*-Stempel versehen werden kann und somit jeder an einem den Begriff umgebenden Diskurs teilhaben kann. Die Fülle der Medien verspricht eine weite Verbreitung des entsprechenden Diskurses in der Bevölkerung, über den sich jeder leicht informieren und daher auch leicht teilhaben kann. Der klassische Gourmet-Begriff ist hingegen nicht durch freie Zugänglichkeit charakterisiert, sondern der Gourmet grenzt sich durch finanzielle, kulturelle oder soziale Beschränkungen von der Masse der ‚normalen Esser‘ ab.

In dieser Arbeit beschäftige ich mich mit der Entwicklung eines bürgerlichen Gourmetdiskurses in Japan, insbesondere in Tokyo, die zeitgleich, aber völlig unabhängig von ähnlichen Entwicklungen im Gourmetland Frankreich, und dort vor allem in Paris, stattfand. Der bürgerliche Gourmetdiskurs, der sich seit der Edozeit stetig entwickelte und bezüglich seiner Akteure, Lokalitäten, Medien aber auch Speisen stetig ausweitete, bildet die Grundlage für die heutige allgegenwärtige und ubiquitäre Verfügbarkeit des Gourmetdiskurses. Daher gehe ich auch der Frage nach, inwiefern dieser Diskurs eine Öffnung von der Elite zur Masse erfahren hat. Um dies zu beantworten, zeichne ich die historische Entwicklung der Gourmetkultur nach und konzentriere mich dabei auf den Diskurs, der geprägt ist von so unterschiedlichen Akteuren wie Gastronomen, Köchen, Teemeistern, Hobbyfeinschmeckern, kulinarischen Mäzenen, Publizisten, Künstlern oder Schriftstellern.

Ich beschäftige mich mit den Räumen des Diskurses: Bankette, Restaurants, Cafés, Gourmetvereine, Privathaushalte. Ich beschäftige mich mit den Medien des Diskurses: Zeitungen, Zeitschriften, Literatur, Kochbücher. Mich interessiert weniger, was wann als Gourmetspeise gegessen wurde oder wird. Vielmehr geht es mir um den Kontext des Essens: wie wird gegessen, wo wird gegessen, wie wird darüber gesprochen oder geschrieben, wie organisieren sich die Feinschmecker, welche Begrifflichkeiten gibt es zur Abgrenzung vom normalen Esser und dem Schlemmer. Mich interessiert also der Diskurs, der den sichtbaren, greifbaren Teil der Gourmetkultur abbildet. Dies ist natürlich nur ein Teil der Gourmetkultur, die aus vielen, für mich größtenteils unsichtbaren Akteuren besteht. Der schreibende Gourmet, der eine Spur seines Feinschmeckertums hinterlässt, ist der einzige, den ich historisch betrachtet greifen kann. Der stille Genießer bleibt still und verschwindet wie die Speisen, die er verzehrt hat. Somit kann ich hier nur den verschriftlichten Diskurs als Ausschnitt der Gourmetkultur behandeln. Ich werde dennoch der Einfachheit halber von Gourmetkultur sprechen, wenn ich diesen Diskurs beschreibe und analysiere.

Meine Annahme ist, dass eine Entwicklung von der Elite zur Masse stattfand, so dass im heutigen Japan die Gourmetkultur frei zugänglich

ist. Ökonomische, kulturelle und soziale Schranken, die den Zugang zu einer elitären Gourmetkultur regelten, sind so nicht mehr vorhanden, da so gut wie jede Art des Essens einen Status als Gourmetspeise erlangen kann. Alles hängt nur von der Vermarktung und Benennung ab. Wenn ich im persönlichen Gespräch von meinem Forschungsthema ‚*bishoku bunka*‘ erzählt habe, bekam ich eine höflich interessierte Reaktion, aber der Eindruck blieb, dass die meisten gar keine Trennung zwischen der ‚normalen‘ Esskultur, der *shokubunka*, und der besonderen *bishokubunka*, wörtlich der Kultur des schönen Essens, vornahmen. Im Gegenteil, ich hatte den Eindruck, dass beides als eins angesehen wird. Auch während der Suche nach expliziten Informationen zu einer japanischen Gourmetkultur kam mir des Öfteren der Gedanke, ob die Hinweise darauf deshalb so versteckt und beiläufig in der Literatur zur japanischen Esskultur verstreut sind, weil es hier keine explizite Abgrenzung der ‚normalen‘ Esskultur zur Gourmetkultur gibt, wie das in anderen Ländern wie Frankreich oder den USA der Fall ist, wo recht eindeutig zwischen dem Genuss und der schnellen Nahrungsaufnahme unterschieden wird. Wenn nicht mehr zwischen der elitären Gourmetkultur einer Haute Cuisine und einer vermarkteten, offenen Gourmetkultur der kulinarischen Masse unterschieden wird, geht dann die ‚klassische‘ Gourmetkultur mit ihren Zugangsbeschränkungen verloren? Verliert die Gourmetkultur durch die Vermassung ihr hohes kulinarisches Niveau? Wird die Ästhetik, werden die Institutionen dieser Kultur in einen Massenmarkt transportiert? Oder werden, anders herum, das Niveau und die Qualität einfacher Speisen durch ihre Aufwertung zur Gourmetkultur ebenfalls angehoben? Diese Fragen werde ich im Laufe der Arbeit beantworten.

Der in der Arbeit beschriebene Gourmetdiskurs ist Tokyo-zentriert, da Tokyo (und vorher Edo) als Hauptstadt Japans die Dynamiken und Aktivitäten des Diskurses dominiert. Die Bandbreite der Tokyoter Küche ist unermesslich. Von französischer Haute Cuisine wie im *Le Jardin de Tweed*, einem Restaurant des französischen Spitzenkochs Alain Ducasse auf einem Dach im edlen Stadtteil Ginza bis zu *Tetsuo*, einem kleinen Restaurant in Azabu Jūban, auf dessen Dach der Koch seinen Fisch selbst trocknet, ist alles auf hohem kulinarischen Niveau möglich. Hier fand und findet in überwiegendem Maße die Art des verschriftlichten Gourmetdiskurses statt, den ich in dieser Arbeit betrachte. Es gibt natürlich in anderen japanischen Städten und auch auf dem Land genug Möglichkeiten, sich dem Feinschmeckertum hinzugeben. Gerade Kyoto war seit der Heianzeit (794–1185) durch die Präsenz der höfischen Schichten das Zentrum kulinarischer Entwicklungen wie der Bankettkultur, die am Kaiserhof und während der darauf folgenden Kamakurzeit (1185–1333) von den

Kriegerständen praktiziert wurden und die sich in Abgrenzung zur profanen, alltäglichen Esskultur verstand. Die formellen *kaiseki*- und *honzen*-Menüs, auf die im Laufe der Arbeit rekurriert wird, erlebten in Kyoto ihren ersten kulinarischen Höhepunkt (Ehara, Ishikawa und Higashi-yotsuyanagi 2009: 88). Es gab sogar erste kulinarische Abhandlungen, die aber noch nicht für eine Öffentlichkeit bestimmt waren und entsprechend unsystematisch für den Privatgebrauch der Autoren geschrieben wurden (Rath 2010a: 2). Die kulinarischen Praktiken und Diskurse dieser gesellschaftlichen Schichten legten die Grundlage für eine vom Hof- und Kriegeradel praktizierte kulinarische Kultur, die ab der Edozeit auch von den entstehenden bürgerlichen Schichten für ihre Zwecke übernommen und adaptiert wurden. Genau dieser bürgerliche Gourmetdiskurs interessiert mich und seine Entwicklung steht im Fokus dieser Arbeit. Dieser war natürlich von der vorangegangenen Kyoto-zentrierten kulinarischen Kultur geprägt. Entscheidende Entwicklungen für die bürgerlichen Schichten, Speisen, Akteure und Örtlichkeiten betreffend, fanden aber in Edo und später Tokyo statt.

Ich habe festgestellt, dass Tokyo als Metropole und Hauptstadt des Landes das Einfallstor für neue Entwicklungen ist, die sich dann im ganzen Land ausbreiten. Tobin macht eine ähnliche Feststellung, die auch für den kulinarischen Bereich zutrifft: „There is an internal circulation of cultural and material capital in Japan: the West most often enters Japan through Tokyo, is domesticated here [...], and is then repackaged for export to the provincial periphery“ (1992: 15–16). Gleichzeitig ist die japanische Peripherie auch nicht einflusslos und es fehlt ihr nicht an kulinarischer Innovationskraft. Ganz im Gegenteil, sie ist für die kulinarische Szene immer wieder eine Quelle der Erneuerung. Hier sind es dann aber wieder Tokyoter Akteure, die auf die ländlichen Ideen und Ressourcen zurückgreifen. Tokyo steht also auch bei einer derartigen Entwicklung im Zentrum. Tokyo steht für das Moderne, das Fortschrittliche, während die Peripherie für das authentisch Japanische steht, das schon immer so da war (Harootunian 1988: 416) und auf das von Zeit zu Zeit zurückgegriffen wird.

Zur Diskussion der Fragestellung, ob und inwieweit eine Vermassung der Gourmetkultur durch die Entstehung eines bürgerlichen Gourmetdiskurses in Tokyo stattgefunden hat, bedarf es zunächst der Klärung des Gourmetbegriffs und des Begriffs der Gourmetkultur an sich. Wie auch im nachfolgend dokumentierten Forschungsstand deutlich wird, gibt es kein überblicksartiges Werk, aber viele Arbeiten, in denen anklingt, was unter einem Gourmet und seiner Esskultur verstanden werden kann. Ich habe daraus die theoretische Grundlage für meine Arbeit geschaffen, die ich nach den Ausführungen zum Forschungsstand und zur Methodik ausführlich erörtern werde.

1.1.2 FORSCHUNGSSTAND

Obwohl Essen eine wichtige Rolle im japanischen Alltag spielt und die Gourmetkultur eine lange Geschichte aufweist, findet in der deutsch- und englischsprachigen japanologischen, sozial- und kulturwissenschaftlichen Literatur zur Kulinarik eine differenzierte Betrachtung, die mehr als nur die Oberfläche berührt, erst seit einigen Jahren statt. In der entsprechenden japanischsprachigen Literatur ist das Gegenteil der Fall. Es gibt etwa seit den 1960er Jahren eine Fülle von Monographien und Aufsätzen, die die Esskultur Japans zum Thema haben. Hier herrscht eine Art Überinformation, wobei ich beim Recherchieren und Lesen festgestellt habe, dass oftmals die gleichen Inhalte thematisiert werden. Das Thema Gourmetkultur hingegen taucht sowohl in der deutsch- und englischsprachigen als auch in der japanischsprachigen Literatur erstaunlich wenig, wenn überhaupt nur am Rande auf, wenn von Restaurants, Kochvereinen oder bekannten Gastronomen und Köchen die Rede ist.

1.1.2.1. *Deutsch- und englischsprachige Literatur*

Die Themen Essen im Allgemeinen sowie Gourmetkultur beziehungsweise Haute Cuisine im Besonderen haben sich mittlerweile in den Sozial- und Kulturwissenschaften etabliert. Dennoch scheinen sich Wissenschaftler nach wie vor dazu verpflichtet zu fühlen, ihre sozial- und kulturwissenschaftliche Beschäftigung mit dem Thema Essen zu rechtfertigen. So beginnen nahezu alle Werke damit, aufzuzeigen, wie grundlegend, essenziell und determinierend Essen sowohl für den einzelnen als auch für die Gesellschaft ist (Korsmeyer 2005; van Counihan 1997; Johnston und Baumann 2010; Schönberger 2011). Das 2018 erschienene Jahrbuch für Kulinaristik (Hijiyā-Kirschner 2018) beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit der Küche Ostasiens und ihrer weltweiten Rezeption. In anderen kulturwissenschaftlichen Readern zum Thema Essen und Geschmack taucht Japan nur am Rande auf. Im *Taste Culture Reader*, herausgegeben von Carolyn Korsmeyer (2005), findet sich ein Beitrag zur japanischen Teekultur in Verbindung zum Zen von Suzuki Daisetsu Teitarō. Aus dem Japanischen übersetzte Quellentexte zum Thema Esskultur und Gourmetkultur tauchen vereinzelt in englischsprachigen Readern auf, wie bei Deane Curtin und Lisa Heldke (1992), darunter zwei mittelalterliche Abhandlungen des buddhistischen Mönchs Dōgen sowie Verse des neuzeitlichen Teemeisters Sen no Rikyū. Allerdings stehen diese Texte hier für sich und werden nicht durch Erläuterungen eingeordnet.

Bei der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Gourmetkultur wird der Ursprung der Haute Cuisine in Frankreich gesehen, sowohl was die

Form des Verzehrs und die Art der Speisen als auch die Entwicklung der Begrifflichkeiten angeht. Italien spielt in einigen Arbeiten als klassisches Land des guten Essens und der Genießer eine Rolle. Die USA stehen bei der Betrachtung eines neueren Phänomens, der so genannten Foodies, im Mittelpunkt. Japan kommt, wenn überhaupt, in der ‚westlichen‘ sozial- und kulturwissenschaftlichen Literatur nur am Rande vor. Dann werden meist kulinarische Exportschlager wie Sushi beschrieben und nicht die innerjapanische kulinarische Historie oder heutige Situation, geschweige denn die Domestizierung ausländischer Speisen in Japan. In der japanologischen Literatur gibt es eine Handvoll Monographien und Sammelbände, sowie Aufsätze, die japanische Esskultur entweder überblicksartig abhandeln oder sich mit einem bestimmten Thema oder einer Epoche beschäftigen.

Michael Ashkenazi und Jeanne Jacob (2000) geben einen ausführlichen Überblick zur japanischen Esskultur im Allgemeinen und verorten diese sozialwissenschaftlich und historisch. Das Thema Gourmetkultur taucht allerdings nur in einem Kapitel auf, in dem sie sich mit der *gurume*-Kultur als luxuriösem Lebensstil beschäftigen. Eric Rath und Stephanie Assmann (2010) vereinen in ihrem Sammelband *Japanese Foodways Past and Present* eine Vielzahl von Themen seit dem späten Mittelalter bis zur Gegenwart. Besonders die Beiträge von Rath (2010b) zu formellen Mahlzeiten im späten Mittelalter und der frühen Neuzeit, von Michael Kinski (2010) zur Tischetikette im frühmodernen Japan, von Gary Sōka Cadwalader und Joseph Justice (2010) zur edlen *kaiseki*-Küche, von Shimizu Akira (2010) zum Fleischgenuss und von Nozawa Joji (2010b) zum Weinge-nuss, von Barak Kushner (2010) zur imperialen Küche der Vorkriegszeit sowie von Fukutomi Satomi (2010b) zu den Ramen-Kennern im gegenwärtigen Japan sind relevant für das Thema Gourmetkultur. Nozawa (2010a) und Fukutomi (2010a) beschäftigen sich auch an anderer Stelle mit den Themen Wein und Ramen.

Eric Rath (2008, 2010a, 2010b) ist der einzige, der sich intensiv mit der Entwicklung der gehobenen Küche im Japan des Mittelalters und der Neuzeit von etwa 1400 bis 1868 auseinandersetzt. Er greift Bankette, Messerzeremonien, Kochbücher oder Etikettebücher auf und macht die Japaner zu intellektuellen Feinschmeckern, die alleine durch die Lektüre von aufwendigen Rezepten und kulinarischen Zeremonien einen Genuss erlebten. Michael Kinski (Kinski 1998, 1999, 2001, 2010) beschäftigt sich eingehend mit frühneuzeitlichen Etikette- und Moralbüchern und gibt damit auch einen Einblick in die elaborierte und ausgefeilte Esskultur dieser Zeit. Andrew Markus (1993) beschreibt private Bankette zum Ende des 19. Jahrhunderts. Nishiyama Matsunosuke (1997) hat den Alltag und Vergnügungen im neuzeitlichen Edo zum Thema. Dabei widmet er sich auch

der neu entstehenden Restaurantszene, die eine zentrale Rolle bei der Entwicklung der bürgerlichen Gourmetkultur in der edozeitlichen Ständegesellschaft spielt.

Katarzyna Cwiertka (1996b, 2003, 2004, 2006) beschäftigt sich vor allem mit der Entstehung und Schaffung einer nationalen Küche seit dem späten 19. Jahrhundert. Dabei greift sie vereinzelt auf Themen zurück, die auch für den Gourmetdiskurs wichtig sind, wie die Restaurantszene, die Verbreitung französischer Speisen und eine neu entstehende Mischküche aus westlichen und japanischen Elementen. Penelope Francks und Janet Hunter (2012) sowie Penelope Francks (Francks 2009b: 45) beschäftigen sich mit dem japanischen Konsumenten seit der Mitte des 19. Jahrhunderts. Der Gourmet ist zuallererst auch ein Konsument und wird durch das Konsumangebot um ihn herum beeinflusst. Barak Kushner (2012a) und Timothy Tsu (1999) zeichnen die Entwicklung der Ramen-Nudelsuppen von einem einfachen Straßengericht zu einer Speise mit Gourmetcharakter nach, die zudem in kurzer Zeit zu einem Symbol der japanischen Populärkultur geworden ist.

In Japan gibt es spätestens seit dem 17. Jahrhundert eine reiche kulinarische Literatur. Diese wird von Aoyama Tomoko (2003, 2008, 2010) überblicksartig behandelt. Stephan Köhn (2000) beschäftigt sich mit dem Genre der Gourmetcomics im Allgemeinen und dem bekannten Comic *Oishinbō* im Speziellen. Der Gastronom und Töpferkünstler Kitaōji Rosanjin, der im erwähnten Comic einem der Protagonisten als Vorbild diente, ist eine der zentralen Figuren dieser Arbeit, da sein kulinarischer Einfluss aus den 1920er Jahren bis in die Gegenwart fortwirkt. Sidney Cardozo und Hirano Masaaki (1987) sowie Gisela Jahn (2014) beschäftigen sich ausführlich mit Rosanjin und seiner Keramik, greifen aber auch seine kulinarischen Tätigkeiten auf. In ihrer Abhandlung macht Jahn deutlich, wie und wann Rosanjin Zugang zur ‚besseren Gesellschaft‘ der Kunstkenner und -förderer, Industriellen und Magnaten erlangte, die später auch die Kundschaft seiner Restaurants darstellte. Cardozo und Hirano bieten vor allem eine Übersetzung von kurzen Texten Rosanjins.

1.1.2.2. Japanischsprachige Literatur

Anders als in der deutsch- und englischsprachigen Literatur fehlt in der von mir gesichteten japanischsprachigen Literatur die Rechtfertigung, sich mit dem Thema Essen zu beschäftigen. Die historische, sozial- und kulturwissenschaftliche Beschäftigung mit der eigenen Esskultur erscheint vielmehr selbstverständlich und das Thema Essen wird dementsprechend ausufernd behandelt. Es gibt zahlreiche Fachzeitschriften, die sich mit der Landwirtschaft, der Zubereitung von Essen, der Ernährungs-

wissenschaft, mit kulinarischer Geschichte und anderen kulinarischen Themen beschäftigten. Hinzu kommen ebenso zahlreiche Überblickswerke, die sich mit der Geschichte und Gegenwart der japanischen alltäglichen oder festtäglichen Esskultur beschäftigen. Daneben existiert eine Reihe von Werken zu verschiedenen kulinarischen Themen. Das Thema Gourmetkultur ist hier auch vertreten. Der Verlag Kadokawa Haruki bringt mit *gurume bunko* sogar eine eigene Reihe zum Thema Gourmet heraus. Die von mir gesichtete Literatur, die das Thema Gourmet in irgendeiner Weise im Titel führt (Hayashi 1998; Hirano 1995; Tada 1978; Yano 2011) beschäftigt sich nur mit einzelnen Speisen. Auf diese Weise erhält der Leser zwar einen guten Überblick über die bei Feinschmeckern beliebten Gerichte, aber keine Informationen zum kulinarischen Kontext, in dem die Speisen gegessen wurden und werden.

Ehara Ayako, Ishikawa Naoko und Higashiyotsuyanagi Shoko (2009) bieten einen ausführlichen Überblick über die Geschichte des japanischen Essens, von der japanischen Antike bis zur Gegenwart. Sie betten die Einführung neuer Lebensmittel und Gerichte, neuer Zubereitungs- und Anbaumethoden, sprich, ein sich ständig wandelndes Essumfeld, in politische und gesellschaftliche Entwicklungen ein. Ihr Augenmerk liegt allerdings auf der alltäglichen Esskultur, nicht auf der gehobenen Küche. Diese findet hier und da Erwähnung und ist an diesen Stellen für meine Arbeit sehr wertvoll, aber nicht ihr Hauptaugenmerk. Kumakura Isao (1992, 2002, 2004, 2009) ist einer der umtriebigen Kulinarikforscher Japans und beschäftigt sich ausgiebig mit der Entwicklung der alltäglichen Esskultur. Allerdings finden sich nur wenige Hinweise zur gehobenen Esskultur.

Harada Nobuo (2005b, 2009) gibt einen ausführlichen Einblick in die edozeitliche Esskultur von 1600 bis 1868. Er konzentriert sich dabei, mit wenigen Ausnahmen, auf die Entwicklung Edos (des heutigen Tokyo) und beschreibt dessen kulinarischen Aufstieg vom kleinen Fischerdorf zur, auch kulinarischen, Hauptstadt Tokugawa-Japans. Im Großen und Ganzen konzentriert er sich auf die Alltagskultur, hier und da gibt es Verweise auf Themen wie Bankette oder Restaurants, die die Gourmetkultur betreffen. Umino Iwami (1994) behandelt die Aufzeichnungen von Köchen in Edo. Hayashi Junshin (1998) listet Gourmets aus Edo und Tokyo auf. Watanabe Zenjirō (1988) schließlich beschäftigt sich mit der Entwicklung von Edo zur kulinarischen Hauptstadt des neuzeitlichen Japan. Die Edozeit von 1600 bis 1868 ist eine für die japanische Gesellschaft bis heute sehr prägende Epoche. Edo dient auch in kulinarischer Hinsicht immer wieder als Referenzzeitraum. Entsprechend zahlreich ist hier die Forschungsliteratur, die aber zu großen Teilen aus Überblickswerken wie dem von Harada besteht.

Kuroiwa Hisako (2008) beschreibt eine Reihe von Staatsbanketten zu Beginn des 20. Jahrhunderts, einer Zeit des Umbruchs in Japan, in der auch kulinarische Umwälzungen vorstättengingen. Neben ausführlichen Beschreibungen der Bankettspeisen finden sich auch Feinschmecker aus dem politischen Betrieb. Im Sammelband *Bishokka Retsuden* (Bungei Shunju „nosaidō“ 2002) des Bungei Shunju Verlags werden etliche Gourmets, Gastronomen und Köche, geboren ab den 1890er Jahren, und ihre kulinarischen Aktivitäten vorgestellt. Minami Naoto (2004) beschäftigt sich mit der Einführung westlicher Speisen in Japan zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Er widmet sich auch denjenigen, die als erste die neuen Speisen konsumieren konnten. Yo Maenobo (1988) beschreibt die Restaurantszene dieser Zeit.

Yamao Mika (2004), Yamaguchi Kikuo (1983, 1986) und Katō Jun'ichi (1989) legen den Fokus auf die Esskultur der Nachkriegszeit. Auch bei ihnen liegt der Fokus auf der Alltagskultur und den Mahlzeiten in den Familien. Sie verweisen hier und da auf die Restaurantszene, die Stichwörter *gurume* und *b-kyū gurume* sowie zuhause kochende Männer und in der Öffentlichkeit kochende Frauen – kulinarische Phänomene, die für die Gourmetkultur der Nachkriegszeit von Belang sind. Im 2019 erschienenen *Gendai Yōgo no Kiso Chishiki* (Jiyū Kokuminsha 2019) wird auf die Esskultur der Heiseizeit sowie im Speziellen auf *gurume*-Manga eingegangen. Im japanischen Comicgenre gibt es einige Manga, die sich dem Thema Essen, seinen Zutaten, Zubereitungsarten oder Akteuren widmen. Auch in dieser Arbeit werde ich mich mit zwei *gurume*-Manga der Shōwazzeit genauer beschäftigen.

Imai Miki (2002) und Oka Akiko (2006) beschäftigen sich beide mit den Gourmetzeitschriften zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Katō Jun'ichi (2001a, 2001b, 2001c, 2002a, 2002b, 2002c, 2003a, 2003b, 2003c, 2003d, 2003e) und Shindō Masahiro (1998, 1999a, 1999b, 2000a, 2000b, 2001, 2002) thematisieren in Artikelserien die kulinarische Literatur der Gegenwart. Sie beschreiben und analysieren jeweils ein oder zwei Werke kulinarischer Literatur und betten diese in den zeitgenössischen Kontext ein. Kuroiwa Hisako (2004, 2007a, 2007b, 2010 [2005], 2011 [2005]) und Ishida Ayū (2000a) widmen sich dem Schriftsteller Murai Gensai und seinem Gourmet-Besteller *Kuidōraku*. Kuroiwa ist zudem Herausgeberin einer Neuauflage von Murai Gensais Roman. Sekiguchi Ryōko (2013) ist zum einen als Übersetzerin japanischer kulinarischer Literatur ins Französische für diese Arbeit interessant. Sie ist außerdem daran beteiligt, japanische Köche in Europa, besonders Frankreich, bekannt zu machen und kann als Vermittlerin der japanischen kulinarischen Kultur in Frankreich gesehen werden. Sie hält Vorträge zur „Feinschmeckerei“ des Gastronomen und Töpferkünstlers Kitaōji Rosanjin, zum Beispiel im Rahmen der

Ausstellung zu seinem Werk im Pariser Musée Guimet (Musée Guimet 2013). Zusammen mit François Simon ist sie Herausgeberin eines Sammelbands zu japanischen Köchen in Frankreich (2014).

Wie sich hier zeigt, existiert bisher keine umfassende Monographie zur Entwicklung und den Charakteristika der japanischen Gourmetkultur – weder in der deutsch- und englischsprachigen noch der japanischsprachigen Literatur. Einzig punktuelle Betrachtungen einzelner Epochen oder kulinarischer Themen lassen sich finden. Die sozial- und kulturwissenschaftliche Beschäftigung mit kulinarischen Themen wurde lange Zeit vernachlässigt und das Forschungsfeld wurde Ernährungswissenschaftlern oder Ökonomen überlassen. Dabei ist Essen als solches ein zentrales Thema für die Mitglieder jeder Gesellschaft. Jeder muss Essen zu sich nehmen. Hinzu kommt, dass das verzehrte Essen eine Bedeutung weit über die reine Nahrungsaufnahme hinaus hat. Das gilt auch und insbesondere für das Essen der Gourmetkultur. Es dient dem körperlichen und geistigen Vergnügen, aber auch der ökonomischen, sozialen und kulturellen Distinktion. Die Beschäftigung mit der japanischen Gourmetkultur erwies sich aus diesem Grund als Sisyphusarbeit für mich.

1.2 METHODE UND QUELLEN

„In letzter Zeit habe ich eine merkwürdige Sache festgestellt: Wie viel in japanischen Romanen gegessen wird! Die Charaktere essen. Viel. [...] Nicht nur essen die Charaktere in japanischen Romanen in den verschiedensten Situationen, nein, vielmehr erlauben die Leittartikel der größten Schriftstellern neben ihren Romanen auch Sachbücher über das Essen zu schreiben“ (*Récemment, j'ai constaté une chose curieuse: qu'est-ce que ça bouffe alors dans les romans japonais! Les personnages mangent. Beaucoup. Souvent [...] dans la fiction japonaise non seulement les personnages mangent dans des situations diverses et variées mais de plus, le champ éditorial japonais autorise les plus grands écrivains à publier des essais sur la cuisine parallèlement à leur travail romanesque*).

Diese Aussage machte Sekiguchi Ryōko bei einer Veranstaltung anlässlich der Ausstellung *L'Art des Rosanjin* am Musée Guimet in Paris 2013. Diese Fülle an kulinarischer, fiktionaler Literatur spielt auch eine Rolle bei der Entwicklung der Gourmetkultur, nicht zuletzt, weil einige der Schriftsteller selbst leidenschaftliche Feinschmecker waren. Schließlich ist die Literatur auch ein Ausdruck der Gourmetkultur selbst, wird von

tatsächlichen Umständen und Gegebenheiten geprägt und übt wiederum Einfluss auf die ‚reale Welt‘ aus.

Die für diese Arbeit verwendeten Quellen waren vor allem zeitgenössische Bücher und Zeitschriften. In der japanischen Neuzeit von 1600 bis 1868 waren es vor allem Kochbücher, die eine neue Esskultur der bürgerlichen Gesellschaft prägten. Die beiden neuzeitlichen Kochbücher *Ryōri monogatari* (Hirano 1988) von 1643 und *Tōfu hyakuchin* (Abe 1981b) von 1782 liegen mir in modernem Japanisch beziehungsweise in einem modernen Druck vor. Wie Rath (2010a) deutlich macht, wurden die Kochbücher der Neuzeit durchaus wie unterhaltsame Fiktion gelesen und nicht in erster Linie als Anleitungen zum Kochen verstanden. Sie können daher als erste kulinarische Literatur verstanden werden.

Seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts gibt es mit der Verbreitung des Romangenres auch kulinarische Romane, bei denen das Kochen oder Essen nicht nur eine Nebenhandlung, sondern die Haupthandlung ist. Seitdem wurden zahlreiche kulinarische Romane veröffentlicht. Ich habe für jede Epoche ein bis zwei Werke ausgewählt, die meiner Ansicht nach exemplarisch für die jeweilige Zeit sind. Sie tragen den zeitgenössischen Gourmetbegriff im Titel, haben Einfluss auf die tatsächliche Gourmetkultur oder zeichnen ein überspitztes Bild derselben. Murai Gensais Roman *Kuidōraku* aus dem Jahr 1903 prägt durch seinen Titel die Feinschmecker-Begrifflichkeiten des frühen 20. Jahrhunderts und charakterisiert den Gourmet in einer Weise, die von Murais Zeitgenossen entweder übernommen oder hinterfragt und uminterpretiert wurde. Kōda Rohans Roman *Chinsen kai* von 1904 ist eine überspitzte Darstellung der zeitgenössischen Aufnahme ausländischer Speisen und detailgetreuer Imitation vor allem französischer Esskultur mit ihrer Etikette und den für Japaner exotischen Delikatessen.

Tanizaki Jun'ichirōs *Bishoku kurabu* von 1918 ist der prägende Roman der 1920er und 1930er Jahre. Auch Tanizaki hat mit seinem Romaninhalte den Gourmetbegriff jener Zeit geprägt und mit seinem Romaninhalt, einem Club von Gourmets, sogar Gourmetvereinsgründungen evoziert. Der Roman wirkte bis in die 1980er Jahre fort, als Hayashi Mariko ihren gleichnamigen Roman veröffentlichte, der einen ähnlichen Inhalt mit indirekten Verweisen auf Tanizakis Roman aufweist.

Seit dem frühen 20. Jahrhundert wurden auch kulinarische Zeitschriften gegründet, aus denen ich einzelne Artikel verwende. Ich betreibe keine Komplettanalyse der Zeitschriften, was den Rahmen dieser Arbeit sprengen und auch keinen Mehrwert für meine Fragestellung bringen würde. Vor allem die expliziten Gourmetzeitschriften *Shokudōraku* und *Hōchō Anbai* des frühen 20. Jahrhunderts sowie das Vereinsblatt *Hoshioka* in den 1930er Jahren dienen mir als Quellen. Weitere Zeitschriften, in de-

nen Artikel erschienen, die für diese Arbeit relevant sind, sind *Fuzoku Gahō* des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts sowie Hausfrauenzeitschriften wie *Fujin Gahō*, *Shufu no Tomo* und *Fujin Sekai* der 1920er und 1930er Jahre, in denen vor allem Kitaōji Rosanjin, eine der Schlüsselfiguren dieser Arbeit, immer wieder Artikel veröffentlichte.

Ich betreibe in dieser Arbeit hauptsächlich Literatursauswertung und kritische Literaturbetrachtung, um die historische Entwicklung der Gourmetkultur Japans nachzuzeichnen und herauszuarbeiten, wie es dazu kam, dass Japan heute ein Land voller Gourmets und Foodies ist. Die Literatursauswertung beinhaltete viel Recherche- und Fleißarbeit beim Finden und Sichten der vorhandenen Literatur. Da es keine Standardwerke gibt, die ausschließlich die Gourmetkultur zum Thema haben, habe ich kulinarische Fachliteratur nach Hinweisen zur Gourmetkultur durchsucht. Diese Arbeit ist eine erste Bestandsaufnahme dessen, was bisher überhaupt zum Thema Gourmetkultur erarbeitet wurde. Damit möchte ich die bestehende Forschungslücke schließen, Anregungen für weitergehende Forschung in diesem Bereich bieten und der japanischen Gourmetkultur einen Platz in der kulinarischen Forschungslandschaft geben.

1.3 AUFBAU DER ARBEIT

Ich zeichne in dieser Arbeit eine historische Entwicklung nach, die geprägt ist von Fortschritt, Umkehrbewegungen und Brüchen. Dabei soll nicht der Eindruck einer zielgerichteten und zwingenden Entwicklung der japanischen Ess- und Gourmetkultur entstehen. Es gab einschneidende Ereignisse in der japanischen Geschichte, wie die Meiji-Restauration 1868 oder die Besatzungszeit nach 1945, die mit einem massiven Einfluss ausländischer Esskulturen einhergingen und damit auch dem Gourmetdiskurs eine neue Richtung gaben. Seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts erschienen zudem Persönlichkeiten auf der kulinarischen Bühne, die den Diskurs auf ihre Weise prägten. Nichtsdestotrotz ist die Arbeit zur besseren Nachvollziehbarkeit der Entwicklung chronologisch aufgebaut. Ich habe mich dabei an der klassischen Periodisierung der japanischen Geschichte orientiert, weil tatsächlich mit dem Wechsel einer Ära auch politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche und damit auch kulinarische Veränderungen einhergingen. Ich beginne mit einem einleitenden Kapitel zur Edozeit (1600–1868), die bis in die Gegenwart als Referenzzeitraum für kulinarische Entwicklungen und Phänomene erhalten muss. In der Edozeit findet eine erste Öffnung der gehobenen Esskultur von den Adels- und Kriegerständen hin zu den urbanen bürgerlichen Stän-

den statt. Bürgerliche Feinschmecker eignen sich Speisen von Banketten und Teezeremonien an, genießen diese in neu entstehenden Institutionen wie dem Restaurant und betreiben intellektuelles Feinschmeckertum durch die Lektüre von Kochbüchern. Die Feinschmeckerei wird hier, ähnlich wie die Blumenkunst und die Dichtung, zu einem ungefährlichen, weil unpolitischen, Hobby, über das die Menschen ungezwungen in Beziehung treten und sich austauschen konnten.

Die Meijizeit (1868–1912) stellt mit der Restauration von 1868 eine Zäsur in der japanischen Geschichte dar, in der sich das politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche System rapide und radikal änderte. In kulinarischer Hinsicht war die größte Änderung die Einführung französischer Speisen, deren Essumfeld und Essutensilien. Diese nutzte die politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Elite zuerst für Staatsbankette und schließlich auch für private Veranstaltungen. Die Taishōzeit (1912–1926) und die frühe Shōwazeit (1926–1989) bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs sahen bei den Gourmets eine Umkehr zu japanischen und chinesischen Speisen und eine Weiterentwicklung von Restaurants, Gourmetvereinen und Gourmetzeitschriften als Kontext der Gourmetkultur. Mit Kitaōji Rosanjin war in diesen Jahren ein Gastronom, Koch, Autor und Töpfermeister aktiv, der die Gourmetkultur Japans bis heute prägt. Die späte Shōwazeit ab den 1970er Jahren und die Heiseizeit (1989–2019) in den frühen 1990er Jahren erlebten eine Diversifizierung und Pluralisierung des kulinarischen Angebots sowie eine massive Ausweitung der Akteure, Institutionen, Medien und Speisen der Gourmetkultur, die bis heute anhalten.

Zur Vermeidung einer teleologischen Darstellungsweise und vielmehr zur Betonung historischer Brüche, Zufälle sowie der Rolle charismatischer Persönlichkeiten bei der Entwicklung der kulinarischen Kultur durchbreche ich die Chronologie der gesamten Arbeit in den einzelnen Kapiteln. Nach einer kurzen generellen Einführung in die Zeit des Kapitels gehe ich auf die Inszenierungsprozesse der Gourmetkultur ein. Ich beschreibe das allgemeine kulinarische Umfeld, in dem sich Gourmets wiederfanden. Kulinarische Akteure, Orte und Medien sowie der generelle kulinarische Diskurs der Zeit werden thematisiert und als Träger der Intellektualisierung vorgestellt. Im nächsten Teil jedes Kapitels geht es um den Prozess der Reflexion. Zunächst habe ich ein oder mehrere literarische Werke ausgewählt, die prägend für die jeweilige Zeit waren. Die Gourmetkultur charakterisierende Begriffe wurden oft von Literaten etabliert, die auf diese Weise den kulinarischen Sprachgebrauch und gesellschaftliche Bewegungen beeinflussten. Die kulinarische Literatur der Meiji- und Taishōzeit inspirierte die Gourmets ihrer Zeit auch zu konkreten Aktivitäten wie Vereinsgründungen. Im folgenden Teil des Kapitels

widme ich mich Personen und Institutionen, die besonders prägend für diese Zeit waren. Bis zur Taishōzeit waren es eher Institutionen wie Restaurants oder Schulen als Ganzes, und selten deren Köche oder Besitzer, die die Gourmetkultur beeinflussten, und es lassen sich nicht ohne weiteres Einzelpersonen ausmachen, die die Gourmetkultur gestalteten. Kitaōji Rosanjin ist in den 1920er Jahren die erste prominente Persönlichkeit, die die Szene dominierte. Dieser Umstand mag auf die Modernisierung und beginnende Individualisierung der Gesellschaft zurückzuführen sein. Im letzten Teil jedes Kapitels beschreibe ich das, was ich in den theoretischen Überlegungen den kulinarischen Rahmen nenne. Hier geht es um die Speisen und Nahrungsmittel, die in der vorher skizzierten Zeit von den Gourmets verzehrt wurden.

2 GOURMETKULTUR – EINE THEORETISCHE ANNÄHERUNG

„Sag mir, was du isst, und ich werde dir sagen, was du bist“ – mit diesen Worten stellte der französische Feinschmecker Jean Anthelme Brillat-Savarin (Brillat-Savarin 2005: 6) klar, dass Essen nicht nur notwendige Nahrungsaufnahme ist, sondern die Selbst- und Fremdwahrnehmung des Essenden beeinflusst. Die Auswahl dessen, was man isst, ist Ausdruck des persönlichen Lebensstils (Freedman 2007: 17). Essen ist ein „totales soziales Phänomen“, um es mit den Worten von Marcel Mauss (1950) auszudrücken. Es wirkt in alle Lebensbereiche hinein und der Esser macht Aussagen über sich selbst. Nicht nur das Essen an sich, sondern auch die Art zu essen, der Ort, der Zeitpunkt und der Grund des Essens zeigen, wer und was der Esser ist und auch wer oder was er sein möchte. Essen ist nicht nur ein körperlicher, sondern auch ein intellektueller Akt (Parkhurst Ferguson 2004: 15–16).

Das Essen selbst wird durch den Konsumakt zerstört und zu einer flüchtigen und persönlichen Erfahrung. Es bedarf der Formalisierung des Konsumakts, die aus der flüchtigen eine länger anhaltende Erfahrung und aus dem individuellen und intimen Erlebnis ein soziales und öffentliches macht. Simmel konstatiert, dass die gemeinsame Mahlzeit das Essen als „Ereignis von physiologischer Primitivität und unvermeidlicher Allgemeinheit in die Sphäre gesellschaftlicher Wechselwirkung und damit überpersönlicher Bedeutung hebt“ (2009: 156) und somit einen sozialen Wert verleiht. Parkhurst Ferguson versteht unter Formalisierung eine Intellektualisierung und Ästhetisierung des Konsumakts, durch die eine textbasierte kulinarische Kultur entsteht: „Whereas food calls for eaters, a culinary culture contends with a different sort of consumer, the reader-diners whose consumption of texts rivals their ingestion of food“ (2004: 17). Kulinarische Kultur begreift den Essenden demnach nicht als rein sinnlichen Konsumenten, sondern als jemanden, der sich über die Geschmackserfahrung hinaus auf einer abstrakten Ebene mit seinem Essen beschäftigt. Essen wird nicht nur körperlich, sondern auch geistig aufgenommen. Die *Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, die Denis Diderot und Jean Baptiste le Rond d’Alembert publizierten, führt unter dem Stichwort Gourmandise folgende Überlegung des griechischen Dichters Kallimachos von Kyrene auf: „Alles, was ich meinem Bauch gegeben habe, ist verschwunden, und ich habe die Nahrung, die ich meinem Geist gegeben habe, konserviert“ (Jaucourt 2011: 754, *Tout ce que j’ai donné à mon ventre a disparu, & j’ai conservé toute*

la pâture que j'ai donnée à mon esprit). Lemke (2007: 184) fasst dies unter dem Begriff der ‚gastrosophischen Sinnlichkeit‘ zusammen.

Der griechische Philosoph Epikur gilt für Lemke als Vorbild und Vorreiter eines gastrosophischen Geschmacksbegriffs: durch die Verbindung von physiologischer und kulinarischer Ästhetik entsteht ein gastrosophischer Hedonismus, „der den *Sinn für Geschmack* als das Resultat und Glück einer kulinarischen Lebenskunst begreift“ (2007: 167, Hervorhebung der Autorin). In seiner Beschäftigung mit der kulinarischen Ästhetik, die er „Essthetik“ (Lemke 2007: 177) nennt, um sie von allgemeinen, essensunabhängigen Geschmacksfragen abzugrenzen, unterscheidet Lemke zwischen reiner Gaumenfreude, die jeder beim Essen empfinden kann und einem kulinarischen Vergnügen, das intellektuelle und ästhetische Aspekte des Essens einschließt. Johnston und Baumann (2010: 207) ergänzen, dass die Festlegung ästhetischer und geschmacklicher Qualitäten von Essen eine soziale Konstruktion ist. Was als köstlich oder unappetitlich, als banal oder aufregend gilt, wird durch einen kulturellen und sozialen Filter festgelegt. Der Konsumakt wird auf diese Weise formalisiert. Raulff pflichtet dem bei: „[Geschmack] ist kein passiver Rezeptor, sondern ein aktives, reiches Generationsfeld, auf dem etwas erlebt, erzeugt und transformiert wird“ (1982: 250). Der gute Geschmack wird kultiviert und befindet sich immer in einem Balanceakt zwischen Ekel und Genuss (Raulff 1982: 249).

Essgewohnheiten unterscheiden sich von Gesellschaft zu Gesellschaft, und auch innerhalb einer Gesellschaft findet eine Differenzierung statt. Goody (2005: 58) thematisiert die Beziehung von Essen und Gesellschaft im Allgemeinen und stellt fest, dass Kultur auch in kulinarischer Hinsicht differenziert ist. Er bemerkt Unterschiede zwischen privaten und öffentlichen Formen des Kochens, aber auch regionale und hierarchische Differenzierungen. Es gibt die hohe Kochkunst, die Haute Cuisine, und demnach auch ihr Gegenstück, die einfache Küche. Die hohe Kochkunst verbindet er mit den Produzenten des Essens. Mintz (1989) sieht die Haute Cuisine als Ausdruck einer privilegierten Gesellschaftsgruppe, das gleiche gilt für die Gastronomie. In der Gourmetkultur finden sich sowohl die Haute Cuisine als auch die Gastronomie wieder. Die Begriffe der Gastronomie und des Gastronomen gehen in dieser Arbeit über das alltägliche Verständnis im Sinne von Restaurant und Restaurantinhaber hinaus. Die Haute Cuisine steht für ein kulinarisches Produkt, die Gastronomie für einen Konsumakt und den „systematic, socially valorized pursuit of culinary creativity“. Der Begriff der Gastronomie umfasst damit auch den Konsumenten (Parkhurst Ferguson 2004: 84). Die Haute Cuisine ist auch als Bankett im privaten Bereich möglich, die Gastronomie rezipiert die Haute Cuisine und beinhaltet Kritik, Kommentar, Diskurs. Sie benötigt

damit einen öffentlichen Raum, um ihrerseits rezipiert zu werden. Die Gastronomen sind an der Etablierung eines geschmacklichen Kanons für die Gourmetkultur beteiligt. Gleichermaßen besitzen sie auch eine demokratisierende Funktion und tragen diesen Geschmackskanon in die Gesellschaft (Mennell 2003: 247).

Wie aber entsteht die hohe Kochkunst, die die Voraussetzung für die Gastronomie und damit die Gourmetkultur ist? Mintz (1989: 186–187) definiert eine Abfolge von Kochen (cooking), Küche (cuisine) und hoher Kochkunst (haute cuisine), wobei die hohe Kochkunst aus der einfachen Küche resultiert. Eine Gesellschaft ohne einfache Küche bildet keine hohe Kochkunst aus. Diaconu (2005: 378) konstatiert, dass Kochen erst dann zur Küche und zur Kochkunst werden kann, wenn es um seiner selbst willen praktiziert wird und keine Notwendigkeit mehr darstellt. Voraussetzung für die Entstehung einer Küche und letztlich auch der hohen Kochkunst ist, dass Essen in einer Gesellschaft als Mittel gesehen wird, den Status und den Genuss zu steigern. Die Einstellung gegenüber dem Essen ist dann eine gesellschaftlich ganzheitliche: „it shifts the meaning of ‚cuisine‘ from segment to society, from an intracultural to a holistic characterization“ (Mintz 1989: 189). Freeman (1977: 145) konstatiert mit Blick auf die chinesische Küche, dass die Entstehung einer hohen Kochkunst von folgenden Faktoren abhängt: Erstens müssen vielfältige Zubereitungs- und Anbaumethoden sowie Zutaten in großen Mengen vorhanden sein. Zweitens müssen sich regionale Küchen überschneiden. Drittens muss ein Publikum aus kritischen und abenteuerlustigen Konsumenten vorhanden sein. Viertens muss die Freude am Genuss wichtiger sein als ritualistische oder regionale Konventionen.

Parkhurst Ferguson konzentriert sich bei ihrer Unterscheidung zwischen Kochen (cooking) und Küche (cuisine) auf den sozialen Aspekt des Essens: „Where cooking humanizes food by making it fit for human consumption, cuisine socializes cooking“ (2004: 17). Kochkunst ist sozialisiertes Kochen und Kochkunst wird zu einem Erlebnis. Vielmehr noch wird Kochkunst zu einem öffentlichen Erlebnis, sie findet in einem öffentlichen Raum statt. Parkhurst Ferguson (2004: 19, 105) argumentiert weiter: während Kochen immer an einem bestimmten Ort stattfindet, ordnet sie Kochkunst einem kulturellen, diskursiven Raum zu, den sie gastronomisches Feld nennt. In diesem Raum werden das materielle Produkt, das Nahrungsmittel oder Gericht, und seine intellektuellen und ästhetischen Nebenprodukte miteinander in Verbindung gebracht. Wie Lemke konstatiert, funktioniert der kulinarische Geschmack auch ohne das konkrete Schmecken: „geschmackliche Wahrnehmung [beruht] auf recht komplexem Wissen und detailreichen Sachkenntnissen, gewissermaßen auf einer eigenen, essthetischen Wissenschaft“ (2007: 171). Lemke

entwickelt damit einen metaphorischen Geschmacksbegriff, der über das rein physiologische Geschmackserlebnis hinausgeht. Dabei wird die sinnliche Geschmackserfahrung nicht minder wichtig. Lemke betont die Ästhetisierung des Essens: „Ästheten bestimmen den Sinn fürs Kulinarische nicht über das funktionelle Interesse an der Sättigung, sondern ‚rein‘ über die Lust an seinem gutem Geschmack“ (2007: 177). Er macht deutlich, dass auch der Ästhet durch den Verzehr des Essens gesättigt wird, bei ihm aber Lust und Geschmack im Vordergrund stehen (2007: 177–178).

Die Gourmetkultur braucht beides: das materielle Produkt auf der einen Seite sowie das intellektuelle und ästhetische Produkt auf der anderen, den Genuss sowie die Inszenierung und Reflexion des Genusses. Johnston und Baumann (2010) stellen in ihren Betrachtungen zur heutigen Gourmetkultur in den USA fest, dass der (gute) Geschmack im Zentrum des Interesses des Gourmets steht. Alle intellektuellen Tätigkeiten – die Kritik am und Diskussion über das Essen, Wissensaneignung, die Essensauswahl oder die Art und Weise der Nahrungsaufnahme – haben den Geschmack als letzten Referenzpunkt. Die Bewertung des Geschmacks unterliegt wiederum Kriterien, die durch die Inszenierung und Reflexion des Konsumaktes bestimmt werden. Die Inszenierung beinhaltet Parkhurst Fergusons (2004) Merkmale von Intellektualisierung und Ästhetisierung. Die Ritualisierung ist meiner Ansicht nach ein weiteres Merkmal der Inszenierung. Die Reflexion beinhaltet die Professionalisierung, Institutionalisierung und Spezialisierung der kulinarischen Kultur.

Ich habe Inszenierung und Reflexion als zwei Charakteristika der Gourmetkultur ausgemacht. Die dritte Eigenschaft, die aus dem Vorgang des Kochens nicht nur Kochkunst macht, sondern hohe Kochkunst, ist die soziale Distinktion. Mintz (1989: 186) konstatiert, dass Distinktion durch Einschränkung der Konsumenten, Verfügbarkeit besonderer Produkte – die ersten, letzten oder besten Früchte einer Saison –, die Art der Zubereitung, die Anzahl der Köche oder die Menge an Essen ausgedrückt werden kann. Er begreift das hohe Niveau (hauteness) der Küche als Zeichen des elitären Status des Konsumenten der Haute Cuisine. Trubek (2000: 145) ergänzt, dass nicht nur der elitäre Status des Konsumenten ausschlaggebend für das Distinktionspotential der Haute Cuisine ist, sondern auch die „identity of those who cook and serve, and the expertise that makes the cooks masters of hauteness“. Hier müssen meiner Ansicht nach die Produzenten der Nahrungsmittel – der Bauer oder Fischer, aber auch der Lebensmittelproduzent – und die Hersteller von Koch- sowie Essutensilien ergänzt werden. Alle Akteure tragen bewusst zur Gourmetkultur bei, indem sie ihr Handeln inszenieren und reflektieren und damit Distinktion auch innerhalb ihres eigenen Metiers schaffen.

Während Inszenierung und Reflexion aus der Küche die Kochkunst machen, sorgt die soziale Distinktion dafür, dass aus Kochkunst hohe Kochkunst und damit Gourmetkultur wird. Im Laufe der Zeit wandeln sich die Lebensmittel und Gerichte sowie die Akteure, die zur Gourmetkultur gehören. Trotzdem lassen sich Kontinuitäten feststellen, die ich mit den oben genannten Begriffen beschrieben habe und auf die ich im Folgenden detailliert eingehen werde. Die Trennung zwischen Distinktion, Inszenierung und Reflexion ist eine rein analytische, da beim Betrachten der historischen und zeitgenössischen Umstände in Japan immer wieder Überschneidungen zu finden sind. Zunächst werde ich mich mit der Begriffsgeschichte des Gourmets sowie der Entwicklung einer Gourmetkultur im europäischen Kontext auseinandersetzen. Im Laufe der Arbeit wird deutlich werden, dass der europäische und der japanische Gourmet sich in vielen Aspekten gleichen, aber auch Unterschiede aufweisen.

2.1 VON GASTRONOMEN, GOURMETS UND FOODIES – EINE BEGRIFFSGESCHICHTE

Im Folgenden soll der Gourmet und der Diskurs, der ihn umgibt und den ich in dieser Arbeit mit dem Begriff der Gourmetkultur umschreibe, genauer charakterisiert und kategorisiert werden. Die Freude am guten Geschmack steht zwar im Zentrum des Interesses, macht aber einen Esser noch nicht zum Gourmet. Gourmetkultur zeichnet sich dadurch aus, dass die Nahrungsaufnahme zu einem öffentlichen Akt wird, der mit sozialer, kultureller und symbolischer Bedeutung aufgeladen ist. Der Gourmet wird in dieser Arbeit als ein Genießer betrachtet, der sein Essen inszeniert und reflektiert und sich auf diese Weise einer gehobenen sozialen Gruppe zuordnet. Um die japanischen Begrifflichkeiten im internationalen, französisch dominierten Gourmetbegriff einordnen zu können, erläutere ich im Folgenden die Genese des europäischen Feinschmeckervokabulars.

Eine Beschäftigung mit dem Thema Gourmetkultur beginnt unweigerlich in Frankreich. Trubek (2000: 3) konstatiert, dass in Frankreich die Kochkunst als kulinarische Profession erfunden wurde. Die Gourmetküche entwickelte sich dort zusammen mit der professionellen Kochkultur. Der Begriff des Gourmets existiert zwar seit dem 14. Jahrhundert (Parkhurst Ferguson 1998: 602), wurde aber nicht im Bereich des Feinschmeckertums verwendet. Er leitet sich vom französischen Wort ‚gromet‘ ab, das einen Diener bezeichnet (Room 1986: 74). Zunächst war der Begriff des Gourmands gebräuchlich. Nach Sichtung etymologischer Wörterbücher ist festzustellen, dass die beiden Begriffe Gourmand und Gourmet begriffsgeschichtlich nicht miteinander zu-

sammenhängen. Der zeitliche Ursprung des Begriffes Gourmand ist nicht bekannt. Er gilt als jemand, der das Essen über alle Maßen liebt (Room 1986: 74). Er ist ein Schlemmer oder Vielfraß (Harper 2001–2017). Ein modernes Verständnis des Gourmets gibt es seit dem 18. Jahrhundert (Parkhurst Ferguson 1998: 602). In Japan entwickelte sich zur gleichen Zeit, völlig unabhängig vom europäischen Diskurs, ebenfalls eine moderne, bürgerliche Gourmetkultur mit ihren entsprechenden Begrifflichkeiten. Modern heißt in diesem Kontext, dass der Geschmack von religiösen und traditionellen Einschränkungen und Bewertungen sowie vom aristokratischen Kontext gelöst wurde. Bevor der Gourmet zum Genießer wurde, war der Begriff religiös konnotiert: geschmackliches Vergnügen wurde mit Völlerei gleichgesetzt.

Seit dem Anfang des 18. Jahrhunderts wurde das gute Essen und der Geschmack schließlich als ein Gut an sich erachtet und der Geschmack wurde von religiösen, symbolischen oder medizinischen Diskursen getrennt (Parkhurst Ferguson 1998: 607). Die negative Bewertung blieb bestehen. Jaucourt beschreibt die ‚Gourmandise‘ – noch als Schlemmerei verstanden – in Diderots ‚Encyclopédie‘ als „amour rassiné & desordonné de la bonne-chere“ (Jaucourt 2011: 754), als ‚kultivierte und ungeordnete Liebe für das Gute und Teure‘. Der Gourmand, der die Gourmandise praktiziert, verkörpert zwei gegensätzliche Eigenschaften: einerseits ist er kultiviert, andererseits ist er ungeordnet und übermäßig. Jaucourt konstatiert, dass die Gourmandise ein Merkmal von Ländern ist, in denen Luxus und Eitelkeit von Lastern zu Tugenden werden und es einer ausgefeilten Küche bedarf, um die Wünsche des Gourmands zu befriedigen. Parkhurst Ferguson dagegen bemerkt, dass die Gourmandise ihre Lasterhaftigkeit behielt und in der gesellschaftlichen Wahrnehmung des 18. Jahrhunderts lediglich aus einer individuellen Sünde ein gesellschaftliches Laster wurde (Parkhurst Ferguson 2004: 90).

Genussvolles Essen wurde zu Beginn des 19. Jahrhunderts durch einen anderen Begriff positiv konnotiert: die Gastronomie. Sie machte das Essen zu einer Kunst und Wissenschaft. Während der Gourmand jemand war, dessen Laster seine Lust nach Essen war, wurde der Gastronom als jemand verstanden, der nicht nur gerne gut isst, sondern gutes Essen auch zu schätzen weiß. Der Gastronom als Konsument von raffiniert zubereitetem Essen wurde zu einem neuen sozialen Status (Parkhurst Ferguson 1998: 602, 609). Mennell (2003: 251) betrachtet den Gastronomen als urbanes Phänomen, dessen Rolle im Gegensatz zur traditionellen ländlichen Selbstversorgung steht. Die Angebote der Stadt ermöglichten es ihm, aus einer Vielzahl von Speisen eine Auswahl zu treffen. Er trug zur Geschmacksbildung der Gesellschaft bei, indem er bei der Speisen-

auswahl sein Augenmerk auf kulinarische Abgrenzung und Schaffung von Delikatessen legte.

Larousse (1872a: 1067) charakterisiert in seinem ‚Grand Dictionnaire universel‘ den Gastronom – genau wie Jaucourt den Gourmand – als denjenigen, der das gute Teure mag und zu schätzen weiß, wobei der Gourmand zwar als ein Liebhaber des guten Essens gilt, aber mit Gier und Zügellosigkeit isst (Larousse 1872b: 1397). Die Gastronomie hingegen sieht er als eine soziale Praxis an, die Nahrungsmittel anhand ihrer Qualitäten klassifiziert, ihre Zubereitung analysiert und kulinarische Werte eines Landes vermittelt. Er charakterisiert die Gastronomie zudem als politisches Medium, da keine politische Entscheidung ohne ein Bankett getroffen wird, Siege mit Banketten gefeiert werden (Larousse 1872a: 1067). Der Gastronom wird damit auf eine höhere Stufe gestellt als der Gourmand, den Larousse als zügellosen und individuellen Genießer von Luxus beschreibt (Larousse 1872b: 1397). Der Gastronom kultiviert nicht nur den feinen Geschmack, er reflektiert ihn auch und gibt ihn an andere weiter, indem er ihn publiziert (Mennell 2005: 240). Parkhurst Ferguson bringt es auf den Punkt: „The gourmand has only a belly, whereas the gastronome has a brain“ (2004: 91).

Ungeachtet der obigen Beispiele bekam der Gourmand – und im englischen Sprachgebrauch der Epikur – im 19. Jahrhundert nicht nur negative Charakterisierungen. Die Begriffe des Gourmand und des Gastronomen wurden nicht so scharf voneinander abgegrenzt, wie es in der heutigen Literatur erscheint. Alexandre Grimod de la Reynière (1758–1837) publizierte ab 1803 seinen ‚Almanach des Gourmands‘. Er distanziert seinen Gourmand von den negativen Bildern des aufgedunsenen, aristokratischen Schwächlings oder des animalistischen, vulgären Vielfraßes. Er schuf vielmehr eine neue Figur: „concerned not with the satiation of mere hunger, but with the provocation of educated appetite, Grimod’s gastronome [or gourmand] was a new character – the virile, healthy, tasteful eater – in a new world“ (Spang 2000: 158). Sein Gourmand pflegt einen kultivierten Geschmack für die Freuden des Tisches (Mennell 2005: 240). Grimod (1805: vi-vii) ist der Meinung, dass der Gourmand mit den Attributen Appetit, Geschmack und Gelehrtheit gekennzeichnet ist. Analog zum oben beschriebenen Gastronomen verbindet er das sinnliche Vergnügen mit einer intellektuellen Beschäftigung. Gleichwohl beschreibt Grimod den Gourmand als jemanden mit großem Appetit, wobei er diesen Umstand nicht als Laster ansieht. Dem Gourmand gelingt es vielmehr, durch seine Speisenwahl, Reflexion und Sinnlichkeit sowie sein Talent zur Unterhaltung zwischen den Gängen dafür zu sorgen, dass ihm sein großer Appetit verziehen wird. Dass er bei jeder Gelegenheit auf diese Weise handelt, zeichnet den wahren Gourmand aus. Obwohl das Ox-

ford *English Dictionary* im 19. Jahrhundert den Gourmand ähnlich beschreibt wie Grimod, stellt Mennell (2005: 240) fest, dass der Begriff Gourmand im englischen Sprachgebrauch bis heute pejorativ im Sinne von Völlerei verwendet wird, während der Gourmet als eine Person mit kultiviertem Geschmack, als Feinschmecker gilt.

Im Laufe des 19. Jahrhunderts löste der Begriff des Gourmets die beiden bis dahin gebräuchlichen Termini Gastronom und Gourmand weitgehend ab. Der Gourmet ist der Nachfolger des Gastronomen: er ist ein Kenner von Essen und Trinken (Harper 2001–2017). Gegen Ende des 19. Jahrhunderts verschwindet der Begriff des Gastronomen in englischsprachigen Wörterbüchern und Abhandlungen. Stattdessen beinhaltet der Begriff des Gourmets alle Merkmale eines Gastronomen, seine Abgrenzung zum Gourmand eingeschlossen. Brewer unterscheidet die beiden in seinem *Dictionary of Phrase and Fable* folgendermaßen: „The *gourmand* is one whose chief pleasure is eating; but a *gourmet* is a connoisseur of food and wines. In England the difference is this: a *gourmand* regards quantity more than quality, a *gourmet* quality more than quantity“ (2000 [1898], Hervorhebung des Autors). Er sieht im römischen Apicius einen Prototypen des Gourmands: Dieser beging Selbstmord, nachdem er durch finanzielle Einbußen gezwungen war, seinen luxuriösen Ernährungsstil einzuschränken. Hamerton siedelt den Gourmand zwischen dem Gourmet und dem Vielfraß an. Während der Vielfraß sein Essen unachtsam in sich hineinstopft, ist der Gourmet seiner Meinung nach ein Produkt der Zivilisation: Der Gourmet isst die richtige Menge, er bevorzugt eine Zubereitung, bei der sich sein Geschmack auf die Hauptzutat konzentrieren kann, und er weiß alles zu schätzen, von Austern bis zu einfachem Wasser. Frankreich ist für ihn der Ursprungsort des Gourmets (1891: 249–251).

Der Begriff des Gourmets dient bis heute als Bezeichnung für einen Feinschmecker. Seit den 1980er Jahren etablierte sich im englischsprachigen Raum – besonders in den USA – eine weitere Bezeichnung für einen Gourmet: der Foodie. Sowohl das Spektrum der Speisen, die dem Gourmetbereich zugeordnet werden, als auch das der Akteure des von Parkhurst Ferguson (2004) so betitelten gastronomischen Feldes haben sich mit dem Foodie erweitert. Aus einem snobistischen Diskurs ist eine omnivore Ausrichtung geworden (Peterson 1992; Peterson 1996; Johnston and Baumann 2007, 2010). Während der Snobismus genau definiert, welche Produkte im Falle der kulinarischen Kultur zum Spektrum der Gourmetkultur gehören, erweitert sich dieses Spektrum mit der Entwicklung zum Omnivorentum; der Gourmet wird zum Allesesser – ohne dass dies zu achtloser Völlerei führt. Die omnivore kulinarische Kultur ist keine beliebige Kultur, die alles aufnimmt. Aber sie zeichnet sich durch eine

generelle Offenheit aus, alles wertzuschätzen, sofern bestimmte Kriterien erfüllt sind (Peterson 1996: 904). Barr und Levy zeichnen in ihrem 1984 erschienenen Foodie Handbuch folgendes Bild: Ein Foodie ist sehr an Essen interessiert, er redet bei jeder Gelegenheit über das Essen und hält dies nicht für trivial:

„Foodies are the ones talking about food in any gathering – salivating over restaurants, recipes, radicchio. [...] The way to tell a Foodie is by listening. The mouth will declare its passion. To hear a Foodie talk to another Foodie is like overhearing lovers. Lots of little hums, lip-smacking – mmmm puh puh puh puh. Cries of ‘Yes! Yes!’ All that is happening is that they agree on Harrods’ cheese department [...] The Foodie *thinks* about eating. The Foodie *talks* about eating. The *unexamined meal* is not worth eating“ (1984: 6–7, Hervorhebungen der Autoren).

Ein Foodie verbindet demnach genau wie der Gourmet den materiellen Genuss mit dem geistigen Konsum von Lebensmitteln. Im Selbstverständnis des Foodies fehlt aber die elitäre Komponente, mit der der Gourmet assoziiert wird. Ein Foodie will sich laut Weston (2006) nicht sozial abgrenzen, jeder kann ein Foodie sein. Auch ein Foodie benötigt aber – wie der Gourmet – kulturelles und ökonomisches Kapital, um seinem Interesse nachzugehen. Barr und Levy gehen analog zu Bourdieu (1987 [1979]) davon aus, dass der Foodie aus ambitionierten Schichten stammt, da diese eben jenes kulturelle Kapital besitzen: „They know how to exercise and bran“ (Barr and Levy 1984: 6). Johnston und Baumann (2010) stellen weiter fest, dass der Idee des Foodies durch seine omnivore Ausrichtung zwar eine demokratisierende Tendenz zugrunde liegt, er sich aber auch von anderen abgrenzt und einer sozial höheren Gruppe zuordnet. Es gibt also Zugangsvoraussetzungen zur Statusgruppe der Foodies.

Die Zugangskriterien für die soziale Gruppe sind hier genau wie beim Gourmet oder dem Gastronomen die Teilhabe an einem öffentlichen kulinarischen Raum, die Fähigkeit, Essen zu bewerten sowie die Aneignung und Weitergabe von Wissen. Genau wie Gourmet und Gastronom ist der Foodie ein kulinarischer Feinschmecker und Kenner, er isst gerne und philosophiert über das Essen – er ist ein Essthet, um den Begriff der Essthetik von Lemke (2007) abzuwandeln. Barr und Levy (1984: 7) schreiben, dass Foodies Produkte des Konsumbooms sind, die Essen wie eine Mode behandeln, während der Gourmet als reicher, männlicher Feinschmecker angesehen wird, für welchen Essen eine Leidenschaft ist. Ich sehe auf dieser Ebene keinen großen Unterschied. Auch und gerade für Foodies ist Essen Leidenschaft. Die Speisekarte der Gourmets wandelt sich zwar nicht so oft und so schnell wie die der Foodies, aber in Stein gemeißelt

sind auch die Gourmetspeisen nicht. Mir ist ein anderer Punkt wichtig: Im Unterschied zum Gourmet, oder spezieller, dem Gastronomen geht der Foodie seiner Passion in seiner Freizeit nach und nicht professionell. Der Foodie steht damit auch zwischen der Kochkunst der Berufsköche und der anonymen, volkstümlichen Küche (Revel 1979: 15). Er weiß beides gleichermaßen zu schätzen und schafft eine Verbindung zwischen beiden.

Dieser analytischen Unterscheidung von Gourmet und Foodie zum Trotz leisten alle Akteure ihren Beitrag zum Diskurs um die Gourmetkultur. Er ist das Produkt eines gemeinsamen Wirkens von kulinarischen Produzenten auf der einen Seite – Köche, Gastronomen, aber auch Landwirte und Hersteller – und kulinarischen Konsumenten – Feinschmecker wie Gourmets und Foodies, Restaurantkritiker, Kulinarikforscher – auf der anderen Seite. Der Begriff des Feinschmeckers entwickelte sich damit vom Gourmand, dem die Völlerei nachgesagt wird, über den Gastronomen, der als Gegenentwurf zum schlemmenden Gourmand entstand, bis zum Gourmet. Dieser Genießer mit seinem kultivierten Geschmack existiert heute parallel zum weniger ernsthaften Foodie, der die Feinschmeckerei aus reiner Freude am Essen betreibt, ohne einen beruflich professionellen Anspruch an sie und sich selbst zu erheben. Im Folgenden beschäftige ich mich mit dem Gourmetdiskurs, an dem diese Akteure teilhaben. Ich definiere den Diskurs anhand von drei Charakteristika: Distinktion, Inszenierung und Reflexion. Bei der Erörterung dieser Kategorien greife ich zur Verdeutlichung gelegentlich auf Beispiele aus Frankreich und Japan zurück. Die drei genannten Kategorien werden von einem kulinarischen Rahmen umgeben, den ich am Ende des Kapitels beschreibe: auf der einen Seite stehen Pracht, Innovation, Kunstgriff und Exotik, auf der anderen Seite Einfachheit, Tradition, Integrität und Nostalgie.

2.2 DIE DISTINKTION

Merkmale, die die Gourmetkultur charakterisieren, dienen letztendlich zur Abgrenzung von anderen Formen der Mahlzeit, die wie beispielsweise das häusliche Abendessen ebenfalls eine soziale Komponente beinhalten und nicht alleine der Sättigung dienen. Schivelbusch bemerkt, dass Schmecken nicht nur ein sinnlicher, sondern auch ein (unbewusster) sozialer und kultureller Akt ist. Geschmäcker bekommen eine symbolische Bedeutung, sodass „soziale Beziehungen, Machtverhältnisse, Reichtum, Prestige und allerlei Phantasien [...] ‚geschmeckt‘ [werden]“ (1990: 17). Douglas (1997: 36) beobachtet ebenfalls eine Ver-

bindung von Speisen und sozialen Beziehungsmustern. Sie versteht die Speise als Code, der Auskunft über Hierarchien, Inklusions- und Exklusionsprozesse sowie Grenzziehung und die Übertretung dieser Grenzen gibt. Den Begriff des Codes führt sie auf Barthes (1967) zurück, der die linguistische Codierung sozialer Ereignisse als Methodik verwendet. Douglas (1997) wendet dies für den Bereich des Essens im Allgemeinen an und konstatiert, dass Essenskategorien wie Speisen oder Getränke, Sonntagsbraten oder Alltagsessen unterschiedliche Ausdrücke der beiden Pole Intimität und Distanz beziehungsweise Ausgelassenheit und Formalität sind und auf diese Weise unterschiedliche Beziehungsmuster darstellen. Die Akteure der Gourmetkultur grenzen diese zu alltäglichen Formen der Mahlzeit ab. Dabei spielen auch die soziale Distinktion und Hierarchiebildung eine Rolle, die die Akteure mit einem speziellen sozialen Status ausstattet und andere vom Zugang zu diesem Status ausschließt.

Soziale Distinktion kann durch Tabuisierung bestimmter Nahrungsmittel oder Gerichte für bestimmte Bevölkerungsgruppen erreicht werden. Falk (1994: 79) merkt mit Verweis auf Bourdieu an, dass ausgehend von der globalisierten Modernität solche Tabusysteme in ein weicheres Distinktionssystem transformiert wurden. Hier herrschen implizite oder explizite Regeln, die das Gute und das Schlechte, das Hohe und das Tiefe, das Essbare und das zu Vermeidende regeln. Bourdieu (1987 [1979]: 189, 575) stellt mit Blick auf das Frankreich der 1960er Jahre fest, dass die Essenspräferenz regionale sowie Geschlechter- und Klassendifferenzen reflektiert. Die individuellen Geschmäcker seien beeinflusst von Klasseninteressen, vom Einkommen, vom Beruf, von den Erholungsarten des Einzelnen – mit anderen Worten, von den Formen des Kapitals, die Bourdieu definiert: ökonomisches, kulturelles, soziales sowie symbolisches Kapital. Er stellt fest, dass Angehörige der oberen gesellschaftlichen Schichten, höhere Angestellte und Akademiker, häufiger in Restaurants gehen und häufiger fremde Küchen probieren als Angehörige niedrigerer Schichten und damit alle Formen des Bourdieu'schen Kapitals verwenden und ansammeln. Finkelstein bestätigt den Zusammenhang zwischen Restaurantbesuchen und Distinktionsbestrebungen: „at the more exclusive bistros, pleasure may accrue from the diner's use of the event to suggest the personal possession of culturally valued characteristics such as wealth, fine taste and *savoir faire*“ (Finkelstein 1989: 2, Hervorhebung des Autors). Parkhurst Ferguson (2004: 89) sieht das Restaurant ebenfalls als einen Raum an, in dem Status in Form von ökonomischem und kulturellem Kapital gezeigt und bestätigt wird: alle Dinierenden zählen sich zu einer kulinarischen Elite, während die nicht Dinierenden davon ausgeschlossen sind.

Falk erklärt diesen Prozess der Inklusion und Exklusion damit, dass der Esser durch den Verzehrakt in eine Gemeinschaft oder Statusgruppe aufgenommen wird. Er nimmt an einer „imaginary alimentary communion“ (1994: 85) teil, analog zur imaginierten Gemeinschaft einer Nation nach Anderson (1996). Zur Zeit Brillat-Savarins (2005) bestimmte noch die Zugehörigkeit zu einer Berufsgruppe den Zugang zur Gourmetkultur. Heute spielt der Beruf eine untergeordnete Rolle. Staguhn konstatiert, dass der heutige Feinschmecker den Zugang zur Statusgruppe der Gourmets ebenfalls als sein Privileg ansieht, das nun von ökonomischem und kulturellem Kapital abhängt: „der kunstvoll arrangierte Zauber [in Delikatessenläden] ist zwar für die Augen aller da, doch nur für die Mänder weniger“ (1993: 294). Er fügt hinzu, dass der Gourmet den hohen Preis und die Besonderheit der Speisen auch deshalb akzeptiert, weil er sich dadurch selbst besonders, wohlhabend und mächtig fühlt. Das kulturelle Kapital wird vor allem durch Wissen erworben (Staguhn 1993: 299). Freedman (2007: 15) stellt fest, dass das kulinarische Vergnügen eines Gourmets vom Wissen und den Kenntnissen kommt, die er besitzt und durch die er sich von anderen abgrenzen kann, die nicht zur Gruppe der Gourmets gehören.

Johnston und Baumann (2007, 2010) erörtern mit Blick auf den heutigen Diskurs der so genannten Foodies, dass das Omnivorentum durchaus ein demokratisierendes Element beinhaltet. Der Foodie greift nicht mehr auf ein festes Repertoire an Speisen zurück, sondern ist offen gegenüber verschiedenen Küchen. Diese Einstellung ist gegensätzlich zum Snobismus, der bestimmte Küchen oder Lebensmittel generell ausschließt. Trotzdem wird die soziale Distinktion damit nicht unwichtig. Es verändert sich die Art und Weise, wie kulturelles Kapital ausgedrückt wird und wie Grenzen gezogen werden (Peterson 1996: 904). „In the omnivorous era, cultural consumption that marks high status through a reliance on a few highbrow genres of culture is no longer effective“ (Johnston und Baumann 2007: 167). Der Foodie muss nicht mehr nur einzelne, fixierte Gerichte und Nahrungsmittel kennen, die zur Gourmetkultur gehören. Er muss vielmehr Kenntnisse zu verschiedenen Küchen unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen besitzen, um aus diesen eine Speisenauswahl zu treffen, die den Kriterien der Gourmetkultur entspricht. Auf diese Weise erreicht er soziale Distinktion. Soziale Distinktion wird durch Exklusivität hergestellt, was bedeutet, dass der Zugang und die Zugehörigkeit zur Gourmetkultur beschränkt werden. Die Zugangskriterien werde ich in den folgenden Abschnitten erörtern.

2.3 DIE INSZENIERUNG: VERSTAND, ÄSTHETIK UND RITUAL

Die Nahrungsaufnahme ist im Rahmen der Gourmetkultur keine bloße körperliche Notwendigkeit. Der Konsum von Nahrungsmitteln wird vielmehr inszeniert. Die Inszenierung zeichnet sich durch drei Merkmale aus, die ich im Folgenden genauer betrachten werde: Intellektualisierung, Ästhetisierung sowie Ritualisierung. Intellektualisierung bedeutet, dass der Akt des Essens als eine geistige Tätigkeit angesehen wird. Lemke (2007: 184, 187) spricht von der Gastrosophie und meint damit, dass der Mensch seinen Geschmackssinn zu einem philosophischen Sinn ausbilden kann. In seinem Konzept der ‚Essthetik‘ veranlasst der essthetische Sinn den Esser, beim Konsumakt die Speise nicht nur zu genießen, sondern auch wissbegierig zu sein oder seine bereits vorhandenen Kenntnisse anzubringen. Die gastrosophische Essthetik manifestiert sich in Texten sowohl über die Herstellung von Nahrungsmitteln und die Zubereitung von Gerichten als auch über deren Verzehr. Der ‚Text‘ als Medium der Gourmetkultur umfasst somit den geschriebenen Text genauso wie Bild- und Tonmedien sowie das Internet. Fernseh- und Radiosendungen oder Blogs gehören heute neben den klassischen Printmedien in den Textraum der Gourmetkultur.

Parkhurst Ferguson (2004: 19) betont, dass in der kulinarischen Kultur der körperlich sinnliche Genuss keineswegs vom geistig intellektuellen Genuss überlagert wird, sondern dass beide gleichrangig sind und sich gegenseitig bedingen. Die Vertextlichung hält die Konsumerfahrung fest und überführt die Materialität des Essens in den kulturellen, symbolischen, intellektuellen und ästhetischen Raum. Letztendlich trägt der kulinarische Diskurs mehr zur Festigung des Bildes einer Küche bei als das Essen selbst. Der Text verwandelt Essen in Kochkunst und den individuellen Konsumakt in ein kollektives Dinieren (Parkhurst Ferguson 2004: 83, 92). In die Beziehung zwischen dem Konsumenten und dem Koch tritt die des Schreibenden: „food talk trumps food preparation“ (ebd.: 83). Dennoch braucht der kulinarische Diskurs philosophische Abhandlungen genauso wie pragmatische Kochbücher, und er funktioniert nicht ohne die Gerichte und Nahrungsmittel, auf die er sich bezieht.

Das Frankreich des 19. Jahrhunderts stellt einen idealen Ausgangspunkt dar, um diesen Gedanken zu verdeutlichen. Im postrevolutionären Umfeld verlagerte sich die kulinarische Kultur vom privaten in den öffentlichen Bereich. Printmedien trugen dazu bei, die aristokratische Küche der vorhergehenden Jahrhunderte in eine bürgerliche Küche zu verwandeln, die eine breitere Öffentlichkeit einbezog. Einige Akteure haben im Zuge dieses Wandels zur Intellektualisierung der Kochkunst beigetragen. Der Koch Marie-Antoine Carême (1783–1833) gilt als Erfinder der französi-

schen Haute Cuisine. Er verfasste mehrere Kochbücher und trug auf diese Weise zur Verbreitung und Vereinheitlichung der Kochkunst bei, auch wenn er nicht im öffentlichen und kommerziellen Bereich tätig, sondern ausschließlich in Privathaushalten als Koch angestellt war (Parkhurst Ferguson 2004: 49, 62). Der Gastrosoph Alexandre Grimod de la Reynière charakterisierte in seinem 1803 bis 1812 erschienenen *Almanach des Gourmands* den Gourmand und machte ihn und das Essen in einem Restaurant salonfähig: „Repeatedly pushing food and cookery from the realm of quotidian necessity into that of delirious fantasy, the *Almanach des Gourmands* pronounced dinner a magical activity unlike anything else in daily life“ (Spang 2000: 151, Hervorhebung des Autors). Er gilt als einer der Gründungsväter des modernen gastronomischen Diskurses und damit als Erfinder der Restaurantkritik (Spang 2000: 152). Ein kurzer Vergleich mit Japan ist hier angebracht. Reise- und Restaurantführer für die großen Städte Edo, Kyoto oder Osaka oder die Hauptreiserouten erreichten in Japan bereits Mitte des 17. Jahrhunderts weite Verbreitung und eine große Leserschaft. Sie waren damit wesentlich früher verbreitet als in Frankreich.

In Frankreich war es nicht nur der eingangs zitierte Jean-Anthelme Brillat-Savarin (1755–1826), der mit seinem 1826 erschienenen Buch *Physiologie du goût* das Essen zivilisierte und sozialisierte, wie es Parkhurst Ferguson (2004: 31) darstellt. Während aber Grimod geradezu obsessiv nach dem feinen Geschmack sucht, ihn kategorisiert und bewertet, geht es Brillat-Savarin um die Freude am Genuss und Geschmack (Spang 2000: 167). Brillat-Savarin schreibt über das Essen, die Gastronomie, die Physiologie, die Geschichte oder die Geografie. Sein Buch wird zu einem „totemic gastronomic text“ (Parkhurst Ferguson 2004: 96). Neben einzelnen Nahrungsmitteln bietet er Definitionen von Hunger und Durst, Gourmand und Geschmack. Die Gastronomie behandelt er genauso als Wissenschaft wie die Sinne und die Verdauung (Brillat-Savarin 2005). Die Physiologie des Geschmacks soll kein Kochbuch sein – auch wenn im Buch eine Handvoll Rezepte aufgeführt sind – und auch keine Verhaltensregeln für den Gourmet aufstellen. Das Buch ist vielmehr eine wissenschaftliche Abhandlung über die Kochkunst und den kulinarischen Konsum. Brillat-Savarin spricht einen Konsumenten an, der das Essen mehr als kulturelles, denn als materielles Produkt ansieht. Sein kulinarischer Konsum ist nicht instrumentell, weil er indirekt über Texte konsumiert (Parkhurst Ferguson 2004: 96–97). Er ist ein Gourmet der Wörter (Barthes 2005: 18). Anders als Carême oder Grimod liegt bei Brillat-Savarin der Fokus nicht auf der Zubereitung oder dem Verzehr eines Gerichtes, sondern im Konsum des Textes über das Gericht. Er spricht von der „sozialen Feinschmeckerei [...], die die kostbare Qualität mit Scharfsinn behandelt, sie geschickt ausführt, mit Energie genießt und geistreich be-

urteilend genießt“ (Brillat-Savarin 2005: 98–99). Es geht ihm weniger um den Genuss als um die Reflexion und Bewertung des Genusses, die unabhängig vom direkten Konsum sind.

Der zweite Aspekt der Inszenierung ist die Ästhetisierung des Essens. Parkhurst Ferguson (2004: 20) stellt fest, dass der kulinarische Diskurs das Materielle zum Intellektuellen, Imaginierten, Symbolischen und Ästhetischen macht. Die Zuordnung der kulinarischen Kultur in den Bereich des Ästhetischen und der Kunst ist keine eindeutige. Korsmeyer (1999: 102) bemerkt, dass zwar der Geschmack zur Domäne des Ästhetischen hinzugefügt werden kann, der Akt des Essens und Trinkens aber keine Kunstform ist. Quinet stellt ebenfalls fest, dass „the culinary arts, one might claim, are indeed arts, but only when we use the term ‚art‘ in the sense of mere ‚craft‘“ (1989: 159). Diaconu (2005: 368) pflichtet diesen Aussagen bei, wenn sie bemerkt, dass die Kochkunst an die Grenzen der philosophischen Ästhetik stößt, die zwischen den hohen, schönen Künsten und den angenehmen und praktischen Künsten unterscheidet und die Kochkunst den Letzteren zuordnet. Die Kochkunst hat in dieser Betrachtungsweise von der generellen Ästhetisierung des Alltags profitiert. Diaconu räumt ein, dass für die Akteure der Gourmetkultur kein Zweifel an deren Zugehörigkeit zur Kunst besteht. In Frankreich war es der Koch Carême, der zu Beginn des 19. Jahrhunderts aus dem Küchenhandwerk eine künstlerische und intellektuelle Leistung machte. Obwohl er die Modernität seiner Haute Cuisine betonte, lehnte er die moderne Einrichtung der Restaurants aufgrund ihrer offenkundigen Kommerzialisierung des Kochens ab. Auch war er nicht der Meinung, dass sich seine Haute Cuisine in Restaurants entwickeln könne und ging davon aus, dass weiterhin ein privater Mäzen, der sich einen Koch leistet, nötig sei (Parkhurst Ferguson 2004: 61–62). Sein zur *Kochkunst* transformiertes Kochen trug dennoch zur Entwicklung und Verbreitung der Restaurants und der beruflichen Selbstwahrnehmung der Köche bei, sich als *Kochkünstler* zu sehen.

Die Ästhetik des Essens kann sich zum einen durch den (kulinarischen) Geschmack ausdrücken, und zum anderen durch seine äußere Form. Lemkes Essthetik beinhaltet bereits einen Verweis auf die Ästhetik. Neben dem Philosophieren und dem Wissen über den Geschmack rekurriert die Essthetik auch auf „die Ästhetik des kulinarisch guten Geschmacks“ (2007: 177–178). Lemke bezieht sich hier auf Kants (1922 [1790]) Argumente zum Geschmack. Ästhetische Haltung zeigt sich darin, dass eben nicht allein das Sättigungsgefühl zählt. Die ästhetische Einstellung zeigt sich in der „Lust an seinem guten Geschmack“ (Lemke 2007: 177). Neben diesem von Kant so genannten Sinnesgeschmack nennt dieser auch den Geschmack, der keinem Sinnesindruck, sondern einer empirischen Regel folgt. Hierbei nimmt er Bezug zur äußeren Form:

„Im Geschmack (der Auswahl) aber, d. i. in der ästhetischen Urtheilskraft, ist es nicht unmittelbar die *Empfindung* (das Materiale der Vorstellung des Gegenstandes), sondern [...] die *Form*, was das Wohlgefallen an demselben hervorbringt: denn nur die Form ist es, was des Anspruchs auf eine allgemeine Regel für das Gefühl der Lust fähig ist. Von der Sinnenempfindung, die nach Verschiedenheit der Sinnesfähigkeit der Subjecte sehr verschieden sein kann, darf man eine solche allgemeine Regel nicht erwarten. [...] Geschmack ist das Vermögen der ästhetischen Urtheilskraft, allgemeingültig zu wählen“ (1922 [1790]: 240–241, eigene Hervorhebungen).

Geschmack ist demnach zum einen eine subjektive Sinneserfahrung und zum anderen eine objektive Beurteilung. Die Lust oder das Wohlgefallen tragen zur Sinneserfahrung bei, während die Urteilkraft von der äußeren Form beeinflusst wird.

Die Form spielt auch in Bourdieus (1987 [1979]) Konzept der ästhetischen Disposition eine Rolle. Baumann und Johnston (2007: 198) verweisen auf Bourdieu, wenn sie von der Ästhetisierung des alltäglichen Konsums sprechen, die eine erhöhte Klassifizierung des Alltäglichen ermöglicht. Mit steigendem kulturellem Kapital nehmen auch die Fähigkeit und der Anspruch zu, nicht nur solche Objekte unter ästhetischen Gesichtspunkten zu betrachten, die bereits im allgemeinen Verständnis „ästhetisch konstituiert“ (Bourdieu 1987 [1979]: 62) sind. Vielmehr werden beliebige Objekte ästhetisch stilisiert (ebd.: 80). Bourdieus Vorstellung der ästhetischen Distanzierung beschreibt den Umstand, dass Form und Effekt über den Inhalt eines Werkes gestellt werden. Der Ästhet distanziert sich von anderen, indem er von der „Wahrnehmung ‚ersten Grades‘“ (ebd.: 68) Abstand nimmt. Im Falle der kulinarischen Kultur bewertet der Ästhet das Essen nicht mittels seines Geschmacks beim Verzehr, sondern mittels seiner äußeren Form. Die Akteure der Gourmetkultur nutzen die Ästhetisierung von Lebensmitteln aller Art, um diese für den Gourmetkonsum zu legitimieren (Johnston und Baumann 2007: 198). Die Ästhetisierung ermöglicht die Betrachtung von Essen – von der Produktion der Nahrungsmittel bis zur Zubereitung und zum Konsum von Gerichten – als Kunst. Das Essen wird gleichzeitig sozial aufgewertet: der Konsument zeigt sein kulturelles Kapital und erwirbt es im selben Moment. Lemke (2007: 178) betont, dass der ästhetische Genuss in der kulinarischen Kultur nicht vom lustvollen Genuss zu trennen ist. Die Ästhetisierung und Intellektualisierung des Geschmacks führen nicht zu einer rein theoretischen Gourmetkultur; beide sind vielmehr ohne die Geschmackserfahrung der Sinne nicht möglich. Lustempfinden und Theorie kommen zusammen.

Eine bedeutende Komponente der Tafelästhetik besteht in der Ritualisierung der Gesten (Diaconu 2005: 386). Die Ritualisierung stellt das dritte Merkmal der Inszenierung von Esskultur dar. Ein Ritual ist eine Handlung oder ein Handlungskomplex, der einem vorgegebenen Ablauf folgt und auf einen bestimmten Kontext beschränkt ist (Mischung und Köppling 2005: 316). Elias (1969b) konstatiert, dass sich mit zunehmender sozialer Differenzierung und Arbeitsteilung einer Gesellschaft standardisierte Umgangsformen herausbilden, die die einzelnen Schichten zur Identifizierung und Abgrenzung zu anderen Schichten nutzen und durch Sozialisierung weitergeben. Connerton (1989: 72, 82) hebt die Bedeutung von verkörperten Praktiken in Bezug auf das kulturelle Gedächtnis hervor. Seine Idee der Verkörperung des kulturellen Gedächtnisses durch sozialisierte Anstandsregeln wie Tischmanieren ist auch als Praktik sozialer Zugehörigkeit zu verstehen. Er verweist auf Elias (1969a), der sich mit der Mahlzeit als einen Bereich für soziale Umgangsformen beschäftigt. Das Ritual in der kulinarischen Kultur umfasst neben Etikette und Tischsitten auch die Zubereitung und Benennung von Gerichten sowie die Art und Weise, wie die oben beschriebenen Prozesse von Intellektualisierung und Ästhetisierung vonstattengehen. Tafelsitten bilden das Bindeglied zwischen der Ästhetik des Alltags und der hohen Kunst (Diaconu 2005: 387), wenn beispielsweise das Filetieren eines Fisches mit einem festgelegten Handlungsablauf zu einem normierten und künstlerischen Akt wird. Diese Kodierung trägt zur Ritualisierung in der Gourmetkultur bei.

Die Ethnologie beschreibt mit dem Begriff der Ritualisierung die Festschreibung, Stilisierung oder Stereotypisierung von Handlungsweisen (Schiefenhövel 2005: 316). Die hohe Kochkunst entsteht auch im Rahmen von Ritualisierung. Einerseits beinhaltet sie Kreativität und Innovation. Andererseits achtet sie auf Ordnung und Struktur (Parkhurst Ferguson 2004: 28–29). Sie braucht die (schriftliche) Kodierung der Innovation. Diaconu (2005: 355) verdeutlicht dies am Beispiel von Kochbüchern, die einerseits Tradition sichern, und andererseits neue Kochgewohnheiten prägen und normierend wirken. Im Frankreich des späten 16. Jahrhunderts kodierten Köche die Kombination von Speisen und die Menüfolge, als sie begannen, Kochbücher zu verfassen. François-Pierre de La Varenne gilt als ein wichtiger Wegbereiter der französischen Küche, da er in seinem 1651 veröffentlichten Kochbuch *Le Cuisinier français* Techniken, Zubereitungsmethoden und Zutaten in einem ersten Regelwerk zusammenfasste, an dem sich seine Leser orientieren sollten (Trubek 2000: 11). Die Wechselwirkung von Innovation und Kodierung bedeutet gleichzeitig einen Wandel von Struktur und einen strukturierten Wandel (Parkhurst Ferguson 2004: 29). Bücher zu Etikette oder Tischmanieren verdeutlichen die Überlappung der drei Merkmale von Inszenierung: sie sind die Ver-

schriftlichung – also Intellektualisierung – von ritualisiertem und ästhetisiertem Verhalten bei Tisch.

Mennell stellt mit Verweis auf Elias (1969a) fest, dass sich die Definition guter Tischmanieren im Speziellen beziehungsweise kulinarische Verhaltensnormen im Allgemeinen nicht mit dem Verhalten der Mehrheit einer Gesellschaft decken muss. Vielmehr wird die Definition des Ideals durch eine Expertenminderheit verbreitet. Diese Elite legt Standards sowie Regeln für deren Einhaltung fest. Zur Elite gehören Gastronomen oder „food guide activists“ (Mennell 2005: 245), aber auch Restaurantkritiker, Köche und Blogger prägen Geschmack und Etikette. Elias (1969b: 424) bemerkt, dass sich Verhaltensnormen der Elite auf andere Gesellschaftsschichten auswirken. Er beschreibt zwei Phasen der Ausbreitung; in der von ihm so genannten Kolonisations- oder Assimilationsphase gibt die höhere Gesellschaftsgruppe ihre Verhaltensweisen gewollt oder ungewollt an gesellschaftlich niedrigere Gruppen weiter beziehungsweise die unteren Gruppen orientieren sich an den höheren, um gesellschaftlich aufzusteigen. In der zweiten Phase der Abstoßung, Differenzierung oder Emanzipation gewinnt die aufsteigende Gruppe an gesellschaftlicher Stärke, worauf die höhere Gruppe mit einer betonteren Differenzierung reagiert. Auf diese Weise bleiben soziale Hierarchien dynamisch und soziale Mobilität möglich (Falk 1994: 83). Bourdieu (1987 [1979]) geht hier noch einen Schritt weiter und stellt fest, dass sich Verhaltensnormen der höheren Gruppe ändern, wenn die niedrigeren Gruppen sich ihren Normen annähern. Auf den Bereich der Gourmetkultur übertragen bedeutet das, dass die Akteure der Gourmetkultur für sich neue Produkte, Zubereitungsweisen oder Verhaltensnormen zur Abgrenzung definieren, wenn sich andere Gesellschaftsgruppen dieser bedienen und sie damit ihre Exklusivität verlieren.

2.4 DIE REFLEXION: PROFESSION, INSTITUTION UND SPEZIALISIERUNG

Neben der Inszenierung spielt die Reflexion in der Gourmetkultur eine wichtige Rolle. Reflexion beinhaltet Prozesse der Professionalisierung, der Institutionalisierung sowie der Spezialisierung, die alle ineinandergreifen. Larson (1990: 30) charakterisiert den Prozess der Professionalisierung als die Anstrengung, einen geschützten und knappen Markt für Aktivitäten zu schaffen. Dies gelingt durch den Aufbau eines (theoretischen) Wissensstocks, die Definition von Fähigkeiten und Kenntnissen sowie deren gleichzeitige Weitergabe und Kontrolle. Die Professionalisierung einiger Berufe erfolgte in Europa im 19. Jahrhundert. Die ‚Berufsgesellschaft‘, wie Perkin (1989: 2) sie nennt, die sich mit dem Aufkommen von

Berufsverbänden bildete, basiert nicht auf dem Besitz von Grund und Boden oder Geldkapital, sondern auf Humankapital. Humankapital wiederum wird durch Bildung geschaffen und die Professionalisierung dieses Kapitals beinhaltet Exklusivität, in anderen Worten: den Ausschluss nicht Qualifizierter. Die Schaffung von Bildungseinrichtungen dient in dieser Hinsicht sowohl der Etablierung und Weitergabe kulinarischer Standards als auch deren Kontrolle.

Die Debatte um die Professionalisierung ähnelt der um die Ästhetisierung des Kochens. Die Akteure der Gourmetkultur betonen die theoretische Seite des Kochens, während Außenstehende das Kochen eher als Handwerk ansehen. Da die Kochkunst nicht nur auf Theorie, sondern vor allem auf Praxis beruht, kann ihre Professionalisierung nicht allein mittels theoretischer Fundierung erreicht werden (Trubek 2000: 89). Kochen ist eine Art des Wissens, das sich schlecht in ein System der höheren Bildung eingliedern lässt. Zudem ist Kochen allgegenwärtig und alltäglich, es wird mit der häuslichen Sphäre genauso verbunden wie mit der öffentlichen und das Endprodukt ist vergänglich. Lemke bemerkt ebenfalls, dass der Geschmack keine kopflastige Leistung ist, sondern vor allem eine sinnliche Erkenntnis. Trotzdem spricht er der Gourmetkultur auch Merkmale einer theoretischen Wissenschaft zu. Er betont, dass der kulinarische Geschmack „komplexe[n] Sachverstand und beurteilende Reflexion wirklich mit der Sinnlichkeit des Schmeckens, Riechens, Sehens, Fühlens und Hörens [verbindet]“ (2007: 182). Die Gourmetkultur zielt auf eine Zweiteilung der Kochsphären ab. Auf der einen Seite steht die häusliche, alltägliche und weiblich markierte Küche. Auf der anderen Seite steht die öffentliche, nicht alltägliche und männlich markierte Kochkunst. Diese öffentliche Kochkunst diente den Köchen im Frankreich des 19. Jahrhunderts als Basis für eine berufliche und vor allem wissenschaftliche Sphäre des Kochens. Diese Sphäre sollte nicht als Gewerbe, sondern als Profession angesehen werden (Trubek 2000: 89).

Es geht bei der Professionalisierung demnach um die Schaffung theoretischen Wissens, das zur Legitimierung von Gourmetkultur geschaffen werden muss, und das sich die Akteure aneignen müssen, um selbst Zugang zu dieser Kultur zu bekommen. Lemke (2007: 179–180) hebt das Wissen als wichtige Komponente des kulinarisch-ästhetischen Geschmacks hervor. Der essthetische Geschmackssinn basiert für ihn auf laufender Wissensaneignung von Mahl zu Mahl, die ein „geschmackvolles Wissen“ (ebd.: 180) entstehen lässt. Profession wird daher als ein Prozess beschrieben: „organizing the acquisition and certification of expertise in broad functional areas, on the basis of formal education credentials held by individuals“ (Larson 1990: 30). Die Profession setzt Einrichtungen höherer Bildung in irgendeiner Form voraus, die Wissen sammeln,

produzieren und übermitteln sowie seine Gültigkeitsbedingungen festlegen. Die Erlangung von Wissen ist dann ein Wert, der sich in einer Qualifikation materialisiert.

Die Abgrenzung der akademischen Berufe – der Professionen – von den Gewerbe- oder Handwerksberufen begann im 19. Jahrhundert. Im 18. Jahrhundert beschrieb die Profession in England generell eine Berufung oder eine beherrschte Tätigkeit, während ein Jahrhundert später vor allem die freien Berufe in das Verständnis einer Profession fielen. Reader beschreibt diese als Berufe, „[that required] the education of a gentleman, and not of a trader or an artisan“ (1966: 10). Die Akteure der französischen Haute Cuisine des 19. Jahrhunderts bemühten sich daher, nicht als Gewerbetreibende oder Handwerker angesehen zu werden, auch wenn ihnen die Anerkennung als akademischer Beruf von Seiten des Staates und akademischer Kreise verwehrt wurde (Trubek 2000: 88). Abgesehen von dieser Außenwirkung begreifen die Akteure der Gourmetkultur selbst die Kochkunst zweifellos als intellektuelle und künstlerische Profession. Spang (2000: 158) betont, dass die Welt der Gastronomie von ihren Akteuren im 19. Jahrhundert als eine autonome Welt geschaffen wurde, in der Status meritokratisch verliehen wird und der Status der ‚gewöhnlichen Welt‘ keine Rolle spielt. Gourmets betrachteten sich als Akademiker der kulinarischen Welt (ebd.: 163).

Châtillon-Plessis, ein Gastronom des 19. Jahrhunderts, betont, dass Kochen eine Kunst sei und Köche deshalb als Künstler und Intellektuelle verstanden werden sollten. Er schreibt: „die Kunst des Kochens erfordert eine Masse an Kenntnissen, die nur wenige ‚gelehrte‘ Berufe erreichen und übertreffen“ (1894: 209, *l'art du cuisinier exige une somme de connaissances que très peu de professions ‚savantes‘ atteignent et dépassent*). Die geistige Leistung eines Kochs der Haute Cuisine wird über die manuelle gestellt; die manuelle Tätigkeit des Kochens wird geradezu verdrängt. Dies ist besonders vor dem historischen Hintergrund des 19. Jahrhunderts und der Trennung von geistiger und körperlicher Arbeit zu sehen (Trubek 2000: 92). Die heutigen Akteure der Gourmetkultur, die sich als Gourmets oder Foodies bezeichnen, sehen die Kochkunst ebenfalls als einen Beruf und eine Berufung, als eine Profession an. Sie haben ein überbordendes Interesse an allem, was mit Essen und seinem Genuss zusammenhängt, sie entwickeln Fachvokabular und eignen sich Fachwissen an. Obwohl die manuelle Tätigkeit der Besorgung und Zubereitung sowie sinnliche Erfahrung des Schmeckens ein integraler Bestandteil der Gourmetkultur sind, wird sie doch erst durch die Professionalisierungsanstrengungen der Akteure zu einem Gourmetdiskurs.

Die Professionalisierung der Kochkunst geht einher mit ihrer Institutionalisierung und Spezialisierung. Die Institutionalisierung zeugt einer-

seits vom Sendungsbewusstsein der Akteure, die sich mit der Wissensweitergabe beschäftigen und verdeutlicht zum anderen den Wunsch nach Kontrolle des Wissens. Das Wissen wird nicht nur mündlich von Meister zu Lehrling weitergegeben, sondern organisiert und standardisiert in Schulen und Fachmedien vermittelt. Schulen umfassen nicht nur Berufsschulen für angehende Berufsköche, sondern auch Kochschulen für den Laien-Gourmet, der seine Kenntnisse vertiefen will. Fachmedien können Kochbücher, Zeitschriften oder auch Blogs im Internet sein (Trubek 2000: 89). Parkhurst Ferguson bemerkt: „Writing stabilizes experience by giving it a form amenable to commentary and criticism“ (2004: 92). Mithilfe des Textes werden Gerichte, Zubereitungsarten, die Art und Weise des Verzehrs standardisiert und fixiert. Die Institutionalisierung der kulinarischen Kultur hängt daher eng mit ihrer Intellektualisierung zusammen. Nun geht es aber nicht um die Darstellung individueller kulinarischer Eindrücke, sondern um die Kanonisierung von kulinarischem Wissen. Verbände und Organisationen legen Standards der Benennung von Gerichten, der Zubereitung und des Verzehrs fest und kontrollieren ihre Einhaltung, zum Beispiel über Unterricht, Ausstellungen, Konferenzen und Wettbewerbe (Trubek 2000: 89). Gleichzeitig ermöglicht der Text den Kommentar und die Kritik (Parkhurst Ferguson 2004: 92).

Nicht nur Akteure der Wissensproduktion treten in einen institutionalisierten Raum. Räume der Rezipienten des Wissens und Konsumenten des Essens erfahren ebenso eine Institutionalisierung: das Restaurant ist der prototypische Raum der Gourmetkultur. Restaurants waren von Anfang an mehr als nur Orte, an dem Essen serviert wurde. Während der Begriff zunächst eine gesundheitsfördernde Brühe beschrieb, die gegen Ende des Ancien Régimes in kleinen Lokalen getrunken wurde, entwickelten sich die Restaurants als Orte der feinen Speisen in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts zu den vertrauten und charakteristischen Wahrzeichen der französischen Hauptstadt (Spang 2000: 2). Mennell (2003: 250) betont, dass die Konkurrenz zwischen den Restaurants die Entstehung neuer Gerichte und einer Haute Cuisine förderte, die sowohl visuell als auch geschmacklich künstlerische Ambitionen hatte und zur Schaffung einer gut informierten und sachkundigen Öffentlichkeit beitrug. Parkhurst Ferguson bezeichnet das Restaurant als einen kulturell spezifischen Ort, der „a trained cadre of experienced producers (chefs)“ mit „knowledgeable, affluent consumers (diners)“ (2004: 85) zusammenbringt. Restaurants sind damit die ersten öffentlichen Orte der Gastronomie. Spang (2000: 166) bemerkt, dass Restaurants oft als demokratisierende Kraft beschrieben werden, die die Haute Cuisine aus den Privathäusern katapultierte und der Allgemeinheit zugänglich gemacht hat. Trotzdem bleibt der Zugang zur Haute Cuisine des Restaurants beschränkt. Es

entsteht eine Marktbeziehung (Mennell 2003: 250), der Zugang wird nicht durch persönliche Beziehungen erlangt, sondern durch finanzielle Möglichkeiten. Die aktive Teilnahme an der Gastronomie erfordert zudem kulturelles Kapital in Form von Wissen und Etikette.

Die Gastronomie wird zu einer kulturellen und sozialen Institution (Parkhurst Ferguson 2004: 88). Der kulinarische Diskurs lässt das Essen im 19. Jahrhundert nicht mehr von Feld und Bauernhof, sondern aus reich verzierten Geschäften kommen. Subsistenz oder reine Verpflegung spielte keine Rolle mehr, der Tisch wurde zum Raum für literarische und künstlerische Debatten. Das Restaurant wurde – unabhängig von seiner Vielfalt – von den gastronomischen Akteuren zu einer französischen Institution gemacht, zu einem Ort der opulenten und luxuriösen Gerichte (Spang 2000: 3, 150). Heute ist auch das eigene Zuhause wieder ein institutionalisierter Raum für die Gourmetkultur. Was hier gekocht und gegessen wird, wird anschließend beispielsweise in Blogs vertextlicht. Daneben wird das Zuhause zu einem halböffentlichen Raum, wenn private Betreiber so genannter Supper Clubs oder Dinner Clubs im Internet eine Handvoll Gäste einladen und zuhause gegen einen Obolus bekochen (Gehrmann 2010; Milicevic 2011; Raether 2009; Weber 2009). Der private Raum, vormals mit der häuslichen, weiblich markierten Sphäre der profanen Alltagsküche assoziiert, wird auf diese Weise zu einem Teil der Gourmetkultur und verschmilzt mit dem öffentlichen Raum. Im kulinarischen Diskurs spielen darüber hinaus Feld und Bauernhof wieder eine große Rolle. Hier geht es nicht mehr um die reine Versorgung mit Nahrungsmitteln, sondern um einen Herkunftsnachweis, der Qualität und Geschmack sichert.

Die gastronomische Literatur als weitere Institution der Gourmetkultur war zu Beginn des 19. Jahrhunderts maßgeblich daran beteiligt, den Diskurs um das Restaurants zu prägen: „bringing oysters, pheasants, champagne, and turbots center stage“ (Spang 2000: 150). Die Gastrosophen des 19. Jahrhunderts prägten durch ihre literarischen und journalistischen Beiträge die Form und Inhalte der gastronomischen Literatur. Gastronomie gilt als autonomer Raum unabhängig von politischen Ansichten. Die Literatur begleitete und stimulierte darüber hinaus auch die zunehmende Kodierung und Ritualisierung von Alltagspraktiken (Spang 2000: 151): Dinieren im öffentlichen Raum, Tischetikette, Restaurant- und Essenskritik. Die Literatur schafft auf diese Weise einen öffentlich zugänglichen kulinarischen Raum, der in dieser demokratisierenden Funktion Einfluss auf die Geschmacksbildung der Allgemeinheit hat (Mennell 2003: 246–247). Revel (1979: 15) bemerkt, dass die Literatur das subjektive Geschmackempfinden beeinflusst. Verweist der Name auf ein prestigeträchtiges Gericht, schiebt dieser sich zwischen Verstand und Geschmack und macht aus einem faden Gericht eines, dessen Feinheit und Leichtig-

keit gelobt werden. Die gastronomische Literatur trägt auf diese Weise zur Bildung einer gastronomischen Mythologie über die Entstehung bestimmter Gerichte oder die Historie bestimmter Nahrungsmittel bei. Nahrungsmittel und Gerichte bekommen so eine individuelle Geschichte, die der Gourmet kennen muss und sogar mitgestaltet.

Die Verfasser der gastronomischen Literatur gehören zu einem elitären Kreis, der den guten Geschmack erst festlegt. Der Gastrosoph verbreitet durch seine Literatur den Geschmack und das Wissen der Eliten und erweitert den Markt für ausgefallene Küche (Mennell 2003: 239, 243, 246–237). Grimod machte mit seinem *Almanach des Gourmands* ab 1803 den Anfang: „interspersing anecdotes about meals eaten (or missed) with helpful hints, hyperbolic descriptions, restaurant reviews, and occasional elaborate recipes [...] combined the Classical and Renaissance traditions of the symposium with the increasingly popular forms of the guidebook and the almanac“ (Spang 2000: 151). Die Zusammensetzung der Jury des *Almanach des Gourmands* blieb immer obskur (Spang 2000: 166) – vergleichbar mit dem heutigen *Guide Michelin* (Mennell 2003: 255). Die Bewertungen kamen nicht von einem Individuum, sondern galten als Bewertung der Gastronomie und des guten Geschmacks an sich. In der Folge portraitierten nicht nur die gastronomische Fachliteratur, sondern auch Reiseberichte und Reiseführer die Restaurants wie selbstverständlich als Sehenswürdigkeit von Paris (Spang 2000: 151). In Frankreich entstanden Essensführer wie *La France Gastronomique* (1921) oder *Le Trésor Gastronomique de France* (1933). Die Herausgabe des *Guide Michelin*, der seit 1934 Restaurants bewertet, wird trotz seiner intransparenten Bewertung und mageren Beschreibungen bis heute mit der größten Aufregung erwartet, obwohl nach dem Zweiten Weltkrieg weitere jährlich erscheinende Führer wie der französische *Gault-Millau* oder der britische *Good Food Guide* mit besser nachzuvollziehenden Bewertungskriterien auf den Markt kamen (Mennell 1985: 244–245).

Die gastronomische Literatur gibt in Kochbüchern und Kochzeitschriften das gastronomische Wissen weiter und besitzt eine Kommentarfunktion. In Zeitschriften, Zeitungen, Restaurantführern, Reiseführern oder Internetblogs werden Gerichte, Köche oder Orte des Verzehrs kommentiert, kritisiert und bewertet. Auch hier kann wieder Grimod als wegweisend angeführt werden: Er schuf mit seinen „nutritive strolls“ eine Art Reiseführer für Pariser und erfand die Restaurantkritik „as he exercised his rule over candy-makers, butchers, and restaurateurs, making and breaking reputations (or so he claimed) in a single sentence“ (Mennell 1985: 153). Er streifte in seinen ersten Ausgaben des *Almanach des Gourmands* durch die Straßen der Stadt, er ordnete die Restaurationen bereits im vierten Almanach nicht mehr geografisch, sondern anhand

von Kategorien wie Süßwaren oder Fleischverkäufer. Spang konstatiert, dass er damit die Pariser Geografie der Gastronomen von der der Kartografen trennte und die gastronomische Hauptstadt des 19. Jahrhunderts schuf (Spang 2000: 154). Er beschränkt sich zudem nicht auf die französische Hauptstadt, sondern bezieht auch andere Städte in seine kulinarischen Spaziergänge ein. Der gastronomischen Szene von Marseille widmet er beispielsweise in der fünften Ausgabe ein ganzes Kapitel und betont, dass sie die gleiche Qualität aufweist wie die Küchen von Paris, wenngleich sie unterschiedlichen Einflüssen unterliegt (Grimod de la Reynière 1807: 222–231).

Die Spezialisierung als drittes Merkmal der Reflexion beschäftigt sich vor allem mit der differenzierten Ausgestaltung der Gourmetkultur. Es geht um Zubereitungsarten und Gerichte, um die Art und Weise des Verzehrs genauso wie um die dafür verwendeten Utensilien: Besteck, Geschirr, Kochwerkzeug. Elias konstatiert, dass Verhaltensweisen bei Tisch nicht selbstverständlich oder natürlich sind, sondern sich langsam entwickelt haben: „[es] wird unmittelbar im gesellschaftlichen Verkehr und Gebrauch allmählich ihre Funktion umgrenzt, ihre Form gesucht und gefestigt“ (Elias 1969a: 144). Der Wechsel von Tellern und Besteck nach jedem Gang gehört genauso dazu, wie die Ausdifferenzierung des Essgeräts; Fisch wird mit dem Fischmesser gegessen, das Dessert mit dem Dessertlöffel und die Suppe wird mit der Suppenkelle auf den Tellern verteilt (Elias 1969a: 141). Eine solche Spezialisierung dient der sozialen Distinktion, da die korrekte Verwendung der Utensilien spezielles Wissen voraussetzt. Der Zugang wird nicht nur durch direkte mündliche und körperliche Weitergabe ermöglicht, sondern auch durch Etikettebücher. Die Vertextlichung der Spezialisierung beinhaltet ein demokratisierendes Element, da sich nun auch Menschen ohne soziales Kapital das Wissen aneignen können und an der Gourmetkultur teilhaben. Grimod lieferte auch hier den Prototypen mit seinem *Manuel des Amphitryons*. Im Untertitel beschreibt er es als: „Abhandlung über die Sezierung von Fleisch am Tisch, die Namensgebung der neuesten Menüs der Saison und die Elemente kulinarischer Höflichkeit“ (Grimod de la Reynière 1808; *un traité de la dissection des viandes à table, la nomenclature des menues les plus nouveaux pour chaque saison et des éléments de politesse gourmands*). Über die gastronomische Literatur wie der Reiseführer oder Kochbücher wird das Interesse an regionaler oder thematisch spezieller Küche geweckt. Mit dem Auto und dem *Guide Michelin* führen die ersten so genannten Gastronomaden durch die Provinz und entdeckten die regional unterschiedliche Küche (Mennell 2005: 243).

Die hier vorgestellten Charakteristika des Gourmetdiskurses mit ihren jeweiligen Manifestationen dienen als Leitbegriffe der Arbeit, die

auch für den japanischen Gourmetdiskurs prägend sind. Das Ziel der Feinschmecker ist soziale Distinktion: die Abgrenzung von anderen gesellschaftlichen Gruppen und gleichermaßen Zuordnung zu einer gesellschaftlichen Gruppe mithilfe des Essens. Dies gelingt den Feinschmeckern zum einen durch die Inszenierung des Essens. Das Essen wird intellektualisiert, ästhetisiert und ritualisiert. Zum anderen wird das Essen professionalisiert, institutionalisiert und spezialisiert. Es findet damit eine Reflexion über das Essen statt. Interessant ist hierbei, dass die eigentlichen Speisen eine untergeordnete Rolle spielen. Sie werden erst durch das Umfeld aus Inszenierung und Reflexion zu Gourmetspeisen und dienen dann genau wie diese der sozialen Distinktion der Gourmets.

2.5 DER KULINARISCHE RAHMEN

Die Speisen, die der Gourmet verzehrt, sind nicht nur Ausdruck seiner gesellschaftlichen Position, sondern dienen auch als Mittel zur Aushandlung dieser Position (Seymour 2004: 8). Der Gourmet sucht nach dem Neuen und Fremden, gleichzeitig aber auch nach dem Eigenen und Vertrauten. Die Speisen, auf die diese Merkmale zutreffen, lassen sich in einen kulinarischen Rahmen (Johnston und Baumann 2007) einordnen. Er zeichnet sich durch zwei gegensätzliche Pole aus, die bei Johnston und Baumann Authentizität und Exotik heißen und die ich erweitere: einerseits Nostalgie, Tradition, Integrität und Einfachheit von Speisen und Nahrungsmitteln, andererseits Exotik, Innovation, Kunstgriff und Pracht. Diese Charakteristika sind keine vorübergehenden Moden, sondern „guiding aesthetic values for cultural consumption“ (Johnston und Baumann 2010: 209). Die konkreten Lebensmittel, Gerichte oder Zubereitungsmethoden sind dem Wandel unterworfen. Was in den kulinarischen Rahmen gehört, wird in einem konstanten Prozess ausgehandelt (Freedman 2007: 18). Die Mode sorgt für die Zugehörigkeit zu und Anpassung an eine Gruppe und gleichzeitig ermöglicht sie Abgrenzung zu anderen Gruppen. Auf diese Weise ist sie auch ein Distinktionsmittel (Simmel 1957: 543–544). Die symbolische Grenze zwischen den Speisen und Nahrungsmitteln, die zur Gourmetkultur gehören und denen, die nicht dazu gehören, ist nicht beliebig, aber auch nicht fest gezogen. Die Auswahl der Speisen erfolgt vielmehr meritokratisch (Johnston und Baumann 2010: 197), das heißt, die Speisen und Nahrungsmittel entsprechen den Kriterien, die durch den kulinarischen Rahmen vorgegeben werden.

Der kulinarische Rahmen charakterisiert den Geschmack und konkretisiert die Speisen und Nahrungsmittel, die der Gourmet verzehrt. Er ist das, was andere noch nicht oder nicht mehr essen. Die Speisekarte des

Gourmets ist nicht statisch, sondern flexibel und anpassungsfähig. Symbole und Praktiken als Marker für Geschmack sind offen für Wandel, Neudefinition und Anpassung (Seymour 2004: 8). Essensklassifizierungen und Tabus ändern sich durch ständige Neuinterpretationen, Variationen und Regelüberschreitungen (Falk 1994: 79). Gesellschaftliche Gruppen mit niedrigerem kulturellem Kapital imitieren diese Speisekarte, die dadurch ihre Exklusivität und ihren Gourmetcharakter verliert. Sobald andere gesellschaftliche Gruppen sich Teile der Speisekarte aneignen, sucht der Gourmet sich neue oder er rekurriert auf alte Nahrungsmittel, Produkte, Gerichte oder Rezepte, um sich weiterhin sozial abzugrenzen (Falk 1994: 83). Das Neue (auch im Alten) findet der Gourmet, wenn er sich seinem kulinarischen Vergnügen hingibt und beispielsweise das Verbotene isst. Falk (1994: 88) stellt fest, dass hierbei das Essen und das Geschmackempfinden die Kontrolle über den Esser übernehmen. Dieser ist überwältigt vom Geschmack des Essens, sodass er von der Erfahrung geradezu konsumiert wird. Dadurch findet eine gleichzeitige Ausweitung und Eingrenzung des kulinarischen Repertoires des Gourmets statt. Das Repertoire erweitert sich, zugleich verlieren aber bestimmte Speisen und Nahrungsmittel ihren Charakter als Prestigeobjekte des Gourmets.

Lemke postuliert, dass der „gute Geschmack“ (2007: 173) heute von einer postmodernen Beliebigkeit der Geschmäcker charakterisiert ist. Der Aspekt der Beliebigkeit, verbunden mit der Bedeutung von Differenzierung, findet sich bereits beim Schwager des Gastrosophen Brillat-Savarin (Lefebvre 1975). Charles Fourier begreift als wichtigste Merkmale der Gastrosophie zum einen die Nuance und zum anderen die Unermesslichkeit. Nuance bedeutet Differenzierung und „je mehr Differenzierung geschieht, je mehr Nuancen erzeugt werden, umso höher steigt die Wollust [sic!] im sozialen System“ (Raulff 1982: 252). Die Unermesslichkeit versteht Fourier als Möglichkeit des Gourmets, seinen luxurierenden Genüssen grenzenlos zu folgen (Raulff 1982: 253). Hier klingt wieder die Konnotation des Gourmands als Vielfraß an. Fouriers Unermesslichkeit kann aber auch als unendliche Beliebigkeit verstanden werden. Johnston und Baumann (2007, 2010) hingegen verweisen mit Blick auf den kulinarischen Diskurs der Foodies auf eine Art eingeschränkte Beliebigkeit bei der Auswahl der Speisen und Nahrungsmittel.

Trotz des Omnivorentums, also der maximalen Ausweitung des möglichen Repertoires an Essen, herrscht keine absolute Beliebigkeit vor. Vielmehr weist das Essen Merkmale auf, die sich teilweise widersprechen. Sowohl Freedman (2007: 33) als auch Johnston und Baumann (2010: 144) sprechen von konkurrierenden Wünschen der Gourmets: es gibt eine Spannung zwischen „local desires and global choices“ (Johnston und Baumann 2010: 144). Gourmets wollen Vielfalt und eine globale Küche, gleichzeitig

suchen sie nach Verortung der Lebensmittel. Das trifft auch und besonders auf die japanischen Feinschmecker zu. Johnston und Baumann (2010) fassen diesen Widerspruch zusammen: einerseits sind die Nahrungsmittel der von ihnen untersuchten Foodies von Lokavorentum geprägt, der Vorliebe für lokale, meist auch biologisch hergestellte Lebensmittel. Andererseits spielt Exotik eine wichtige Rolle. Lokalität und Exotik müssen dabei nicht von einem Nahrungsmittel allein verkörpert werden, sondern es gehören Nahrungsmittel mit verschiedenen Konnotationen zur Gourmetkultur. Mit Blick auf Spang, die sich mit den Gastronomen des 19. Jahrhunderts beschäftigt, lässt sich eine Kontinuität feststellen: „The gastronomer never claimed to be friend of all the world, but all the world’s products were his“ (Spang 2000: 155). Diese Situation umschreibt der Begriff des Omnivorentums: keine absolute Beliebigkeit bei der Essensauswahl, aber Beliebigkeit innerhalb eines bestimmten Rahmens.

Johnston und Baumann (2007: 172) fassen die beiden Pole des kulinarischen Rahmens unter den Begriffen Authentizität und Exotik zusammen. Als authentisch wird gemeinhin das lokalisierte Essen betrachtet, das diese Lokalität nicht verlässt. Jede Küche verändert sich allerdings ständig durch neue Einflüsse und verlässt ihre Lokalität, beispielsweise durch Migranten, die die Küche ihrer Heimat mitbringen. Die Lokalität wird auch zu Marketingzwecken verwendet, um damit dem Bedürfnis der Konsumenten nach Authentizität zu begegnen. Authentizität ist ein soziales, relationales Konstrukt und keiner Speise inhärent (Johnston und Baumann 2010: 23, 70). Ich verwende den Begriff der Authentizität in der Gourmetkultur als ein allumfassendes Kriterium, das über dem hier beschriebenen kulinarischen Rahmen steht.

Der Begriff der Authentizität beschränkt sich meiner Ansicht nach nicht auf lokale, regionale, saisonale oder biologisch angebaute Speisen der eigenen Lokalität oder Region. Exotische Speisen sind ebenfalls in einer Lokalität verankert und können auch von Außenstehenden als authentisch für diese angesehen werden, wobei Johnston und Baumann betonen, dass Authentizität und „the exotic otherness“ nicht gleichbedeutend sind. Das Exotische kann als authentisch angesehen werden, und umgekehrt kann das Authentische sowohl das Eigene als auch das Exotische sein (2010: 73, 98–99). Ein weiteres Dilemma drängt sich auf, das von Culler in Bezug auf den Tourismus auf den Punkt gebracht wird: „to be experienced as authentic it must be marked as authentic, but when it is marked as authentic it is mediated, a sign of itself, and hence not authentic in the sense of the unspoiled“ (Culler 1981: 137). Das Gleiche gilt auch für den kulinarischen Kontext. Authentizität hat mit Neuentdeckung, Verschwiegenheit und Seltenheit zu tun. Das kulinarische Repertoire der Gourmetkultur ist deshalb für die Akteure authentisch, weil es exklusiv

ist. Sobald andere Gesellschaftsgruppen sich einzelne Speisen aneignen, verlieren sie ihre Authentizität im Kontext der Gourmetkultur und neue müssen gefunden werden.

Das Konzept der Authentizität steht demnach über kulinarischen Eigenschaften wie der Exotik oder der Vertrautheit regionaler Speisen. Ich werde den Begriff der Authentizität, wie Johnston und Baumann ihn verwenden, durch den der Integrität ersetzen. Der Begriff der Integrität, den Parkhurst Ferguson einführt (2004: 22–23), spiegelt das wider, was Johnston und Baumann mit dem Begriff der Authentizität umfassen wollen: Die Fähigkeit einer Speise, Zugehörigkeit und Gemeinschaftsgefühl zu schaffen und in Kontrast zum Fremden und Exotischen zu stehen. Diese Fähigkeit wird lokal verankerten Produkten zugeschrieben, die neben der Integrität noch weitere Merkmale besitzen, um die ich das Modell von Johnston und Baumann erweitere. Die widersprüchlichen Präferenzen des Gourmets bei der Essensauswahl können folgendermaßen charakterisiert werden: Auf der einen Seite stehen Nostalgie, Tradition, Integrität oder Einfachheit von Speisen und Nahrungsmitteln. Auf der anderen Seite stehen Exotik, Innovation, Kunstgriff oder Pracht. Prestigeträchtige Nahrungsmittel und Gerichte tendieren dazu, sich durch eine beschränkte Menge, ihre Vielfalt und ihre Seltenheit auszuzeichnen. Die Gemeinsamkeit beider Pole ist demnach, dass Gourmets bei der Auswahl von Speisen und Nahrungsmitteln nach dem Fremden und Raren schauen. Dieses ist nur im Alltag fremd und rar, es wird mit Luxus assoziiert (Freedman 2007: 16), der dem Gourmet wiederum seine Exklusivität verspricht. Staguhn (1993: 299) argumentiert ähnlich, wenn er darauf verweist, dass die Feinschmeckerei durch das Feine charakterisiert ist; und das Feine ist für die Allgemeinheit selten und teuer, während der Gourmet sich Zugang dazu verschafft.

Neben seiner Sehnsucht nach dem Neuem, dem Innovativen, Prächtigen und Exotischen hat der Gourmet gleichzeitig Angst vor dem Neuen und hält am Bekannten, Traditionellen, Einfachen und Integrierten fest. Revel (2005: 53) erklärt diese Widersprüchlichkeit damit, dass sich die gelehrte Küche – bei ihm die Küche der Berufsköche – in ihrem Drang nach Innovation, Kreativität und Imagination in sinnloser Komplexität wiederfinden kann. Als Reaktion darauf wenden sich Laien der Küche zu, die sie für bodenständiger und authentischer halten. Die Wechselseitigkeit verdeutlicht den Unterschied zwischen ‚traditionellen‘ Gourmets – den Berufsköchen und Berufsgastrosophen nach Revel – und den heutigen Foodies – Hobbyköche und Essensenthusiasten. Der Foodie vereinbart die innovative Kochkunst mit der von Revel (1979: 15) so genannten volkstümlichen, anonymen, bäuerlichen oder bürgerlichen Kochkunst im Gourmetdiskurs.

Rozin (1980) charakterisiert das menschliche Essverhalten im Allgemeinen durch eine duale Disposition von Neophobie einerseits und Neophilie andererseits. Die Neophilie steht für die Suche nach Innovation, den Wunsch nach Vielfalt und die Suche nach Neuem und bisher Unerfahrenem. Diesem Prinzip der Innovation steht die Neophobie als konservatives Prinzip gegenüber. Es charakterisiert die Angst vor neuem Essen und die Präferenz für das Bekannte. Revel thematisiert die gleichzeitige Lust nach und Furcht vor dem Neuen in der Gourmetkultur: „Der Gastronom ist neugierig und gleichzeitig mißtrauisch [sic!], er ist Forscher und Angsthase [...] Er sucht nach neuen Eindrücken und fürchtet sie doch“ (1979: 113). Der Gourmet scheint in seiner Präferenz der Innovation durch Neophilie und in seiner Sehnsucht nach dem Authentischen und dem vermeintlich Bekannten durch die Neophobie geprägt zu sein.

Letztendlich verdeutlichen aber sowohl Exotik als auch Nostalgie die Suche nach Neuem, denn sowohl Exotik als auch Nostalgie sind in der ersten (Wieder)entdeckung fremd und rar. Nostalgie, und die von mir aufgeworfenen Begleitbegriffe Tradition und Integrität, bedeuten nicht immer Rückbesinnung; sie können auch Neuerfindung sein (Hobsbawm and Ranger 1983). Letztendlich lassen sich die Speisen der Gourmetkultur am Rande des Alltäglichen verorten. Staghun (1993: 298–299) verdeutlicht diesen Gedanken am Bild der Delikatesse, die als Schlüsselwort für die Gourmetkultur gelten kann. Die Delikatesse besitzt eine Doppelbedeutung, sie ist gleichermaßen fein und heikel und lässt sich an der Grenze der Schicklichkeit verorten: „[sie ist eine] reizende, feine, luxuriöse Schlüpfrigkeit, sozusagen die kulinarische Synthese des Obszönen mit dem Zartgefühl“ (Staghun 1993: 299). Diese Doppelbedeutung manifestiert sich beispielsweise in Produkten wie Muscheln, Schnecken, Kaviar, Froschschenkeln oder in Japan den Innereien vom Fisch (*shiokara*), die als typische Bestandteile der Gourmetkultur angesehen und in der Alltagsküche eher verschmäht werden.

Raulff (1982: 245, 249) wird in seinen Betrachtungen noch deutlicher, wenn er andeutet, dass sich die Gourmetkultur an der Grenze zum Ekel befindet. Die Gastrosophie, also der Intellektualisierungsprozess in der Gourmetkultur, beginnt ihren Diskurs beim Ekel und beseitigt diesen nicht, sondern kultiviert ihn als guten Geschmack. Der gute Geschmack kann durch transformierende Substanzen wie Gewürze oder Kräuter hergestellt werden, die das Essen in Essbares, Appetitliches, Schmackhaftes verwandeln (Falk 1994: 72). Die Kultivierung kann auch von einer Neuinterpretation herrühren, die beispielsweise Schimmelkäse zum Gourmetprodukt werden lässt. Das höchste Geschmacksvergnügen liegt nah am Unappetitlichen. Dabei gibt es kein universelles Bild; es werden vielmehr die eigenen Delikatessen von anderen als unappetitlich angesehen (Falk

1994: 89). Zur Veranschaulichung kann erneut der Käse dienen, bei dem die Einstellungen von „Verzückung vor extremen Verschimmelungen und schneidenden Ausdünstungen bis zu vollständiger Ablehnung und Ausblendung des Käses aus der Nährstoffskala“ (Raulff 1982: 245) reichen. Die Nuancierung (Lefebvre 1975) kommt hier wieder zum Tragen: „In Fouriers Beharren auf der Nuance [...] steckt das Wissen, daß [sic!] die größte Lust des Geschmacks da ist, wo die Nähe zum Ekel am größten und uns doch eben noch erträglich ist“ (Raulff 1982: 252). Nuancen dürfen nicht reduziert werden und damit den Geschmack einschränken. Sie müssen vielmehr multipliziert und spezifiziert werden (Raulff 1982: 253), was im Rahmen des Omnivorentums mit seiner Suche nach Fremdem und Rarem im Exotischen und Nostalgischen geschieht.

Nostalgie und Exotik bestimmen den Bereich der Gourmetkultur seit den 1950er Jahren (Johnston und Baumann 2010: 208–209). In Japans Gourmetkultur sind Diskurse um Nostalgie und Exotik sogar seit der Mitte der Edozeit (1600–1868) vorherrschend, also mindestens zur gleichen Zeit, wenn nicht früher als in Frankreich. Der Aspekt der Nostalgie kommt in der Idee der Lokalisierung von Speisen und Nahrungsmitteln zum Tragen. Die Verortung manifestiert sich im Begriff des „*goût du terroir*“ (Trubek 2005: 260), dem ‚Geschmack des Bodens einer Lokalität‘. Der *terroir*-Begriff kommt ursprünglich vom Weinanbau. Dahinter steckt der Gedanke, dass der Boden seine Qualitäten an den Wein weitergibt. Dieser Gedanke wird nun für den gesamten kulinarischen Rahmen angewendet. Die Produkte einer Lokalität verkörpern nicht nur die Qualitäten des Bodens, sondern auch die Eigenschaften des Ortes im Speziellen, und Eigenschaftes der ländlichen Idylle im Allgemeinen. Die historische Qualität lokaler Geschmäcker beruht auf der Annahme, dass es nur einen Ort gibt, an dem man echten Roquefort, eine echte Bouillabaise oder ein echtes Cassoulet findet. Trubek umschreibt *terroir* und den *goût du terroir* als Rahmenkategorien, die die sinnliche, praktische und gewohnheitsmäßige Beziehung der Menschen zum Land erklären. Diese Beziehung ist besonders für die städtischen Akteure der Gourmetkultur vom Gefühl der Nostalgie geprägt, der Ort steht für eine bestimmte Geschmackserinnerung und einen romantisierten, in der Vergangenheit angesiedelten Lebensstil (Trubek 2005: 261, 268).

Integrität, die bei Johnston und Baumann (2010) unter dem ungenauen Begriff der Authentizität firmiert, zeichnet sich durch geografische Besonderheit, Einfachheit, persönliche und ethnische Verbindung sowie Geschichte und Tradition aus. Mit der geografischen Besonderheit geht die örtliche Zuordnung einher, die auch durch eine Marke geschützt sein kann. Einfachheit beinhaltet nicht nur einen handwerklichen und nicht industriellen Herstellungsprozess, sondern auch die

einfache Zubereitung und den einfachen Lebensstil der Produzenten. Die Speisen sind personalisiert – durch die Bekanntheit des Kochs oder die Teilhabe am Kochprozess. Die gleiche ethnische Zugehörigkeit von Produzent und Konsument sowie die historische und traditionelle Einbettung der Speisen zeugen von der Integrität und Langlebigkeit der Speise. All dies trägt zur Authentisierung der Speisen bei. Die Handwerklichkeit wird institutionalisiert und professionalisiert (Johnston und Baumann 2010: 73–91).

Freedman (2007: 26) greift den Aspekt der Tradition heraus und bemerkt, dass traditionelle Nahrungsmittel mit Natürlichkeit und Einfachheit assoziiert werden. Es sind saisonale, lokale Nahrungsmittel, die in Zeiten der Technologisierung und Entfremdung von der Landwirtschaft als natürliche Produkte eine „luxurious ostentatious simplicity“ (Freedman 2007: 27) ausstrahlen, also gleichzeitig einfach und luxuriös sind. Der Luxus impliziert die Rarität und fügt das Einfache zur Gourmetkultur hinzu. Die Tradition wird immer dann wichtig, wenn die Innovation über ihr Ziel hinauschießt und damit die Tradition in Gefahr gerät (Revel 2005: 53): „the ‚natural‘ bond between product and place [...] becomes an intellectual, highly self-conscious enterprise of cultural preservation (Parkhurst Ferguson 2004: 27–28). Archetypische, traditionelle Küche impliziert, dass Produktion und Konsum am selben Ort stattfinden. Sie wird mit einer Lokalität oder Region verbunden, die Assoziation mit dem Begriff des *terroir* macht sie zur wahren Küche einer Region, die alle dort verwurzelten Menschen gemein haben. Dabei gilt die Maxime, dass eine Küche umso authentischer und traditioneller angesehen wird, je weniger die Rohmaterialien (industriell) verändert wurden (Parkhurst Ferguson 2004: 23–24).

Authentisch kann auch die Exotik sein. Johnston und Baumann (2010: 98) bemerken, dass die Exotik, genau wie die Authentizität, ein soziales, relationales Konstrukt ist. Die Exotik basiert auf zwei Grundannahmen. Der Wunsch des Gourmets nach exotischen Speisen kann einerseits als eine Art kulinarischer Kolonialismus angesehen werden. Als exotisch angesehene Speisen werden der (westlichen, höherklassigen) Gourmetkultur einfach einverleibt. Andererseits kann der Wunsch nach Exotik auch positiver Ausdruck einer kosmopolitischen Sichtweise sein, die den kulturellen Austausch sucht, um das eigene enge kulinarische Repertoire zu erweitern. Exotische Speisen werden durch zwei Merkmale charakterisiert. Zum einen weisen als exotisch bezeichnete Speisen eine soziale und geografische Distanz zum Esser auf, wobei die Speisen nicht so fremd werden dürfen, dass sie den eurozentrischen kulinarischen Kanon herausfordern. Zum anderen stellen exotische Speisen einen Normenbruch dar, sie verletzen die Normen des kulinarischen und kulturellen Main-

streams. Wie bereits erwähnt, sind Normen nicht statisch, sondern verändern sich ständig, sodass sich normenbrechende Speisen ebenfalls ständig wandeln. War beispielsweise der Verzehr von rohem Fisch einmal als Verletzung der kulinarischen Norm angesehen, ist Sushi heute allgemein akzeptiert (Johnston und Baumann 2010: 100, 113, 117, 109). Dabei lassen Johnston und Baumann durch ihre enge Sicht auf die Gourmetkultur – „gourmet food culture remains strongly situated in the North-American and European core“ (2010: 117) – völlig außer Acht, dass in Ostasien seit Jahrhunderten eine hochentwickelte und elaborierte Gourmetkultur existiert, die im Laufe ihrer Geschichte zahlreiche Wendepunkte und Herausforderungen vermeintlicher Normen erfahren hat.

Freedman (2007: 29) beobachtet eine Tendenz hin zu Künstlichkeit und Innovation. Diese zeigt sich in der Fusionsküche, wo Elemente verschiedener Küchen und Stile miteinander vermischt werden, oder in der avantgardistischen Molekularküche, die die Zutaten durch chemische Prozesse in ungewohnte Aggregatzustände versetzt. Das Innovative legt den Fokus auf das Unerwartete und auf Metamorphosen. Raulff unterscheidet zwei Arten von kulinarischen Umstürzen: zum einen benennt er die Revolution *in* der Küche: „Versuche, über eine Veränderung der nationalen oder kulturellen Geschmackslinien das Ernährungssystem einer Gruppe oder einer ganzen Bevölkerung zu verändern oder, anders gesagt, auf dem Wege über Geschmack und Appetit, den *Hunger*, das Bedürfnis zu berühren und zu verschieben“ (1982: 251, Hervorhebung des Autors). Eine solche Revolution hat in Japan Ende des 19. Jahrhunderts stattgefunden. Zahlreiche neue Speisen und Zubereitungstechniken wurden ins Land geholt, um aktiv den Geschmack der Bevölkerung zu verändern. Revel (1979: 14) bemerkt, dass manche gastronomischen Revolutionen lediglich terminologische sind, wenn die Vorspeise den Anschein des Desserts erweckt (Süßsorbet), Desserts mit Vorspeisenbezeichnungen aufgewertet werden (Erdbeersuppe) oder sinnverwirrende Bezeichnungen verwendet werden (Seezungensteak).

Zum anderen nennt Raulff die Revolution *der* Küche: „Umwälzungen des Ernährungssystems, die dann Veränderungen im Geflecht der Geschmackslinien nach sich ziehen“ (1982: 251). Hier führt der Angriff auf den Hunger (mit gewissen Verzögerungen) zur Veränderung des Geschmacks und zum Entstehen neuer Kochkünste. In Japan waren solche Umwälzungen beispielsweise die Etablierung von Gewächshäusern im 17. Jahrhundert und die Verbreitung elektrischer Kühlschränke seit den 1950er Jahren. Diese Neuerungen setzten die Saisonalität von Lebensmitteln außer Kraft und ermöglichten die Entwicklung neuer Speisen. Beide Revolutionen hängen oft miteinander zusammen, politisch ist nach Raulff aber nur die erste, auch wenn sie „das Kulinarische meist nur als

Mittel zu anderen Zwecken [sieht] und [...] Revolution durch die Küche hindurch [macht]“ (Raulff 1982: 251), wie das Beispiel Japan zeigen kann.

Es scheint, dass die Eigenschaften des kulinarischen Rahmens, Nostalgie, Integrität, Tradition und Einfachheit einerseits sowie Exotik, Innovation, Kunstgriff und Pracht andererseits, zueinander im Kontrast stehen. Parkhurst Ferguson (2004: 24–25) stellt hingegen fest, dass innovative und traditionelle Küche nur im Idealfall gegensätzlich sind. Es herrscht das Bild vor, dass die traditionelle Küche über Generationen vor allem mündlich weitergegeben wurde und demnach wenig Veränderung stattgefunden hat, dass Rezepte dazu neigen, unpräzise zu sein und demnach Erfahrung wichtiger ist und dass die Küche lokal, regional und historisch verankert ist. Die innovative Küche ist in diesem Bild befreit von örtlichen Einschränkungen, ist geprägt von Luxus, Formalisierung, Intellektualisierung, Erfindung, Experimentierfreudigkeit und Technologieaffinität. Tatsächlich aber findet eine Vermischung beider Formen statt. Revel (1979: 15) betont, dass beide Küchen sich gegenseitig bedingen.

Die prunkvolle, innovative, extravagante Küche kann erst entstehen, wenn es eine volkstümliche, anonyme, bäuerliche Kochkunst gibt. Gleichzeitig verkümmert diese traditionelle Küche ohne Anstöße der innovativen Küche. Kommunikations- und Transportmittel ermöglichen die Vermischung der traditionellen und innovativen Küche und die Mobilität zwischen beiden. Die für traditionell gehaltene Küche ist längst nicht mehr nur an ihrem Ursprungsort zu finden. Neue Zutaten und Techniken werden eingeführt. Alte Akteure wandern ab und neue kommen hinzu, sodass traditionelle Küche sich ständig wandelt (Parkhurst Ferguson 2004: 25). Aufgrund des ständigen kulturellen Austausches ist die Idee einer traditionellen, lokal fixierten und damit unveränderlichen Küche an sich hinfällig. Genauso muss Innovation nicht immer aus dem völlig Neuen bestehen. Oft genug wird auf traditionelle oder alte Zutaten und Techniken zugegriffen, die neu vermarktet werden (James 2005: 374). So sind beispielsweise Eier von freilaufenden Hühnern nicht sonderlich innovativ, sondern eher retrospektiv. Denn es gab Zeiten, zu denen alle Hühner freilaufend waren (Freedman 2007: 27). Am Ende kann der Gourmet das *für ihn* Wahre und Authentische in allen Speisen finden, seien sie nun nostalgisch oder exotisch, integrativ oder innovativ, traditionell oder künstlerisch, einfach oder prachtvoll – Hauptsache sie sind fremd und rar.

3 DER GOURMETDISKURS DER EDOZEIT: GRUNDLAGEN WERDEN GELEGT

Die Edozeit (1603–1868) war eine friedliche Epoche der japanischen Geschichte nach der langen Zeit der vorangegangenen Bürgerkriege. Hier wurden einige Grundlagen einer späteren vereinheitlichten Esskultur und auch der Gourmetkultur im Japan der Moderne gelegt, auf die Akteure des 20. Jahrhunderts immer wieder als Referenzpunkt zurückgriffen. Kyotos exklusive Esskultur des Adels und der Krieger-schichten mit den edlen Gerichten der Teezeremonie sowie ausschweifenden Banketten öffnete sich und die bürgerliche Stadtbevölkerung, allen voran die urbanen Kaufleute und Künstler, eignete sich Elemente dieser Esskultur an. Kochbücher verbreiteten Kenntnisse zu Lebensmitteln und Rezepten, fixierten bestimmte Gerichte und waren als praktische Nachschlagewerke auch ein intellektuelles Vergnügen für die Leser. Restaurants etablierten sich als neue, öffentlich zugängliche Orte der gehobenen Küche, an denen Feinschmecker unterschiedlicher Couleur zusammenkamen. Die Gourmets setzten sich über kulinarische Einschränkungen hinweg, die die Shogunatsregierung immer wieder erließ, und erfreuten sich an regionalen Spezialitäten, Fleisch, Wein und den ersten Früchten der Saison.

3.1 CHARAKTERISIERUNG DER EDOZEIT: EDO, BÜRGERLICHE, *TSŪ*

Mit der schwächer werdenden Macht des Kaiserhofes sowie des Shogunats der Ashikaga-Familie in Muromachi, einem Stadtteil von Kyoto, brach die bis dahin bestehende Staatsordnung zusammen. Ab 1467 kam es zu ständigen Machtkämpfen rivalisierender Feudalfürsten, die wirtschaftlich, politisch und militärisch von der Schwäche des Kaiserhofs und des Shogunats profitierten. Auch Bauern, buddhistische Schulen und Tempel kämpften um die Vorherrschaft in ihren Gebieten. Aufgrund dieser vielen Akteure wird die Zeit zwischen 1467 bis zum Ende des 16. Jahrhunderts die Sengokuzeit genannt, die Zeit der streitenden Reiche (Kreiner 2010: 149–150). Schließlich gelang es den so genannten drei Reichseinigern Oda Nobunaga (1534–1582), Toyotomi Hideyoshi (1537–1598) und Tokugawa Ieyasu (1543–1616), die gar nicht zu den zuvor um die Macht kämpfenden Fürsten gehörten, im Jahr 1600 nach der Schlacht von Sekigahara schließlich, das zersplitterte Land zu vereinen. Am Ende gewann Tokugawa Ieyasu mit seinem Klan die militärische und politische Ober-

hand. Er baute in den folgenden Jahrzehnten eine zentralisierte Verwaltung auf und etablierte ein feudalistisches Herrschaftssystem (Hall 2000 [1968]: 143). Trotz der offiziellen Abschließungspolitik nach außen ab 1639 und der rigiden feudalen Gesellschaftsordnung entwickelte sich das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben im Inneren des Landes rasant. Neue Transportwege zu Land und zu Wasser entstanden. Häfen wurden ausgebaut. Die fünf Hauptstraßen Tōkaidō, Nakasendō, Nikkōkaidō, Kōshūkaidō und Ōshūkaidō verbanden die neue Hauptstadt Edo mit den anderen Landesteilen. Flüsse und Binnengewässer wurden durch Ausbaggern und Kanalbauten ebenfalls zu wichtigen Transportwegen des innerjapanischen Handels ausgebaut. Städtische und ländliche Märkte entwickelten sich und die Städte wuchsen. Die Shogunatsregierung (*bakufu*) standardisierte auch Mengen- und Maßeinheiten und prägte einheitliche Münzen, was den Handel erleichterte und stimulierte (Furushima 1991: 494; Hall 2000 [1968]: 207; Nakai und McClain 1991: 543).

Die aus Nagoya stammenden Tokugawa machten aus der kleinen Burgstadt Edo im Laufe ihrer Herrschaft eine der größten Städte der Welt. Im 17. Jahrhundert stieg die Bevölkerung rasant an. Ein Netzwerk an Gefolgsleuten der Tokugawa kam nach Edo: Vasallen, Hausangestellte, ab 1630 mit der Einführung der alternierenden Residenzpflicht die Regionalfürsten (*daimyō*) und ihre Familien. Händler, Künstler und Bauarbeiter folgten. 1720 hatte die Stadt bereits über eine Million Einwohner (Nakai and McClain 1991: 564–565). Der Sitz des Shoguns wurde zu einer Metropole, die Entwicklungen im ganzen Land anstieß und bestimmte. Osaka und Kyoto, die beiden alten Großstädte, büßten an Bedeutung ein. Dies trifft vor allem für den kulinarischen Bereich zu. So siedelten sich Kaufleute und Künstler in Edo an und die Stadt wurde zunächst zu einer Konsummetropole mit einer hohen Nachfrage nach Nahrungsmitteln und anderen Waren aus ganz Japan (Nishiyama 1997: 29; Ogi et al. 2003: 531).

Bis zur Genrokuzeit (1688–1704) wurde in und um Edo nur wenig produziert. Edo war eine Transitmetropole, die Waren von und nach Kantō und Tōhoku im Norden Japans passierten (Watanabe 1988: 49). Nun musste der in der Stadt lebende Kriegeradel aus dem ganzen Land mit Produkten und Unterhaltung versorgt werden. Luxuswaren, aber auch Produkte des täglichen Bedarfs kamen zunächst nicht aus der nahen Kantō-Region um Edo, sondern aus Kansai um Osaka und Kyoto. Deren so genannte ‚herabsteigende Produkte‘ (*sagarimono* oder *kudarimono*) stiegen als qualitativ höherwertige Produkte sozusagen in die Kantō-Region um Edo herab. Die aus dem Umland von Edo stammenden Produkte wurden dementsprechend als ‚nicht herabsteigende Produkte‘ (*sagaranaimono* oder, gebräuchlicher, *jimawarimono*) bezeichnet. Die Namensgebung

verdeutlicht die dominante Lage und Stellung Kansais gegenüber der peripheren Lage der noch unterentwickelten Kantō-Region. Produkte aus Kantō wiesen eine mindere Qualität auf und waren mit den Waren aus Kansai geschmacklich nicht zu vergleichen. Dementsprechend war der kulinarische Einfluss der Kansai-Region und des Gebiets entlang der Tōkaidō in Edo zunächst noch groß (Watanabe 1988: 49).

In der Genrokuzeit verschob sich das kulinarische Zentrum Japans von Kyoto und Osaka nach Edo, so dass es am Ende der Edozeit hieß: „Essen ist Edo“ (Watanabe 1988: 67; *Edo wa shoku*). Der Bedarf an Grundnahrungsmitteln wie Reis, Getreide, Gewürze wie Salz oder Miso im wachsenden Edo konnte durch die Waren aus Kansai nicht gedeckt werden, sodass die Entwicklung der Landwirtschaft und Verfeinerung der Herstellung in Kantō vorangetrieben wurde (Watanabe 1988: 49–52). Im Rahmen des Handels mit Produkten aus dem Umland von Edo (*jimawari keizai*) wurden mehr und mehr Basisprodukte in der Kantō-Region angebaut und produziert. Der Handel mit diesen Produkten wurde so einerseits durch die gestiegene Nachfrage in Edo forciert und ging von den Produzenten und Händlern selbst aus. Produktion und Distribution der Waren in der Kantō-Region wurden andererseits auch von der Shogunatsregierung angestoßen. Kaufleute und Spediteure wurden ermuntert, Produktionsorte und Transportwege auszubauen. Die Shogunatsregierung hatte ein vitales Interesse an der Versorgungssicherheit der Metropole und verschuldete sich dafür bei den Großhändlern, die sie mit Krediten versorgten. Nichtsdestotrotz stieg die Menge der Produkte aus Kantō nur langsam an und auch die Vorstellung einer geringeren Qualität dieser Waren blieb bis zu Beginn des 19. Jahrhunderts bestehen (Ogi et al. 2003: 531–532; Watanabe 1988: 59).

Der letztendliche Erfolg des Handels mit Waren aus Kantō führte dazu, dass Osaka mit seinen Zwischenhändlern und Spediteuren seine dominante Stellung als Umschlagplatz für Nahrungsmittel in die Kantō- und Tōhoku-Regionen einbüßte. Auch die bisherige Marktstruktur in Edo veränderte sich, da einerseits Großhändler, die traditionell nur Waren aus Kansai verkauften, auch Waren aus Kantō in ihr Sortiment aufnahmen. Andererseits umgingen viele Produzenten aus Kantō die Großhändler, indem sie ihre Produkte vor Ort oder in Edo selbst an die Konsumenten oder an Einzelhändler verkauften. Neben den logistischen Umgestaltungen veränderte sich auch die Wahrnehmung der Kantō-Waren. Durch verbesserte Technologien in der Verarbeitung und Verfeinerung der Produkte verbesserten sich Qualität und Geschmack der Produkte im Vergleich zu den vormals überlegenen Waren aus Kansai und beeinflussten die Großhändler und Märkte in Osaka und Kyoto (Ogi et al. 2003: 532–533). Was in der Mitte des 17. Jahrhunderts mit dem Anbau von Roh-

stoffen und der Herstellung von Lebensmitteln begann, fand seinen Ausdruck auch im Konsum. Watanabe (1988: 62) bezeichnet die neu entstehende Esskultur als den *edokko*-Geschmack, den Geschmack der Bürger von Edo. Neue Gerichte und neue Formen des Speisens entstehen nun nicht mehr in Osaka oder Kyoto, sondern Edo steht im Zentrum der kulinarischen Kultur und seine Neuerungen beeinflussen die Esskultur im ganzen Land.

Trotz der rigiden feudalen Gesellschaftsstruktur mit Kriegen und Adel an der Spitze, den Bauern und Handwerkern darunter und schließlich den Kaufleuten am unteren Ende fand während der Edozeit ein gesellschaftlicher Wandel statt. Ideen und Waren verbreiteten sich über regionale und soziale Grenzen hinweg. Während der Heianzeit (794–1185) prägten der Kaiserhof in Kyoto und die buddhistischen Tempel mit ihrer Teezeremonie die kulinarische Kultur der Eliten. In der Muromachizeit (1338–1573) übernahmen die Krieger diese elaborierte kulinarische Kultur. Bis zur Mitte der Edozeit begannen die bürgerlichen Schichten, allen voran die zu Geld gekommenen Kaufleute, aber auch Künstler und Intellektuelle, sich den Lebensstil des Adels und der Krieger anzueignen. Das betraf bis zu einem bestimmten Grad die Wohnsituation und die Kleidung, aber besonders das Essen. Im frühen 19. Jahrhundert sagte der soziale Stand nichts mehr über das Einkommen und damit den Lebensstandard aus (Hanley 1991: 664, 693).

Die Kaufleute profitierten vom sich schnell entwickelnden innerjapanischen Handel zwischen den Fürstentümern und Edo. Handel, Gewerbe und Transport von Waren wurden zunächst nicht besteuert. Die Geldwirtschaft löste im Laufe der Edozeit die reisbasierte Wirtschaft ab. Dies geschah zuerst in den Städten und dort besonders in den Vergnügungsvierteln, in denen kulinarische Innovationen ihren Anfang nahmen. In dieser Situation verschuldeten sich sogar die wohlhabenderen Regionalfürsten über Reis-Termingeschäfte bei den gesellschaftlich an unterster Stelle stehenden Gewerbetreibenden, allen voran den von ihnen selbst lizenzierten Reishändlern (Watanabe 1964: 243). Die Shogunatsregierung versuchte ab den 1770er Jahren, ihre Finanzen mithilfe der Durchsetzung monetärer Tributzahlungen aufzubessern. Bisher hatten beispielsweise Dörfer rund um Edo Spezialitäten nach Edo geliefert und dafür Schutz bekommen. Nun mussten sie Geld bezahlen und baten in Petitionen um die Rückkehr zum alten Tributsystem (Shimizu 2011: 8). Besonders in Edo waren die Regionalfürsten und die Shogunatsregierung für ihre tägliche Versorgung auf die Kaufleute angewiesen. Da die Kriegerschicht von Reisstipendien abhängig war und ihr keine monetären Einnahmen gewährt wurden, überstiegen ihre Ausgaben die Reiseinnahmen und sie mussten sich verschul-

den, wenn sie weiterhin einen opulenten Lebensstil führen wollten (Hall 2000 [1968]: 202–205; Nakai und McClain 1991: 545).

Einige *chōnin*, die Angehörigen der bürgerlichen Schichten in den Städten, gelangten zu großem Reichtum und fingen an, einen herrschaftlich luxuriösen Lebensstil zu führen. Sie übertrafen die einst wohlhabenden Krieger seit der Mitte des 17. Jahrhunderts teilweise in der Opulenz ihrer Esskultur. Kinokuniya Bunzaemon (1669–1734) und Naraya Monzaemon (?–1714) aus Edo, Naniwaya Juemon und Nakamura Kuranosuke (1668–1730) aus Kyoto sowie Yodoya Tatsugoro (1688–1704) aus Osaka, dessen gesamtes Vermögen 1704 wegen des Verstoßes gegen Luxusgesetze von der Shogunatsregierung konfisziert wurde (Shively 1964–1965: 133), prützten mit ihrem Reichtum (Watanabe 1964: 242–243). Diese Geldmacht verschaffte den bürgerlichen Schichten Gestaltungsmöglichkeiten. So gingen viele Entwicklungen und Neuheiten auf kulinarischem Gebiet von den städtischen Bürgerlichen und den von ihnen frequentierten Vergnügungsvierteln aus. Die kulinarische Entwicklung zeichnet auch die Geschichte von Edos Aufstieg nach, denn die Loslösung von starren feudalen Regeln, auch im kulinarischen Bereich, war hier einfacher.

Die Esskultur konnte sich aufgrund der langen Friedenszeit in viele Richtungen entwickeln. Neue Produkte und Speisen wurden eingeführt und führten zu einer Differenzierung der Esskultur. Kochbücher zu den verschiedensten Themen und Anlässen wurden veröffentlicht: Alltagsküche, Teezusammenkünfte, vegetarische Küche, chinesische Küche, ‚Süd-barbaren-Küche‘, Delikatessen oder neue Speisen wie Nudeln, Tofu, Tempura oder Kochen mit Sojasauce, die Miso als Würzmittel zum Beispiel für rohen Fisch ersetzte (Kinski 1998: 68). Dazu kamen Etikettbücher, Restaurants, Restaurantführer und Reisetagebücher mit Angaben zu regionalen Produkten. Diese Angebote trugen zu einer Aushöhlung des feudalen Gesellschaftssystems bei, da nicht nur die oberen Schichten an den Entwicklungen teilnahmen. In Zeiten von Missernten, Hungersnöten und darauf folgenden Reformprogrammen entwickelte sich die kulinarische Hochkultur nicht so rasant wie in opulenten Zeiten. Die vier großen landesweiten Hungersnöte Kan’ei, Kyōhō, Tenmei, Tempō sowie circa zwanzig lokal oder regional begrenzte Hungersnöte zwischen 1675 und 1837 führten zu den großen Reformzeiten Kyōhō, Kansei und Tempō. Viele Entwicklungen nahmen ihren Anfang in der Genrokuzeit (1688–1704), wurden durch die Sparsamkeitsbestrebungen in der Kyōhōzeit (1716–1736) zur Verfeinerung gezwungen und erreichten in der Kaseizeit (1804–1830) kurz vor dem Ende der Edozeit wieder ihre volle Blüte.

Anhänger einer Gourmetkultur zu sein, war in der Edozeit eine Frage des Prestiges: zunächst des Adels, dann der Kriegerschicht, schließlich der Bürgerlichen. Spätestens bei den bürgerlichen Gourmets kommen ne-

ben dem Distinktionsgedanken bereits das Essvergnügen und die Neugier auf Essen zum Ausdruck. Unverfroren wurden offiziell verbotene Lebensmittel wie Fleisch und *hatsumono*, die ersten Früchte der Saison, die dem Shogun vorbehalten waren, verzehrt. Genauso unverfroren wurde der Reichtum zur Schau gestellt:

„At Edo, Bunzaemon Kinokuniya and Mozaemon Naraya amassed fabulous fortunes, and their life of unparalleled dissipation and extravagance in the gay quarters of the metropolis has become proverbial. Kuranosuke Nakamura and Juemon Naniwaya both at Kyoto and Tatsugoro Yodoya at Osaka astounded the people of their time by the grandeur of their residences, the splendours of their dress and their princely dinners. Their extraordinary life, indeed, represented the luxury and extravagance of the commoners of the period“ (Honjō 1933: 44).

Der Beginn der bürgerlichen Gourmetkultur kann in der Aneignung der *honzen ryōri* durch die bürgerlichen Schichten in der Genrokuzeit gesehen werden. Die zu Reichtum gekommenen Kaufleute konnten sich diverse Vergnügungen leisten und taten dies aus Gründen des Prestiges und der Distinktion. Sie prahlten mit ihrem Reichtum und versuchten, sich gegenseitig zu übertrumpfen. Besuche in den edelsten Restaurants, private Abendgesellschaften, aber auch die opulente Ausstattung der Ehefrauen mit feinsten Kimonos gehörten dazu. Sie waren fast schon moderne Konsumenten in einer sich langsam wandelnden Gesellschaft.

Für das Konsumverhalten etablierten sich während der Edozeit die Begriffe *ga* und *zoku* für die Hoch- und Populärkultur. Diese standen zwar in Abgrenzung zueinander. Die Akteure der Hochkultur machten immer wieder Anleihen auch bei der Populärkultur und verhalten ihr so zu hochkulturellem Charakter, den sie ohne diese Aneignung nicht hätte erlangen können. Dieses Phänomen beschreiben Johnston und Baumann (2010) für die gegenwärtige Gourmetkultur. In Japan ist die Adaption der Populärkultur durch Akteure der Hochkultur seit der Edozeit durch alle Zeiten hindurch zu sehen. In der Edozeit finden die Speisen von mobilen Straßenständen, wie Nudeln, Sushi oder Tempura, ihren Weg in die neu entstehenden und hochpreisigen Restaurants. Im vorherigen theoretischen Kapitel habe ich diese von Bourdieu (1987 [1979]) beschriebenen Aneignungsprozesse bereits behandelt. In ihren Aufstiegsbestrebungen machen sich die niedrigeren Schichten die Hochkultur zu eigen, was wiederum die Angehörigen der Hochkultur veranlasst, sich neue Inhalte oder Ausdrucksformen ihrer Kultur zu suchen. Auch das findet in der Edozeit statt. Waren die Speisen der Bürgerlichen in der ersten Hälfte der Edozeit noch schlicht, wurden sie mit steigender Produktivität und Wohlstand opulenter und

machten Anleihen bei der Bankettkultur der Aristokratie und der Krieger-schicht. Erlasse der Shogunatsregierung, die zur Sparsamkeit aufriefen, sind nur ein Indiz für diese Entwicklung (Kinski 1998: 74–75).

Die Konzepte für *ga* und *zoku* finden ihren Ausdruck für die feine Lebensart in *tsū* und *iki* – Kennerschaft und Kultiviertheit. Die Begriffe haben ihren Ursprung nicht in der offiziellen Hochkultur des Adels oder Militärs, sondern in den urbanen *yūtaku*, den Vergnügungsvierteln mit ihren Bordellen, öffentlichen Bädern, aber auch feinen Teehäusern, edlen Restaurants, exklusiven Clubs und Theatern und beschreiben deren Ästhetik (Nakano 1989: 126; Hibbett 1951: 414). Es sind Konzepte und Ausdrücke der Stadt, der Metropole, in der es viele Menschen gab, die keine manuellen Arbeiten verrichteten (Nishiyama 1997: 54). Die Vergnügungsviertel waren der Ursprungsort der bürgerlichen Gourmetkultur. In diesem Sinne war der Aspekt des (auch vulgären) Vergnügens und der Offenheit gegenüber neuen Produkten oder Gerichten von Anfang an Teil der kulinarischen Hochkultur. Gleichzeitig war diese Kultur vom kulinarischen Erbe der mittelalterlichen und aristokratischen Bankettkultur mit ihren Traditionen und ihrer Etikette geprägt. Kinski bemerkt, dass beides eng miteinander verbunden war. Tradition und Etikette waren die Grundlage der freieren, bürgerlichen Gourmetkultur:

„diese Esskultur [war] mit einer Etikette-Tradition eng verbunden, die gerade der Formgebung – der Ästhetisierung des Mahls in seinen äußeren Aspekten wie auch des formalisierten Verhaltens der Essenden – großes Gewicht einräumte. Mit der Verbreitung einer bestimmten Form von Küche in dieser Zeit ging eine Popularisierung von Normen einher, die einer ästhetischen Form Genüge leisteten und eine körperliche Disziplin erforderten, die über den Rahmen des gemeinsamen Mahls hinaus bedeutungsvoll ist“ (Kinski 1998: 60).

Der Begriff *iki* verbreitete sich in der Genrokuzeit (1688–1704) und bis zur Mitte der Edozeit hatten sich drei Merkmale von *iki* herauskristallisiert: Charakterstärke, Koketterie und Raffinesse (*hari*, *bitai* und *akanuke*). Diese Merkmale beinhalten ein subtiles, unauffälliges Selbstbewusstsein, das sich in raffiniert erotischen und anmutigen Bewegungen und Gesten manifestierte (Ohashi 1998: 554). Das Ideal von *iki* war die Kurtisane, die auf Gemälden, in Theaterstücken und Romanen als elegante, gut gekleidete, kultivierte Frau dargestellt wird. Sie verkörpert eine sinnliche, künstlerische und erotische Weltgewandtheit. Sie ist wählerisch bei ihrer Kleidung, führt geistreiche Konversationen, ist gebildet und besitzt ein breites Wissen, ist versiert in verschiedenen Künsten: Dichtkunst, Kalligrafie, Musik, Teezeremonie und erfahren in den Bereichen von Liebe und Sex (Hibbett 1951: 414; Keister 2009: 221). *Iki* wurde als Verhaltensweise und Stil so be-

deutsam, dass neben Theaterstücken, grafischer Kunst oder Kurzromanen sogar Ratgeberbücher publiziert wurden, in denen anhand von detaillierten Illustrationen gezeigt wurde, wie Mann und Frau sich entsprechend der *iki*-Ästhetik zu kleiden und zu benehmen hatten, um kultivierte Stadtbewohner zu werden (Tanaka 2002: 29 zitiert nach Keister 2009: 221).

Das Vergnügungsviertel Yoshiwara in Edo war ein egalitärer Ort, an dem Statusunterschiede keine Rolle spielen sollten. Daher mussten die Krieger dort Charakterstärke zeigen und die Schwerter ablegen (Nishiyama 1997: 54). In dieser Hinsicht glich das Vergnügungsviertel dem Teehaus. Auch hier sollten Statusunterschiede der äußeren Welt keine Rolle spielen. Die Auslebung von *iki* mit seinen Merkmalen war der soziale Marker. Die Koketterie sollte charmant, aber kein vulgäres, nur nachgeahmtes hochklassiges Auftreten sein. Die Raffinesse sollte sich durch unpräntentioses, weltläufiges, unbekümmertes Verhalten auszeichnen. Wer *iki* verkörperte, zeigte einen Sinn für Moden und einen kultivierten Geschmack (Nishiyama 1997: 54; Keister 2009: 216). *Iki* verbreitete sich als Ästhetik auch in der gehobenen städtischen Esskultur und verband sich mit dem Begriff *tsū*, was eigentlich Fachmann oder Experte bedeutet. Im kulinarischen Bereich wurde er zum *shokutsū* oder *ryōritsū*, was mit Essensfachmann oder eben Gourmet zu übersetzen ist. Er hat Freude an der Kulinarik, daran, anhand der Schnittstellen am Sashimi auf die Qualität des Messers zu schließen, das der Küchenchef benutzte, oder die Herkunft des Spießes für das *dengaku* zu erraten (Watanabe 1964: 243). Der Begriff *tsū* verbreitete sich um 1770. Seit dieser Zeit erschienen immer mehr Bücher mit dem Zusatz *tsū* im Titel, so auch das *Edoryūkō ryōritsū* (1822–1835), eine Serie von Kochbüchern, veröffentlicht vom Inhaber eines berühmtes Restaurants in Edo. Der *tsū* entsprang den Vergnügungsvierteln, den Theatern, Restaurants und sollte sich den unterschiedlichen Gegebenheiten flexibel und scharfsinnig anpassen können, ohne arrogant und dennoch unnahbar zu sein (Nishiyama 1997: 58–59). Er verkörperte damit die Merkmale von *iki*: Charakterstärke, Koketterie und Raffinesse.

Die Vergnügungsviertel waren zeit ihres Bestehens Orte, an denen zuerst die Militärs nach der Kultur der Aristokratie, dann die Bürgerlichen nach der Kultur der Militärs und schließlich die einfache Bevölkerung nach der Kultur der Bürgerlichen strebten. Sie waren offen für alle Bevölkerungsgruppen, die sich die luxuriösen Vergnügungen leisten konnten. Bürgerliche und Krieger gingen gleichermaßen in den teilweise prunkvollen Gebäuden ein und aus (Hibbett 1951: 414). Es waren Orte der Sehnsucht und zu ihren Hochzeiten bis zu den Tempō-Reformen von 1850 waren diese Viertel Orte kultureller Strahlkraft und Kreativität. Danach verloren sie ihre hochkulturelle Bedeutung und wurden zu der Art Vergnügungsviertel, als die sie bis heute in Erinnerung sind: Marktplätze für se-

xuelle Dienste. Dabei verloren auch *iki* und *tsū* ihre kulturelle und ästhetische Konnotation und wurden mit einer bestimmten Verhaltensweise in den Vergnügungsvierteln assoziiert (Nakano 1989). Die Kansei-Reformen von 1787–1793 sorgten für eine Stagnation in den Vergnügungsvierteln und ab der Kaseizeit lösten sich viele Einrichtungen von den Vergnügungsvierteln und verbreiteten sich in der ganzen Stadt. Ab den 1770er Jahren beschäftigten Restaurants Geishas, deren Dienste reine Dienstleistungen waren – ohne sexuelle Konnotation, wie es zu jener Zeit in den Vergnügungsvierteln wie Yoshiwara üblich geworden war. Dadurch behielten *iki* und *tsū* ihre nicht sexuelle Bedeutung außerhalb der Vergnügungsviertel (Nishiyama 1997: 61–62).

Die hochkulturelle Ästhetik, verkörpert durch *tsū* und *iki*, zu der auch die gehobene Esskultur gehört, wurde direkt mit Vergnügen assoziiert. *Iki* war gleichzeitig eine Imitation der höheren Schichten und ein Ausbrechen aus eben dem Gesellschaftssystem, das vom Wunsch nach sozialem Aufstieg und Ansehen geprägt war. Die feudale Gesellschaftsordnung der Edozeit ging für die Menschen aller Stände mit Restriktionen und Regeln einher. Die Ästhetik, samt ihren Manifestationen in den Vergnügungsvierteln und Restaurants der Stadt, war ein Rückzugsraum, um die gesellschaftlichen Grenzen zumindest zeitweise zu überwinden. Dieser Rückzugsraum war tatsächlich so egalitär, dass jeder, der schlau und geschickt genug war, sich *iki* aneignen konnte (Nishiyama 1997: 61; Keister 2009: 222–223). *Iki* und *tsū* waren die Veredelung für diese Welt des Spiels (Nishiyama 1997: 62) oder *ukiyo*, der vergänglichen Welt (der Vergnügungsviertel) (Keister 2009: 216). Die finanzielle Erreichbarkeit dieser Kultur stellte den Ausgangspunkt für die bürgerlichen *shokutsū* dar. Diese war aber nicht das eigentliche Distinktionsmerkmal. Die Connaissseure erreichten Status und Geltung aufgrund ihres Wissens und ihrer Fähigkeit, materielle Güter wie Speisen, Kleidung oder Kunst würdigen und einsetzen zu können. Der ererbte Status spielte keine Rolle mehr (Francks 2009: 45). Neben der Möglichkeit, sich der feudalen Gesellschaft für einen Moment zu entziehen, war *iki* als Stil und Verhalten ein Zeichen sozialer Distinktion für die niedrigeren Schichten sowie ein Akt der Missachtung gesellschaftlicher Regeln und Normen gegenüber dem herrschenden Militär. Keister beschreibt *iki* daher als Ausdruck von Kultiviertheit einerseits und Widerstand andererseits (2009: 216).

Die Gourmetkultur der Edozeit ist geprägt von gesellschaftlicher Öffnung und Kommerzialisierung, der Diversifizierung und der Unverfrorenheit der bürgerlichen Gourmets. In der Kan'eizeit (1624–1644) und der Keianzeit (1648–52) wurden die Grundlagen der gehobenen Küche von den Teemeistern der Shogune gelegt. Kochbücher lüfteten die Kochgeheimnisse des Mittelalters und machten sie für breitere Bevölkerungs-

schichten zugänglich. Die Genrokuzeit (1688–1704) gilt als die erste Zeit des kulinarischen Überflusses. Die Festessen der Adels- und Kriegerschichten erreichten die bürgerliche Stadtbevölkerung und Edo wurde zum kulinarischen Zentrum des Landes. Es wurden Entwicklungen angestoßen, die ein Jahrhundert später in der Kaseizeit (1804–1831) ihre Vollendung fanden. Die Kyōhōzeit (1716–1736) war geprägt von Austeritätsbestrebungen. Trotzdem oder gerade deshalb fand die gehobene Küche zu einer Verfeinerung und Essen wurde für die mittleren Gesellschaftsschichten zum Vergnügen. Von der Hōrēkizeit (1751–1764) bis zur Tenmeizeit (1781–1789) wurde Konsum zum Zeitgeist. Kochbücher wurden zur Unterhaltung gelesen und waren mehr intellektueller als praktischer Spaß. Zudem eröffneten nun die ersten Restaurants, die ihr goldenes Zeitalter in der Kaseizeit (1804–1831) erreichten. Essen war nun endlich ein Zeitvertreib, der von Restaurantführern gestützt und von Gourmets praktiziert wurde.

Im Verlauf des Kapitels greife ich die hier angedeuteten Entwicklungen auf und beschäftige mich mit den offiziellen Banketten der Shogunatsregierung sowie der Rolle der Teemeister bei der Entwicklung der Bankettspeisen. Medien wie Kochbücher, Etikettebücher und Moralbücher betrachte ich genauso wie die aufkommende Restaurantszene Edos. In den einzelnen Unterkapiteln beschreibe ich immer wieder einzelne Speisen. Dem Verzehr von regionalen Speisen, Fleisch, Wein sowie den *hatsumono*, den ersten Früchten der Saison, widme ich mich gesondert, da diese eine wichtige Rolle für die Gourmetkultur der Edozeit spielen.

3.2 TEEMEISTER UND BANKETTE

Das Essverhalten der Shogune und Regionalfürsten gibt Aufschluss über ihr gesellschaftliches Selbstverständnis, das zwei entgegengesetzte Strömungen vereint: Einfachheit einerseits und Üppigkeit andererseits. Der Lebensstil und damit auch die alltägliche Kost der ersten beiden Shogune ähnelte bewusst der der bürgerlichen und niedrigeren Kriegerschichten. Die ersten Shogune wollten durch ihr einfaches, unprätentiöses Alltagsessen ihre Nähe zu den einfachen Kriegern verdeutlichen. Tokugawa Ieyasu und Tokugawa Hidetada aßen keinen polierten Reis, den sie als unnötigen Luxus ansahen. Sie aßen *mugimeshi*, eine Mischung aus Weizen, Hafer und Reis, die als gesund erachtet wurde, die sich aber auch die niedrigeren Kriegerschichten leisten konnten (Nishiyama 1997: 145–146). Sie blieben ihrem Heimatort und ihrem Verständnis als einfache Krieger ohne gehobenen Status treu. Dazu passte auch eine große Teezeremonie, zu der Toyotomi Hideyoshi gleichermaßen Reiche und Arme, Menschen mit hohem und

niedrigem gesellschaftlichen Status einlud. Von dieser Haltung abgesehen zeugt eine Anekdote von der kulinarischen Unkenntnis der Reichseiniger und ersten Shogune, die sich nicht besonders für die damalige Haute Cuisine interessierten: Oda Nobunagos Koch Tsubouchi beschwerte sich, weil sein Herr ein feines Menü höchster Qualität nicht zu schätzen weiß, aber ein „third-rate cooking [...] of an unrefined, rural sort“ (Nishiyama 1997: 145) als hervorragende Mahlzeit bezeichnet. Hier wird deutlich, dass Krieger wie Oda Nobunaga nicht mit der feinen Lebensart vertraut waren: „the low had usurped the position of the high“ (Nishiyama 1997: 145).

Trotz ihres persönlichen Desinteresses und der beabsichtigten Nähe zur einfachen Kriegerschicht eigneten sich bereits die drei als Reichseiniger bezeichneten Krieger Oda Nobunaga (1534–1582), Toyotomi Hideyoshi (1537–1598) und Tokugawa Ieyasu (1543–1616) mit Erreichen ihres neuen sozialen Status als Machthaber auch Elemente aristokratischer Esskultur an und verbanden sie mit der bereits etablierten Bankettkultur der Kriegerelite. Üppigkeit und Feinschmeckerei spielten bei repräsentativen Anlässen, anders als in der Alltagsküche der Shogune, für die Festigung ihrer Macht eine große Rolle. Bereits im 14. Jahrhundert hatte die Kriegerelite in Kamakura einen eigenen, dem kaiserlichen Adel ähnelnden, luxuriösen kulinarischen Stil herausgebildet, der auch in Banketten der frühen Edozeit seinen Ausdruck fand und von den regionalen Fürsten in der gesamten Edozeit fortgeführt wurde (Rath 2008: 49; Cadwallader und Justice 2010: 69). Beispielsweise wurden die seit der Muromachizeit zur Bekanntmachung und Legitimierung der Macht genutzten Bankette namens *onari* von den ersten Tokugawa-Shogunen noch prunkvoller übernommen. *Onari* beinhalteten Besuche bei untertänigen Klans, die durch die Ausrichtung von pompösen Banketten inklusive ausgedehnten, von Speisen begleiteten Trinkgelagen und Teezeremonien den neuen Shogun in seiner Macht bestätigten (Harada 2009: 136).

Trotz dieser elaborierten Bankettkultur waren die drei Reichseiniger und die Shogune keine Feinschmecker. Mit dem dritten Shogun Iemitsu (1604–1651) trat zwar ein Wandel in der alltäglichen Esskultur ein, die den Shogun nun doch vom einfachen Krieger abgrenzte, und es entwickelte sich eine der höfischen Bankettkultur ähnelnde, auf Distinktion, Inszenierung und Reflexion basierende feudalfürstliche, alltägliche Esskultur. Als Gourmets waren die Shogune selbst trotzdem nicht bekannt. Ihre Esskultur war vielmehr Vorbild und Sehnsuchtsziel der bürgerlichen Feinschmecker, die ihre Lust am guten und ausgefallenen Essen im Laufe der Edozeit immer offener und selbstbewusster auslebten. Ob Feinschmecker oder nicht – die Ernährung des Shoguns war stark formalisiert. Ob einfache Alltagskost oder üppige Bankettesspeisen – es wurde genau geregelt, was er essen durfte und was nicht. Bereits seit der frühen

Edozeit organisierte das Lebensmittelamt *zenbugyō* den Essalltag des Shoguns. Ihm gehörten die Köche, Inspektoren, Vorkoster, Küchenaufseher und Einkäufer an. Dem Shogun wurden verschiedene Lauchsorten, Algen, Fische und Meeresfrüchte, Geflügel wie Kranich oder Wildgans und Kaninchen serviert. Tempura, Sojabohnenkäse (*aburage*) oder gegorene Sojabohnen (*nattō*) waren hingegen tabu. Während das anfängliche Ziel der Reglementierung sein sollte, das Essen der Shogune harmonisch und nahrhaft zu gestalten (Watanabe 1964: 227), entwickelte es sich im Laufe der Edozeit zu einem Distinktionsmerkmal. Bestimmte Lebensmittel waren allein dem Shogun vorbehalten.

Bis zur Genrokuzeit hatten sich die oberen Schichten der Krieger (*bushi*) die prachtvolle (Ess)Kultur der Muromachizeit (1392–1573) und der nachfolgenden Azuchi-Momoyamazeit (1573–1598) angeeignet und diese teilweise verändert (Harada 2005b: 115). Die opulenten und luxuriösen mittelalterlichen Festessen namens *honzen ryōri* der Muromachi-Shogune wurden vereinfacht und verkleinert. Die Zahl der Tablettis und Gänge wurde verringert und an den Rang des Gastes angepasst (Watanabe 1964: 111–113). Alle Shogune ab Toyotomi Hideyoshi beschäftigten Teemeister, die einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Bankettkultur der Shogunatsregierung und des gesamten Landes ausübten. Sie schufen eine Trennung zwischen dem schlichten Menü einer Teezeremonie und dem pompösen Menü eines feudalen Banketts. Die elaborierten Zubereitungsarten und Speisen richteten sich nach bestimmten Regeln und griffen auf traditionelle, innovative oder exotische Zutaten zurück. Jeder Stil verlangte eine andere Etikette, die vom Gast sowie dem Gastgeber beherrscht werden musste. Auch die verwendeten Utensilien wie Lackwaren, Keramik oder Porzellan mussten den entsprechenden Stil berücksichtigen. Die Regionalfürsten und Shogune beschäftigten Experten, die sich um diese Aspekte kümmerten und Schulen gründeten, um ihre Ideen zu festigen und weiterzugeben. Schließlich war der Zugang zu beiden Menüarten durch den feudalen, später durch den finanziellen Status eingeschränkt (Cadwallader und Justice 2010: 83–85).

Für beide Menüarten wurde der Begriff *kaiseki* verwendet, jeweils mit einer anderen Schreibweise. Die bereits im mittelalterlichen Kyoto etablierten Bankette mit *kaiseki*-Menüs waren hauptsächlich gesellige Zusammenkünfte von Fürsten, Aristokraten oder reichen Kaufleuten. Die verwendeten Kanji 会席 verdeutlichen diesen Aspekt. *Kaiseki* bedeutet hier ‚Essen, während man zusammensitzt‘. In Abgrenzung zu den luxuriösen und zahlreichen Gerichten und deren opulenter Ausstattung entstand zu Beginn der Edozeit ein schlichter und rustikaler Menüstil, für den sich gegen Ende des 17. Jahrhunderts ebenfalls der Begriff *kaiseki* durchsetzte, allerdings mit anderen Kanji: 懐石. Wörtlich kann es mit ‚Bruststein‘

übersetzt werden. Die Schreibweise bezieht sich auf die warmen Steine, die sich Zen-Mönche beim Meditieren auf den Bauch legen, um den Hunger zu unterdrücken. Diese Menüs blieben eng mit der Teezeremonie verbunden, während die geselligen *kaiseki*-Menüs den Banketten zugeordnet wurden. Die Teemeister der Shogune waren maßgeblich an der Schaffung dieser Unterschiede beteiligt (Cadwallader and Justice 2010: 68).

Den Anfang machte Sen no Rikyū (1522–1591). Unter Toyotomi Hideyoshi entwickelte er das Konzept eines weniger pompösen und geselligen Stils des *kaiseki*-Menüs. Er griff auf einen Menüstil von Kaufleuten in Sakai, Nara und Kyoto zurück, die Feinschmeckerei betrieben und sich von den fleischlosen und schlichten Speisen zen-buddhistischer Tempel inspirieren ließen. Es ist also keineswegs so, dass nur die Aristokratie als Vorbild für die gehobene Küche galt. Die Rolle einiger urbaner, bürgerlicher Akteure bei der Entwicklung der Gourmetkultur ist nicht zu unterschätzen. Für ihren Menüstil wandten sich die Feinschmecker von der üppigen und exotischen chinesischen Ästhetik ab, die die Bankette der Aristokratie und Krieger bis dahin geprägt hatte, und eigneten sich eine schlichtere, rustikalere und demütigere Ästhetik von Kunsthandwerkern aus Korea, Südostasien und Japan an (Cadwallader und Justice 2010: 69–70). Anders als bei den großen Banketten wurde hier kein Fleisch serviert. Die von den buddhistischen Tempeln inspirierte Küche bot vielmehr Gemüse in unterschiedlichen Zubereitungsarten an (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 89). Diese Ästhetik griff Sen no Rikyū auf und versuchte, seine Interpretation, den so genannten *wabicha*-Stil, unter der Herrschaft von Toyotomi Hideyoshi zu etablieren. Dieser stand einer Vereinfachung der Bankettkultur sicherlich offen gegenüber, da sie seinem Selbstverständnis vom einfachen Krieger nahekam.

Sen no Rikyū hatte in erster Linie keine Bankette, sondern die Teezeremonie im Blick. Sein Ideal war kein Menü, mit dem der Gastgeber seinen Reichtum und seine Macht zur Schau stellte wie bei den mittelalterlichen Banketten. Es war vielmehr ein Menü, das Körper und Geist auf die Wirkung des dicken grünen Tees der Teezeremonie (*koicha*) vorbereiten sollte. Es ging ihm um ein Ritual, das die Teilnehmer dem Status der *communitas* (Turner 2005) näherbringen sollte. Standes- oder Rangunterschiede der Teilnehmer sollten bei dieser idealen Teezeremonie keine Rolle spielen. Sein Ideal des *wabicha*-Stils für Bankette setzte sich in der Folge allerdings nicht durch. Nach Sen no Rikyūs Tod kam es zu einer Aufteilung in seinen schlichten *wabicha*-Stil und einen üppigeren *daimyō*-Stil (*daimyō* in Anlehnung an die Regionalfürsten). Denn anders als für die Reichseiniger und den ersten Shogun Ieyasu wurden für die Regionalfürsten und die Shogune ab Iemitsu Statusunterschiede immer wichtiger. Sie wollten unterhalten und dabei den Reichtum ihres Fürstentums in sei-

ner ganzen Pracht zeigen. Der *daimyō*-Stil wurde nur von den Regionalfürsten, ihren Familien und engsten Gefolgsmännern sowie einigen wohlhabenden Kaufleuten praktiziert und blieb eine elitäre Praxis (Cadwallader und Justice 2010: 68–69). Gesellschaftliche Exklusivität und Distinktion manifestierten sich damit in den Banketten der Edozeit.

Sen no Rikyūs Nachfolger als Hideyoshis Teemeister war Furuta Oribe (1543–1615). Er wurde angestellt, um den *daimyō*-Stil in Abgrenzung zum *wabicha*-Stil zu etablieren. Der so entstandene Bankettstil glich den mittelalterlichen *kaiseki*-Menüs: farbenfrohe und wertvolle Utensilien wurden verwendet, es gab viele Gänge mit vielen Tablets und aufwendige Gerichte, die auch Fleisch wie zum Beispiel Wildvögel beinhalteten. Das Menü sollte essbare, beeindruckende Unterhaltung sein. Neben stilistischen, ästhetischen und kulinarischen Gegensätzen unterschied sich dieser Bankettstil in einem wesentlichen Punkt von den Menüs im *wabicha*-Stil: Gefühle von *communitas*, also der Gleichheit der Gäste, sollten hier nicht entstehen. Vielmehr betonten unterschiedliche Gerichte und unterschiedliche Anzahl von Tablets sowie die Sitzordnung den Status eines Gastes beziehungsweise des Gastgebers und damit die Rangordnung der Teilnehmer (Cadwallader und Justice 2010: 76–77).

Der dritte Shogun Iemitsu (1604–1651), der von 1623–1651 regierte, entfernte sich vom Ideal der einfachen Krieger und Bürger und näherte sich in seinen kulinarischen Vorlieben den üppigen und luxuriösen *honzen ryōri* der Kriegerelite des Mittelalters an. Sein Teemeister Kobori Enshū (1579–1647) knüpfte an die Ideen von Furuta Oribe an. Er brachte farbiges Porzellan aus China und Keramik aus Korea in großen, hellen Räumen zur Geltung und entwickelte neue Utensilien namens *chūko meibutsu* für die erst in der Edozeit zu hohem Rang gekommenen Regionalfürsten, die keine Erbstücke besaßen (Cadwallader und Justice 2010: 77–78). Der Wandel lässt sich anhand eines Banketts nachvollziehen, das der Fürst von Satsuma, Shimazu Iehisa (1576–1638), in seiner Residenz in Edo für den Shogun Iemitsu abhielt. Sogar das Menü zur Teezeremonie entsprach dem luxuriösen und elaborierten *daimyō*-Stil und nicht den schlichteren und zurückhaltenden Regeln des *wabicha*-Stils. Während ein Tablett des Letzteren in der Regel aus einer Suppe und drei Beilagen (*ichijū sansai*) bestand, beinhaltete dieses Menü zwei Tablets mit vier Beilagen (*nijū yonsai*). Außerdem wurde Fleisch serviert, was beim vegetarischen *wabicha*-Stil nicht der Fall gewesen wäre. Auf dem ersten Tablett wurden in Sake eingelegte Seebrasse und Bonito mit Kumquat, Kranichsuppe, Klettenwurzel, eingelegte Matsutake-Pilze sowie Feldlerche in dunkler Sojasauce und Reis serviert. Das zweite Tablett beinhaltete gegrillten Graukopfkiebitz mit Salz, japanischem Pfeffer, Blattgemüse, Fischwurst (*kamaboko*) sowie eingelegtes Gemüse. Auf einem zusätzli-

chen Tablett gab es gegrillten, süßen Fisch, eine Suppe aus Rogen von der Seebrasse, Tintenfisch mit zerdrücktem Tofu angemacht mit Süßkartoffeln und nicht weiter benannten Fisch, *shōgan no hibo*-Nori, Snacks, Feilenfisch, gegrillte Mollusken, gesalzene und getrocknete Rogen der Meeräsche, Süßigkeiten, gedrehten Reiskuchen, Kaki auf einem Zweig serviert sowie gefärbte Kartoffeln (Rath 2008: 45).

Auch nachfolgende Teile des Menüs waren üppig. Vor dem eigentlichen Essen wurde die zeremonielle Trinkzeremonie *shikisankon* durchgeführt, bei der der Gastgeber und der Gast mehrmals miteinander anstoßen. Zum Sake wurde ebenfalls eine Reihe von Speisen serviert. Das eigentliche Bankett mit den *honzen ryōri* bestand aus mehreren Gängen mit jeweils einem Haupttablett (*honzen*) und hintereinander sieben, fünf und drei Nebentabletts, die alle mehrere Speisen enthielten. Der Gesamteindruck des Menüs war geprägt von Luxus und Üppigkeit: Neben dem hohen Fleischverzehr, dem Angebot an See- und Meeresfisch sowie wildem Geflügel wie Kranich wurde *karasumi* angeboten (Rath 2008: 45, 49–50), getrocknete Fischrogen der Meeräsche, die während der Edozeit als eine der ‚drei wertvollsten Delikatessen‘ galten. *Konowata*, die fermentierten Eingeweide der Seegurke, und *uni*, gesalzene Seeigeleier, sind die beiden anderen der *tenka no san dai chinmi* (Hosking 1996: 73, 85, 165). Diese Art des Menüs blieb bestimmend für die Bankette des Shoguns während der gesamten Edozeit (Rath 2008: 49–50).

Rath findet sowohl zeitliche als auch räumliche Verweise im Bankett, die zum einen eine Verbindung zu einer bestimmten Zeit herstellen und zum anderen die Rolle des gastgebenden Fürstentums hervorheben. Das Menü beinhaltet mehrere kulinarische Rückgriffe auf die Muromachizeit (1392–1573): *yuzuke*, ein Reisgericht mit heißem Wasser; *aemaze* und Fischsalate (*namasu*) als Vorläufer von Sashimi; *uzen*, ein chinesisches Suppengericht, oder der Karpfen, der im Laufe der Edozeit von der Seebrasse als beliebtester Fisch abgelöst wurde (Rath 2008: 50–51). Der Gastgeber aus Satsuma servierte einige Speisen als Verweis auf seine eigenen Besonderheiten. Die Süßkartoffel beispielsweise, die ein Teil des Menüs der Teezeremonie war, gelangte erst durch den Handel des Fürstentums Satsuma mit den südlichen Ryūkyū-Inseln auf die japanischen Hauptinseln (Rath 2008: 46). Satsuma handelte seit dem 15. Jahrhundert mit den Ryūkyū-Inseln und tat dies auch trotz der Abschließungspolitik der Shogunatsregierung in Edo. So gelangten nicht nur über den Hafen in Nagasaki beziehungsweise Deshima, sondern auch über die Ryūkyū-Inseln und Satsuma ausländische Waren nach Japan (Sakai 1964: 391). Trotz solcher Verweise auf vergangene Zeiten griff das Bankett auch auf neue, modische Speisen zurück. So wurden neben einheimischen Desserts wie Reiskuchen (*mochi*) und Früchten auch von portugiesischen Teigwaren

adaptierte Süßspeisen serviert. Es gab Napfkuchen (*kasutera*), hartes Konfekt (*konpeitō*) sowie die weichere Zuckersüßigkeit *aruheitō* (Rath 2008: 52). Die bewusste Integration in eine zeitlich und räumlich verankerte Tradition wurde ergänzt von der Neugierde auf Innovationen. Die Bankette der frühen Shogune spiegeln damit den kulinarischen Rahmen der Gourmetkultur mit ihrer Opposition von Integration einerseits und Innovation andererseits wider.

Ab der Genrokuzeit erfreuten sich nicht mehr nur der Shogun, die Regionalfürsten und Vasallenfamilien an den formellen Mahlzeiten der Bankette. Die wohlhabende und gebildete Stadtbevölkerung, aber auch wohlhabende Großbauern begannen, an der Tradition der *honzen ryōri* als Festessen teilzuhaben. Auf dem Land waren die förmlichen Tablettis ein Zeichen des Dankes und Respekts gegenüber den Eltern und mehr als drei Tablettis galten als Ausdruck von Luxus. Dieser Luxus und die Idee von Essen als Vergnügen verbreitete sich zunächst in der städtischen Bevölkerung, die sich bei Freizeitaktivitäten an den Gerichten erfreute (Watanabe 1964: 111–113). Die Freude am Essen stand in enger Verbindung zu anderen Vergnügungen und Freizeitaktivitäten: Kabuki, Sumo, die Spiele *shōgi* und *go*, Blütenschau, Feuerwerke, Picknick mit Mitnahmespeisen. Die Amüsierviertel Sakariba und Yoshiwara in Edo boten eine alternative Welt des Spiels als Rückzugsort des für die Bürgerlichen allzu reglementierten, feudalen Alltags.

Auch außerhalb der Vergnügungsviertel entwickelte sich die gehobene Esskultur. *Ajiawase* genannte Geschmacksvergleiche verbreiteten sich. Während der Muromachizeit vergnügte sich nur die kleine Schicht des Adels bei solchen Wettbewerben. In der Edozeit beteiligten sich zunehmend auch Angehörige niedrigerer Kriegerschichten und des Bürgertums daran. Moriyama Takamori (1738–1815) beschreibt 1802 die Situation, dass sich der Gastgeber eines Banketts bei seinen Gourmetgästen für das Servieren der ‚falschen‘ Süßigkeiten rechtfertigen und entschuldigen musste. Er hatte unterschlagen, die Süßigkeiten im etwas günstigeren Geschäft Kanazawa Dango besorgt und nicht im rivalisierenden teureren und angesehenen Suzuki Echigo gekauft zu haben. Es herrschte ein regelrechter Wettbewerb zwischen den Gourmets (Watanabe 1988: 80). Die Kenntnisse der Gourmets gingen so weit, dass sie anhand des geschnittenen Fisches die Qualität des Messerschleifers erraten konnten (Watanabe 1964: 243).

Eine weitere kulinarische Veranstaltung des Bürgertums waren *shogakai* genannte Bankette zu Ehren einer Berühmtheit. Ihren Ursprung hatten sie in Kansai als Ausstellungen grafischer Kunst, bei denen es darum ging, einen Künstler oder sein Werk vor allem finanziell zu honorieren. In Edo unterschieden sich die *shogakai* von ihrem Kansai-

Namensvetter. Das begleitende Bankett wurde schnell wichtiger für die Anwesenden: „from exclusive functions restricted to a select elite of invited friends, the banquets evolved into mammoth galas, open indiscriminately to any citizen able to afford a ticket“ (Markus 1993: 136). Aus der Fokussierung auf Kunstwerke und den Austausch mit wenigen, ausgewählten Künstlern wurde eine Massenveranstaltung mit Autogrammstunde, Gelächter und Geschirrgeklapper (Markus 1993: 135–136). Die ersten *shogakai* in Edo wurden erst in der Kanseizeit (1789–1801) veranstaltet. Bereits in den frühen 1800er Jahren müssen sie solche Ausmaße angenommen haben, dass sich die Shogunatsregierung in einem Edikt gegen die ausufernden Ausgaben für die verschwenderischen *shogakai* aussprach. Beliebte Veranstaltungsorte für die *shogakai* waren Restaurants, wie das Man'ya Hachirobei im Viertel Yanagibashi, die extra dafür angemietet wurden. Äußere Umstände wie Hungersnöte oder Zeiten verordneter Austerität spielten für die Veranstalter und Teilnehmer der *shogakai* keine Rolle. Während der Tempō-Hungersnot in den 1830er Jahren fanden die üppigen und überreichlichen Bankette in Zeiten großen Mangels statt (Markus 1993: 139, 141, 151). All dies machte die *shogakai* zum interessanten Stoff für die Literatur. 1835 veröffentlichte der Arzt Heitei Ginkei (1790–1870) *Nanka no yume*, in dem er die *shogakai* satirisch aufs Korn nimmt. Zuvor hatte Heitei bereits Listen der prominenten Teilnehmer der *shogakai* herausgebracht (Markus 1993: 158). Dies bringt mich zu meinem nächsten Thema. Denn neben solchen Veranstaltungen, die mit dem Ende der Edozeit für die finanzstarken, bürgerlichen Schichten zugänglich waren, erhielt die Bevölkerung einen weiteren Zugang zur gehobenen Küche durch die rege Medien- und Publikationslandschaft der Edozeit.

3.3 KOCHBÜCHER, ETIKETTEBÜCHER, MORALBÜCHER

Die Kochschulen der Muromachizeit begannen in der Keianzeit, ihre geheimen Überlieferungen schriftlich zu fixieren (Nishiyama 1997: 148, 152). Die Kochschule Shijōryū beispielsweise stellte Aufzeichnungen über ihre Kochkünste 1642, 1649 und 1774 zusammen. Diese waren zunächst nur als Anleitung für die Mitglieder der Schule gedacht (Rath 2010a: 38). Auch Familien, die als Köche für Kriegerhaushalte tätig waren, schrieben ihre Rezepte einzig für die Weitergabe innerhalb der Familie nieder (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 145) Die Kochkunst war das Privileg einiger Weniger und wurde monopolisiert. Diese frühen kulinarischen Aufzeichnungen enthielten auch Beschreibungen

von aufwendigen Messertechniken, die eher als Kunstfertigkeit verstanden werden müssen und mit der eigentlichen Zubereitung der Speisen nicht viel zu tun hatten. Die Techniken wurden den Gästen im Rahmen des Unterhaltungsprogramms eines Banketts präsentiert. Ein Küchenchef bearbeitete einen großen Fisch oder Federwild in formalisierten und ritualisierten Techniken zu Skulpturen. Diese waren nicht als essbare Skulpturen gedacht, sondern dienten allein dem ästhetischen Vergnügen der Zuschauer (Rath 2010a: 38). Die kodifizierten Bewegungen glichen einem sitzenden Tanz, das skulpturale Ergebnis war vergleichbar mit einem Blumenarrangement und richtete sich nach der Jahreszeit oder dem Anlass des Banketts. Ein Küchenchef, der diese Techniken beherrschte, nannte sich *hōchōnin*, Mann des Messers. Er trug zu diesem Anlass formelle Kleidung und saß vor einem hölzernen, niedrigen Tisch, der als Arbeitsplatz diente. Fisch oder Wild wurden allein mit einem Messer und zwei langen metallenen Stäbchen bearbeitet, niemals mit den Händen.

Die Bearbeitung war keine reine Technik, sie enthielt theatralische und religiöse Elemente: das Messer wurde aufwendig geschliffen, die Bewegungen waren betont und weit. Der Akt selbst glich einem Ritual, durch das der *hōchōnin* gewissermaßen die Seele des getöteten Tieres befreite und damit sich selbst die Absolution zur Zubereitung und den Zuschauern zum späteren Konsum des Tieres gab (Rath 2010a: 50–51). Diese *shikibōchō* oder *hōchō shiki* genannten Messerzeremonien sind ein Hauptargument von Rath, die Küche des vormodernen Japan der *Kochkunst* zuzurechnen: „the inedible foods [...] became objects of intellectual curiosity and aesthetic evaluation“ (Rath 2010a: 38). Essen diente nicht nur der physischen Sättigung, sondern wurde ästhetisiert und intellektualisiert. Das Ergebnis der Messerzeremonie sollte nur ästhetisch gewürdigt werden. Selbst wenn der Fisch oder das Wild nach der Messerzeremonie verzehrt wurden, nimmt Rath an, dass die Skulptur in der Küche, und nicht vor den Augen des Publikums, wieder auseinander genommen und zubereitet wurde (Rath 2010a: 46).

Die geschaffenen Skulpturen erhielten fantasievolle Namen wie ‚Karpfen der Blütenschau‘ (*hanami no koi*), ‚Karpfen des verschneiten Morgens‘ (*yuki no asa koi*) oder ‚Karpfen der Ewigkeit‘ (*chōkyū no koi*). Letztere stellte eine vereinfachte Version des Schriftzeichens für Ewigkeit dar. Solche Namensgebungen, Beschreibungen und Illustrationen der Schneidetechniken sowie Hinweise zur korrekten ästhetischen Bewertung der Skulpturen finden sich in den Aufzeichnungen der *hōchōnin*. Rath zitiert hier aus den um 1650 erschienenen ‚Geheimen Aufzeichnungen zur zeremoniellen Küche und zum Schneiden‘ (*shikisho hōchō ryōri kirikata hidenshō*). Die Kunst des Fischschneidens war keine Erfindung der Edozeit. Vielmehr war sie bereits seit dem frühen 14. Jahrhundert, wenn

nicht noch früher, als Unterhaltung und Fertigkeit anerkannt. Die Messerzeremonien hatten neben der ästhetischen auch eine religiöse beziehungsweise spirituelle Komponente: Den verwendeten Tieren, allen voran Karpfen und Fasan, wurden magische Eigenschaften zugeschrieben. Auch die benutzten Utensilien und der Akt des Schneidens waren mit religiöser Symbolik aufgeladen (Rath 2010a: 41).

Die Aufzeichnungen der Kochschulen und der *hōchōnin* werden unter dem Begriff der *ryōrishi* zusammengefasst. Kennzeichnend für diese Texte war ihre ausgewählte Leserschaft: sie richteten sich an professionelle Köche und andere Spezialisten (Harada 2005b: 141). Sie beinhalteten neben Beschreibungen der Messerzeremonien auch Rezepte, Anweisungen für Bankette, Informationen über Tischmanieren und Hinweise zur künstlerischen und metaphorischen Rolle der Essskulpturen im Rahmen von Banketten (Rath 2010a: 53). Teilweise beinhalteten sie auch kulinarische Theorien (Harada 2005b: 142). Die *ryōrishi* festigten zum einen das technische und künstlerische Wissen der Kochschulen und sorgten zum anderen für eine eindeutige Zuordnung bestimmter Fertigkeiten zu einem Küchenchef oder einer Kochschule, die damit auch ihre Lineage zementierten. Einige dieser Texte tragen den Namen der Schule im Titel, wie die bereits 1489 zusammengestellten ‚Texte der Shijō Schule zur Essenszubereitung‘ (*shijōryū hōchōcho*). Andere wiederum bleiben vage und ein Autor lässt sich oft nicht zuordnen. In den oben erwähnten ‚Geheimen Aufzeichnungen zur zeremoniellen Küche und zum Schneiden‘ wird betont, dass es sich um die Überlieferung der Shijō Kochschule handelt. Es wird auf eine Reihe von Autoren verwiesen, um eine Abstammungslinie herzustellen, ohne dass klar ist, ob alle an dem Werk beteiligt waren oder ob die einzelnen Genannten überhaupt existierten (Rath 2010a: 54–56). Dies kann damit zusammenhängen, dass viele der Aufzeichnungen unveröffentlicht blieben, weil die Küchenchefs und Schulen zunächst sehr darauf bedacht waren, ihr Wissen innerhalb ihrer Zunft zu halten und damit ihren Status zu wahren (Harada 2005a: 142). In den Aufzeichnungen ging es darum, das Wissen vom Meister an den Schüler beziehungsweise innerhalb einer Kochschule weiterzugeben (Rath 2010a: 54). Das mag erklären, warum Titel und Autorenschaft für unwichtig erachtet wurden.

Während dieses Vorgehen zunächst die Autorität der einzelnen Kochschulen nach innen sichern sollte, diente es später der Legitimierung nach außen. Bereits in der frühen Edozeit veränderte sich die publizistische Landschaft des Kochens, was dazu führte, dass die Kochschulen und *hōchōnin* ihre Geheimnisse der lesenden Öffentlichkeit zugänglich machten. Es kam zu einer Lockerung ihres Monopols auf das kulinarische Wissen, die mit der Verschriftlichung und Popularisierung von Rezepten ein-

herging. 1643 wurde das erste Kochbuch für die Allgemeinheit veröffentlicht, die *Ryōri monogatari* (Geschichten von Speisen), die exemplarisch für die Loslösung vom mittelalterlichen Rahmen der Kochschulen stehen (Harada 2005b: 104). Das Buch beschreibt in zwanzig Kapiteln detailliert Zubereitungsmethoden und Zutaten verschiedener Gerichte. Schneidetechniken spielen hier keine Rolle mehr, die Zubereitung wird vielmehr entritualisiert. Neben Rezepten mit Meeres- und Flussfischen, Pilzen, Suppen und Fischsalat (*namasu*) beinhaltet das Buch auch Fleischgerichte mit Wild, Dachs, Wildschwein, Kaninchen, Fischotter, Bär und Hund (Hirano 1988). Die Esskultur zu Beginn der Edozeit war noch stark von der Atmosphäre der Zeit der streitenden Reiche vor der Reichseinigung geprägt und es wurde viel Fleisch gegessen, was im *Ryōri monogatari* deutlich wird (Watanabe 1988: 48).

Der ursprüngliche Titel des *Ryōri monogatari* sollte ‚Abhandlung geheimer Rezepte‘ (*ryōri hidensho*) lauten, was den Rezepten einen elitären Charakter zugeschrieben hätte. Dem Leser wäre suggeriert worden, er hätte Zugang zu den Geheimnissen der Kochschulen. Der schließlich gewählte Titel weist auf den Geschichtencharakter des Buches hin, wodurch es näher an seine mögliche Leserschaft rückte. *Ryōri monogatari* machte die Kochkultur der Öffentlichkeit zugänglich. Nicht mehr die Zugehörigkeit zu einer Kochschule war Voraussetzung für den Zugang zu Rezepten, sondern nur noch die finanziellen Möglichkeiten. Dadurch kam es einerseits zu einer Vereinheitlichung von Speisen. Das Buch stellte Zubereitungsarten verschiedener Gerichte vor, die nun fixiert wurden. Andererseits betonte der (unbekannte) Autor des Buches, dass auch regionale Geschmäcker berücksichtigt werden müssen (Harada 2005b: 104–105). Auf diese Weise beeinflussten Bücher wie das *Ryōri monogatari* sowohl die alltägliche Küche als auch die Festtagsküche und die Angebote in den neu entstehenden Restaurants nachhaltig (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 149).

Der Erfolg von an die Allgemeinheit gerichteten Kochbüchern wie dem *Ryōri monogatari* führte dazu, dass auch die Kochschulen und die von Regionalfürsten oder der Shogunatsregierung protegierten Küchenchefs ihre Aufzeichnungen veröffentlichten mussten, wollten sie nicht an Bedeutung verlieren. Sie machten sich jedoch häufig den Zusatz ‚geheime Aufzeichnungen‘ (*hidensho*) im Titel zunutze, um ihre kulinarische Autorität zu demonstrieren und Exklusivität zu vermitteln (Rath 2010: 54). Bis zum Ende der Edozeit waren die Geheimnisse ein Verkaufsargument und es erschienen Bücher wie die ‚Geheimen Küchenüberlieferungen und geheimen Küchenaufzeichnungen‘ (*ryōri hidensho hei ryōrihiroku*), die sich explizit an die Feinschmecker dieser Zeit richteten (Umino 1994: 2). Die Buchautoren griffen die mittelalterlichen Geheimnisse jenseits der funk-

tionalen Kochtechnik des *Ryōri monogatari* auf. Ihnen ging es um ritualisierte Traditionen. Die Entstehung der Rezepte wurde durch göttliche Überlieferungen erklärt. In diesen Kochbüchern wurden vormalige Geheimnisse der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, während das *Ryōri monogatari* ein praktisches Kochbuch sein sollte. Beide Arten von Kochbüchern bereiteten den Boden für eine kulinarisch interessierte Öffentlichkeit, die nun mit der Möglichkeit ausgestattet war, sich kulinarische Kenntnisse anzueignen. Es ging weder beim *Ryōri monogatari* noch bei den Büchern der Kochschulen primär um die Möglichkeit des Nachkochens, sondern um die Möglichkeit des Nachempfindens und der kulinarischen Horizonterweiterung. Dies bereitete den Nährboden für eine bürgerliche Gourmetkultur, die mit dem Aufkommen der ersten Restaurants ab der Hörekizeit ihren Anfang nahm und in der Genrokuzeit ihren ersten Höhepunkt erreichte.

Die kulinarische feine Lebensart und Kultiviertheit manifestierte sich durch Bankette und Kochbücher. Daneben trug eine Fülle von Etikette- und Moralbüchern zur Entwicklung einer Gourmetkultur außerhalb der Aristokratie und hohen Kriegerschichten bei. Seit dem Mittelalter hatten Aristokraten, Krieger und Mönche nach dem Vorbild chinesischer und koreanischer Handbücher eigene Etiketteregeln niedergeschrieben und diese über Generationen weitergegeben. Im 17. Jahrhundert gerieten sie nun, ähnlich wie die Kochschulen, unter Druck, diese Etikette- und Moralbücher öffentlich zugänglich zu machen (Rüttermann 2006: 57). Zu den verschriftlichten, vormals geheimen Ausführungen berühmter Familien und Schulen, wie der Ogasawara, kamen neue Etikettebücher hinzu. Diese bedienten sich nicht selten, gewissermaßen als Markenzeichen, eines berühmten Namens wie der Ogasawara, um die Qualität und Autorität der eigenen Publikation zu steigern, ohne dass ein Mitglied der Schule an der Veröffentlichung beteiligt gewesen wäre (Kinski 2001: 66–69).

Die Adressaten der Etikettebücher waren vor allem Angehörige der niedrigeren Kriegerschichten, aber auch des Bürgertums. 1699 erschienen die einflussreichen ‚Geheimnisse der drei Riten‘ (*sanrei kuketsu*) des konfuzianischen Gelehrten Kaibara Ekiken (1630–1714). Im Kapitel ‚Geheimnisse der Essriten‘ stellt er Formen des normgerechten Essens vor (Kinski 1999: 51). Waren die Kochbücher vornehmlich an eine männliche Leserschaft adressiert, richteten sich die Etikettebücher auch an Frauen (Yamao 2004: 16). Mit den 1692 erschienenen ‚Aufzeichnungen kostbarer Schätze für Frauen‘ (*onna chōhō ki*) von Namura Jōhaku oder der 1801 publizierten ‚Bibliothek zur Lehre der Loyalität und Sittsamkeit der Frauen‘ (*onna chūkyō misao bunkō*) gab es auch Bücher, die explizit Leserinnen ansprachen. Beide Bücher geben im Kapitel ‚Allerlei Essregeln für Frauen‘

(*nyochū yorozu kuiyō no koto*) genaue Anweisungen und Tipps zum Verhalten bei Tisch (Kinski 1998: 76ff.; 2010: 46ff.): korrekte Tischdekoration, korrekte Sitzhaltung, ein guter Sitznachbar sein, eine Schale mit Reis befüllen, heiße und kalte Suppe in eine Schale füllen, Nudeln korrekt essen, eine Melone korrekt schälen, Zahnstocher korrekt benutzen und anderes (Kinski 2001: 71). Auch der Verzehr an sich wird aufgegriffen. So wird die Art und Weise, Fisch korrekt zu essen, in mehreren Ratgebern thematisiert: „Soll man den Fisch umdrehen, nachdem man die Oberseite bis zu den Gräten abgegessen hat, oder soll man von ihm ablassen, ohne die Unterseite nach oben zu wenden?“. Einig sind sich die Verfasser der Ratgeber in dieser Frage übrigens nicht (Kinski 1999: 51–52). Während sich die vormals geheimen Moralbücher, beispielsweise der Ogasawara-Schule, mit den Utensilien und Speisen eines formellen Mahls beschäftigten, ging es in dieser neuen Form der Ratgeberbücher sehr konkret um die Umsetzung von Tischmanieren und -regeln. Sie gleichen mit ihrer Konzentration auf das Verhalten bei Tisch den modernen Etikettebüchern (Kinski 2001: 68–69) und zeigen eine kultivierte, ja, ritualisierte Handhabung von Essen (Kinski 2010: 55). Die große Anzahl solcher Ratgeber- und Anleitungsbücher deutet darauf hin, dass die Leser nicht nur passive Konsumenten der Bücher waren, sondern aktive Teilnehmer und Gestalter des kulturellen Lebens der Edozeit (Ikegami 2005: 298).

Die Kochbücher, deren Publikation bereits in der Keianzeit ihren Anfang nahm, erlebten von der Hōreki- bis zur Tenmeizeit eine Blütephase. In Abgrenzung zu den *ryōrishi*, den geheimen Überlieferungen der Kochschulen und *hōchōnin* für kulinarische Spezialisten, die in geringerer Zahl – wenn überhaupt – publiziert wurden, profitierten die *ryōribon* genannten populären, praktischen Kochbücher vom sich rasant entwickelnden Verlagswesen und richteten sich an ein breites Publikum. Die Urbanisierung und die Entstehung eines finanzkräftigen Konsummarktes in den Metropolen ermöglichten zusammen mit der Verwendung der bereits etablierten Holzdrucke als Drucktechnologie den Anstieg von Publikationen aller Art. Es entstand nicht nur ein ausgedehntes Verlags- und Buchhandelswesen, auch Buchverleihe für die weniger Wohlhabenden florierten (Rath 2010a: 113). Zwei Genres beeinflussten die inhaltliche Ausgestaltung der *ryōribon* und sie wurden sowohl zu Informationsquellen als auch zu einem literarischen Lesevergnügen: Witzbücher und Reiseführer.

Die so genannten Witzbücher (*sharebon*) beeinflussten durch ihren Aufbau und ihre Form einige Literaturgenres der Edozeit, auch die *ryōribon*. Dieses Literaturgenre nahm seinen Anfang, wie viele der gesellschaftlichen und kulturellen Neuerungen der Edozeit, in den Vergnügungsvierteln der Stadt. Die ersten Witzbücher widmeten sich auf humoristische Weise den Beziehungen zwischen Prostituierten und ihren Frei-

ern. Während die ersten Bücher realitätsnahe Darstellungen der Beziehungen und Gemütsverfassungen waren, lösten sich die späteren sowohl von der Realität und wurden zu Fiktionen als auch von der Lokalität der Vergnügungsviertel und beschäftigten sich generell mit der Liebe. Die Protagonisten waren häufig *Connaissseure* jeglicher Art (*tsū*), Wichtiger (*hankatsū*) oder Weltfremde (*yabo*) (Koike 2003a: 730), also entweder Personen, die sich mit den Gepflogenheiten in den Vergnügungsvierteln auskannten oder solche, die das nicht taten. Größtenteils stellten die Autoren der Witzbücher alltägliche Situationen in den Vordergrund und keine außergewöhnlichen Orte oder Ereignisse, die der Leser kennen müsste (Koike 2003b: 731).

Zwei weitere, sich ähnelnde Literaturgenres, die in der Hörekizeit ihren Anfang nahmen, sind Reiseführer (*annai*) und ‚Dokumente über Namen und Reputationen‘ (*hyōbanki*). Dabei handelt es sich um Ranglisten zu den verschiedensten Themen: Erzählungen, Literaten, Haiku, Sumo, Vergnügungsviertel, Geschäfte, Restaurants oder auch berühmte Produkte einzelner Orte (*meibutsu*). Sie fungierten als Reiseführer zu einzelnen Städten wie Edo, Kyoto, Osaka oder Nagoya. Die Bücher waren mit Illustrationen versehen und sollten den Leser unterhalten. Die Reiseführer und Ranglisten zu Edo überwogen bei Weitem. Sie verhalfen Edo zu einem kulturellen Aufstieg und einer überlegenen Stellung der Stadt auf einigen Gebieten. Der Höhepunkt der so genannten Edo-Prahlerei (*edo jiman*), die in den Büchern betrieben wurde, war 1776 erreicht (Nakano 2003: 647–648).

Die *ryōribon* sind zwar Koch- und Rezeptbücher, lassen aber Einflüsse dieser beiden Genres, der Witzbücher und Ranglisten, erkennen. Sie lassen sich einerseits wie Geschichten lesen, andererseits enthielten sie oft Verweise auf einzelne Restaurants, Köche oder Geschäfte. Anders als die Herausgeber der *ryōrishi* verfolgten die Autoren und Verlage der *ryōribon* mit deren Publikation kommerzielle Ziele. Die *ryōrishi* waren reine Kochanleitungen, während die *ryōribon* die Antwort auf das steigende Interesse der Öffentlichkeit an Essen und kulinarischen Vergnügungen darstellten: „the *ryōribon* books published from the mid 18th century reflected the cultural values placed on playfulness (*asobi* 遊び) and entertainment that characterized the age“ (Harada 2005a: 143). Es ging darum, das Essen zu genießen. Daher wurden diese Bücher für kulinarische Laien geschrieben und schmückten Rezeptbeschreibungen mit vergnüglichen Aspekten. Das Moment des Spiels bestimmte den Inhalt und Aufbau der Bücher: die Gerichte wurden Theaterszenen, berühmten literarischen Themen oder Sehenswürdigkeiten zugeschrieben. Die Bücher enthielten Rezept- oder Zutatenkarten, die das Kombinieren ermöglichten. Die Speisen erhielten geistreiche und fantasievolle Namen. Trotzdem waren die meisten Bü-

cher auch praktische Kochbücher, die – wiederum im Gegensatz zu den *ryōrisho* – konkrete Tipps für die Zubereitung der Gerichte beinhalteten, da die Bücher nicht an professionelle Köche gerichtet waren (Harada 2005a: 143–144).

Rath greift den Aspekt des Lesevergnügens auf. Die *ryōribon* waren für Laien verfasst, enthielten aber Rezepte, die nicht unbedingt zum Nachkochen gedacht waren. Die Bücher waren zwar durch hohe Auflagen oder ein Bücherleihsystem finanziell für viele erschwinglich, aber sie präsentierten oftmals die kulinarische Kultur der wohlhabenden Elite, die für die Leserschaft keineswegs erschwinglich war. Die Bücher beschrieben die Vorbereitung und Zubereitung luxuriöser Bankette oder aufwendiger Gerichte. Die hohe Auflage von bis zu tausend Exemplaren sowie Neuauflagen sind ein Hinweis darauf, dass nicht nur Leser mit Möglichkeiten, sich seltene, eingeschränkte oder tabuisierte, teure Zutaten zu besorgen, diese Bücher kauften. Vielmehr war die Lektüre der Bücher eine Freizeitbeschäftigung (Rath 2010a: 116–119). Higashiyotsuyunagi ist der gleichen Meinung: „For most of the Edo period, cookbooks were intended for a male audience and were more voyeuristic than practical. They were not intended for home cooking“ (2010: 130). Der Aspekt des Spiels wird damit noch weiter gefasst als bei Harada (2005a). Diese Kochbücher waren ein intellektueller Genuss. Sie wurden nicht gelesen, um die beschriebenen Rezepte zu kochen. Sie sorgten vielmehr für die Bekanntheit und Vertrautheit mit Essen als Kochkunst: „the large number of culinary writings allowed readers to become familiar with ways to think about food as cuisine – that is, as an intellectual and artistic practice“ (Rath 2010a: 120). Auf diese Weise nahm die gesamte Leserschaft der Bücher an einem wichtigen Aspekt der Gourmetkultur teil: sie intellektualisierten den eigentlich sinnlichen Genuss.

Die Bedeutung der *ryōribon* als intellektuelles Vergnügen wird auch dadurch deutlich, dass sie Menüs und Speisen vorstellten, die den bürgerlichen Schichten und damit dem Lesepublikum per Edikt der Shogunatsregierung nicht zugänglich waren. Ein Hochzeitsmenü in der 1671 erschienenen ‚Sammlung von Menüs‘ (*ryōri kondateshū*) umfasste mehr Tablettis, als einem Bürgerlichen seit 1668 offiziell erlaubt waren. Im gleichen Buch wurden Gerichte beschrieben, für deren Zubereitung enorme finanzielle Mittel erforderlich gewesen wären. Das Hochzeitsmenü enthält auch dekorative, in dieser Form nicht zu konsumierende Bestandteile, für deren Zubereitung ein *hōchōnin* und seine Messerzeremonie erforderlich gewesen wäre. Es wurde die Zubereitung für Kranichsuppe beschrieben, ein Gericht, das den Regionalfürsten vorbehalten war und für Bürgerliche offiziell nicht erreichbar (Rath 2010a: 123–126).

Die Leser benötigten neben konkreten kulinarischen Kenntnissen auch ein gutes Vorstellungsvermögen, um in den vollständigen, intellektuellen Genuss der Kochbücher zu kommen. In den 1693 veröffentlichten ‚Aufzeichnungen kostbarer Schätze für Männer‘ (*otoko chōhōki*), geschrieben von Namura Jōhaku, der ein Jahr zuvor das gleichnamige Buch für Frauen veröffentlicht hatte, werden 250 Süßspeisen mit fantasievollen Namen aufgelistet. Saisonale Referenzen wie beim ‚Herbstberg-Reiskuchen‘ (*akiyama mochi*) waren genauso vertreten wie meteorologische und topografische Referenzen wie ‚Herbstnebel‘ (*akikasumi*) oder ‚Bergweg-Reiskuchen‘ (*yamaji mochi*). Hier war die Fantasie des Lesers gefragt, denn die Zusammensetzung der Süßspeisen wurde selten erwähnt. Auch komplette Fantasienamen wie ‚Dämmerungs-Reiskuchen‘ (*yūkure mochi*) oder ‚Weggefährten-Reiskuchen‘ (*michitsure mochi*) kamen vor (Rath 2010a: 174–175). Auch bediente man sich der Terminologie aus der Wertschätzung der Düfte und des Räucherwerks (*kōdō*) oder der Teezeremonie (*chadō*). All dieser Einfallsreichtum führte zu einer Aufwertung der Esskultur. Es wurden Speisen geschaffen, die dem Genuss vorangehen und ihn überdauern (Nakayama 1996: 26). Sinnlicher und intellektueller Genuss werden miteinander verbunden. Das Gourmetsein, in den bürgerlichen Schichten angekommen, setzte nicht nur finanzielle Mittel, sondern auch Warenkenntnisse voraus (Francks 2009b: 45).

In der gesamten Edozeit wurden etwa 180 Kochbücher veröffentlicht, von denen die Mehrheit im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert erschien (Rath 2010a: 113). Besonders die seit 1782 veröffentlichte *hyakuchin*-Reihe war beliebt, was übersetzt ‚hundert Kuriositäten‘ bedeutet. Anders als die bisher erschienenen Kochbücher konzentrierten sich diese Bücher auf ein Lebensmittel und beschrieben die Zubereitung einer Vielzahl von Gerichten mit diesem Lebensmittel. Die einzelnen Bände thematisierten Tofu, Meerbrasse, Meeraal, Kartoffeln, Süßkartoffeln, Eier oder die Paste aus Aronwurzel (*konnyaku*). Mit diesem Ansatz dienten sie als Vorbilder für weitere Kochbücher. Das erste Buch der Reihe, ‚Hundert Seltenheiten mit Tofu‘ (*tōfu hyakuchin*) von 1782, charakterisierte die Reihe. Der Autor mit dem Pseudonym Suikyōdōjin Kahitsujun, vermutlich der Siegelmacher Sodani Gakusen (1738–1797) aus Osaka, wollte den Straßenköchen und einfachen Gourmets etwas anbieten, was die vornehmen Bücher, die es bereits gab, seiner Meinung nach nicht boten: praktische Rezepte mit wenigen Zutaten und meist kurzen Beschreibungen der Zubereitung (Abe 1981b: 13).

Tofu erfreute sich seit dem 18. Jahrhundert immer größerer Beliebtheit (Sekiguchi 2013: 74), sodass bereits 1783 und 1788 mit ‚Fortsetzung der hundert Seltenheiten mit Tofu‘ (*tōfu hyakuchin zokuhen*) und ‚Neuigkeiten der hundert Seltenheiten mit Tofu‘ (*tōfu hyakuchin yoroku*) zwei Fortset-

zungen des ersten Bandes erschienen. Kahitsujun beginnt das *Tōfu hyakuchin* mit 36 einfachen und alltäglichen Rezepten wie *kijiyaki dengaku*. Hier wird nur kurz beschrieben, den Tofu am Spieß braun zu braten und anschließend in einem Schälchen mit Sojasauce und ausgedrückter Yuzu noch einmal zu erwärmen. Danach werden Tofugerichte vorgestellt, die das Auge erfreuen, wie *najimidōfu*, in heller Miso und Sojasauce mariniertes Tofu, auf mittlerer Flamme gekocht und schließlich mit fein geschnittenen Frühlingszwiebeln, grünem Pfeffer und geriebenem Rettich in einer Schale angerichtet. Ab dem 57. Rezept folgen ausgefallene und ab dem 76. Rezept köstliche Variationen. Die letzten sechs Rezepte schließlich sind als Meisterwerke klassifiziert, was nicht heißt, dass hier Bankettküche vorgestellt wurde. Zu den Meisterwerken zählt auch ein weiterer Tofuspieß (*tsubute dengaku*). Der Tofu wird hier aufgespießt, braun gebraten, in eine handgeformte Teeschale mit Deckel gelegt, mit scharfer, sauer angemachter Misopaste bestrichen und schließlich in Senf geschwenkt (Abe 1981b: 227–239). Durch die Gewürze und besonderen Gefäße, die das Rezept verlangt, wird selbst der einfache Spieß zu einer elaborierten Speise. Der Schwierigkeitsgrad der Rezepte nimmt zu und der Leser oder Koch kann mit dem Buch kulinarisch reifen.

Während im 17. Jahrhundert die Mehrheit der Kochbuchautoren *hōchōnin* waren, verfassten im 18. und 19. Jahrhundert Restaurantbesitzer und Großhändler eigene Kochbücher und waren wichtige Akteure der Gourmetkultur (Rath 2010a: 117). Yaoya Zenshirō (1768–1839), der vierte Besitzer des berühmten bereits 1717 eröffneten Restaurants Yaozen im Stadtteil San'yā in Edo, brachte von 1822 bis 1835 eine Reihe von Kochbüchern mit dem Titel ‚Kenner von Modegerichten in Edo‘ (*Edo ryūkō ryōritsū*) heraus. In dieser in Edo sehr beliebten Reihe beschreibt er saisonale *honzen ryōri*, vegetarische Gerichte und *chabudai*-Gerichte (Watanabe 1988: 65–66). Er beachtet auch regionale Unterschiede und zählt verschiedene Miso-Sorten auf, wie *amamiso*, *akamiso*, *Sendai miso*, *inaka miso* oder *tsugaru miso*. Regionale Miso-Sorten waren in Edo durch einzelne Regionalfürsten bekannt, die Miso aus ihrer Region mitbrachten. *Sendai miso* kam mit Date Masamune aus Sendai und *tsugaru miso* kam aus Aomori in Nordjapan (Watanabe 1988: 62). Yaoya bezog auch früherer geheime Rezepte mit ein (Watanabe 1988: 66), was zeigt, dass Kenntnisse über die voredozeitliche Kochkultur weiterhin vorhanden waren.

All die edozeitlichen Kochbücher, Etikettebücher, Ranglisten, Reiseführer und Restaurantführer bedienten das Verlangen des Einzelnen nach kulinarischem Vergnügen, in einer Gesellschaft, die immer konsumfreudiger, kommerzieller, urbaner und weniger feudal geworden war. Selbst in der Kunst, wie der komischen Geschichtenerzählung (*rakugo*), gab es kulinarische Anleihen und Anspielungen (Sekiguchi 2013: 73). Die

bürgerliche Gourmetkultur gelangte nach einem ersten Höhepunkt in der Genrokuzeit in der Kaseizeit zu ihrer vollen Blüte. Zu dieser Zeit gab es durch eine ausdifferenzierte und etablierte Restaurantszene und zahlreiche Kochbücher viele Möglichkeiten, sich kulinarisches Wissen anzueignen und das Feinschmeckertum auszuleben. Die Entwicklung der Restaurants werde ich im folgenden Kapitel beschreiben.

3.4 RESTAURANTS

Ab der Mitte des 17. Jahrhunderts entstanden in Edo die ersten Geschäfte, die sich auf das Kochen spezialisierten, aber sie verbreiteten sich zunächst nur langsam. Nach dem Vorbild der Möglichkeiten zum Essen an Poststationen und vor Tempeln und Schreinen hatten zuvor bereits erste Lokalitäten zum Auswärtsessen in Kyoto und Osaka eröffnet (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 149). 1657 eröffnete in Asakusa vor den Toren des Sensōji das Nara Chameshi, das ein Gericht namens ‚Nara-Tee‘ (*nara cha*) anbot, eine Mischung aus Reis, Suppe mit Tofu, Fisch und Gemüse, gekocht in Sojasauce und mit gekochten Bohnen serviert (Nishiyama 1997: 166–167). Es war eine neuartige und schnell florierende Einrichtung, da hier zum ersten Mal Essen und Vergnügen für die bürgerliche einfache Bevölkerung verbunden wurde (Miyabayashi 1998: 129). So schnell, wie sich ähnliche Verkaufsstände mit gekochten Speisen in der Folge verbreiteten, so schnell sprach die Shogunatsregierung Verkaufsverbote gekochter Speisen aus. Nach der Meireki Brandkatastrophe in Edo im Jahr 1657, die einen Großteil der Stadt vernichtete und dafür sorgte, dass die Stadt neu geplant werden musste, wollte die Shogunatsregierung den Essensverkauf kontrollieren. Seit 1661 wurden daher Verbote erlassen für den abendlichen Verkauf von gekochtem Essen sowie von Händlern, die mit offenem Feuer hantierten (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 149–150). Diese Maßnahmen behinderten zunächst das Entstehen von Restaurants.

Ab der Hōrekizeit nahmen die bürgerlichen Gesellschaftsschichten Edos an der Kultur des Auswärtsessens teil. Auf dem Land, entlang der Poststraßen, und in den Städten entstanden Teehäuser. Diese boten neben Tee auch Süßigkeiten oder Klöße (*dangō*) an. Mit der Zeit wurden sie zu diversifizierten Teehäusern, die weitere Speisen (*ryōri chaya*), Gekochtes (*niuri chaya*) oder Tofu (*tōfu chaya*) anboten, Teehäuser mit Lieferdienst (*shidashi chaya*) oder Teehäuser, die Theater und Essen verbanden (*shibai chaya*). Aus den Teehäusern entwickelten sich die Restaurants, die vermehrt in den Städten eröffneten. Es begann mit einfachen Imbissständen und Stehimbissen, die seit der Genrokuzeit existierten und die die Ein-

schränkungen der Shogunatsregierung mehr und mehr ignorierten (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 150, 153), und ging bis hin zu erstklassigen und hochpreisigen Restaurants mit unterschiedlichsten Speisen. Diese bedienten den Geschmack der wohlhabenden Kunden und trugen auch zu deren Geschmacksbildung bei (Kinski 1998: 68–69).

Neben den Restaurants gab es weitere Orte der Gourmetkultur, wie Teehäuser, Feierlichkeiten in Privathäusern oder die oben beschriebenen Staatsbankette. Die Restaurants waren der innovativste Ort. Sie waren als neue Lokalität losgelöst von alten Traditionen wie der Teezeremonie mit ihrem festgelegten Ablauf oder dem Bankett, das nicht für jeden zugänglich war. 1771 eröffnete mit dem Masuya eines der ersten hochpreisigen, vornehmen Restaurants außerhalb der Vergnügungsviertel mit *kaiseki ryōri* auf der Karte. Seit etwa 1775 gab es in den Straßen der Stadt viele Verkaufsstände, die Sushi, gebratenen Aal (*unagi habayaki*), Buchweizennudeln (*soba*), Tempura oder chinesische Speisen (*shippoku ryōri*) anboten. Neue Gerichte und Spezialitäten wie kandierte Bohnenkuchen (*nerigōkan*) kamen hinzu (Matsushita 2009: 399–400). Restaurants und Imbisse machten neue Speisen bekannt und servierten teilweise nur ein einzelnes Gericht (*sokuseki*) anstatt vieler kleiner Speisen auf verschiedenen Tablettts. Spezialitätenrestaurants eröffneten auch für Fleischgerichte, dessen Verzehr durch ein Edikt des Shoguns Tsunayoshi zwar verboten war, sich aber als geheimer Luxus etablierte. Fleischgeschäfte der Märkte in *Kōjimachi* und anderen Stadtteilen verwandelten sich in Restaurants, die bis in die 1770er Jahre hinein nur rohes Fleisch zum Verkauf anboten, ab dieser Zeit aber auch Eintopf zubereiteten und verkauften (Shimizu 2010: 101).

Die meisten Restaurants konzentrierten sich auf die heutigen Viertel Ryōgoku, Asakusa, Ueno, Nihonbashi, Kyōbashi und Kanda. Zwei ehemalige Teehäuser prägten die Restaurantszene der Hōrekizeit besonders: das Surugaya in Asakusa und das 1771 eröffnete Masuya in Suzaki. Zu den Hochzeiten des Surugaya in den 1770er und 1780er Jahren wurden dort die jährlichen Treffen der Reishändler Edos abgehalten. Nishiyama nimmt deshalb an, dass es ein großes Restaurant gewesen sein muss (Nishiyama 1997: 167). Die Reishändler waren im Laufe der Edozeit immer wohlhabender geworden, da sie die Finanzen der Territorialfürsten und Krieger, deren Reis sie verwalteten, kontrollierten und Kredite vergaben (Nakai and McClain 1991: 565; Honjō 1933: 42). Das Masuya wurde ebenfalls von diesen reichen, zu Connaisseuren gewordenen Händlern sowie Repräsentanten der Territorialfürsten in Edo frequentiert. Es erhielt dadurch den Beinamen *orusui chaya*, das Teehaus, in dem die Repräsentanten der Territorialfürsten ein und aus gingen. Andere bekannte Restaurants dieser Zeit waren das Nikenjaya in Fukagawa, das Momokawa,

das später die Speisen für Bankette mit dem US-amerikanischen Admiral Perry lieferte, das Zamafuji in Saekichō, das für seinen Karpfen bekannte Restaurant Kasai Tarō in Mukōjima und das für sein eisgekühltes Karpfensashimi bekannte Daikokuya Magoshirō ebenfalls im Stadtteil Mukōjima (Nishiyama 1997: 168; Heibonsha 2005).

In der Kaseizeit schließlich war die Esskultur Edos von einem regelrechten Boom an Gerichten (*ryōri*-Boom) geprägt. Restaurants wurden zu einer festen Größe im Unterhaltungssektor. Nishiyama (1997: 168) bezeichnet die Kaseizeit als das goldene Zeitalter der Restaurants. Zum einen kam es zu einem rapiden Anstieg der Veröffentlichungen von Kochbüchern (Watanabe 1988: 65), zum anderen bot die wachsende Zahl an Restaurants immer mehr Stile und Gerichte an (Nishiyama 1997: 168). 1801 gab es bereits 7663 Restaurants in Edo. Darunter waren 2866 Süßwarengeschäfte, 2374 Restaurants für gekochte Speisen, 718 Restaurants für Weizennudeln (*udon*) und Buchweizennudeln (*soba*), 237 Spezialitätenrestaurants für gegrillten Aal und 217 Sushi-Restaurants. 938 Lokale boten Gemüsegerichte oder mit Tee übergossenen Reis (*chazuke*) an oder wurden einfach als Teezimmer (*chashitsu*) bezeichnet. Schließlich zählten auch 50 Lokale dazu, die auf Fleischgerichte spezialisiert waren. Die Shogunatsregierung wollte die Zahl der Restaurants zwar verringern und in einer erneuten Zählung im Jahr 1836 waren es nur noch 5757 Restaurants. Dabei wurden allerdings Restaurants und Imbissbuden der Vergnügungsquartiere und abendliche Wanderverkäufer außer Acht gelassen, was zu der Annahme verleitet, dass die tatsächliche Zahl der Lokalitäten weiter gestiegen war (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 151).

In dieser ausdifferenzierten Restaurantszene entstanden Angebote für jede Gesellschaftsschicht und besonders beliebte Einrichtungen kristallisierten sich heraus. Die meisten Restaurants außerhalb der Vergnügungsviertel waren entlang des Flusses Sumida angesiedelt. Die kulinarische Szene emanzipierte sich von diesen Stadtteilen und breitete sich langsam in der ganzen Stadt aus. Das Hirasei in Fukagawa (Nishiyama 1997: 168), eines der wenigen erstklassigen Restaurants in der Gegend um Fukagawa, das *kaiseki ryōri* servierte (Imai 2014b: 29; Maeda 1991: 189), und das Yaozen in San'ya im Stadtteil Asakusa sind die prominentesten Beispiele. Das Kōshiya in Massaki, das Shikian in Nakasu, das Yanagiya in Hashiba, das Kinparō in Imado, das Daishichi, das Musashiya und das Ogura-an in Mukōjima, das Sakuragawa und das Manpachi in Yanagibashi sowie das Tagawa in Ryūsenji sind weitere bekannte Restaurants dieser Zeit (Nishiyama 1997: 168).

Das Yaozen war das bekannteste Restaurant – nicht zuletzt durch die vielfältigen Aktivitäten seines Inhabers war es eine innovative und angesehene Lokalität. Der bereits erwähnte Yaoya Zenshirō betrieb seit 1657 einen

Gemüsehandel (Hanasaki 1994: 118). In der Bunkazeit belieferte er Tempel mit vegetarischen Lebensmitteln und erlangte damit einen guten Ruf, so dass er sich in der Bunseizeit entschloss, einen Raum einzurichten, in dem Gäste speisen konnten. Das Yaozen wurde schließlich zum berühmtesten und einem der teuersten Restaurants Edos. Eine Schale *chazuke* mit eingelegtem Gemüse kostete ein *ryō* und zwei *mon*, was dem damaligen Monatseinkommen eines Zimmermannes entsprach (Miyabayashi 1998: 130).



Abbildung 1: Yaozen

Allerlei Gerüchte rankten sich um die Küche des Yaozen, was sicherlich zu seinem Ruf beigetragen hat. So soll der Rettich mit süßem Sake gewaschen worden sein. Die Zutaten der Fischwurst (*kamaboko*) und für zerdrückte Süßkartoffel mit süßen Kastanien (*kinton*) sollen strengen Kontrollen unterworfen worden sein (Nishiyama 1997: 169). Das Teewasser soll eigens mit einem Eilboten von der Tamagawa-Wasserleitung ins Restaurant gebracht worden sein. Die Leitung versorgte eigentlich andere Teile der Stadt (Miyabayashi 1998: 132). Yaoya, der Betreiber des Restaurants, zählt in seinem Buch auch einige Gäste seines Restaurants auf, die man wohl als Gourmets bezeichnen kann. Die Yaozen-Feinschmecker waren allesamt Bürgerliche: Maler, Schriftsteller, Dichter, die nicht zu offiziellen Anlässen in sein Restaurant kamen, sondern zum Vergnügen. Der Maler Sakai Hōitsu (1761–1828) gehörte dazu, ebenso der Schriftsteller und Tanka-Dichter Ōta Nampo (1749–1823), der das Restaurant sogar in einer Satire erwähnt (Abe 1981a: 10). Der Maler Tani Bunchō (1763–

1840) frequentierte das Yaozen genauso wie der Dichter Ōkubo Shibutsu (1767–1837), der zeitgenössische Restaurants und Sushilokale immer wieder in seinen Gedichten erwähnte. Der Kalligraf Kameda Hōsai (1752–1826) war ebenfalls oft Gast im Yaozen (Nishiyama 1997: 169). Hier zeigt sich ein Ausschnitt der Gourmetszene, die außer den zu Geld gekommenen Händlern auch Künstler und Intellektuelle umfasste.

Genau wie der Inhaber des Yaozen veröffentlichte auch ein Betreiber des Hirasei ein Kochbuch, den ‚Hirasei Kenner‘ (*Hirasei ryōritsū*) (Watanabe 1988: 66). Während das Yaozen bis heute existiert, musste Maruyama Seikichi, der letzte Inhaber des Hirasei, das Restaurant am 31. August 1906 schließen (Imai 2014b: 29). Basil Hall Chamberlain (1850–1935), ein britischer Japanologe, der in der frühen Meijizeit an der Kaiserlichen Universität in Tokyo tätig war, gab in seinem 1891 erschienenen Reiseführer *A Handbook for Travellers in Japan* auch Restauranthinweise: Neben dem Yaozen und dem Hirasei empfiehlt er das Yaomatsu in Mukōjima sowie das Tokiwaya in Hamachō (Chamberlain 1894 [1891]: 87). Ersteres wurde erst kurz nach der Meiji Restauration von 1868 eröffnet. Sein Inhaber hatte zuvor im Yaozen gelernt. Das Tokiwaya in Hamachō wurde für Bankette der Regionalfürsten genutzt. Kanai Kuninosuke, der Fürst von Shonai, beschrieb während seiner vier Aufenthalte im Edo der 1840er und 1850er Jahre sein Alltagsleben in einem Tagebuch. Er geht auf ein nicht datiertes Bankett im Restaurant Tokiwaya ein, das Mizuno Tadakuni (1794–1851), Regionalfürst von Karatsu und Senatsmitglied der Shogunatsverwaltung, aus Anlass der turnusmäßigen Rückkehr in sein Heimatfürstentum veranstaltete. Kanai beschreibt das Tokiwaya als ein beliebtes Restaurant und Teehaus, das immer gut besucht war. Das Tokiwaya scheint ein Etablissement gewesen zu sein, in dem die Kriegerschicht ein und aus ging. Kanai beobachtete Mitglieder des Klans der Ii, die im Nebenzimmer aßen (Iwabuchi 2010: 43). Der Klan der Ii gehörte zu den einflussreichsten Klans, die loyal zu den herrschenden Tokugawa standen und Gebiete nahe der Hauptstadt Edo erhalten hatten. Gegen Ende der Edozeit besetzten sie zudem das machtvolle Amt des Regenten (Hall 2000 [1968]: 167, 175).

In den obigen Ausführungen wird deutlich, dass der *ryōri*-Boom mit seinen Begleiterscheinungen seinen Schwerpunkt in Edo hatte. Der Boom übertrug sich auch auf andere Städte, Edo blieb aber das Zentrum und der Ausgangspunkt neuer Trends. Watanabe bringt dies mit dem Ausdruck „Essen ist Edo“ (1988: 67; *shoku ha edo*) auf den Punkt, der zu dieser Zeit geläufig war. Edo war endgültig zum kulinarischen Zentrum des Landes geworden. Die Vorreiterschaft wurde auch von Bewohnern der beiden anderen Zentren des Landes, Osaka und Kyoto, anerkannt. Watanabe zitiert Reisende, die die Küche Edos lobten und den anderen Kü-

chen des Landes voranstellten. Der Dramatiker Nishizawa Ippō aus Osaka erstellte 1850 in seinem Buch ‚Tokyoter Mittagsschlaf‘ (*miyakono gosui*) eine Rangliste für verschiedene Bereiche; während er Kyoto im Textilbereich und Osaka bei den Unterkünften an der Spitze sah, hielt er die Esskultur Edos für die beste des Landes (ebd. 1988: 69). Im folgenden Kapitel beschäftige ich mich mit den Speisen der Gourmets und konzentriere mich dabei auf regionale Produkte (*tokusanmono*), Fleisch, Wein und die ersten Früchte der Saison (*hatsumono*).

3.5 KULINARISCHER RAHMEN:

TOKUSANMONO, FLEISCH, WEIN UND HATSUMONO

Neben den Kochbüchern und Restaurants gewissermaßen als Räume der Gourmetkultur standen einige Speisen, die in der Kaseizeit besonders beliebt waren, im Mittelpunkt des Diskurses. Dabei spielten einerseits Frische und andererseits Techniken der Konservierung eine Rolle. Während bei den *hatsumono*, den ersten Früchten der Saison, die Frische des Produkts im Zentrum steht, sind die so genannten *tokusanmono* oder *meibutsu*, besondere oder berühmte Produkte eines Ortes, zumeist konservierte Lebensmittel, die als Mitbringsel eines Ortes verkauft oder von den Regionalfürsten aus ihrer Provinz als Geschenke mitgebracht wurden. Der Konsum von Fleisch und Wein war stark reglementiert. Gerade deshalb eigneten sie sich hervorragend als Sehnsuchtsprodukte für Feinschmecker.

Weitere Nahrungsmittel wurden eingeführt, die im Klima der sich öffnenden Kochkultur schnell Verbreitung fanden. Um 1605 kamen von den so genannten südlichen Barbaren (*nanban*) Tabak, Paprika und der Gartenkürbis nach Japan. Als südliche Barbaren wurden die aus dem Südpazifik kommenden Portugiesen und Holländer bezeichnet, die die japanische Küche während der gesamten Edozeit beeinflussen sollten. 1610 kam aus Amamiōshima, einer Insel, die heute zur Präfektur Kagoshima gehört, das Zuckerrohr nach Zentraljapan. Zucker war in Japan etwa seit dem Jahr 754 bekannt, als ihn ein chinesischer Priester zusammen mit Pfeffer, Honig und Süßkartoffeln nach Japan brachte. Bis zur Muromachizeit wurde er ausschließlich als Medizin verwendet. Als Zutat in Gerichten und vor allem für Süßigkeiten gewann er erst Mitte der Edozeit an Bedeutung und die Importmengen an Zucker nahmen zu. Dies stellte einen entscheidenden Einschnitt in die Esskultur Japans dar, da nun neuartige Süßwaren und aus dem Ausland eingeführte süße Teigwaren selbst hergestellt werden konnten und dabei japanisiert wurden.

Tokugawa Yoshimune (1684–1751), der achte Shogun, setzte 1736 die so genannten Kyōhō-Reformen durch. Er wollte den Handel mit dem Ausland kontrollieren und richtete ein Siegelssystem ein. Nahrungsmittel, Zucker und Wein erhielten das Handelssiegel. Gleichzeitig förderte er die heimische Zuckerproduktion. Zucker gehörte aber von Anfang an zu den lizenzierten Importprodukten, die aus dem Ausland eingeführt werden durften. Als 1641 die Niederländische Ostindien-Kompanie von Nagasaki auf die vorgelagerte, künstlich angelegte Insel Deshima verlegt wurde, durften allein holländische und chinesische Händler und Handelsgesellschaften über Deshima Waren aus dem Ausland nach Japan einführen. Zucker stand dabei neben Pfeffer, Muskat, Gewürznelken oder Zimt im Mittelpunkt. Die Bezeichnung der Transportschiffe als Zuckerschiffe (*satōfune*) verdeutlicht die Bedeutung dieses Rohstoffs (Matsushita 2009 [1996]: 397). Gleichzeitig kamen über den *nanban*-Handel auch mit Zucker versetzte Süßigkeiten ins Land: Napfkuchen (*kasutera*) aus Portugal, Karamell und Konfekt (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 110–113).

Ein weiteres zentrales Element der Reformen war die Erteilung von amtlichen Lizenzen an Handelsgenossenschaften (*kabu nakama*). 1726 wurden Lizenzen für fünf Waren an Großhändler erteilt, wenn diese aus dem Umland Edos kamen: Reis, Öl, Sake, Sojasauce und Salz (Ogi et al. 2003: 532). Yoshimune versuchte, den Reispreis zu stabilisieren, indem er den An- und Verkauf überwachen ließ. Zusätzlich förderte er die Neulandgewinnung und den Anbau neuer Feldfrüchte wie der Süßkartoffel (Hall 2000: 189–190), die mit Beginn der Edozeit langsam ihren Weg nach Edo fand: sie wurde 1623 von Fischern aus dem südlichsten Fürstentum Satsuma auf den japanischen Hauptinseln eingeführt, aber erst um 1704 in Nagasaki bekannt. Die weitere Verbreitung im Land ging aufgrund staatlicher Forcierung schneller vonstatten. 1737 glückte der Versuch, Süßkartoffeln in Edo anzubauen, 1759 florierte ihr Anbau und sie wurden fester Bestandteil im Speiseplan (Matsushita 2009: 397–399). Zusammen mit einem weiteren Import, frittierten Gerichten, die in Japan als Tempura von Straßenhändlern verkauft wurden, war die Süßkartoffel zu einem beliebten Nahrungsmittel geworden. Die *yatai* genannten Straßenhändler waren zwar keine Gourmetköche, sorgten aber dafür, dass ein großer Teil der Bevölkerung an kulinarischen Neuerungen wie Süßkartoffeln, Tempura oder Sushi teilhaben konnte (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 150).

In der Genrokuzeit entwickelte sich mit der Teilhabe der neuen, durch den (Groß)handel wohlhabend gewordenen, städtischen Schicht eine Warenwirtschaft, die Konsumprodukte in ganz Japan verteilte. Im Mittelpunkt standen dabei so genannte *tokusanmono*, besondere Produkte der

Regionen (Harada 2005b: 114). Die Etablierung und Vermarktung von *tokusanmono* wurden auch direkt von einzelnen Fürstentümern vorangetrieben, in der Absicht, die leeren Kassen zu füllen und in Edo sichtbar zu sein, denn Edo war der hauptsächliche Absatzort dieser Produkte. Teilweise beauftragten die Fürstentümer für den Vertrieb exklusive Händler, die den Vertrieb quasi als Oligopol betreiben konnten. Die Shogunatsregierung wiederum verlangte für manche Produkte eine Vertriebslizenz und vergab den Status des Hoflieferanten (*goyō shōnin*) für bestimmte Produkte. Aus diesem Umstand konnten die Händler Kapital schlagen. Sie hatten garantierte Absatzmengen, die sie aber auch verpflichtet waren zu liefern. Die Auszeichnung als Hoflieferanten verhalf ihnen zu einer Vormachtstellung mit ihren als authentisch deklarierten Waren, die sie als effektives Werbemittel in ihrem Firmennamen nutzen konnten (Shimizu 2011: 5–8).

Bereits 1645 veröffentlichte der Haiku-Dichter und Gasthausbetreiber Matsue Shigeyori (1801–1680) aus Kyoto das *Kefukigusa*, eine Sammlung von 1800 regionalen Spezialitäten. *Tokusanmono* waren also keine Erfindung der Edozeit, sondern schon vorher verbreitet und bekannt. Es gehörte zur Bildung der Krieger des Mittelalters im 14. und 15. Jahrhundert, sich Wissen über lokale Lebensmittel anzueignen. Regionale Spezialitäten waren bereits präsent und wurden bis nach Kyoto gebracht, wie beispielsweise Ezo-Lachs und Uka-Konbu, beides aus Hokkaido (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 65). Die Shogunatsregierung ließ sich bestimmte regionale Produkte wie Kishū-Mandarinen aus Kii, Trauben aus Kōshū oder Kaki aus Tateishi nur von lizenzierten Großhändlern liefern und zementierte dadurch deren Charakter als *tokusanmono* (Shimizu 2011: 9). Reisende und die Regionalfürsten, die aufgrund der alternierenden Residenzpflicht immer zwischen Edo und ihrer Heimatprovinz pendelten, trugen ebenfalls zur Verbreitung von regionalen und lokalen Spezialitäten bei (Watanabe 1964: 197). Auch entlang der Hauptstraße Tokaidō etablierten sich lokale Spezialitäten, die bei den Reisenden bekannt und beliebt waren: geröstete Reiskuchen in Hodogaya, gelber Reis in Fujieda, Udon in Tsuchiyama, Muscheln in Kuwana (Suzuki 2000). Eingelegetes Seeohr aus Enoshima war so populär, dass die Region nicht für ausreichend Nachschub sorgen konnte und in Reiseführern vor importierten Waren gewarnt wurde (Nenzi 2004: 302).

In der späten Edozeit kamen auch *tokusanmono* aus der Kantō-Region hinzu, wie zum Beispiel die Sojasauce aus Noda und Salz aus Gyōtoku. Gerade das Salz war eine rare, regionale Spezialität, denn achtzig bis neunzig Prozent des Salzes kam aus Siedereien an der Setō-Inlandsee und allein die Hälfte davon wurde in Edo verbraucht (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 65). Süßwaren gehörten ebenfalls zu den

typischen *tokusanmono*. In den drei großen Städten Kyoto, Osaka und Edo eröffneten Spezialitätengeschäfte für Süßwaren. Der Konditor Toraya aus Kyoto, den es bis heute gibt, begann 1635, den Kaiserhof mit Süßigkeiten der iberischen Halbinsel zu versorgen. Zur gleichen Zeit wurden diese Süßigkeiten auch zu lokalen Spezialitäten Kyotos. Napfkuchen (*kasutera*) oder portugiesische Kekse (*bōro*) waren als Kyoto-Marke auch in Edo oder Osaka erhältlich (Nakayama 2006: 114, 1996: 22–23).

Sojasauce (*shōyu*) entstand Mitte des 16. Jahrhunderts als Nebenprodukt bei der Miso-Herstellung. Miso, eine Paste aus vergorenen Sojabohnen, wurde noch bis weit ins 20. Jahrhundert lokal produziert oder in den Familien selbst hergestellt (Ashkenazi und Jacob 2000: 71). Miso richtete sich damit immer nach lokalen und familiären Geschmäckern. Sojasauce hingegen wurde seit der Edozeit zu einem frühen Markenprodukt, fast industriell hergestellt und überregional vertrieben (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 105, 137). Bevor in Kantō mit dem Brauen von Sojasauce begonnen wurde, waren verschiedene Saucen aus Kansai bereits zu *tokusanmono* geworden und wurden als ‚herabsteigende Sojasauce‘ (*sagari shōyu*) bis in die Kyōhozeit in Edo verkauft (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 106, 138). Fischer aus der Provinz Kishū kamen zu Beginn der Edozeit in die Region Chōshi in der Kantō-Ebene und fingen an, Sojasauce zu brauen und den Transportweg nach Edo im Tonegawa Flussgebiet auszubauen. Im Jahr 1661 begann die Familie Mogi-Takanashi in Noda, eine dunkle und starke Sojasauce herzustellen, die sich geschmacklich und in der Konsistenz von der Sauce aus Kansai unterschied und mit der sie den Geschmack der Bewohner Edos traf (Watanabe 1988: 58, 62). Die Brauer aus Noda vertrieben ihre Sauce unter dem Markennamen *Kawanakajima goyōryū shōyu* (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 106). Die beiden Brauer existieren bis heute als die Unternehmen Yamasa und Kikkoman. Kikkoman ist seit 1939 der offizielle Lieferant des Kaiserhauses (Koyama und Comolli 1999: 114). Seit der Kaseizeit stammte die Mehrheit der Fässer an Sojasauce, die Edo importierte, aus der Kantō-Region. 1821 kamen von 125.000 Fässern, die nach Edo transportiert wurden, 123.000 aus Kantō (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 138–139). Sojasauce aus Kantō war eines der ersten Produkte, die den Ruf von niederer Qualität und schlechtem Geschmack der Kantō-Waren abstreifte und in Edo bald beliebter war als die Sauce aus Kansai (ebd.: 106). Sojasauce war damit bereits in der Edozeit ein Markenartikel, der gezielt von den Konsumenten ausgewählt werden konnte.

Fleisch war eines der Lebensmittel, dessen Verzehr in der Edozeit stark reglementiert und damit marginalisiert wurde und welches sich gerade deshalb als Delikatesse für Gourmets durchsetzte. Trotz des bud-

dhistischen Gebots, alles Leben zu achten und keine Tiere zu jagen oder zu fischen sowie der steten Kritik buddhistischer Mönche an der europäischen Kultur des Fleischessens, beobachteten christliche Missionare wie Franz Xaver (1506–1552) und der Jesuitenpater Luís Fróis (1532–1597) kurz vor der Reichseinigung durchaus den Verzehr von Fleisch. Wild, Hasen, Wachteln, Tauben, Fasane, Enten, wilde Hunde, Kraniche, Affen oder Katzen gehörten auf den Speiseplan. Seit Beginn der Edozeit erließ die Shogunatsregierung mehrere Edikte, die versuchten, den Fleischkonsum einzudämmen. 1612 wurde die Aufzucht von Nutztvieh für den Verzehr verboten. Die 1688 verabschiedeten Traueredikte (*pukki ryō*) legten ein Kontaktverbot mit toten Tieren fest, das mit 150 Tagen für Vieh und Pferde deutlich länger war als das von 70 Tagen für vierbeinige Wildtiere. Schützenswerte Nutztiere wurden für die Landwirtschaft potentiell gefährlichen Wildtieren gegenübergestellt. Wildtiere durften getötet und danach für den Verzehr verkauft werden (Shimizu 2010: 93–95).

Der fünfte Shogun Tsunayoshi verabschiedete Gesetze, die den Verzehr von Fleisch regeln sollten. Die so genannten Gesetze des Mitgeföhls (*shōruī awaremi no rei*) von 1687 untersagten das Töten aller Tiere. Weitere Gesetze verboten die Falkenjagd (1693), sahen den Bau von Zwingern in Edo vor, um streunende Hunde zu schützen (1695), oder stellten das Verlassen kranker Pferde unter Strafe. Die einzige Ausnahme vom Tötungsverbot bildeten Wildtiere, die landwirtschaftlich genutztes Land zerstörten. Die bereits zu Beginn der Edozeit gemachte Unterscheidung zwischen nützlichem Vieh und schädlichen Wildtieren wurde beibehalten. Der Verkauf der getöteten Tiere zum Verzehr wurde jedoch untersagt, was verdeutlicht, dass dies eine gängige Praxis gewesen war. Die moralische Grundlage der Gesetze lag in Tsunayoshis buddhistischen und konfuzianischen Wertvorstellungen, mit denen er die Gesellschaft und den Staat erneuern wollte. Die buddhistische Idee der Gnade (*jihī*) sowie das konfuzianische Gebot von Wohlwollen und Menschlichkeit (*ren*) wendete er auf alle Lebewesen an (Shimizu 2010: 97–98).

Shimizu geht davon aus, dass die Regelungen zum Fleischverzehr mit den wachsenden Spannungen mit dem Christentum zusammenhingen – vergleichbar mit Verkaufsverboten anderer als christlich angesehener Produkte wie Olivenöl, Arak oder Wein (Shimizu 2010: 95). Bei offiziellen Anlässen verschwand Fleisch von der Speisekarte (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 117). Die zahlreichen Edikte aber konnten nicht verhindern, dass weiterhin Fleisch gegessen wurde. Die meisten Kochbücher beinhalteten auch Fleischrezepte, auch wenn die Schilderung des Fleischkonsums aus vielen Publikationen verschwand oder euphemistische Ausdrücke für den Konsum gefunden wurden. Im Laufe der Edozeit kam der Verzehr von Hühnerfleisch und Hühnereiern in Mode. Der Regi-

onalfürst von Hikone am Ostufer des Biwa-Sees unterhielt eine Rinderzucht, aus der sogar der Shogun jedes Jahr mit getrocknetem Fleisch beschenkt wurde (Kinski 1998: 67–68; Krämer 2008: 38). Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi (2009: 118) bemerken, dass in den Wintermonaten durchaus Misosuppe mit Rindfleisch von den Klanführern und der Familie des Shoguns gegessen wurde. Dagegen betont Shimizu (2010: 100), dass Nutztiere wie Rinder bis zum Ende der Edozeit so gut wie nicht verzehrt wurden. Vielmehr wurden auf den Fleischmärkten Wildtiere, wie Wildschwein, Füchse, Bären, Otter, Wiesel, Katzen und Hunde, zum medizinischen Verzehr angeboten.

Medizinische Gründe waren eine Methode, den Fleischkonsum zu legitimieren. Vor allem in Büchern zur chinesischen Medizin wurden Schweine- und Rindfleisch als Arznei bezeichnet (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 118). Die Bezeichnungen der Fleischprodukte halfen zudem, den Konsum zu verschleiern. So wurde Wild häufig als Bergwal (*yamakujira*) bezeichnet. Den Eingang von Geschäften kennzeichneten die beiden Zeichen für Berg und Wal sowie eine Illustration von Herbstlaub, womit auf die Farbe des Fleisches verwiesen wurde. Die Geschäfte wurden ebenfalls nicht direkt als Fleischgeschäfte deklariert, sondern mit dem Begriff *momonjiya* umschrieben, wobei Uneinigkeit darüber besteht, was der Begriff zu bedeuten hat. Manche Zeitgenossen wie der Schriftsteller Ryūtei Senka glaubten, dass sich der Begriff von *momonga* ableitet, was Flughörnchen heißt, und Kinder abschrecken sollte. Andere wie Kitamura Nobuyo waren der Meinung, dass *momonji* alles Haarrige bezeichnet und der Begriff auf den Verzehr von Wild hinweist (Shimizu 2010: 101–102). Der Nativist Okabe Tōkei glaubte, dass die Beliebtheit von Fleischgerichten und deren öffentliches Angebot mit dem Umstand zusammenhängen, dass gekochtes und nicht rohes Fleisch verkauft wurde. Er war der Meinung, dass für viele Konsumenten das Fleisch durch den Kochvorgang gereinigt wurde und damit für den Verzehr geeignet war (Shimizu 2010: 101, 103). Diese Idee des Reinigungsaktes ist vergleichbar mit der Vorstellung, dass die Seele des Tieres im Rahmen der Messerzeremonie befreit wird und das Tier damit bereit zum Verzehr ist.

Die Entwicklung der beiden Fleischmärkte von Edo in Kōjimachi sowie am Ostende der Ryōgokubrücke verdeutlicht, dass die Verbote des Fleischverzehrs keine Wirkung zeigten (Shimizu 2010: 92, 99). Immer mehr Menschen wurden zu den Fleischmärkten gelockt, auf denen immer mehr Geschäfte angingen, auch gekochte Gerichte wie Eintopf anzubieten. 1801 gab es in Edo 7663 Restaurants, von denen fünfzig Fleisch servierten. Daneben gab es auch in Osaka Restaurants, die Fleisch anboten (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 151–

152). Reiseführer wie das 1733 erschienene ‚Ausgezeichnete Attraktionen Edos‘ (*Edo meibutsu kanoko*) begriffen den Konsum von ‚Bergwal‘ als Trend und stellten Geschäfte vor, die ihn verkauften. Der Fleischmarkt und Geschäfte wie das *Kōshūya*, das in mehreren Reiseführern auftaucht, waren für Reisende nach Edo eine kulinarische Attraktion. Nicht nur Touristen, auch Einheimische fanden immer mehr Gefallen am Fleischessen, ohne den medizinischen Nutzen als Begründung zu benötigen. Mit dem Aufkommen von Spezialitätenrestaurants und Geschmackswettbewerben sowie der wachsenden Anzahl von Kochbüchern wurde das Essen an sich ab der Hörekizeit zu einem Freizeitvergnügen und das Essen von Fleisch zu einem exklusiven Luxusvergnügen (Shimizu 2010: 101–102).

Denn mit steigender Beliebtheit stiegen sowohl die Qualität und Vielfältigkeit der Speisen als auch die Preise. Die Fleischgerichte der Restaurants wurden zu einem teuren Genuss für Gourmets. Fleischgenuss war damit nicht länger ein geheim gehaltener und unangenehmer Akt, sondern eine Erfahrung, auf die der Konsument stolz war und mit der er angeben konnte (Shimizu 2010: 100–101). Die Verteuerung schränkte die Zugänglichkeit zu den Speisen ein, gleichzeitig stieg das Prestige des Konsumenten – er war plötzlich ein Feinschmecker: „meat-eating – going to the beast-market to visit a beast restaurant to eat *yamakujira* – symbolized a quest for gastronomic pleasure rather than simple nourishment“ (Shimizu 2010: 102). Fleisch wurde zu einem teuren Kuriosum für bürgerliche und finanzstarke Gourmets, dessen Konsum nicht mehr verbrämt war, sondern vielmehr angestrebt und eventuell durch das Verbot angestachelt wurde.

Wein war einer ähnlichen Reglementierung unterworfen wie Fleisch. Er galt als schwer erhältliches und teures Produkt. 1641 wurde ein Erlass verabschiedet, der es den Händlern der Niederländischen Ostindien-Kompanie untersagte, ‚christliche‘ Produkte in Japan zu verkaufen. Nichtsdestotrotz wurde besonders spanischer Wein bei holländischen Banketten angeboten und war ab 1645 als Gastgeschenk auch für den Shogun und andere Hochrangige des Hofes beliebt. Ab 1740 wurden auch die entsprechenden Weingläser geschenkt (Nozawa 2010b: 111–113, 2010a: 98). Die Form des Weintrinkens sollte also gewahrt sein. Auch über ihre Faktorei in Nagasaki und nach 1640 in Deshima boten die holländischen Händler zu verschiedenen Anlässen Wein an. So wurde die Neugierde geweckt und ab der Mitte des 17. Jahrhunderts stieg die Nachfrage nach importiertem Wein stark an. Es entwickelte sich eine regelrechte Szene von Amateur-Connaisseurs (Nozawa 2010b: 117–118). Der Wein war bei den Gourmets ähnlich beliebt wie die *tokusanmono* oder das Fleisch.

Dabei ging es den Genießern nicht darum, der europäischen Zivilisation und Kultur durch den Weinkonsum nachzueifern, wie es ab der Meijizeit der Fall war, „but rather to create distinctions within a stratified society“ (Nozawa 2010b: 118). Es war ein Zeichen von Distinktion, sich das exotische Getränk leisten zu können. Weintrinken war das Privileg weniger, das durch soziales oder ökonomisches Kapital möglich wurde. In jedem Fall machte das offizielle Verkaufsverbot, welches natürlich wie andere Verkaufsverbote auch umgangen wurde, den Wein noch attraktiver (Nozawa 2010b: 112). Besonders die japanischen Hollandwissenschaftler (*rangakusha*) wurden zu Weinliebhabern und luden sogar zu Degustationen im eigenen Haus ein. Ōtsuki Gentaku richtete seit 1795 am Neujahrstag des Solarkalenders ein holländisches Neujahrsfest aus. Bis 1837 veranstaltete er solche Feste, bei dem auch Wein ausgeschenkt wurde. Einige westliche Studiengesellschaften gaben ähnliche Feste. In den Kreisen der Hollandwissenschaftler galt Weintrinken als ein unentbehrliches Symbol der kulturellen Adaption zum Westen (Nozawa 2010a: 100). Wein wurde demnach von einem Geschenk zu einem marktgängigen Produkt. Die Menge des Weins als Geschenk blieb mit 170 Litern in den 1640ern recht stabil, während die Verkaufsmengen rapide anstiegen: Wurden 1643 bis 1644 noch 22 Liter verkauft, so waren es drei Jahre später bereits 180 Liter. Die Kommodifizierung ging weiter. 1651 bis 1652 überstieg die Menge des verkauften Weins die der Weingeschenke erstmals. 320 Liter wurden in dem Zeitraum verkauft, während nur 210 Liter als Geschenk dienten (Nozawa 2010b: 114).

Neben dem Fleisch und dem Wein war der Genuss von so genannten ‚Erstlingen‘ (*hatsumono* oder *hashirimono*) eine kulinarische Besonderheit. Bestimmte Nahrungsmittel und Speisen waren unter Gourmets begehrt, wenn sie zu Beginn einer Saison erstmals wieder erhältlich waren und zu hohen Preisen gehandelt wurden (Kinski 1998: 69). Die *hatsumono* sind der vielleicht deutlichste Ausdruck dafür, dass Essen in der Kaseizeit zu einem luxuriösen Zeitvertreib wurde (Watanabe 1988: 70). Denn für die ersten Früchte, denen ein besonders guter Geschmack und sogar eine lebensverlängernde Wirkung nachgesagt wurden, zahlten die Konsumenten horrende Preise (Watanabe 2006: 4). Die Idee und besondere Bedeutung der *hatsumono* war bereits in der Muro-machizeit vorhanden. Sie dienten als Geschenke für den Kaiser. In der Edozeit wurden sie zu Geschenken an den Shogun (Watanabe 1964: 243). Seit der Regierungszeit des ersten Shoguns Tokugawa Ieyasu bekamen die Shogune aus dem Fürstentum Suruga die ersten Auberginen, die Anfang April mit einem Eilboten nach Edo gebracht wurden. Aber auch die bürgerliche Gesellschaft fand Gefallen an den *hatsumono*

und sie entwickelten sich zu einer Vorliebe der städtischen Bevölkerung, besonders der Bewohner Edos (Watanabe 1988: 70). Die vier großen *hatsumono* der Edozeit waren neben der Aubergine der Bonito, der Lachs sowie Pilze. Diese Produkte wurden so frisch wie möglich gegessen. Der Bonito wurde zu Sashimi verarbeitet. Der Lachs kam aus dem Fluss Ishikari in Hokkaido. Er hatte einen besonderen, herbstlichen Geschmack und war dadurch eine geschmackliche Offenbarung für die Bewohner Edos, wie Hamada bemerkt. Dabei war die Beliebtheit der *hatsumono* keine spezifische Eigenschaft der Gourmets von Edo, sondern in ganz Japan verbreitet. Lachs wurde im Übrigen aufgrund seines Fettgehalts ähnlich wie Fleisch als *kusurigui* angesehen, also aus medizinischen Gründen verzehrt (Hamada 1977: 100–101).

Die *hatsumono* waren Ausdruck der Beliebtheit frischer Produkte, die gerade durch die Möglichkeiten des Konservierens durch Trocknen, Salzen, Einmachen oder Fermentieren (Watanabe 1964: 209) und damit der ubiquitären Verfügbarkeit mancher Produkte noch mehr geschätzt wurden. Sie waren derart beliebt und lukrativ, dass sich die Anbauer nicht nur auf die Natur verließen, sondern sich der Technik bedienten, um ihre Produkte möglichst früh verschicken zu können. Bereits während der Tenshōzeit (1573–1593) erreichte die Bauern um Kyoto die Technik des Obst- und Gemüseanbaus mithilfe von Treibhäusern aus China. In der Kanbunzeit (1661–1672) kam diese Technik auch nach Edo. Der Bauer Matsumoto Kushiwo entwickelte in Sunamachi bei Edo eine ausgeklügelte Anbaumethode für Treibhausgemüse, sodass er bereits Mitte März Auberginen, Gurken und Stangenbohnen an den Shogun schicken konnte. Er verfeuerte Fischabfälle aus Nihonbashi (*edogomi*), Ölpapier und Kohle und nutzte die Masse als Nährboden. Die Technik verbreitete sich schnell und die Shogunatsregierung reagierte darauf mit der Verlegung der Geschenkzeiten und Regulierungen für *hatsumono* und deren Anbau im Allgemeinen. Treibhäuser als Anbaumethoden wurden unterdrückt (Watanabe 1988: 71–73).

1686 wurden Verkaufszeiten für eine Reihe von Produkten erlassen, die ein Verkaufsverbot außerhalb dieser Zeiten implizieren. Frische Shiitake durften nur noch von Januar bis Mai verkauft werden, Auberginen erst ab Mai, Bambussprossen ab April und Mandarinen von September bis März. 1742 wurde ein ähnliches Verbot auch für Fisch und Geflügel erlassen. Lachsforelle durfte danach erst ab Neujahr verkauft werden, Thunfisch erst ab April, Wildente und Wildgans erst ab Oktober und Fasan ab September. Für beinahe alle Produkte wurden Verkaufsperioden festgelegt (Watanabe 1964: 243) und die Produkte durften als *hatsumono* nicht zu höheren Preisen verkauft werden als Produkte im Rest der Saison (Shively 1964–1965: 135). Die

Shogunatsregierung versuchte ab der Mitte des 16. Jahrhunderts über die so genannten ‚Gesetze gegen übertriebenen Luxus‘ (*ken'yakurei*) die Aufweichung der feudalen Gesellschaftsordnung zu verhindern (Shively 1964–1965: 124). Weitere Gründe für die Regulierungen waren die erhöhten Preise, die die Bauern für diese *hatsumono* verlangten und der Wettstreit, der unter den Liebhabern solcher Produkte ausbrach (Rath 2010a: 115).

Wie beim Fleisch- und Weinverkauf ließen sich die Luxusgesetze und Regulierungen auch beim Verkauf der *hatsumono* nicht umsetzen. Der Handel war so lukrativ und die Produkte so beliebt, dass Bauern und Händler Mittel und Wege fanden, die Verbote zu umgehen. Die Fischhändler beispielsweise mussten den ersten und besten Thunfisch des Jahres für die Einkäufer der Shogunatsregierung zurückhalten und zu normalen Preisen an diese verkaufen. Es kam durchaus vor, dass die Händler den ersten Thun geheim hielten und zu horrenden Preisen an normale Händler verkauften – und dabei eine ebenso horrende Strafzahlung in Kauf nahmen, falls ihr Handeln entdeckt würde (Watanabe 1964: 234–235). Die Gesetze gegen den Luxus der Tokugawa-Shogune waren ohnehin wenig effektiv. Viele Gesetze wurden nur mündlich verkündet und nicht gedruckt. Massenmedien, die die Gesetzesinformation hätten verbreiten können, kamen erst langsam gegen Ende der Edozeit auf. So war es kein Wunder, dass sich auch die Luxusgesetze nicht nachhaltig durchsetzen ließen (Henderson 1967: 10). Die Gesetze waren auch deshalb weitgehend wirkungslos, weil sie mehr ein Aufbegehren des herrschenden Standes gegen die als anmaßend empfundenen Innovationen der niedrigeren Stände darstellten. Sie gingen nur gegen die sichtbar gewordenen Symptome des Gesellschaftswandels vor anstatt gegen seine Ursachen (Shively 1964–1965: 134). Die Treibhäuser waren weiterhin in Betrieb und die Shogunatsregierung stellte in einer öffentlichen Bekanntmachung zu Gemüse (*yasaimono no ginitsume ofuregaki*) im April 1842 fest, dass die Vorliebe für *hatsumono* vor allem bei förmlichen Feiern zugenommen habe. In der Bekanntmachung wird auch die Anbaumethode Matsumotos beschrieben. 1776 wurde im *hatsumono hyōban fukujusō*, einem Boulevardblatt zu *hatsumono*, eine Rangliste nach Preisen erstellt. Der erste Thunfisch des Jahres war extrem hochwertig und das teuerste *hatsumono*, gefolgt von Frühlingsgemüse, Adlerfarn (*warabi*), Sake und Buchweizennudeln (*soba*). Der erste Lachs im Herbst galt als Produkt bester Qualität. Darunter standen weitere Produkte ohne spezielle Auszeichnung wie Forelle, Aubergine, *ine*- und *kome*-Reis, Ingwer oder Walnuss. Jeder, der es bezahlen konnte, konnte bei diesem als ‚*hatsumono*-Prinzip‘ (*hatsumono-shugi*) betitelten Ansturm mitmachen (Watanabe 1988: 72–73, 76).

3.6 SCHLUSSFOLGERUNGEN

In der Edozeit entwickelten sich Elemente der gehobenen Esskultur, auf die in späteren Zeiten gerne zurückgegriffen wurde. Die gehobene Küche aus dem Umfeld des Kaiserhauses sowie die vegetarische Küche einiger buddhistischer Tempel erfuhren eine Aneignung durch den Kriegerstand, besonders durch den Hof des Shoguns. Die *kaiseki ryōri*, die der Teemeister Sen no Rikyū initiierte, wurden in der Taishōzeit vom Gastronomen Kitaōji Rosanjin aufgegriffen und in der heutigen Gourmetküche vom Spitzenkoch Koyama Hirohisa wieder entdeckt und neu interpretiert. Die bedeutsamere Entwicklung war die darauf folgende Aneignung der gehobenen Küche des Kriegerstandes durch urbane, bürgerliche Feinschmecker. Sie schauten sich nicht nur die Bankettspeisen ab und bildeten sich kulinarisch durch die Lektüre von Kochbüchern, die sich auch der gehobenen und eigentlich für die bürgerlichen Stände nicht erreichbaren Küche widmeten. Die bürgerlichen Feinschmecker etablierten mit den ersten Restaurants, die in den Vergnügungsvierteln eröffneten, auch ihre ureigenen Institutionen der Gourmetkultur.

Das Bemerkenswerte der bürgerlichen Gourmets der Edozeit sind ihre Neugier und ihr Mut, sich bestimmte, für sie offiziell verbotene Speisen anzueignen und alleine aus Vergnügen zu verzehren. Anders als in den nachfolgenden Zeiten, in denen die Teilhabe an einer Gourmetkultur immer auch eine Aktivität des Prestiges, der sozialen und kulturellen Distinktion war, entsteht bei den Gourmets der Edozeit der Eindruck, dass das Essen Zweck genug war. Es wird deutlich, wie die bürgerliche Stadtbevölkerung die Möglichkeiten auslotet und immer wieder Grenzen übertritt. Zunächst in einem quasi geschützten Raum wie den Vergnügungsvierteln, dann auch in der Öffentlichkeit der Stadt, ergo in Restaurants oder halb öffentlichen Veranstaltungen wie den *shogakai*. Die Teilhabe an der sich entwickelnden Gourmetkultur war eine besonders private Angelegenheit, waren die Orte des Genusses doch Rückzugsräume, in denen die feudale Gesellschaftsordnung außer Kraft gesetzt war.

4 DER GOURMETDISKURS DER MEIJIZEIT – NEUGIER AUF DEN „WESTEN“

Die Meijizeit (1868–1912) ist eine Zeit des politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Umbruchs, der natürlich auch die Gourmetkultur erfasste. Das ganze Land stand gemäß der staatlichen Losung ‚Zivilisation und Aufklärung‘ unter dem Eindruck der Modernisierung, die einer Verwestlichung gleichkam. Die französische Haute Cuisine war die Küche der Wahl sowohl bei Staatsbanketten als auch bei Feinschmeckern. Mit den Speisen kam das ganze kulinarische Umfeld hinzu, von neuen Essutensilien, Tischmanieren und Etiketteregeln, einem neuen Kleidungsstil bis hin zu neuen Gebäuden, die zur Repräsentation errichtet wurden. In der Literatur wurde aufklärerisch über die neue Küche geschrieben, oder die Nachahmung auf ironische Weise beschrieben. Die Gourmets trafen sich weiter in Restaurants, gründeten aber auch Vereine und Zeitschriften zum Austausch von Informationen und Meinungen.

4.1 CHARAKTERISIERUNG DER MEIJIZEIT: ZIVILISATION UND AUFKLÄRUNG

In den letzten Jahren der Edozeit (Bakumatszeit), die mit der erzwungenen Öffnung von Vertragshäfen unter anderem in Yokohama, Kobe, Hakōdate und Nagasaki begannen, erlebte die japanische Gesellschaft massive Veränderungen in allen Bereichen. Mit dem Ziel der Revision der so genannten Ungleichen Verträge ging die Propagierung einer Europäisierung einher, um das Land zu ‚zivilisieren‘. Ein Wandel der Esskultur hin zu einer Verwestlichung war auch das Ergebnis dieser Politik. Der Außenminister Inoue Kaoru (1835–1915) stand Pate für diese Entwicklung und war auch persönlich verwickelt, wie im Laufe dieses Kapitels deutlich werden wird (National Diet Library 2014). Es wurden nicht nur neue Lebensmittel und Gerichte aus Europa und den USA (im Folgenden als ‚Westen‘ zusammengefasst) übernommen, sondern eine ganze Esskultur bestehend aus Tischsitten, Mobiliar und Utensilien. Die Meiji-Regierung förderte mit ihrer Losung ‚Zivilisation und Aufklärung‘ (*bunmei kaika*) die Einführung westlicher Kultur auch im kulinarischen Bereich. Der Genuss von Fleisch, Milchprodukten und Brot wurde nach modernen, das heißt ebenfalls aus dem Westen übernommenen, ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen forciert und in Schulen und Militär eingeführt mit dem Ziel, die Bevölkerung zu stärken (Cwiertka 2006). Zwar erreichten Nahrungsmittel und Gerichte aus dem Westen Japan auch zur Edo-

zeit, diese Speisen waren aber bis in die Meijizeit in der japanischen Esskultur domestiziert und wurden nicht mehr als ausländische Speisen wahrgenommen. Mit der Öffnung Japans in den 1850er Jahren strömten völlig neue Speisen in das Land, die unter dem Begriff ‚westliche Speisen‘ (*seiyō ryōri*) zusammenfasst wurden. Ich werde den Begriff daher auch im Folgenden verwenden.

Die Gourmetkultur wurde vom politischen Streben nach ‚Zivilisation und Aufklärung‘ ebenfalls beeinflusst, wenn auch hier die körperliche Stärkung keine Rolle spielte, sondern eher die Neugier auf das fremde Essen der nun in Japan lebenden Ausländer und zu allererst das soziale Prestige, das der Genuss von deren Essen mit sich brachte. Mit der Übernahme eines westlichen Habitus, auch in den Bereichen Wohnen, Kleidung und Essen, erhoffte man sich eine gesellschaftliche Aufwertung – nach innen wie nach außen. Wie Hastings (2000: 107) anmerkt, wurden gerade Frauen und deren Verhalten bei Abendgesellschaften von den ausländischen Gästen als Indikator für den Stand der Verwestlichung der japanischen Zivilisation gesehen. Nicht nur die Bewertung von außen ließ die Anpassung an den Westen voranschreiten. Cwiertka (2006: 23) geht davon aus, dass sich die westliche (Ess)kultur auch deshalb so schnell in Japan verbreiten konnte, weil sie im gesamten sozialen Spektrum des Landes als Zeichen von Kultiviertheit und sozialem Prestige galt. Das Streben nach Verwestlichung muss auch vor dem Hintergrund der so genannten Ungleichen Verträge gesehen werden, durch die Japan in eine gegenüber den westlichen Vertragsländern ungünstige Situation geriet. Die mit den USA, Preußen, dem Norddeutschen Bund und schließlich Österreich-Ungarn zwischen 1858 und 1869 abgeschlossenen Handelsverträge sahen die Öffnung von Handelshäfen, von den Vertragspartnern festgesetzte Zölle, Exterritorialität für die in Japan lebenden Ausländer sowie eine einseitige Meistbegünstigungsklausel vor, die allen ausländischen Vertragspartnern auch die Vorteile der nach ihnen geschlossenen Verträge zubilligte. In den 1890er Jahren begannen Revisionsverhandlungen und erst 1911 waren die letzten Nachteile für die japanische Seite beseitigt (Oberländer 2010: 265–266).

Die Anpassung an den Westen wurde auf Staatsbanketten und von der Regierung geförderten Abendgesellschaften demonstriert. Die so praktizierte Gourmetkultur mit dem Verzehr französischer Speisen und europäischer Etikette diente vor allem der Repräsentation und weniger dem Genuss. Die meisten Japaner genossen zuhause weiterhin die japanische Küche. Die kulinarische Verwestlichung war durchaus auch Ausdruck von Distinktion nach innen, denn „both the Japanese and their Western observers assumed that the elite were the essence of Japan“ (Hastings 2000: 108). Die Hauptakteure der Verwestlichung der Gourmetkul-

tur kamen zum großen Teil aus dem staatlichen oder industriellen Bereich, hatten Auslandserfahrung sammeln können oder bereits zur Bakumatsuzeit auch kulinarischen Kontakt zu in Japan lebenden Ausländern. Bezeichnend ist, dass gerade zu Beginn der Meijizeit die Küche zur Haute Cuisine gerechnet wurde, die auch im Westen der Inbegriff einer Gourmetküche war: die französische Küche. Nichtsdestotrotz unterschied sich die französische Haute Cuisine in Japan von der in Frankreich. Es wurden zwar französische Köche nach Japan geholt, aber die größeren Einflussgeber waren zunächst die Gesandten aus Großbritannien und den USA, die britische oder amerikanische Varianten der französischen Haute Cuisine mitbrachten – oder auch ehemalige Angestellte in den holländischen Haushalten in Nagasaki.

Minami (2004: 91) beschreibt ein Zweistufenmodell der Verbreitung westlicher Esskultur, die über ein halbes Jahrhundert vonstattenging. Von der Bakumatsuzeit bis in die Mitte der Meijizeit kamen neue Nahrungsmittel, Gewürze, Verarbeitungstechniken, Anbaumethoden sowie ein neues Essumfeld nach Japan. Minami betont, dass sich die westliche Esskultur in dieser Zeit zwar in Japan positionierte, aber noch nicht verankerte. So propagierten Ernährungswissenschaftler und Militärs die Nährhaftigkeit westlicher Speisen, und die oberen Gesellschaftsschichten nutzten die neuen Gerichte und ihr Umfeld als Mittel zur Distinktion. Aber in der Küche der mittleren und unteren Gesellschaftsschichten waren die westlichen Speisen noch nicht angekommen. Erst in der späten Meijizeit um die 1890er Jahre bis zur Taishō- und frühen Shōwazeit der 1920er Jahre fand eine kulinarische Verwestlichung der gesamten Gesellschaft statt. Diese wurde von den Angehörigen der neuen, urbanen Mittelschicht vorangetrieben, die westliche Lebensmittel und Gerichte beim Auswärtsessen und Daheimkochen nachfragten. Hier ist auch die eigentliche, genussgetriebene Gourmetkultur zeitlich zu verorten. Staatsbankette und staatliche Abendgesellschaften gaben zwar die kulinarische Vorlage für die Restaurantküche. Es waren aber Restaurants und Vereine, in denen die Gourmets ihrem Vergnügen an Delikatessen nachgingen.

Natürlich strömten zu dieser Zeit auch kulinarische Elemente anderer Länder als der hier als ‚Westen‘ bezeichneten nach Japan. Aus China kamen wie in der Edozeit Gerichte nach Japan, die aber anders als zur Edozeit nicht mehr dem Bereich der Gourmetkultur zugeschrieben werden können, sondern die gleich in der kulinarischen Massenkultur ankamen. Die chinesischen Ramen-Nudeln sind ein Beispiel solcher Speisen, die zunächst in die Massenküche gelangten und erst in den 1980er Jahren durch Neuinterpretation und Neubewertung einen Prestigestatus im Rahmen der sogenannten *b-kyū gurume*-Bewegung der Gourmetkultur erlangten. Die Hafenstädte, die im Zuge der sogenannten Ungleichen Verträge für

den Auslandshandel geöffnet wurden, spielten eine nicht zu unterschätzende Rolle bei der Einführung der westlichen Esskultur in Japan. Cwiertka (2006: 44) betont den besonderen Einfluss Yokohamas für die Transformation von Edo zu Tokyo, wobei auch der kulinarische Bereich zu diesem Wandel beitrug.

Bis zur Jahrhundertwende waren es vor allem die in Japan lebenden Ausländer, die einen, wenn auch eher indirekten, Beitrag zur Verwestlichung der japanischen Esskultur leisteten. Sie importierten anfangs die Produkte, die sie zur Aufrechterhaltung ihres gewohnten Lebensstils benötigten. Mit der Zeit eröffneten europäische, meist britische, und amerikanische Landsleute, schließlich auch Japaner Geschäfte und Restaurants mit einem Angebot an westlichen Speisen (Cwiertka 2006: 35–36; 41). Ab der Mitte der Meijizeit in den 1890er Jahren trat eine neue Gesellschaftsschicht auf den Plan. Hohe Beamte, der neue Adel und reiche Industrielle sorgten letztendlich dafür, dass die Verwestlichung auch die japanischen Haushalte erreichte. Moden wurden nicht von den politischen Machthabern gemacht, sondern von neureichen Stadtbewohnern, deren gesellschaftlicher Status eher niedrig war (Kumakura 1990: 483). Die Gruppe der Neureichen konnte durch die Annahme des westlichen Dinierstils zu Trendsettern und schließlich auch zur Meiji-Elite werden (Cwiertka 2006: 23), so in gewisser Hinsicht mit den alten Eliten der Edozeit mitziehen.

Die Annahme des westlichen Dinierstils brach mit allen bisherigen kulinarischen Konventionen der oberen Gesellschaftsschichten. War die Abendgesellschaft für die westliche Elite nur die formellere öffentliche Form des abendlichen privaten Diners, gab es ein solches Diner in der japanischen Oberschicht bis dahin nicht. Das Essen wurde jedem individuell auf Tablett serviert und nicht am Tisch. Das Familienoberhaupt speiste oft nicht zur gleichen Zeit und im gleichen Raum wie der Rest der Familie. Eine Abendgesellschaft war somit ein bisher unbekanntes Ritual (Hastings 2000: 116) und die Verwestlichung der Esskultur brachte einen drastischen Wandel fast aller japanischen Esskonventionen mit sich: die Form und der Geschmack des Essens änderten sich. Es kamen neue Essutensilien wie Messer und Gabel hinzu. Die Essenden saßen auf Stühlen an Tischen und nicht mehr auf Tatamimatten. Die Teilnehmer an Banketten und formellen Abendgesellschaften trugen westliche Mode und keine japanische Kleidung. Das galt seit den 1870er Jahren für die Männer und seit Mitte der 1880er Jahre auch für die Frauen.

Dabei verschwanden Bereiche mit traditionellen Speisen und ihrem Umfeld nicht komplett; sie erfuhren vielmehr eine Neubewertung. Die Losung von ‚Zivilisation und Aufklärung‘ trennte zunächst einmal die japanische (*wa*) von der westlichen (*yō*) Sphäre. Die Teilung brachte die Kategorie des *washoku*, des japanischen Essens, hervor. Sie steht bis heute

im Gegensatz zu *yōshoku*, dem westlichen Essen. Zusätzlich etablierte sich die Kategorie *chūshoku*, der chinesischen Küche. Noguchi Hokugen beschrieb bereits 1880 in der Zeitschrift *Fūzoku Gahō wa-yō-chū* als eine dreigeteilte Struktur innerhalb der japanischen Küche, die sich bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts verfestigte. Noguchi bewunderte die japanische Küche für ihre Ästhetik, die westliche für ihren Nährwert. In der chinesischen Küche sah er beide Merkmale miteinander verbunden. Er folgte hier dem Staatsverständnis von westlicher Küche und propagierte die Übernahme westlicher Elemente aus Gründen der Nahrhaftigkeit und nicht des Genusses. Ab den 1890er Jahren vermischten sich westliche und japanische Elemente mit einheimischen klassen- und gemeinschaftsbasierten Konventionen und Praktiken (Cwiertka 2006: 20–21).

Im kulinarischen Bereich entstanden Mischgerichte als Kompromiss aus westlicher und japanischer Küche, die sogenannten *wayō secchū ryōri*. Diese kamen ab den 1890er Jahren auf (Takada 2007: 8) und waren schnell am Massenkonsum ausgerichtet. Die *wayō secchū ryōri* und ihre Konsumenten, die neue, urbane Mittelschicht, gehörten nicht zur Gourmetkultur, spielten aber eine entscheidende Rolle bei der Verbreitung westlicher Küche in Japans Haushalten. Die neue Mittelschicht (*shinchūkansō*) war ein Novum der Meijizeit. Es war eine Angestelltenschicht, bei der Fähigkeiten und Wissen wichtiger waren als reine physische Arbeitskraft. Wohn- und Arbeitsplatz waren nun getrennt und neue, nach Geschlecht getrennte Rollen traten auf den Plan: der Mann als Angestellter (*sarariman*), die Frau als die Familie ernährende Hausfrau (*shufu*) (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 226, 254). Die neue Mittelschicht konnte es sich nur allmählich leisten, überhaupt in Restaurants zu gehen. Die von ihnen frequentierten Lokalitäten servierten die japanisch-westlichen Mischgerichte, keine japanische oder westliche Haute Cuisine. Sie gehörten (noch) nicht zur kulinarischen Avantgarde. Das war in der Meijizeit noch die weltgewandte Elite, bestehend aus dem Adel, Politikern, Beamten, Industriellen und Finanziers. Für diese gehörte der Besuch eines westlichen, genauer: französischen Restaurants und der Genuss von authentisch wahrgenommenen französischen Speisen ab den 1870er und 1880er Jahren zum modernen Lebensstil (Cwiertka 2006: 41).

Die kulinarische Elite bestand vor allem aus Männern. Frauen begleiteten ihre Ehemänner allenfalls zu offiziellen Banketten. Essen als Vergnügen in einem Restaurant war und blieb ein Vergnügen der Männer und selten der Frauen. Ein Akteur der kulinarischen Szene der Meijizeit hatte die Frauen als Hausfrauen im Blick und trieb die Professionalisierung der häuslichen Küche voran. Akabori Minekichi (1816–1905) arbeitete zum Ende der Edozeit in mehreren Gourmetrestaurants in Tokyo und gründete 1882 die erste Laienkochschule der Stadt, die Akabori

Kappō Kyōjō. Sein Sohn Kumaemon (1853–1905), ebenfalls Kochlehrer, aber an der Nihon Joshi Daigaku, und sein Enkel Matsutarō (1886–1956) führten das Unternehmen unter Verwendung seines Namens fort. Seine Urenkelin Fusae führte unter dem Namen Masako die Geschäfte weiter und beeinflusste in der Nachkriegszeit die Art des Kochens. Sie schrieb Artikel für Frauenzeitschriften, ab 1947 trat sie in Radiosendungen und ab 1955 im Fernsehen auf und erreichte auf diese Weise die Masse der Japaner. 1960 gab sie der Kochschule ihren heutigen Namen: Akabori Ryōri Gakuen. Bis 1962 hatte die Kochschule mehr als 800.000 Absolventen. 1972 übernahm ihre Tochter Chiemi die Geschäftsleitung, die heute wiederum von ihrer ältesten Tochter unterstützt wird (Cwiertka 1996a: 69).

Aufgrund des langen Bestehens der Kochschule, der Weitergabe der Leitung innerhalb der Familie und die damit weitergegebene Autorität und Authentizität der leitenden Familienmitglieder entspricht die Akabori Kappō Kyōjō der japanischen Tradition des *iemoto* (Ikegami 2005: 163–164). Ob das *iemoto*-System ein spezifisch japanisches gesellschaftliches Phänomen ist (Hsu 1975), oder, historisch bedingt, gerade mit der beginnenden Massengesellschaft und aufgrund der modernen Kommunikationsmittel seit dem Ende des 19. Jahrhunderts erst erfolgreich wurde (Kumakura 1993) – die Kochschule konnte durch die stetig wachsende Zahl der Schüler sowie den Umstand, dass Kochen auf Laienebene mehr eine Sache des Trainings und weniger der Kreativität geworden war, ihren Status als Schule im *iemoto*-System festigen. Es wurde sogar eine Frage des Prestiges, Kochkurse an dieser Schule zu besuchen (Cwiertka 1996a: 77).

Die Schule bot ihren Schülern eine eigene, geschlossene kulinarische Welt. Damit gleicht Akaboris Kochschule den Kochschulen und Teeschulen der Edozeit, von denen sich einige in die Meijizeit retten konnten. Sowohl zur Edozeit als auch zur Meijizeit galt bei den im *iemoto*-System organisierten Schulen: „The system enabled the grand master to recruit a large number of amateur students into a well-organized franchise system, while establishing the *iemoto* as the sole arbiter of the content of the tradition“ (Ikegami 2005: 165). Ganz anders war dies bei den eher lose organisierten Gourmetvereinen, auf die ich im Laufe dieses und des nächsten Kapitels zu sprechen komme. Zwar gab es auch hier meist eine charismatische Führungsfigur, jedoch waren die Vereine eher lose organisiert, die Mitglieder wechselten und inhaltlich waren die Vereine flexibler. Sie gleichen damit eher den von Ikegami (2005: 175) beschriebenen horizontal organisierten, losen, wissensbasierten Dichternetzwerken der Edozeit, die sie dem vertikalen, starren, traditionsbasierten *iemoto*-System gegenüberstellt.

Kochen ist zunächst ein Handwerk, das vor allem durch Erfahrung gelernt wird. Kreativität spielt erst auf der professionellen Ebene eine Rolle. Die Beurteilung eines Essens ist selten objektiv, und während anfangs die Hauptklientel der Kochschule die Hausfrauen der Ober- und neu entstehenden Mittelschicht waren, wurden mit schneller Urbanisierung, dem Anstieg des Lebensstandards und der Verbreitung und Popularität des Fernsehens in der Nachkriegszeit alle Hausfrauen zu ihrer möglichen Klientel. Mit steigender Zahl der Schülerinnen stieg auch das Ansehen der Akabori Kochschule. Ihre Autorität im Bereich des *home cooking* wuchs (Cwiertka 1996a: 77) und Minekichi erweiterte seine kulinarischen Aktivitäten. Er wurde als Koch für Veranstaltungen gebucht, schrieb Kursbücher wie das *Akabori Ryōri Kōgiroku* für seine Schule, diverse Kochbücher und verfasste Artikel für die Gourmetzeitschrift *Gekkan Shokudōraku*. Zusammen mit Anzai Komako schrieb er 1902 ‚Die japanische Kochkunst der Gesellschaft zur Verbesserung der Küche‘ (*chihōkai nihon ryōrihō*). Darin behandelten sie japanische Speisen, *kaiseki*-Rezepte, Darreichungsformen und besondere Rezepte beispielsweise mit Sardinen oder Schweinefleisch (Imai 2011: 49). Zusammen mit seinem Sohn und seiner Tochter publizierte er 1904 ein Kochbuch mit Familienspeisen für das ganze Jahr, die ‚Familienküche für zwölf Monate‘ (*katei jūnikagetsu ryōrihō*). Auch seine Nachkommen waren in dieser Hinsicht aktiv. Sein Sohn und auch sein Enkel schrieben insgesamt fünfzig Kochbücher. Dazu kamen zahlreiche Zeitschriftenartikel (Cwiertka 1996a: 76). Diese Aktivitäten unterstreichen den *iemoto*-Charakter und damit die Autorität der Kochschule.

Das Besondere an Akaboris Kochschule war, dass er seinen Schülern, vor allem Hausfrauen der Ober- und neuen Mittelschicht, keine alltäglichen Familienmahlzeiten lehrte, sondern schwierige, an die Restaurantküche angelehnte Kochkunst. Er erachtete das Kochen als elementares Element der Bildung für Frauen gehobener Schichten. Anders als in der staatlichen hauswirtschaftlichen Bildung für Frauen dienten die Speisen bei ihm nicht vorrangig der Hausfrauenrolle nach der Heirat, sondern der feinen Lebensart, dem Schwelgen, Prassen und Genießen – also den gleichen Motiven, die männliche Feinschmecker in die Restaurants pilgern ließ. Bei ihm legte die feine Restaurantküche den Grundstein für die Familienküche. Er verlieh den Familiengerichten (*katei ryōri*) ein hohes Niveau, und den Frauen eine eigene Kultiviertheit. Auch wenn es noch bis in die Nachkriegszeit dauern sollte, bis Frauen unabhängig von ihren Ehemännern als Gourmets die Restaurants aufsuchten, legte Akabori mit seinem kulinarischen Ansatz einen ersten Grundstein zur Professionalisierung der kochenden und auch genießenden Frau (Yamao 2004: 18–20).

Akaboris Ziel war, den alltäglichen Speiseplan der Familien zu diversifizieren. Deshalb griff er auf die aufwendige und festliche Restaurantküche zurück, vereinfachte diese ein wenig, tauschte schwer erhältliche Zutaten aus und fügte westliche Elemente hinzu (Cwiertka 1996a: 70), die gerade ein vogue waren. Bei einer Kochvorführung der 1893 gegründeten ‚Gesellschaft zur Verbesserung der Küche‘ (*chihōkai*) wurde für den Verzehr von Schweinefleisch geworben. Es sollten Vorurteile gegenüber dem Verzehr von Fleisch aus dem Weg geräumt werden, die durch das lange offizielle Tabu des Fleischessens in der breiten Gesellschaft bestanden. Akabori nahm die klassische Struktur eines *kaiseki*-Menüs als Basis: Suppe, Zwischenspeise, Sashimi, Gebratenes, Gekochtes, eingelegtes Gemüse und Reis (*suimono*, *kuchitori*, *mukōzuke*, *hachi zakana*, *wan* und *tsukemono*). Das Schweinefleisch veränderte als eine westliche Zutat das Menü, ließ die Struktur jedoch vertraut: „The Japanese atmosphere of the meal did not disappear“ (Cwiertka 1996a: 70).

Zu diesem Anlass fügte er dem klassischen Menü Schweinefleisch hinzu und so gab es klare Brühe mit Schweinefleischklößen, als Zwischengericht Schweinefleischrollen, Erdbeergelee und gekochte dicke Bohnen. Als Sashimi-Ersatz bereitete Akabori dünne Scheiben von Schweinefleisch zu. Als gebratenen Gang gab es gebratenes Schweinefleisch mit japanischem Pfeffer und Kartoffeln. Der letzte Gang bestand aus gekochtem Schweinefleisch, Fischkuchen mit Karotten, gekochter Klette, Shiitake, Tofu und Chili. Solche Gerichte mit Schweinefleisch oder Kartoffeln erhöhten die Vielfalt der Familienküche und erleichterten den Familien den Zugang zu westlichem Essen, das der Mittelschicht so noch nicht zugänglich war. Die Familien besaßen weder die Ausstattung zum Zubereiten noch die finanziellen Mittel zum Erwerb vieler Zutaten. Daneben war der Geschmack der rein westlichen Gerichte zu dieser Zeit noch zu fremd (Cwiertka 1996a: 70–71). Die rein westlichen, meist französischen Speisen der Restaurants blieben in der Meijizeit für die Masse ein seltenes Erlebnis und wurden nur für die finanzkräftigen Feinschmecker zu einem Teil der regelmäßig konsumierten Küche.

Die Gourmetbegriffe der Meijizeit waren der *kuidōraku*, ein Begriff, den der Schriftsteller Murai Gensai mit seinem gleichnamigen Roman prägte, sowie der *shokutsū*, angelehnt an den edozeitlichen *tsū* (Oka 2006: 136). Nun erhielt er eine eindeutig kulinarische Konnotation, während der edozeitliche *tsū* ein Connaisseur auf vielen Gebieten und damit eher eine Lebenseinstellung blieb. Der *shokutsū* gelangte bei Weitem nicht so sehr in das Bewusstsein und den Sprachgebrauch wie der *kuidōraku*, der Namensgeber für Romane, Zeitschriften und Gourmet-

vereine wurde. Murai Gensai beschreibt den *kuridōraku*, oder auch *shokudōraku*, in seinem gleichnamigen Roman als aufgeklärten, gesundheitsbewussten, rationalen Esser. Sein Begriff wurde schnell von der kulinarischen Szene aufgegriffen und bald mit einer neuen Konnotation versehen. Er meinte schließlich den genießenden Feinschmecker, der sich vor allem dem Wohlgeschmack widmete und weniger der gesunden Ernährung.

In einem Artikel der Zeitschrift *Fuzoku Gahō* nimmt der Autor Tsukimura 1908 Stellung zum allgegenwärtigen Gebrauch des Begriffs *kuidōraku*:

„In letzter Zeit ist der Begriff des *kuidōraku* in aller Munde. Auch die Frauen werden im Kochen unterrichtet, um nicht wie die Dummen dazustehen. [...] Es gab auch schon zu alten Zeiten das Interesse am Essen: der Besitzer des *Yaozen* [e. A.: Gourmetrestaurant seit der Edozeit] zeigte sich als *yaozen ryōritsū* und nahm sogar die Mühe auf sich, für die Erforschung der *fucha ryōri* [e. A.: chinesische vegetarische Speisen der Edozeit] bis nach Nagasaki zu fahren“ (1908: 28; *kinrai kuidōraku to iu koto ga sakan ni nattekite, jogakusei nado mo ryōri no gokeiko to tonahete baka ni nigai mono o shikoshiraetari* [...] *Mukashi mo ko no kuidōraku ni wa zuibun kushin shita mono da, yaozen no shijin ga yaozen ryōritsū to iu sho o arawashita toki ni wa, fucha ryōri no kenkyū wazawaza nagasaki made ittekita toiu koto de aru*).

Tsukimura gibt zu bedenken, dass der Gourmet hinter dem Begriff des *kuidōraku* keineswegs eine neue Erscheinung der Meijizeit war, sondern ruft vielmehr in Erinnerung, dass es bereits zur Edozeit Feinschmecker gegeben hat, die für ihre kulinarische Leidenschaft Einiges auf sich genommen haben.

Nichtsdestotrotz war die Meijizeit eine Zeit, in der Essen, zudem die gehobene Küche, durch den Einfluss der neuen Speisen aus dem Westen eine wichtige gesellschaftliche Rolle bei der Modernisierung und Verwestlichung des Landes spielte. Shindō spricht sogar von einem *ryōri*-Boom, einem Boom der Gerichte, der durch kulinarische Romane, Zeitschriften oder Zeitungsartikel, durch Staatsbankette, neue Restaurants und neue Produkte in neuen Geschäften befeuert wurde (Shindō 2000a: 121). Im Folgenden werde ich mich Murai Gensai und seinem Roman *Kuidōraku* widmen, mit dem er den Oberbegriff für den Gourmet der Meijizeit schuf, obwohl er selbst diesen gar nicht als genießenden Feinschmecker sah.

4.2 KULINARISCHE LITERATUR – AUFKLÄRUNG UND ABSURDITÄT: MURAI GENS AIS *KUIDŌRAKU* UND KŌDA ROHANS *CHINSENKAI*

Die späte Meijizeit ab der Jahrhundertwende zeichnet sich durch eine Intellektualisierung der neu entstandenen Esskultur aus, auch im Bereich der Gourmetkultur. Aoyama (2008: 132) bemerkt, dass das Streben nach gastronomischen Vergnügungen ebenso die gastronomische Fiktion umfasste wie den tatsächlichen Genuss von Essen. Während einige der in dieser Zeit erschienenen Bücher und Zeitschriften für eine kleine Leserschaft von kulinarischen Spezialisten bestimmt waren, richteten sich andere an die Allgemeinheit und gewannen große Beliebtheit. Die Begriffe *kuidōraku* beziehungsweise *shokudōraku* für den Gourmet und die Gourmetkultur gleichermaßen etablierten sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts mit Erscheinen des gleichnamigen Fortsetzungsromans von Murai Gensai in der Zeitung *Hōchō Shinbun* und wurden schnell von unterschiedlichen Medien aufgegriffen. Kochzeitschriften, Frauenzeitschriften, Zeitschriften zu Sitten und Gebräuchen (Oka 2006: 135) – sie alle eigneten sich den Begriff an und interpretierten ihn auf eine Weise, die von Murais Verständnis abwich. Dabei ging es nicht darum, einen speziellen japanischen Geschmack, eine kulturelle Präferenz oder gar nationalen, kulturellen Stolz zu propagieren. Vielmehr drückten die Texte eine Unzufriedenheit mit der vertrauten, japanischen Küche aus und zeigten eine Bewunderung für die ausländischen Küchen (Aoyama 2008: 132), deren Speisen sich seit Beginn der Meijizeit in Japan etabliert hatten.

Aoyama (2008: 132) konstatiert, dass beide Begriffe nicht Brillat-Savarins Verständnis von *gourmandise* entsprechen, der sie von der Schlemmerei abgrenzt und zu einem sinnlichen und intellektuellen Genuss macht. Oka (2006: 142) hält hingegen fest, dass *shoku* und *dōraku* im Roman von Murai nicht für Schlemmerei stehen. Einer der Protagonisten repräsentiert einen Vielfraß, der im Laufe der Geschichte einen zivilisierten Geschmack entwickelt. So legte Murai zwar weniger Wert auf den intellektuellen Genuss von Essen, grenzte aber wohl den Schlemmer vom zivilisierten Esser ab. Er betonte, dass der Gourmet mit Sachverstand isst, „er isst und versteht den Geschmack der Dinge“ (Oka 2006: 142, *mono no aji o tabewakeru*). Hier ergibt sich eine Abgrenzung zum klassischen Gourmetbegriff von Brillat-Savarin, da der Gourmet in Murais Verständnis zu rational isst und zu wenig mit Genuss. Murai ging es vor allem um die Aufklärung seiner Leserschaft, die sich gesund und modern ernähren soll. Shindō erklärt das Essen bei Murai zur Metapher für moralische Erziehung, Gesundheitspflege, Hygiene, für das Vorantreiben westlicher Gerichte. Anders als beim allgemeinen Gourmetbegriff muss *shokudōraku* für Murai nützlich sein und vor dem Hintergrund der Losung ‚Zivilisati-

on und Aufklärung' die Gesellschaft modernisieren. Speisen zum Angeben und Darstellen von Luxus sind für ihn nutzlos, während Speisen für Alte, Kranke, Kinder als Familiengerichte auf sein Ziel hinarbeiten. Shindō charakterisiert daher Murais Ideal der Familiengerichte weniger als ‚*dōraku*‘, also Liebhaberei im eigentlichen Sinn, sondern eher als ‚*dōtoku*‘, als Sittlichkeit. Murais Nachfolger auf dem Gebiet der gastronomischen Literatur weichen schnell von seinem Verständnis von *shokudōraku* ab (Shindō 2000a: 133). Ich werde in diesem Kapitel verdeutlichen, dass der reine, zwar zivilisierte aber nicht rationale Genuss in den nachfolgend erschienenen Büchern und Zeitschriften durchaus eine Rolle spielt.

Die vermutlich ersten Zeitungsartikel über Alltagsessen erschienen 1893 in der von Fukuzawa Yukichi (1835–1901) herausgebrachten *Jiji Shinbun*. Artikel unter dem Motto ‚Was soll ich machen?‘ (*Nani ni shiyōne?*), in diesem Fall kochen, richteten sich an Hausfrauen, von denen verlangt wurde, täglich neue und gesunde Speisen auf den Tisch zu bringen. Auch andere Zeitungen, wie die *Hōchō Shinbun*, in der ab 1903 Murai Gensais kulinarischer Roman erschien, besaß ab 1894 eine neue Rubrik namens ‚Familienfrau‘ (*katei fujin*). Die Zeitung steckte in der Krise, suchte nach neuen Lesergruppen und fand sie in den Hausfrauen. Spätestens mit Erscheinen des Romans von Murai Gensai wurde die Zeitung zu einer Familienzeitung (Kuroiwa 2010 [2005]: 555). Murai sprach kein elitäres, männliches Publikum an, sondern richtete sich an eine breite, weibliche Leserschaft. Sein Fortsetzungsroman *kuidōraku* erschien vom 2. Januar bis 27. Dezember 1903 in der Zeitung *Hōchi Shinbun* (Aoyama 2008: 133). Der Roman erschien im Rahmen seiner Reihe zu den so genannten ‚Hundert Liebhabereien‘ (*hyaku dōraku*), zu denen auch Artikel über Alkohol, die Jagd, die Fischerei oder Frauen gehörten (Oka 2006: 154). Die Serien liefen jeweils für ein halbes Jahr. Da *kuidōraku* sich größter Beliebtheit erfreute, wurde die Artikelserie um weitere sechs Monate verlängert (Kuroiwa 2010 [2005]: 556). Zusätzlich veröffentlichte Murai seinen Roman als Buch in vier Teilen: Frühling, Sommer, Herbst und Winter. Ab 1905 gab es zudem ein Theaterstück, in dem auch Kochszenen dargestellt und die Zuschauer verköstigt wurden. So war dieser gastronomische Roman eng mit allen Medien und der Populärkultur verbunden (Aoyama 2008: 133) und erzielte eine entsprechende Breitenwirkung.

Der Roman hat zwar eine Handlung, entwickelt sich allerdings mehr zu einer Aufklärungsschrift. Daher skizziere ich die Handlung nur kurz. Murai erzählt die Geschichte der komplizierten Liebesbeziehung zwischen O-Towa, einer kochbegeisterten, gut aussehenden Frau, und Ōhara, der mit seiner kulinarisch unbegabten und wenig schmeichelhaft

dargestellten Cousine O-Dai verheiratet werden soll. Eine Schlüsselrolle spielt Ôharas bester Freund, O-Towas Bruder Nakagawa, der ebenfalls kulinarisch versiert ist (Aoyama 2008: 134). Die Protagonisten dienen Murai als Verkörperung kulinarischer, und letztendlich auch gesellschaftlicher Rollen. Ôhara wird zu Beginn als zügelloser Schlemmer (*daitsū*) beschrieben, der im Laufe des Romans von seinen Freunden in einen zivilisierten Genießer verwandelt wird. Seine positive kulinarische Entwicklung steht für die positiven gesellschaftlichen Veränderungen, die Murai in der Verwestlichung sieht. Der redegewandte Nakagawa steht für die Angst vor dem Verlust der nationalen Eleganz. Die plumpe O-Dai wiederum verkörpert eben jenes Gefühl des nationalen Untergangs (Shindō 2000a: 132). Nakagawa dient Murai als Sprachrohr der kulinarischen Aufklärung; er erörtert immer wieder generelle Diskurse. So sehr Nakagawa zum Beispiel die kulinarische Bildung der Frau schätzt und vorantreibt, so bedauert er, dass die schulische Bildung der Frau den Gehorsam austreibt (Murai 2010 [2005]: 257–258).

Die eigentliche Handlung wird ab der Herbstausgabe des Romans mehr und mehr in den Hintergrund gedrängt (Shindō 2000a: 130), während die etwa 700 geschilderten Speisen eine prominentere Rolle einnehmen (Kuroiwa 2011 [2005]: 584). In der Zeitschrift *Taiyō* kündigte Murai selbst im Jahr 1903 das Buch unter einem Pseudonym als besonderes Kochbuch beziehungsweise als Roman zum praktischen Gebrauch an (Gensai 1903: 246; Murai 1903: 247). Im Fokus des Romans steht das Essen, das durch die ausführliche Beschreibung enorm aufgewertet wird (Shindō 2000a: 128). Die Geschichte dient nur als schmückendes, teilweise auch langweiliges Beiwerk. Letztlich hat die Kombination von Rezepten und Geschichte aber zum kommerziellen Erfolg des Buches beigetragen (Aoyama 2008: 134). *Kuidōraku*, ab dem zweiten Band entschied sich Murai für die Aussprache *Shokudōraku* (Kuroiwa 2011 [2005]: 584), wurde zu einem meijizeitlichen Bestseller. Allein von der ersten Auflage der Frühlingausgabe wurden 30.000 Exemplare des Romans gedruckt. Die Sommer- und Herbstausgabe waren weniger erfolgreich, die Winterausgabe wurde hingegen über 100.000 mal verkauft (Kuroiwa 2004: 169).

Im Fokus des Romans stehen die von Murai vorgestellten Speisen. Er erklärt die Gerichte, zeigt mögliche Arrangements, konstruiert Handlungsszenen, die nur dazu dienen, Informationen über die Speisen zu geben oder zu zeigen, wie man Gäste bewirtet. Murais primäres Ziel war es, Wissen zu vermitteln (Kuroiwa 2010 [2005]: 556). Murai war kein Befürworter der japanischen Imitationen oder Neuerfindungen von westlichen Speisen. Er hatte wie viele Akteure, die in der kulinarischen Szene aktiv waren, Auslandserfahrung. Während eines Aufenthaltes in San Francisco lernte er westliche Speisen kennen und wollte nun Speisen präsentieren,

die er für authentisch westlich hielt (Aoyama 2008: 133). Da er selbst nicht gut kochen konnte, lud er fast täglich auch aus dem Westen stammende Köche aus ganz Japan ein und ließ sich insgesamt etwa 700 Gerichte kochen (Takada 2007: 8). Murai verfolgte mit seinem Werk den Aufklärungsgedanken der Meijizeit, sein Ziel war: „[to] ‚civilize‘ Meiji Japan through food“ (Aoyama 2008: 133). Es ging ihm um eine generelle Bildung und Zivilisierung seiner Leserschaft. Da er die westliche Küche für nahrhafter, hygienischer, praktischer, moderner und demokratischer hielt als die japanische, die er mit rückständigen Traditionen verband, stand es für ihn außer Frage, dass er rein westliche Gerichte vorstellte (Aoyama 2008: 133, 138). Es finden sich jedoch Abschnitte im Roman, die Aoyamas Kommentar widersprechen. Beispielsweise schickt Nakagawa die als hervorragende Köchin dargestellte O-Tōwa in die Küche, um ein japanisches, und explizit kein westliches, Essen zuzubereiten (Murai 2010 [2005]: 221).

Über sechzig Prozent der im Roman vorgestellten Rezepte werden mit neuartigen Zutaten zubereitet, es sind westliche Speisen wie Schmorgerichte, Saucen, Rind- und Schweinefleischgerichte oder Tomatengerichte (Oka 2006: 140). Die meisten Gerichte bleiben keine exotischen, außergewöhnlichen Speisen. Murai will sie vielmehr domestizieren und in den japanischen Familien als Alltagsessen einführen. Exemplarisch für ein solches Familiengericht stehen Waffeln, die Murai (2011 [2005]: 231–233) in einem Kapitel einführt. Neben einer ausführlichen Beschreibung der Zubereitung sowie des benötigten, noch unbekanntem Waffeleisens vergleicht Murai diese Süßspeise mit billigen, industriell hergestellten bunten Süßigkeiten. Diese bezeichnet er als *dagashi* – wohlfeile, schlechte Zuckerwaren, die durch giftige Farbstoffe dem Körper schaden. Dagegen lobt er Waffeln als ‚familiäres Vergnügen‘ (*katei bo nagusami*), da sie selbst gemacht werden und die Zutaten so kontrolliert werden können.

Japanische Speisen nehmen zwar eine untergeordnete Rolle ein, tauchen aber beispielsweise als regionale Spezialitäten auf, die als Reiseumbringsel dienen (Murai 2011 [2005]: 82–85). Hier geht es um die so genannten *meibutsu*, die berühmten Produkte eines Ortes, die als Mitbringsel gekauft werden, die von hoher Qualität sind und die man in Tokyo nicht bekommt. Es werden unter anderem Shiitake aus Shuzenji mitgebracht, Wasabi aus Amagisan, *ponzu*-Sauce aus Atami, Dörpfäulen mit Shisoblättern umwickelt (*shiso maki umeboshi*), Fischwurst (*kamaboko*), gesalzenes Fischklein in einer Paste aus fermentierten Fischinnereien (*shiokara*) und japanische Schwarzwurzel (*gobō*) in Zucker eingelegt aus Odawara sowie verschiedene Sorten von gefüllten Hefeklößen (*manjū*) und Reiskuchen (*mochi*) aus Ōkubo, Ōiso, Katase und Kamakura. Am Ende des Kapitels macht Murai Angaben zu

den Geschäften, in denen diese regionalen Spezialitäten gekauft werden können. An dieser Stelle überschneiden sich Roman und Realität. Das Interesse an regionalen Spezialitäten ist für Murai genauso eine Liebhaberei (*dōraku*) wie das Kochen oder Essen.

Die Migration von O-Towa, eine der Protagonistinnen des Romans, zeichnet einen innerjapanischen Weg nach, den viele westliche Speisen in Japan genommen haben: Genau wie die Speisen geht sie von Nagasaki über Kobe und Osaka nach Tokyo, perfektioniert an diesen Orten ihre Kochkunst und bringt Gerichte mit nach Tokyo (Oka 2006: 143; Murai 2011 [2005]: 36). Beispielsweise widmet Murai ein Kapitel Gerichten aus Schweinefleisch, bei denen er zuvor betont, dass diese von Nagasaki nach Tokyo gekommen sind (Murai 2011 [2005]: 37–40). Ansonsten bilden die Rezepte ein buntes Potpourri aus neu eingeführten Speisen: Fleischgerichte wie Kalbsbries oder Lammbraten; Beilagen wie Tomatensauce oder Soufflé, Süßspeisen wie Blancmanger, Kasten Kuchen, Bonbons oder Speiseeis (Murai 2010 [2005], 2011 [2005]). Murais moralischer und erzieherischer Anspruch wird bei Beschreibungen von Gerichten für 20 Sen oder Gerichten mit übrig gebliebenem Fleisch deutlich (Shindō 2000a: 133).

Der Einfluss des Romans auf die tatsächlichen Essgewohnheiten der Familien der neuen Mittelschicht war begrenzt. Seltene und allzu neuartige Speisen, die im Roman durchaus ihren Platz haben, kamen nicht in den Familienmahlzeiten vor. Zutaten und Gewürze für diese Gerichte waren schwer zu bekommen oder teuer. Auch änderten sich die Essgewohnheiten der Familien nur langsam und nur einige neu eingeführte Gerichte hatten am Ende der Meijizeit ihren Platz in den Familien gefunden. Dazu gehörten Omelett, Kohlgerichte, Fleischklößchen, mehlbestreute Kartoffeln und Currys (Oka 2006: 136). Die Bedeutung des Romans liegt nicht so sehr in den tatsächlich nachgekochten Speisen, sondern in der Schöpfung und Verbreitung des Begriffs *kuidōraku* beziehungsweise *shokudōraku*. Nach Erscheinen des Roman kam es zu einer inflationären Verwendung des Begriffs. Es wurden Gourmetvereine gegründet wie die ‚Forschungsgesellschaft für die Gourmetküche‘ (*Shokudōraku ryōrihō kenkyūkai*) und Restaurants eröffnet wie das *Sansen kin’itsu kuidōraku otowatei* im Tokyoter Stadtteil Jimbōchō (Oka 2006: 145).

Tatsächlich geht es in diesem Roman – wie bereits zuvor in den kulinarischen Büchern der Edozeit – vor allem um die kulinarische Fantasie, um einen intellektuellen Genuss. Oka (2006: 141) hält fest, dass gerade in ländlichen Gebieten der Roman eine erste Quelle des Wissens über westliche Speisen war. Diese diente zunächst gar nicht als Rezeptbuch zum Nachkochen, sondern zur Unterhaltung und Wissenserlangung. Hier kommt Raths (2010a) Verständnis von Essen und Fantasie zum Tragen,

auch wenn Murai ein anderes Ziel verfolgte. Denn vielmehr als mit dem sinnlichen oder intellektuellen Genuss der Speisen verband Murai mit dem Begriff *kuidōraku* einen Aufklärungsgedanken. Er wollte eine aus seiner Sicht gesunde und hygienische Ernährungsweise verbreiten. Oka bezeichnet den Roman daher als Familienroman (*katei shōsetsu*), einem damals, mit der Bildung der modernen Familie beliebten Genre. Die Familie wurde neu interpretiert, aus dem edozeitlichen, patriarchalischen Haus (*ie*) wurde die moderne Familie (*kazoku*) mit der Frau als Hausfrau im Zentrum. Das neue Idealbild der Familie orientierte sich am westlichen Vorbild, das sich besonders Familien der Oberschicht und der neuen Mittelschicht zu eigen machten und das durch Zeitschriften und Romane vermittelt wurde. Der Literaturwissenschaftler Murase Shirō sieht in dem Roman ein Mittel nicht nur zur kulinarischen Aufklärung der Familie. Die Hausfrau als Leserin wird für ihn zu einem nationalen Körper (Oka 2006: 135–137, 140).

Er verhilft der Frau zu einer neuen Subjektivität als Hausfrau und zu einem neuen Selbstbewusstsein als Konsumentin und auch Feinschmeckerin – ähnlich wie das Akabori Minekichi mit seiner Kochschule tat. Murais Familienbild und der Aspekt der Aufklärung, den er betont, implizieren allerdings nicht, dass die Frau zum neuen Hausvorstand geworden ist. Sein Protagonist Nakagawa kommentiert etwa die Schulbildung von Frauen, die seiner Meinung nach die wichtigste Tugend der Frau, den Gehorsam, vernachlässigt. Die schulische Bildung hat für ihn Auswirkungen auf die familiäre Bildung, daher ist er der Meinung, dass derartige Bildung in der Familie stattfinden sollte, wo eine Mischung aus freiem und strengem Unterricht gefunden werden sollte (Murai 2010 [2005]: 258–259). Murai wandte sich mit seinem Roman vor allem an weibliche Leser, die in ihrer neuen Rolle als Hausfrau das Bild der modernen mittelständischen Familie prägten. Diese sahen in seinem Roman auch einen rein praktischen Nutzen: Die Geschichte erleichtert das Lesen, aber eigentlich kann Murais Buch gleichermaßen als Kochbuch, Hauswirtschaftsbuch und Ernährungs- und Hygieneratgeber angesehen werden, als Einführung in den modernen Essalltag. Die Ratschläge werden von den Protagonisten der Geschichte gegeben: Nakagawa gibt Gesundheitstipps, O-Towa steuert die Rezepte für eine gesunde und schmackhafte Ernährung der Familie bei (Oka 2006: 140–141).

Murai erhielt zahlreiche Reaktionen von Lesern in Form von Leserbriefen an die *Hōchi Shinbun*. Sie schrieben Kommentare, richteten Fragen an ihn und gaben selbst Ratschläge. Die Leser selbst sahen *Kuidōraku* demnach nicht nur als Roman, sondern benutzten ihn als praktisches Buch. Dies war durchaus von Murai intendiert und er reagierte beim Schreiben seiner Kapitel auf die Leserbriefe. Auf diese Weise stand er im

Austausch mit seinen Lesern. Er ließ sich von ihren Interessen leiten und baute Inhalte nach ihren Wünschen ein. Gleichzeitig zeigte er auch Gefahren auf, die sich durch industriell hergestellte Lebensmittel ergeben können, wie Blei- und Grünspanvergiftungen. Sein Ziel war es, der Leserschaft sein Ideal der Familiengerichte näherzubringen. Darunter verstand er geschmackvolle, nahrhafte, konditionssteigernde und preiswerte Lebensmittel und Gerichte. Die Leserinnen sollten ihre gesamte Haushaltsführung auf Basis der modernen Wissenschaften studieren, besonders sollten sie Wissen um Hygiene und Ernährung verinnerlichen (Oka 2006: 142). Der Kochbuchcharakter des Romans wird auch durch den Anhang deutlich, in dem Murai alle Rezepte noch einmal aufführt und kategorisiert: er sortiert sie nach japanischen und westlichen Speisen, Brotgerichten, Speisen für Kranke und sortiert nach Zutaten, wie Fleisch, Gemüse, Obst, Fisch oder Meeresfrüchte. Darüber hinaus listet er Küchenutensilien, inklusive deren Material und Preis, auf und verdeutlicht einige neue Gegenstände durch Abbildungen, wie eine Kartoffelpresse, Kuchenformen, eine Muffinform, eine Kaffeemühle, eine Zitronenpresse, eine Knochensäge oder einen Spritzbeutel (Murai 2011 [2005]: 540). Zusätzlich findet der Leser auch die Abbildung einer Kuh mit Bezeichnungen ihrer Körperpartien. Die Hausfrau kann den Roman als praktisches Nachschlagewerk verwenden (Murai 2011 [2005]: 506–574).

Anders als sein Titel es suggeriert, ist die Frau hier kein Gourmet, wie ich ihn in meinen theoretischen Überlegungen darstelle. Sie stellt allenfalls das Material für Gourmets bereit, genießt es aber selbst nicht. Dabei geht Murai auch auf die Feinschmeckerei ein. Er unterscheidet zwischen dem Schlemmer, der mit seiner maßlosen und groben Art Völlerei (*taishoku*) betreibt, sowie dem ‚zivilisierten Esser‘ (*ryōrijin*), der maßvoll genießt und Geschmack beweist. Er greift die Bedeutung der Muße und der Diversität auf. Essen kann man seiner Meinung nach nicht wirklich schmecken, wenn man es nur im Vorbeigehen zu sich nimmt und sich keine Zeit zum Essen nimmt. Auch wer nur einseitig isst, beispielsweise nur den Geschmack von Rinderkeule kennt, nicht aber den der Zunge oder des Schwanzes, ist kein zivilisierter Esser (Murai 2011 [2005]: 88–89). Seine Idee von *kuidōraku* und *shokudōraku* geht allerdings in eine familiäre, innerhäusliche Richtung (Oka 2006: 138).

Das familiäre, häusliche, weiblich markierte Feinschmeckerei innerhalb der modernen Familie förderte er als positive Esskultur. Das öffentliche, außerhäusliche und männlich dominierte Feinschmeckertum in Restaurants bezeichnete er als unzivilisiert. Murai kritisierte Restaurants in Zeitungsartikeln und beschuldigte besonders traditionell japanische Lokale, nur Alkohol auszuschenken und sich allein der Unterhaltung zu widmen. Restaurantbesuche hielt Murai für unnötigen Luxus, den sich

nur Männer ohne ihre Familie leisten. Das *ryōrimawari*, bei dem von einem Restaurant zum anderen gezogen wird – und das sich als *tabearuki* bis in die gegenwärtige Gourmetkultur zieht –, bezeichnete er als ‚unzivilisierte Sitte‘ (*yabanfu*) (Oka 2006: 143–144). Er hält es für rückwärtsgerichtet, weshalb bei ihm einzig die Familienspeisen zu einem positiv konnotierten Feinschmeckertum gehören konnten. Zu diesem Gedankengang passt auch, dass Murai in einer Buchbesprechung in der Zeitschrift *Taiyō* betont, sein Buch solle nicht nur den urbanen *kuidōraku* ansprechen, sondern er will ein Verfechter des ländlichen *kuidōraku* sein und die ländlichen Familien genauso willkommen heißen wie den städtischen Feinschmecker (Murai 1906: 222).

Diese Einstellung wird an mehreren Stellen im Roman deutlich. Im Kapitel, in dem über die Gründung eines Vereins gesprochen wird, verdeutlicht sein Charakter Nakagawa seine Abneigung gegen gewöhnliches, westliches Restaurantessen, indem er festlegt, dass im Verein nur Speisen gekocht werden, die nicht alltäglich sind (Murai 2010 [2005]: 221–222). An anderer Stelle geht es um die Gründung einer Zeitschrift, die den Menschen nützliche Informationen über ihre Ernährung geben soll und dem Leser nicht schmeichelt und ihn nur mit Vergnügen und Pseudoeleganz, wie Murai es nennt, versorgt (Murai 2011 [2005]: 289–290). Mit dieser Interpretation von *shokudōraku* stand Murai alleine da. Kōda Rohan, der 1904 den Gourmetroman *Chinsenkaï* veröffentlichte, kritisierte Murais Konzept des Feinschmeckertums als Pseudo-Feinschmeckerei. Er findet die Gerichte monoton und den Wechsel zwischen Roman und Kochbuch zweifelhaft. Murai hat zwar mit seinem Roman die Kochsituation vieler Familien beeinflusst und darüber hinaus einen Boom um den Begriff des *shokudōraku* angeregt, ja, er war sogar eine Begleiterscheinung eines *ryōri*-Booms Mitte der Meijizeit (Shindō 2000a: 120–122). Letztendlich konnte er aber die weitere Entwicklung und Interpretation des Begriffs nicht mehr beeinflussen. Verschiedene Akteure eigneten sich die Begriffe *katei ryōri* (Familiengerichte) und *kuidōraku* beziehungsweise *shokudōraku* an, ohne Murais Interpretation der Begriffe zu übernehmen (Oka 2006: 154). Die Monatszeitschrift *Gekkan Shokudōraku*, die von Murais Roman inspiriert war und ab 1905 erschien, versuchte zunächst zwar, eine Balance zwischen den von Murai propagierten Familiengerichten und der Restaurantkultur herzustellen. Von Anfang an jedoch wurden in dieser Zeitschrift Restaurants vorgestellt, kritisiert und das Auswärtsessen angeregt. Schnell rückten die Familienspeisen zugunsten der Restaurantkultur in den Hintergrund.

Murais Kritiker Kōda Rohan (1867–1947) veröffentlichte 1904 seinen gastronomischen Roman *Chinsenkaï*. Anders als Murai ging es ihm nicht um Bildung und Aufklärung, sondern nur um Unterhaltung. Ihm war die

Essbarkeit oder Zugänglichkeit der Gerichte, die er vorstellte, nicht wichtig. Kōda unterschied zwischen einer dinglichen und einer rhetorischen Ebene von Essen, wobei ihm Letztere wichtiger war. Er wollte dem Leser einen rein intellektuellen Genuss bieten (Shindō 2000a: 120). Im Roman geht es um einen Gourmetverein, der Essenswettbewerbe veranstaltet. Sein Protagonist Chokosai schlägt zu Beginn des Romans die Gründung eines solchen Vereins vor, wobei ihn ein Buch auf die Idee brachte. Dieses Buch hat im Roman den Titel *Kuishinbō*, der Schlemmer, was nach Aoyama (2008: 139) eine Anspielung auf Murais *Kuidōraku* ist. Die Speisen des Buches stellt er als wenig spannend und innovativ dar und sieht seinen Verein daher als Rebellion, denn bei den Gourmetwettbewerben soll es darum gehen, möglichst ausgefallene und seltene Speisen zu präsentieren (Kōda 1909).

In Kōdas *Chinsenkaï* wetteifern die Mitglieder um das seltsamste Essen, es sollte nichts geben, was nicht verzehrt wird: Orang Utan wurde genauso aufgetischt wie Affenlippen, Schneckenschleim (Kōda 1909: 557, 567), Schlangenwein, gedünstete Kröte oder lebendige, mit Honig gefütterte Babymäuse, eine kantonesische Delikatesse. Es gibt zwar Abstufungen bezüglich der Authentizität der Speisen, besonders was die Verwendung von Imitationen oder Ersatzspeisen angeht. Wichtig ist der Abstand zum Alltagsessen; die Gourmets legen besonderen Wert auf seltene und seltsame Nahrungsmittel. Sie verschmähen das Alltägliche und Gewöhnliche, während Außergewöhnlichkeit ein wesentlicher Bestandteil der Feinschmeckerei des Vereins ist (Shindō 2000a: 123–126). Viele der im Verein gegessenen Speisen sind entweder Importe aus anderen Ländern – vor allem aus Europa, wie Schnecken aus Frankreich, oder auch China – oder Importe aus anderen Zeiten.

Im Roman wird deutlich, dass Kōda das Feinschmeckertum nicht sonderlich ernst nimmt. Obwohl in der Fiktion alles möglich wäre, schaffen es seine Protagonisten oft nicht, die geforderte Rarität zu beschaffen und müssen auf Ersatz zurückgreifen. Es gibt keine aus Frankreich importierten Schnecken, sondern teilweise werden in der Umgebung gesammelte Nacktschnecken in leere Schneckenhäuser gefüllt. Die Babymäuse sind Nachbildungen aus Weizenmehl (Aoyama 2008: 140). Im Laufe des Romans geht es für die Wettbewerbsteilnehmer nicht mehr um Gourmandise, sondern um das Übertrumpfen der anderen und um die Überwindung, die nicht sehr schmackhaften Speisen zu essen. Hier wird das Feinschmeckertum um das Element des Spiels ergänzt: „A ludicrous story of a ludicrous circle of gourmards“ (Aoyama 2008: 140). Die Mitglieder nehmen sich und ihren Verein nicht sonderlich ernst, daher zeichnen sich ihre präsentierten Gerichte durch Übertreibung und Grenzüberschreitung aus. Aoyama resümiert

folgendermaßen: „As the gastronomic competition or quest in *Chinsenkai*’ intensifies, the original search for delicious food becomes distorted or transformed into a search for more and more extraordinary food, and even for the unsavory, the unappetizing, and the inedible“ (Aoyama 2008: 141).

Der Verein dient den Mitgliedern als Institution innerhalb derer sie ihren Geschmack entfalten. Der *Chinsenkai* ist ein Kritikerverein. Die Mitglieder sollen befähigt werden, Gerichte zu beurteilen. Neben dem Verzehr der Speisen steht die intellektuelle Herausforderung. Die Mitglieder müssen alle Speisen verzehren und ihr Wissen beweisen, indem sie Zutaten und Herkunft derselben erraten (Aoyama 2008: 123, 127, 140). Kōda treibt mit seinem Roman die Intellektualisierung des Genusses auf die Spitze. Hier geht es nicht mehr um sinnliches Vergnügen, um tatsächlichen Verzehr und die Möglichkeit für den Leser, die Gerichte zu kochen. Es geht ihm um den rein intellektuellen Genuss der Speisen – Speisen, die der Leser zwar aus seinem Alltag kennen kann, die aber in den meisten Fällen nicht erreichbar oder reine Fantasiegebilde sind. Das unterscheidet Kōdas *Chinsenkai* von Murais *Kuidōraku*, der ja Einfluss auf den Essalltag in den Familien im meijizeitlichen Japan nehmen wollte. Aoyama beschreibt *Chinsenkai* als eine „delicacies competition [that] is to be a rebellion against the serious, pragmatic, modern, and democratic gastronomy of *Kuidōraku*“ (Aoyama 2008: 139).

Obwohl die pragmatische Gastronomie bei Murai überwiegt, steht gerade sein (männlicher) Protagonist Nakagawa für die intellektuelle Seite, indem er ihn zwischendurch über kulinarische und allgemeine Themen philosophieren lässt. Murai wollte mit seinem Roman den Weg bereiten, gute, gesunde und abwechslungsreiche Küche für alle durchzusetzen und setzte deshalb in der Familie an. Kōda hingegen bewahrte mit seinem *Chinsenkai* die elitäre, außerfamiliäre Vorstellung von Feinschmeckertum. *Kuidōraku* folgte damit ganz dem meijizeitlichen politischen Ideal von ‚Zivilisation und Aufklärung‘. *Chinsenkai* hingegen übt Kritik am blinden Nacheifern der westlichen Küche, indem sie überspitzt dargestellt und ins Lächerliche gezogen wird. Kōda greift in seinem Roman eine Form der Gourmetkultur auf, die in der Taishōzeit eine große Rolle spielen sollte: der Verein. Sowohl in der Literatur als auch im wirklichen Leben treffen sich Gourmets in festen Gruppierungen, um gemeinsam zu essen und darüber zu diskutieren.

4.3 BANKETTE, TANZVERANSTALTUNGEN UND HOTELRESTAURANTS

Die Gourmetkultur der Meijizeit fand in den Restaurants der neu eröffneten Hotels statt. Es wurden auch zahlreiche Gourmetvereine gegründet, deren Motive und Aktivitäten von den beiden oben behandelten Romanen inspiriert waren. Die Grundlage für die verzehrten Speisen und den verwestlichten kulinarischen Habitus – Tischetikette, Kleidung, Einrichtung der Lokalitäten – bildeten die Staatsbankette der Bakumatsu- und frühen Meijizeit. Mit der Ankunft der ersten Europäer und US-Amerikaner ab den 1850er Jahren fanden Bankette statt, anhand derer der Wandel von japanischer zu westlicher offizieller Küche auch zeitlich verdeutlicht wird. Wurden bei den ersten Banketten noch klassische *honzen ryōri* der Edozeit serviert, wurden diese schnell zugunsten der französischen Küche aufgegeben. Auch kann anhand der Staatsbankette das zunehmende Selbstbewusstsein im Umgang mit den westlichen Staatsgästen und der westlichen Tischetikette und Speisen nachvollzogen werden. Die ersten Berichte der Bankette in den Daimyaten und auch in Edo beschreiben die teilnehmenden westlichen Gäste noch als unbeholfen und steif – wobei sie sich der edozeitlichen kulinarischen Kultur wenig entgegenkommend, vielmehr überheblich zeigten. Die japanische Seite hingegen adaptierte die westliche kulinarische Kultur schnell für ihre Zwecke und eignete sie sich für ihre eigene Gourmetkultur in Restaurants und Vereinen an.

4.3.1 WESTLICHE BANKETTE ALS ZEICHEN DER ÜBERLEGENEN WESTLICHEN (ESS)KULTUR

Die Bankette der frühen Meijizeit zeigen noch die edozeitliche Esskultur der gehobenen Schichten, seien es Adlige oder Bürgerliche. Natürlich waren die Teilnehmer an Banketten nicht unbedingt Feinschmecker. Vielleicht kann man bei den Banketten von einer inszenierten Gourmetkultur sprechen, die in Anlehnung an MacCannells (1999 [1976]) ‚staged authenticity‘ veranschaulicht, dass die Teilnehmer die westliche Haute Cuisine nur zu Zwecken der Repräsentation und Distinktion inszenieren – zuhause aber weiterhin ihre bekannte japanische Küche genossen. Dennoch geben sie einen wichtigen Einblick in die sich verändernde Haute Cuisine, denn die Speisen und deren neue Umgebung waren auch für die Gourmets des Landes, die sich in Vereinen oder Restaurants trafen, das Nonplusultra. Die Bankette bildeten den idealen Raum zum Erlernen des westlichen kulinarischen Habitus, denn dies war der Ort, an dem Japaner und westliche Gesandte direkt aufeinandertrafen (Hastings 2000: 107–108). Es gibt zahlreiche Aufzeichnungen zu den Banketten, die von den Regionalfürsten, der Shogunatsverwaltung oder auch vom Kaiserhaus

für die ausländischen Gesandten gegeben wurden. Ich habe exemplarisch einige herausgegriffen, die die kulinarische Entwicklung nachvollziehen lassen.

Die ersten Bankette für ausländische Gäste fanden noch vor der Meiji Restauration in den Daimyaten statt. Kuroiwa (2008: 40) beschreibt ein Bankett im Jahr 1866, bei dem eine kunstvoll arrangierte Wildente mit Flaum (*nogamo*) serviert wurde. Neben der Wildente wurden auch Ise-Garnelen und Meerbrassen aufgetischt. Der Dolmetscher der britischen Gesandtschaft Ernest Satow (1843–1929) war dabei und beschrieb das Bankett danach als gemütlich, der warme Sake (*gan*) und die Musik sorgten für eine freundschaftliche Atmosphäre. War Satow zu Beginn seines Japanaufenthaltes 1862 noch skeptisch gegenüber japanischen Speisen, fand er sie nun ausgezeichnet und wunderbar arrangiert. Besonders die Wildente hinterließ bei ihm den Eindruck, als würde sie gleich losfliegen. Dieses Bankett beim Klan der Date in Urajima, Shikoku, steht beispielhaft für Bankette, die in der Bakumatsuzeit von den Fürstentümern, aber auch von der Shogunatsregierung für Ausländer gegeben wurden. Die Speisen waren typisch für ein Bankett der Edozeit und die arrangierte Wildente kann als Reminiszenz an die Messerzeremonien der Edozeit verstanden werden, bei denen ebenfalls Esskunstwerke kreiert wurden.

Der Amerikaner Matthew Perry (1794–1858) bekam seine erste Einladung zu einem Bankett 1853 vom Königreich Ryūkyū (Kuroiwa 2008: 16). Perry wusste nicht, dass die Inseln China und seit Beginn des 17. Jahrhunderts auch Japans südlichem Fürstentum Satsuma tributpflichtig waren (Kreiner 2010: 199). Er glaubte, dass die Inseln zu Japan gehörten und drängte darauf, im Palast empfangen zu werden. Da niemand die westlichen kulinarischen Vorlieben kannte, servierte man Speisen, von denen angenommen wurde, dass sie Perry schätzen würde: fein geschnittenes, gekochtes Ei, Fischwurst (*kamaboko*), warmer und kalter gebratener Fisch, fein geschnittene Schweineleber, Gurke, Senf, eingesalzene und geschnittene Rettich, Schweinefleisch, Süßigkeiten aus Zucker. Insgesamt gab es 12 verschiedene Speisen (Kuroiwa 2008: 16–17). In seinen Berichten beschrieb Perry auch die Bankette, zu denen er eingeladen war (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 195). Die Speisen auf Ryūkyū gefielen ihm sehr. Sie ähnelten denen aus China, wo ebenfalls viel Schweinefleisch und Öl verwendet wurde. Die japanischen Speisen hingegen, die er später bei Banketten in Yokohama und Tokyo bekam, enttäuschten ihn. Die Bankette waren ihm zu förmlich, zu sehr auf Etikette bedacht und zu wenig ausgelassen (Kuroiwa 2008: 17, 28–29). Auch Henry Heusken (1832–1861), der Übersetzer von Townsend Harris, dem ersten amerikanischen Konsul in Japan, beklagte die mangelnde Ausgelassenheit bei den Banketten der Japaner. Seiner Meinung nach lag das auch daran,

dass bei diesen frühen Banketten keine Frauen anwesend waren (Heusken 1964: 92). Dies änderte sich gegen Ende der 1870er Jahre. Die Ehefrauen der japanischen Gäste waren nun bei den Geburtstagsfeiern zu Ehren des Kaisers oder den großen Abendgesellschaften im staatlichen Gesellschaftshaus Rokumeikan anwesend (Hastings 2000: 115).

Am 8.3.1858 lud die Shogunatsregierung Perry im Rahmen der Verhandlungen für den japanisch-amerikanischen Freundschaftsvertrag (*Nichibeï Washin Jōyaku*), der am 31.3.1858 unterzeichnet wurde, zu einem abendlichen Bankett in Yokohama ein. Zunächst wurde zum Zeichen des Glückwunsches getrockneter Tintenfisch (*surume*) und getrockneter, verknoteter Seetang (*musubikonbu*) zusammen mit Sake serviert. Danach gab es klassische *honzen ryōri*: Meeresfrüchte wie Seeohr oder Archenmuschel, gekochten Tofu, *nanban*-Süßigkeiten wie Napfkuchen und vor allem: kein Fleisch (Kuroiwa 2008: 26). Das Bankett stand in der Tradition von edozeitlichen Banketten für ausländische Gesandtschaften, bei denen immer die besten, rein japanischen Gerichte serviert wurden (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 198). Verglichen mit Banketten für die koreanischen Gesandtschaften der Edozeit war dieses Menü bescheiden, was die Anzahl der Tablettis und Speisen anging, bemerkt Kuroiwa (2008: 23). Nichtsdestotrotz verursachten die Bankette hohe Kosten für die japanische Seite, auch wenn Perry die Speisen für dürftig und mager hielt (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 198). Die unterschiedlichen Essgewohnheiten im Allgemeinen hatten während der Verhandlungen zu einer Art Kulturschock sowohl bei Japanern als auch bei Amerikanern geführt (Kuroiwa 2008: 22).

Dies spiegelt sich zum einen in Perrys Reaktion auf das Menü wider, zum anderen auch im Menü des Banketts seiner Gegeneinladung am 27.3.1858. Perry lud zu einer Mittagsgesellschaft in Yokohama ein und versuchte, eine lockere, entspannte Atmosphäre mit Militärkapelle, Malern und Fotografen zu schaffen. Es gab viel Fleisch und viel Alkohol: die Köche, darunter auch ein in Paris ausgebildeter Koch, bereiteten eine Woche lang Ochsenfleisch, Geflügel, Lammfleisch, Gemüse, konservierten Fisch, Obst und anderes vor. Zu den Speisen gab es Champagner, Wein und Likör (Kuroiwa 2008: 29–30). Im 19. Jahrhundert dominierte die französische Küche die Haute Cuisine in Europa und den USA, und so wurde auch bei den Banketten der ausländischen Gesandten in Japan französische Küche serviert (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 199). Kuroiwa ist der Ansicht, dass noch ein weiterer Aspekt für die Speisewahl wichtig war: Perry wollte die fortgeschrittene, westliche Zivilisation zur Schau stellen und ein Überlegenheitsgefühl seinerseits vermitteln. In seinem Bericht zeigte er sich zufrieden und schrieb, dass zwar der japanische Verhandlungsführer Hayashi Akira maßvoll und angemessen speis-

te, sich die übrigen Japaner aber betranken und keine Reste ließen. Perry war sich allerdings nicht im Klaren darüber, dass die Gäste nicht alles restlos aufaßen, sondern in japanischer Tradition die Reste in ihren Servietten mitnahmen (Kuroiwa 2008: 29, 31).

Anhand der oben genannten Beispiele wird deutlich, dass sich die Vorstellung angemessener Speisen beim Bankett eines Staatsbesuchs regional stark unterschied. In Okinawa waren die Verantwortlichen ein wenig ratlos und orientierten sich schließlich an der chinesischen Küche, die viel Fleisch und Fett verwendete. In Edo servierte die Shogunatsregierung typische *honzen ryōri*, die immer bei offiziellen Anlässen verzehrt wurden. Auch bei einem Bankett für den russischen Gesandten Jewfimi Putjatin (1803–1883) in Nagasaki gab es *honzen ryōri*, bestehend aus drei Suppen und sieben Gemüsebeilagen (*sanjū shichisai*) (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 198). Die Bankette der Bakumatsuzeit waren noch vom kulinarischen Rahmen der Edozeit und der jeweiligen Region bestimmt. Bereits während der 1860er Jahre fand ein Wandel statt: die Japaner begannen, bei den von ihnen gegebenen Banketten keine japanische, sondern westliche Küche zu servieren; das hieß vor allem französische Küche. Damit prägten sie die Haute Cuisine Japans bis zur Jahrhundertwende. Die Regionalfürsten und nicht die Shogunatsregierung waren die Vorreiter dieser Entwicklung.

Der Brite Satow wurde 1864 bei einem Besuch in Shimonoseki von Itō Hirobumi zu einem Dinner eingeladen. Die beiden hatten bereits während der Verhandlungen zwischen dem Fürstentum Chōshū und Großbritannien Kontakt und standen seitdem im Briefwechsel miteinander. Itō ließ einen großen Tisch aufstellen, mit einer Tischdecke ausländischer Herstellung bedecken und mit Messern, Messinglöffeln und Stäbchen eindecken. Es gab eine Mischung aus japanischen und westlichen Speisen, wobei die Etikette amüsant und improvisiert anmutet: Fischköpfe wurden mit Stäbchen aufgespießt, Fleisch wurde mit Löffeln enthäutet, das Fleisch ließ sich schlecht schneiden, da die Messer stumpf waren oder der Griff abfiel. Satow schrieb später, dass er davon ausging, dass dies das erste westliche, von Japanern ausgerichtete Dinner gewesen sei (Kuroiwa 2008: 36–37), wobei er nichts von den Abendgesellschaften wusste, die im edozeitlichen Nagasaki von den japanischen Weinliebhabern für die Holländer gegeben wurden (Nozawa 2010b: 113–114). Kuroiwa (2008: 38) betont, dass Itō das Arrangement der japanischen und westlichen Speisen selbst kontrollierte. Er profitierte dabei sicher von seinem geheimen Aufenthalt in Großbritannien im Jahr 1863 als einer der so genannten ‚Chōshū Five‘ (Conte-Helm 2012: 15). Zu der Zeit war die neu eingeführte westliche Küche außerhalb Yokohamas noch wenig bekannt. Daher kann Itō als Pionier für Bankette mit westlichem Essen angesehen werden.

Die ersten von der Shogunatsregierung veranstalteten Bankette für Gesandte aus Großbritannien, Frankreich und den Niederlanden fanden vom 25. Februar bis zum 1. April 1867 in der Burg von Osaka statt. Seit diesen Banketten gab es bei förmlichen Staatsbanketten ausschließlich französische Speisen. Zu diesem Anlass wurde das Essen bei zwei französischen Restaurantbetreibern, F. Wasson und A. Laplace, bestellt. Es gab dreizehn Gänge, darunter eine Hühnersuppe, eine Pastete mit Sauce Béchamel, Filetsteak, Hähnchenbrust an Sahnesauce und ein Dessert (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 199). Der französische Gesandte Léon Roches (1809–1901) beriet die Bankettplaner bereits zum zweiten Mal. Der Brite Satow, der auch wieder anwesend war, schrieb danach, dass es ein rein westlich beziehungsweise europäisches Bankett gewesen sei. Nicht nur gab es französische Speisen, auch japanische Formalitäten wurden nicht mehr befolgt. So wurden die Gesandten nicht mehr von ihren Begleitern getrennt, auch musste niemand die Schuhe ausziehen. Außerdem wurde ein Toast auf die Gesundheit der britischen Königin ausgesprochen. Satow zeigte sich überrascht, dass es diesen Brauch in Japan nicht gab (Kuroiwa 2008: 41, 45). Nach dem Sturz der Shogunatsregierung bereits ein Jahr später blieben diese ersten westlichen Bankette die Vorbilder für die nachfolgenden Abendgesellschaften der Meiji-Regierung. Diese Menüs hatten keine Gemeinsamkeiten mehr mit edozeitlichen Speisenfolgen und Verhaltensvorschriften (Kuroiwa 2008: 45–46).

Die endgültige Festlegung auf westliche Speisen bei Staatsbanketten erfolgte 1873, als der Kaiser am 8. September den Neffen des italienischen Königs Viktor Emanuel II. empfing. Bei diesem und anderen Hofbanketten gab es ausschließlich französische Speisen. Bei späteren Empfängen gab es sogar Anspielungen an die Landesküche des Gastes: als am 6. Oktober ein weiterer Neffe des italienischen Königs bewirtet wurde, gab es Tomatenmakkaroni (*akanasu chū makaronī*) (Kuroiwa 2008: 59–62). Noch bei den ersten Empfängen des Kaisers direkt nach der Meiji Restauration 1868 gab es entweder gar kein Menü oder traditionelle japanischen *honzen ryōri* (Kuroiwa 2008: 53). Kuroiwa beschreibt einen Empfang, bei dem der Herzog von Edinburgh – vermutlich der erste ausländische Gast des Kaisers (Brunton 1991: 111) – zur nachmittäglichen Teezeit eingeladen wurde. Beim Bankett mit einem anderen Herzog, den Kuroiwa nicht namentlich nennt, wurden klassische *honzen ryōri* serviert, die vom berühmten Restaurant Yaozen geliefert wurden. Zum einen galt der Kaiser selbst als zu unerfahren im Umgang mit Ausländern. Daher wurde ihm die westliche Etikette, wie das Essen mit Messer und Gabel, beigebracht. Zunächst war sein Lehrer der adlige Nishiitsuji Ayakana, später war es der Inhaber des Tsukiji Seiyōken Hotels Kitamura Shigetake (Kuroiwa 2008:

56–58). Auch der Deutsche Ottmar von Mohn trug als Berater zur Modernisierung der Hofetikette bei (Cwiertka 2006: 18). Zum Anderen waren auch die Köche am Hof unerfahren, was französische Gerichte anging. Bevor neue Köche eingestellt wurden, musste man westliche Speisen in Hotels oder Restaurants bestellen (Kuroiwa 2008: 57).

Die Übernahme westlicher Menüs bei Staatsbanketten war ein Teil der allgemeinen Annäherung an den Westen und damit der Modernisierungsstrategie Japans in der Bakumatsu- und frühen Meijizeit. Die Bemühungen seit den 1860er Jahren, ein möglichst authentisches westliches Menü zu servieren und die angemessene Tischetikette zu beherrschen, zeugen von diesen Annäherungsversuchen. Die Bankette als Elemente von Diplomatie und Machtpolitik sollten Japan auf Augenhöhe mit den westlichen Nationen bringen. So wurden gleichzeitig Konzessionen bei der japanischen Etikette gemacht – auch im generellen Umgang mit dem Shōgun oder später dem Kaiser. Der Meiji-Kaiser sollte ein moderner, westlicher Herrscher sein und damit als ‚body politic‘ seine moderne, westliche Nation repräsentieren. Er verkörperte seine Nation im wörtlichen Sinn, denn er verdeutlichte seine Modernität durch das, was er seinem Körper zuführte (Cwiertka 2006: 1415). Die moderne Nahrungsaufnahme wurde auch nach außen kommuniziert: am 1. Januar 1872 nahm er beim Besuch einer Werft und eines Kriegsschiffes in Yokohama angeblich das erste westliche Essen zu sich. Am 26. Januar des gleichen Jahres wird der erste Fleischverzehr des Kaisers notiert. Schließlich übernahmen die gehobenen Gesellschaftsschichten den westlichen Bankettstil (Kuroiwa 2008: 58, 63). Kuroiwa spricht von einem ‚Maß an Gourmetkultur‘ (*gurume no do*), das sich aus der neuen Bankettkultur zur Bakumatsu- und frühen Meijizeit entwickelte. Diese Gourmetkultur blieb nicht auf staatliche Anlässe beschränkt, sondern weitete sich auf gesellschaftliche Anlässe der gehobenen Schichten aus, die sich bereits während der Edozeit durch ihre Esskultur gesellschaftlichen Status verschafft hatte (Kuroiwa 2008: 11).

4.3.2 DINIEREN UND TANZEN IN RESTAURANTS UND HOTELS

Genau wie in der Edozeit waren die Orte der neuen Esskultur Restaurants, die als erste die neuen Speisen aufgriffen und ihren Kunden in möglichst unverfälschter Form anboten. Schnell wurden einzelne Speisen auch für den Geschmack der japanischen Allgemeinheit adaptiert. Hierin steckt ein kreativer Vorgang der Köche und Restaurantbesitzer, die die ausländischen Speisen in weniger exotischer Form der allgemeinen Bevölkerung zu günstigeren Preisen zugänglich machten. Die ersten Restaurants, die westliches Essen servierten, eröffneten in den Ausländervierteln der Hafenstädte und wurden nicht von Japanern geführt. 1859

wurden die ersten Restaurantlizenzen an Ausländer vergeben (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 205). Ab den 1870er Jahren folgten zahlreiche Ausländer den Diplomaten und Händlern aus den asiatischen Kolonien und chinesischen Vertragshäfen nach Japan, wo sie Clubs, Tavernen und Restaurants, aber auch Bäckereien, Gemüsegeschäfte, Metzgereien, Brauereien und Molkereien eröffneten. Die ersten Kunden waren die in Japan lebenden Ausländer, die ihren gewohnten Lebensstil beibehalten wollten. Schnell waren die Einrichtungen auch bei der japanischen Elite beliebt (Cwierka 2006: 40–41). Adlige, Beamte, Finanzakteure und wohlhabend gewordene Kaufleute sahen in der westlichen Esskultur ein prestigeträchtiges Gut. Auch der Kaiserhof nutzte die neuen Etablissements für Feierlichkeiten wie etwa das Kirschblütenfest (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 206).

Obwohl Tokyo das Zentrum der neuen westlichen Esskultur war, eröffnete das erste von einem Japaner geführte westliche Restaurant nicht in Tokyo, sondern in Nagasaki. Der Koch Kusano Jōkichi (1840–1886) profitierte davon, dass in den ausländischen Haushalten nach und nach die vor allem aus China mitgebrachten Hausangestellten durch Japaner ersetzt wurden. Er erlernte die westliche Kochkunst als Angestellter in einem holländischen Haushalt. 1863 eröffnete er sein eigenes Restaurant, das Irabayashitei in Nagasaki. In das kleine Restaurant passten nur sechs Gäste und die Preise waren wesentlich höher als in den japanischen Restaurants der Stadt. Die Kunden mussten sich einen Tag vorher anmelden, da er viel Zeit für die Zubereitung der Speisen benötigte. Nichtsdestotrotz nahm die Anzahl der Gäste zu, 1865 benannte er sein Restaurant in Jiyūtei um und 1877 eröffnete er ein neues Restaurant im Stadtzentrum. Zur gleichen Zeit kamen weitere Restaurants in Osaka und Kyoto hinzu (Etchū 1993). Seine Restaurants beeinflussten auch die kulinarische Szene in westjapanischen Provinzstädten wie Nara, Kōchi, Okayama, Tsushima, Hiroshima, Fukuoka, Kagoshima und Kumamoto, wo ebenfalls westliche Restaurants eröffneten. Aufgrund seiner holländischen Kochausbildung unterschieden sich die Speisen in Geschmack und Zutaten wahrscheinlich von denen der englischen und amerikanischen Lokale in den Vertragshäfen. Für seine japanische Kundschaft spielte das aber zunächst keine Rolle.

Kusanos holländisch beeinflusste westliche Küche wurde schnell von französischen und angelsächsischen Einflüssen verdrängt. Letztere setzten sich in Lokalen für die weniger finanzstarke Kundschaft durch, wo die Speisen bald in Form der japanisch-westlichen Mischgerichte an japanische Geschmäcker angepasst wurden. Erstere trugen zur Ausbildung einer Prestigeküche für Staatsbankette und andere gesellschaftliche Anlässe bei. Japan übernahm damit die Küche der weltweiten Eliten in Eu-

ropa und den USA und das war die französische Küche (Cwiertka 2006: 43–44). Eines der ersten französischen Restaurants in Tokyo war das Hôtel des Colonies, oder Tsukiji Hotel, das der Franzose Ruel leitete und in dem Louis Bégeux als Chefkoch tätig war. Bei einer Abendgesellschaft anlässlich des kaiserlichen Geburtstags 1871, zu der ausgewählte ausländische Gesandte eingeladen wurden, servierte man gemäß der diplomatischen Etikette französische Speisen: Purée de crevettes à la Bisque, Bouchées Saumon à la Genevoise, Bouchées à la Béchamel, Roast-beef au madère, Pâté de gibier Truffé und andere (Cwiertka 2006: 13). Einige der Speisen fanden sich auch bei den Banketten für die ausländischen Gesandtschaften – und bald auch auf den Speisekarten der von Japanern geführten Restaurants.

Die französische Küche erreichte Japan direkt, aber auch über Umwege. Luxushotels und -restaurants stellten Köche aus Frankreich ein und japanische Köche gingen nach Frankreich in die Lehre. Briten und Amerikaner agierten ebenso als Einflussgeber wie Franzosen. Auf diese Weise wurden auch britische und amerikanische Interpretationen der französischen Küche nach Japan gebracht. Daher ist es sinnvoller, von einer französisch inspirierten Haute Cuisine in Japan zu sprechen. Die ersten Japaner, die westliche Restaurants eröffneten, waren nicht nur ehemalige Hausangestellte. Finanzielles Startkapital und Unterstützung bei der Eröffnung kamen auch von hochrangigen Politikern und Industriellen. Für die Eröffnung des ersten alleine von Japanern geführten, französischen Restaurants, dem Tsukiji Seiyōken, engagierten sich die ehemaligen Höflinge und Politiker Iwakura Tomomi (1825–1883) sowie Sanjō Sanetomi (1837–1891) (Seiyōken 2017). An der Eröffnung des prestigeträchtigen, bis heute existierenden Teikoku (Imperial) Hotels waren Shibusawa Eiichi (1840–1931), unter anderem Beamter im Finanzministerium und umtriebiger Unternehmer, der Unternehmer Okura Kihachirō (1837–1928) sowie der damalige Außenminister Inoue Kaoru (1836–1915) beteiligt (Cwiertka 2006: 46).

Die erste Verbreitung des westlichen Essens fand in den Hotelrestaurants statt, in denen die Staatsbankette und allgemeine Abendgesellschaften (*bansankai*) der gehobenen Schichten veranstaltet wurden. Ab 1860 eröffneten die ersten Hotels in westlichem Stil, die von Ausländern geführt wurden. Yokohama machte den Anfang mit dem Yokohama Hotel. Nagasaki gehörte ebenfalls zu den ersten Städten mit westlichen Hotels. Ab 1865 gab es drei westliche Hotels: das Commercial House, später in Royal House umbenannt, das Oriental Hotel und das Bellevue Hotel (Cwiertka 2006: 39). Die Restaurants und Lieferdienste der Hotels spielten für die Verbreitung der Haute Cuisine eine wichtige Rolle. Wie bereits erwähnt, belieferten die Restaurants auch Staatsbankette. Um 1900 gab es etwa

vierzig westliche Restaurants in Tokyo. Deren Kunden waren vor allem Ausländer, Angehörige des japanischen Hofadels, Politiker, hohe Beamte, Unternehmer – die (finanziell) gehobenen Gesellschaftsschichten. Für das einfache Volk oder auch die sich neu entwickelnde Mittelschicht waren diese Etablissements anfangs preislich nicht erreichbar (Minami 2004: 94–95). Die alten, seit der Edozeit existierenden Restaurants behielten zunächst ihre Reputation als Orte der Feinschmeckerei, auch wenn sie weiterhin japanische Speisen servierten. Im Hirasei fanden Treffen von Gourmetvereinen statt. Mitglieder der ‚Forschungsgesellschaft für Lebensmittel‘ (*Shokumono kenkyūkai*) trafen sich dort im Oktober 1889 zum fünften Mal. Auch zwei kulinarische Leistungsschauen der Zeitschrift *Hōchō Anbai* fanden 1891 dort statt. Im Viertel Mukōjima, nahe der Ryōgoku-Brücke am Fluss Sumida, betrieb Koyama Matsugorō eines der besten Restaurants der Stadt, das Yaomatsu (Waley 1990: 264). Er hatte sich zuvor im Yaozen ausbilden lassen und 1869 sein eigenes Restaurant eröffnet. Mit gebratenem Hühnerfleisch (*yakitori*) und Körbchenmuschelsuppe (*shijimishiru*) wurde sein Restaurant zu einem der berühmtesten der Stadt (Ueda 2001–2017).

Drei Einrichtungen spielten für die Gourmetkultur dieser Zeit aber eine besondere Rolle, da sie rein französische Gerichte und keine angelsächsischen Adaptionen derselben anboten: das Tsukuji Seiyōken Hotel, das Teikoku Hotel sowie das Rokumeikan. Die zahlreichen Restaurants, die nach 1890 in Tokyo eröffnet wurden, boten entweder eine angelsächsische Version der französischen Küche an oder gleich die japanisch-westlichen Mischgerichte, die die Feinschmecker verschmähten. Das lag einerseits daran, dass ihre Kunden gar keine authentischen französischen Speisen nachfragten, sondern einen Kompromiss, der näher an ihrem gewohnten Geschmack war. Andererseits hatten gewiss nicht alle Köche Auslandserfahrung, geschweige denn eine Ausbildung in Frankreich absolviert. So servierten viele Restaurants eine adaptierte französische oder aber auch allgemein westliche Küche. Basil Hall Chamberlain (1850–1935) fällt ein eindeutiges Urteil über diese Restaurants: „Unfortunately, third-rate Anglo-Saxon influence has had the upper hand here, with the result that the central idea of the Japano-European cuisine takes consistency in slabs of tough beefsteak anointed with mustard and spurious Worcestershire sauce“ (Chamberlain 1902: 181).

Das Restaurant des 1872 eröffneten Luxushotels Tsukiji Seiyōken Hotel in Tokyo war wegweisend für die Verbreitung französischen Essens in Japan (Takada 2007: 7). Kitamura Shigetake (1819–1906), der Iwakura Tomomi 1871–1873 bei der nach ihm benannten Iwakura Mission durch Europa und die USA begleitete, baute dieses Hotel mit nur zwölf Zimmern im heutigen Stadtteil Ginza. Es brannte am Tag der Eröffnung in einem

großen Feuer in Ginza ab und Kitamura musste neu bauen. 1876 eröffnete eine Niederlassung in Ueno. Diese profitierte von der Nähe zur Kaiserlichen Universität und wurde von Wissenschaftlern und Gelehrten frequentiert. Unter ihnen war auch der Schriftsteller Natsume Sōseki (1867–1916), der das Restaurant sogar 1909 in seinem Roman *Sanshirō* erwähnt. Er war ein Genießer, der auf seine Gesundheit keine Rücksicht nahm, wie Erinnerungen seiner Ehefrau Natsume Kyōko verdeutlichen: Er aß auf leeren Magen so ausschweifend, dass er Streit mit seinem Arzt hatte. Er hatte immer verschiedene Menüs im Kopf, seien es westliche Speisen oder Leckerbissen wie Aal. Süßigkeiten, die er in einer Schale entdeckte, verschlang er gierig. Auf Vortragsreisen aß er so viel, dass er regelmäßig ins Krankenhaus musste (Handō 2002: 62). Er ist in seinem unersättlichen Essverhalten ein Vorläufer der schlemmenden Feinschmecker aus dem taishōzeitlichen Roman *Bishoku kurabu* von Tanizaki Jun'ichirō. Daher ist es nicht verwunderlich, dass er *kuishinbō*, ein Schlemmer, oder *akujikiya*, jemand mit einer Vorliebe für ungewöhnliche Speisen, genannt wird (Handō 2002: 65).

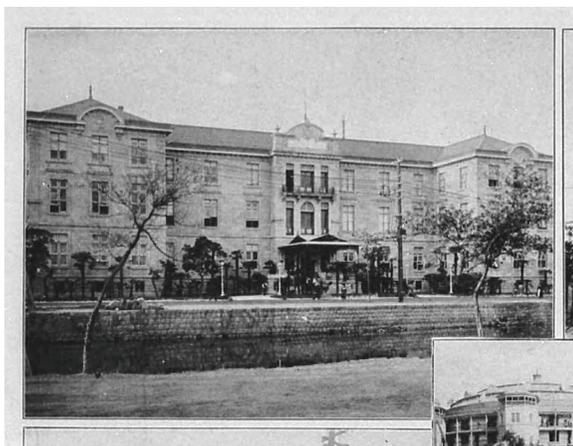


Abbildung 2:
Tsukiji Seiyōken

Im Seiyōken stellte Kitamura zunächst ausländische Köche ein. Der erste Chefkoch war Karl Hess, ein Schweizer Bäckermeister, der zu Beginn der Meijizeit über Kobe nach Yokohama kam. Der vierte Chefkoch war bereits ein Japaner: Nishio Masukichi (1876?–1930?) lernte unter Hess in einem französischen Restaurant im Stadtteil Ginza und ging auf eigene Faust nach Paris, wo er im Hotel Ritz unter dem französischen Meisterkoch Auguste Escoffier (1846–1935) arbeitete. Nach seiner Rückkehr begann er im Seiyōken als Küchenchef (Aonisai 2001–2017; National Diet

Library 2014). Sein Bruder Akiyama Tokuzō (1888–1974) ging im Kazoku Kaikan, das bis 1898 als Rokumeikan firmierte, und dem Seiyōken in die Kochlehre und war ab 1913 acht Jahre lang der Leiter des ‚Kaiserliches Küchenamts‘ (*daizenryō shuchūchō*) (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 208). Auch er absolvierte eine Ausbildung in Frankreich und arbeitete wie sein Bruder unter Auguste Escoffier im Hotel Ritz. Auf Empfehlung der japanischen Botschaft in Paris wurde er für die Zubereitung der westlichen Speisen zu den Krönungsfeierlichkeiten des Taishō-Kaisers engagiert. Dies öffnete ihm die Türen zum japanischen Kaiserhof, für den er auch nach seiner leitenden Position im Kaiserlichen Küchenamt bis zu seiner Pensionierung mit 84 Jahren im Jahr 1972 tätig war (Kadota 2002: 88–89). Die Tätigkeit ermöglichte ihm auch Auslandsreisen, auf denen er den Kaiser begleitete.

Nach einem längeren Aufenthalt in Europa und den USA schrieb er ein Mammutwerk über die französische Küche. Das Buch ist kein reines Rezeptbuch, sondern er beschreibt auf über 1000 Seiten die Besonderheiten der französischen Küche und einzelner Menüteile wie der *Hors d’œuvre* (Akiyama 1923). Er galt als geschickt, hatte eine schnelle Auffassungsgabe und großes Selbstvertrauen – Eigenschaften, mit denen er sich unter den französischen Köchen profilieren konnte. Ihm wird nachgesagt, dass er Leute, die ihn zum Narren hielten, mit dem Messer bedrohte oder sie in die Suppe tauchte (Kadota 2002: 89). Sein ganzer Stolz war ein Gericht aus in Sake eingelegtem und gedünstetem Bonito (*managatsuo no sakamushi*) (Kadota 2002: 90). Obwohl Akiyama als der ‚japanische Escoffier‘ (National Diet Library 2014) gilt, ist dieses Gericht gerade kein westliches, sondern mit Bonito und Sake enthält es zwei sehr japanische Zutaten. Die hohe Kunst blieben wohl nach wie vor die japanischen Speisen. Auch seine Alltagsspeisen für den Kaiser waren japanisch und glichen beinahe denen der einfachen Familien: Buchweizennudeln (*soba*), Tempura, gebratener Makrelenhecht oder Sardinen. Nichtsdestotrotz wurde er 1971 als erster Japaner von der Académie Culinaire de France zum Ehrenmitglied ernannt.

Die japanischen Gäste der exklusiven Restaurants erwarteten jedoch keine japanischen Speisen, sondern ein bis ins Detail authentisch französisches Diner. Das galt vor allem für die Speisen (Cwierka 2006: 45). Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi beschreiben das Menü zum Neujahrsempfang 1881, an dem auch Itō Hirobumi, Iwakura Tomomi, Okuma Shigenobu, Arisugawa no Miya sowie die Botschafter Frankreichs, Deutschlands, der USA und Russlands teilnahmen. Das französische Menü bestand unter anderem aus zweierlei Suppen, Meerbrasse, Foie gras, Lamm, Rind, Fasan und Waldschnepfe. Hierbei möchte ich bemerken, dass Meerbrasse und Fasan zwei typische Gerichte im edozeitlichen

Japan waren und daher nicht besonders fremd oder französisch für die beteiligten Japaner gewirkt haben dürften. Ehara et al. gehen leider nicht auf die Zubereitungsmethoden der Gerichte ein, die durchaus für eine französische Nuance gesorgt haben können. Das Essumfeld spielte eine ebenso große Rolle wie das Essen selbst und wurde genauso verwestlicht. Die Speisen wurden auf Porzellangeschirr serviert. Die männlichen Gäste trugen westliche Anzüge (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 209). Hier ging es nicht mehr nur um den Verzehr ausländischer Speisen. Das Ereignis diente vielmehr zur Darstellung des sozialen, kulturellen und ökonomischen Kapitals (Bourdieu 1987 [1979]) der Teilnehmer, es war ein Zeichen sozialer Distinktion.

„Cultural conformity with the ‚West‘ was expensive and functioned as a marker of social prestige“, bemerkt auch Cwiertka (2006: 45). Die Menüs wurden zwar zu unterschiedlichen Preisen angeboten, trotzdem konnten sich ein solches Erlebnis nur die Mitglieder wohlhabender Schichten leisten. Die Feinschmeckerei war hier noch eine elitäre Angelegenheit. Hozumi Utako (1863–1932) schreibt in ihrem Tagebuch im Jahr 1900, dass die Wirtschaftselite – zu der sie selbst gehört – ab 1890 die Hotels und Restaurants für Geschäftsessen genauso frequentiert wie für Familientreffen. Solche Treffen konnten nach ihrer Darstellung bis zu elf Stunden dauern und beinhalteten neben dem eigentlichen, vorher bestellten Menü auch Gespräche in einem Warteraum, Besuche von Ausstellungen im Hotel und weitere Unterhaltungen nach dem Essen in einem Ruheraum (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 210). Die Preise für solch eine Veranstaltung reichten um 1890 von 35 Sen für ein normales Menü bis zu 100 Sen für ein erstklassiges Menü in den westlichen Restaurants Tokyos (Cwiertka 2006: 46).

Hozumi und ihre Familie sind ein gutes Beispiel für die gesellschaftliche Elite, die sich Restaurantbesuche und ausgefallene Dinners leisten konnten. Sie war die Tochter von Shibusawa Eiichi und Ehefrau von Hozumi Nobushige (1856–1926), einem Juradozenten an der Kaiserlichen Universität Tokyo und Abgeordneter des Oberhauses. Sie begleitete die Herren ab und an zu gesellschaftlichen Anlässen. Zuhause aßen sie meist japanische Speisen. Ihr Dienstmädchen sowie der später angestellte Koch hatten aber Erfahrung mit westlicher Küche, denn Hozumi beschreibt in ihrem Tagebuch 1902 und 1903 auch die Abwechslung durch westliche Speisen zuhause: Apfelkuchen, gefülltes Hühnchen, Eintopf sowie ein Menü aus Ente, Kroketten und Plumpudding (Cwiertka 2006: 41). Die jungen Köche in japanischen Haushalten gehörten zu denjenigen, die die westliche Küche und Gastronomie als solche in Japan salonfähig machten. William Gray Dixon (1854–1928), der in den 1870er Jahren Englische Sprache und Literatur an der Staatlichen Universität für Ingenieurwis-

senschaft lehrte, liefert eine Beschreibung seines Koches: „[he] rejoiced in the possession of more than one velvet coat and striped trousers, and with gilt watch-chain and seals hanging from his breast and a cigarette in his mouth ... His skill in cooking was great, his ambitions were still greater“ (Cwiertka 2006: 42).

Diesen westlichen Lebensstil, der auch die gehobene Küche einschloss, verkörperten die Köche sowohl in Restaurants und Hotels, wie oben bei meinen Ausführungen zum Tsukiji Seiyōken Hotel und Restaurant deutlich wird, als auch in Privathaushalten. Motiviert durch einen befreundeten Buchhändler, der sich auf dem Gebiet der westlichen Gerichte als Laie fühlte, ließ Kitamura, der Besitzer des Seiyōken, 1902 in seinem Namen ein Rezeptbuch mit französischen Speisen für den Gebrauch in den gehobenen Haushalten herausbringen. Ähnlich wie in vorherigen Ratgebern werden auch hier Utensilien und Geschirr abgebildet und beschrieben. Nach einführenden Worten zum Kochen und Braten listen Kitamura und Hattori Rezepte für eine Vielfalt an Speisen auf, darunter Hackfleisch, Eintopf, Pastete, Kaninchencurry, Steak, Tapiokasuppe, Linsensuppe, gegrillter Lachs, gekochte Kartoffeln, Bratkartoffeln, Kroketten, Rüben, Saucen, Mayonnaise, Kuchen, Apfelgelee, Omelette, Makkaroni oder Tees (Seiyōken Shujin und Hattori 1902).

Im November 1890 eröffnete im Tokyoter Stadtteil Hibiya das Teikoku Hotel, das bis heute als Imperial Hotel existiert. Starker Befürworter des Hotels war Inoue Kaoru, der der Meinung war, dass Tokyo ein von Japanern geführtes, erstklassiges Hotel braucht, das mit vergleichbaren Hotels im Westen mithalten könne. Finanziers des Hotels waren die Unternehmer Okura Kihachirō und Shibusawa Eiichi. Das moderne Gebäude entwarf Watanabe Yuzuru (1855–1930), ein Schüler von Josiah Condor, der den Bau des Rokumeikan verantwortete. Es entstand ein dreistöckiges Hauptgebäude im westlichen Stil mit 60 Zimmern, Speisesaal, Tanzsaal, Leseraum, Gesellschaftsraum, Musikzimmer, Rauchzimmer und ein Billardzimmer. Die Ausstattung ähnelte zwar der des Rokumeikan, das Teikoku Hotel war jedoch dreimal so groß. Eine eintägige Zimmermiete mit Mahlzeiten kostete im Teikoku Hotel zwischen 2 Yen, 75 Sen und 9 Yen. Die Übernachtungspreise inklusive zweier Mahlzeiten lagen bei 20 bis 50 Sen. Diese Preise waren jenseits der Möglichkeiten des einfachen Volkes. Von Anfang an servierte das Hotelrestaurant orthodoxe französische Küche. Neben ausländischen Gästen frequentierten vor allem die finanzstarken japanischen Gesellschaftsschichten das Hotel und Restaurant. Das Hotel war nie ausgelastet, es wurde jedoch für so wichtig erachtet, dass es durch Verlustzeiten hindurch von den Geldgebern, vor allem Okura, getragen wurde (Kuroiwa 2008: 86–90).



Abbildung 3: Teikoku hoteru (The Imperial Hotel)

Chefkoch Yoshikawa Kanekichi (1853–1935) lernte im Yokohama Hotel unter dem französischen Koch Louis Begeux (Lebensdaten unbekannt). Dieser war auch der erste Chefkoch des Tsukiji Seiyōken (National Diet Library 2014). Okura Kihachirō besaß ein Landhaus in Mukōjima, in dem er einen Koch für die japanische Küche beschäftigte. Bei festlichen Banketten in seinem Haus mit Persönlichkeiten aus Politik und Finanzwelt lieh er sich Köche und Kellner des Teikoku Hotels aus, die ästhetische Meisterwerke schufen (Kuroiwa 2008: 92). Es ist bezeichnend, dass Okura die westliche Küche in seinem Landhaus nur zu besonderen Anlässen servieren ließ, sein Alltagsessen blieb japanisch. Okura, wie auch andere Feinschmecker der Meijizeit, nutzte die Haute Cuisine vor allem aus Distinktionsgründen. Die Speisen waren für ihn Mittel zum Zweck. Er verzehrte sie nicht um der Speisen willen. Sein Bedürfnis nach Prestige wird auch durch den Umstand verdeutlicht, dass Okura Geschirr und Besteck mit seinem Familienwappen und Griffen aus Elfenbein besaß.

Neben dem Seiyōken und dem Teikoku Hotel als Impulsgeber für westliche Speisen steht ein Gebäude als Veranstalter der Edo-Tanzgesell-

schaften (*Edo no butōkai*) (Kuroiwa 2008: 73) exemplarisch für die Modernisierung und Verwestlichung des Landes in der frühen Meijizeit: das Rokumeikan. Es wurde 1880 als repräsentatives Gebäude für Bälle eröffnet und es wurde so exzessiv genutzt, dass vom ‚Rokumeikan-Lärm‘ (*roku-meikan sawagi*) und der Rokumeikan-Diplomatie gesprochen wird. Als Symbol der Moderne sollte es den ausländischen Diplomaten Japans Anpassung an den Westen verdeutlichen. Zugänglich war das Rokumeikan anfangs nur den höchsten politischen Kreisen (Takada 2006: 62). Außenminister Inoue Kaoru (1836–1915), der zusammen mit Itō Hirobumi bereits Auslandserfahrung in Großbritannien gesammelt und englisches Essen kennengelernt hatte, war verantwortlich für den Bau. Er trieb die Europäisierung Japans voran und beeinflusste nach dem Brand von 1872 die Neugestaltung des Stadtteils Ginza. Itō Hirobumi war zudem ein Feinschmecker, der bereits ein elaborierter Gastgeber seines Daimyats Shōshū während der Bakumatsuzeit war. Während der britische Architekt Josiah Conder (1852–1920) orientalische und westliche Stilelemente mischen wollte, verlangte Inoue ein „prächtiges Haus im europäischen Stil, das auch Europäer überrascht“ (Kuroiwa 2008: 71; *sei'yōjin mo odoroku kareina yōkan*). Es entstand ein zweistöckiges Gebäude, mit Speisesaal, Billardzimmer, Empfangszimmer, Verhandlungszimmern und Ballsaal sowie Hotelzimmern für ausländische Gäste. Ab den 1890er Jahren wurde das Rokumeikan weniger für Diplomatenbankette genutzt und der Adel machte es zum Gesellschaftshaus. Auch hier war die Nutzung so intensiv, dass das Rokumeikan 1898, nachdem immer weniger Staatsbankette dort stattfanden, zum ‚Versammlungshaus des Adels‘ (*kazoku kaikan*) wurde. In der Taishō- und frühen Shōwazeit verlor das Haus seine Bedeutung, bis es 1935 abgerissen wurde (Kuroiwa 2008: 63–72; 79).

Zu seinen Hochzeiten wurden im Rokumeikan Tanzgesellschaften veranstaltet, bei denen europäische Delikatessen und Alkohol serviert wurden. Der französische Autor Pierre Loti wurde am 3. November 1885 von Inoue zu einer Abendgesellschaft eingeladen. Er gibt die in französischer Sprache verfasste Einladung in seinen ‚Japoneries d’automne‘ wieder: „Le ministre des affaires étrangère et la comtesse Sodeska ont l’honneur de vous prier de venir passer la soirée au Rokou-Meikan, à l’occasion de la naissance de S. M. l’Empereur. On dansera“ (Loti 1889: 77). Loti bemerkt, dass das auf Silbergeschirr servierte Essen seiner Meinung nach von der gleichen Üppigkeit wie bei Pariser Tanzgesellschaften war: Fleisch mit Trüffeln, Kroketten, Lachs, Sandwiches, Eiscreme, Champagner. Er bescheinigt den Japanern damit, die gleiche Qualität bei Speisen und Getränken zu servieren wie in seiner Heimat. Bei vielen Abendgesellschaften waren bis zu 1300 Gäste anwesend. Der westliche Einfluss ist auch an der Kleidung der Gäste nicht spurlos vorübergegangen. Die japa-



Abbildung 4: Rokumeikan (The Rokumeikan Club)

nischen Frauen waren laut Loti wie Pariserinnen gekleidet: lange Kleider, Korsetts, hohe Schuhe. Die Herren kamen im Frack.

Es wurden auch westliche Tänze wie Walzer und Polka getanzt, die den Japanern ab 1881 in sonntäglich stattfindenden Tanzkursen im Rokumeikan beigebracht wurden (Kuroiwa 2008: 66–67, 72–74). Genau wie zur Edozeit gab es auch in der Meijizeit Ratgeberbücher, die Interessierten die neue Esskultur und Etikette näherbrachte. Alleine 1872 erschienen drei solcher Ratgeber: Tanaka Yoshio (1838–1916) und Uchida Shinsai (1848–1899) veröffentlichten zusammen mit dem Kultusministerium 1872 das *Taisei kunmō zukai*, eine Art Bildwörterbuch zum westlichen Alltagsleben, in dem sie unter anderem westliches Geschirr, Kücheneinrichtung und Küchenutensilien mit japanischer, deutscher, englischer und französischer Bezeichnung auflisten (Tanaka und Uchida 1872). Die Verfasser der ‚Unterweisung in die westliche Küche‘ (*Seiyō ryōri shinan*) betonen die Bedeutung von Kenntnissen über die westliche Küche, besonders die Fleischgerichte, die so schnell wie möglich verbreitet werden müssten (Keigakudō Shujin 1872: 1). Robun Kanagaki (1829–1894) und Kyōsai Ka-

wanabe (1831–1889) lieferten mit dem ‚Kenner westlicher Küche‘ (*Seiyō Ryōritsū*) bereits zur Beginn der Meijizeit 1872 einen entsprechenden Ratgeber, in dem sie reich bebildert die westliche Esskultur beschreiben. Angefangen bei einzelnen Elementen wie dem Besteck, über Tassen, Gläser, Karaffen, Kerzenleuchter bis hin zu Pfannen zeigen sie die passende Kleidung und Haltung beim Essen und wie der Tisch korrekt gedeckt wird. Daneben gibt es eine lange Auflistung von möglichen Gerichten: seitenweise Suppen wie Juliennesuppe, Lebersuppe, Garnelensuppe, Aalsuppe; Fischgerichte wie Seezunge, Lachskopf, Hechtbarsch, geröstete Makrele; Fleischgerichte, gekochtes und in Öl gebratenes Fleisch, kaltes, übrig gebliebenes Fleisch, Gerichte mit Rind- und Schweinefleisch; verschiedene Süßigkeiten (Robun und Kyōsai 1872). Diesen Ratgebern ist gemein, dass sie sich nicht der Alltagsküche widmen, sondern die Festtagsküche behandeln. So dienten sie den einen als praktischer Ratgeber, anderen aber sicher zum Stillen ihrer Neugierde und als intellektuelles Vergnügen, wie Rath (Rath 2010a) es beschreibt.

Wie ich bereits erwähnte, gab es nur eine Handvoll Restaurants, die reine französische Küche servierten. Das Mikawaya in Kanda war das erste französische Restaurant, das nicht mit einem Hotel in Verbindung stand. Im Jahr 1872 eröffnete Mikawaya Kyūbei sein Restaurant im Stadtteil Kanda. Es war eines der besten französischen Restaurants im meijizeitlichen Tokyo und wurde von bekannten Persönlichkeiten frequentiert. Fukuzawa Yukichi, einer der einflussreichsten Intellektuellen der Zeit und Gründer der Keiō Gijuku Universität, ging im Mikawaya ein und aus (Takada 2006: 61). Die meisten der großstädtischen Luxusrestaurants arrangierten die französischen Gerichte auf angelsächsische oder japanische Art. Finanziell und auch kulturell erreichbar waren sie für einfachere Bevölkerung nach wie vor nicht. Erst die Verbreitung der *wayō secchū ryōri* und entsprechender Restaurants dafür Anfang des 20. Jahrhunderts ermöglichte es der Allgemeinheit, an westlicher Küche in preislicher und geschmacklicher Hinsicht teilzuhaben (Minami 2004: 95).

Gegen Ende der Meijizeit kam eine neue Institution auf, deren Restaurants von der neuen Mittelschicht frequentiert wurden, die dort zum Vergnügen essen gingen: die Kaufhäuser. Das erste moderne Kaufhaus war das 1907 in Nihonbashi eröffnete Mitsukoshi. Ab 1908 etablierte es den Slogan „Heute das Kaiserliches Theater, morgen Mitsukoshi“ (Takada 2006: 60; *Kyō wa teigeki, assu wa mitsukoshi*). Das Kaufhausrestaurant bot das richtige Ambiente für Lebedamen (*yūkan madamu*) oder auch Familien. Sie gaben eine Gelegenheit zum Auswärtsessen mit niedriger Hemmschwelle. Die Zahl der Kaufhäuser mit Restaurants und anderer Restaurants, die eine einfachere und günstigere westliche Küche anboten, stieg

um 1918 in verschiedenen Vierteln Tokyos rasant an. 1923 gab es bereits 30.000 Restaurants für zwei Millionen Einwohner – darunter 20.000 mit japanischer Küche, 5000 mit westlicher Küche, 1500 mit japanisch-westlicher Mischküche und etwa 1000 mit chinesischer Küche (Takada 2006: 60).

4.4 GOURMETZEITSCHRIFTEN UND -VEREINE

Murai wandte sich mit seinem Roman an die Hausfrauen als neue gesellschaftliche Rolle für die Frau. Ebenso taten es zahlreiche Zeitschriften, für die sich schnell das Genre der Hausfrauenzeitschriften etablierte. Gourmetzeitschriften hingegen richteten sich vor allem an eine männliche, kulinarisch gebildete Leserschaft und nur am Rande an Frauen der Oberschicht sowie der neuen Mittelschicht. Die erste Gourmetzeitschrift *Hōchō Anbai* erschien von Dezember 1886 bis Februar 1891 als Monatszeitschrift in 37 Ausgaben (Oka 2006: 148). Es ist nicht klar, warum sie eingestellt wurde, da der Herausgeber Ishii Jihee vorhatte, sie als zweimonatlich erscheinende Zeitschrift fortzuführen (Sugita, Imai und Yamashita 1998: 47). Sie erschien in Tokyo, Yokohama, Nagoya, Osaka, Kanagawa, Kyoto und Hakōdate (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyunagi 2009: 231–233). Ishii begriff Kochen als Wissenschaft und wollte in der Zeitschrift japanische sowie neuartige, aus dem Ausland kommende Kochmethoden mit theoretischen Überlegungen untermauern (Oka 2006: 148). Das Hauptaugenmerk der Zeitschrift lag auf der Vorstellung von Rezepten. In jeder Ausgabe wurden westliche und chinesische Rezepte vorgestellt. Japanische Speisen nahmen aber den Großteil einer Ausgabe ein: Reisgerichte, Gemüsegerichte, Eingelegtes (*tsukemono*), getrockneter Fisch, Gekochtes, Gerührtes, Suppen. Imai (2002: 198) stellt fest, dass mehr als siebzig Prozent der Artikel Gerichte, ihre Zubereitung, aber auch Misserfolge beim Kochen zum Thema haben. In jeder Ausgabe wurden außerdem ein Menü und ein Beispiel zur Bewirtung von Gästen präsentiert. Ishii wollte seine Zeitschrift trotzdem nicht als Kochbuch verstanden wissen, sondern als kulinarisches Bildungsmedium. Er portraitierte Berühmtheiten der Tokyoter Gastronomieszene, es gab Artikel zu Gesundheit und Sparsamkeit im Haushalt, Auszüge aus Kochbüchern der Edozeit, Restaurantempfehlungen, Kochkniffe, theoretische Kommentare zu einzelnen Nahrungsmitteln und deren Verwendung sowie Vergleiche zwischen japanischem, westlichem und chinesischem Essen. Darüber hinaus druckte er auch Ergebnisse von Lebensmittelanalysen des Gesundheitsamtes ab (Ishii 1886–1891; Sugita, Imai und Yamashita 1998: 308).

Ishii war kulinarisch vielseitig aktiv und gut vernetzt. Er veröffentlichte 1898 ein ‚Kompendium zur japanischen Küche‘ (*nihon ryōrihō taizen*), in dem verschiedene Autoren die Geschichte der japanischen Küche behandelten sowie Rezepte und berühmte Restaurants von der Edo- bis zur Meijizeit vorstellten. Auch Speisen und Zubereitungstechniken aus der Edo- sowie der Bakumatsuzeit waren Thema. So widmen sich die Autoren edozeitlichen Kochbüchern wie dem *Ryōri monogatari*, den formellen Speisen zu kaiserlichen Ausflügen zum Sumida Fluss oder zu buddhistischen Totenfeiern in Nikkō. Auch die Erweiterung des kulinarischen Vokabulars zur Edozeit wurde behandelt. Das Kompendium ließ, anders als der Titel suggeriert, ausländische Einflüsse nicht außer Acht; es wurden auch chinesische, koreanische und westliche Gerichte beschrieben – ein Zeichen dafür, wie sehr westliche Küche bereits integriert war. Eine weitere Besonderheit des Kompendiums ist die Auflistung berühmter Köche vom Altertum bis zur Gegenwart. Ishii war selbst auch Koch und lehrte an Kochschulen, die auch Köche für das Kaiserliche Küchenamt ausbildeten (Koyanagi 1984.11–1989.3.). Er trug demnach nicht nur zur kulinarischen Intellektualisierung bei, sondern auch zu deren praktischer Ausübung – und das wiederum nicht nur auf professioneller Ebene, sondern auch für Laien.

Ishii gründete im Februar 1889 die ‚Gastronomische Forschungsgesellschaft‘ (*kappō kenkyūkai*), die er im Juni des gleichen Jahres in ‚Forschungsgesellschaft zu Lebensmitteln‘ (*shokumono kenkyūkai*) umbenannte, vielleicht weil er einen neutralen Begriff für ‚Essen‘ suchte und ihm ‚kappō‘ als Bezeichnung vor allem für traditionell japanische Küche vor der Meijizeit zu festgelegt erschien. Wiederum ein Jahr später, im April 1890, benannte er den Verein um in ‚Großjapanische Essensgesellschaft‘ (*dainihon shokumotsukai*). Er kam zwar aus der Tradition der klassischen Kochschulen der Edozeit und war Verfechter der Erhaltung der traditionellen japanischen Küche, wie er im Vorwort zur ersten Auflage seiner Zeitschrift *Hōchō Anbai* schrieb. Er wollte nicht, dass die Schönheit der alten Stile und Zubereitungsmethoden verloren geht. Nichtsdestotrotz plädierte er für die Aufnahme westlicher und chinesischer Gerichte in den Speiseplan japanischer Familien, ganz im Sinne der Bewegung von ‚Zivilisation und Aufklärung‘ seiner Zeit (Sugita, Imai und Yamashita 1998: 47–48). In seinem Forschungsverein wurden die Mitglieder mit Speisen verköstigt. Die daraus resultierenden Beurteilungen und Kritiken wurden in jeder Ausgabe der *Hōchō Anbai* veröffentlicht. Die Zeitschrift wurde demnach vor dem Hintergrund der Vereinsaktivitäten von gastronomischen Spezialisten gegründet und aufrechterhalten. Ishii zielte darauf ab, theoretisches Wissen zu Zubereitungsmethoden und Nahrungsmitteln bis in die Familien zu verbreiten (Sugita, Imai und Yamashita 1998: 53).

Einen ähnlichen Ansatz verfolgte die Monatszeitschrift Gekkan Shokudōraku. Mit dem Titel griff der Herausgeber Nakamura Yūroku die Beliebtheit von Murais Roman und den dadurch angestoßenen Gourmet-Boom auf. Viele Medien widmeten sich Themen wie Essgewohnheiten, Esskultur, der Erforschung von Lebensmitteln. Der aus Kyoto stammende Nakamura gründete 1903 im Tokyoter Stadtteil Yūrakusha seinen gleichnamigen Verlag. Nakamura brachte von Mai 1905 bis September 1907 insgesamt 31 Ausgaben der Zeitschrift heraus. Es war ein Nischenmagazin mit einer kleinen Auflage. Er konnte unter anderem Murai Gensai, den Maler und Illustrator Kubota Beisen (1852–1906), den Maler und Bühnenbildner Kubota Beisai (1874–1937) sowie den Haiku-Dichter Koizumi Ugai (1885–1950) als Autoren gewinnen (Oka 2006: 135, 145). Aber auch Berufskulinariker wie der Kochschulgründer Akabori Minekichi schrieben für die Zeitschrift. Nakamura sah zwar auch Köche als Zielgruppe seiner Zeitschrift, hauptsächlich aber war es eine Zeitschrift für und von Feinschmeckern, für die das Essen ein Privatvergnügen und nicht der Beruf war. Die zahlreichen Restauranttipps für die Hauptstadt lassen erahnen, dass Nakamura seine Zeitschrift vor allem für Tokyoter Leser konzipierte. Auch Hausfrauen der neuen Mittelschicht sah Nakamura als Leser. Gerade diese sollten selbst die Initiative ergreifen, nachdem die Zeitschrift sie mit Kenntnissen über neue Speisen, aber auch Kochutensilien und Zutaten versorgt hat (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 232). In Nakamuras Vorstellung konnte jeder zum Gourmet werden, der sich aktiv mit Speisen und dem Kochen beschäftigt – egal ob er ein kulinarischer Laie oder Experte ist. Nakamura versuchte anfangs, eine Balance zwischen den von Murai propagierten Familiengerichten und dem Auswärtsessen zu erhalten. Schnell löste sich diese Balance auf. Die Zeitschrift definiert den Begriff *kuidōraku* neu und entfernt sich damit von Murais Verständnis. Essen soll nicht nur am praktischen Gewinn für Körper und Geist gemessen werden, sondern der Gourmet soll wahrhaftiges Interesse und Geschmack besitzen. Echtes *kuidōraku* vereine beide Aspekte (Oka 2006: 146).

Murais Vorstellung der Familiengerichte spiegelt sich in einigen Rubriken der Zeitschrift wider: Hygiene, Praktisches für Hausfrauen wie eine Tabelle für eigene Notizen zur Haushaltsführung. Es findet aber vor allem eine intellektuelle Beschäftigung mit dem Thema Essen statt. In der ersten Ausgabe schreibt Kubota Beisen einen ernährungswissenschaftlichen Artikel zu Familiengerichten. Mishima Shōsō (1852–1914), ein Ukiyo-e Künstler und Maler, gibt eine kritische Betrachtung von Süßigkeiten. Koizumi Ugai schreibt über die Kulturgeschichte von Sushi. Murai Gensai schreibt über Köche und Akabori Minekichi stellt in dieser und späteren Ausgaben seine Kochschule vor und nutzt die Zeitschrift auf diese

Weise auch als Plattform für seine eigenen Anliegen. Es gibt Restaurant-tips und -kritiken. Es gibt Rezepte, darunter japanisch-westliche Gerichte, saisonale und regionale Gerichte oder Beschreibungen kurioser Leckerbissen. T. O. Sei beschreibt die eigene Herstellung von Sojasauce und betont deren Überlegenheit zu gekaufter Sojasauce, die durchaus mit Salzwasser oder Düngemittel gefärbt werde. Er stellt auch berühmte Sojasaucen aus Tatsuno, Noda und Chōshi vor. Der Artikel umfasst Gedanken zur gesunden Ernährung, zur Geschichte und zum Genuss (Nakamura 1905). Eine ähnliche Mischung aus theoretischen und praktischen Artikeln fand sich in den nachfolgenden Ausgaben ebenfalls. Einige Artikelreihen etablierten sich. So werden in fast jeder Ausgabe kuriose Lebensmittel und saisonale Rezepte vorgestellt. Berühmte Familien sowie deren beliebte Speisen werden portraitiert, darunter auch die Familie von Kōda Rohan und so kuriose Speisen wie Froschschenkel und Schnecken. Meibutsu, berühmte Speisen, aus ganz Japan werden ebenfalls präsentiert.

Die Zeitschrift wandte sich mit unterschiedlichen Artikeln sowohl an männliche als auch weibliche Leser, wobei schnell die klassische Zuordnung von Frauen zur häuslichen und Männern zur außerhäuslichen Sphäre deutlich wird. Rezepte, Artikel über Familiengerichte und allgemein gehaltene Artikel über bestimmte Speisen oder regionale Spezialitäten waren eher an Frauen gerichtet, während Restaurantkritiken oder Artikel der Gourmetvereine eher männliche Leser ansprechen sollten (Oka 2006: 149). Anders als in Murais Roman wird die männliche Sphäre des Gourmets mit dem Fokus auf Auswärtssessen in der Zeitschrift positiv dargestellt. Dagegen findet eine innerhäusliche Gourmetkultur gar nicht statt. Gleichzeitig wird die Frau als Leserin mit der Zeit marginalisiert, da allgemeine Gourmetartikel die praktischen Rezeptartikel in den Hintergrund drängen.

Restaurantkritiken, Kommentare – die eigentlichen Gourmetartikel, wie Oka (2006: 147) sie nennt –, Artikel ohne praktische Absicht, stellen schnell die Mehrheit der Artikel dar. Nun geht es nicht um Essen als Nahrungsaufnahme, sondern als Hobby, nicht um Nährwerte, sondern um den Geschmack. Die Gourmetartikel verdrängten die praktischen, nutzungsorientierten Artikel rasch. Nur zwanzig Prozent der Artikel beschäftigen sich mit Rezepten und deren Zubereitung, während über siebenzig Prozent Restaurantbesuche, Forschungsvereine, Kochschulen, Buchvorstellungen, Firmenportraits, berühmte Köche oder die Geschichte einzelner Lebensmittel zum Thema haben (Imai 2002: 198). Lag der Schwerpunkt des Romans auf den Familiengerichten, die die Menschen im Rahmen der Familie zivilisieren sollten, steht im Zentrum der Zeitschrift der Gourmet, der mit seinem feinen Geschmack die Vor- und Nachteile von

Geschäften und Restaurants im städtischen Raum erkennt (Oka 2006: 138). Obwohl beide – Roman und Zeitschrift – mit ihrem Titel auf die Liebhaberei von Kochen und Essen ansprechen, wird diese unterschiedlich interpretiert. Im Roman geht es um Zivilisation und Aufklärung, in der Zeitschrift um den Genuss und den Geschmack.

Leserbriefe spielten bei der Gekkan Shokudōraku eine ähnlich wichtige Rolle wie bei Murais Roman. Die Leser schrieben eigene Restaurantkritiken, beispielsweise zu Restaurants im Ueno-Park im Nordosten Tokyos oder zu Lokalitäten auf der Tokyoter Industrieausstellung. Sie schrieben Reaktionen zu Restaurantkritiken oder reagierten auf andere Leserbriefe. Restaurantkritiken waren ein wichtiger Bestandteil der Zeitschrift. Sie erschienen entweder in der Rubrik ‚Programm‘ (*banzuke*) oder ‚Tokyo-Ratgeber‘ (*tōkyō annai*) und beinhalteten Lage und Zustand des Lokals, den Geschmack der Speisen sowie eine Geschäftschronik (Oka 2006: 146). Zunächst wurden nur Lokale in der Tokyoter Innenstadt getestet; mit dem Bau der Straßenbahn erweiterte sich die Bandbreite der Lokalitäten um die Vororte, in denen immer mehr Restaurants eröffnet wurden. Der ‚Ratgeber für Spezialitäten-Lebensmittel aus Meiji-Tokyo‘ (*meiji tōkyō meibutsu shokuhin annai*) von 1905 beschreibt die Restaurantsituation in den Vororten, wo überall Lokale für Buchweizennudeln (*soba*), Klöße (*dango*), Rindfleisch (*gyūnikuya*), Tempura oder Süßigkeiten (*kashi*) von der steigenden Beliebtheit des Auswärtssessens zeugen (ebd.: 148–149).

Im Jahr 1928 brachte Matsusaki Tenmin (1878–1934) in Osaka eine Nachfolgezeitschrift der Gekkan Shokudōraku mit gleichem Titel heraus: Shokudōraku. Hier wurden, ganz im Zeitgeist der 1920er Jahre mit ihrem so genannten Heimat-Boom, vor allem Artikel über Heimatgerichte oder über regionale Spezialitäten veröffentlicht. Daneben gab es weiterhin Kritiken zu städtischen Cafés oder Kneipen mit einem Vorhang am Eingang (*nawanoren*). Dagegen gab es so gut wie keine Artikel mehr zu den Themen Familie, Alltagsküche oder Familiengerichte. Die Mitarbeiter waren von der frühen shōwazeitlichen Interpretation des *shokudōraku*-Begriffs geprägt, der besonders auf Genussgedanken beruhte (Oka 2006: 155).

Ähnlich wie bei der Zeitschrift Hōchō Anbai wurde auch das Erscheinen der Gekkan Shokudōraku von Vereinsgründungen begleitet. Im Januar 1906 wurde der ‚Verein der Gourmets‘ (*shokudōrakukai*) gegründet, dessen Mitglieder sich sozusagen durch die berühmten und beliebten Restaurants Tokyos essen wollten. Die besonders beliebten Restaurants wurden mehrmals besucht; allein im Restaurant des Hotels Metropoli in Tsukiji war der Verein drei Mal zu Gast. Bei den monatlichen Treffen trafen sich die Teilnehmer, die auch interessierte Zeitschriftenleser dazu ermunterten, in wechselnden Restaurants. Unter den regelmäßigen Teil-

nehmern waren Angestellte des Yūrakusha-Verlags, der die Zeitschrift Gekkan Shokudōraku herausgab. Im Protokoll des achten Vereinstreffens wurden die Mitglieder anhand ihrer Berufe aufgelistet. Dabei waren Politiker, Angestellte, Pfandleiher, Maler, ein Ladenbetreiber für süße Bohnenuppe mit Reiskuchen (*shiruko*), Gastronomen und Köche, Apotheker, Schuster, Kosmetiker, Schauspieler, Publizisten (Oka 2006: 150; 152). Hier wird besonders deutlich, wie sehr die Szene sich diversifizierte hatte. Nicht mehr nur die Politik- und Finanzelite des Landes konnte die Feinschmeckerei betreiben. Die Vereinsmitglieder kamen aus fast allen Gesellschaftsschichten. Der Verein warb in der Zeitschrift mit einer festen Rubrik für seine Aktivitäten und rief zu regionalen Vereinsgründungen auf, woraufhin es zu weiteren Gründungen unter anderem in Hakōdate, Kanazawa, Kyoto und Osaka kam, die selbst ebenfalls in der Zeitschrift für sich warben. Ohne dass es eine offizielle Vereinshierarchie gab, wurde der Tokyoter Verein als zentral angesehen (Oka 2006: 152).

Inspiziert wurden die Vereinsgründungen durch den in Murais Roman vom Protagonisten Nakagawa angeregten ‚Verein zur Erforschung von Essen‘ (*shokubutsu kenkyū no kai*), der vor allem zum Ziel hatte, Wissen über die Familiengerichte zu verbreiten. Mit der Freude an der Erforschung des Essens werde auch eine Reform der Essgewohnheiten stattfinden, ist sich Nakagawa im Roman sicher. Der Verein verstand sich als Forschergruppe, deren circa dreißig Mitglieder sich monatlich trafen und Köche einluden, die vor aller Augen kochten. Es gründeten sich auch im Roman Regionalgesellschaften. Dazu kamen thematische Vereine, die sich zum Beispiel den japanisch-westlichen Mischgerichten widmeten (Murai 2010 [2005]: 221–222), die auf diese Weise durchaus Teil des kulinarischen Rahmens der Gourmetkultur wurden. So verkörperten die Vereine das Romanideal und boten Ansatzpunkte für Vereinsgründungen in der Wirklichkeit. Der fiktive *Shokubutsu kenkyū no kai* und der reale *Shokudōrakukai* ähnelten sich in Mitgliederzahlen und -beiträgen. Im Roman zahlten die Mitglieder zwei Yen, der *shokudōrakukai* verlangte zwei bis drei Yen für eine einmalige Teilnahme (Oka 2006: 152).

Inhaltlich unterschieden sich der fiktive und der reale Verein wesentlich: anstatt sich am immer gleichen Ort bekochen zu lassen wechselten die Mitglieder des realen *Shokudōrakukai* bei jedem Treffen die Lokalität. Sie betrachteten das Essen nicht nur von einer praktischen, rationalen Seite aus, sondern sahen es vor allem als ein Erlebnis, zu dem auch die Umgebung beiträgt. Neben den Restaurantbesuchen fanden weitere Aktivitäten statt. Die Mitglieder besuchten das *Kyōgen*-Theater oder trafen sich zur Betrachtung des Herbstlaubes in Tempeln. Beim ersten Treffen wurde eine Tombola veranstaltet und die Teilnehmer schrieben Erinnerungspostkarten. Beim zweiten Treffen hielten einige Mitglieder Vorträge über

die gegessenen Speisen und am Schluss wurde über die Gerichte abgestimmt. Es handelte sich um eine unterhaltsame Gruppe, der die aufklärerischen und edukativen Bestrebungen des Romans fehlten. Vielmehr näherten sie sich so genannten Appetitvereinen (*shokushikai*) oder Mußvereinen (*yūshokukai*) an. Der Genuss und die Intellektualisierung desselben standen klar im Vordergrund (Oka 2006: 152).

In der Gekkan Shokudōraku gibt es auch Artikel über einen solchen Appetitverein. Die Mitglieder wurden ‚in Essensausbildung‘ (*shokumotsu shugyō*) genannt und brachten einem Thema oder einer Aufgabe gemäß selbst Speisen oder Lebensmittel zu den Treffen mit. Die Mitglieder kritisierten sich gegenseitig für ihre Interpretationen und stimmten am Ende der Treffen ab. Ab etwa 1879 trafen sich auf Initiative des Spielzeugsammlers Shimizu Seifū (1851–1913) Essensliebhaber in einem Mußverein. Eines der ersten Treffen fand im Haus des Ukiyo-e Künstlers Takeuchi Zenjirō (1832–1881) im Tokyoter Stadtteil Asakusa statt und verlief ähnlich wie die Zusammenkünfte des Appetitvereins. Es wurden Speisen mitgebracht und beim gemeinsamen Genuss kritisiert. Die Gruppe traf sich sieben Jahre lang. Am Ende nannten sie sich ‚Gesellschaft der Müßiggänger‘ (*yūshokuren*) (Oka 2006: 152–153, 162). All diese Vereine haben gemein, dass sie sich mit Familienessen und der Herausforderung der Hausfrau, täglich ein gesundes Essen auf den Tisch zu stellen, nicht beschäftigen. Es sind männerzentrierte Forschungsvereine, die der Unterhaltung und dem Genuss dienen. Die Vereine sind losgelöst von Gedanken an Nahrhaftigkeit und Hygiene. Teilweise gab es sogar die Tendenz, den Hygienegedanken, den Murai bei seinen Familiengerichten in den Vordergrund stellt, als grob und ungeschliffen abzulehnen. Die als Kenner (*daitō*) beschriebenen Teilnehmer waren nur am Essen interessiert. Das Vergnügen wurde zur Kunst und die Kenner trainierten ihre Fähigkeit, sich mit dieser Kunst zu vergnügen (Oka 2006: 153). All diese Beispiele verdeutlichen die Doppeldeutigkeit des Begriffes *kuidōraku* in der Meiji-Zeit. Was als Aufklärungsbegriff für den idealen Essalltag des ‚kultivierten Menschen‘ (*bunmeijin*) begann, wurde von den Akteuren der Gourmetkultur aufgegriffen und umgedeutet.

4.5 KULINARISCHER RAHMEN: VOM SEIYŌ-BOOM ZU WASHOKU-YŌSHOKU-CHŪSHOKU

Über die Vertragshäfen und die neu entstandenen Ausländerviertel in Osaka, Yokohama oder Tokyo kamen neue Speisen und Produkte nach Japan. Die westliche Kultur (*seiyō bunka*) verbreitete sich zunächst in diesen Vierteln. In Yokohama entstanden die ersten ausländischen Nieder-

lassungen, deren Bevölkerung rasch anwuchs: wohnten 1878 noch etwa 1370 Ausländer in den Vierteln, waren es 1897 bereits 2096. Chinesen machten 60 bis 70 Prozent der Bewohner des Viertels aus, ihnen folgten Briten, Amerikaner, Deutsche, Franzosen und Niederländer (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 200ff.). Obwohl die Chinesen die Mehrheit im Viertel ausmachten, veränderten die Bewohner aus westlichen Ländern mit ihren importierten und zunächst im Viertel verkauften Waren die japanische Esskultur nachhaltiger. Ab 1859 kamen regelmäßige Lieferungen an Vorräten und Ausstattung für die in Japan lebenden Ausländer, die ihre westliche Esskultur aufrechterhalten wollten (Cwiertka 2006: 38). Auch Fleisch wurde anfangs hauptsächlich aus Shanghai importiert. Bereits in den 1860er Jahren wurden in der Region Santan Rinder für den Konsum der in Japan lebenden Ausländer gezüchtet und über den Hafen in Kobe nach Yokohama verschifft. Das heute berühmte Kobe-Rindfleisch hat hier seinen Ursprung (Cwiertka 2006: 29).

Der Begriff *yōshoku* ist der Begriff für die neuen westlichen Produkte. *Yōshoku* stand aber nicht nur für die neuen Speisen, sondern für ein neues kulinarisches Umfeld, das beispielsweise auch die Einrichtung der Lokale einbezog. „*Yōshokuya* [Lokale für westliches Essen] created a new space where a cultural context of modern Japan was to be conceived“, meint Cwiertka (2006: 50). *Yōshoku* wurde anfangs noch mit sozial gehobenen Schichten assoziiert, verlor diese Assoziation aber mit dem Florieren billiger Lokale, die westliche Speisen als Kompromissgerichte servierten und schließlich unter dem Begriff *yōshokuya* zusammengefasst wurden. Spätestens ab den 1930er Jahren wurde *yōshoku* nicht mehr als fremdländisch empfunden, sondern repräsentierte die urbane Massengastronomie des modernen Japan mit multikulturellem Charakter (Cwiertka 2006: 54). Motoyama Tekishū (1881–1958), ein Koch und Schriftsteller der Meiji- und Taishōzeit, war der Meinung, dass westliche Speisen in der Meijizeit und danach von den gehobenen Gesellschaftsschichten vor allem wegen ihres Aussehens gegessen wurden. Es waren sofort prestigeträchtige Speisen. Dagegen kamen chinesische Speisen durch einfache Nudelläden (*shina sobaya*) und Lokale für Teigtaschen (*wantanya*) in Mode. Sie erlebten später einen umgekehrten Aufstieg zu Gourmetspeisen, vom einfachen Straßenessen zu begehrten Speisen (Motoyama 1947 zitiert nach Shindō 2000b: 110). Motoyama selbst war ein Verfechter der japanischen Küche: Rettich, Tofu und Sashimi sind für ihn die Essenz guten Schmacks und guten Nährwerts zugleich (Yamamoto 2002: 86).

Ich habe in diesem Kapitel bereits einige westliche Menüs, die bei Banketten oder in Restaurants serviert wurden, vorgestellt. Daher möchte ich hier den Fokus auf einzelne Lebensmittel legen, die ein wichtiger Teil der gehobenen Küche der Meijizeit waren. Die Legalisierung des Fleischge-

nusses für die japanische Bevölkerung kam erst nach der Meiji Restauration 1868 und stellte eine einschneidende Veränderung in der japanischen Esskultur dar. Während der Edozeit war der Fleischgenuss nur unter dem Deckmantel des medizinisch empfohlenen Verzehrs erlaubt, wobei auch dieser wieder zum Deckmantel für einen aufregenden, prahlerischen Prestigekonsum wurde. Welche Bedeutung der Fleischkonsum zur Meijizeit hatte, wird durch die offizielle Ankündigung vom 24. Januar 1872 verdeutlicht, in der der Verzehr von Rind und Schaf durch den Kaiser bestätigt und damit das offiziell geltende Fleischverbot aufgehoben wurde. So war es der Kaiser selbst, der als Fleischkonsument aus Japan eine moderne Nation machte und durch seinen Konsum den Fleischverzehr legitimierte (Cwierka 2006: 24). Dabei lagen dem Fleischverzehr der Meijizeit zunächst wieder medizinische Überlegungen zugrunde (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 203–205). Zwar durfte nun jeder Fleisch essen, der Verzehr war finanziell aber nicht für jeden möglich. *Sukiyaki* beispielsweise, dünn geschnittenes Rindfilet mit Gemüse und Sojasoße, war anfangs ein Arme-Leute-Essen und die wenigen verarbeiteten Fleischreste wurden mit viel Gemüse verdeckt (Kumakura 1992: 21). Verfechter der Losung von ‚Zivilisation und Aufklärung‘ wie der Intellektuelle Fukuzawa Yukichi befürworteten den Fleischverzehr zur körperlichen und geistigen Stärkung; er ermutigte diejenigen, die die Vorzüge des Fleischgenusses erkannt hatten und tadelte diejenigen, die sich dagegen wehrten (Fukuzawa 1870). Gegenbewegungen, die Fleisch weiterhin als unrein betrachteten, verloren schnell an Überzeugungskraft (Minami 2004: 92). Die zunehmende Ubiquität von Fleisch bedeutete natürlich auch, dass sich Fleisch nun nicht mehr als elitäres Produkt zur Distinktion eignete, wie es zur Edozeit der Fall war.

Es kamen schnell eine Reihe von Fleischgerichten auf: Beefsteak (*bifuteki*), Kotelett (*katsuretsu*), Rindfleisch Eintopf (*gyūnabe*) oder *sukiyaki*. Anfangs vor allem mit Rind zubereitet, wurden die Zutaten mit der landesweiten Verbreitung variabler: *Sukiyaki* wurde ab der späten Taishōzeit auch mit Geflügel, Kaninchen, Pferd, Wal, Seeaal, Makrele oder Gelbschwanz zubereitet. Mit Ausnahme von *gyūnabe* wurden die meisten neuen Gerichte zunächst in edlen, vornehmen Restaurants und Geschäften angeboten. Diese betrieben eine vornehme Zurschaustellung (*kōshōna kazaru*) der neuen Gerichte wie Omelett (*omuretsu*), Kotelett und Beefsteak, in großen Räumen, ohne Teilung durch Wandschirme und ohne das gemeine Volk als Gast (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 203–204, 258–259). Zwei Entwicklungen sorgten für eine schnelle Akzeptanz von Fleisch in der Bevölkerung, in der einfachen wie in der Gourmetküche. Zum einen bestand die französische Küche, die schnell von den oberen Schichten als prestigeträchtige Festtagsküche angenommen wurde,

zu einem großen Teil aus Fleischgerichten. Zum anderen wurde *gyūnabe* zu einem sehr beliebten Gericht in den Städten. Der Erfolg von *gyūnabe* basierte auf der Tradition des *kusurigui*, also der edozeitlichen Gewohnheit, Fleisch aus medizinischen Gründen zu essen, und auf dem Interesse der Bevölkerung an der westlichen Zivilisation und der Bereitschaft, auch deren als modern angesehene Speisen zu probieren (Cwiertka 2006: 33). In den 1870er Jahren stieg die Zahl der *gyūnabe* rasant an: aus einhundert im Jahr 1875 wurden zwei Jahre später 558 Läden.

Die neuen Gerichte wurden von Anfang an auf unterschiedliche Weise in der japanischen Esskultur aufgenommen; die offensichtliche Gourmetkultur war nicht immer der Taktgeber. Auch wenn *gyūnabe* seinen Weg in die japanische Küche nicht wie die meisten Fleischgerichte über die Haute Cuisine fand, möchte ich kurz darauf eingehen. Denn trotz seiner Verortung am unteren Rand des Sozialgefüges wurde *gyūnabe* als symbolträchtiges, modernes Gericht wahrgenommen – vergleichbar mit den französischen Gerichten, die auf Empfängen und Abendveranstaltungen der oberen Gesellschaftsschichten serviert wurden. Das Gericht wurde von Anfang an domestiziert, damit es den japanischen Konsumenten nicht zu fremd erschien. Das Rindfleisch wurde wie bekannte Wildgerichte mit Miso-Paste oder Sojasauce gewürzt (Cwiertka 2006: 31). Ab den späten 1880er Jahren wurden auch Lauch, Tofu oder feine Aronwurz (*shirataki*) hinzugefügt (Minami 2004: 93). Zwar war die Fremdheit ein Grund für die Attraktivität des Gerichts, sie durfte den einfachen Konsumenten aber auch nicht abschrecken. Die Fremdheit des Gerichts wurde auch dadurch relativiert, dass *gyūnabe* in den so genannten *donburi*-Eintopfgerichten einen beliebten Vorläufer hatte (Cwiertka 2006: 33).

Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi (2009: 204) halten *gyūnabe* nicht für ein prestigeträchtiges Gericht und rechnen es daher nicht den Gerichten zu, die als Symbole der Bewegung von ‚Zivilisation und Aufklärung‘ fungierten. Cwiertka (2006: 31) hingegen argumentiert, dass der gesamte Fleischverzehr, *gyūnabe* eingeschlossen, als Zeichen eines freien, städtischen Geistes galten. Sie verweist auf Mertz (2003: 4), der anmerkt, dass der städtische Fleischkonsument durch seinen Verzehr zeigte, dass er den sozialen Raum Edo verlassen und den neuen Raum Tokyo mit seinem kosmopolitischen Flair betreten hatte. Er konstatiert, dass durch diesen Akt die hierarchische Sozialstruktur der Edozeit endgültig aufgehoben wurde. Der Verzehr von *gyūnabe* und anderer Fleischgerichte war damit ein Zeichen von Modernität, der Überwindung alter gesellschaftlicher Grenzen und der Anpassung an einen neuen Zeitgeist.

Ein weiteres westliches Produkt, das schnell Verbreitung fand und ebenfalls schnell japanisiert wurde, war Brot. Brot war in Japan zwar schon bekannt, seit die Portugiesen es im 16. Jahrhundert nach Japan brachten.

Einige Teigspeisen wurden als *nanban*-Speisen populär, aber zu einem Grundnahrungsmittel wurde Brot nicht. Erst als in der Bakumatsuzeit die in Japan lebenden Ausländer ihr Brot importierten, eigene Bäckereien eröffneten und sowohl die Shogunatsregierung als auch einzelne Fürstentümer Brot als geeignete Militärverpflegung entdeckten und seine Herstellung förderten, verbreitete es sich langsam. 1865 eröffnete ein Brite namens Clark in Yokohama eine Bäckerei (*bēkarī*), die 1888 von Uchiki Hikotarō gekauft und als *Uchikipan* weitergeführt wurde. Nach Clarks Bäckereieröffnung kamen weitere Bäckereien und Brotabteilungen in Hotels wie dem Tsujiki Seiyōken hinzu. 1882 gab es in Tokyo bereits 116 Bäckereien, drei Jahre später war ihre Anzahl auf 170 angestiegen (Minami 2004: 93–94). Einen wichtigen Beitrag zur Verbreitung von Teigwaren leistete Kimura Yasubei (1817–1889), der 1875 das so genannte *anpan* erfand, ein Brot gefüllt mit Bohnenpaste. Er ersetzte die westliche Hefe durch eine Reishefe aus Sake, süßte den Teig und füllt ihn mit Bohnenpaste, die bei der Herstellung von japanischen Süßigkeiten verwendet wird. Er nahm ein Symbol der westlichen Esskultur, das Brot, und inkorporierte es durch eine veränderte Zubereitung und ein neues Erscheinungsbild in die japanische Esskultur (Minami 2004: 94). Das Brot war als *anpan* ein westliches Produkt, das, wie *gyūnabe*, von Anfang an als westlich-japanische Mischung konsumiert wurde. Beide Speisen hatten zwar eine westliche Konnotation, aber mit westlichen Gerichten nichts mehr zu tun.

Fleisch und Brot waren nicht die einzigen westlichen Lebensmittel, die in Japan eingeführt wurden. So genannte Kontraktausländer (*oyatoi gaikokujin*) wurden meist von der Regierung angestellt und sollten als Experten die Modernisierung Japans vorantreiben. Zwischen 1868 und 1899 waren circa 2000 solcher Experten in Japan und einige berieten bei Anbau und Verarbeitung neuer Produkte. Es wurden neue Getreidearten, Gemüse- und Obstsorten sowie Vieh eingeführt. Lebensmittelexperten lehrten Herstellungsmethoden diverser Produkte wie Schinken, Wurst, Milch und Molkereiprodukte, Traubenwein und Bier bis hin zu Ketchup. Ausländische Berater waren auch an der landwirtschaftlichen Erschließung Hokkaidōs beteiligt (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 210–211). Einige Lebensmittel wie Kartoffeln, Kohl oder Zwiebeln waren nach der Jahrhundertwende so weit in der japanischen Esskultur angekommen, dass sich ihre Anbaumengen zwischen den 1870er Jahren und dem ersten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts vervielfacht hatten und sie auf den Märkten zu gleichen Preisen wie japanische Produkte angeboten wurden. Andere wie Rindfleisch, Eier, Butter und Kuhmilch blieben teuer (Cwiertka 1996b: 73). So waren viele aus dem Westen eingeführte Lebensmittel so weit domestiziert, dass sie ihre Fremdheit, Exotik und Neuartigkeit verloren. Andere Lebensmittel blieben schwer erhältlich oder teuer,

weshalb Hausfrauen und billige Lokale die japanisch-westlichen Mischgerichte aufgriffen, die zwar günstig aber trotzdem innovativ waren. Für die Gourmets waren diese uninteressant. Mit zunehmender Verbreitung der westlichen Lebensmittel um die Jahrhundertwende und ihrer Verwendung für die Kompromissgerichte ging deren Exklusivität verloren. Die als integrativ, unverfälscht und rein angesehene japanische Küche war nun das Ziel der Feinschmecker (vgl. Appadurai 1986: 44).

Für den Monat Mai 1905 schlägt Akabori Minekichi in der Gekkan Shokudōraku folgendes Menü bestehend aus fünf Gängen vor: Zunächst eine Misosuppe sowie Meerbrasse mit Adlerfarn und gemahlenem Pfeffer. Als Zwischenspeise serviert er Fischwurst (*kamaboko*), besonders umwickelten rohen Fisch (*nazunamaki sushi*) und Süßkartoffelstampf mit getrockneten Kastanien (*kachiguri kinton*). Im Anschluss gibt es Sashimi: Streifen vom rohen Karpfen (*koi no ikezukuri*), die den gesamten Fisch erkennen lassen, dazu Rettich (*mizudaikon*), Wasabi (*hanawasabi*) und Sojasauce aus Tosa (*tosa shōyu*). Nun serviert er Topfgerichte: in ein Blatt der japanischen Kaisereiche gewickelte und gedünstete Meerbrasse (*kashiwamushi tai*). Dazu gibt es Reisbällchen eingewickelt in Bambusblätter und Ingwer (*chimaki*). Zum Abschluss werden Schalengerichte serviert: eine Mischung aus gedämpftem beziehungsweise gekochtem, geklopftem oder geraspelttem Fleisch von Garnelen, Vögeln oder Fischen, Pfeilwurzel und Ingwer (*gomoku shinjo*) (Akabori 1905). Ein solches Menü zuzubereiten, erforderte von Koch oder Köchin trotz der ausführlichen Erklärungen von Akabori eine gewisse kulinarische Erfahrung. Hinzu kommt, dass er in jedem Gang unterschiedliche Sorten von Wasabi, Rettich, Ingwer oder Sojasauce verwendet, sodass jeder Gang trotz ähnlicher Beilagen eine eigene Nuance erhält.

Mit dem Beginn des 20. Jahrhunderts und dem Ende der Meijizeit ging der Boom westlicher Speisen zu Ende. Auch im kulinarischen Bereich war das Bestreben nicht mehr die Imitation westlicher Gerichte, sondern es wurde nach einem eigenständigen, japanischen Weg der Modernisierung gesucht. Die westlichen Speisen zur Zeit der kulinarischen Zivilisation und Aufklärung (*shoku no bunmei kaika*) konnten sich deshalb so gut verbreiten, weil in allen gesellschaftlichen Schichten eine Mischung von Neugier auf und Bewunderung für die westlichen Länder vorhanden war. Die Menschen waren einerseits neugierig auf die fremden Speisen und andererseits hielt man die westliche Küche aus ernährungswissenschaftlichen Gründen für überlegen. Erst im 20. Jahrhundert erreichte die westliche Küche die normale Bevölkerung in ihrem Zuhause. Bis dahin wurde sie vor allem bei Abendgesellschaften und Banketten der höheren Gesellschaftsschichten praktiziert (Cwierka 1996b: 65). Das Wissen über und Praktizieren von westlicher Haute Cuisine brachte den

Akteuren, vor allem Regierungsbeamte und Angehörige der gehobenen, wohlhabenden Schichten, einen gehobenen sozialen Status und die Möglichkeit der sozialen Distinktion. Über Romane und Zeitschriften fand früh eine intellektualisierung der westlichen Küche statt. Diese ermöglichten auch denjenigen den Zugang zur neuen Haute Cuisine, die sie nicht aktiv bei Banketten oder förmlichen Abendgesellschaften praktizieren konnten. Was Rath (2010a) als ‚food and fantasy‘ für die Edozeit beschreibt, lässt sich auch auf die Meijizeit übertragen: an der Gourmetkultur konnte man auch ohne den eigentlichen Akt des Verzehrens nur über den Intellekt teilhaben.

4.6 ZUSAMMENFASSUNG

Die Meijizeit war kulinarisch gesehen eine französische Zeit. Im Rahmen der staatlichen Losung von ‚Zivilisation und Aufklärung‘ wurde aktiv ein ganzes Essumfeld eingeführt und die Japaner domestizierten es innerhalb weniger Jahrzehnte. Die Gourmets wandten sich der französischen Haute Cuisine zu, wie sie auch bei Staatsbanketten bald serviert wurde. Diese Tendenz ließ erst gegen Ende der Meijizeit nach, als sich die neuen Speisen in Form von westlich-japanischen Mischgerichten im Alltag der breiten Bevölkerungsschichten zu etablieren begannen. Viele der frühen meijizeitlichen Gourmets waren Politiker oder politisch aktive Industrielle, die sich zu Mäzenen einer neuen gehobenen Küche machten und diese bei ihren Privatveranstaltungen ebenfalls nachfragten – ohne aber die vertraute japanische Küche gänzlich zu vergessen. (Staats)bankette, Tanzveranstaltungen und Hotelrestaurants waren die öffentlichen Orte der Gourmetkultur dieser Zeit. Gleichzeitig wurden auch halb-öffentliche Räume wie die Gourmetvereine gefunden, in denen sich die Gourmets austauschen und den kulinarischen Genüssen frönen konnten. Gourmetzeitschriften sorgten für die Intellektualisierung des Diskurses. Hier wurden nicht nur neue Gerichte oder Restauranttipps vorgestellt, die Gourmets diskutierten auch über ihre eigenen Aktivitäten.

5 DER GOURMETDISKURS DER TAISHŌZEIT UND FRÜHEN SHŌWAZEIT – RATIONALITÄT VS. SCHLEMMEREI

Die Taishōzeit umfasst die Regierungsjahre des Taishō-Kaisers von 1912 bis 1926. Es sind Jahre, die von Liberalisierung, Konsolidierung moderner Wirtschaftsstrukturen, vom sozialen Wandel und einem größeren internationalen Engagements Japans geprägt sind. In der Rückschau, meint Mathias (2010: 378–379), umfasst der Taishōbegriff die ersten drei Jahrzehnte des 20. Jahrhunderts. Diese Zeit unterscheidet sich von der autoritären ersten Hälfte der Meijizeit und den nachfolgenden Jahren des Militarismus und Ultrationalismus. Besonders das Erdbeben, das Tokyo 1923 erschütterte, stellte in vielerlei Hinsicht eine Zäsur dar und sorgte für zahlreiche Neuerungen im Stadtbild und bald auch im Alltag der Menschen.

Japan ist in der Taishōzeit endgültig zum Industriestaat geworden: die Industrieproduktion überstieg die landwirtschaftliche Produktion. Die Gesellschaft der Taishōzeit ist eine vielschichtige. Mit Blick auf die Metropolen Tokyo, Osaka und Kyoto lässt sich sagen, dass die Angehörigen der städtischen Mittelschicht die Katalysatoren der beginnenden Konsumgesellschaft waren. Sie wohnten in modernen, neu gebauten Apartments der gemeinnützigen Wohnungsbaugesellschaft *dōjunkai* in der Vorstadt. Die Männer arbeiteten als Angestellte (*sarariman*) und pendelten zu ihrem Arbeitsplatz in der Innenstadt. Der Einkaufsbummel in den neuen Einkaufsstraßen und -vierteln mit ihren Kaufhäusern und Cafés gehörte zum Lebensstil der Mittelschicht. Radio, Zeitungen und Zeitschriften waren Informations- und Bildungsquellen für die Hausfrau, die für ihre Kleinfamilie nahrhafte Mahlzeiten zubereiten sollte (Takemura 2004: 92).

Die arme Stadt- und Landbevölkerung konnte sich diese Annehmlichkeiten nicht leisten. An sie und ihre Lebensumstände richteten sich die Reformer der Alltagsverbesserungsbewegung (*seikatsu kaizen undō*). Es ging um Verbesserungen in allen Lebensbereichen, die Küchenausstattung und -hygiene sowie die Ernährung spielten bei den Ideen und Aktivitäten der Bewegung aber eine besondere Rolle. In kulinarischer Hinsicht ist die Taishōzeit eine Zeit, in der sich Entwicklungen, die bereits in der Meijizeit ihren Anfang genommen hatten, konsolidierten und neue Speisen mehr und mehr in den unteren Bevölkerungsschichten ankamen. Westliche Gerichte verloren ihre Fremdheit und wurden langsam auch von den Hausfrauen für die Familien zubereitet.

Wie bei politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen waren zwischen der Meiji-, Taishō- und Shōwazeit die Übergänge auch auf kulinarischem Gebiet fließend und neue Entwicklungen begannen nicht im Jahr 1912. Aber gerade in dem von mir untersuchten Bereich der Gourmetkultur setzte bereits seit der späten Meijizeit ein Wandel weg von der Fokussierung auf westliches Essen hin zu japanischen und chinesischen Gerichten ein. Ich konzentriere mich daher in diesem Kapitel auf diese Entwicklung in der Taishō- und frühen Shōwazeit bis zum Ende der 1940er Jahre.

Zunächst beschreibe ich das gesellschaftliche und kulinarische Umfeld dieser Zeit. Ich werfe einen Blick auf das Alltagsleben der neuen Mittelschicht, ihre Wohn- und Arbeitssituation sowie ihre Freizeitgestaltung. Sie ist die Bevölkerungsschicht, die die Neuheiten der Meijizeit in ihr Leben integrieren konnte und wollte. Auf kulinarischem Gebiet eignete sie sich die westlichen Speisen und Aktivitäten wie Restaurantbesuche der meijizeitlichen Gourmets an. Zeitungen, Zeitschriften und Radiosendungen trugen zur Verbreitung des Wissens über Zubereitungsarten und Rezepte bei. Damit wurde das westliche Essen für Gourmets zunehmend uninteressant und sie suchten nach neuen Speisen, die sie in China und auf dem japanischen Land fanden. Mit der steigenden Popularität und Zugänglichkeit von Cafés für die Allgemeinheit zogen sich Gourmets aus der Öffentlichkeit zurück und suchten ihr kulinarisches Glück in Vereinen und Mitgliedern vorbehaltenen Restaurants. Tanizaki Jun'ichirō beschreibt dies in seinem Roman *Bishoku kurabu*, dem ich mich in diesem Kapitel genauso widmen werde wie den kulinarischen Aktivitäten von Kitaōji Rosanjin, der einen solchen Gourmetclub in Tokyo gründete und ein Mitgliederrestaurant betrieb.

5.1 CHARAKTERISIERUNG DER TAISHŌ- UND FRÜHEN SHŌWAZEIT: STÄDTISCHE MODERNE UND BEGINN DER MASSENGESELLSCHAFT

Die Stadtbewohner sind die hauptsächlichen Akteure der kulinarischen Entwicklung und spielen als Konsumenten eine besondere Rolle. Während 1918 noch zwei Drittel der Japaner auf dem Land lebten, erlebten die Städte einen massiven Bevölkerungsanstieg, bestimmten den Wandel und wurden zum Motor der Modernisierung. Mit dem großen Kantō-Erdbeben vom 1. September 1923 ging das alte Edo endgültig unter. Das Erdbeben und die darauf folgenden Brände zerstörten 44 Prozent des Tokyoter Stadtgebiets. In den 1920er und 1930er Jahren entstand eine moderne Hauptstadttarchitektur mit Landmarken wie dem Parlamentsgebäude, dem Kaiserlichen Theater, dem Hauptbahnhof, den Warenhäusern

sern. Ganze Viertel wurden neu erdacht, wie die Ginza als Flanier- und Einkaufsmeile oder Marunouchi als Banken- und Wirtschaftszentrum. Die Viertel rund um die neuen Bahnhöfe blühten als Vergnügungszentren mit Kinos, Cafés, Tanzhallen und Geschäften auf (Mathias 2010: 354, 360–361). Der Neubau vieler Lokale und Restaurants führte auch zu einer veränderten Esskultur. Anstatt auf dem Boden zu sitzen, wurden die Lokale mit Tischen und Stühlen eingerichtet. Das Speisenangebot erweiterte sich (Nakahara 2008: 132).

Die Kaufhäuser Mitsukoshi aus Tokyo sowie Daimaru und Takashimaya aus Osaka machten mit einer weiteren Neuerung den Anfang: die Kunden durften die Kaufhäuser mit Schuhen betreten und mussten sie nicht mehr gegen Slipper tauschen oder eine Schutzhülle darüber ziehen, wie es vorher üblich gewesen war. Damit wurden sie zur erweiterten Einkaufsstraße. Der Stadtbummel (*shinai yūran kōsu*) an den arbeitsfreien Tagen wurde zur neuen Freizeitbeschäftigung und die Kaufhäuser zu Orten des Massenkonsums. Für Takemura stellt dies alles den Keim der Massengesellschaft (*taishū shakai*) dar, die während der Hochwachstumsphase der 1960er Jahre endgültig aufblühte (Takemura 2004: 97–98). Nach dem großen Erdbeben 1923 entstand in Tokyo mit Marunouchi ein neues Viertel mit modernen Eisenbetonhochhäusern, Straßenbahnen verbanden die Vororte als Wohnorte mit der Innenstadt als Arbeits- und Vergnügungsort. Der urbane Lebensstil der neuen Mittelschicht wurde von den auf der Ginza flanierenden modern boys (*mobos*) und modern girls (*mogas*) verkörpert, die sich elegante, schicke Moden und Gewohnheiten aneigneten, so auch in der Esskultur (Takada 2007: 11–12).

Wie bereits in der Meijizeit war die neue Mittelschicht der Vorreiter für viele gesellschaftliche Entwicklungen. Sie hatte genug Ressourcen für Bildung, Kleidung, Wohnung und Freizeit, also ein soziales Leben übrig (Mathias 2010: 364). „Japan was growing more sophisticated in parts, lusting after cuisine with taste and nutritional value, not just something to fill the belly“ (Kushner 2010: 148). Zum neuen urbanen Lebensstil gehörten auch Cafés und Restaurants. Was in der Meijizeit das Hotelrestaurant war, war in der Taishōzeit das Café: ein Ort der westlichen, modernen Avantgarde. Eguchi (1918; zitiert nach Saitō 2011: 153) spricht sogar von einer Blütezeit der Cafés (*kaffe no ryūkō*). Für eine kurze Zeit war das Café auch ein Treffpunkt der Gourmets. Es gab auch vor der Taishōzeit Orte, an denen Tee oder Kaffee getrunken wurde. Zu den edozeitlichen Teehäusern (*chashitsu* und *chamise*) kamen ab den 1880er Jahren die ersten *kissaten* genannten Lokalitäten hinzu. Letztere vereinten westliche und japanische Einflüsse und waren im Wesentlichen Orte, an denen man(n) aß, trank und sich vergnügte (Saitō 2011: 144). 1911 eröffnete der Künstler Matsuyama Shōzō das erste Café, das auch so hieß. Er wählte einen fran-

zösischen Namen, Café Printemps, schrieb ihn aber in Katakana: カフェ プランタン. Sein Café war ein Verein, die Vereinsmitglieder waren Intellektuelle, Künstler, Schriftsteller und zahlten einen Mitgliedsbeitrag (Tipton 2010: 119). Auch der Schriftsteller Tanizaki Jun'ichirō, auf den ich in diesem Kapitel noch zu sprechen komme, zählte zu den Mitgliedern (Hosokawa 2014: 112). Sie saßen auf Stühlen an Holztischen mit Tischdecke, aßen westliches Essen und nahmen westliche Getränke zu sich. Bald öffneten ähnliche Lokalitäten ihre Türen. Der Journalist, Schriftsteller und Sozialkritiker Murobushi Kōshin (1889/1892–1970) charakterisierte das Leben in der modernen Stadt folgendermaßen: „the modern city meant liberation, not only liberation of the townspeople (*chōnin*) from their low status in the feudal hierarchy of classes or liberation of the intellect from the Neo-Confucian orthodoxy, but also liberation for women, for relations between men and women, and for drinking“ (Tipton 2010: 121). Das Café war Ausdruck dieser Befreiung.

Nach dem Kantō-Erdbeben eröffneten immer mehr Cafés: Gab es 1922 zwanzig Cafés auf der Hauptstraße Ginzas, waren es 1929 bereits fünfzig. Der Höhepunkt des Café-Booms war 1934 erreicht. In jenem Jahr gab es in ganz Japan 37.065 Cafés und Bars und über 100.000 Kellnerinnen. Die Zahl der Kellnerinnen nahm überproportional stark zu, da die Cafébesitzer keinen festen Lohn zahlten und die Kellnerinnen allein vom Trinkgeld lebten (Tipton 2010: 129). Glichen die ersten Cafés europäischen, bürgerlichen Salons, in denen es Betreibern und Besuchern gleichermaßen um einen westlichen Lebensstil und die Schaffung einer Habermas'schen (1990) bürgerlichen Öffentlichkeit ging, kam in den 1920er und 1930er Jahren ein neuer Trend von Osaka nach Tokyo und prägte die Masse der Cafés. Die Cafés boten als besondere Dienstleistung nun den so genannten *jokyū*-Service an. Als *jokyū* bezeichnet man die Kellnerinnen, die zum zentralen Faktor der Cafés wurden (Saitō 2011: 140–141). Gegen ein Trinkgeld sangen und tanzten sie zu Musik (Hosokawa 2014: 112) und boten teilweise erotische Dienste an (Tipton 2010: 127). Die Dienste der Kellnerinnen überlagerten schnell die Speisen, die Getränke oder das Zusammensein mit Gleichgesinnten in den Cafés (Saitō 2011: 140–141). Als diese Art der Unterhaltung wichtiger wurde als die Verköstigung, waren Cafés keine Orte mehr für Gourmets wie Tanizaki.

Die Gourmetkultur der Taishō- und frühen Shōwazeit ist nach wie vor eine männlich dominierte Sphäre, umso mehr, als in der Taishōzeit der Haushalt endgültig als weibliche Sphäre etabliert wurde. Es gab vereinzelt Frauen in der kulinarischen Szene, die die Gourmetkultur zwar nicht als Ganzes prägten, die ich aber auch nicht unerwähnt lassen möchte. Die Schriftstellerin Hayashi Fumiko (1903–1951), die auch

Zeiten bitterster Armut kannte, plante, von ihrem ersten Honorar der Asahi Shinbun, das sie für einen Roman in der Abendausgabe erhielt, in einem erstklassigen Restaurant auf der Ginza essen zu gehen, das teuerste Tempura der Karte zu bestellen und im Luxusauto nach Hause zu fahren. Während eines längeren Aufenthaltes in Paris 1931 bis 1932 hatte sie die Gelegenheit, mit dort lebenden japanischen Künstlern das Fischgericht *kabayaki* oder Tempura schmatzend zu essen und die edelsten Restaurants zu betreten. Zurück in Japan ging sie auf jeder Lesereise schick und lecker essen. Auch schreibend beschäftigte sie sich mit dem Thema. In der Frauenzeitschrift *Shufu no Tomo* schrieb sie 1951 über das Reisen mit dem Ziel, lokale Spezialitäten zu essen (*meibutsu tabearuki*). Hayashi genießt das gemeinsame Essen und beschreibt im Artikel einen Besuch im *Iwashiya* in Ginza, wo sie unter anderem mit Cayennepfeffer eingelegtes Gemüse (*nanbanzuke*), Essiggemüse (*sunomono*) und *kabayaki* mit den Fingern aßen. „Ich gebe ein Gastmahl. Weil ich genieße, habe ich gern Geselligkeit“ – so beschreibt sie ihr Feinschmeckertum (Hirano 2002: 166–168; *watashi ga gochisōshimasuyo. wata-shiga enjoishiyō toiu no dakara, otsukiaishitekudasaiyo*).

Die Schriftstellerin Okamoto Kanoko (1889–1939) ist ein Beispiel für die literarische Gourmetkultur der Zeit. Ihr Werk ist voll von prunkvoller, kulinarischer Leidenschaft, einer Leidenschaft für die Schönheit und den Geschmack (Sano 2002a: 155). Mit dem 1937 erschienenen *Shokuma* (‘Der Gourmand’) sowie dem 1939 erschienenen *Sushi* gehört sie zu den wenigen Frauen der gastronomischen Literatur der Vorkriegszeit. Sie widerlegt mit ihrer Literatur das damalige Vorurteil, Frauen könnten Geschmack nicht verstehen oder gar beschreiben. In *Shokuma* beschreibt sie die Beziehung eines genialen, aber arroganten Kochs – dessen Vorbild Kitaōji Rosanjin sein soll – zu zwei Schülerinnen, die sein Verhalten abschätzig kommentieren. Okamoto stellt damit klar, dass auch Frauen Geschmack beschreiben und verstehen können und damit unverzichtbar sind für das Verständnis von kulinarischer Kunst (Aoyama 2008: 146, 149). Die Kurzgeschichte *Sushi* widmet sich hingegen der klassischen Rolle der Frau als liebevolle Versorgerin der Familie, die aber mit ihren Speisen ähnliche Reaktionen auslösen kann wie ein Meisterkoch. Der anorexische Sohn der Protagonistin findet erst durch das selbst gemachte *Sushi* der Mutter aus seiner Krankheit und erlebt eine „ecstatic joy of eating – the various sensations of chewing, biting, tasting and swallowing“ (Aoyama 2008: 149). Die Mutter erfüllt ihre Pflichten als fürsorgende Hausfrau und der Sohn seinerseits erlebt diese Mahlzeiten wie ein Feinschmecker.

Ansonsten verkörperte die weibliche Sphäre geradezu das Gegenteil des Schlemmens, Genießens und gastronomischen Diskutierens der

Männer. Ich möchte hier nicht allzu sehr in die Tiefe gehen, diesen für das kulinarische Umfeld der Taishōzeit so wichtigen Bereich aber auch nicht unerwähnt lassen. Staatliche und zivilgesellschaftliche Akteure der ‚Alltagsverbesserungsbewegung‘ (*seikatsu kaizen undō*) sprachen die Hausfrau an. Sie hatten sich zum Ziel gesetzt, den Lebensstandard der ärmeren Bevölkerungsschichten zu verbessern und widmeten sich dafür auch dem Haushalt, der Hygiene in der Küche sowie der Ernährung. Beeinflusst von neuen, ‚modernen‘ Wissenschaften wie der Haushaltsökonomie und den Ernährungswissenschaften sollten die Hausfrauen dazu gebracht werden, sparsam und effizient, also rational, mit ihren finanziellen Mitteln umzugehen und sinnvolle Ausgaben zu tätigen, die den Alltag insgesamt verbessern würden. In Bezug auf das Essen hieß das: rationaler Konsum von günstigen, aber gesunden Lebensmitteln (Garon 1994: 356). In Bezug auf die Küche hieß das: eine hygienisch saubere Küche mit praktischen, effizienten Utensilien. Ausstellungen, Lehrgänge und Vorlesungen verbreiteten das neue Ideal (Yamao 2004: 47).

Informationen zu den Familiengerichten, die die Hausfrauen mit dem erlangten Wissen zubereiten sollten, kamen auch über Medien wie Zeitschriften, Zeitungen, Ratgeberbücher und das Radio in die Familien. Takemura (2004: 112–113) bemerkt, dass die Taishōzeit nach der Genrokuzeit (1688–1704) die zweite Epoche in der japanischen Geschichte ist, in der das Lesen, insbesondere das Lesen von Ratgebern derart florierte. In der Taishōzeit kam es zu einem regelrechten „Gründungsboom von Frauenzeitschriften“ (Yasuhara 2005: 41, *fujin zasshi no sōkan rasshu*). 1916 wurde die Zeitschrift Fujin Kōron gegründet, 1917 Shufu no Tomo und 1925 Ie no Hikari. Alle Zeitschriften hatten die kochende Hausfrau als Zielgruppe – die beiden erstgenannten Zeitschriften zielten auf die Mittelschichtshausfrau, während Letztere die bäuerliche Hausfrau ansprach. Shufu no Tomo und Ie no Hikari erreichten in den 1930er Jahren Auflagenstärken von jeweils über einer Million Exemplare (Frederick 2006: 93; Partner 2001: 491). Der Erfolg der Zeitschriften ist auch der gesteigerten Alphabetisierungsrate der Frauen zu verdanken, obschon eine flächendeckende Verbreitung aufgrund finanzieller Einschränkungen besonders der bäuerlichen Familien in der Taishōzeit noch nicht erreicht wurde (Yasuhara 2005: 41).

Der beim meijizeitlichen Murai vorherrschende Gedanke der Demokratisierung der zivilisierten Esskultur durch Fokussierung auf die (Haus)frau und Familie findet in den in der frühen Taishōzeit erscheinenden Zeitschriften Eingang. Ab 1913 erschien Ryōri no tomo, herausgegeben von der Dainihon Ryōri Kenkyūkai. Diese Monatszeitschrift war ein praktischer Ratgeber für Hausfrauen und enthielt neben Rezepten auch Artikel zur gesunden Ernährung, Hygiene, Berichte über

einzelne Produkte und Kochutensilien. Sie hatte eine moderne Ausstrahlung, den Einband zierte fast immer eine modern dargestellte Frauengestalt. Weitere Zeitschriften, die sich an Hausfrauen richteten, florierten durch die gestiegene Alphabetisierung der Zielgruppe. Zeitschriften wie *Shufu no Tomo* sowie die ab 1920 erscheinende *Shufu Kurabu* richteten sich beide bereits dem Titel nach an Hausfrauen und hatten eine praktische Ausrichtung. Sie lehrten die Frauen die Haushaltsführung (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 232–233). Gourmetzeitschriften hingegen richteten sich weiterhin nicht nur an Frauen der Oberschicht sowie der neuen Mittelschicht, sondern vor allem an männliche Gourmets.

Das Genre der Hausfrauenzeitschriften trug besonders dazu bei, dass neue Gerichte und Lebensmittel ihren Weg auf die Teller der Haushalte fanden. Auch Gastronomen und Gourmets wie Kitaōji Rosanjin (1883–1959), mit dem ich mich in diesem Kapitel eingehend beschäftige, nutzten die Zeitschriften, um Rezepte zu veröffentlichen und ihre kulinarischen Ansichten zu verbreiten. Rosanjin stellte Rezepte im 1926 auf Sendung gegangenen Radiosender *Shadan hōjin nippon hōsō kyōkai*, abgekürzt NHK, vor (Hielscher und Rechenberger 2015). Rosanjin fordert die Frauen sogar auf, in Restaurants zu gehen, um sich kulinarisches Wissen anzueignen, damit sie den Männern nicht unterlegen sind (Kitaōji 1925 in Doi 2011: 125). Dabei wusste Rosanjin als Gastronom das Familienessen durchaus zu schätzen: „Home cooking, substantial and unadorned, has no ulterior motive. It is straightforward, honest, good food. It may be prepared by amateurs, but as a source of family peace and harmony, as well as companionship, it is prepared with earnestness and love“ (Cardozo und Hirano 1987: 124). Er bemerkt auch, dass auswärts essen gehen nicht automatisch bedeutet, eine qualitativ hochwertige Mahlzeit zu bekommen: „It is a mistake to assume that food one pays to eat, just because it is made by a professional, must therefore be good. That attitude is another reason for the decline of home cooking“ (Cardozo und Hirano 1987: 124). Damit ging es in den Zeitschriften nicht nur um die Ideale der Familiengerichte oder kulinarischen Zeitvertreib, sondern auch um die kulinarische Professionalisierung der Hausfrauen. Das Gleiche gilt für Kochbücher, die Bankettspeisen und westliche Speisen beschrieben. Sie dienten sicher nicht vorrangig der praktischen Umsetzung, sondern dem Zeitvertreib und sorgten dafür, dass Informationen über solche Gerichte auch die Peripherie erreichten (Yamao 2004: 30). Die Zeitschriften spielten auch mit der Umsetzung der orthodoxen Familiengerichte, indem sie Wettbewerbe für die Hausfrau ausschrieben. Die Zeitschrift *Shufu no Tomo* rief die Hausfrauen mit ihrer Rubrik ‚Der

Menüplan unseres Heims' (*waga ie no kufū ryōri*) dazu auf, sich von bestehenden Rezepten zu lösen und selbst kreativ zu werden (Kumakura 1992: 15).

Yamao gibt zu bedenken, dass die Sendungen – und die Zeitschriften (Cwiertka 2006: 99–100) – gerade in den Anfangsjahren des Radios trotz ihrer Beliebtheit wenig Hörerinnen hatten und die vorgestellten Rezepte nicht die kulinarische Realität der Familien darstellte, weil mit Absicht außergewöhnliche und fremde Restaurantküche (*ryōtei ryōri*) vorgestellt wurde. Die Programme weckten das Bedürfnis nach abwechslungsreicher Familienküche und zeigten Möglichkeiten auf. In jedem Fall dienten sie der Unterhaltung (Yamao 2004: 59–61) – genau wie die Kochbücher der Edozeit. Kochschulen wie die Akabori Kappō Kyōjō, die ich im vorherigen Kapitel zur Meijizeit angesprochen habe, trugen ebenfalls zu dieser Entwicklung bei. Für Akabori Minekichi war die gehobene Restaurant- und Hotelküche sogar der Maßstab für die Gerichte seiner Schülerinnen. Die gehobene Küche, auch Schwelgerei und Luxus gehörten für ihn zur feinen Lebensart der Frau – allerdings richtete er sein Angebot ursprünglich an Frauen der gehobenen Schichten und nicht die der Mittelschicht (Yamao 2004: 19). Er wollte die Restaurantküche in die Haushalte bringen und dafür brauchte *frau* eine professionelle Ausbildung. Die Professionalisierung ist der einzige Aspekt, der die Familienspeisen der Taishōzeit in die Nähe der Gourmetküche rückt. Abgesehen von Akabori mit seinem Fokus auf Schwelgerei und Luxus stehen Schlemmerei und Genießen bei den Familienspeisen nicht an höchster Stelle. Auch findet keine Intellektualisierung des Kochens und Essens statt, anders als bei Gourmets, die ihre kulinarische Erfahrung gerne verschriftlichen oder im Kreise Gleichgesinnter diskutieren.

Die Familiengerichte stellen also in vielerlei Hinsicht das Gegenteil der Gourmetküche dar: hier ging es um Rationalität, Nahrhaftigkeit, Sparsamkeit und Hygiene. Der Hausfrau wurde zwar Fantasie, Wissbegierde und Mut abverlangt, Neues auszuprobieren. Schmecken sollten die Familienspeisen natürlich auch, aber zum Schlemmen, Schwelgen, Genießen und Debattieren kochte die Hausfrau nicht. Letztendlich sind die Familienspeisen nur Mittel zum Zweck und nicht der Grund der familiären Zusammenkunft. Es ging um die Schaffung einer harmonischen Familie. Seit den 1930er Jahren wurden die Hausfrau und ihre Mahlzeiten zudem für nationale Propagandazwecke benutzt: „die Familiengerichte wurden von einer innerfamiliären Alltäglichkeit zu einer nationalen Sache“ (Yamao 2004: 51; *katei ryōri o kateinai no deki goto kara kokkateki jigiyō he to hikiagete*). Eine kulinarische Rolle außerhalb der Familie, gar als semiprofessionelles Hobby, war für die Frau nicht vorgesehen und so taucht sie auch bei den Beschreibungen der diversen Zusammenkünfte

von Gourmets nicht auf. Die männlichen Feinschmecker blieben, abgesehen von ihrem Diskurs in gastronomischen Zeitschriften und Zeitungen, in ihren Vereinen und Restaurants unter sich – auch wenn einzelne Gourmets wie Kitaōji Rosanjin ihre Ideen in die Massenmedien für die Hausfrau trugen. Gourmetkultur wurde – anders als die Hausfrau und ihre Familiengerichte – nicht mit einer politischen Agenda bedacht und war auf diese Weise auch ein Rückzugsort für die Teilnehmenden. Der Sinn der Zusammenkunft von Gourmets war der gemeinsame Genuss der Speisen und die kulinarische Reflexion darüber.

Die Gourmets der Taishōzeit praktizierten ihre kulinarische Gemeinschaft in Vereinen. Kitaōji Rosanjin gründete mit seinem Partner Nakamura Takeshirō einen Gourmetclub und eröffnete schließlich ein eigenes Restaurant – inklusive eigener Keramikherstellung und theoretischer Diskurse. Der Gourmet und Chinaliebhaber Tanizaki Jun'ichirō beschreibt in seinem Roman die fast schon verzweifelte Suche seiner Protagonisten nach Gerichten, die sie noch überraschen können. Der Sinologe Gotō Asatarō spricht von einer regelrechten Pilgerreise zu exklusiven chinesischen Restaurants. Ich werde diese Beispiele im Laufe des Kapitels aufgreifen. Aoyama bemerkt dazu: „food was already becoming an object of fashion in the urban society of the 1920s“ (2010: 157). Neben den Vereinen und neuen Restaurants gab es die seit der Edozeit bestehenden Gourmetrestaurants, die nach wie vor von Feinschmeckern frequentiert wurden: Das Yaozen und das Warajiya in Tokyo oder das Hyōtei in Kyoto. Auf der anderen Seite scheinen die westlich geprägten Hotelrestaurants wie das Seiyōken mit seinem meijizeitlichen Gourmetverständnis einer rein französischen Küche in der Taishōzeit für die Gourmets keine große Rolle mehr zu spielen.

Die allmähliche Abkehr der Gourmets von westlichen Speisen lässt sich auf zweierlei Weise erklären. Das westliche Essen, das während der Meijizeit in teuren Restaurants und Hotels serviert wurde und Liebhaber unter den Feinschmeckern fand, drang in die unteren Schichten und in Form von domestizierten westlichen Gerichten in die Familien vor. Die Speisen entfernten sich von der Haute Cuisine und ihre Anhänger mussten sich nach neuen Speisen umsehen, die als Distinktionsmerkmal dienen können. Es kam zu einer Neuentdeckung und Neuerfindung japanischer und chinesischer Speisen. Zugleich wollten sich die Gourmets von den westlichen Gourmets und ihren Speisen abgrenzen. Einige, wie Kitaōji Rosanjin, sind auf Reisen durch Europa oder die USA direkt mit der dortigen Haute Cuisine in Berührung gekommen, kannten westliche Delikatessen und die dortige Gourmetkultur aus erster Hand.

Eine Aussage des Schiffsbauingenieurs und Gourmets Sakurai Shōzo (1854–?) verdeutlicht diese Haltung. In einer Gesprächsrunde

für die Zeitschrift *Bungei Shunjū* diskutierte er mit anderen Feinschmeckern, darunter Kitaōji Rosanjin, der Politiker Kinoshita Kenjiro (1869–1947), der Geschäftsführer des Restaurants Hamanoya in Akita-shi Tomiyama Eitarō (1904–1977), der Geschäftsführer des Obsthandels Senbikiya auf der Ginza Saitō Yoshimasa (–1977) sowie der Haiku-Dichter und Journalist Ono Kenichirō (1888–1943). Sakurai ist der Ansicht, dass sowohl die Delikatessen als auch die Gourmets des Westens keine wahre Gourmetkultur betreiben: „Im Westen sind das Schwachköpfe. Als Menü haben sie irgendetwas mit Fleisch und Gemüse oder sonst was nebeneinander gereiht und wählen etwas aus, das wird ein bisschen gebraten oder halb erwärmt, das nennen sie dann Luxus. So etwas gibt es in Japan nicht“ (Kinoshita et al. 1931: 67, *Seiyō de wa kuretorun to itte, shokudō ni niku kara yasai kara nandemo narabetearu, sore o sentakushite, kore o mō sukoshi yake toka, hannetsu ni shiro toka itte zeitaku oo iu, sonna no wa nihon ni arimasenne*). Hier wird ein beginnendes kulinarisches Überlegenheitsgefühl und Selbstvertrauen auf Seiten der japanischen Gourmets deutlich, das sich bei Sakurais Gesprächspartner Rosanjin ebenfalls finden lässt. Es wird klar, dass sich die japanischen Gourmets nicht nur von den normalen Konsumenten in Japan abgrenzen wollten. Ihnen ging es zunehmend auch um die soziale und kulturelle Distinktion gegenüber dem Westen.

Im Folgenden werde ich zwei Spielarten der taishōzeitlichen Gourmetkultur näher beleuchten. In seiner literarischen Auseinandersetzung mit der taishōzeitlichen Esskultur beschreibt Tanizaki Jun'ichirō, selbst ein ausgewiesener Gourmet, die Aktivitäten eines Gourmetvereins und die Suche der Mitglieder nach unbekanntem und aufregenden Speisen. Tanizaki greift zum einen das wiederentdeckte Interesse an der chinesischen Küche auf. Zum anderen spiegelt er das zeitgenössische Ideal der gesunden, rationalen, sparsamen Ernährung wider, durch eine Überspitzung des Gegenteils. In seinem Roman *Bishoku kurabu* geht es um hemmungslose Schlemmerei, um Essen als Kunst, um Essen als sinnliche Erfahrung, um Essen als ungewohnt körperliche Erfahrung. Es geht auch um die Suche nach gleichzeitig authentischen und exotischen Speisen, die die Protagonisten des Romans als erste entdecken wollen. Authentizität und Exotik spielen auch beim Gastronomen und Keramiker Kitaōji Rosanjin eine Rolle. Er findet beide Attribute allerdings weniger bei den chinesischen als bei den japanischen Speisen. Seine Ansichten schlagen eine Brücke von der japanischen kulinarischen Vergangenheit zur Gegenwart, indem er Rückgriffe auf die *wabi*-Ästhetik des Sen no Rikyū (1522–1591) der frühen Edozeit macht. Damit setzte er Standards für die Zubereitung und Präsentation der Speisen, die bis heute gültig sind.

5.2 KULINARISCHE LITERATUR – SEHNEN NACH DEM UNENTDECKTEN: TANIZAKI JUN'ICHIRO'S *BISHOKU KURABU*

Tanizaki Jun'ichirō (1886–1965) veröffentlichte 1919 seinen Roman *Bishoku kurabu*, der exemplarisch für die Gourmetkultur der Taishōzeit steht und als überspitzt ironische Gegenbetrachtung zu den Entwicklungen in der Ernährungskultur dieser Zeit gelesen werden kann. Tanizaki (1989), selbst ein Gourmet und Schlemmer (Aoyama 2008: 142), beschreibt die beinahe verzweifelte Suche eines Gourmets nach ihm unbekanntem, ungewöhnlichen Speisen, die seinem kulinarischen Anspruch genügen. Er hat bereits alles gekostet und sich durch die Restaurants der Stadt gegessen. Nichts ist ihm mehr fremd, nichts kann ihn noch überraschen. Am Ende sind es nicht die Speisen selbst, sondern die Form ihrer Präsentation und ihres Verzehrs, die seine Fleisches- und Sinneslust befriedigen. Aoyama (2008: 143) sieht hier Parallelen zu Kōda Rohans *Chinsen kai* von 1904: Die Suche nach Delikatessen verfolgt kein pragmatisches Ziel, beide Romane verzichten auf Rezepte oder Kochanleitungen. Tanizaki nennt auch reale Restaurants in seinem Roman, Leser können sie besuchen, aber das Buch soll kein Restaurantführer sein. Beide Romane enthalten spielerische Elemente und zeigen Tendenzen der Übertreibung. Anders als bei Kōdas komisch-satirischer Beschreibung betreiben Tanizakis Protagonisten ihr kulinarisches Streben aber mit absoluter Ernsthaftigkeit. Darüber hinaus lebt *Bishoku kurabu* von Tanizakis detaillierten Beschreibungen der Sinnesindrücke (Aoyama 2008: 141–143). Tanizaki entwirft damit nach meiner Ansicht einen Gegenentwurf zu den ernährungswissenschaftlichen Idealen seiner Zeit, die nicht nach Geschmack und Sinneserfahrung suchten, sondern auf Gesundheit und Rationalität abzielten.

In *Bishoku kurabu* treffen sich regelmäßig die fünf männlichen Mitglieder eines Gourmetvereins, um sich gemeinsam dem Glücksspiel, ihrer Lust auf Frauen und guten, ausgefallenen Speisen hinzugeben. Sie sind Faulenzer, nur auf der Suche nach dem kulinarischen Kick und mit einem „besonderen Geschmack“ (Tanizaki: 1989: 224, *mezurashii shokumi*) ausgestattet. Der Protagonist ist der Vereinsgründer Graf G., der sein Wohnhaus als Vereinsort zur Verfügung stellt. Er hat genug Zeit und Geld, um nur seiner Leidenschaft nachzugehen. Er genießt mit Leib und Seele. Genuss ist für ihn ein körperliches und sinnliches Vergnügen. Diese Einstellung teilen die anderen Mitglieder. Sie wissen geniale Köche zu schätzen und geben auch Geld für deren Darbietung aus. Sie lassen keine Gelegenheit aus, von Ort zu Ort, von Restaurant zu Restaurant zu pilgern, das nicht Alltägliche zu suchen und prahlen damit, sich für „*bishoku shugi*“ (ebd.: 225) aufzuopfern (Ikegami 2008: 35–36). *Bishoku* ist das ‚delikate Essen‘ und *shugi* lässt sich mit ‚Prinzip‘ oder ‚Doktrin‘ übersetzen. Damit

macht Tanizaki das Gourmet-Sein zu einer Institution, die sich von einfacher Nahrungsaufnahme und selbst dem simplen Genuss von Essen abhebt. Hier ist das Essen mehr als ein Zeitvertreib oder ein Hobby; es ist eine Lebensaufgabe, die zugleich mit Ernsthaftigkeit und Leidenschaft angegangen wird. Das Essen selbst spielt nicht die einzige Rolle. Genauso wichtig sind Präsentation und Umfeld. Der Geschmackssinn steht nicht im Zentrum des Genusses, alle Sinne sollen angeregt werden, sodass ein Gesamterlebnis entsteht. Aoyama (2008: 143) konstatiert: „Tanizaki’s gourmands eat not for life’s sake but for art’s sake“. Die Esskunst ist ihr Lebensinhalt – sie essen für die Kunst.

Im Roman geht es darum, dass die Vereinsmitglieder Schwierigkeiten damit haben, neue, unbekannte Speisen zu finden, die ihren Gaumen noch überraschen oder beeindrucken können. Sie kennen bereits alle Restaurants und ungewöhnlichen Speisen Tokyos und selbst durch die kulinarische Szene anderer Städte haben sie sich bereits gegessen. Sie reisen für eine Nacht nach Kyoto, nur um Schildkrötensuppe in einem bestimmten Restaurant zu essen. Sie fahren bis nach Osaka, um Meerbrasse mit gekochtem Reis, der mit Tee übergossen wird (*taichadsuke*), zu essen. Sie fahren bis nach Shimonoseki, um Kugelfisch zu essen. Sie fahren sogar bis nach Akita in den Norden Japans, um Sandbandfisch zu essen (Tanizaki 1989: 227–228). Die Vereinsmitglieder machen auch vor nächtlichen Straßenständen keinen Halt, bei denen man angeblich die besten Teigbällchen mit Bohnenmus gefüllt (*imagawayaki*) bekommt. Tanizaki beschreibt damit eine Loslösung der Gourmets von Restaurants als alleinigen Orten der Gourmetkultur. Seine Feinschmecker wollen immer das Neue und für sie Unbekannte – egal, woher sie es bekommen. Dabei geht es nicht nur um das Geschmackserlebnis, sondern auch darum, sich mit seinem Fund vor den anderen Vereinsmitgliedern zu brüsten: „In dem Ehrgeiz, einen großartigen Leckerbissen zu entdecken und die anderen Vereinsmitglieder in Erstaunen zu versetzen, durchkämmten sie unaufhörlich die Lokalitäten Tokyos“ (ebd.: 228, *hitotsu ni wa mata nanikashira sutekina bimi o hakkenshite, kaiintachi o atto iwaseyō toiu kōmyōshin kara karera wa shikiri ni tōkyōchū no kuimonoya toiu shokumotsuya o asarimawatta*).

Die Feinschmecker haben Schwierigkeiten, Neues und Ungewöhnliches zu finden, da sie bereits alles probiert haben, jedes Restaurant und jeden Straßenstand in Tokyo kennen, andere japanische Städte nach Außergewöhnlichem durchkämmt haben. Ihr Geschmackssinn lässt sich zudem immer seltener überraschen und befriedigen: „Mit der Zeit wurden sie geradezu paralysiert, was mittelmäßige ‚Delikatessen‘ angeht. Was auch immer sie leckten und schlürften, in keiner Weise entdeckten sie die Erregung oder Begeisterung, die sie erwartet hatten“ (ebd.: 228, *oiio to karera wa heibon na ‚bishoku‘ ni taishite wa mahishiteshimatte, nani o nametemo*

nani o susuttemo, sore ni wa ikkō karera no yokisuruyōna kōfun mo kangeki mo mīdasarenakunatteitta). Chambers und McCarthy (2001: 102) übersetzen treffend, dass ihre Zungen jegliches Gefallen an gewöhnlicher feiner Küche verloren hatten. Die japanische Küche ist ihnen zur Genüge bekannt und bei westlicher und chinesischer Küche haben sie das Gefühl, in Japan nur eine domestizierte Variante und nicht die wirklich authentischen Speisen serviert zu bekommen – dass ihnen also der wahre Geschmack der Speisen vorenthalten wird (Tanizaki 1989: 228).

Auf der verzweifelten Suche nach dem kulinarischen Kick stößt der Protagonist Graf G. auf einen chinesischen Geheimclub, zu dem er schließlich Zugang erhält. Er darf zwar nicht am kulinarischen Spektakel teilnehmen und muss ein Vereinsmitglied überreden, ihn in einem Nebenraum durch ein Loch in der Wand das Geschehen beobachten zu lassen, aber er bekommt mit, wie die Mitglieder im Dunkeln von Frauen mit den Händen gefüttert werden und veranstaltet dieses Spektakel schließlich auch in seinem eigenen Verein. Schnell wird klar, dass es nicht die Speisen allein sind, die den Gourmetcharakter des Ereignisses ausmachen. Tanizaki spricht den Leser direkt an und macht ihn darauf aufmerksam, dass die servierten Speisen gewöhnliche, chinesische Speisen waren (1989: 263). Er listet die Speisen auf, die der Graf später in seinem eigenen Verein servieren lässt: „Schwalbennest [noch in der Edozeit als chinesische Delikatesse bekannt, in der Taishōzeit unter Gourmets zu gewöhnlichem Essen herabgestuft], Hühnerbrei mit Haiflosse, Hufsehnen mit Seegurke, ganze gebratene Ente, verschiedenes gebratenes Fleisch, ‚Drache spielt mit Sphären‘ (gedämpfte Schlange mit Wachteleiern), Hackfleisch mit Chinakohl, in Scheiben geschnittene Jamswurzel in heißem Zuckersirup, ‚Blüten von Jadeorchideen‘ (getrocknete Bambussprossen), ‚paarweise Winter-Bambussprossen‘“ (Chambers and McCarthy 2001: 128–129).

Was das Etablissement für den Grafen so anziehend macht, ist zunächst der Umstand, dass es kein öffentliches Restaurant ist: „Um die Wahrheit zu sagen, der Wunsch des Grafen, Speisen dieses Ortes zu essen, flammte umso heftiger auf, nachdem ihm klar geworden war, dass dieses Etablissement gar kein Restaurant war“ (Tanizaki 1989: 239, *jitsu o iu to hakushaku ga koko no ryōri o kuraitai to iu kibō wa, kono ie ga ryōriya denai koto ni ki ga tsuuta toki kara, issō shiretsu ni moeagaridashita no de aru*). Es ist ein privater und zudem geheimer Club, zu dem er sich seinen Zugang erkämpfen muss. Nach einer ersten Ablehnung muss er ein Mitglied von seinen ehrlichen, rein kulinarischen Absichten überzeugen, um seine Neugier befriedigen zu können. Damit erhält er Einblick in eine ihm eigentlich unzugängliche Welt. Die Intensität der Erfahrung wird dadurch verstärkt, dass er diesen Einblick verbotenerweise und nur durch ein Guckloch erhält. Hinzu kommt die Art des Verzehrs. Die Teilnehmer sitzen im Dunkeln und lassen

sich zunächst den Mund von Frauen mit ihren Fingern massieren und stimulieren und schließlich mit einfachen Speisen füttern, deren Geschmack sich durch die Dunkelheit und die beinahe sexuelle Erfahrung intensiviert. Hier zeichnet Tanizaki eine „aesthetic of the slimy“ (Aoyama 2008: 143), die an Raulff (1982) erinnert. Raulff verortet die Gourmetkultur an der Grenze zum Unangenehmen und Ekligen. Aoyama merkt an, dass das Essen bei Tanizaki trotz dieser Konnotation natürlich aussieht – anders als etwa in Kōdas *Chinsen kai*. Sie schreibt weiter: „Tanizaki’s fascination [...] with the slimy, the sticky, the thick, the murky, the ripe, and the stingy presents a striking antithesis to the aesthetic of the pure, fresh, clear, and serene that so often appears in Japanese nationalist discourse“ (Aoyama 2008: 143–144). Die Abgrenzung zur taishōzeitlichen Maxime der rationalen Ernährungswissenschaften sowie zur klaren und schlichten Küche Kitaōji Rosanjins wird hier deutlich.

Die Speisen sind deshalb besonders, weil die Art des Verzehrs eine besondere ist und der Graf sie für unverfälscht chinesisch, also authentisch hält – anders als die seiner Meinung nach japanisierten Speisen, die er in den chinesischen Restaurants der Stadt erhält. Diese Erfahrung nimmt er wie eine Trophäe mit in seinen Verein, wo er seinen Vereinskameraden ein wirklich neues Erlebnis für alle Sinne präsentieren kann. Tanizaki nennt das, was Graf G. seinen Vereinsfreunden präsentiert, ‚gastronomische Magie‘ (*bishoku no majutsu*) und schreibt: „Jedes einzelne Gericht griff den Geschmack der Mitglieder aus einer unvorhergesehenen Richtung an und alle folgten gänzlich verschiedenen Absichten und Mustern (*itsu itsu no ryōri ga, mattaku kotonatta shukō to ishō to o motte, omoigakenai hōmen kara kaiin no mikaku o shūgeki*)“ (Tanizaki 1989: 266). Um dem Leser die Möglichkeit zu geben, die Schmachhaftigkeit und Sinnlichkeit der Gerichte nachvollziehen und spüren zu können, verwendet Tanizaki im Roman zahlreiche Onomatopoetika (Ikegami 2008: 37): *torotoro* für etwas Schmelzendes, *suutsu* für schlürfen, *butsubutsu* für ein Brummen, *kochikochi* steht für etwas Hartes und Trockenes, *yurayura* für ein Flackern oder *dorodoro* für eine breiige, seimige Konsistenz der Speisen. Tanizaki schafft es auf diese Weise, die Annahme infrage zu stellen, dass Geschmack und andere Empfindungen schlecht mit Worten ausgedrückt werden können (Aoyama 2008: 143) und lässt seine Leser an dem außergewöhnlichen Erlebnis teilhaben.

Die servierten Speisen spielen nur eine Nebenrolle. Die Feinschmecker des *Bishoku kurabu* kennen den Geschmack aller Delikatessen bereits:

„Wir haben allein mit unseren Zungen glücklicherweise bereits all die Dinge gekostet, die Delikatessen genannt werden. Über die Grenzen der so genannten Kochkunst hinaus gibt es nichts mehr, das uns zu-

friedenstellen kann. Um unseren Geschmackssinn darüber hinaus zu erfreuen, ist es unvermeidlich, dass wir den Bereich der Küche außerordentlich ausdehnen und auch unsere Sinne, mit denen wir diese genießen, so weit wir können, diversifizieren“ (Tanizaki 1989: 274, *wareware ha mō, tan'ni shita no mi wo motte ajiwau tokoro no bishoku toiu mono wo, sudeni saiwai ni ajiwai tsukushiteiru. kagiraretaru iwayuru ryōri no han'inai nioite, kore ijōni wareware wo manzokusaseru mono ha hitotsu mo nai no dearimasu. Ikioi wareware ha, jibuntachi no mikaku wo sarani yorokobaseru tameni ha, ryōri no han'i wo ichijirushiku kakuchō suru to tomoni, kore wo kyōrakusuru wareware jishin no kan'nō no shurui wo mo, dekirudake tashutayō ni shinakerebanarimasen*).

Die Darreichungsform der Speisen verändert deren Geschmack und überrascht die Gourmets. Die Speisen können nicht mehr betrachtet und damit bereits vor dem Verzehr als etwas Bekanntes oder Gewöhnliches bewertet werden. Die Gourmets erhalten durch die Liebkosungen der Frauen ein gastronomisches Vorspiel. Durch die verbundenen Augen entsteht eine Erwartungshaltung und Gespanntheit bei den Essenden. Diese Neugier in Verbindung mit der veränderten Sinneswahrnehmung, die den Seh Sinn ausspart, garantiert den Gourmets ein neues Geschmackserlebnis, für das sie keine ausgefallenen Speisen benötigen. In der Kombination der Speisen, allen körperlichen Sinnen und der geistigen Neugier auf das, was kommt, entsteht eine gastronomische Magie, die den Gourmet erst zum Gourmet macht. Die Magie meint laut Aoyama (2008: 142) die Erfassung des Essens mit allen Sinnen. Dabei geht der Unterschied zwischen Esser und Gegessenem verloren, das nicht Essbare wird essbar und umgekehrt. Einer der Vereinsmitglieder konstatiert, dass der Schinken wie sein eigener Speichel schmecke, und der Kohl wie eine Mischung aus Kohl und den Fingern der Frau, die seinen Mund massiert hat (Aoyama 2008: 144). Die Vergänglichkeit und Flüchtigkeit des kulinarischen Erlebnisses bedeutet allerdings, dass die gastronomische Magie, sobald sie enthüllt ist, sofort ihre Bedeutung verliert: „The gastronomic mystery, once solved, is no longer a mystery and immediately loses its charm and significance“ (ebd.: 142). Die Neugier und Aufmerksamkeit richtet sie nun auf ein neues Mysterium und somit kennt die kulinarische Suche auch hier für Tanizakis Protagonisten kein Ende.

Tanizaki schreibt zu Beginn seines Romans, dass nach der Überzeugung der Vereinsmitglieder das Kochen eine Kunst ist, denn „wenn es Genialität in der Kunst gibt, muss es auch Genialität bei Speisen geben“ (Tanizaki 1989: 224; *geijutsu ni tensai ga aru to sureba, ryōri nimo tensai ga nakerebanaranai*). Kochen und essen sind eine Kunstform für jene, die ein erhabenes Vergnügen wertschätzen können. Die Ästhetik steht im Mittel-

punkt von Tanizakis Roman. Die Zutaten der Speisen können nicht alleine zu diesem ästhetischen Erlebnis beitragen, sie werden durch die Kunst transformiert (Aoyama 2008: 143), die Kunst des Kochens genauso wie die des Essens beziehungsweise Genießens. Damit braucht man für den *Bishoku kurabu* eine gewisse Befähigung. So wie ein Leser Vorkenntnisse und Lesefähigkeiten mitbringen muss, braucht der Gourmet kulinarisches Wissen und Erfahrung. Shindō (2000b: 104–105) konstatiert, dass Graf G. nicht nur Genießer von Delikatessen (*kyōjusha*) ist, sondern auch Schöpfer (*sōzōsha*). Er isst und bereitet Speisen selbst zu. Damit wird er für Shindō zum Künstler, der nicht nur konsumiert und genießt, sondern etwas erschafft.

In Anlehnung an Mauss' (1950) totales soziales Phänomen kann man hier von einem totalen sinnlichen oder kulinarischen Phänomen sprechen, bei dem der Gourmet alle sinnlichen Eindrücke zu einem Gesamteindruck verarbeitet. Shindō (2000b: 106) bemerkt allerdings, dass Speisen als Kunst beziehungsweise Kunst als Speise nur einen temporären Charakter haben. Es ist kein bleibendes Kunstwerk, das entsteht. Um den Eindruck festzuhalten, bleibt nur der Erfahrungsbericht des Konsumenten, des Kochs, des Gastronomen oder eben des Gourmets. Tatsächlich spielt Graf G.s Rolle als Schöpfer von Speisen im Roman eine untergeordnete Rolle. Nachdem er durch die Entdeckung des chinesischen Gourmetvereins die Lösung seiner ihn verzehrenden Suche nach dem Neuen, Aufregenden, Außergewöhnlichen gefunden hat – nämlich, dass nicht die Speisen an sich das Geheimnis sind, sondern die Art und Weise, wie man sich ihnen nähert –, kocht er die Speisen zwar für seinen Verein nach. Seine Erfüllung findet der Graf aber im Verzehr der Speisen und nicht in der Zubereitung. Die spielt im Roman keine große Rolle.

Man kann in dieser Erkenntnis des Grafen G. eine Abkehr von der im Verein betriebenen Schlemmerei sehen. Tanizakis Gourmets leben ein Leben im Überfluss und vertreiben sich die Zeit mit Glücksspiel, Frauen und gutem Essen. Sie betreiben eine regelrechte Völlerei und richten ihre Körper durch ihre Leidenschaft zugrunde:

„Durch ihren Genuss litt jeder von ihnen das ganze Jahr über unter einem großen Dickbauch. Natürlich war es nicht nur ihr Bauch, ihr ganzer Körper wurde wegen ihres Übermaßes an Fett dick und schwabbelig; ihre Wangen und Schenkel waren so prall und ölig wie das Schweinefleisch, das man für die Zubereitung von Schweinebauch in Sojasauce benötigt. Bis zu drei von ihnen waren Diabetiker, und wirklich alle Mitglieder litten an einer Magendilatation. Einer wäre beinahe an einer Blinddarmentzündung gestorben. Aber teils aus unbedeutender Eitelkeit, teils aus unbedingter Treue zum Gour-

mettum, dem sie anhängen, fürchtete sich keiner vor Krankheit“ (Tanizaki 1989: 225, *De, karera ha izuremo bishoku no tame ni aterarete, nenchū ookina taikobara wo kakaeteita. Mochiron harabakaridehanaku, shintaichū ga shibōkata no okagede debudebu ni koehutori hoo ya momo no atarinado ha, tonpōrou no zairyō ni naru buta no niku no yōni bukubuku shite aburagitteita. Karera no uchi no samnin made ha tōnyōbyō ni kakari, sōshite hotondo subete no kaiin ga ikakuchō ni kakatteita. Nakani ha mōchōen wo okoshiteshinikakatta mono mo atta. Ga, hitotsu ni ha tsumaranai kyoeishin kara, mata hitotsu ni ha karera no junpōsuru ,bishoku shugi’ ni akumademo chūjitsu narantosuru dōki kara, daremo byōki nado wo osoreru mono ha nakatta*).

Tanizaki fügt der in seinem Roman durch diese Schlemmerei körperlich geprägten Gourmetkultur den Verstand hinzu. Aus „gluttons“ werden „gourmands“, aus der reinen Fleischeslust wird Sinneslust. Graf G. ermahnt seine Freunde gewissermaßen, nicht mehr wahllos alles Unbekannte und vermeintlich Neue in sich hineinzustopfen, sondern sich auf eine Speise geistig und körperlich einzulassen und damit eine größere Befriedigung aus dem Verzehr zu ziehen.

Letztendlich treiben es Tanizakis Gourmets aber auch mit dieser Form des Genießens auf die Spitze. Nun geht es nicht mehr um Völlerei, sondern um die extreme Ästhetik des Essens in der Präsentation und im Verzehr. Bei einem folgenden Vereinstreffen wird ein Gericht namens *kōraijoniku* serviert, von Chambers und McCarthy (2001: 138) folgendermaßen übersetzt: „Deep-Fried Woman, Korean Style“. Es handelt sich dabei um eine in ein Handtuch gewickelte Frau, die auf dem Esstisch liegt und mit frittiertem Tempurateig bestrichen ist, den die Vereinsmitglieder essen. Tanizaki zählt weitere Speisen mit fantasievollen, abenteuerlich klingenden Namen auf, die Graf G. servieren lässt, ohne sie genauer zu erläutern – das überlässt er seinen Lesern: Heiße Quellen aus Taubenei, Traubenbrunnen, flüssige Jade aus Schleim und Speichel, verschneite Birnen, Blütenblätter und Schale, geschmorte Lippen, Schmetterlingsbrühe, Samtteppich-Suppe, Kristalltofu (Tanizaki 1989: 276). Hier geht es nur um die Namen und das Aussehen der Gerichte, der Inhalt verliert an Bedeutung. Aoyama (2008: 144) stellt fest, dass Tanizaki hier zwar Speisen in chinesischen Zeichen geschrieben auflistet. Es sind aber keine bekannten chinesischen Gerichte, sondern sie sind verfremdet und nur noch teilweise von tatsächlichen chinesischen Speisen inspiriert. Shindō (2000b: 117) konstatiert, dass Tanizaki darauf abzielt, den Leser durch die Originalität der Speisen zu überraschen. Tanizaki geht es gar nicht darum, tatsächliche Gerichte zu beschreiben. Vielmehr will er die Vorstellungskraft der Leser mit Wortspielen herausfordern. Die Leser stellen sich allein auf-

grund der Beschreibung die Speisen vor und erfreuen sich an ihrem vorgestellten Geschmack. Wie die oben genannten Speisen zeigen, geht es hier – wie in der Edozeit – um kreative Namensgebung, die die Speisen gewissermaßen verkleidet (Shindō 2000b: 118).

Tanizaki beendet seinen Roman mit einer Bemerkung, die suggeriert, dass auch die leidenschaftlichen Gourmands, in die sich die anfangs schlemmenden Vereinsmitglieder verwandelt haben, zugrunde gehen werden: „Wie es aussieht, ‚schmecken‘ oder ‚essen‘ die Mitglieder die Delikatessen nicht mehr, sie scheinen vielmehr ‚wie von Sinnen‘ zu sein. Der Autor glaubt, dass ihr Schicksal in absehbarer Zeit folgendermaßen beschlossen sein wird: Wahnsinn oder Tod“ (1989: 277, *Kono goro de wa, karera wa mohaya bishoku o ,ajitvau‘ nodemo ,kuu‘ nodemonaku tan‘ni ,kuru‘tte iu no da to shika miukerarenai. Ki ga chigau ka byōshisuruka, karera no unmei wa izure tooikarazu kecchakusuru koto to sakuska wa shinjiteiru*).

Tanizaki zeichnet in seinem Roman ein überspitztes Bild des Gourmets. Die Suche nach Delikatessen und einem außergewöhnlichen kulinarischen Erlebnis ist für die Vereinsmitglieder der Lebenszweck an sich, für den sie ihre Gesundheit aufs Spiel setzen sowie all ihre Zeit und all ihr Geld opfern. So wird bei Tanizaki eine kritische Haltung bezüglich der in seinem Roman betriebenen *bishoku bunka* deutlich. Dieses Bild wird noch verstärkt, indem er seine Protagonisten als Faulenzer beschreibt, dem Glückspiel und den Frauen verfallen, ohne geregelte Arbeit und einem verschwenderischen Leben nachgehend. Shindō greift eine Artikelserie zum *Bishoku kurabu* auf, die vom 5. Januar bis 3. Februar 1919 in der Osaka Asahi Shinbun erschien: „Die im ‚bishoku kurabu‘ [...] beschriebenen Delikatessen riechen nach Dekadenz. Oder, mit anderen Worten ausgedrückt, nach dem Reiz des Lasters“ (Shindō 2000b: 103, *‚Bishoku burabu‘ [...] ni kakareta bishoku ni ha, taihai no nioi ga tsukimatou. Mataha, akutoku no miryoku to iikaete mo yoi*). Hier wird eine skeptische Haltung gegenüber der im Roman gezeigten Gourmetkultur deutlich, mit der Tanizaki bewusst spielt und die mit der generellen Haltung zum Thema Ernährung in der Taishōzeit korreliert.

Während Murai Gensais *Kuidōraku* nach kurzer Beliebtheit wieder vergessen war und Kōda Rohans *Chinsenkaï* nie mehr als eine spielerische Bagatelle darstellte, wird Tanizakis *Bishoku kurabu* heute als exemplarischer gastronomischer Roman angesehen (Aoyama 2008), auch wenn Aoyama (2008: 145) und Shindō (2000b: 145) gleichermaßen feststellen, dass Tanizaki zu seiner Zeit zwar ein gefeierter Autor war, dieser Roman allerdings bis zum Gourmet-Boom der 1980er Jahre von den Kritikern vernachlässigt wurde. Nichtsdestotrotz diente Tanizakis Roman als Vorlage für die Gründung eines kulinarischen Vereins in der Taishōzeit. Der Gourmet Kitaōji Rosanjin (1883–1959), mit dem ich mich im Folgenden

beschäftigen werde, benannte seinen Gourmetclub nach dem *Bishoku kurabu* (Aoyama 2008: 144–145). Kitaōji Rosanjin bietet ein gutes Beispiel dafür, dass lockere Gourmetclubs nicht nur Fiktion, sondern tatsächlich vorhanden waren und sich sogar an der Fiktion orientierten und Bezug darauf nahmen.

5.3 KITAŌJI ROSANJIN – KOCHEN, SCHREIBEN, TÖPFERN

Kitaōji Rosanjin (1883–1959) ist *der* Akteur in der kulinarischen Szene der Taishō- und Shōwazeit. An ihm kommt man nicht vorbei, wenn man sich mit Japans Gourmetkultur beschäftigt. Er besann sich auf die *kaiseki ryōri* und deren Grundgedanken der Edozeit und prägt die Szene und das Verständnis von japanischer Haute Cuisine bis heute. Damit steht er im Zentrum dieser Arbeit als ein Gourmet, der es geschafft hat, die Vergangenheit und die Zukunft miteinander zu verbinden. Er leistete zudem einen besonderen Beitrag zur Popularisierung der gehobenen Esskultur, indem er über Medien wie das Radio und Zeitschriften auch die Hausfrauen der Mittelschicht ansprach und sie regelrecht aufforderte, sich kulinarisch zu bilden. Rosanjin schaffte es, in Erinnerung zu bleiben, indem er die Umgebung für seine Speisen – das Geschirr, die Dekoration und die Einrichtung der Räume – selbst schuf und beides, Speisen und Umgebung, untrennbar miteinander verknüpfte. So schuf er eine „Art de la Table total“ (Sekiguchi 2013: 80), eine totale Tischkunst. Rosanjin war ein Tausendsassa, der es verstand, seine vielfältigen Tätigkeitsbereiche geschickt miteinander zu verbinden. Er war Keramiker, Kalligraf, Maler, Lackkünstler, Schriftsteller, Gastronom und Koch. Bekannt geworden ist Rosanjin als Keramiker; seine Ton- und Lackarbeiten, aber auch seine Kalligrafien und Schriften finden in zahlreichen Bildbänden und Abhandlungen Platz. Abbildungen oder auch geschmackliche Beschreibungen seiner Speisen sind hingegen rar. Dabei sind sein Erfolg und seine Bekanntheit als Keramiker nicht denkbar ohne seine Leistungen als Gastronom, Koch und Gourmet. Im Zuge der Eintragung von *washoku* in die Repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes der Menschheit im Jahr 2013 bekamen seine kulinarischen Aktivitäten erhöhte Aufmerksamkeit in Medien und Wissenschaft.

Es mangelt nicht an Referenzen an seine kulinarischen Leistungen. Das 2006 eröffnete und 2015 mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete *kaiseki*-Restaurant Rosanjin im New Yorker Stadtteil Tribeca trägt seinen Namen und verschreibt sich seinem kulinarischen Verständnis. Der Charakter Kaibara Yūzan im Manga *Oishinbō* entspricht Rosanjins Charakter und ist seinen Aktivitäten nachempfunden (Braun 2004: 39). Die Ausstel-

lung ‚L’art de Rosanjin‘, die im Sommer 2013 im Pariser Musée Guimet gezeigt wurde, feierte ihn als den „Erfinder der Gastronomie in Japan, dem ‚bi-shoku‘ oder der Ästhetik des Essens“ (Musée Guimet 2013; *l’inventeur de la gastronomie au Japon, le ‚bi-shoku‘ ou l’esthétique du manger*). Als die Ausstellung im Frühling 2015 in die Tokyoter Nihonbashi Mitsui Hall wanderte, wurde Rosanjins Kulinarik erlebbar, denn zwei von Rosanjin frequentierte Restaurants in Tokyo, das Kyubei in Ginza und das Fukuyada in Kioichō, sowie der mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete, in Nizza ansässige Koch Matsushima Keisuke waren Teil der Ausstellung und boten den Besuchern essbare Kunst an (Japanese Culinary Immersion Committee 2015). Im Einführungstext der Pariser Ausstellung heißt es, dass Rosanjin den *bishoku*-Begriff neu definierte, indem er aus den Speisen zusammen mit seiner Keramik und der Einrichtung seiner Restaurants ein Gesamterlebnis machte.

Nun war, wie ich in den vorherigen Kapiteln dargelegt habe, in Japan die Präsentation der Speisen seit jeher von Bedeutung. Der Begriff *bishoku* taucht vor der Taishōzeit nur vereinzelt auf – hier kann von einer Neuinterpretation also nicht die Rede sein. Was Rosanjin auszeichnet, ist daher nicht so sehr seine Erkenntnis, dass Speisen mit dem passenden Geschirr und der Raumdekoration ein Gesamtkunstwerk ergeben. Bemerkenswert ist vielmehr, dass er die oben genannten Bereiche alle in einer Person vereinte und den japanischen Aspekt bei Küche, Keramik und Dekoration wieder in den Fokus der Haute Cuisine rückte. Dabei schlug er eine Brücke zwischen der edozeitlichen *wabi*-Ästhetik des Essens und der zeitgenössischen japanischen Küche. Abseits der Neuentdeckung von Zutaten und Zubereitungsmethoden, sorgte Rosanjin auch für Neuerungen in der Gastronomie. Er entwarf für seine Speisen einen flachen, rechteckigen Teller (*manaita zara*), der heute zum gängigen Geschirrpertoire eines japanischen Restaurants gehört (Doi 2011: 112). Damit gelang Rosanjin auch die Abkehr von den bis in die Taishōzeit servierten *honzen ryōri*, die auf einem Tablett angerichtet wurden. Rosanjin servierte seine Speisen als Menü (*kōsu ryōri*). Jedes Gericht wurde einzeln auf einem Teller angerichtet und dem Gast nacheinander gebracht (Ikeda 2009: 12). Rosanjin führte dazu *zensai* ein, kleine Vorspeisen, die heute ebenfalls alltäglich in japanischen Restaurants sind (Doi 2011: 112).

Rosanjin war sehr umtriebig: Er reiste viel und verstand es, sich ein Netzwerk an Kontakten aufzubauen, mit denen er kulinarische und künstlerische Ideen umsetzte. Reisen nach Korea, Europa und in die USA dienten ihm zur Erweiterung seines kulinarischen Horizontes, aber auch zur Bestätigung seines kulinarischen Selbstbewusstseins. Er war eigensinnig, wenig kompromissbereit und sehr von sich überzeugt – Eigenschaften, die ihn wiederholt im Streit mit seinen Geschäftsfreunden aus-

einander gehen ließen. Immer wieder mischte er sich, gefragt und ungefragt, wie Jahn (2014: 433) bemerkt, in kulinarische Debatten ein und provozierte Streitereien. Er war am Aufbau und Betrieb einiger kulinarischer Vereine, Cafés und Restaurants beteiligt. Manche Aktivitäten waren nur von kurzer Dauer, andere betrieb er über mehrere Jahre. 1923 gründete er den Gourmetverein Bishoku Kurabu in den Räumlichkeiten seines Antiquitätengeschäfts und wurde kulinarischer Berater des Hana no Chaya, das ehemalige Angestellte des Vereins eröffnet hatten. Ab 1925 betrieb er mit seinem Geschäftspartner Nakamura Takeshirō eine Frühstücksgesellschaft unter freiem Himmel in Kamakura. Im gleichen Jahr übernahm er das Restaurant Hoshioka Charyō im Tokyoter Kōjimachi-Bezirk. Ein Jahr später kam ein eigener Brennofen in Kamakura hinzu, damit er seine Speisen auf eigenem Geschirr servieren konnte. Sein Geschirr lieferte er auch an das Gincharyō auf der Tokyoter Ginza, das der Geschäftsführer des Getränkeherstellers Calpis 1929 als Niederlassung des Hoshioka Charyō eröffnete und das ab 1933 direkt von diesem verwaltet wurde. 1932 eröffnete er auf dem Grundstück seines Restaurants einen ‚Erfrischungsgarten‘ (*nōryōen*). 1935 schließlich bekam das Hoshioka Charyō eine Niederlassung in Osaka (Doi 2011: 54–60).

Rosanjin präsentierte sich und seine Aktivitäten in den Medien. Er schaltete Anzeigen in Fach- und Tageszeitungen, gab Interviews und nahm an Gesprächen über kulinarische Themen teil, wie in der Bungei Shunjū (Kinoshita et al. 1931). Rosanjin bekam noch im Jahr der Einführung 1925 eine Sendung im Radio, in der er über den künstlerischen Aspekt von Essen dozierte. Er suchte Anschluss an Fachgesellschaften wie der ‚Forschungsgesellschaft für japanische Speisen‘ (*nihon ryōri kenkyūkai*). Neben eigenen Büchern veröffentlichte er kulinarische Theorien und Rezepte, die er auch in seinen Restaurants zubereitete, in den auflagenstarken Hausfrauenzeitschriften wie *Shufu no Tomo*, *Fujin Gahō* oder *Fujin Sekai*. Er wollte eine Breitenwirkung erzielen, die über die kleine, elitäre Gruppe der Gourmets hinausging (Doi 2011: 121–124). Als Service für die Mitglieder und zu Werbezwecken gründete Rosanjin 1930 das Magazin *Hoshioka*, in dem er vor allem selbst publizierte, aber auch Freunde und Kritiker zu Wort kommen ließ. Er stellte seine Kunst und Keramik in seinen Restaurants, in Keramikvereinen und in Kaufhäusern in Tokyo und Osaka aus und begründete damit seine spätere Reputation als Keramikünstler.

Bevor ich näher auf die oben genannten kulinarischen Aktivitäten eingehe, möchte ich Rosanjins privaten und beruflichen Werdegang skizzieren. Kitaōji Fusajirō – Rosanjin wählte er als Künstlernamen und es ist bis heute die gebräuchliche Anrede – wurde 1883 als Sohn eines Shintopriesters des Kamigamo-jinja in Kyoto geboren (Ikeda 2009: 9). Der Vater

Kitaōji Seisō beging vor seiner Geburt Selbstmord. Die Mutter Nishiike Tome, des Ehebruchs beschuldigt und allein mit dem Kind, gab ihn zur Adoption frei. Er wurde zunächst von der Familie eines Polizisten in Obhut genommen und kurz darauf vom Holzschneider Fukuda Takezō adoptiert. Fukuda und der Grafiker Okamoto Ippei (1886–1948) brachten ihm Grundlagen der Kalligrafie und Gravurtechnik bei (Doi 2011: 52). Um das Jahr 1903 ging er nach Tokyo (Doi 2011: 88) und entdeckte sein Talent zu schreiben. Er zeigte sich unbeeindruckt von geltenden Konventionen und entwickelte seine eigene Ästhetik. Neben der Schriftstellerei beschäftigte er sich autodidaktisch mit Malerei, Gravurtechnik, Töpferkunst und Lackkunst (Ikeda 2009: 9). Somit erfuhr er keine klassische Ausbildung zum Koch, Gastronom, Literaten oder Keramiker bei einem Lehrer oder einer Schule. Vielmehr ließ er sich durch persönliche Kontakte lehren und inspirieren.

1908 heiratete er zum ersten Mal. Im gleichen Jahr kam sein Sohn Ōichi zur Welt. Die Familie seiner Frau Yasumi Tami betrieb ein Sushi-Restaurant. Er verließ Frau und Kind allerdings im Jahr 1910, um für zwei Jahre nach Korea und China zu reisen. Nach seiner Rückkehr lebte er für eine Weile als so genannter ‚herumwandernder Schmarotzer‘ (*watari aruku shokkyaku*), der mal hier, mal da unterkam, bis er 1914 die Familie seiner zweiten Frau Matsumoto Fujii kennenlernte. Die Matsumotos besaßen ein Geschäft für Kunstbücher und Reproduktionen, was Rosanjins Wissen über alte Kunst sicher zuträglich war. In dieser Zeit eröffnete er im Tokyoter Stadtteil Kanda ein eigenes Geschäft für Kalligrafie und Gravuren. Außerdem verkaufte er Zeitschriften und Bücher und gab an, Gutachter für alte Kunst zu sein. 1927 ließ er sich auch von seiner zweiten Frau scheiden und heiratete Nakashima Kiyo, mit der er eine Tochter hatte (Doi 2011: 88).

Rosanjin hatte oft das Glück, den richtigen Menschen vorgestellt zu werden und das Talent, aus diesen Kontakten das Beste für sich herauszuholen. Nach seiner Rückkehr aus Korea und China lernt er über seinen Jugendfreund Tanaka Denzaburō einige *nihonga*-Maler, Literaten und Unternehmer kennen – so auch Naiki Seibei (1878–1955) (Jahn 2014: 428). Naiki, ein Magnat, Antiquitätensammler, Kunstkritiker und Gourmet aus Kyoto, weckte Rosanjins Interesse am Essen und verdeutlichte ihm „the importance of harmony between food and utensil, reverence for natural flavors, and an emphatic rejection of all that was manmade or artificial“ (Cardozo und Hirano 1987: 131). 1915 hielt er sich für längere Zeit in Kanazawa auf und lernte dort den Ölmagnaten Hosono Endai (1872–1961) kennen, der neben seinem Geschäft ein ausgesprochener Kenner edozeitlicher Kunst und Literatur war. Er war Teemeister und Feinschmecker und brachte Rosanjin mit dem Besitzer und Koch des Gourmetresta-

rants Yamanoo zusammen. Ōta Takichis Einfluss auf Rosanjins spätere kulinarische Laufbahn ist nicht zu leugnen: Er kaufte seine Zutaten selbst auf dem Markt ein, bereitete sie selbst zu und arrangierte sie auf Tellern und Platten, schließlich sogar auf selbst angefertigten Keramikern – alles Eigenheiten, die Rosanjin wenig später übernahm. Hosono nahm Rosanjin auch mit nach Yamashiro Onsen. Dort nahmen sie an besonderen Teezeremonien der gehobenen Gesellschaft teil und Rosanjin wurde dem Keramiker Suda Seika (1862–1927) vorgestellt (Jahn 2014: 429; Nihon Jinmei Daijiten 2016). Diese ersten Lehrstunden in Porzellanmalerei sollten sich später auszahlen.

Im Jahr 1917 lernten sich Rosanjin und Nakamura Takeshirō (1887–1960) kennen und wurden für die nächsten Jahre zu Freunden und Geschäftspartnern. Nakamura erinnert sich, dass er von Rosanjin beeindruckt war und sich von ihm beeinflussen ließ. Er beschreibt Rosanjin als einen leidenschaftlichen Redner, der auch über alltägliche Dinge lebhaft und moralisierend diskutierte. Nakamura deutet auch an, dass Rosanjin eher belehrte und sich von der Meinung anderer nicht beeindrucken ließ. Sie teilten das Interesse an gutem Essen und den schönen Künsten (Nakamura 1935: 28). Im Mai 1919 eröffnete Rosanjin das Antiquitätengeschäft Taigadō Geijutsuten. Ein knappes Jahr später, im Januar 1920, stieß Nakamura hinzu und sie benannten das Geschäft in Taigadō Bijutsuten um. Den beiden kam die Idee, Speisen auf dem von ihnen verkauften Geschirr anzubieten. Schließlich renovierten sie den zweiten Stock ihres Geschäfts und gründeten 1923 den Mitgliederverein Bishoku Kurabu. Zu dem Namen inspirierte sie Tanizakis Roman. Nakamura wurde der offizielle Inhaber und leitete die Geschäfte, während Rosanjin für die Speisen zuständig war. Der jährliche Mitgliedsbeitrag betrug zehn Yen, einzelne Gerichte kosteten zwei bis drei Yen, wobei zehn Prozent davon als festes Trinkgeld an die Kellner ging (Doi 2011: 88). Für die Mittagessen im Verein ging Rosanjin selbst zum Markt, um die Zutaten zu kaufen (Shindō 2000b: 107), wie der Gastronom Ōta aus Kanazawa. Ausgefallene oder regionale Zutaten ließ er sich besorgen. Er kochte auch selbst – zumindest solange der Club ein kleiner Verein blieb.

Der Verein hatte 88 Mitglieder (Doi 2011: 88–89). Dazu gehörte auch sein Freund Hosono Endai aus Kanazawa. Nakamura betont, dass Rosanjin sehr bedacht auf die Inneneinrichtung der Vereinsräume und die Präsentation der Speisen war. Die Tische waren aus Sandelholz und immer mit frischen Blumen geschmückt (Nakamura 1935: 29). Rosanjin sah im Arrangement von Speisen und Ambiente nicht nur einen ästhetischen Effekt. Für ihn war es ein Teil der japanischen Kultur per se (Jahn 2014: 176). Zunächst verwendete Rosanjin antikes Geschirr zum Anrichten seiner Speisen. Später beschaffte er sich Geschirr von bekannten Keramikern

wie Suda Seika aus Kutani oder Miyanaga Tōsan (1868–1941) aus Kyoto. Zusätzlich fing er an, selbst Keramik herzustellen (Ikeda 2009: 12). Man kann also sagen, dass seine Reputation als Töpferkünstler mit seinen kulinarischen Aktivitäten seinen Anfang nahm. Der Verein hatte seinen Sitz bis zum großen Kantō-Erdbeben von 1923 im Tokyoter Bezirk Kyōbashi (Shindō 2000b: 107). In den Feuern nach dem Beben brannte das Gebäude ab und Rosanjin beteiligte sich als Berater am Café Hana no Chaya, das ehemalige Mitarbeiter des Bishoku Kurabu im Park Shiba Kōen eröffnet hatten. Unter seiner kulinarischen Leitung blühte das Café auf. Masaki Naohiko (1862–1940), Direktor der Tōkyō Bijutsu Gakkō, schrieb in seinem Tagebuch über die Speisen: „die Gerichte bekommen durch die Würzmittel des Kalligrafen Kitaōji Rosan [sic!] eine Note ganz wie Speisen aus Nagasaki“ (Doi 2011: 93; *ryōri wa shoka kitaōji rosan no anbai ni naru nagasaki ryōri no shikimono ni shite hanahada biminari*).

Nach einem kurzen Intermezzo im Hana no Chaya übernahm Rosanjin zusammen mit Nakamura 1925 das seit 1884 bestehende Restaurant Hoshioka Charyō im Tokyoter Bezirk Kōjimachi. Es wurde sein umfangreichstes Projekt. Minomura Risuke (1843–1901), Oku Hachirobē (?–1907) und Ono Zenemon (1826–1900) gründeten es als Teehaus, das zu Beginn der Meijizeit florierte. Es fanden Teegespräche (*seidan*) statt, bei denen Matsuda Munesada von der Omotesenke-Teeschule als Berater tätig war. Zum 300. Todestag von Sen no Rikyū, dem Begründer der Teeschule, wurden Teezeremonien veranstaltet. Zu den Besuchern zählten der Schriftsteller Natsume Sōseki (1867–1916), der Dichter und Militärarzt Mori Ōgai (1862–1922) und der Dichter Masaoka Shiki (1867–1902). Nach dem Tod seiner Mitstreiter führte Oku das Hoshioka alleine weiter und stellte neue Köche ein. Allerdings konnte er nicht mehr an die vergangene Popularität anknüpfen. Bis Rosanjin es 1925 übernahm und zu einem Gourmetrestaurant machte, gab es einige Besitzerwechsel, das Teehaus geriet in Vergessenheit und das Gebäude diente dem letzten Besitzer Fujita Kenichi, dem Präsidenten der Tokyoter Industrie- und Handelskammer, als Landhaus (Doi 2011: 95). Vielleicht machte diese Historie das Restaurant für Rosanjin interessant, denn er erachtet die durch die Vorfahren erarbeitete Reputation eines Restaurants als wichtig – ja sogar als Grundlage für den gegenwärtigen Erfolg. Er denkt dabei an seit der Edozeit bestehende Restaurants wie das Yaozen in Edo, das Warajiya oder das Hyōtei in Kyoto, die ihr Wirken auf den Taten ihrer Vorfahren aufbauten (Kitaōji 1980: 237; Ikeda 2009: 13).

Nakamura wurde der Geschäftsführer des neuen, zunächst Mitgliedern vorbehaltenen Restaurants. Rosanjin sah sich als Berater und wurde der erste Küchenchef. Erst später stellten sie Köche ein, die Rosanjin ausbildete und beaufsichtigte. Am 18. März 1925 eröffneten sie. Die Mitglie-

der zahlten einen Jahresbeitrag von 20 Yen. Die ersten Mitglieder wie der Politiker Tokugawa Iesato (1863–1940) kannten Rosanjin und Nakamura noch aus der Zeit des Bishoku Kurabu (Doi 2011). Rosanjin achtete sehr auf die Hygiene in seiner Küche. Im Februar 1926 erschien in der Zeitschrift Fujin Sekai ein Artikel über das Hoshioka Charyō, der einige Neuerungen aufzählte: es gab immer heißes Wasser im Waschbereich, das Geschirr wurde heiß abgewaschen und dann aus hygienischen Gründen nicht mit einem Tuch abgetrocknet. Technische Neuerungen waren ein Kühlschrank und ein Tellerwärmer (Doi 2011: 98). Kubo Tetsuo, später Ehrenpräsident eines ‚Vereins für Messerzeremonien‘ (*kyōshige kyōyūkai*), fing mit 20 Jahren im Hoshioka Charyō an und schrieb später, dass ihn die weiße Kleidung der Köche – von der Kopfbedeckung, über die Hose und Oberteile bis zu den Socken – überraschte. Alle Angestellten waren angehalten, vor Dienstbeginn in das angeschlossene Bad zu steigen. Die weiblichen Angestellten mussten außerdem ihre Haare auf bestimmte Art frisieren. Diese hygienischen Regeln waren auch deswegen nötig, weil die Nahrungsmittel auf dem Dielenboden geschnitten wurden; so berichtet es Kubo zumindest für die Zeit, in der er dort arbeitete (ebd.: 112).

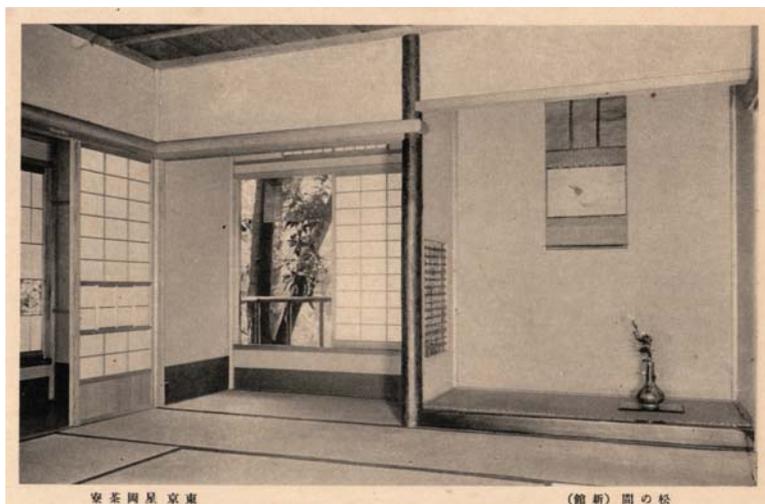


Abbildung 5: Tokonoma im Hoshioka Charyō

Neben dem eigentlichen Gastraum gab es ein Teezimmer, ein westlich eingerichtetes Zimmer und einen Ziergarten, in den man vom Speiseraum aus schauen konnte. Wie in seinem Bishoku Kurabu gestaltete

Rosanjin die Gasträume des Hoshioka Charyō mit Bedacht. Das Auge der Gäste sollte beim Betreten des Restaurants erfreut werden. Im Tokonoma des Speisezimmers hing eine Kalligrafie von Rosanjin. Arrangements mit frischen Blumen waren ihm wichtig, diente seiner Meinung nach die natürliche Schönheit der Blumen (*shizenbi*) doch der Vervollkommnung des Raumes, die alleine die menschlich gemachte Schönheit (*jinkōbi*) nicht erreichen konnte. Vase und Blumen bildeten für Rosanjin eine Einheit, genau wie Geschirr und Speisen. Für die Inszenierung seiner Gasträume bezog Rosanjin die Jahreszeiten, das verwendete Geschirr, die Speisen und auch die Gäste mit ein, um eine für ihn ästhetische Vollkommenheit zu erlangen (Ikeda 2009: 13–14). Seine Gäste waren Unternehmer, Politiker, Künstler und Literaten, allesamt Kunstkenner oder Connaisseurs. Sie erwartete ein herausragender Service und ein anspruchsvolles Gesamterlebnis aus Speisen, Geschirr, Gemälden, Blumen und Architektur (Ikeda 2009: 16; Jahn 2014: 176). Ganz in der Tradition des Restaurants ähnelten seine Essensveranstaltungen den hoch kultivierten Teeversammlungen der Edozeit, wie er sie zuvor in Yamashiro Onsen kennengelernt hat: „dort Gefäße für den Tee, hier Gefäße für Essen. Dort wie hier galt es, ästhetische Maßstäbe für Genuss und Ambiente zu setzen und Geist und Seele zu kultivieren. Es ist deshalb nicht von ungefähr, dass die Architektur des *Hoshioka saryo* einem ländlichen Teehaus nachempfunden war“ (Jahn 2014: 431).



Abbildung 6: Außenansicht des Hoshioka Charyō

Das Hoshioka Charyō war sozusagen der Palast von Rosanjins Kunst: „hier wurden im Verein für Geschirr, im Verein zur Wertschätzung von Kunst, in Sonderverkäufen und Kochkursen Kunst und Kultur bekannt gemacht und verkörpert, es war mehr als ein einfaches Restaurant“ (Ikeda 2009: 14; *utsuwa no kai, shoga kanshō kai, hanpukai, ryōri no kōshūkai nado geijutsu, bunka no happyō, taigen o suru to itta, tannaru ryōriya o koeta sonzai de atta*). Es ging Rosanjin um die Entwicklung von Kunst und Kultur. Besonderes Augenmerk legte er auf das Zusammenspiel von Speisen und Geschirr, von Kochen, Anrichten und Essen. Rosanjin war der Meinung, dass das Essgeschirr genauso wichtig ist wie das Essen selbst, ja untrennbar zu den Speisen gehört, sie zu Kunst macht und damit selbst zu Kunst wird (Ikeda 2009: 10, 13). Diese Überzeugung nahm er von seiner Begegnung mit Ōta Takichi, dem Koch und Besitzer des Yamanoo in Kanazawa, mit und ist sein Verdienst bis heute. Ashkenazi und Jacob teilen diese Ansicht:

„Whatever the quality of his pottery – some good, some poor, mostly derivative – he is best remembered today in his insistence, as both potter and cook, that pottery utensils must be designed to fit the foods that are to be served in them. By this, Rosanjin meant far more than merely their shape. Texture and glaze, colour and form, were to agree with the food that was intended for placing on the dish“ (2000: 149).

Um das Zusammenspiel von Geschirr und Speisen noch besser beeinflussen zu können, eröffnete Rosanjin zusammen mit anderen Künstlern in Kamakura einen Brennofen. Dort fertigten und bemalten sie eigene Keramik (Ikeda 2009: 12–13). Er wollte mit seinem Ofen auch seine eigene Bekanntheit steigern. Gerade weil er keine klassische Ausbildung durchlaufen hatte, meinte er, er müsse sichtbar sein (Kitaōji 1980: 235–236). Ein weiteres Motiv für die Einrichtung eines eigenen Brennofens ist Rosanjins Ansicht, dass zeitgenössische Keramikhersteller keinen Sinn für Ästhetik (mehr) haben. Er ist der Meinung, dass zeitgenössische Keramikhersteller, anders als ihre Vorgänger, überragende Keramik und überragendes Essen nicht zu schätzen wissen (ebd.: 234). Dabei töpferte Rosanjin nicht einmal selbst, er gab den Arbeiten nur den letzten Schliff. Er hatte eine Reihe von Angestellten, darunter auch Arakawa Toyozō (1894–1985). Dieser arbeitete von 1927 bis 1935 als Manager für Rosanjin. Nach einem Streit über einen Aufsehen erregenden Scherbenfund in Mino trennte sich Arakawa von Rosanjin, nachdem der versuchte, die Verdienste für den Fund in Anspruch zu nehmen – wieder eine Beziehung, die durch Rosanjins Geltungsdrang auseinander ging. Anhand seiner Tätigkeiten wird der Umfang von Rosanjins Aktivitäten abseits der Gastronomie

deutlich. Arakawa war für Rohstoffbestellungen, die Kundenbetreuung, die Koordinierung der Handwerker, Ausstellungsvorbereitungen, die kaufmännische Verwaltung des Ofens und den Ausbau von Rosanjins Keramiksammlung zuständig (Jahn 2014: 169, 455).

Rosanjin sammelte altes Geschirr als Kunstwerke und Antiquitäten, selbst oder gerade dann, wenn es schadhaft war. Seine Sammlung war sein Nachschlagewerk, seine Inspiration und diente ihm als Vorbild für seine Werke (Kitaōji 1980: 234). Er war, auch finanziell, an Ausgrabungen beteiligt und gehörte einer Gruppe von Keramikern an, die die Keramik der Azuchi-Momoyamazeit (1573–1603) bewunderten – eine Zeit, die durch archäologische Funde von Alltagsgeschirr präsent war und vielen der damaligen Keramiker als Vorbild diente. Obwohl seine erste Sammlung im großen Kantōbeben zerstört wurde, konnte Rosanjin bis in die 1930er Jahre eine gewaltige Sammlung aufbauen, bestehend aus circa 10.000 Scherben aus Seto, Mino, Karatsu und Korea sowie etwa 3500 Antiquitäten. Beides zeigte er seinen Gästen im Hoshioka Charyō in Form von Ausstellungen (Jahn 2014: 169, 431). Er zog aber auch selbst seine Befriedigung und Inspiration daraus: „man kann an den berühmten Stücken die Schönheit studieren [...]. Ich will die Werke der prestigeträchtigen Verstorbenen unbedingt in den Händen halten“ (Kitaōji 1980: 234; *na no tootta mono ni wa bi o manabubeki mon ga ooi [...]. watashi wa ikioi sōshita kojōin no sakuin dekirudake temoto ni oite [...]*).

Obwohl alte Werke und ihre zeitgenössischen Kopien in der japanischen Keramik durchaus verbreitet und bei Tee-Connaisseurs oder Gourmets beliebt waren (Jahn 2014: 438), musste Rosanjin sich aus zweierlei Gründen den Vorwurf des Kopierens gefallen lassen. Zum einen stellte er seine Keramik in Serien her, da er sie in seinem eigenen Restaurant verwendete, aber auch an andere Restaurants, Hotels oder Privatpersonen verkaufte. Zum anderen dienten ihm seine Sammlungen an Scherben und Antiquitäten als Inspirationsquelle, an die er möglichst nah heranreichen wollte. Er kopierte alte Keramikstile und, durch die Serienproduktion, seine eigenen Stücke. Für beides wurde er von zeitgenössischen Keramikern kritisiert. Rosanjin ließ sich von Kritikern nicht beirren. Zum einen wollte er das Vorbild möglichst genau durchdringen, zum anderen sah er, wie Jahn bemerkt, „jedes Formen und Malen, jede Wiederholung als bewussten Akt“ an, den er aufs Neue anging“ (Jahn 2014: 176, 439).

Durch diese Arbeit leistete Rosanjin einen Beitrag zur Aufwertung von Alltagsgeschirr. Er verwendete es für seine Essensgesellschaften, stellte es in seinem Restaurant wie in einer Kunstaussstellung aus und zeigte es gleichzeitig auf Verkaufsausstellungen von Kaufhäusern und Keramikvereinen. In einem Regal im Flur seines Restaurants stellte Rosanjin das für die Speisen verwendete Porzellan wie in einer Kunstauss-

stellung aus (Doi 2011: 98; Jahn 2014: 433). „*Shokki wa ryōri no kimono*“, das Geschirr ist die Kleidung des Essens, schreibt Rosanjin. Essen und Geschirr darf nicht getrennt gesehen werden, sie sind wie ein Ehepaar in einer engen Beziehung, die man nicht auflösen darf (Kitaōji 1980: 232, 236). Ein Keramiker muss einen ästhetischen Sinn auch für das Essen haben. Ein Koch muss sich mit Geschirr befassen und das geeignete Geschirr für verschiedene Gerichte auswählen können. Entsprechend wählte Rosanjin die Köche für das Hoshioka Charyō aus. Er suchte den idealen Koch, der seine Gäste geistig und körperlich verwöhnen kann, dessen ästhetisches Interesse nicht bei den Speisen aufhört, der vielmehr auch eine Vorliebe für Malerei, Bildhauerei, Architektur und Kunstgewerbe zeigt (Ikeda 2009: 13–15). „Er kann nicht anders, als verrückt nach Speisen zu sein, er muss sozusagen in der Stimmung für eine Liebhaberei sein (ebd.: 15, *ryōri ga sukidesukide tamarantoiu, iwaba dōraku kibun ga nakutenarannoda*), so sah Rosanjin den Koch als Künstler und wollte mit dieser Haltung das Selbstbewusstsein der Köche anheben (Shindō 2000b: 108). Rosanjins Ziel war es, Spitzenköche auszubilden: „If [...] you intend to be famous among later generations for your cooking, then by all means apply. [...] I wish to hire someone with abundant natural gifts, who will strive tirelessly as cook for the restaurant“ (Cardozo und Hirano 1987: 102). Trotz dieser hohen Anforderungen war eine Stelle bei ihm als Koch begehrt. 1935 gingen auf eine Stellenausschreibung über hundert Bewerbungen ein (ebd.: 101).

Genau wie bei seinen Köchen legte Rosanjin auch bei den Kellnerinnen Wert auf eine gute Ausbildung nach seinen Vorstellungen. Er wollte weder einfache Einschenkerinnen (*shakufu*) oder gar den erotischen Service, der in den großstädtischen Cafés der 1920er und 1930er Jahre Verbreitung fand. Auch die Unterhaltung durch Geishas lehnte er für seine Lokalitäten ab, was ihm immer wieder als fortschrittlich angerechnet wird. Doi bemerkt hierzu hingegen, dass Rosanjin nicht der erste Gastronom war, der auf Geishas verzichtete. Rosanjin suchte erfahrene Kellnerinnen, die er auch noch nach seinen Vorstellungen ausbilden konnte (Doi 2011: 98–99). Sie sollten sich Wissen hinsichtlich Teezeremonie, Blumenarrangement und Blumenkunde aneignen. Sie sollten Etikette und Konversation beherrschen und den Gästen mit von Herzen kommender Freundlichkeit begegnen. Zur Etikette der Kellnerinnen gehörte unter anderem, die Gäste angemessen willkommen zu heißen, den richtigen Zeitpunkt zum Servieren und Abräumen zu erkennen, sie mussten Empfehlungen für Sake oder anderen Alkohol aussprechen können und natürlich die Speisen korrekt servieren (Ikeda 2009: 15–16).

Obwohl Rosanjin Wert auf die Ausbildung seiner Angestellten legte und einige Neuerungen für sie einführte, war er kein einfacher Arbeitge-

ber. Im August 1935 kam es zum so genannten *bōzugari*-Vorfall. *Bōzugari* kennzeichnet die kurz geschorenen Haare, die Rosanjins männliche Angestellte tragen mussten. Es gab Vorwürfe über Haare im Essen. Letztlich verliefen diese im Sande, aber sie waren der Auslöser für einen Streik in der Küche der beiden Hoshioka Charyō in Osaka und Tokyo, über den die Asahi Shinbun, die Yomiuri Shinbun und die Tōkyō Nichinichi Shinbun (die heutige Mainichi Shinbun) mehr oder weniger ausführlich berichteten. Die Köche forderten mehr Lohn. Dem lag ein Streit zwischen den Köchen und Rosanjin zugrunde. Siebzehn Köche aus Osaka und zehn aus Tokyo schlossen sich dem Streik an. Die Köche beschwerten sich, dass sie nicht als Künstler (*geijutsuka*) angesehen wurden, da Rosanjin verlangte, dass sie die Zuspeisen (*sōzai*) zubereiteten. Dies sei Aufgabe der weiblichen Bediensteten, für die man nur handwerkliches Können brauche – so sahen es die Köche. Für Rosanjin gehörte die Zubereitung der Zuspeisen hingegen zu den grundlegenden und wichtigen Fähigkeiten des Kochens und minderte seiner Meinung nach den künstlerischen Aspekt des Kochens keinesfalls.

Am Ende einigten sich die beiden Seiten auf eine Abschlagszahlung und die Kündigung für die Köche. Rosanjin hatte sich durchgesetzt (Doi 2011: 107–108). Ein weiterer Streik über die Bezahlung sorgte jedoch dafür, dass Rosanjin das Hoshioka Charyō am 3. August 1936 verlassen musste (Doi 2011: 110). Er arbeitete daraufhin im Fukudaya, einem Restaurant mit Hotel (*ryōkan*) im Tokyoter Stadtteil Kioichō, das im Jahr 2015 seine Kochkunst auch im Rahmen der Rosanjin-Ausstellung in der Nihonbashi Mitsui Hall präsentierte. Hier konnte er sich noch einmal verwirklichen: von den Laternen bis zur Toilette spiegelte alles seine Vorstellungen wider. Kitaōji schrieb, dass ihm ein Schauer über den Rücken laufe, wenn er das mit Speisen verzierte Geschirr sah. Geschirr und Gerichte sind hier zu einer Einheit geworden, das ist seine Vorstellung von Schönheit (Ikeda 2009: 13).

Schönheit ist das Schlagwort für Rosanjins Gourmetverständnis. Grundlage für Schönheit ist für ihn die Natur. Ein Koch, Gastronom oder Keramiker kann Alltagsgerichte wie Gerichte aus einem Topf (*nabe ryōri*) zu etwas Schönerem machen, indem er sich der Natur und deren Schönheit annähert (Ikeda 2009: 12–13). Schönheit kann nur durch einen Sinn für Schönheit, den Geschmack, entstehen. Für Rosanjin gab es wenige, die Geschmack wirklich begreifen und damit aus einfachen Zutaten die leckersten Speisen zaubern können. Rosanjin beklagt, dass viele, darunter auch selbst ernannte Feinschmecker, aber auch Fachleute, die er Dilettanten nennt, nur Prahlerei betreiben, dem Massengeschmack hinterherlaufen und eine wahre Neuheit nicht als solche erkennen könnten (Kitaōji 1980: 223, 226). Geschmack hat man entweder oder man muss ihn sich mit

viel Interesse und Anstrengung aneignen. Rosanjin schreibt von sich, dass er der letzten Gruppe angehörte, sich aber zu einem Connaisseur des Geschmacks entwickelt habe. Er entlarvt die so genannten Dilettanten, indem er ihnen gewöhnlichen Rettich der Region als besonderen *owari daikon* serviert, eine Spezialität aus der heutigen Präfektur Aichi, und sich daran erfreut, dass sie diesen, in Erwartung eines besonderen Geschmacks, in den höchsten Tönen loben (Kitaōji 1980: 222). Weiter schreibt er, dass er solche Tricks auch zu Beginn seiner kulinarischen Karriere angewandt habe, „als ich ursprünglich auch mit der eigenen Zunge nicht kritisieren konnte, ob etwas lecker oder nicht lecker ist, weil ich kein profunder Kenner war“ (Kitaōji 1980: 223; *motomoto jibun no shita de taddashiku bimi fubimi o handansuru no demonaku, fukai keikensha demonaikara*). Trotz oder gerade aufgrund solcher Tricks hatte er immer genug Selbstvertrauen in seinen eigenen Geschmack und ließ sich in seinem Urteil nicht beirren. Er ist der Ansicht, auch dies sei ein Zeichen für Geschmack und Urteilskraft (Kitaōji 1980: 223).

Wie er sein Augenmerk auf die Einrichtung und Ausstattung seiner Restaurants sowie die Auswahl der Köche und Kellnerinnen legte, so wählte Rosanjin auch die Zutaten mit Bedacht aus. Er besorgte ungewöhnliche Zutaten (Shindō 2000b: 107) und betonte die Frische und Natürlichkeit seiner Zutaten. Der oben bereits erwähnte Kubo Tetsuo, einer von Rosanjins Angestellten, erzählte zum Beispiel, dass Rosanjin kein *Ajinomoto*-Gewürz und nur wenig Zucker in seiner Küche verwendete (Doi 2011: 112). Für sein Verständnis von Gastfreundschaft war ihm wichtig, den ursprünglichen Geschmack und die Eigenheiten der Zutaten zu bewahren und diese beim Kochen und Würzen nicht zu zerstören. Die Temperatur des Essens spielte ebenso eine Rolle: es gibt kalte und heiße Speisen, die er nicht vermischte. Er ärgerte sich sehr, als ihm in einem Hotel im japanischen Stil einmal lauwarmes Tempura serviert wurde. Die Speisen waren für ihn der Spiegel der Persönlichkeit und damit der Gastfreundschaft des Kochs (Ikeda 2009: 11–12).

Aoyama (2008: 144) sieht hier einen deutlichen Unterschied zu Tanizaki und seiner Faszination von dem Schleimigen und gleichzeitig Erhabenen. Tanizaki spielt mit dem Gefühl des Ekels (Raulff 1982: 249), an dessen Grenze sich die Gourmetkultur aufhält. Dieser scheint bei Rosanjin, mit seinem Fokus auf natürlicher Schönheit bei der Zubereitung und Präsentation der Speisen, keine Rolle zu spielen. Die edozeitliche Ästhetik des *wabi* kommt in seinem Gourmetverständnis zum Tragen. Rosanjin war kein kulinarischer Grenzgänger auf der Suche nach dem Exotischen und Fremden. Vielmehr suchte er nach authentischen, originalen Zutaten und Rezepten für seine Lokalitäten. Dies war für ihn die Zubereitungsart des Herkunftsortes seiner Speisen. Er ließ sich vom damaligen *furusato*

Boom (Tappe 2009) anstecken und begab sich auf kulinarische Jagd außerhalb Tokyos. Er ließ sich Zutaten direkt aus der Region beschaffen – auch wenn dies zu seiner Zeit wesentlich aufwendiger war als heute. Zum Beispiel ließ er Forelle (*ayu*) aus dem Fluss Wachigawa in der Präfektur Kyoto besorgen und bereitete sie auf die Art und Weise zu, die dort üblich war (Ikeda 2009: 12). In einem Gespräch mit anderen Gourmets in der Zeitschrift *Bungei Shunjū* zählt er allerhand regionale Spezialitäten auf: Reiher aus Kanazawa und schwarzer Reiher aus der Region Hokuriku. Generell schätzt er getrocknete Pilze, in Salz Eingelegtes, Wildgans, Fasan, Schnapschildkröte, Forelle oder Karpfen als ländliche Gerichte. Er bemerkt, dass in Tokyo viele dieser Tiere nur als Zuchttiere erhältlich sind und nicht in ihrer wilden Variante. Das schmälert für ihn die Qualität und damit den Geschmack. Er bringt sich bestimmte Zutaten, auch Miso-Paste oder Sojasauce, direkt von Reisen in bestimmte Regionen mit oder lässt sie sich schicken (Kinoshita et al. 1931: 64–65). Rosanjins kulinarische Hochphase in den 1920er Jahren war auch der Beginn dessen, was heute unter dem Schlagwort ‚Marke der Region‘ (*chiiki burando*) vermarktet und größtenteils als Souvenir verkauft wird: Spezialitäten einer Region, einer Stadt oder sogar eines Dorfes (Tappe 2009).

Anders als der Romancier Tanizaki bevorzugt Rosanjin die japanische gegenüber der chinesischen Küche (Aoyama 2008: 144–145). Das gilt allerdings nur für die zeitgenössische chinesische Küche, die in Japans Restaurants serviert wurde. Er bereitete, vor allem zu Beginn seines kulinarischen Schaffens, auch klassische, in Japan bekannte chinesische Speisen zu: Haiflossen, Seegurke, Karpfen oder das in der Edozeit als Delikatesse bekannte Schwalbennest (Shindō 2000b: 107). In der Septemerausgabe der Frauenzeitschrift *Fujin Gahō* beschwert er sich 1925 über den Zustand und die Qualität chinesischer Speisen in Japan: die Restaurants ähnelten eher japanischen öffentlichen Bedürfnisanstalten. In der Hausfrauenzeitschrift *Fujin Sekai* veröffentlichte Rosanjin im März 1923 das Rezept für ein Eintopfgericht mit Rindfleisch und Spinat (*yoiyanabe*), zu dem er einleitend schreibt, dass es an chinesischen Winterabenden bis in die Nacht gegessen wird (Doi 2011: 121). Das Fischgericht *hakushiru uoō*, dessen Rezept er in der Maiausgabe 1923 der *Shufu no Tomo* veröffentlichte, erlernte er von der Ehefrau eines am Ochanomizu Frauencollege unterrichtenden Freundes (Doi 2011: 7, 122–123). Abgesehen von diesen als klassisch chinesisch angesehenen Gerichten bereitete er Speisen zu, die heute unter dem Etikett ‚Fusion Food‘ zusammengefasst würden. In einer obigen Kritik zu seinen Speisen im *Hana no Chaya* klingt an, dass seine Gerichte der Küche von Nagasaki ähneln, die wiederum stark von chinesischen Speisen beeinflusst ist (Doi 2011: 93). Auch Shindō (2000b: 107) konstatiert, dass einige von Rosanjins Gerichten im Grunde ‚japanische

Speisen nach chinesischer Art' (*chūka ryōrifū*) seien. Inwiefern dieser Einfluss von Tanizaki kam, ist nicht eindeutig zu sagen. Fest steht, dass Rosanjin ihn rezipiert hat, zumal er seinen ersten Gourmetverein nach Tanizakis Roman benannt hat. Schnell betont er aber selbst, dass er abgesehen vom Namen nicht von Tanizaki und seinen vornehmlich chinesischen Speisen inspiriert wurde (Kitaōji 1980: 382).

Gemeinsamkeiten zwischen den beiden gibt es dennoch. Für beide ist der Akt des Essens ein Mysterium, zu dessen Erfassung nicht nur der Geschmackssinn, sondern alle Sinne geschult sein müssen. Beide betrachten das Essen als ganzheitliche, sinnliche Erfahrung (Aoyama 2008: 144–145). Rosanjin selbst betont die Bedeutung von Geräuschen und Haptik, die zum Geschmack beitragen. Ähnlich wie Tanizaki in seinem Roman beschreibt er mit den im Japanischen zahlreichen onomatopoetischen Ausdrücken den akustischen und haptischen Geschmack von Heringsrogen:

„Eigentlich ist bei Speisen nicht nur der Geschmack auf der Zunge wohlschmeckend. Knackig leckere Sachen, gummiartig gute Sachen, elastisch leckere Sachen, schleimig gute Sachen, knusprig gute Sachen, schwammig leckere Sachen, klebrige aber dennoch krümelige Sachen, rau leckere Sachen, schmierig gute Sachen, knusprig leckere Sachen, knackige Sachen, leckere Sachen mit Spannkraft, leckere Sachen ohne Spannkraft, gute und schlechte weiche Sachen, gute und schlechte harte Sachen [...] so beherrscht der Tastsinn wie oben beschrieben größtenteils das Delikate und das Schlechte des Essens“ (Kitaōji 1980: 14–15; *motomoto tabemono wa, shita no ue no ajitwai bakari de oishii to shite iru no dewanai. shakishakishite oishii mono, gumigumishiteiru koto ga yoi mono, shikoshikoshite oishii mono, nechinechishite yoi mono, karikarishite yonaru mono, gunyagunyashite umai mono, mochimochi mata bokubokushite bekunaru mono, zarazarashiteite umai mono, nebanebasuru no ga yoi mono, sharisharishite oishii mono, korikorishitamono, danryoku ga atte oishii mono, danryoku no nai tameni umai mono, sawarakakute yoi mono warui mono, katakute yoi mono warui mono [...] ijō no yōni shokkaku ga tabemono no oishisa mazusa no daibubun o shihaishiteiru mono de aru*).

Es knackt und knuspert, ist klebrig und breiartig, ist zäh oder weich – all diese Sinneseindrücke beschreibt Rosanjin beim Verzehr einer einzigen Speise. Er spricht von einer „Symphonie der im Mund wie Geschosse explodierenden Fischrogen“ (ebd.: 15; *kazunoko mo kōchū ni gyoran no dangan no yō ni sakuretsusuru kōkyōgaku*). Der Akt des Essens wird für ihn zur Kunst, genau wie das Essen selbst, das Geschirr, auf dem es serviert wird

oder die Umgebung, in der es verspeist wird. Für die Wertschätzung dieser Kunst benötigt der Feinschmecker alle Sinne.

Rosanjin sah im Essen eine künstlerische Aktivität, die den Alltag übertreffen sollte. Der Tee-Connaissanceur Shimogo Denpei bemerkte, dass Rosanjin, der auf kulinarischem Gebiet eigentlich ein Laie war, mit dem Kochen anfang, weil er es als Kunst betrachtete (Ikeda 2009: 10). Nach einem Aufenthalt in den USA und Europa schrieb Rosanjin, wie enttäuscht er von den dortigen Speisen war: „Ich bin durch die USA und Europa gefahren, aber ich habe nichts außergewöhnliches gesehen [...] die heutigen Gerichte sind schlecht, egal wohin man geht“. Schließlich stellt er für sich fest: „tatsächlich ist die japanische Küche die beste“ (Yamada 2006: 177, *ōbei o aruitaga kakudan no koto wa nai [...] yahari nihon ryōri ga saikō*). Zu dieser Aussage passt eine Episode, die sich während dieser Reise in Paris abspielte. Obwohl ihm lokale und authentische Zubereitungsarten wichtig waren, ließ Rosanjin sich von Konventionen nicht beeindrucken und nahm auch keine Rücksicht auf eventuelle Befindlichkeiten anderer Köche, wenn er sich kulinarisch im Recht sah. 1955 besuchte er zusammen mit dem damaligen japanischen Botschafter in Frankreich das für seine Entengerichte berühmte Restaurant La Tour d'Argent in Paris (Cardozo und Hirano 1987: 10). Nach seiner Rückkehr schrieb er das Erlebnis in einem Aufsatz mit dem Titel ‚*Sukiyaki und Entengerichte*‘ (*Sukiyaki to kamo ryōri*) (Kitaōji 2013) nieder. Im La Tour d'Argent wurde dem Gast die Ente zunächst im Ganzen präsentiert, dann in der Küche geschnitten und in einer Sauce serviert. Rosanjin hingegen gab den Kellnern die Anweisung, dass sie die Ente ohne Sauce servieren sollen. Er bekam seine Ente pur und holte sogleich aus seiner Tasche eine kleine Flasche Sojasauce der Marke Banshū Tatsuno und Puderwasabi heraus. Mit etwas Essig, der auf dem Tisch stand, bereitete er unter den erstaunten Blicken der Kellner, anderer Gäste sowie des Küchenchefs eine Sauce zu.

Die Aufmerksamkeit schmeichelte ihm offensichtlich: „Ich will nicht prahlen, aber ich glaube, in diesem zeremoniellen Restaurant hat man noch nie gesehen, dass ein Gast auf derartige Weise sein Essen abgeschmeckt hat. Es weckte auf jeden Fall die Neugier der Kellner“ (Kataōji 2013: 78–79, *Ce n'est pas pour me vanter, mais dans ce restaurant cérémonieux, je pense que l'on avait jamais vu un client procéder à un tel assaisonnement. Il y avait en effet de quoi intriguer les serveurs*). Rosanjin legt einem seiner Begleiter, dem Schriftsteller Ōoka Shōhei (1909–1988), folgende Worte in den Mund: „Ich fühle mich wie neugeboren. Ich spüre von Neuem die Überlegenheit des japanischen Geschmacks (ebd.: 79, *J'ai l'impression de denâitre. J'ai senti de nouveau la hauteur du goût japonais*). Ōoka selbst klingt im Nachwort der kleinen Episode eher peinlich berührt, dass Rosanjin das Gericht, welches der ganze Stolz des Restaurants war, abwandelte:

„Sie können sich nicht vorstellen, wie stolz der Alte war!“ (ebd.: 82, *Vouz ne pouvez pas imaginer combien le vieux était fier!*). Anders als Rosanjin schreibt, wäre Ōoka neugierig auf den Geschmack des Hauses gewesen. Hier wird trotz unterschiedlicher Sichtweisen von Rosanjin und Ōoka deutlich, dass sie als Japaner in Frankreich von einer solchen kulinarischen Institution wie dem La Tour d’Argent alles andere als eingeschüchtert waren (Sekiguchi 2013: 83).

Seine Überzeugung, die beste Zubereitung für ein Gericht zu kennen, zeigt sich auch in einer anderen Episode dieser Reise. Während seines Aufenthaltes in New York besuchte er ein *Sukiyaki*-Restaurant. Der Wirt stammte aus der Gegend um Niigata und war als einfacher Arbeiter nach Amerika gekommen. Rosanjin nahm an, dass ihn irgendjemand auf die Idee gebracht hatte, ein *Sukiyaki*-Restaurant zu eröffnen, einfach weil es ein beliebtes Gericht und er Japaner war. Rosanjin bemängelte das *sukiyaki*, das so gar nichts mit dem Original in Japan gemein hatte: „die Amerikaner, Amateure auf dem Gebiet des japanischen Charakters, verschlingen es wie Enten, die sich mit Futter voll fressen“ (Kitaōji 2013: 76, *et les Américains amateurs de japoneries avalent cela comme des canards se goinfrent de leur pâture*). Im Gespräch mit dem Wirt stellte Rosanjin fest, dass der Wirt weder Tokyo noch Niigata kannte. Daher sei es kein Wunder, dass er sich nicht mit *Sukiyaki* auskannte. Rosanjin fährt mit stolzem Unterton fort, dass er dem Wirt daraufhin zeigte, wie man richtiges *sukiyaki* zubereitet, woraufhin dieser ausrief: „Ah, das ist es also, das *sukiyaki!*“ (ebd.: 76, *Ah, c’est donc ça le sukiyaki!*). In seinem Gefühl der kulinarischen Überlegenheit brüskierte er den Koch des berühmten Pariser Restaurants La Tour d’Argent, indem er einfach dessen Zubereitung abwandelte. Gleichzeitig war ihm die für ihn authentische Zubereitung japanischer Gerichte überaus wichtig. Die japanische Küche hielt er für die raffinierteste und beste der Welt. Hier durften keine Abwandlungen vorgenommen werden.

Neben dem Restaurantbetrieb sowie seiner Arbeit und Leidenschaft als Koch und Töpferkünstler suchte Rosanjin nach einem Sprachrohr für seine kulinarischen und ästhetischen Gedanken. Im Oktober 1930 gründete er zusammen mit dem Keramiker Arakawa Toyozō (1894–1985), dem Teemeister und Keramikspezialisten Awata Tsunetarō (1878–1953), seinem Restaurantleiter Hata Hideo (1899–1980) und dem Schriftsteller Hayashi Masaaki (1900–1948) die Vereinszeitschrift *Hoshioka*. Bis zur 21. Ausgabe verantwortete Awata die Redaktion des Vereinsblattes. Ab der 22. Ausgabe übernahm Arakawa die Herausgabe und änderte das Format. Die Zeitschrift sollte Berichte und Forschungsergebnisse verschiedener Autoren beinhalten, aber Ikeda führt an, dass es bis zu seinem Ausstieg nach der 69. Ausgabe im Juli 1936 im Wesentlichen Rosanjins Zeit-

schrift war: er prägte den Titel, das Titelbild, den Schnitt, die Werbung. Rosanjin nutzte das Blatt als Sprachrohr, um über seine Vorstellung von Schönheit zu sprechen. Im Grußwort der ersten Ausgabe schrieb er: „ich möchte auf dem Niveau einer Zeitung und wie es sonst keine Zeitschrift gibt, [...] über Kunst und Eleganz berichten“ (Ikeda 2009: 10; *shinbun no kaku de mo nashi zasshi ni mo kanarazu toiu mono dewa aruga, [chūryaku] geijutsu, fūryū ga kataritai*). Umfassten die ersten Ausgaben nur acht bis zehn Seiten, wuchs die Zeitschrift im Laufe der Jahre auf sechzig Seiten an. Nach dem Ausstieg Rosanjins wurden noch 61 weitere Ausgaben der Zeitschrift herausgegeben (Kitaōji Rosanjin Shiryōshitsu 2000).

Rosanjin erhielt für seine Vielseitigkeit nicht nur Lob und Anerkennung. Der Schriftsteller Naoki Sanjūgo (1891–1934) ließ kein gutes Haar an den Speisen und der forschenden Herangehensweise im Hoshioka Charyō und anderen Restaurants, an denen Rosanjin beteiligt war. Er bemängelt in einem Artikel im Hoshioka den – aus seiner Sicht – Mangel an japanischen und das Überangebot an französischen Speisen sowie die Fülle nicht kulinarischer Tätigkeiten der Restaurantbetreiber: „Gibt es keine japanischen Speisen mehr? Oder ändert sich der Weg der Speisen mit dem Wandel der Zeit? Gibt es keine japanischen Zutaten mehr? Oder keinen Verstand?“ (Doi 2011: 94, *nihon ryōri de nakunarimosuruka? soreto mo, sorega jidai to tomoni henkasuru ryōri no michika? nihon ryōri niwa zairyō ga nainoka, atama ga nai no ka?*). Weiter schreibt er: „Wenn es gewinnbringend ist, brennen sie [Rosanjin und Inoue vom Hana no Chaya] gemächlich ihre Töpferwaren selbst oder bauen Landhäuser. [...] Warum geben Restaurantbesitzer nicht ihr ganzes Leben der Erforschung von Speisen hin?“ (Doi 2011: 94, *mōkattara, nonkini tōgei o aitari, bessō o tatetarishiteiru. [...] naze, ryōriya no shujin wa, ryōri no benkyō ni isshō o sasagenainoka?*“).

Rosanjin war eine schillernde und vielseitige Persönlichkeit, dessen Werk erst posthum gewürdigt wurde, vor allem was seine Keramik angeht (Hirano 2000: 6). Anders als Tanizaki geht es ihm nicht um das hemmungslose Schlemmen oder darum, einen Kontrast zur herrschenden Ideologie von rationaler Küche zu bilden. Im Gegenteil, er greift sogar Aspekte auf wie die Hygiene, die ihm in seiner Küche wichtig war. Genau wie Tanizaki ist die Nahrungsaufnahme für ihn keine funktionale Aktivität. In seinem vielseitigen Wirken schuf Rosanjin ein allumfassendes kulinarisches Bild, das die Natürlichkeit der Zutaten, die Authentizität der Zubereitung und die Schönheit der Präsentation beinhaltet. Dadurch wird die Nahrungsaufnahme bei ihm zur Kunst – allerdings frei von den Exzessen und Obszönitäten, die Tanizaki in seinem Roman beschreibt. Im Folgenden widme ich mich den kulinarischen Sehnsüchten der taishōzeitlichen Gourmets: China und Japan.

5.4 KULINARISCHER RAHMEN – EXOTIK UND AUTHENTIZITÄT IN CHINA UND JAPAN

Die japanische Küche veränderte sich durch die imperiale Expansion Japans in der Taishōzeit: „The tastes that grew popular and that Japanese consumers eagerly produced had quietly and yet steadily shifted radically from their Tokugawa and Meiji predecessors. The terms to describe them, *Nihon ryōri*, *washoku* or *Nihon shoku* might have remained, but the contents, recipes, and presentations had permanently changed as a by-product of Japan’s imperial expansion into East Asia“ (Kushner 2010: 160, Hervorhebung des Autors). Das überschwängliche Interesse am Westen wich bereits mit dem japanischen Sieg im russisch-japanischen Krieg 1905 und der Revision der so genannten ungleichen Verträge langsam einer erneuten Wertschätzung des Eigenen und einem erneuten Interesse an China (Cwiertka 2006: 144). Diese Neuausrichtung wirkte sich auch auf den kulinarischen Bereich aus: „The time was ripe for a Chinese food boom to begin“ und ich ergänze: auch eine Wiederentdeckung japanischen Essens begann.

Aus den Kolonien eingewanderte Koreaner, Taiwaner, Chinesen und aus den Kolonien zurückgekehrte Japaner brachten neue Speisen mit, die in Restaurants und Straßenständen eingenommen wurden (Silverberg 1998). Nach dem Ersten Weltkrieg kamen auch deutsche Kriegsgefangene aus Tsingtau nach Japan. Karl Juchheim (1886–1945) zum Beispiel machte den Baumkuchen in Japan bekannt. Er lebte zunächst mit seiner Frau in Tokyo. Nach dem großen Erdbeben ließen sie sich in Kobe nieder und eröffneten ihr Süßwarengeschäft Yōgashiya Yuhaimu (Takemura 2004: 106). Andere deutsche Einwanderer belieferten Geschäfte, Cafés und Restaurants mit Wurstwaren oder Süßigkeiten oder eröffneten selbst Cafés und Geschäfte. Auch die Restaurants und Lebensmittelabteilungen der seit der Mitte der Meijizeit existierenden Kaufhäuser und Firmen wie Meidiya boten ausländische Gerichte und Zutaten, die zunehmend in Japan produziert wurden, auf dem Massenmarkt an (Cwiertka 2003). Cwiertka betont die bemerkenswert frühe Akzeptanz und Popularität ausländischer Küche in Japan: „Eating unfamiliar food for pleasure has only become a mass phenomenon in most parts of the world in the latter part of the twentieth century. It is remarkable to note therefore that in Japan, restaurants and cafeterias serving foreign cuisine were a common feature of the country’s large cities from the turn of the twentieth century, preceding by several decades similar enterprises elsewhere in the world“ (Cwiertka 2003: 90).

Takemura zitiert den Schriftsteller Satomi Ton (1888–1983), der ab 1922 in der Zeitung *Jiji Shinpō* über die leckersten Kaffeetränke der Ginza schrieb und auch die ausländischen Gäste der Cafés beobachtete.

Im folgenden Zitat geht es um das Café Europa auf der Ginza, wo zu dem Zeitpunkt auch der Deutsche Juchheim arbeitete:

„Wo sollen wir hingehen? Der Kaffee im Europa ist lecker....‘ ‚Er ist gut, und dort können wir uns ein wenig unterhalten.‘ So saßen zwei [ausländische] Männer sich in einem Café in einer Seitenstraße gegenüber. Sie bestellten Sandwiches und Kaffee. Herr Suzue zog ein längs aufgeschnittenes Brot, mit Schinken oder Würstchen belegt, im deutschen Stil zu sich heran, sofort stach er mit der Gabel hinein“ (Takemura 2004: 107; ‚*dokonishiyō. kōhī wa yūroppu ga umaiga...*‘ ‚*īdarō, asukonara, chotto hanashi mo dekiru*‘ *gaikokujin no yatteru, uradoori no kafē no isu ni yagate futanin wa sashimukai ni koshi o oroshita. sandoitchi to kōhī to o chūmon...* Suzue wa, tate ni kitta pan no ue ni, hamu ya sōsēji o okinarabeta doitsufū no sandoitchi o hikiyosete, sassoku fōku o tsuttateteitaga).

Der kulinarische Horizont der allgemeinen Bevölkerung erweiterte sich dadurch, wenngleich die Speisen, die seit der Meijizeit ins Land kamen, nicht sofort in den häuslichen Speiseplan integriert wurden. Die einfache städtische Bevölkerung näherte sich über die japanisch-westlichen Mischgerichte, die ich im vorherigen Kapitel zur Meijizeit angesprochen habe, den westlichen Gerichten an (Nakahara 2008: 130). Drei solcher Gerichte schafften in der Taishōzeit den Durchbruch. Tanemura spricht von den *taishō no sandai yōshoku*, den ‚drei westlichen Gerichten der Taishōzeit‘: Reiscurry (*raisu karē*), Kroketten (*korokke*) und Schweinskotelett (*tonkatsu*) (Takemura 2004: 105–106). Reiscurry wurde ab 1914 in Dosen verkauft, als ‚London-Erinnerungs-Instant-Curry“ (*rondon miyage sokuseki karē*) (Nakahara 2008: 131). Damit nahm Curry den Umweg von Indien über das Britische Empire.

Erst ab den 1920er Jahren kamen die europäische, und nun auch die amerikanische (Tipton 2010: 125) Küche, deren neue Lebensmittel, Gewürze und Zubereitungsarten in einer japanisierten Version allmählich im kulinarischen Alltag der allgemeinen Bevölkerung in Stadt und Land an. Bereits bis zum Ende der Meijizeit wurden durch eine gezielte Europäisierungspolitik des Staates neue Gemüsesorten auf den japanischen Feldern angebaut und damit eine größere Sortenvielfalt erzielt, die nur noch bei den Verbrauchern ankommen musste. Zwischen 1920 und 1935 gab es den größten Anstieg im Anbau bestimmter Gemüsesorten, darunter bereits zur Edozeit verbreitete Sorten wie die Süßkartoffel (*satsumaimo*), Karotten (*ninjin*), Rettich (*daikon*) und Gartenkürbis (*kabocha*). Aber auch *gairai yasai* genannte, aus dem Ausland kommende, in der Meijizeit eingeführte Gemüsesorten wie Kohl (*kyabetsu*), Zwiebeln (*tamanegi*) und Tomaten (*tomato*) und ab den späten Meijijahren zusätzlich Gemüse aus China wie der Chinakohl (*hakusai*) (Yasuhara 2005: 40–41) wurden nun vermehrt angebaut.

Cwiertka (2006: 144) gibt zu bedenken, dass sich mit neuen Gemüsesorten auch das Wissen über ihre Zubereitung verbreiten musste, besonders bei Gebrauch von ausländischem Gemüse und auch besonders mit Augenmerk auf Hausfrauen als Köchinnen. Dies dauerte noch bis in die Nachkriegszeit. Ein Blick auf die ländliche Bevölkerung in Bauern- und Fischerdörfern zeigt, dass sich deren Ernährungsbasis von der Meijizeit bis zum Anfang der Shōwazeit nicht wesentlich veränderte (Otaga 2008: 140, 146). In der Taishōzeit wurden vor allem Gerichte domestiziert, die mit Reis kombinierbar waren: so genannte *katemeshi*-Speisen, einer Mischung aus Reis und anderen Zutaten wie Rindfleisch (*gyūdon*), Schweinekotelett (*katsudon*) oder Currysauce (*karēdon*) in einer Schale (*don*). Rationalisierungsbestrebungen im kulinarischen Bereich sorgten für die Durchdringung des traditionellen japanischen Essens mit westlichen Speisen. Nichtsdestotrotz ging der Verzehr von westlichen Speisen zu Beginn der Taishōzeit nicht über das Niveau eines Genussmittels hinaus (Takemura 2004: 104).

Die Feinschmecker hingegen waren wieder auf der Suche nach dem nächsten Unbekannten. Essens- und Filmkritiker Ogi Masahiro schreibt: „um den ersten Weltkrieg wurde unter Snobs, die vorgaben, Kenner zu sein, ein Zeitvertreib als abenteuerliches Hobby modern, absichtlich gefährliches Essen der niederen Schichten zu genießen“ (1986: 196; *sunobizumu no kaisō nimo, tsūburi, bōken kyōmi toshite, wazato gesen no ayau tabemono o uma garu asobi ga hayari dashita no ga, dai ichiji taisenji datta no darō*). Die Neuorientierung fand nach ‚unten‘ statt. Das ‚gefährliche Unterschichtenessen‘ waren die chinesische und die japanische Landküche. Sie wurden zum neuen kulinarischen Ziel der Gourmets. Diese suchen Authentizität in ihren Speisen, in der Taishōzeit fanden sie diese in den Städten Chinas, aber auch auf dem Land und in den Kleinstädten Japans. Tanizakis Vorliebe für chinesische Speisen spiegelt das erneut aufgekommene Interesse an China im Allgemeinen und an chinesischem Essen im Besonderen wider. Anders als während der Edozeit kam die chinesische Küche in der Taishōzeit nicht als Küche der Elite nach Japan, sondern nahm den Umweg über die Garküchen der Straße, die als unhygienisch galten und somit für die Gourmets den Eindruck des ‚gefährlichen Unterschichtenessens‘ vermittelten. Neben dieser exotischen Komponente spielt auch die vermeintliche Authentizität dieses Essens eine Rolle für die Gourmets. Es ist eine nicht japanisierte chinesische Küche, wie sie in dem nach außen einfach und unscheinbar wirkenden Geheimclub in Tanizakis Roman serviert wird.

Kitaōji Rosanjin verkörpert das zweite kulinarische Ideal der damaligen Zeit, nämlich die Rückkehr zu und damit die Suche nach der authentisch japanischen Küche. In der Taishōzeit suchen Feinschmecker wie Ro-

sanjin nach einer ursprünglichen, japanischen Küche ohne ausländische Einflüsse. Damit gehören sie zu einem allgemeinen gesellschaftlichen Diskurs über die Suche nach dem wahren Japan, das wiederbelebt beziehungsweise am Verschwinden gehindert werden soll. Volkskundler wie Yanagita Kunio finden das wahre Japan in seinen Geschichten. Unter dem Stichwort der Heimat (*furusato*) wird das wahre Japan in Volksliedern besungen oder eben in der ländlichen Küche entdeckt. Die Suche nach den verschiedenen Geschmäckern Japans liegt auch in der beginnenden Homogenisierung des japanischen Geschmacks. Nach dem Erdbeben von 1923 setzte im Handel und den Restaurants ein Wandel ein. Die Eisenbahn brachte regionale Geschmäcker nach Tokyo, wo sie zusammen mit Tokyos existierender Küche zu einem neuen, homogenen Geschmack verschmolzen. Regionale Unterschiede und Besonderheiten wurden zugunsten eines einheitlich ‚japanischen‘ Geschmacks ignoriert (Kushner 2010: 159).

Bei Tanizaki und Rosanjin wird deutlich, was die Gourmetkultur der Taishōzeit und frühen Shōwazeit ausmachte. Der kulinarische Rahmen wird von den gegensätzlichen Attributen determiniert, die ich in den theoretischen Überlegungen der Arbeit thematisiert habe: einerseits Nostalgie, Tradition, Integrität und Einfachheit von Speisen und Nahrungsmitteln, andererseits Exotik, Innovation, Kunstgriff und Pracht. Die oben genannten Attribute stehen sich zwar konträr gegenüber, schließen sich aber nicht aus. Die einheimische Küche kann nicht zwangsläufig und ausschließlich der ersten Begriffsgruppe und ausländische Küche nicht zwangsläufig der zweiten Begriffsgruppe zugeordnet werden. Tanizakis chinesische Küche ist geprägt von der Einfachheit der Speisen, aber zugleich von prächtiger, außergewöhnlicher Präsentation. Die ‚wahre‘ japanische Küche ist in der Wiederentdeckung zunächst exotisch und fremd. In der Taishōzeit ist der Blick der Gourmets auf sowohl die ursprünglich japanische als auch die chinesische Küche von Nostalgie geprägt – Nostalgie für ein von westlichen Einflüssen verschontes Japan und Asien. Das Augenmerk der Gourmets liegt auf der Integrität der Küche. Vermitteln die Speisen, auch mittels ihres Essumfeldes, einen unverfälschten, reinen, authentischen Eindruck, so werden sie zum Ziel der Feinschmecker. Die große Bedeutung der Authentizität kommt laut Appadurai dann zum Tragen, wenn der exklusive Zugang nicht mehr gegeben ist (Appadurai 1986: 44). Da die von den Gourmets nachgefragten Speisen allen zugänglich waren, die die finanziellen Mittel aufbringen konnten, blieb den Gourmets nur noch die gefühlte Authentizität ihrer konsumierten Speisen als Distinktionsmerkmal.

5.4.1 CHINABOOM

Die Taishōzeit war geprägt von einem erneuten Interesse an China, das auch die Esskultur umfasste. China wurde zu einem beliebten Reiseziel, besonders nachdem das Japan Bureau of Tourism Reiserouten vorschlug, es feste Fährverbindungen gab und die Infrastruktur in China ausgebaut wurde (Liu 2009). Liu (2009: 184–185) argumentiert, dass das moderne Tokyo für viele seinen edozeitlichen Charakter verloren hatte: „the ‚Edo spirit‘ had all but completely vanished“. Die Menschen suchten nach authentischen Orten und fanden sie in China. Der Literaturkritiker Kawamoto Saburō (1944-) entdeckt bei der Analyse literarischer Werke einen China-Boom unter Schriftstellern der Taishōzeit. Er stellt fest, dass trotz des wachsenden Wohlstands eine Skepsis gegenüber der Verwestlichung Japans seit der Meijizeit herrschte: „Many Japanese intellectuals during the 1920s began to feel that Japan had turned its collective head away from its past and had thus lost its true nature“ (Kushner 2012b: 141). Kushner fügt hinzu, dass die von Kawamoto benannten Intellektuellen als Konsumenten das vermeintlich Verlorene durch den Kauf von exotischen chinesischen und anderen Produkten zu ersetzen versuchten. Tanizaki Jun’ichirō kann hier als Beispiel dienen: „Tanizaki’s preoccupation with the slime/sublime and his related proposition that China belongs in a hedonistic construction of the West/China may have owed something to this boom, which, according to Kawamoto [Saburō], was the expression of a modernist amalgamation of nostalgia for the past and yearning for the new“ (Aoyama 2008: 145). Der Wunsch, ausländische Produkte aus China oder auch aus Taiwan zu konsumieren, sollte die „cherished ‚Asian‘ past“ (Kushner 2012b: 141) wiederbringen und gleichzeitig den Wunsch nach Neuem und Exotischem erfüllen. Der gleiche Antrieb steckte auch in der Wiederentdeckung der einfachen japanischen Landküche, wie ich im nachfolgenden Unterkapitel zeigen werde.

Bis in die 1920er Jahre etablierte sich zunächst die westliche Küche in der Mittelschicht. Was in der Meijizeit noch exotisch und fremd war, kannte nun auch der einfache Angestellte – zumindest in der Stadt. Die chinesische Küche hingegen galt trotz der jahrhundertelangen kulinarischen Einflüsse in der Meiji- und frühen Taishōzeit als unhygienisch und rückständig, genau wie ganz China mit seinen wirtschaftlichen und politischen Schwächen den Japanern als Negativbeispiel für die Modernisierung diente (Cwiertka 2003: 113). „China, or Shina [...] was seen as a haven of repellent corruption and degeneracy“ (Kushner 2010: 155). Gleiches galt für Korea und Taiwan. Die Rückständigkeit wurde nicht nur in Politik und Gesellschaft festgestellt, auch das Essen (ebd.: 146) und die chinesischen Viertel in Japans Städten galten als armselig. Hoare be-

schreibt das chinesische Viertel von Yokohama in der frühen Meijizeit: „The often already poor health standards of the original settlements were made worse by the apparently none too careful sanitary habits of the Chinese. [...] The large numbers of grog-shops and cheap hotels, plus the resulting drunken sailors, were probably further reasons for avoiding such areas“ (Hoare 1977: 30). Gerade Sauberkeit und Hygiene in der Küche wurden in der Taishōzeit von den Akteuren der so genannten Alltagsverbesserungsbewegung immer wieder propagiert. Auch Rosanjin beklagte neben der mangelnden Hygiene der Garstuben sowie dem hohen Fettgehalt der Speisen auch den Mangel an Ästhetik beim Anrichten der Speisen (Kitaōji 1925: 125).

Die chinesische Küche spielte also in den ersten beiden Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts im japanischen Essalltag keine Rolle. Es gab zwar einige chinesische Restaurants und Garküchen in Tokyo: kleine, enge Räume, die auf Unterhaltung abzielten. Der Schriftsteller Kodama Kagai (1874–1943) schrieb 1911 in seinen ‚Tokyoter Eindrücken‘ (*Tōkyō inshōki*) abfällig über die chinesischen Speisen: „They are covered with a sort of rodent-colored patina of dirt; when you open the door smoke billows out with the stench of pig fat and you get the feeling it is a sad and decrepit place. Pork is tasty but it’s food of an indolent and withering people“ (Kushner 2010: 155–156). Nur acht Jahre später beschreibt Tanizaki in seinem Roman ein ähnliches Etablissement. Nur dass es dieses Mal ein chinesischer Gourmetclub ist und die Räumlichkeiten, der Rauch und der Essensgeruch nun für Authentizität und Besonderheit stehen. In wenigen Jahren wendete sich das Blatt und chinesische Küche wurde zu einem kulinarischen Ziel der Gourmets – und das auf unorthodoxe Weise.

Chinesisches Essen fand über die Militärküche Eingang und Akzeptanz in der Küche der unteren Bevölkerungsschichten. Plötzlich wurde es als billig, nahrhaft und nah an der japanischen Küche beschrieben. Auf ähnliche Weise fand einige Jahrzehnte zuvor auch westliches Essen, besonders Brot und Fleisch, seinen Weg auf die Teller der unteren Bevölkerungsschichten, hier wurde das Essen als nahrhaft und kräftigend beworben. In den 1920er Jahren änderte sich das China-Bild in Japan und chinesisches Essen geriet wieder vermehrt in den Blick und die Mäuler der Japaner (Cwierka 2003: 113). Der Sinologe Gotō Asatarō bemerkt, dass die japanischen Konsumenten sich zunächst an die Lokale, den Geschmack und die Konsistenz des chinesischen Essens gewöhnen mussten: Es roch stärker als japanisches Essen und war mit Stäbchen nicht zu essen. Gerichte wie in Sojasauce gebratener Karpfen (*koi no honshao*), roter Reis (*kōryū*) oder die so genannten Tausendjährigen Eier (*tamago no shōka*) ließen einige auf den ‚Zug der Connaisseure für chinesische Küche‘ (*shinaryōritsū no rēru*) aufspringen (Gotō 1940: 62).

Kushner schreibt ebenfalls von einem „Chinese food boom“ (Kushner 2010: 157) in den 1920er Jahren, den er mit der Nachfrage von japanischen und ausländischen, vor allem vom asiatischen Festland stammenden, Arbeitern erklärt, die billiges und fetthaltiges Essen nachfragen: „they accepted the more proletarian ideal of Chinese cuisine that emphasized taste over presentation in the opposite way of traditional Japanese cuisine“ (Kushner 2010: 158). Seiner Meinung nach war chinesisches Essen beliebter als westliches, da es mit Reis serviert wurde und daher eventuell verträglicher für die Japaner war. Hier wird der Unterschied zu Tanizaki deutlich, bei dem der Präsentation der chinesischen Speisen eine überragende Bedeutung zukommt – wenn auch eine völlig andere als bei japanischem Essen. Die Gourmets stürzten sich auf diese Küche, die gerade aufgrund ihrer schlechten Reputation als unhygienische, ‚gefährliche‘ Küche eine große Anziehungskraft ausübte, wie der oben bereits zitierte Essens- und Filmkritiker Ogi Masahiro meint.

Nur einige Jahrzehnte zuvor, in der späten Edo- und frühen Meijizeit, war das Interesse der Gourmets an der chinesischen Küche so gut wie erloschen. Es gab zwar exklusive chinesische Restaurants in Tokyo, wie das 1879 eröffnete Eiwasai, das 1883 eröffnete Kairakuen und das im Jahr darauf eröffnete Shūhōen. Besonders das Kairakuen im Viertel Nihonbashi wurde von der politischen Elite frequentiert (Cwiertka 2006: 144), aber auch von China-Liebhabern wie Tanizaki Jun’ichiro (Seidensticker 2010: 113). Cwiertka (2006: 144) und Higashiyotsuyanagi (2015: 35) stellen fest, dass diese berühmten chinesischen Restaurants in Tokyo den Speisenstil der exklusiven, chinesischen Restaurants in Nagasaki zur Edozeit nachahmten. Hier waren authentische chinesische Restaurants also nicht solche, die zeitgenössische chinesische Küche servierten, sondern solche, die eine japanische, neuzeitliche Interpretation chinesischer Küche anboten. Wie ich oben feststelle, spielt die Sehnsucht nach einer anderen Zeit eine Rolle bei der Suche nach authentischer chinesischer Küche. Die chinesischen Restaurants waren trotz ihrer gehobenen Küche in der Meiji- und frühen Taishōzeit nicht annähernd so beliebt wie Etablissements mit westlicher Küche (Cwiertka 2003: 99).

Der erneute Weg der chinesischen Küche in die japanische Gourmetkultur war ein anderer als zur Edozeit, als chinesische Speisen zuerst die (kulinarische) Elite erreichten, ein unorthodoxer: „While Western-style food trickled down from the top of the social ladder to the bottom, the route of Chinese cuisine in Japan was quite the contrary. Chinese food began to spread at the bottom of Japanese society, and only later climbed upwards“ (Cwiertka 2003: 103). Hier wird bereits eine Entwicklung deutlich, die in der europäischen oder US-amerikanischen Gourmetkultur erst viel später eintritt, nämlich das von Johnston und Baumann (2010)

beschriebene Omnivorentum: Gourmets eignen sich beliebige, gerne populäre Küchenrichtungen als die eigenen an. Allerdings geht es den Feinschmeckern auch in der Taishōzeit um Echtheit und Integrität der Speisen, sie wollten keine japanisierte chinesische Küche, sondern suchten die ‚echte chinesische‘ Küche. Cwiertka bringt es auf den Punkt: „Chinese and Western dishes were served at common as well as exclusive establishments, the latter putting emphasis on authenticity and the former cooking up hybrids for the masses“ (Cwiertka 2003: 111).

Dabei war der Grad der Anpassung an japanische Geschmäcker fließend (Cwiertka 2003: 104) und auch die Frage, was überhaupt authentisch ist, unterschied sich je nach Zeit, Ort und Lokalität. Authentizität liegt im Auge des Betrachters und ist, zumindest im kulinarischen Bereich, nicht objektiv definierbar (Tappe 2009). Authentisch kann eine Referenz an die edozeitliche chinesische Küche in Japan sein. Authentisch kann auch, wie in Tanizakis Roman, die zeitgenössische chinesische Küche in China sein, die über Einwanderer ihren Weg nach Japan findet. Inwieweit diese dann tatsächlich den gleichen Geschmack aufweist wie in China, ist wieder eine andere Frage, denn nicht jeder Einwanderer ist ausgebildeter Koch und vielleicht nicht alle Zutaten sind in Japan erhältlich. Matsuzaki zitiert in seinen 1930 erschienenen kulinarischen Spaziergängen einen Koch aus der chinesischen Provinz Fujian, der über die chinesischen Restaurants in der Region um Osaka und Kobe Folgendes erzählte: „Weil die chinesischen Speisen im Heiwarō [in Osaka] zu Beginn auf japanische Art wenig gewürzt waren, veränderte sich der authentische Charakter, darüber hinaus erwarben sie einen besseren Ruf“ (Matsuzaki 1987: 174; *heiwarō no shinashoku wa shoki no nihonteki tanpaku aji kara, honba no fūkaku ni kawatte, sarani issō no kōhyō hakushitekita toiu koto datta*). In Tokyo, fährt der Koch fort, würden sich die gleichen Speisen je nach Restaurant in ihrem geschmacklichen Standard unterscheiden. Es sei nicht möglich, überall die gleiche Qualität zu erreichen. Ein japanisierter Geschmack beeinträchtigte demnach zwar die Authentizität, aber nicht die Beliebtheit eines Restaurants.

Gourmets waren dennoch auf der Suche nach zeitgenössisch chinesischen Speisen, die ihnen authentisch und exklusiv erschienen. Manche, wie Tanizaki Jun’ichirō, hatten China selbst bereist und waren vertraut mit dem chinesischen Geschmack. Tanizaki sammelte auf seiner Reise durch China, Korea und Taiwan von Oktober bis Dezember 1918 auch Eindrücke, die er in seinen Roman einfließen ließ. Er kam zudem bereits als Kind durch einen Freund, dessen Vater ein chinesisches Restaurant betrieb, mit chinesischen Speisen in Berührung und löste sich vom japanischen Geschmack. Nach seiner Chinareise verglich er die japanische, die westliche und die chinesische Küche miteinander und hielt letztere

für die beste (Shindō 2000b: 112). Anders als der generelle Tenor vom nahrhaften und rationalen Essen während der Taishōzeit suchte Tanizaki nicht nach der gesündesten Kost, sondern nach der leckersten (Ikegami 2008: 37). Er akzeptierte bereitwillig das Ungesunde, wenn es ihm Genuss bereitete. Er akzeptierte es, selbst wenn es ihm körperliche Beschwerden brachte. In der Osaka Asahi Shinbun schrieb er 1919 in einem Artikel, dass ihm die starken Gewürze, wie Knoblauch, in der chinesischen Küche nicht stören. Er bemerkte trotzdem: „Chinese food and garlic is ok, but the day after I eat it my piss stinks so it's a bit annoying“ (Chiba 2004: 43 zitiert nach Kushner 2010: 158). Das klingt ähnlich wie die Verdauungsbeschwerden seiner Romanhelden.

Gotō Asatarō beschäftigt sich auch mit den chinesischen Speisen, die ab der Meiji Restauration nach Japan kamen. Er stellt fest, dass sich die chinesische Küche in Japan von der in Chinas Städten wie Nanking unterscheidet, dass sich aber bereits die chinesische Landküche verändert, wenn sie in den Restaurants der Städte zubereitet wird. In Japan selbst wurden chinesische Speisen auf zweierlei Arten wahrgenommen: einmal als einfache, sparsame Küche und einmal als exquisite Küche mit ausgefallenen Gerichten und fantasievollen Bezeichnungen wie Bärenatze und Schwalbennest (Gotō 1935, zitiert nach Shindō 2000b: 110). Letztere wurden bereits während der Edozeit bei besonderen kulinarischen Anlässen serviert. Auch Gotō spricht von einer Sehnsucht nach China, die sich auch auf die chinesische Küche erstreckt. Er beschreibt die chinesische Küche als vielschichtig, kompliziert und wandelbar durch eine Vielzahl von Aromen, Gewürzen und Zubereitungsarten. All dies ergibt für ihn einen überlegenen, aber auch intensiven Geschmack, der für japanische Esser zunächst gewöhnungsbedürftig ist (Gotō 1940: 63–64). Tanizaki hält die chinesische Küche für die älteste entwickelte Küche weltweit und charakterisiert chinesische Speisen ähnlich wie Gotō als abwechslungsreich, niemals statisch, sondern immer im Wandel, sodass es schwierig ist, die Herkunft einzelner Gerichte zu bestimmen. Sein Protagonist Graf G. brüstet sich damit, echte chinesische Küche gekostet zu haben, während die chinesischen Speisen in Tokyo und Yokohama nur ein billiger Abklatsch der echten Speisen in China seien: armselige Zutaten, in den meisten Fällen japanisiert (Shindō 2000b: 109).

Gotō erwähnt auch ‚Kostprobengesellschaften‘ (*shishokukai*) in Japan, bei denen japanische, westliche und chinesische Gerichte miteinander verglichen wurden. Die nicht näher beschriebenen Grafen Yanagisawa und Yanagihara waren die Veranstalter und suchten je nach Jahreszeit unterschiedliche Lokalitäten für die Treffen. Bei jedem Treffen wurde ein Gourmet zum Vorsitzenden ernannt, was ihn gleichzeitig der Kritik der anderen aussetzte. Die Reise durch die erstklassigen chinesischen Restau-

rants Tokyos war ein Test für den vorsitzenden Gourmet (Shindō 2000b: 111). Shindō (2000b: 111) bemerkt dazu, dass es gegen Ende der Taishō- und zu Beginn der Shōwazeit etliche erstklassige chinesische Restaurants neben den zahlreichen einfachen Lokalen gab. Die Delikatessen konnten sich freilich nur die zahlungskräftigen Gourmets leisten. Auch Cwiertka (Cwiertka 2003: 114) bestätigt, dass in den 1930er Jahren extravagant chinesische Restaurants mit Chinoiserie-Dekor und chinesischen Kellnerinnen in allen japanischen Städten florierten.

Die Neubewertung der chinesischen Küche war nur eine Seite der taishōzeitlichen Gourmetkultur. Kitaōji Rosanjin spricht in seinem Gourmetgespräch in der Bungei Shunjū auch über die chinesische Küche und vergleicht sie mit der japanischen. Letztere hält er für hochwertiger, weil sie bessere Zutaten verwende, die dem Gericht einen besseren Geschmack geben (Kinoshita et al. 1931: 51). Rosanjin sucht die ‚wahre‘ japanische Küche auf dem Land und in der Vergangenheit – gefunden wird sie in der *furusato* genannten Heimat und in der Edozeit. Die Hinwendung zum Japanischen ist das Thema des folgenden Unterkapitels.

5.4.2 FURUSATO-BOOM UND EDO-BOOM

Neben einer Neubewertung der chinesischen Küche kam es in der Taishōzeit auch zu einer erneuten Hinwendung zur eigenen, japanischen Küche. Diese Küche wurde räumlich und zeitlich verortet. Räumlich fand man sie in den Kleinstädten und Bauerndörfern des Landes, die als noch nicht von ausländischen kulinarischen Einflüssen beeinflusst angesehen wurden und das Ziel der Gourmets bei ihrer Suche nach unverfälschtem japanischen Essen darstellten. Diese Orte wurden mit dem Schlagwort *furusato* charakterisiert. *Furusato* bedeutet Heimatstadt oder Geburtsort. Der Begriff besitzt eine zeitliche und eine räumliche Dimension. Er ist ein nostalgischer Verweis auf die Vergangenheit, meist auf die eigene Kindheit. Auch Begriffe wie Vertrautheit und Natürlichkeit spielen hier eine Rolle. Die räumliche Assoziation ist die Verbindung zur Familie, zum Dorf oder in abstrakterer Form zum Land im Gegensatz zur Stadt (Robertson 1988: 495). Diese Bewegung begann nach dem großen Kantō Erdbeben von 1923. Traditionell einfache Gerichte wie zum Beispiel *oden* entfernten sich von ihrem Bild als Essen der Straßenstände und wurden zur Restaurantspeise (Cwiertka 2003: 110–111). Aronwurz (*konnyaku*), Tofu, Taro, Fischkuchen (*hanpen*) und andere in Sojasauce zubereitete Speisen erfuhren auf diese Weise eine kulinarische Aufwertung. Kitaōji Rosanjin wendet sich in seiner Suche nach authentisch japanischer Küche neben den edozeitlichen *kaiseki ryōri* auch der Landküche zu und interpretiert sie für seine Zwecke.

Neben der räumlichen Verortung der japanischen Küche im *furusato* galt das Augenmerk der Gourmets den Speisen der Edozeit, der zeitlichen Verortung der unverfälschten japanischen Küche. Harootunian charakterisiert diese Bewegung folgendermaßen: „During the 1920’s and early 1930’s there was an inordinate impulse to recapture the image of a unified cultural order in Edo Japan and its spoilation by capitalism. We might call this move ‚Edoviewing‘. It was driven as much by a general dissatisfaction with modernity as it was by nostalgia“ (Harootunian 2000: 198). Zwei Geschichten von Tokyo wurden im Wiederaufbau nach dem Erdbeben konstruiert: Dem Bild eines verschwindenden Edo des 18. Jahrhunderts wird das Tokyo der 1920er Jahre gegenübergestellt. Die moralisch überlegene Edozeit stellte ein Gegenbild zum modernen Tokyo mit seiner materiellen Konsumkultur, mit Massenwaren, Unterhaltungskultur, neuen Technologien und Kommunikationsmitteln, dem Aufkommen von Moden dar. Dabei wird freilich übersehen, dass Edo bereits eine bürgerliche Konsumkultur besaß mit seinen Vergnügungszentren, in denen die Restaurants als Startpunkt bürgerlicher Gourmetkultur florierten, und seinen Moden, bei denen der Kommerz bereits eine große Rolle spielte, wenngleich diese Konsumkultur noch eine elitäre und keine Massenkultur war.

Edo wurde mit einem nostalgischen Blick betrachtet, genau wie *furusato*, welches natürlich auch Einflüssen von außen ausgesetzt war, die auch die kulinarische Kultur nachhaltig veränderten. Edo und *furusato* bedienen hier das Bedürfnis der Gourmets nach Tradition und Vertrautheit genauso wie das nach Exotik und Fremdheit. Denn Edo und *furusato* sind für die taishōzeitlichen Gourmets genauso fern und fremd wie ein fernes Land (Lowenthal 2006 [1985]). Edo und *furusato* waren der erfundene und vorgestellte Gegenpart zum modernen Japan. Edo ist nicht nur ein Teil der japanischen Geschichte. Es ist ein kultureller Ort, ein Aufbewahrungsort japanischer Traditionen und damit japanischer Einzigartigkeit (Gluck 1998: 262–263). Das gleiche galt für *furusato*.

Rosanjin war ein Verfechter dieser Rückkehr zu den traditionellen japanischen Speisen. Er orientierte sich einerseits an den schlichten *kaiseki ryōri* des edozeitlichen Teemeisters Sen no Rikyū. Andererseits ließ er sich von der japanischen Landküche inspirieren. Er beobachtet selbst, dass auch wohlhabende Menschen, die keinen Mangel leiden, von luxuriösen und prahlerischen Speisen genug haben. Sie verlangen nach einfachen, schmackhaften Gerichten. Rosanjin bietet ihnen mit *chazuke*, einem ursprünglich einfachen Gericht aus Reis, der mit Tee übergossen wird, ein exquisites Geschmackserlebnis, das zwar einfach und simpel ist, in Rosanjins Restaurant aber keineswegs günstig. Er verfeinert das Gericht beispielsweise mit Meerbrasse, da seine Gäste mittlerweile des Lachses

überdrüssig sind. Die Meerbrasse sorgt für eine kulinarische Aufwertung des Gerichts, die sich auch im Preis niederschlägt. Er stellt zur Diskussion, *chazuke* mit eingesalzenem und getrocknetem Rettich (*takuan*) oder anderen getrockneten Speisen zu servieren (Kitaōji 1980: 166–167). Rosanjin preist auch den Kugelfisch (*fugu*) als ein exquisites Gericht, das zu seiner Zeit in Tokyo wenig verbreitet war, von den Menschen an der Küste um Tokushima, Shimonoseki und Izumo aber vom Winter bis zum Frühling beinahe täglich gegessen wurde. In Tokyo hingegen seien die Gelegenheiten dazu rar (Kitaōji 1980: 37). Seeohr (*awabi*) beschreibt Rosanjin als Delikatesse Edos, als prahlerische Speise der Stadt. Es wurde nur in der Gegend um Misaki (in der heutigen Präfektur Kanagawa) und Bōshū (in der heutigen Präfektur Chiba) produziert und war in anderen Gegenden schwer erhältlich, was es auch für Rosanjin begehrenswert machte (Kitaōji 1980: 53).

5.5 ZUSAMMENFASSUNG

Der Gourmetdiskurs der Taishōzeit wird von Kitaōji Rosanjin dominiert, den man als einen idealtypischen Vertreter der Gourmetkultur ansehen kann. Er kocht und entwickelt seine eigene, von seinen Vorstellungen geprägte Speisekarte. Er ist Gastronom, gründet einen Gourmetverein und führt eigene Restaurants. Er ist journalistisch und schriftstellerisch tätig. Er gibt eine eigene Zeitschrift heraus. Er beteiligt sich an kulinarischen Diskussionen. In Artikeln in Hausfrauenzeitschriften ist er überdies quasi lehrend tätig und gibt Rezepte weiter. Durch seine vielfältigen Aktivitäten trägt er zur Intellektualisierung und Professionalisierung der Gourmetkultur bei und betreibt ihre ästhetische und geschmackliche Inszenierung.

Die Taishōzeit war von ersten Pluralisierungsbewegungen geprägt. Neue kulinarische Institutionen kamen hinzu. Neben der französischen Küche, die in ihrer reinen Form immer noch von Gourmets nachgefragt wurde, wendeten sich die Feinschmecker aus einem Gefühl der Nostalgie und auf der Suche nach Integrität wieder vermehrt der japanischen, der chinesischen Küche und der Küche Edos zu, die sich plötzlich erstaunlich fremd und exotisch und zugleich heimisch für die Gourmets anfühlten. Dieses Sehnen nach den immer neuen Speisen und nach der Abgrenzung vom Speiseplan der einfachen Bevölkerung drückte auch Tanizaki Jun'ichirō in seinem Roman *Bishoku kurabu* aus. Gleichzeitig gab er damit auch dem Gourmet der Taishōzeit seinen Namen.

6 DER GOURMETDISKURS DER SPÄTEN SHŌWAZEIT – KULINARISCHER PLURALISMUS

Bis in die 1950er Jahre waren die Gourmets eine kleine elitäre Gruppe, die entweder professionell, also beruflich als Köche oder Gastronomen mit dem Kochen zu tun hatten oder aufgrund ihres gesellschaftlichen und finanziellen Status in der Lage waren, sich mit exklusiven Speisen, Restaurantbesuchen und dem Philosophieren darüber zu beschäftigen. In den Hochwachstumsjahren zwischen 1956 und 1973 stiegen die Einkommen überdurchschnittlich und das Feinschmeckertum wurde für alle gesellschaftlichen Schichten erschwinglich. Auch nach den beiden Ölkrisen 1973 und 1979 wuchs Japans Wirtschaft, wenn auch langsamer, weiter. Ab der Mitte der 1980er Jahre erfuhr Japans Börsen- und Immobilienwirtschaft in der so genannten Bubble Economy einen enormen Boom, der 1992 mit dem Platzen der Spekulationsblasen schlagartig beendet war (Gao 2009: 303–305). Die wirtschaftliche Entwicklung spiegelt sich auch im Verhalten der Konsumenten wider, zumal sich seit den 1970er Jahren bis zu 90 Prozent der Bevölkerung der Mittelschicht zugehörig fühlten. Freizeitkochen und auswärts essen gehen wurden zum Zeitvertreib für jedermann. Das neue Medium des Fernsehens und neue Zeitschriften popularisierten die Gourmetkultur und machten die elitäre Abgrenzung über das Essen schwieriger. Sicher gab es nach wie vor Gourmets vom Schlag eines Rosanjin, aber die Beschäftigung mit Essen verlor ihre Ernsthaftigkeit, wenn auch nicht ihren Wunsch nach Distinktion. Zum einen geht es den Essensliebhabern um die Essensumgebung, um Spaß und Ungezwungenheit. Der Gourmet der Nachkriegszeit sucht beim Essen nach der richtigen Atmosphäre. Die authentische oder außergewöhnlich exklusive Umgebung zum Essen ist ihm fast wichtiger als das Essen selbst. Zum anderen gewinnen traditionell angesehene Zutaten und Gerichte an Bedeutung. Gemüse aus Kyoto (*kyōyasai*) gehört ebenso dazu wie *washoku*, jene schwer definierbare ‚japanische Küche‘.

Ich konzentriere mich auf die 1970er und 1980er Jahre, in denen es wirtschaftlich aufwärts ging, ein Boom den anderen ablöste und immer mehr Menschen die finanziellen Möglichkeiten hatten, sich kostspielige, kulinarische Eskapaden zu leisten, bevor zu Beginn der 1990er Jahre die sogenannte Bubble Economy ein abruptes Ende nahm. Es fand eine Diversifizierung und Pluralisierung innerhalb der Esskultur und auch der Gourmetkultur statt. Ein Boom folgte auf den nächsten. Trends existierten nebeneinander. Es kam zu einer Internationalisierung der Esskultur. Parallel dazu fand eine Wiederentdeckung und

positive Neubewertung der japanischen Landküche statt. Restaurant-einrichtungen und die servierten Speisen wurden immer ausgefallener. Gleichzeitig bekamen einfache Alltagspeisen den Status von Gourmetspeisen. Restaurants wurden von Frauen zum Vergnügen besucht, während Männer das Kochen zuhause als Freizeitaktivität für sich entdeckten. Frauen tauchten vermehrt in der öffentlichen kulinarischen Szene als Köchinnen, Gastronominnen oder Wissenschaftlerinnen auf. Das Fernsehen besetzte als neues Massenmedium einen wichtigen Platz in der kulinarischen Landschaft. Der Gourmetdiskurs öffnete sich und schien beliebig zu werden. Der gesellschaftliche Kommentator Wakao Fujioka (1927–2015) spricht von den Grashüpfer-Konsumenten, die von Trend zu Trend springen und aus rein hedonistischen Gründen konsumieren (Clammer 1997: 23). Es ist die Rede von ‚einhundert Millionen Gourmets‘, die aber keine Kultur der Massen bilden, in der alle das gleiche konsumieren. Es entstand vielmehr eine vereinzelt und individualisierte Gourmetkultur.

6.1 CHARAKTERISIERUNG DER NACHKRIEGSZEIT: EINHUNDERT MILLIONEN GOURMETS

Mit den Olympischen Spielen in Tokyo 1964 und dem Beginn der Hochwachstumsphase wurde eine gesellschaftliche Veränderung eingeleitet, die zu einer Diversifizierung und Pluralisierung der kulinarischen Aktivitäten führte. Der Einzelne löste sich aus der Familie und auch kulinarisch gab es mehr Freiheiten für jeden (Kumakura 1992: 13). Die kulinarischen Themen in den Medien waren daher nicht mehr die japanisch-westlichen Mischgerichte der Meijizeit oder die Familiengerichte der Taishōzeit, die zu Beginn des 20. Jahrhunderts ein Novum waren und eine Loslösung von festgelegten traditionellen Speisen sowie eine Öffnung der Familie und ihrer Küche bedeuteten. Nachdem die unmittelbare Nachkriegszeit, gekennzeichnet von Not, Mangel und Essensrationierungen, überwunden war, wurde das Essen wieder mehr als reine Bedürfnisbefriedigung. Ab der Mitte der 1970er Jahre wurde Essen vermehrt als Hobby betrieben und nun konnten nicht nur finanziell wohlhabende Bürger es sich leisten, Essen zum reinen Vergnügen zu machen. Diese Gourmetkultur ist eine, die einem Großteil der Bevölkerung möglich ist: den Angestellten genauso wie den so genannten *office ladies* oder den Hausfrauen. Die Grundlagen hierfür wurden bereits in der Taishōzeit und frühen Shōwazeit der 1920er Jahre gelegt. Nun wird die Gourmetkultur unter den Stichworten *gurume* und seit den 1980er Jahren *b-kyū gurume* (zweitklassiger Gourmet) zum Massenphänomen.

Kulinarisch steht jetzt das Individuum im Mittelpunkt: der Angestellte, der abends nicht zum Essen nach Hause kommt, sondern mit Kollegen essen geht; die *office lady* oder Hausfrau, die mittags mit Kolleginnen oder anderen Hausfrauen auswärts essen geht; die Schüler und Studenten, die ebenfalls ohne Familie essen gehen; Familien, die zwar gemeinsam essen gehen, aber zuhause immer weniger gemeinsame Mahlzeiten einnehmen. Vor der Shōwazzeit kam der Vater zum Abendessen nach Hause und eine gemeinsame Mahlzeit wurde eingenommen. Durch seine vermehrte Abwesenheit verlor er seine Autorität am Esstisch weitestgehend und die Mahlzeit verlor ihre Formalität (Kumakura 1992: 21). Die Erwerbsquote der Frauen stieg in den 1970er Jahren an, vor allem bei den 20 bis 30-Jährigen und den Frauen ab Ende 30, die nach einer Kinderpause wieder in den Beruf einstiegen (Yamaguchi 1986: 73–74). Dadurch bekamen die Frauen, die überwiegend als Büroangestellte arbeiteten, die Möglichkeit, täglich auswärts zu essen, neue Lokalitäten, neue Arten des Essens, neue Geschmäcker kennenzulernen. Sie erlebten dies in außerfamiliärer Gesellschaft und bezahlten mit ihrem eigenen Geld. Gleichzeitig wuchs der Wunsch nach Schnelligkeit und Einfachheit bei der familiären Küche. Dieser wurde durch Instantprodukte, Tiefkühlprodukte oder Mitnahmeessen wie *bentō* erfüllt (Yamaguchi 1986: 77). Bis 1970 kam es zu einem Anstieg bei Tiefkühlprodukten. Fisch, Frikadellen, Teigtaschen (*gyōza* oder *shūmai*) oder Kroketten füllten die Tiefkühltruhen (Yamaguchi 1986: 18). In den Haushalten gab es zahlreiche technische Veränderungen, die diese Art des Kochens und Essens erst ermöglichten.

In den 30er Jahren der Shōwazzeit, von 1956 bis 1965, kam es zu einem rasanten Wandel im Alltag der Menschen. Neue Wohnungen in den neu erbauten Apartmentblöcken (*danchi*) veränderten die Lebenssituation der Familien (Yamaguchi 1986: 11). Diese Entwicklung hatte bereits in der Taishōzeit mit den sozialen Wohnungsbauprojekten in der Vorstadt begonnen und fand nun ihren Höhepunkt. Die so genannten 2DK-Wohnungen der Apartmentblöcke, zwei Zimmer mit einer Essküche, die Kochen und Essen räumlich miteinander verband (*dainingu kittchin*), wurden zum Standard. War die Küche vorher der Ort im Haus oder der Wohnung, der ungern betreten wurde, so wurde er jetzt zum Zentrum der Wohnung. Die Hausfrau wurde zur *danchi madamu*, die mit mehr und mehr westlichen Zutaten und Gerichten hantieren musste, dafür aber auch neue technische Gerätschaften zur Verfügung hatte (Yamaguchi 1986: 11–12). In Anlehnung an die drei Kaiserlichen Insignien sprach man ab den 1950er Jahren von den *sanshu no jingi*, drei Haushaltsgütern, die als prägend im Alltagsleben jedes Jahrzehnts angesehen wurden. In den 1950er Jahren waren dies der Schwarz-Weiß-Fernseher, die Waschmaschine und der elektrische

Kühlschrank. In den 1960er Jahren wurden daraus der Farbfernseher, die Klimaanlage und das Auto (Sasaki-Uemura 2009: 321). Gerade der Kühlschrank, den 1965 bereits 68,7% der Haushalte besaßen, und das Auto sorgten für eine Veränderung des Essverhaltens. Das Auto beeinflusste die Praxis des Auswärtsessens. Der Kühlschrank, besonders der Tiefkühlschrank, machte das Essen saisonunabhängig (Yamaguchi 1986: 17). Ab Mitte der 1960er Jahre waren Hunger und Mangelernährung kein Thema mehr. Der Konsum von Alkohol und Genussmitteln stieg stark an und die Konsumenten wurden wählerischer und qualitätsbewusster (Yamaguchi 1986: 14–15).

Ab den 1970er Jahren prägten zwei unterschiedliche Tendenzen die Esskultur. Die Restaurantzene erfuhr eine Internationalisierung. Gleichzeitig begann eine Sehnsucht und Suche nach der Essenz der eigenen japanischen Küche (Yamaguchi 1986: 23). Die USA lösten Europa als den großen kulinarischen Einflussgeber ab – zumindest in der Alltagsküche. Amerikanische Schnellrestaurants wie Kentucky Fried Chicken und McDonald's kamen Anfang der 1970er Jahre nach Japan und provozierten die Gründung japanischer Fast Food-Ketten wie MOS Burger und Lotteria (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 346–347). Gourmets frequentierten französische und italienische Restaurants. Unter dem Schlagwort der Ethno-Küche erreichten darüber hinaus südostasiatische, indische, westasiatische, nah- und mittelöstliche, afrikanische und südamerikanische Speisen die Restaurantzene der Städte. Gleichzeitig begann eine erneute Rückbesinnung auf japanische kulinarische Wurzeln. Die Landküche eroberte mit dem gleichen Schlagwort wie zur Taishōzeit, *furusato*, die Restaurants und Haushalte. Restaurants mit über dem Feuer gebratenen Speisen (*minkafū no wafū*), wie bei Landfamilien früherer Zeiten üblich, kleine Lokale für gebratenen Fisch (*yakisakana*) und Gekochtes (*nimono*) florierten und führten zu einer Neubewertung der Landküche (Yamaguchi 1986: 70). Egal, welche Küche letztendlich konsumiert wurde, das Essen wurde zu einer Modeerscheinung und Freizeitbeschäftigung. Die Atmosphäre, die das Essen umgab, war ein Kernbestandteil des Erlebnisses ‚Essengehen‘ (Yamaguchi 1986: 87).

Bis in die Mitte der 1970er Jahre blieb das auswärts Essengehen für die Mehrheit der Japaner ein außeralltägliches Ereignis. Eigentlich gingen nur die Angestellten regelmäßig essen, und das aus beruflichen Gründen und nicht aus Vergnügen. Sie holten sich ein *Mittagsbentō*, aßen *oden* (in Brühe gekochte Aronwurz, Tofu, Rettich oder Eier) im Büro, gingen Kaffee trinken, aßen Curryreis, gebratenes Hühnchenfleisch oder Bratfisch. Die ganze Familie ging nur zwei bis dreimal im Jahr essen. Sie aß keine luxuriösen Gängemenüs, sondern besuchte die Kaufhausrestaurants. Ab

Anfang der 1980er Jahre änderte sich dies und auswärts essen wurde alltäglich. Nicht nur in den Großstädten, auch in Provinzstädten und auf dem Land ging die Familie nun zusammen essen (Yamaguchi 1983: 133–135). Mit dem Auto fuhr man in die neuen, verkehrsgünstig gelegenen Familienrestaurants oder andere familiäre Lokale, die Nudeln, Steak, Sushi, Reisbällchen (*onigiri*) oder ähnliche einfache Speisen servierten und im Überfluss eröffneten (Yamaguchi 1986: 98). Der Restaurantbesuch wurde zu einer Freizeitbeschäftigung für alle Familienmitglieder (Yamaguchi 1983: 150). Der kulinarische Alltag erfuhr je nach Kontext – Zeit, Ort, Gelegenheit – eine Diversifizierung, die einherging mit der Suche nach Geschmack und Spaß (Kato 1989: 36).

Auf dieser Grundlage lassen sich drei Tendenzen der Esskultur ausmachen, die die 1970er und 1980er Jahre prägten und die auch für Feinschmecker eine Rolle spielten: das Nebeneinander von Fast und ‚Slow‘ Food; das Nebeneinander von verarbeiteten Produkten und selbstgemachten Produkten; das Nebeneinander von unglaublicher Prasserei und der Reflexion über dieselbe. In den 1970er Jahren erreichten US-amerikanische Fast Food-Ketten den japanischen Markt. Den Anfang machten 1970 Kentucky Fried Chicken und 1971 McDonald’s als größte Kette. Neben Brathähnchen und Hamburgern kamen auch Pommes frites, Hot Dogs und Pizza nach Japan. Preislich waren sie sogar den *morisoba* überlegen, den einfachsten Buchweizennudeln: eine Schale Nudeln kostete hundert Yen, ein Hamburger nur achtzig Yen. McDonald’s konnte sich schnell etablieren. 1976 besaß die Kette in Japan bereits 1000 Filialen. Die Reaktion des japanischen Restaurantgewerbes ließ nicht lange auf sich warten. Bereits 1972 eröffneten MOS Burger und Lotteria erste Filialen in Tokyo; Lotteria im edlen Takashimaya-Kaufhaus in Nihonbashi (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 346–347). *Fast food* und *high fashion* schlossen sich in den Anfangsjahren der Hamburger nicht aus und Hamburger etablierten sich als importierte Speise erstaunlich schnell in der japanischen Restaurantszene – vergleichbar mit importierten Speisen in den Jahrzehnten zuvor, die ebenfalls erstaunlich schnell domestiziert waren.

Die Fast Food-Ketten veränderten das Straßenbild nachhaltig (Yamaguchi 1986: 98). Trotz seiner schnellen Verbreitung war Fast Food bald als ‚leeres‘ Essen, als Junkfood verschrien, als Essen mit schlechtem Nährgehalt, das Krankheiten begünstigt. Es galt als „schnelles Essen, [das] den Tod bringt“ (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 247, *shini itarashimerunoga hayai tabemono*). Die so genannte Slow Food Bewegung, ebenfalls importiert, etablierte sich seit den 1980er Jahren von Italien aus als internationale Gegenbewegung zu einer kulinarischen Welt, in der Fast Food und Fertiggerichte immer beliebter wurden. Ihr ging es um den gemeinsamen Genuss, eine kulinarische Bildung, die Interaktion mit Bauern

und Kleinunternehmen und dadurch die Wertschätzung der Zutaten (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 347). In Japan wurde ein Ableger der Non-Profit-Organisation 1998 gegründet (Assmann 2010b: 246). Die Mitglieder von Slow Food Japan konnten für ihre Aktivitäten an die Anstrengungen zur Wiederbelebung traditionell japanischer Küche anknüpfen, die seit den 1960er Jahren unternommen wurden. Diese Bestrebungen nahmen ihren Anfang noch vor der Ankunft des amerikanischen Fast Food in Japan, wurde aber durch die Dominanz ausländischer Produkte nach dem Krieg angestoßen. In den unmittelbaren Nachkriegsjahren wurde die Lebensweise der ländlichen Gemeinden negativ bewertet, da diese als Hauptunterstützer des Faschismus und des Kaisersystems galten. Die als vormodern angesehene Provinz sollte überwunden werden (Ishii 2007: 125–126). Das galt auch für die ländliche Esskultur.

Bereits ab 1960 änderte sich diese Sichtweise. Vereine zur Stärkung der traditionell angesehenen Nahrungsmittel wurden gegründet. Städte und Gemeinden veranstalteten kulinarische Feste, um das Selbstbewusstsein der Bewohner einer Region zu stärken und das Interesse für eine Region zu wecken (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 348). Damit sollte der ländlichen Unterbevölkerung entgegengewirkt und Touristen angelockt werden. Bestimmte Speisen wurden zur Marke einer Region oder eines Ortes erklärt. Gemüse aus Kyoto, die so genannten *kyōyasai*, wurden bereits Ende der 1980er Jahre als Marke etabliert. Seit 1983 bietet die japanische Post über so genannte ‚Heimapakete‘ (*furusato kozutsumi*) die Möglichkeit, regionale und lokale Lebensmittel per Katalog zu bestellen (Nishikawa 1986: 55). Seit den 1990er Jahren eröffneten die ersten Regionen spezielle Antenna Shops zunächst in Tokyo, dann auch in anderen Großstädten Japans, in denen vor allem landwirtschaftliche und verarbeitete Produkte der Region verkauft werden. Den Stadtbewohnern wurde auf diese Weise ermöglicht, eine Verbindung zu den Regionen herzustellen. Auch wenn die Programme zur Revitalisierung der Regionen das Problem der ländlichen Unterbevölkerung nicht lösen konnten (Sasaki-Uemura 2009: 325), eines haben sie geschafft: lokale Spezialitäten oder auch ganz normale Lebensmittel werden mit einem Ort assoziiert. Die Tourismusindustrie trug dazu ebenfalls bei. Manche Orte werden von den reisenden Gourmets vor allem aufgrund ihrer Spezialitäten besucht. Der Hochqualitätsreis *uonumasan* aus Niigata, Makrelen aus Oita, Kugelfisch aus Shimonoseki oder Meerbrasse aus Akashi sind Beispiele dieser Entwicklung (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 341). Der Fokus auf regionale Erzeugnisse entsprach damit bereits der Grundidee der internationalen Slow Food Bewegung. Giacomo Mojoli, ein ehemaliger Vizepräsident der Bewegung, sagte 2008 auf einer Konferenz in Tokyo: „This is a different approach to food from gourmets, who appreciate

only the taste and look of the food on the plate. [...] Of course food should be tasty [...]. But we think food should have values from ethical and cultural points of view, too“ (Yoko 2008).

Der zweite Trend dieser Jahre ist die Wiederentdeckung des Handgemachten (*tezukuri*), nicht nur im kulinarischen Bereich. Ein Auslöser dieses Trends war der Ölschock von 1973, denn das Handgemachte war günstiger. Aber die vergnügliche Freizeitkomponente wohnte dem *tezukuri* von Anfang an bei. Die Popularität von *tezukuri* betraf nicht nur den kulinarischen Bereich, sondern diverse handwerkliche Tätigkeiten wie die Kalligrafie, die Malerei, das Heimwerken oder das Gärtnern. *Tezukuri* sorgte für Herzenswärme und ein Gefühl der Behaglichkeit (Yamaguchi 1986: 23; 92–94). Auch das *iemoto*-System erfuhr ab den 1950er Jahren eine Revitalisierung und entwickelte sich weiter. Eine Neuerung war sicherlich, dass nun vermehrt Frauen Mitglieder in Vereinen wurden, die dem *iemoto*-System zugeordnet werden können, besonders in den Bereichen Teezeremonie und Blumenarrangements (Kumakura 1992: 22). Die technischen Erleichterungen im Haushalt und die Verwendung industrialisierter Lebensmittel sorgten dafür, dass die Zubereitung der Mahlzeiten immer müheloser wurde (Yamaguchi 1986: 63). Dadurch konnte die Essenszubereitung zum Hobby werden.

Das Kochen als Freizeitbeschäftigung für Männer war eine neue Entwicklung. Wie ich bereits beschrieben habe, war das sinnliche und intellektuelle Vergnügen beim Essen bei den Gourmets seit der Mitte der Edozeit verbreitet. Aristokraten und finanzstarke Bürgerliche gingen zu Banketten, zu Teezeremonien, in Restaurants, in Kabuki-Vorstellungen – und das Essen spielte bei solchen Veranstaltungen eine zentrale Rolle. Seit der Meijizeit öffnete sich diese Kultur für breitere Gesellschaftsschichten und spätestens ab den 1970er Jahren konnte durch das vielfältige Angebot tatsächlich ein Großteil der Gesellschaft an den kulinarischen Vergnügungen teilhaben. Als eine neue Komponente der Gourmetkultur etablierte sich nun das Kochen. Je mehr technische Helferlein sich in der Küche ansammelten und je mehr die Küche als Ort des Kochens sich öffnete, desto mehr änderte sich die Haltung gegenüber dem Kochen und es konnte zu einer Freizeitbeschäftigung werden (Cwiertka 1998: 54–55).

Tezukuri als eine Art Slow Food wirkte der Industrialisierung des Essens durch verarbeitete Lebensmittel, der Popularität des Fast Food und der endgültigen Bedeutungslosigkeit der Saisonalität durch neue Kühltechniken und die Verarbeitung der Lebensmittel entgegen. Schöpferische Aktivitäten, wie Brot oder Kuchen backen, Marmelade kochen, Miso selbst herstellen, französische Gerichte, Tempura, Sashimi, Curry, Eintöpfe, Schmorgerichte, Suppen oder Pasteten selbst zube-

reiten, verschafften den Hobbyköchen ein warmes, heimeliges Gefühl, das im Gegensatz zu den als kalt empfundenen Instant-Produkten steht. In vergangenen Zeiten wurde dieses Gefühl von der Hausfrau evoziert. Nun war das eigentlich zeitaufwendige Selbermachen kein Pflichtprogramm mehr, sondern ein Hobby, dem Frauen, Kinder und auch Männer nachgehen. Unter dem Stichwort *otoko no ryōri*, die ‚Speisen der Männer‘, beschäftigten sie sich eingehend mit dem häuslichen Kochen (Yamaguchi 1986: 88, 93). Die Qualität des Selbermachens ist nun eine andere als zu Zeiten, in denen *tezukuri* noch Ausdruck von Not oder Notwendigkeit war. Die Hobbyköche investieren viel Zeit und Muße, probieren schwierige Techniken aus, haben Freude am Erfinden von Geschmack und Aussehen (Yamaguchi 1986: 95). Die Wärme und Heimeligkeit wird auch bei eigentlich industriell hergestellten Waren im Geschäft gesucht oder bei vor den Augen des Konsumenten hergestellten Speisen (Yamaguchi 1986: 94).

Das dritte Thema der Esskultur ab den 1970er Jahren ist die Prasserei und gleichzeitige Reflexion darüber. Das Essen und die Lokalitäten wurden mit dem rasanten Wirtschaftswachstum und der Bubble Economy immer üppiger, verschwenderischer und damit teurer (Kato 1989: 42). Es war eine Zeit, in der kulinarisch alles möglich war. Katō spricht von „substanzlosem Essen“ (ebd.: 42; *kyoshoku*); Speisen bei denen es vor allem um Effekthascherei ging und weniger um den Geschmack. Nichtsdestotrotz kommt hier ein Bedürfnis nach Ästhetik zum Tragen. Dieses fängt mit der Dekoration der heimischen Küche und des Essplatzes mit einer schönen Tischdecke oder Pflanzen an und geht bis zur Bewertung der Umgebung in einem Restaurant. Die Feinschmecker haben hier wie dort eigene ästhetische Vorstellungen und wählen daher mit Bedacht die Dinge aus, die sie umgeben und die Lokalitäten, die sie besuchen (Yamaguchi 1983: 245). Nach den Ölschocks änderte sich die Lage ein wenig. Die positiv konnotierte „Tugend der Verschwendung“ (Yamaguchi 1986: 20; *rōhi o bitoku*) wurde von einer „Moral des vernünftigen Sparens“ (Yamaguchi 1983: 244; *gōriteki setsuyaku no rinri*) abgelöst. Dinge alleine wurden nicht mehr mit Üppigkeit verbunden, sondern das Bedürfnis nach Kultur, Bildung und Kreativität wuchs genauso wie das Preisbewusstsein. Das Preis-Leistungs-Verhältnis wurde genau bestimmt, teure Zutaten wurden zuhause teilweise ersetzt und Verschwendung wurde vermieden (Yamaguchi 1986: 89–90). Diese Entwicklung geht einher mit dem Bedürfnis nach selbst gemachten Produkten, welches ich oben beschrieben habe, und einer neuen Wertvorstellung, die naturorientiert, gesundheitsorientiert und echtheitsorientiert ist (Yamaguchi 1986: 86).

Die 1970er und 1980er Jahre waren demnach von einer Pluralisierung der Wertvorstellungen und damit auch der kulinarischen Möglichkeiten

geprägt. *Tabearuki*, das Wandern von Lokalität zu Lokalität, um dabei verschiedene Speisen zu probieren, verdeutlicht diese Möglichkeiten gut. Solche Restauranttoure gab es als *ryōrimawari* bereits zur Meijizeit (Kato 1989: 37). Erst durch den innerjapanischen Reiseboom in den 1970er Jahren, bei dem es darum ging, den Geschmack eines Ortes oder einer Region allumfassend kennenzulernen, wurde es zu einem das ganze Land umfassenden Alltagsrend. Die Reisenden erliefen sich sozusagen den Geschmack des Ortes. Zeitschriften wie *anan* oder *nonno* griffen das Phänomen auf und brachten Reihen wie ‚Essenstour zu leckeren Sachen‘ (*umai mono tabearuki*) oder ‚Von einem Geheimtipp des Geschmacks zum nächsten‘ (*aji no anaba meguri*) heraus. Wie im Roman *Bishoku kurabu* von Tanizaki Jun’ichirō (1989) fuhren tatsächlich einige Essensvernarnte nur wegen bestimmter Gerichte an bestimmte Orte (Yamaguchi 1983: 248). Die reisenden Feinschmecker fuhren für *kaiseki ryōri* nach Kyoto, für das Steak nach Kobe, für den *ishikari*-Eintopf nach Hokkaido, für *wanko*-Soba nach Morioka, für die edozeitlichen, chinesischen *shippoku ryōri* nach Nagasaki.

In Tokyo und anderen Großstädten verbreitete sich das *tabearuki* in den 1980er Jahren (Kato 1989: 38). Essensliebhaber besuchten berühmte Restaurants und Hotels wegen ihrer erstklassigen japanischen, französischen, chinesischen oder sogar russischen Speisen oder ihrer berühmten Köche (Yamaguchi 1983: 248, 153) und kommentierten ihre Wahl: „Nichts geht über das Tempura hier. Die Soba dort sind unverfälscht. Die Saucen der französischen Speisen hier und dort sind Meisterwerke. Die Kuchen, die wir dieses Mal in diesem Café essen konnten, waren unübertrefflich“ (Yamaguchi 1983: 152; *Tempura nara kokoni kagiru. Asoko no soba wa honmono da. Dokosokono furansu ryōri no sōsu ga ippinda. Kondo dekita ano dezāto saron no kēki wa batsugun*). So wurden die Empfehlungen über Mundpropaganda weitergegeben und beliebte Lokale etablierten sich so schnell, wie sie ihren Ruf auch wieder verloren.

Tabearuki praktizierten Angestellte, Office Ladies und Hausfrauen, Schüler und Studenten. Es funktionierte für jeden Geldbeutel. *Kaiseki ryōri* oder die französische Küche gehörten genauso dazu wie Hamburger und Eis. Restaurantbesitzer boten sogar Touren zu verschiedenen Lokalitäten an. Kulinarische Ratgeber über die Restaurantszene mancher Städte gab es bereits seit der Edozeit. Nun dienten Bücher mit Hinweisen wie *tabearuki*, ‚Rundreise des Geschmacks‘ (*ajimeguri*) oder ‚Geschmäcker hier und da‘ (*dokosoko no aji*) im Titel als Anregung zum kulinarischen Flanieren und zu Restauranttoure (Yamaguchi 1983: 152–153). *Tabearuki* hieß nicht nur, bestimmte Speisen zu suchen und zu verzehren. Mobilität und Kommunikation auf Seiten der Feinschmecker waren ebenso nötig. Fukutomi spricht von Konsumschleifen: Es werden bestimmte Speisen gesucht, Restaurants ausfindig gemacht, zu Fuß in der Nachbarschaft

oder mit dem Zug durchs ganze Land angereist, in der Schlange des Restaurants gestanden, fotografiert und konsumiert, rezensiert und diskutiert. Köche werden wertgeschätzt, zu den Lieblingsrestaurants entwickeln die Feinschmecker eine große Loyalität. Dann beginnt die ‚Jagd‘ wieder von neuem. Die Feinschmecker arbeiten wie professionelle Restaurantkritiker, auch wenn es nur ihre Freizeitbeschäftigung und Liebhaberei ist. Fukutomi erzählt von einem Ramen-Liebhaber, der vor seiner Zeit als Feinschmecker das Schlangestehen vor einem Ramen-Restaurant als lächerlich abgetan hätte (Fukutomi 2010a: 131–132). Nun ist es Teil des Gourmeterlebnisses.

Das kulinarische Schlagwort dieser Zeit ist *gurume*, es wird von einem *gurume*-Boom gesprochen. Seit den 1980er Jahren ist es Teil einer ganzen Industrie, die Essen als Freizeitbeschäftigung und Modererscheinung vermarktet (Kato 1989: 35–36). Geschmack, Atmosphäre und Service sollten zu einem Gesamterlebnis vereinigt werden. Bei *gurume* geht es neben dem Genuss qualitativ guten Essens um die Geselligkeit, die Zusammenkunft mit Freunden und Familie (Yamaguchi 1983: 250). Die Welt des *gurume* ist fokussiert auf die Szenerie und die Optik des Essens. Speisen werden zur Marke und bekommen einen Unterhaltungswert. Es geht mehr um die Speisen (*tabemono*) an sich und weniger um die Art und Weise des Essens (*tabekata*). Das Aussehen des Essens bekommt größere Bedeutung als die Etikette. Das Essen wird zum Designobjekt (Kato 1989: 42). Bei diesem Erlebnis ist die Atmosphäre mindestens so wichtig wie das Essen selbst. Das konnten die geräumigen Zimmer, die luxuriöse Einrichtung, ein schöner Wandschirm, ein wunderbarer Kronleuchter, schönes, außeralltägliches Geschirr, Kerzen, Musik, auch Livemusik in den Restaurants sein. Auch der Service gehörte dazu: livrierte Kellner im Smoking, aufmerksame Kellnerinnen oder das Kochen direkt vor den Augen der Kunden. Mit dem Aufkommen von Wolkenkratzern lockten Restaurants auch alleine mit ihrer Aussicht. Bei wieder anderen geht es um vermeintliche Ursprünglichkeit, wenn die Gäste gemeinsam um eine Feuerstelle sitzen und grillen. Zur Besonderheit wird die Ursprünglichkeit, wenn die Feuerstelle aus einem Bauernhaus der ehemaligen Provinz Hida stammt. Es gab Restaurants in ehemaligen Wassermühlen. Es gab französische Restaurants mit authentisch wirkender Tapete. Der Höhepunkt dieser Entwicklung war vielleicht der Key West Club in Omotesandō. Seine Räumlichkeiten erinnerten an eine Fabrik. Es war ein Raum mit Stahlgerippe, hoher Decke und Dachfenstern. An der Decke hing ein Luftschiff, neben den Tischen waren schwere Pfeiler mit runden Lampen an der Spitze platziert. Im Vorgarten standen Stühle und Tische aus den 1950er Jahren – all das ergab ein fast surrealistisches Bild (Yamaguchi 1983: 154–155).

Durch die Pluralisierung des Gourmetdiskurses bleibt der *gurume*-Begriff unklar und unbestimmt. Nicht mehr eine bestimmte Küche, eine bestimmte Umgebung oder Etikette, eine bestimmte Form der Zusammenkunft charakterisierten den Gourmetbegriff. Auch spielten Fachwissen, Charakter oder Ausdruckskraft keine große Rolle mehr, wie das noch beim Gourmet der Taishō- und frühen Shōwazeit der Fall war. *Gurume* lässt den Gourmetraum vielmehr offen und wandelbar – genau, wie Johnston und Baumann (2010) das Omnivorentum für Foodies beschreiben. Auf der Höhe des so genannten *gurume*-Booms in den 1980er Jahren kam der Ausdruck der „einhundert Millionen Generalgourmets“ (Yamaguchi 1983: 152, *ichioku fusa gurume*). Der Ausdruck verdeutlicht zum einen die Offenheit des *gurume*-Begriffs, zum anderen zeigt er seine Willkürlichkeit. Wenn jeder teilhaben kann, ist nicht mehr klar, wofür der Gourmetbegriff eigentlich steht. Der Boom provozierte die Kommerzialisierung und Zugangserleichterungen zur Gourmetkultur. Dadurch vermischten sich verschiedene Phänomene zu einem „*gurume*-Wahn“ (Kato 1989: 39, *gurumekyō*) und das kulinarische Erlebnis verkommt zu reiner Prahlerei ohne ein Wissensfundament, wie es Kitaōji Rosanjin bereits bemängelte. In den 1980ern erfreuten sich Gerichte, die aus im Restaurant in Tanks gehaltenen Fischen (*ikeuo ryōri*) zubereitet wurden, großer Beliebtheit. Kato bemängelt das sinkende kulinarische Ausdrucksvermögen bei der Beurteilung dieser Gerichte. Die Konsumenten kennen die Namen der Fische nicht mehr, sondern können nur mit einem ‚lecker‘ oder ‚Der ist ja lebendig!‘ reagieren (Kato 1989: 39–40). Das Aussehen und die Essumgebung wurden wichtiger. Gleichzeitig nahm das kulinarische Fachwissen der *gurume*-Anhänger ab. Es gab ein Bedürfnis nach gutem Geschmack, ohne diesen genau artikulieren zu können oder zu wollen. Der gute Geschmack soll dennoch kultiviert werden, damit nicht automatisch hochpreisige und hochklassige Speisen als gut schmeckend definiert werden, wie das noch in der Vorkriegszeit der Fall war (Yamaguchi 1983: 248–249). Trotz der geringeren Expertise der Feinschmecker wird das Essen zum Gesprächsstoff, es entwickelt sich ein „informationeller Geschmack“ (Kato 1989: 42, *jōhōteki oishisa*). Kato beklagt auch, dass im *gurume*-Boom nicht mehr das gesamte Tier verarbeitet wird: „In den *gurume*-Stadtteilen Ginza, Akasaka, Roppongi, Shibuya ... picken am frühen Morgen die Krähen gierig [nach den Essensresten], die Straßen stinken danach, das lähmt teilweise den Geruchssinn der Menschen“ (Kato 1989: 43; *Ginza, Akasaka, Roppongi, Shibuya ... toitta gurume-taun no sōchō wa karasu ga kuiarashita ato no akushū no machi ni natteori, hitobito no kyūkaku mo nakaba mahishiteirukanoyōdearu.*). Dabei macht für ihn das eigentliche Feinschmeckertum das Gegenteil aus: so wenig wie möglich wird weggeworfen und so viel wie möglich wird verarbeitet und gegessen (Kato 1989: 42).

Ein weiteres Schlagwort im Gourmetdiskurs dieser Zeit war der *b-kyū gurume*, der zweitklassige Gourmet. *B-kyū gurume* war eine Gegenreaktion auf die immer luxuriöser, außergewöhnlicher und teurer werdende Gourmetkultur der 1970er und 1980er Jahre. Sie umfasste nicht nur den kulinarischen Bereich, war in diesem aber besonders präsent. Der Begriff *b-kyū gurume* wurde vom Journalisten Tazawa Ryūji (*1953) geprägt. Er brachte ihn 1985 im Magazin *angle* auf. Die vorherrschenden Charakteristika waren die Erschwinglichkeit der Speisen und ein Retro- oder Nostalgiegedanke bei der Auswahl der Speisen, die als *b-kyū gurume* bezeichnet wurden: Curryreis (*raisu karē*), Haschee auf Reis (*hayashiraisu*), Reisoomelett (*omuraisu*), Ramen oder *donburi* – alles Gerichte, die seit der Meijizeit auf dem Speiseplan standen, aber bei Weitem nicht zur Haute Cuisine gehörten – erhielten nun genauso den Status von Gourmetspeisen wie die französische Küche, das Menü einer Teezeremonie oder die *kaiseki ryōri*. *B-kyū gurume* sprach Mittelschichtskonsumenten an, die sich die teuer gewordene Haute Cuisine nicht mehr leisten konnten oder wollten, weil ihnen das finanzielle, kulturelle und soziale Kapital für den Konsum fehlte. Nichtsdestotrotz ermöglichte es *b-kyū gurume* den Essensliebhabern aus verschiedensten sozialen Schichten, zum Gourmet zu werden. Sie bedienen das ganze Spektrum des Feinschmeckertums: die Lust am Essen, sie sind Kritiker und Berater, die ihre Liebhaberei und Kennerchaft in verschiedenen Medien kommunizieren und darstellen, von Printmedien über Fernsehprogramme bis hin zu heutigen Blogs (Fukutomi 2010a: 4). Anders war es noch in der Taishōzeit, als eher wohlhabende Unternehmer zu den Stammgästen in Rosanjins Restaurant gehörten. Und anders war es auch bei den *gurume*-Restaurants der 1980er Jahre, die ihre Speisen zu immer wahnwitzigeren Preisen anboten. Mit *b-kyū gurume* beginnt meiner Ansicht nach die letzte Öffnung der Gourmetkultur zu einem omnivoren Feinschmeckertum, das prinzipiell alles in den Gourmetstatus heben kann. Nun spielt das Image, die Zuschreibung und die Assoziation des Essens eine größere Rolle als eine filigrane Garnierung oder ein erlesener Geschmack. Gerade *donburi*, eine Schale Reis mit einer Beilage darauf, galt als Essen der so genannten modern girls und boys der Taishōzeit und wurde als solches Avantgarde-Essen wieder aufgegriffen. *B-kyū gurume* hatte eine feste Verwurzelung in der Alltagsküche – anders als *gurume*: hier werden die Zutaten verschönert, sie erfreuen das Auge, befriedigen die fünf Sinne und stimmen sie milde, erheben den Esser zum Gastronomen (Kato 1989: 40–41).

Es wird deutlich, dass sich der Foodie und der klassische Gourmet unterscheiden. Die Konsumenten von *gurume*- und *b-kyū gurume*-Produkten können als Foodies verstanden werden, die ihrer kulinarischen Leidenschaft aus Vergnügen in ihrer Freizeit frönen. Dagegen und da-

rüber stehen die ernsthaften Gourmets, denen es neben dem Geschmack vor allem um kulinarisches Wissen und den intellektuellen Genuss geht, die sie im Diskurs mit anderen weitertragen und erörtern. Es ist demnach sinnvoller, nicht von einhundert Millionen Gourmets, sondern vielmehr von einhundert Millionen Foodies in Japan seit dieser Zeit zu sprechen.

6.2 KULINARISCHE MEDIENLANDSCHAFT

Die Pluralisierung des kulinarischen Diskurses hat dafür gesorgt, dass es keinen einzelnen Vertreter der Gourmetkultur gibt, der diese im Ganzen geprägt hat. Yamao spricht von einem Zeitalter der Überinformation durch den *gurume*-Boom (Yamao 2004: 41). Zahlreiche Ratgeberbücher, Reiseführer, Magazine, Manga, Radio- und Fernsehsendungen, Filme oder literarische Werke beschäftigten sich mit dem Thema Essen oder dem Feinschmeckertum und sorgen für eine vielfältige Gourmetlandschaft. Zwei Entwicklungen lassen sich dennoch herausgreifen. Zum einen spielen in der kulinarischen Landschaft der Nachkriegszeit, und so auch der Gourmetkultur, Frauen eine besondere Rolle. Nachdem diese Entwicklung bereits in der Meiji- und Taishōzeit ihren Anfang nahm und vereinzelt Frauen im Blickpunkt standen, gibt es nun eine ganze Reihe von Frauen, die in der kulinarischen Öffentlichkeit stehen. Zum anderen findet die kulinarische Kultur nun auch im Fernsehen statt. Neben einfachen Kochsendungen, die Rezepte vorstellten und zum Nachkochen animierten, gab es auch Kochwettbewerbe, bei denen sich die teilnehmenden Köche und Köchinnen beweisen mussten.

Zeitschriften und Literatur, die sich mit der Gourmetkultur beschäftigten, gab es weiterhin. Lifestyle-Magazine wie die 1970 und 1971 erstmals erscheinenden *anan* und *nonno* hatten junge, konsumfreudige Frauen als Zielgruppe und boten vor allem Informationen über die neuesten Moden, Kosmetikprodukte, Restaurants oder Cafés (Assmann 2003) und vor allem Reisen. Sie enthielten detaillierte Karten japanischer und ausländischer Städte für die reisewilligen jungen Frauen, für die sogar der Ausdruck ‚*anan*-Familie‘ (*anan-zoku*) geprägt wurde (Tanaka 1998: 116–117). Anders als zur Meiji- oder Taishōzeit gab es nun Frauenzeitschriften, die sich nicht an Hausfrauen richteten und daher keine Ratschläge zur Haushaltsführung beinhalten. Im Gegenteil, hier wurden junge, unabhängige Frauen angesprochen, die ihre Vergnügungen außer Haus suchten. Assmann bemerkt, dass die Magazine Produktwerbung und -vorstellungen enthielten, die sich außerhalb der finanziellen Reichweite der Leserinnen befanden. Die Leserinnen nutzten die Magazine also nicht

unbedingt als direkte Konsumaufforderung, sondern zur Inspiration. Dadurch waren die Magazine nicht nur Medien, die auf neue Konsumobjekte verwiesen, sie wurden selbst zum Konsumobjekt (Assmann 2003). Die Magazine gleichen in dieser Hinsicht den Kochbüchern der Edozeit, deren Inhalte ebenso nicht nachgekocht, sondern zur Inspiration und Horizontenerweiterung genutzt wurden (Rath 2010a).

1988 erschien mit der Zeitschrift *Hanako* ein Magazin, das auf der Höhe der Bubble Economy ein Konsumratgeber für die Region Tokyo sein sollte und bis heute nur dort erscheint. Artikel über Auslandsreisen, Markenprodukte, Musik, Theater oder teure Restaurants sprechen eine konsumfreudige Leserschaft an. Artikel über Make-up, Diäten, Medizin, Haltung, Etikette und vor allem Essen wirken direkt auf das Verhalten und die Körperwahrnehmung der Leserinnen ein. Ein großer Anteil der Artikel sind zudem offene oder verdeckte Werbeanzeigen (Clammer 1997: 116). Das Magazin ist dermaßen erfolgreich, dass seine Leserinnen als ‚Hanako-Familie‘ (*Hanako-zoku*) bezeichnet werden: unverheiratete, junge Frauen, Angestellte, Hausfrauen und Studentinnen zwischen 25 und 34 Jahren, die ihr Einkommen vor allem für den Konsum ausgeben (Assmann 2003; Clammer 1997: 116). Als erstes rein kulinarisches Hochglanzmagazin erscheint *dancyu* seit Ende 1990 (Kawada 2013; Fukutomi 2010a). Dieses Magazin ist auch eines, das Ramen in den Status eines Gourmetessens erhob (Fukutomi 2010a: 226). Die Zeitschriften mit vorrangig kulinarischen Themen näherten sich optisch den Modemagazinen an. Fotostrecken von Menüs wurden immer aufwendiger und ästhetischer. Dadurch vermittelten sie neben Informationen auch Emotionen (Yamao 2004: 167). Die Magazine fokussierten sich auf Oberflächlichkeiten wie Rezepte, Produkte, Restauranttips, Werbung, kurz: den Konsum des Kulinarischen. Eine kontroverse, theoretische Diskussion wie zu Rosanjins Zeiten fand und findet in den Hochglanzmagazinen nicht statt. Das Visuelle steht im Mittelpunkt des Interesses der Leser, der Text ist da nur eine Ergänzung und eher belanglos (Yamao 2004: 141).

1986 schrieb Hayashi Mariko (*1954) die Kurzgeschichte *Bishoku kurabu*. Sie übernahm den Titel von Tanizakis gleichnamigem Roman, aber sie wählte Frauen als Zielgruppe. Die Mitglieder ihres Gourmetclubs sind beruflich erfolgreiche Frauen, die junge Männer zu Kugelfisch, Stopfente und Kaviar einladen, selbstverständlich selbst bezahlen und damit die Geschlechterrollen umdrehen (Aoyama 2008: 189–190). Wie bei Tanizaki ist aber auch hier eine erotische Komponente sichtbar. Diese entlarvt die veränderten Geschlechterrollen als Farce. Die Protagonistin verzichtet auf sexuellen Genuss mit ihrem jungen Freund, weil sie das Gefühl hat, zu viel zu wiegen. Der weibliche Genuss beinhaltet, anders als bei Tani-

zaki, keine Völlerei (Aoyama 2008: 190), kein kulinarisches Vergnügen auf Kosten des guten Aussehens oder gesunden Körpergefühls. Für sie ist ihre Welt „ein Paradies, wenn man nicht zu viel verlangt“ (Hayashi 2010: 84; *daisōna mono o nedaranakya, ima, kokoga gōkurakudatte*). Nichtsdestotrotz unterhalten sich die Protagonistinnen über Restaurants, französische Speisen und japanischen Alkohol gleichermaßen (Hayashi 2010) mit einer Weltgewandtheit, Kultiviertheit und Unbekümmertheit, die an das Ideal von *iki* der Edozeit erinnert. Was genau den Gourmetclub des Titels ausmacht, wird in der Erzählung nicht deutlich. Es ist größtenteils eine lange Unterhaltung der drei Protagonistinnen: einem Model, der Inhaberin einer Modelagentur sowie der Chefin einer Bar. Der Club hat sieben oder acht Mitglieder, darunter auch eine Ärztin und eine Architektin (Kato 2001a: 95). Die Frauen sind alle berufstätig, demnach finanziell unabhängig und keine Hausfrauen. Sie sind wirtschaftlich unabhängig und frei, was die Zeit, den Ort und die Mitstreiter ihrer kulinarischen Leidenschaft angeht. Das verbindet sie mit den Protagonisten von Tanizakis Gourmetclub (Kato 2001a: 98). Sie sind allerdings nicht derart vom Suchen nach Delikatessen oder neuen Speisen besessen wie die Protagonisten Tanizakis. Im Gegenteil, die Frauen betreiben die Feinschmeckerei in ihrer Freizeit und für sie scheint eher das angesagte Restaurant das kulinarische Ziel zu sein als die Neuentdeckung oder geheime Lokalität wie bei Tanizaki.

In den 1980er Jahren kam es zu einer Differenzierung des Mediums Manga und es etablierte sich der so genannte *gurume manga*. *Oishinbo* (Der kleine Gourmet) machte 1984 den Anfang als Gourmetcomic und war auch der erfolgreichste, der als Inspiration für mehrere Fernsehfilmediente. Er wurde vom Autor Kariya Tetsu (*1941) und Zeichner Hanasaki Akira (*1956) herausgegeben (Köhn 2000: 184–185). Bereits seit den 1970er Jahren gab es Mangas wie ‚Der Koch Ajihei‘ (*Hōchōnin Ajihei*) von Gyū Jirō (*1940) und Biggu Jō (*1939) sowie ‚Makihei, der Sushikoch‘ (*Tekka no Makihei*) von Ōbayashi Yūichirū und Tagawa Yasuyuki (1946–2000). Beide Mangas erschienen für einige Jahre in einer Zeitschrift und beschreiben den beruflichen Werdegang ihrer Protagonisten, ohne allzu sehr auf das Essen an sich einzugehen (Köhn 2000: 188). *Oishinbo* widmet sich intensiv einzelnen Gerichten und gibt damit auch praktische Informationen an die Leser. In der Reihe geht es um einen Wettbewerb zwischen den zwei Gourmets Yamaoka Shirō und Kurita Yūko, die im Auftrag des Verlags, für den sie arbeiten, kulinarische Sensationen als Kulturerbe kreieren und entdecken sollen. Dabei geht es um das japanische kulinarische Erbe, die Protagonisten können einfachen, aber exzellenten einheimischen Speisen mehr abgewinnen als ausländischen Delikatessen: „Was dürfte da wohl schmackhafter sein, die kerngesunde Leber ei-

nes Seeteufels, der in seiner natürlichen Umgebung im Meer aufwuchs, oder eine kranke Leber, die lediglich das Produkt menschlicher Schläue und Tücke ist?“ (Oishinbo 1: 56, zitiert nach Köhn 2000: 191).

Die Protagonisten begeben sich in einen Kochwettbewerb, bei dem keine Kosten gescheut werden, die besten Zutaten aus allen Regionen Japans herbeizuschaffen. Dabei werden sie immer wieder als Laien entlarvt. Vor allem der Vater von Yamaoka, Kaibara Yūzan, ist ein Kritiker der beiden. Er ist Töpfer, Kritiker und Gourmet und verkörpert im Comic den vom Essen besessenen, kulinarischen Meister schlechthin (Köhn 2000: 192–193). Die Figur Kaibaras ist dem Gourmet der Taishōzeit, Kitaōji Rosanjin, nachempfunden – sowohl fachlich als auch menschlich. Rosanjins Können und seine Präsenz galten nach wie vor als die kulinarische Vollendung in Japan. Rosanjin selbst hatte einen Auftritt im Manga als Berater (Brau 2004: 39). Bei besonders anspruchsvollen Rezepten und Zubereitungstechniken griffen die Protagonisten auf bekannte Köche zurück, die sich aber bereits aus dem öffentlichen Leben zurückgezogen hatten, und nicht auf aktuell beliebte, in den Medien präsente Köche. Es geht hier also nicht nur um die Speisen selbst, sondern auch um den korrekten Rahmen der Gourmetkultur: die korrekte Zubereitung und die korrekte Präsentation der Speisen, damit aus den Speisen Kunstwerke werden (Köhn 2000: 196–197). Dafür wurde auf den Rat erfahrener Köche zurückgegriffen, die noch jene japanische Küche praktizieren, die im Manga favorisiert wird.

Dagegen standen im zweiten erfolgreichen *gurume manga* leicht nachzukochende Alltagsspeisen im Mittelpunkt. 1986 erschien *Kukkingu papa* (Der kochende Papa) von Ueyama Tochi (Köhn 2000: 183). *Kukkingu papa* handelt von dem Familienvater Araiwa Kazumi, der trotz seiner langen Arbeitszeiten seine Kinder mit gesunden Mahlzeiten versorgen will. In jeder Episode werden neue Gerichte vorgestellt, die in die Kategorie der eigentlich weiblich geprägten Familiengerichte fallen (Köhn 2000: 195–196). Der Unterschied zwischen beiden Mangas ist augenscheinlich. Während *Kukkingu papa* den Leser wie ein Kochbuch an die Hand nimmt und er schnell und einfach die vorgestellten Gerichte nachkochen kann, geht es beim *Oishinbo* um außeralltägliche Speisen (Köhn 2000: 205). Der Manga wird zum kulinarischen Vergnügen gelesen und nicht als Kochbuch.

Seit den 1950er Jahren schafften sich immer mehr Haushalte Schwarz-Weiß-Fernseher an. Die Entwicklung der Geräte, was Größe, Qualität und Preis anging, schritt rasant voran. Bereits zur Mitte der 1960er Jahre besaßen 90 Prozent der Haushalte einen Schwarz-Weiß-Fernseher. Farbfernseher verbreiteten sich noch schneller und verdrängten die Schwarz-Weiß-Geräte. 1970 besaßen 90 Prozent der Haushalte einen Farbfernseher.

her, 1980 waren es bereits 98 Prozent (Francks 2009b: 230). Diese schnelle Verbreitung ist umso erstaunlicher, wenn man die extrem hohen Anschaffungskosten eines Fernsehers bedenkt. Mitte der 1950er Jahre kostete ein Fernseher etwa 140.000 Yen. Ein einfaches Eigenheim kostete etwa 200.000 Yen. Der Fernseher war dreimal so teuer wie eine Waschmaschine. Nichtsdestotrotz besaßen 1960 neun Millionen Haushalte einen Fernseher, aber nur sechs Millionen eine Waschmaschine – und nur zwei Millionen einen Kühlschrank. Die Anschaffung eines Fernsehers war demnach keine rationale Entscheidung, sondern eine für eine luxuriöse Freizeitbeschäftigung (Partner 1999: 162, 165). Wurde der Kauf von nützlichen Haushaltsgeräten wie Waschmaschinen oder Kühlschränken rational abgewogen, war der Kauf eines Fernsehers eine Impulsentscheidung, mit der man sich etwas Gutes tun wollte. Die Übertragungen der Hochzeit des Kronprinzen Akihito 1959 oder der Olympischen Spiele in Tokyo 1964 sorgten außerdem für ein gestiegenes Interesse an dem neuen Medium. Es war vor allem ein Kauf für Status und Unterhaltung (Francks 2009b: 174).

Mit der Verbreitung des Fernsehens zogen ab den 1950er Jahren auch kulinarische Programme in dieses Medium ein. Die erste Kochsendung im Fernsehen war *Kyō no ryōri* (Kochen heute) im staatlichen Sender NHK, die seit Beginn des Fernsehens 1957 ausgestrahlt wurde. Die Sendung folgte noch dem taishōzeitlichen Leitsatz nach einfacher, leckerer, gesunder, sparsamer und sicherer Familienküche. Die Macher warben dafür, die Familie am Esstisch zusammenzubringen und die traditionelle japanische Esskultur wiederzubeleben. Die Sendung sprach hauptsächlich (Haus)frauen und Kochanfängerinnen an. Die Frauen, die in der Sendung auftraten, gaben auch private Details von sich bekannt, was sie nahbarer für die Zuschauerinnen machte, wodurch aber auch die Mutterrolle der weiblichen Köche hervorgehoben wurde (Yamao 2004: 168). Die Frau kocht nach wie vor nicht für sich, sondern betreibt Traditionsweitergabe in Form des „Geschmacks der Mutter und der Familiengerichte des Herzens“ (Yamao 2004: 169; *haha no aji [...] ofukuro no aji [...] makoto no katei ryōri*). Ganz anders die Männer: Samstags wurde eine Sendung für Männer ausgestrahlt, auf die ich im nächsten Unterkapitel zu sprechen komme. Der Sender wollte kommunizieren, dass die Hausfrau nicht mehr die alleinige Versorgerin mit gesunden Speisen war. Yamao hält das jedoch für Augenwischerei, die die nach wie vor übliche Trennung der Männer und Frauen im Haushalt aufdeckt: Die Frauen kochen im Alltag, die Männer als Hobby am Wochenende. Die Männer kochen zum Zeitvertreib ohne Druck durch Preis und Nährwerte, während die Frauen nach wie vor für die täglichen Mahlzeiten der Familien zuständig sind (Yamao 2004: 94–95, 142–143).

Differenziertere Programme mit einer neuen Agenda um *gurume* starteten erst in den 1980er Jahren. Seit 1992 gab es mit *Ryōri no tetsujin* im privaten Sender Fuji TV ein facettenreiches *gurume*-Programm. Die Sendung war ein Wettbewerb, der Titel lässt sich mit ‚kulinarischer Ironman‘ oder geläufiger ins Englische mit ‚Iron Chef‘ übersetzen. In jeder Folge gab es einen ‚Iron Chef‘, der von einem Teilnehmer in der Kochsendung herausgefordert wurde. Die Köche wechselten, auch Frauen wie beispielsweise Kobayashi Katsuyo waren darunter. Die beiden wetteiferten um die besten Speisen, die in jeder Sendung um eine Zutat oder ein Thema kreisten. Gekocht wurden die verschiedensten Küchen: japanisch, chinesisch, französisch, italienisch und andere. Die Zutaten wurden feierlich in das ‚Küchenstadion‘ (*kitchin sutajumu*) gebracht und in einer festgelegten Zeit zubereitet. Gewinner wurde der Teilnehmer, der am Ende die meisten Punkte erhielt (Yamao 2004: 166, 178). Dabei wurden die Gerichte nach ihrer Originalität und Individualität bewertet und der Teilnehmer setzte durch Sieg oder Niederlage seine kulinarische Ehre aufs Spiel (Yamao 2004: 215). Die Speisen an sich waren, anders als bei vorherigen oder parallel ausgestrahlten Kochsendungen wie *Gochisōsama* oder *Ryōri tengoku*, nur noch ein Nebenthema. Die Sendung war zwar um ein kulinarisches Thema aufgebaut, dieses Thema wurde aber nicht weiter erörtert, es wurden wenig Hintergrundinformationen zu den Zutaten gegeben und die Auswahl der Zutaten kaum thematisiert. Im Zentrum der Sendung stand der persönliche Wettstreit. Die Kochtechniken wurden verglichen, aber das Kochen und Probieren geriet zur Nebenveranstaltung (Yamao 2004: 179).

Dem Produzenten der Sendung, Matsuo Toshihiko, ging es darum, dass die Köche ihre eigenen Kunstgriffe oder ein spezielles Können unter Beweis stellen, welche nicht einfach von jedem nachgeahmt werden können. Der Koch erhöhte dadurch seinen Status. Sogar professionelle Köche zeigten Interesse an der Sendung. Die Darstellung der Köche wurde im ganzen Land als erstklassig wahrgenommen, sie nahmen Einfluss nicht nur auf die Art und Weise, wer und wie zuhause kochte, sondern auch auf die Praxis in Restaurants und Geschäften (Yamao 2004: 215). Der Diskurs der professionellen Gourmets und der laienhaften Foodies vermischt sich hier. Yamao ist der Meinung, dass die kulinarische Bildung vieler Feinschmecker nach dem Ende der Bubble Economy vermehrt über das Fernsehen und Sendungen wie den *Ryōri no tetsujin* vermittelt wurde und weniger über das eigene Probieren beim *tabearuki*, dem Flanieren von Lokal zu Lokal. Informationen über Köche, Restaurants, neueste Zutaten, viele auf Tokyo zugeschnittene Informationen verbreiteten sich so unter Interessierten im ganzen Land (Yamao 2004: 179). Hier manifestiert sich wieder Raths (2010a) kulinarische Fantasie: kulinarisch genießen ohne zu essen. Generell war das Interesse an ‚Essensforschern‘ (*ryōri kenkyūsha*)

und so genannten ‚Essenskoordinatoren‘ (*fūdo kōdinētā*) groß. Interviews mit ihnen, bei denen sie über die Arbeit hinter den Kulissen berichten, wurden verschlungen. Ihre Tipps zu Themen wie der Menügestaltung, der Auswahl der Zutaten oder auch der Platzordnung bei Tisch wurden umgesetzt. So wurden der kulinarische Alltag und das Hobbykochen professionalisiert (Yamao 2004: 166).

Fuji TV startete 1996 die Sendung *Bistro SMAP*. Die Protagonisten dieser Kochsendung waren die Mitglieder der Boygroup SMAP. Der Fokus hin zu einem Kochereignis mit einem prominenten, wenn auch nicht professionellen Koch, setzt die Entwicklung fort, die mit *Ryōri no tetsujin* ihren Anfang nahm (Yamao 2004: 217). Die eigentlichen Gerichte treten immer mehr in den Hintergrund, während die Köche und ihr Unterhaltungspotential immer wichtiger werden. Die Studioeinrichtung imitierte ein Lokal, das jeweils teilnehmende Bandmitglied trug die Kleidung eines Koches und es gab einen Kochwettbewerb zwischen dem Idol und einem Gasttalent. Der Fokus lag auf der Originalität und dem Geschmack der Speisen, sie wurden als Schöpfung verstanden. Erst 2016 wurde die Sendung eingestellt (Yamao 2004: 216–217). 1999 ging der Privatsender TV Asahi mit einem ähnlichen Programm auf Sendung. Die ‚Schürze der Liebe‘ (*Ai no epuron*) war eine Sendung für junge Frauen, die bis 2008 produziert wurde. Hier traten die so genannten *gravure idols*, Idole mit erotischer Konnotation auf. Um familiäre Speisen ging es in der Sendung daher nicht. Männliche Restaurantkritiker bewerteten die Gerichte und vergaben Punkte für den Geschmack und das korrekte Arrangement der Speisen. Beide Sendungen, *Bistro SMAP* und *Ai no epuron*, wollten mit der gängigen Vorstellung brechen, dass Frauen nur familiäre und keine professionellen Gerichte kochen können. Dabei bedienten sie das Stereotyp. Die Männer kochten originelle Speisen, während die Frauen zunächst die Grundlagen wie den guten Geschmack und das korrekte Arrangement von einem Profi beigebracht bekamen (Yamao 2004: 217).

6.3 FRAUEN IN DER ÖFFENTLICHKEIT UND MÄNNER AM HERD

Die Beliebigkeit und Vielfältigkeit der Gourmetküche sorgt auch dafür, dass kein Einzelner mehr die Gourmetkultur im Ganzen prägt, wie das noch in der Taishōzeit mit Kitaōji Rosanjin der Fall war. Seit den 1970er Jahren zeigen sich zwei Phänomene: Frauen treten in die Öffentlichkeit und Männer an den heimischen Herd. Weibliche Köche werden plötzlich sichtbar. Sie gründen kulinarische Vereine, schreiben für Zeitungen und Magazine, haben eigene Radiosendungen und treten im Fernsehen auf. Männer tauchen, wie oben geschildert, als Fernseh idol, aber nicht als pro-

fessioneller Koch in Kochsendungen auf. Für manche Männer entsteht vielmehr eine Nische. Sie ziehen sich ins Private zurück und betreiben das als Hobby, was seit Jahrzehnten zu den Tätigkeiten der Hausfrau gehörte: Die Zubereitung von Familiengerichten.

Im Folgenden widme ich mich zunächst vier Frauen, die öffentlich kulinarisch in Erscheinung getreten sind. Egami Tomi (1899–1980), geboren in Kumamoto, war Köchin, auch Fernsehköchin, Kochbuchautorin und Gründerin einer Kochschule. Mit acht Jahren erhielt sie das erste Messer, ihre Mutter unterrichtete sie. 1927 ging sie mit ihrem Ehemann nach Paris, wo sie drei Jahre lang die Pariser Kochschule Cordon Bleu besuchte, um die französische Küche zu studieren (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 340). Die Kochschule schreibt auf ihrer Homepage, dass sie seit 1905 japanische Studierende lehrt. Sie war somit eine bekannte Anlaufstelle für Egami. In Tokyo lernte sie an der Tōkyō Ryōri Gakkō. 1947 eröffnete sie in Fukuoka ihre eigene Kochschule, die Egami Kochoberschule (Egami Ryori Koto Gakuin), 1955 die Egami Kochschule (Egami Ryori Gakko) im Tokyoter Stadtteil Ichigaya (Nichigai Associates 2004), die heute von ihrer Schwiegertochter und ihrer Enkelin weitergeführt wird. Ihre Schulgründungen machten sie sofort bekannt, bereits ab 1956 trat sie als Fernsehköchin auf. Ein Jahrzehnt lang war sie in der Sendung *Kyō no ryōri* auf NHK und in kommerziellen Sendern präsent (Yamao 2004: 189). 1957 trat sie in der Sendung *Konban no katei ryōri* (Familiengerichte heute Abend) von KR Terebi (dem heutigen Sender TBS) auf, im gleichen Jahr war sie Gast in der Morgensendung des Senders OTV aus Osaka. 1959 produzierte sie für den Sender Fuji Terebi zwei Kochsendungen und auch im privaten Bildungsfernsehen startete sie eine Fernsehkochschule (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 341). Alleine ihre Aktivitäten zeigen den Überfluss an Fernsehsendungen für Hausfrauen. Ihr ging es um Familiengerichte und sie warb dafür, dass die Frauen in der Küche arbeiteten: „Die Küche ist der Arbeitsplatz der Frau“ (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 340, *daidokoro wa, onna no shigotoba*) war ihr Motto.

Kobayashi Katsuyo (1937–2014) war eine kulinarische Berühmtheit aus Osaka. Sie hatte ihre eigene Fernsehsendung. Zusätzlich trat sie in der Sendung *Kyō no ryōri* auf und war mehrmals der ‚Iron Chef‘ in der Sendung *Ryōri tetsujin*. Daneben schrieb sie kulinarische Essays, organisierte Vortragsabende und engagierte sich in der kulinarischen Forschung. Anders als bei Köchen, deren Kreationen als Ergebnis ihres handwerklichen Schaffens gesehen wurden, wurden ihre rationalen und schnellen Rezepte als die Rettung der Hausfrauen angesehen. Sie war Gourmetautorin, preisgekrönte Kochbuchautorin, sie designte Haushaltsgegenstände. Ihr so genanntes Kiai-Geschirr bekam den Good Design Award des Japan In-

stitute of Design Promotion verliehen. Darüber hinaus war sie auch politisch aktiv und setzte sich für den Erhalt des Artikel 9 der japanischen Verfassung ein (Chiezō mini 2014).

Die Drehbuchautorin, Schriftstellerin und Essayistin Mukōda Kuni-ko (1929–1981) war als ausgesprochener Gourmet bekannt. Das Thema Essen taucht daher vielfach in ihren Werken auf. Einige ihrer Essays für die Wochenzeitschrift *Shūkan Bunshun* widmete sie dem Thema „*u*“. Es ist ihre Abkürzung für *umai*, was lecker bedeutet. Diese Essays stellten eine Art Liste dar mit Delikatessen, Lokalitäten oder auch Nostalgiespeisen, die für sie von Bedeutung waren. Hier schrieb sie über gebratenen Meeraal aus Takamatsu, *ōfū*-Puffreis aus Setagaya, *harukoma*-Süßigkeiten aus Kagoshima, die sie an ihre Grundschulzeit dort erinnerten. In ihren Essays schrieb sie darüber, dass sie in Kyoto direkt nach der Ankunft immer in die Hanamikōji-Gasse gehe, um zu essen und anzustoßen. In Takayama führt ihr erster Weg sie immer in das Restaurant Kitchen Hida (Suga 2002: 78). All diese kulinarischen Abhandlungen, Kritiken und Gedanken zeigen nicht nur ihr großes kulinarisches Interesse, sondern auch, dass Mukōda ihre Mahlzeiten reflektiert und kenntnisreich intellektualisiert.

Mukōda machte keinen Unterschied, ob sie in einem Sternerestaurant oder einem Bahnhofsimbiss aß – für sie zählten gute Zubereitung und Geschmack. An einem Bahnhof in der Präfektur Gifu stolperte sie einmal über ein Schild mit der Aufschrift *katsu miso*, ‚Kotelett in Miso‘. Vor ihrer Weiterreise aß sie dort und war überwältigt von Konsistenz und Geschmack dieses einfach klingenden Gerichts (Suga 2002: 79). Eines ihrer Lieblingslokale in Tokyo war das *Mamaya*, ein kleines Lokal, das einfache Speisen, beinahe Familienspeisen servierte. Die Speisen hatten keine Namen, die Besitzerin schrieb Beschreibungen in ihre Karte: „scharf gekochte Möhren“ oder „Tomaten-Schwarznessel-Salat nach japanischer Art“ (Suga 2002: 80, *ninjin no pirini [...] tomato no aojiso wafū sarada*). Zusammen mit einem geheimnisvollen Reisgewürz der Inhaberin ergaben sich für Mukōda überraschende Formen, Texturen und Geschmäcker der Speisen, die sie begeisterten. Bei Mukōda wird die Entwicklung der Gourmetkultur der Nachkriegszeit deutlich. Sie frequentiert Sternerestaurants wie ein ‚klassischer‘ Gourmet und besitzt eine hohe kulinarische Bildung, ist aber ständig auf der Suche nach neuen Geschmäckern. Sie erinnert mich in ihrer Suche nach dem Neuen an den Protagonisten in Tanizakis (1989) Roman *Bishoku kurabu* der Taishōzeit – mit dem Unterschied, dass ihr die Verbissenheit und Maßlosigkeit fehlen. Sie ist aber ständig wachsam, nimmt Umwege oder schwierige Umstände in Kauf, um einen neuen kulinarischen Genuss zu finden. Bei ihr verwischen die Grenzen zwischen Gourmet und Foodie.

Die Schriftstellerin Uno Chiyo (1897–1996) ließ sich als junge Frau in den 1920er Jahren von ihrem Mann scheiden und provozierte in Tokyo mit ihrer westlichen Kleidung, ihrem kinnlangen Bob und wechselnden Liebschaften als modern girl (Copeland 1992: 28; 34). In späteren Jahren war sie auch kulinarisch interessiert und der Meinung, dass man die Haute Cuisine selbst erschaffen muss. Bis weit über ihr 80. Lebensjahr bereitete sie ihre Mahlzeiten selbst zu. Sie kreierte einen ganz eigenen Geschmack und stellte auch die Grundzutaten selbst her: einen Zitronenessig mit der japanischen Zitronenart Yuzu, eine Brühe aus Bonitoflocken, Sushi gefüllt mit in Yuzuessig eingelegtem Rinderhackfleisch. Dabei nahm sie nicht einfach den Fruchtsaft der Yuzu. Sie bereitete einen außergewöhnlichen Essig mit Stücken von frischer Meerbrasse zu. Auf den Sushireis legte sie die Stücke vom Fleisch, angemacht mit gemahlenem Trockenfisch. Dazu dekorierte sie festes Eigelb, Dreiblätterkraut und eingelegten roten Ingwer, um Kolorit in ihre Speise zu bringen. Aufgewachsen am Meer hatte sie eine Schwäche für frischen Fisch. Sie aß täglich selbst zubereitetes Sushi oder Sashimi und schaffte es, ein nicht identifizierbares, aber feines Aroma des Fisches zu erzeugen. Sie hielt die Auswahl der Zutaten für den wichtigsten Punkt beim Kochen (Sano 2002b: 94–95). In dieser Hinsicht stimmt sie mit Rosanjin überein, für den die Qualität der Zutaten ebenso der Schlüssel zu einem herausragenden Gericht war. Uno besorgte ihre Zutaten entweder in ihrer Nachbarschaft oder ließ sich die korrekte Herkunft von regionalen Produkten durch Frachtbriefe belegen. „Da ich keine zwei Mägen besitze, esse ich nur schmackhafte Sachen“ (Sano 2002b: 96, *ibukuru wa futatsu to wa nai no dakara, umaimonoshika tabenai*), war ihr kulinarisches Motto. Anders als die oben portraitierten Köchinnen und Feinschmeckerinnen war Uno ein privater Gourmet. Sie kochte aber nicht wie eine Hausfrau nahrhafte Mahlzeiten, die Wärme und Familiarität herstellen sollten. Sie kochte für sich, für ihr eigenes kulinarisches Vergnügen.

Die hier genannten Frauen standen alle in der Öffentlichkeit, waren umtriebige Publizistinnen, Köchinnen oder kulinarische Forscherinnen. Teilweise verfolgten sie eine Agenda, nämlich die Aufwertung der Familiengerichte. Teilweise ging es ihnen um die eigene kulinarische Befriedigung. Die weiblichen Köche waren aber nicht wie so viele männliche Feinschmecker Gastronomen. Sie arbeiteten in einer Zeit, in der die ländliche, traditionell wahrgenommene Küche Japans wieder *en vogue* war beziehungsweise arbeiteten sie selbst an der Neubewertung dieser Küche. Sie waren daran beteiligt, das Interesse an den Familiengerichten, die vor allem in der Taishōzeit propagiert wurden, wieder zu wecken.

Zu Beginn der 1990er Jahre endete der *gurume*-Boom mit dem Platzen der Spekulationsblase und der darauf folgenden Wirtschaftskrise.

Es fand daraufhin eine Neubewertung der Familienküche der Taishōzeit statt. Hier wurde nun, anders als zur Taishōzeit, zu individueller Kreativität und Vielfalt aufgefordert. Durch Ausdrücke wie *ofukuro no aji* und *mama no aji*, was sich beides mit ‚der Geschmack der Mutter‘ übersetzen lässt, lastet die kulinarische Traditionsbewahrung weiterhin auf der Frau (Yamao 2004: 166, 169). Kulinarikforscherinnen wie Kobayashi Katsuyo waren trotzdem sehr beliebt. Sie stehen für individuelle und originelle Kreationen, die mit ihren Namen versehen werden (Yamao 2004: 215).

Männer finden sich nun auch in der Küche. Allerdings kochen sie als Hobby, ohne eine Verantwortung für die heimische Küche oder die Bewahrung von nationalen Traditionen zu haben. Die Küche war seit der Meijizeit ein Raum, aus dem die Männer ausgeschlossen wurden. Kochende Männer zuhause galten als wunderlich und amüsant. Das änderte sich seit den 1970er Jahren und die *otoko no ryōri*, die ‚Männergerichte‘, kam als kulinarische Nische auf, die bis heute existiert. Durch den neuen Lebensstil in modernen Apartmenthäusern rückte die Küche aus der dunklen Ecke der Wohnung in ihr Zentrum. Dieser Umstand hat sicher dazu beigetragen, dass die Küche für Männer nun kein Tabu mehr war (Kato 1989: 26–33). Teilweise waren die Lebensumstände der Auslöser für diesen Wandel. Viele Männer lebten alleine in der Stadt und profitierten von der wachsenden Anzahl an verarbeiteten Lebensmitteln. Anfang der 1980er Jahre wurde aus dem Begriff *shufu*, der Hausfrau (主婦), mit anderer Schreibweise, aber gleicher Aussprache, sogar der Hausmann (主夫) (Yamao 2004: 142).

Die *otoko no ryōri* zielen jedoch nicht auf einen neuen Typ des Hausmanns, dem vielleicht als allein lebender Junggeselle nur das selber Kochen bleibt. Sie richten sich an nicht (mehr) arbeitende Männer, die nun selbst kochen wollen, aber nicht müssen (Yamao 2004: 159). Das Kochen der Männer ist keine mühsame Hausarbeit wie für die Hausfrauen, sie bereiten keine Familienmahlzeiten zu. Es geht auch nicht um die Nachahmung der professionellen Küche, denn diese wollte in den Restaurants von Berufsköchen zubereitet genossen werden: „Mochi isst man im *mochiya*, oder nicht? Soba sind in speziellen *sobaya* lecker“ (Yamao 2004: 210, *mochi wa mochiya toiu dewanaika? soba nara, settai sobaya no hō ga umai*). Dies ist ein weiterer Unterschied zum Kochen der Hausfrauen, denen in Kochschulen wie in der von Akabori Minekichi seit der Meijizeit auch die gehobene Restaurantküche zumindest theoretisch beigebracht werden sollte. Es geht bei den Männern am Herd um das Kochen als Hobby und Zeitvertreib. Das Kochen wird hier zu einem Erlebnis und zur Inszenierung seiner selbst. Yamao spricht von der ‚...-Ich‘-Inszenierung (...*na ore to iu enshutsu*), bei der sich der Hobbykoch mit einem für ihn passenden

Attribut schmückt (Yamao 2004: 211), ähnlich wie Gerichte oder Zubereitungsarten, die nach Köchen oder anderen gastronomischen Persönlichkeiten benannt sind.

Das Kochen kam also als Hobby zu den Männern, die sich nicht auf professioneller Ebene mit Essen beschäftigten. 1977 wurde der ‚Verein der Männer in der Küche‘ (*danshi chūbō ni hairikai*) gegründet, der übrigens bis heute aktiv ist. Es waren Tokyoter Angestellte, die diese kulinarische Bewegung zu einem Lebensstil machten und sich bis heute in Kochclubs wie dem Ryōsanpaku treffen (Kato 1989: 27). Die Yomiuri Shinbun schreibt über sie: „Es ist ihre Einführung in eine Erfahrung. Nun sind sie im Kochkurs“ (Kato 1978: 33, *taiken nyūgaku. ima ryōri kyōshitsu wa*) und sieht sie als Entsprechung zur Ungeschliffenheit der Kochtechniken junger Frauen. Freilich versorgten die kochenden Männer nicht ihre Familie mit den alltäglichen Mahlzeiten, das machten weiterhin die (Haus)frauen (Kato 1978: 33), die Männer waren für die Avantgarde zuständig, für die neue Esskultur, für eine gehobene Esskultur im Haushalt.

Die Massenmedien waren ebenfalls an der Entstehung des Phänomens der kochenden Männer beteiligt. In Zeitungen kamen entsprechende Rubriken auf. 1975 stieß die Nikkei Shinbun mit der Artikelserie ‚Der Kochkurs für den Papa in der Küche‘ (*kitchen papa ryōri kyōshitsu*) die Entwicklung der kochenden Männer an. Die Shūkan Post brachte seit dem Ende der 1970er Jahre eine Serie zu den *otoko no ryōri*. 1983 schließlich nahm der Staatssender NHK die *otoko no ryōri* in ihr Programm auf (Yamaguchi 1986: 88). Der Fokus der Sendung für Männer lag auf Geschmack und dem Zeigen ihres Könnens. Männer sollten sich auch schwierigen Gerichten widmen: „Erfreuen Sie sich am ‚Geschmack‘ der Männer, wie zum Beispiel an der ‚Geschmackslinie‘, die den Charakter der Küche und Geheimnisse des Geschmacks eines beliebten, volkstümlichen Restaurantinhabers vorstellt, oder an der Spezialitätenküche der Männer, die in der Werbung vorgestellt wird (Yamao 2004: 157–158, *Kōbo de sankashiteitadaku dansei no jiman ryōri' ya, shominteki de ninkinoaru omise no goshujin ga sono aji no himitsu to ryōri ni kakeru kokoroiki wo shōtaisuru 'aji hitosuji' nado, otoko no 'aji' o tanoshimikudasai*) – so lautete das Konzept der Sendung im April 1987. Themen der Sendung waren natürlich das Selberkochen im eigenen Heim, aber auch das *tabearuki*, also das Wandern von Restaurant zu Restaurant. Hier ging es allerdings nicht um den Genuss der Speisen, sondern um die kulinarische Wissensaneignung. 1986 traute man den männlichen Laienköchen auch die niveauvolle Restaurantküche zu. Ab 1989 wurde das Programm um eine Sendung für kochende Rentner erweitert: die ‚Küche des zweiten Lebens‘ (*sekando raifu kukkingu*). Die *otoko no ryōri* wurden endgültig zu einem Programm tiefergehender Kenntnisse und Feinschmeckerei (Yamao 2004: 157–158).

1991 löste ein neues Programm für Männer namens *otoko no shokusai*, den ‚Kochstil der Männer‘, die *otoko no ryōri* auf NHK ab (NHK Archives 2009). Auch hier geht es um die Bewertung des Geschmacks – „Köstlich! – Schmeckt nicht!“ (Yamao 2004: 165, *umai!*, *mazui!*). Die Zuschauer bekamen auch das Handwerkszeug für die Geschmacksbewertung und Kompetenzen für das Kochen mit auf den Weg und nicht nur ein Rezept vermittelt:

„Männer, die sich im Überfluss der ersten kulinarischen Informationen zur Ethnoküche, zur Heimatküche, zu leckeren Restaurants nicht mit Informationen alleine zufriedenstellen lassen, stehen in der Küche auf der Suche nach dem ultimativen Geschmack, und um ihre Fähigkeiten aufzupolieren. Für solche Männer stellt *otoko no shokusai* Zubereitungsarten von Speisen samt der Benutzung der Kochutensilien, Gerichte und Zutaten aus einem weiten Spektrum an Sake-, Fischarten und anderem vor. Auch für am Kochen interessierte Frauen ist das Programm bestens geeignet“ (Yamao 2004: 164–165, *esunikku ryōri, kyōdo ryōri, umai mono no mise o hajime shokujōhō no kōzui no naka de, ataerareta jōhō dake ni manzokushinai otokotachi wa, ude o migaki kyūkyoku no aji o motomete chūbō ni tachimasu. sonna otokotachi he, otoko no shokusai wa ryōri no tsukurikata totomoni chōriyōgu no tsukaikata, kakushu no sake to sakana nado hiroi shiya kara ryōri, shokuzai nado wo shōkaishimasu. ryōrisuki no jōsei no hō ni mo saitekina bangumi desu*).

Frauen sollten sich ebenso angesprochen fühlen wie Männer – eine Aufforderung, die umgekehrt bei der Bewerbung der weiblich markierten alltäglichen Familiengerichte nicht erfolgt. Die Speisen der Männer sind eben keine alltäglichen Mahlzeiten. Die *otoko no ryōri* sind keine Familiengerichte. Anders als bei den Hausfrauen müssen sie keine Zuneigung ausdrücken. Es zählen allein der Geschmack und dessen Beurteilung. Die Speisen der Männer stellen auch keine Pflichterfüllung dar. Sie sind vielmehr eine Freizeitbeschäftigung. Sie werden auch nicht in der *daidokoro*, sondern in der *chūbō* zubereitet (Yamao 2004: 165, 209). Beides bedeutet ‚Küche‘, jedoch wird erstere klar mit der Hausfrau identifiziert, letztere ist ein Ort zum Kochen ohne Assoziation mit einem Geschlecht.

Seit den 1970er Jahren werden kulinarische Zeitschriften und Kochbücher veröffentlicht, die sich speziell an Männer richten. Das Gourmet-Magazin *dancyu* brachte ganze Ausgaben, die an Männer gerichtet waren. Mit *otoko no daidoko* gibt es bis heute eine exklusiv an den kochenden Mann gerichtete Zeitschrift. In den Kochbüchern ging es zunächst um die Grundlagen des Kochens. Mit der Blüte der *gurume*-Kochbücher in der

zweiten Hälfte der 1980er Jahre jedoch ging es auch bei Kochbüchern für Männer vermehrt um die Vermittlung vertiefter Kenntnisse (Yamao 2004: 209–210). Die Gourmetkochbücher (*gurume unchikukei ryōribon*) hatten Männer und Frauen als Zielgruppe und stellten ‚Klassiker‘ zum Selberkochen vor: Nudeln, Süßigkeiten, Geräuchertes. Fotos zeigten die Anordnung auf dem Teller. Diese Kochbücher glichen mehr und mehr den Modemagazinen mit ihren ausführlichen Fotostrecken (Yamao 2004: 212). Seitdem gab es einen regelrechten Boom – auf niedrigem Niveau, denn kochende Männer waren trotz allem eine Minderheit – und es begann auch eine qualitative Entwicklung der Männerküche (Yamaguchi 1986: 88). Bis heute gibt es mit *otoko no* betitelte Bücher, die aus Marketinggründen eine Differenzierung der Männer- und Frauenküche beabsichtigen. Dennoch kauft nur ein kleiner Teil der kochenden Männer Kochbücher oder Gourmetzeitschriften, die auf Familienküche ausgerichtet sind oder zu sehr an Modemagazine für Frauen erinnern und somit nur dem Titel nach auf die neue männliche Zielgruppe ausgerichtet sind. Sie schauen nach Kochbüchern und Zeitschriften, die ihnen Gourmetkenntnisse vermitteln (Yamao 2004: 213–214). Sie wollen keine Hausarbeit durch das Kochen erledigen. Männer kochen für Gäste, aber nicht tagtäglich für die Familie.

6.4 KULINARISCHER RAHMEN: RAMEN, *FURUSATO*, EDO, ETHNO

In der Nachkriegszeit wiederholte sich die Entwicklung des kulinarischen Rahmens der Meiji- und Taishōzeit – jedoch in einem viel kürzeren Zeitraum. Die US-amerikanische und in geringerem Maße auch die europäische Küche wurde begierig aufgenommen, während die japanische Küche als rückständig galt. Die Internationalisierung des kulinarischen Alltags machte sich in der Zubereitung der Speisen bemerkbar: Es wurde mehr gebraten, gebacken, frittiert und dafür weniger gekocht, gedämpft oder gedünstet. Salat wurde nun mit Mayonnaise, Kartoffeln und Gemüse gegessen. Neue Erfrischungsgetränke kamen ins Land wie 1960 die Coca Cola (Yamaguchi 1986: 14, 19). Mit einem vermehrten Angebot an vorgekochten oder bereits fertigen Speisen zum Mitnehmen oder einem Lieferdienst vereinfachte sich der Kochalltag der Hausfrau. Für die Feinschmecker zuhause kamen niveauvolle Geschäfte für Beilagen auf, die auch Spezialitäten berühmter Hotels oder Restaurants verkauften (Yamaguchi 1986: 24). Es ging demnach nicht nur um die Verbesserung der Quantität, auch die Qualität der Speisen war ein Thema. Ab den 1970er Jahren kam es zu einem Wandel und die eigene japanische Küche wurde wieder vermehrt gesucht und begehrt.

Der kulinarische Rahmen der späten Shōwazeit ab den 1970er Jahren zeichnet sich zunächst durch eine Nivellierung und Uniformität der Esskultur aus, die unter anderem der landesweiten Verbreitung von einheitlichen, industriell gefertigten Markenprodukten geschuldet war. Das betraf nicht nur den kulinarischen Bereich, auch in den Bereichen des Wohnens und der Kleidung war diese Tendenz beobachtbar. Fette und Öle, tierisches Eiweiß, Milch und Milchprodukte sowie Zucker waren nun endgültig zum festen Bestandteil der Mahlzeiten aller geworden (Yamaguchi 1986: 11). Auch sehr neue Produkte, etwa der seit 1958 durch die US-amerikanische Besatzungsmacht eingeführte Kopfsalat, wiesen keine regionalen Unterschiede bei ihrer Verteilung aus (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 314; Yamaguchi 1983: 204).

Nichtsdestotrotz blieben regionale Unterschiede in der Küche bestehen. Das betraf das Alltagsessen genauso wie die so genannten *meibutsu* und *tokusanhin*, die berühmten und besonderen regionalen und lokalen Produkte. Diese dienen vor allem als Anziehungspunkt für Reisende (*tabearuki*) (Yamaguchi 1983: 185). Alltagsprodukte wie Miso, Essig, Fette und Öle oder Sojasauce wurden zwar landesweit verwendet, aber unterschiedlich gebraucht und es gab regional unterschiedliche Präferenzen bei Konsistenz, Farbe oder Geschmack der Produkte. Nattō, ein Gericht aus gegorenen Sojabohnen, war vor allem im Norden Japans verbreitet und wurde im Süden kaum verzehrt. Auch Produkte, die im frühen 20. Jahrhundert eingeführt wurden, wie Butter, Schinken, Speck oder Käse, wurden regional unterschiedlich konsumiert. Waren Schinken und Speck vor allem in städtischen Gebieten verbreitet, fanden Butter und Käse vor allem in Nord-Kantō mit seiner Milchwirtschaft, in Tokyo und in Kansai Verwendung (Yamaguchi 1983: 189–191, 203–205). Sogar die Hersteller von Industrieprodukten stellten sich auf diese Unterschiede ein. Die Produzenten von Instant Ramen, die seit 1958 verkauft wurden, passten den Geschmack ihrer Nudeln nach und nach den regionalen Geschmäckern innerhalb Japans an (Yamaguchi 1983: 203).

Neben den beiden Polen Einheitlichkeit und Regionalität gibt es, wie oben angedeutet, ein zweites Gegensatzpaar, das die Gourmetkultur der Nachkriegszeit ausmacht: westliche Küche neu importiert, vor allem aus Nordamerika, und die Wiederentdeckung und Förderung der traditionellen japanischen Küche. Mit der kulinarischen Globalisierung und damit der Erhältlichkeit vieler Produkte unabhängig von der Jahreszeit sowie dem erhöhten Verzehr von industriell verarbeiteten Lebensmitteln ging ein Verlust der Saisonalität einher (Yamaguchi 1986: 60–61). Dies ist eine Entwicklung, die ihre Anfänge bereits in der Edozeit hatte, wie ich in dieser Arbeit bereits aufgezeigt habe. Die erste Anwendung von Gewächshaustechniken fand bereits im späten 16. Jahrhundert statt. Strenge

Saisonalität für beliebte Gemüsesorten wurden zu dieser Zeit bereits außer Kraft gesetzt. Auch die kulinarische Globalisierung ist keine neue Entwicklung der Nachkriegszeit. Seit frühester Zeit kamen neue Lebensmittel nach Japan, seit der Edozeit auch in einem institutionalisierten Handelsgefüge und seit der Meijizeit aktiv vom Nationalstaat gefördert. Aber erst jetzt, in den 1970er Jahren, verbreiteten sich neu eingeführte Lebensmittel auch gleichmäßig im ganzen Land und alle hatten die Möglichkeit, diese zu konsumieren. Auch die Verbreitung von Kühl- und Tiefkühlschränken begünstigte diese Entwicklung. Die Lebensmittel konnten in den Haushalten nun auch saisonunabhängig gelagert werden.

Die Loslösung von der Saisonalität entstand aus dem Wunsch heraus, unabhängig von den Jahreszeiten zu sein, die Nahrungsmittelauswahl zu vergrößern und seltene oder schwer erhältliche Sachen zu essen. Technische Neuerungen beim Anbau ermöglichten die Verbesserung der Früh- und Spätsorten und eine ganzjährige Erhältlichkeit von Produkten wie Tomaten, Gurken, Paprika, Kürbis, Shiitake- und *enoki*-Pilzen, Erdbeeren, Wassermelonen, Trauben, Kaki und Melonen. Gekühlte Transporte und die bessere Lagerung durch Kühl- und Tiefkühlgeräte taten ihr Übriges. Dadurch verloren die Konsumenten das Gespür für Jahreszeiten und Saisonalität von Lebensmitteln. Auch das Gefühl, die Jahreszeiten durch saisonale Lebensmittel zu erleben, wie das noch mit den ersten Früchten der Saison in der Edozeit bei Feinschmeckern üblich war, ging verloren (Yamaguchi 1986: 56–59). Dieser Verlust bewirkte, genauso wie der inflationäre Gebrauch des *gurume*-Begriffs mit seinen abgehobenen Speisen (Yamaguchi 1986: 70), ein Gefühl der Entwurzelung bei den japanischen Konsumenten, die wieder auf der Suche nach einer kulinarischen Heimat waren. Dies war besonders ausgeprägt in den Zeiten der so genannten Bubble Economy der 1980er Jahre sowie in den Jahren nach dem Platzen der Blase (Fukutomi 2010a: 194).

Interessanterweise wurden Ramen in diesem Zusammenhang zu einer Nostalgiespeise, die ein Gefühl vom echten Japan, von Zuhause und Heimat evoziert. Dabei ist die Geschichte der Ramen in Japan, wo sie erst in der Meijizeit eingeführt wurden, eine recht junge. Ramen wurden von einem einfachen Essen zum beliebten Essen der Kennerschaft. Gourmets greifen Elemente der Massenkultur auf und machen sie zu Liebhaberobjekten. Das können auch billige Speisen und Getränke des täglichen Verzehrs sein (Fukutomi 2010a: 3). Aus den *chūka soba* oder *shina soba* der Meijizeit wurde bis zur Nachkriegszeit ein Gericht, das vom japanischen Speiseplan nicht mehr wegzudenken ist: „Within less than a century, not only did the status of Ramen shift in Japan from a novelty to an everyday food, but it has also turned into a Japanese symbol“ (Cwiertka 2006: 145). Es ist darüber hinaus eines der Gerichte, die von einem einfachen Arbei-

teressen zu einem Feinschmeckergericht wurden. Anders als bei den ‚klassischen‘ Gourmetspeisen in Japan war bei Ramen der Geschmack immer wichtiger als die Präsentation der Speise (Kushner 2010: 156–157). Besitzer kleiner Ramen-Läden locken bis heute mit eigenen Interpretationen der Nudelsuppe, mit einem Geschmack oder einer geheimen Zubereitungsart, die die Ramen-Fans immer wieder kommen und vor den Geschäften Schlange stehen lassen (Tsu 2014: 227–228).

Das Beispiel der Ramen als Teil der japanischen Speisen, die dem Kontext *furusato* zugeordnet werden, zeigt, wie schnell die Domestizierung eines ausländischen Gerichts in Japan vonstattengehen kann. *Furusato* verweist nicht auf einen speziellen Ort, sondern verkörpert ein generalisiertes Bild von Heimat: „the word is used in an affective capacity to signify not a particular place [...] but rather the generalized nature of such a place and the warm, nostalgic feelings aroused by its mention“ (Robertson 1995: 90). Es geht um Nostalgie und um ein Gefühl des Verlusts – das Gefühl, durch die städtische Lebensweise etwas verloren zu haben, das wieder geweckt werden will (Robertson 1988: 503). Den Nostalgiebegriff verwende ich hier in seinem Verständnis als Zustand von Entfremdung und Heimatlosigkeit. Während man Nostalgie im 17. Jahrhundert als physische Krankheit in Form von Heimweh betrachtete, wurde es ab dem 19. Jahrhundert zu einem generellen Kennzeichen der Moderne. Die Heimat, auf die mit nostalgischem Blick geschaut wird, wird gleichzeitig zum sicheren Hafen der Rückkehr und zum verloren geglaubten Ursprung des Menschen (Frow 1991: 135). Heimat ist Ort und Idee zugleich und funktioniert als Antithese zum urbanen Lebensstil der Großstädte und deren Vororte: „*Furusato* is not limited to an actual rural place, nor does it presuppose an agricultural lifestyle. It is, rather, everything that suburbs and metropolises are not: compassion, camaraderie, tradition, and even motherly love are presumed absent from postwar urbanized society“ (Robertson 1988: 503).

Miyamoto Chieko (1925–2006) ist eine Akteurin in diesem Bereich. 1961 gründete sie in Osaka den ‚Verein zur Reflexion über traditionelle Speisen Japans‘ (*Nihon dentōshoku o kangaeru kai*), der bis heute existiert. Etwa zur gleichen Zeit wurde der ‚Verein, der die Kinder Japans beschützt‘ (*nihon no kodomo o mamorukai*) gegründet. Beide Bewegungen setzten sich zum Ziel, traditionelle Lebensmittel und Speisen, die vorherige Generationen noch auf ihrem Speiseplan hatten, wiederzubeleben: japanische Schwarzwurzel (*gobō*), Lotoswurzel (*renkon*), Stiele des Riesenblättertangs (*kukiwakame*), getrocknete Sardinen (*mezashi*), gegorene Sojabohnen (*nattō*), gekochte Okra, gegrillten Aal, braunen Reis mit roten Bohnen (*azuki gohan*), gesalzene und geröstete Makrelen, Tempura, gerolltes Omelette (*dashimaki tamago*), getrockneten Kabelau mit *ebi*-Kartof-

feln (*imobō*), Sushi, Schwarzwurzel in Sojasauce und Sesamöl (*kinpira gobō*), Reis mit Kiefernpielen (*matsutake gohan*), Sukiyaki oder getrocknete Rettichstreifen (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 329–330). Inwiefern all diese Lebensmittel und Gerichte ‚traditionell‘ japanisch sind, ist eine Frage der Definition von Traditionalität. Sie waren auf jeden Fall von den Speiseplänen der Allgemeinheit verschwunden und wurden so interessant für Feinschmecker und Nostalgiker, die ihre Heimat im Essen suchten.

Die oben genannte Miyamoto Chieko definierte vier Charakteristika traditioneller japanischer Speisen: Reis (und andere Getreide) als Hauptnahrungsmittel; Zutaten aus der natürlichen Umgebung wie Fisch, Bohnen, Algen, Gemüse, die immer mit Bedacht auf ihre Saisonalität und Frische ausgewählt werden; die Verwendung von weltweit gerühmten, fermentierten Produkten wie Miso, Nattō, Sojasauce und Sake sowie Gerichte, die aus der Verschmelzung mit aus dem Ausland gekommenen Speisen entstanden sind (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 331). Hier finden sich die japanisch-westlichen Gerichte der Meijizeit wieder, die seit den 1980er Jahren Teil des *b-kyū gurume*-Booms waren. Miyamoto ist demnach pragmatisch und geht nicht allzu weit in die Vergangenheit, um das traditionelle japanische Essen zu finden. Sie ist sich durchaus bewusst, dass Japans kulinarische Kultur immer auch von eingeführten Speisen, Zutaten und Gewürzen beeinflusst wurde und dass diese, einmal domestiziert und vielleicht angepasst, zur japanischen Tradition gehören. Die 6000 Einwohner zählende Stadt Miyazakichō veranstaltet ein jährliches Fest der Esskultur, bei dem Familien die Speisen beisteuern. Neben Schwarzwurzeln in Sojasauce und Sesamöl, Chrysanthemen-*namako*-Pilzen, Kaki-Reiskuchen und feinen Scheiben der Kakifrukt gibt es auch Madeirakuchen, ein edozeitlicher Fruchtekuhen, und Spaghetti, ein Gericht, bei dem die Zuordnung zum traditionellen kulinarischen Kanon schwer fällt (Ehara, Ishikawa und Higashiyotsuyanagi 2009: 331).

Das Angebot des Madeirakuchens bei einem Fest für japanische Esskultur verweist auf einen weiteren kulinarischen Trend der Nachkriegszeit. Genau wie zur Taishōzeit gab es einen Edo-Boom. Edo wurde in den 1980er und 1990er das städtische Äquivalent zu *furusato*: eine verlorene Welt der japanischen Tradition und Gemeinschaft, die dem globalisierten, zeitgenössischen Japan gegenüberstand (Francks 2009: 215). Anders als in den 1920er und 1930er Jahren gab es nun keine Überreste des alten Edo mehr, Edo war nun nicht mehr greifbar – weder im Stadtbild noch in den Erinnerungen mancher Bewohner. Edo war in den 1980er und 1990er Jahren zu einer Idee, einer Vorstellung geworden, auf den die zeitgenössischen Gourmets der 1980er und 1990er Jahre gerne zurückgriffen (Steinberg 2004: 450).

Die kulinarische Szene erlebte eine Internationalisierung abseits der chinesischen Küche – während zur Edozeit die Internationalisierung zu einem großen Teil gerade durch die chinesische Küche erfolgte. Unter dem Stichwort der Ethno-Küche vergrößerte sich in den Großstädten die Auswahl an Restaurants. Es kamen indische, thailändische, indonesische, vietnamesische, sowjetische, schweizerische, ungarische und mexikanische Restaurants auf. Die Auswahl der Supermärkte internationalisierte sich ebenfalls. Nun gab es ganzjährig Grapefruits, Orangen, amerikanische Kirschen, Kiwis, Avocados, Papaya und andere Früchte (Yamaguchi 1986: 22). Ein Boom löste so den anderen ab. Und die Massenkommunikation mit ihren Fernsehshows, Radiosendungen und Gourmetzeitschriften befeuerte diese Entwicklung zusätzlich.

6.5 ZUSAMMENFASSUNG

Die Nachkriegszeit, besonders ab den 1970er Jahren, ist von einer Pluralisierung und Diversifizierung der Gourmetkultur geprägt. Auswärts essen gehen war nun für alle möglich, vom Angestellten bis zur Hausfrau. Die Begriffe *gurume* und *b-kyū gurume* sorgten für die Vermarktung eines offenen Diskurses, an dem jeder teilhaben konnte. Er zeigte sich auf vielfältige Weise auch in neuen Medien wie dem Fernsehen, wo es bald einige Kochsendungen zu sehen gab, die mit dem Gourmetdiskurs spielten und ihn aus seinem elitären Raum in den Massenmarkt warfen. Eine weitere große Entwicklung dieser Zeit waren die Köchinnen und Feinschmeckerinnen, die nun in der Öffentlichkeit standen und kochten oder schrieben. Zugleich gab es einen gegenläufigen Trend der kochenden Männer, die dies aber nicht mehr als Gastronomen oder professionelle Köche taten, sondern als Privatmenschen, die aus reinem Vergnügen am Herd standen. Die 1970er und 1980er Jahre waren auf diese Weise von zwei gegensätzlichen Trends geprägt, die sich aber nicht ausschließen. Einerseits waren luxuriöse und teure Restaurantbesuche beliebt. Andererseits besannen sich viele wieder auf das Selbermachen und suchten nach dem Gegenteil von Luxus, nach Einfachheit.

Die hier vorgestellten Medien, Zeitschriften, Manga, Literatur und Fernsehsendungen, zeigen die Vielfalt des kulinarischen Interesses seit den 1970er Jahren. Die Vielfalt ist Ausdruck einer Popularisierung der Gourmetkultur in der Zeit des starken Wirtschaftswachstums. Es wird deutlich, dass die ernste, fast schon wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Thema Essen, die charakteristisch für die Gourmetkultur in der Meiji- und Taishōzeit gewesen war, einer mehr auf Vergnügen und Genuss fokussierten Gourmetkultur der Foodies gewichen ist. Das Essen wird

zum Ereignis. Die Gourmetkultur der Nachkriegszeit nähert sich in dieser Hinsicht wieder ihrem Pendant der Edozeit an, als die Feinschmeckerei ein rein privates, unpolitisches Vergnügen war, dem man frönte. Ramen und Kyoto-Gemüse, das Fremde und das Eigene charakterisieren den kulinarischen Rahmen dieser Jahre. Dabei zeigt sich, dass die Ramen als ursprünglich chinesisches, exotisches Gericht aus der vertrauten Alltagskultur in den Gourmetdiskurs gehoben wurde, während die einheimischen, traditionellen Speisen fast schon exotisch anmuten.

7 SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSBLICK

Die heutige Gourmetkultur Japans ist geprägt von einem Nebeneinander ‚klassischer‘ Haute Cuisine mit seinen *kaiseki ryōri*, seiner elaborierten, raffinierten, oft hochpreisigen Gastronomie, mit Köchen, die weltweit begehrt sind, auf der einen Seite und Phänomenen wie dem *b-kyū gurume*, das einfache Alltagsküche in den Gourmetstatus erhöht, auf der anderen Seite. Die Ergebnisse meiner Arbeit bestätigen Aussagen wie die von Kushner (2012a), dass (gutes) Essen und die Leidenschaft dafür in der heutigen japanischen Gesellschaft ubiquitär sind. Herrschten bis in die Nachkriegszeit noch Hunger und Unterernährung in manchen Teilen der Bevölkerung, so ist Japans Gesellschaft heute eine, die nicht genug davon bekommt, das Essen fernsehschauend, schreibend und redend zu glorifizieren. Gleichzeitig wurde die Gourmetkultur Japans durch Begriffe wie *gurume* und *b-kyū gurume* so weit geöffnet und zur Vermarktung freigegeben, dass es auf den ersten Blick schwerfällt, einen signifikanten Unterschied zwischen der Gourmetkultur und der ‚normalen‘, alltäglichen Esskultur auszumachen. Im Prinzip scheint, analog zum von Baumann und Johnston (2010) skizzierten Omnivorentum, alles zum Gourmetessen aufgewertet werden zu können. Die Beliebtheit lässt im Unklaren, welche Speisen, welche Verhaltensweisen, welche Kenntnisse noch oder schon zur Gourmetkultur gehören. Bei genauerer Betrachtung werden jedoch Kriterien für die Speisen und den Verzehr deutlich, die einer Umdeutung von ‚normalen‘ Speisen zu Gourmetspeisen zugrundeliegen. Hier erweist sich auch eine analytische Unterteilung der Feinschmecker in Gourmets und Foodies als zielführend, wie ich sie in meinen theoretischen Überlegungen in der Einleitung vorgenommen habe.

Hirohisa Koyama ist *der* heutige Meisterkoch Japans und kann als klassischer Gourmet angesehen werden. Er betreibt mehrere Restaurants in seiner Heimatstadt Tokushima und in Tokyo. Er tritt als Fernsehkoch auf und schreibt für Monatszeitschriften. Als Lehrmeister prägte er zahlreiche Auszubildende, die heute als Köche ihre eigenen Restaurants betreiben. Er ist ein kulinarischer Botschafter Japans und tritt als kulinarische Prominenz in Frankreich vor einem Publikum aus Meisterköchen, Auszubildenden und interessierten Laien auf. Er schlägt eine Brücke von den Anfängen der *kaiseki*-Küche unter Teemeistern wie Sen no Rikyū bis zu seiner eigenen Interpretation dieser Küche, in die er auch kulinarische Erfahrungen mit der französischen Nouvelle Cuisine einfließen lässt. Er versucht so einerseits, eine japanische Tradition aufrecht zu erhalten und andererseits entwickelt er diese Tradition weiter. Dass er das nicht nur in seiner Küche macht, son-

dem sich aktiv in kulinarisch gesellschaftliche Belange einmischt und sein Bild von japanischer Haute Cuisine auf verschiedenen Wegen in die Welt trägt, macht ihn zu einem Kitaōji Rosanjin der Gegenwart.

Auf der anderen Seite des Spektrums stehen Foodies, die sich mit Leidenschaft in ihrer Freizeit dem Genuss hingeben. Ramen-Fans wie Osaki Hiroshi und Sano Minoru entsprechen dem Bild des Foodies, das Baumann und Johnston (2010) zeichnen. Osaki nennt sich Ramen-Berater, lebt seit 1976 für die Nudeln und behauptet, seit 1995 täglich mehrere Schalen mit Ramen gegessen und in ganz Japan über 6000 Ramen-Lokale besucht zu haben. Seine Leidenschaft ist die Suche nach immer neuen Ramen-Lokalen und er ist der Meinung, für jede Geschmacksvorliebe gibt es eine Ramen-Suppe. Sano Minoru, Ramen-Hersteller und selbst ernannter ‚Ramenologe‘, hat sich zum Ziel gesetzt, das Prestige und die Qualität der Ramen zu fördern. Er initiierte eine Fernsehsendung, in der professionelle und laienhafte Ramenköche gegeneinander antraten. Die Sendung erzielte so hohe Einschaltquoten, dass es schnell Nachahmersendungen gab. Sano selbst trat in einigen Sendungen als Experte auf und verhielt sich gegenüber den kochenden Laien eher arrogant, spöttisch und selbstherrlich – was bei den Zuschauern allerdings gut ankam (Kushner 2012a: 236). Er gerierte sich wie Kitaōji Rosanjin, der dem französischen Chefkoch in dessen Restaurant die richtige Zubereitung einer Soße zeigte. In einem Buch über die perfekte Ramen-Suppe erklärt er, wie ein Chefkoch eines Sternerestaurants, die Bedeutung der Qualität und des Aromas der Speisen. Er achtet auf die Zusammensetzung der Gewürze, auf die Temperatur der Suppe, darauf, ob heimische oder ausländische Nudeln verwendet werden (Kushner 2012a: 237). Hier wird klar, dass Ramen zu einer Gourmetspeise geworden sind und die Ramen-Foodies auf dem Weg zu ernsthaften Gourmets.

Die hier dargestellten Persönlichkeiten repräsentieren zwei Strömungen der japanischen Gourmetkultur, die ich anhand der analytischen Kategorien des professionellen Gourmets und des laienhaften Foodies beschreibe. Beiden gemein ist, dass das Ziel ihres Feinschmeckertums neben dem sinnlichen und intellektuellen Genuss die soziale Distinktion ist. Professionelle Gourmets wie Koyama oder Rosanjin grenzen sich durch ihre auf kulinarischem Wissen und erworbenem Geschmack basierende Gourmetkultur von ‚normalen Essern‘ ab. Wie an den oben erwähnten Ramen-Connaisseurs und den Akteuren des letzten Kapitels deutlich wird, sind die Grenzen vom Foodie zum Gourmet hier fließend, wenn Foodies sich fundiertes Wissen zu ihrem Objekt der Leidenschaft aneignen und zur Abgrenzung benutzen. Der Kontext des Essens spielt sowohl für Gourmets als auch für Foodies eine wichtige Rolle, sei es eine möglichst authentische Atmosphäre in den französischen Restaurants der

Meijizeit, das Blumenarrangement, die Kalligrafie und das passende Geschirr in den Gasträumen von Kitaōji Rosanjin oder die musikalische Begleitung und der Ausblick aus dem Restaurant in einem Wolkenkratzer Tokyos. Das Essumfeld kann für die Aufwertung einer ansonsten gewöhnlichen Speise sorgen und damit für die Abgrenzung des Gourmets oder Foodies zum ‚normalen Esser‘.

Die eingangs besprochenen Prozesse der Inszenierung und der Reflexion finden beim japanischen Gourmet und Foodie gleichermaßen ihren Ausdruck. Neben der Intellektualisierung in Gourmetvereinen spielen die Ästhetisierung und Ritualisierung des Essens seit der Edozeit eine bedeutende Rolle. Das korrekte Anrichten, die Essumgebung und die richtige Etikette beim Essen waren und sind wichtige Themen dieses Gourmetdiskurses. Das intellektuelle Genießertum über Bücher oder Magazine zieht sich wie ein roter Faden durch alle Epochen und so auch durch diese Arbeit. Wie zur Edozeit genießen auch die heutigen Gourmets auf dem intellektuellen und dem sinnlich-körperlichen Niveau. Die Schlüsselrolle der Medien, angefangen mit den Holzblockdrucken der Edozeit, über Bücher in der Meijizeit, erste landesweit verbreitete Zeitschriften in der Taishōzeit und die Fernsehunterhaltung der Nachkriegszeit, ist unübersehbar. Die Foodies bedienen sich eher populärer Medien, während die Gourmets sich einen eigenen Diskursraum durch Mitglieder- oder Fachzeitschriften schaffen, in denen sie sich über ihre Feinschmeckerei austauschen und diese intellektualisieren. Ratgeberbücher der professionellen Gourmets zur korrekten Tischetikette, besonders in Hinblick auf ausländische Küchen, oder zur richtigen Präsentation und zur Ästhetik der Speisen wurden und werden von den Foodies rezipiert und zur Erlangung kulturellen Kapitals verwendet.

Der Prozess der Reflexion mit seinen Attributen von Professionalisierung, Institutionalisierung und Spezialisierung zeigt sich ebenfalls bei den japanischen Gourmets und Foodies. Institutionen wie Gourmetvereine, Kochschulen und Restaurants schaffen diskursive Räume zum gegenseitigen Austausch. Die Gourmets nutzen ihre fundierten kulinarischen Kenntnisse und vielfältigen Aktivitäten, um sich zu spezialisieren, Netzwerke zu bilden, sich in die öffentliche kulinarische Debatte einzubringen und diese auch außerhalb des elitären Gourmetdiskurses zu beeinflussen. Die Foodies hingegen geben sich zunächst aus reinem Vergnügen dem Essen hin. Was den Foodies als Ausdruck einer omnivoren, populären Gourmetkultur fehlt, sind Aktivitäten der Reflexion. Der sinnliche und auch intellektuelle Genuss stehen im Vordergrund, ohne dass die Foodies soziale Prozesse von Professionalisierung, Institutionalisierung oder Spezialisierung anstoßen oder daran teilhaben würden. Die Nutzung verschiedener Medien ermöglicht ihnen zwar, Einfluss auf den ku-

linarischen Diskurs zu nehmen oder zu Prominenz zu gelangen. Auch zeigt das obige Beispiel des ‚Ramenologen‘ Sano Minoru, dass Foodies sich durchaus spezialisieren und einen durch Studium und Erfahrung entwickelten Geschmack erlangen können. Die Grenze zwischen den professionellen Gourmets und den Foodies, die letztendlich kulinarische Laien sind, ist an dieser Stelle fließend. Die frühe Verknüpfung von bürgerlicher Feinschmeckerei und anderen Freuden, die enge Verbindung von Reisen und Essen oder Praktiken wie das *tabearuki* der Nachkriegszeit zeugen jedoch von der Tendenz, den Genuss über die Professionalisierung und die Institutionalisierung zu stellen. So kann man durchaus von Japan als dem Land der ‚Hundert Millionen Foodies‘ sprechen, um auf den Ausdruck der späten Shōwazeit anzuspielen – während die ‚professionellen‘ Gourmets nach wie vor die kulinarische Avantgarde darstellen.

Bei der Betrachtung des kulinarischen Rahmens, den ich in der Einleitung definiert und in jedem Kapitel für die jeweilige Epoche beschrieben habe, ergeben sich Gemeinsamkeiten der Gourmets und Foodies bei der Auswahl ihrer Speisen. Japanische Gourmetspeisen fügen sich in das Schema des kulinarischen Rahmens, der von zwei Polen charakterisiert wird: Die nachgefragten Speisen sind entweder integrativ oder exotisch, vermeintlich vertraut oder fremd. Die Bandbreite ist dabei enorm, von den *kaiseki ryōri* bis hin zu Nudelsuppen kann alles zur Gourmetspeise werden, solange der Gourmet oder der Foodie sie für authentisch halten und sie in den Speisen eine Möglichkeit zur sozialen Distinktion sehen. Eine solche omnivore Gourmetkultur bedient sich vor allem in der Nische oder bei Speisen, die in der alltäglichen Esskultur gerade verschmährt werden. Die Rarität der Speisen, der Reiz des Verbotenen oder des Ekels und die Möglichkeit zur Umdeutung spielen neben ihrer Authentizität daher eine wichtige Rolle. Die Aneignung von Speisen anderer sozialer Schichten – ob über oder unter der eigenen – mit dem Ziel des Distinktionsgewinns, wie Bourdieu sie beschreibt, findet auch in Japan statt. Die Masse an Foodies bedient sich bei der Haute Cuisine der professionellen Gourmets. Gourmets und Foodies gleichermaßen eignen sich aber auch Elemente der einfachen Imbissküche an und machen sie zur Gourmetküche, wie sich am Beispiel von *gyūnabe* zur Meijizeit oder Ramen in der Nachkriegszeit nachvollziehen lässt.

In Japan konnten wir bezüglich des kulinarischen Rahmens zeitübergreifend beobachten, dass erstens die Gourmets und Foodies von einer großen kulinarischen Neugierde und Offenheit geprägt sind und zweitens ihre omnivore Ausrichtung von der Internationalisierung der Esskultur vorangetrieben wurde und wird. Es geht, wie in den theoretischen Überlegungen angesprochen, um „local desires and global choices“ (Johnston und Baumann 2010: 144). Heimische Verortung und globale Küche werden

gleichermaßen gewünscht. Die große Bereitschaft der Japaner, ausländische Küchen aufzunehmen, wechselt sich dabei mit der nostalgischen Rückbesinnung auf die eigene Küche ab. In Zeiten politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Brüche wie der Meiji-Restauration oder der Niederlage im Zweiten Weltkrieg wurden Elemente ausländischer Küchen mit einer bemerkenswerten Schnelligkeit ausgewählt, aufgenommen und mit großer Neugier in den eigenen Speiseplan integriert oder adaptiert, sodass viele, einst fremde Speisen bereits nach Jahren vollständig domestiziert waren, ohne dass dabei die japanische Küche verdrängt wurde. Man kann in Japan geradezu im Zeitraffer sehen, wie fremde Zutaten und Rezepte zunächst in der Küche der Gourmetkultur aufgenommen und dann nach und nach in die allgemeine, alltägliche Esskultur integriert werden. Die Akteure der Gourmetkultur agieren in den meisten Fällen als kulinarische Avantgarde und sorgen als Veranstalter von Banketten, Betreiber von Restaurants und Kochschulen oder auch Mitglieder von Gourmetvereinen dafür, dass sich neue Speisen schnell etablieren.

In Zeiten politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Aufschwungs hingegen lässt sich ein Wiedererstarken der einheimischen Küche beobachten. Ab der Mitte der Meijizeit mit den militärischen Siegen über China und Russland oder auch mit Beginn der Hochwachstumsphase seit den späten 1950er Jahren fand, sicher auch zur Vergewisserung einer japanischen Identität, eine Rückbesinnung auf die japanische Küche außerhalb Tokyos zum einen oder vergangener Zeiten zum anderen statt. Dabei verändert jeder kulinarische Austausch auch die Wahrnehmung der heimischen Küche und was als traditionell japanisch gilt, wandelt sich. Allein technische Neuerungen in der Produktion und bei der Zubereitung oder Lagerung zuhause sorgen dafür, dass ein Gericht nicht mehr dasselbe ist, das in der Epoche des Rückgriffs gegessen wurde. So ist der ‚Geschmack von Edo‘, der in der Taishōzeit en vogue war, ein anderer als der ‚Geschmack von Edo‘ der späten Shōwazeit ab den 1980er Jahren. Berliner (2016) spricht hier von Endo- und Exonostalgie. In der Taishōzeit gab es noch genug Nostalgiker, die den kulinarischen Wandel jener Jahre selbst miterlebt und somit auch die Geschmäcker der Edozeit noch selbst genossen haben. Diesen Endonostalgikern stehen die Exonostalgiker der Nachkriegszeit gegenüber, die sich nur nach einem Bild des edozeitlichen Geschmacks sehnten und nicht mehr auf persönliche Erfahrungen zurückgreifen konnten. Die Hinwendung zur Esskultur der Edozeit in der Taishō- und der Nachkriegszeit ist somit jeweils geschmacklich unterschiedlich, wenn auch die Intention dieselbe sein mag: die Suche nach einem japanisch wahrgenommenen Japan nach einer Zeit der massiven Aufnahme ausländischer Esskultur. Die kulinarische Auseinandersetzung mit China ist in diesem Zusammenhang ebenfalls interessant. Sie

bewegt sich von faszinierter Aufnahme exotischer Delikatessen wie dem Schwalbennest zur Edozeit, über eine Ablehnung zu Zeiten politischer und wirtschaftlicher Schwäche Chinas um die Wende zum 20. Jahrhundert bis hin zu einer China-Nostalgie in der Taishōzeit.

Meine eingangs formulierte Annahme der Massen-Gourmetkultur, bei der nicht mehr zwischen der elitären Gourmetkultur und der vermasselten, offenen Gourmetkultur unterschieden wird, lässt sich daher nur bedingt bestätigen. Wie sich gezeigt hat, existieren vielmehr beide Manifestationen von Gourmetkultur nebeneinander, wobei es keine starren Grenzen zwischen dem Gourmet und dem Foodie gibt. Die ‚klassische‘ Gourmetkultur mit ihren Zugangsbeschränkungen existiert nach wie vor auf hohem, international anerkanntem Niveau, während gleichzeitig eine Masse von Foodies ihrer kulinarischen Leidenschaft am Genuss nachgeht. Die Masse wiederum betreibt keine massenhaft gleiche, sondern vielmehr eine vereinzelt, individualisierte Gourmetkultur. Die Gourmets sind Ausdruck einer kulinarischen, professionellen Elite, die über den vielen Foodies steht. Diese wissen zwar die Inszenierung des Essens zu schätzen, es fehlt ihnen aber an der Reflexion ihrer Aktivitäten, wie die Gourmets sie betreiben. In diesem Sinne lässt sich tatsächlich konstatieren, dass sich zwischen der alltäglichen Esskultur und der Gourmetkultur der Foodies nur schwer eine Abgrenzung vornehmen lässt. Die Unterscheidung lässt sich stattdessen innerhalb des Gourmetdiskurses zwischen den Gourmets und den Foodies treffen. Insgesamt stellt sich die Gourmetkultur als kulinarisches System dar, zu dem produzierende und konsumierende Akteure gleichermaßen ihren Beitrag leisten. Gerade in Japan zeigt sich, dass auf der produzierenden Seite neben den offensichtlichen Akteuren wie den Gastronomen oder Köchen auch die Landwirte und Teile des produzierenden Gewerbes – wie Nudel- oder Sojasaucehersteller – einen entscheidenden Teil zur Gourmetkultur beitragen. Deren Einbezug hätte den Rahmen dieser Arbeit gesprengt, ihre Rolle darf dennoch nicht übersehen werden. Die Zusammenarbeit der Akteure sorgt für eine ständige Anpassung dessen, was zur Haute Cuisine gehört. Gerade mit Blick auf Japan können wir sehen, dass sowohl das Essumfeld als auch die Gourmetspeisen selbst, ihre Zutaten und auch die Utensilien zu ihrer Zubereitung, ständigem Wandel unterworfen sind, den die Akteure selbst herbeiführen. Gleichzeitig stellen die Akteure auch eine Konstanz im Gourmetdiskurs sicher und bestimmen damit auch über die wahrgenommene Authentizität von Speisen.

Bemerkenswert ist, dass ein Großteil der von mir vorgestellten Gourmets, seien es Schriftsteller, Gastronomen, Kochschulnhaber oder Köche, Auslandserfahrung hatte. Sie sind nach Europa, in die USA, nach China oder Korea gereist und konnten Erfahrungen mit der dortigen Esskultur

und Haute Cuisine sammeln. Viele Köche seit der Meijizeit haben sich in Frankreich, teilweise an denselben Kochschulen oder von denselben Köchen, ausbilden lassen und haben von dort Einflüsse und neue Ideen mitgebracht. Jedoch gab es keinen ausländischen Experten oder Mittler, der Japans Esskultur oder gar seiner Haute Cuisine zu neuer Bedeutung und Wertschätzung verhelfen musste. Während der US-Amerikaner Ernest Fenolosa (1853–1908) die japanische Kunst aufwertete und ein großer Einflussgeber für den japanischen Kunstwissenschaftler Okakura Kakuzō (1863–1913) war (Hacker 1965: 289), wurde die japanische Küche über alle Zeiten hinweg als eine hochwertige und raffinierte Küche angesehen, die den internationalen Vergleich nicht scheute und nie an Wertschätzung eingebüßt hatte – selbst in Zeiten, in denen massiv ausländische Speisen ins Land geholt wurden, war die eigene, bekannte Küche ein Hort der Selbstvergewisserung und ein Rückzugsort. Französisch speiste man bei Banketten, zuhause aß man weiter japanisch.

Kulinarische Konstanz und Innovation kam immer von japanischen Akteuren selbst. Auch wenn sie natürlich ausländischen Einflüssen ausgesetzt waren, so interpretierten sie diese immer selbst. In der frühen Edozeit waren die Kochschulen die tonangebende kulinarische Institution. Diese waren, anders als moderne Kochschulen, in der hierarchischen Tradition der *iemoto* mit einem Meister und seinen ihm untergebenen Schülern organisiert und darauf bedacht, keinem Individuum zu viel Raum zu geben. Sie rückten immer die Schule und die Weiterführung ihrer Lehre in den Vordergrund. Seit den letzten Jahrzehnen der Edozeit mit dem Aufstieg der Restaurants und schließlich der Meijizeit war es eine Vielzahl von Köchen, Gastronomen, Hotelbetreibern, Kochschulinhabern, kulinarischen Mäzenen, Publizisten, Schriftstellern und Freizeitgourmets, die den Rahmen der Haute Cuisine vorgaben. Mit Rosanjin tauchte in der Taishōzeit erstmals eine einzelne, charismatische Leitfigur auf, die die japanische Esskultur im Allgemeinen und die Gourmetkultur im Besonderen über einen längeren Zeitraum prägte. Alleine die zahlreichen Anekdoten von Kitaōji Rosanjin zeugen von einem unerschütterlichen kulinarischen Selbstbewusstsein. Heute wird ein solches Selbstbewusstsein auch durch die kulinarische Erziehung (*shokuiku*) an den Schulen vorangetrieben. Sie verleiht den späteren Foodies und Gourmets die Fähigkeit, Essen differenziert wahrzunehmen, einen Blick für das Eigene und das Fremde, das Integrierte und das Exotische zu entwickeln.

Anhand der Gourmetkultur lässt sich beobachten, dass Konsumdenken oder Konsumismus in der japanischen Gesellschaft seit der Edozeit durchaus verbreitet war und keine westliche Erfindung, die später importiert wurde – was Historiker wie Braudel (2002: 312–313) oder Stearns (2006: i) konstatieren. Burke (1993: 157) und Lemire regen daher regionale

Forschung an, wie ich sie mit dieser Arbeit betrieben habe. Lemire bemerkt dazu: „Consumerism was not ‚imported‘ into Asia from an external birthplace, but emerged over the seventeenth and later centuries as an organic expression of regional forces“ (Lemire 2012: 321). Ich präzisiere hier noch: mit den finanzstarken Gewerbetreibenden waren nicht nur regionale, sondern auch soziale und ökonomische Kräfte am Konsum und an der Schaffung kulinarischer Moden seit der Edozeit beteiligt. Die Gruppe der Konsumenten als Gourmets weitete sich immer weiter aus, schloss in der späten Edozeit sowie der Meijizeit hohe Beamte und Industrielle und ab der Taishōzeit auch Künstler und Intellektuelle mit ein. Seit den 1970er Jahren öffnete sich die Gourmetkultur schließlich vollständig für alle Bevölkerungsschichten, die kulinarisches Interesse zeigten. Clammer beschreibt heutige japanische Konsumenten daher als „highly informed [...] and aesthetically sophisticated [...] people [who] desire to ‚consume‘ (at least through their gaze) even when they cannot afford actually to buy“ (Clammer 1997: 12–13).

In der Einleitung zu dieser Arbeit habe ich Frankreich als Gourmetnation ausgemacht, die sowohl die Begrifflichkeiten des weltweiten Gourmetdiskurses entscheidend prägt und durch Institutionen wie den Guide Michelin die Kriterien des klassischen Feinschmeckertums bestimmt. Trubek (2000: 3) konstatiert, dass in Frankreich die Kochkunst als kulinarische Profession erfunden wurde. Bei der Betrachtung der japanischen Gourmetkultur können wir feststellen, dass die japanische Kochkunst gleichberechtigt neben der französischen steht. Eine höfische hohe Kochkunst gab es hier schon weit vor der von mir beschriebenen Edozeit im kaiserlichen Kyoto – was das Thema einer anderen Arbeit wäre. Diese Arbeit stellt die Entwicklungen in Edo und Tokyo aus zwei Gründen in den Fokus. Erstens ist die Stadt seit dem 17. Jahrhundert der Konsummotor Japans. Der Ausbau der kleinen Burgstadt zur Hauptstadt des Landes sowie Vorschriften wie die alternierende Residenzpflicht für die Regionalfürsten und ihre Entourage ließ die Bevölkerungszahl rasant ansteigen und die Stadt an wirtschaftlicher Stärke gewinnen. Hier, und nicht in Kyoto, entwickelte sich eine bürgerliche Gourmetkultur. Zweitens dient die Edozeit als Ganzes und die Kultur der Stadt Edo darüber hinaus in den nachfolgenden Perioden bis heute als Referenzpunkt – nicht nur, aber auch in kulinarischen Belangen.

Seit dem 17. Jahrhundert fanden in Frankreich und Japan ähnliche Entwicklungen etwa zur gleichen Zeit statt. Die Entwicklung einer bürgerlichen Gourmetkultur mit der Institution des Restaurants, völlig unabhängig voneinander, aber etwa zur gleichen Zeit, verdeutlicht dies. Die ersten Restaurantführer gab es in Japan sogar vor den ersten Führern dieser Art in Frankreich. Die Arbeit der Messerkünstler und ihrer Messerze-

remonie zeigt eine Kochkunst, die bereits im 17. Jahrhundert mehr Kunst als Kochen war und zudem völlig losgelöst vom physischen Genuss des Essens stattfand. Seit der Eröffnung der ersten Restaurants und der Gründung von Gourmetclubs ist die japanische Gourmetkultur von einem lebendigen Diskurs geprägt, der die Inhalte dieser Kultur aktiv bestimmt und lenkt. Trubek fragt sich darüber hinaus, ob die Idee des *goût du terroir*, der Schaffung einer Lokalität durch Essen, auch über Frankreich hinaus relevant ist (2005: 270). Ich habe in dieser Arbeit aufgezeigt, dass in Japan bereits seit dem 17. Jahrhundert bis in die Gegenwart unter den Stichworten *tokusanmono*, *meibutsu* und *furusato* eine feste Verwurzelung und Assoziation bestimmter Speisen mit einer bestimmten Lokalität, die den besten Geschmack für ein Produkt hervorbringt, gegeben war. Während in Frankreich die Begriffsbildung mit dem ‚Gourmet‘ weitgehend abgeschlossen scheint, entwickelten sich in Japan für jede Epoche eigene Begrifflichkeiten, bei denen einmal die Kultur des Gourmets im Fokus steht und einmal der Gourmet selbst. Beschreiben der *tsū* der Edozeit und der *kuidōraku* der Meijizeit die Person des Gourmets, steht beim taishōzeitlichen *bishoku* und dem Begriff von *gurume* der Nachkriegszeit die Aktivität des Feinschmeckertums im Mittelpunkt.

Als Ergebnis des Öffnungsprozesses, dessen Wurzeln bis in die Edo-Zeit reichen, existiert die Gourmetkultur der Gegenwart in Japan nicht nur im Sternerestaurant und wird auch nicht nur in wie auch immer privilegierten Kreisen praktiziert. Sie findet so gut wie überall statt, vom Restaurant, über die Bentōbox aus dem Convenience Store bis hin zur heimischen Küche. Sie wird überall intellektualisiert. In Gourmetmagazinen und Fernsehshows finden Diskurse über das gute Essen statt. Die japanische Gourmetkultur braucht keinen Guide Michelin und seine Sterne zur kulinarischen Orientierung, auch wenn diese die japanische Gourmetkultur endlich in den internationalen Feinschmeckerfokus rückten. Die kulinarische Alltagsästhetik, die Ekuan Kenji (1998) anhand der Bentōbox beschreibt, umfasst nicht nur diese Bentōbox, die Ramenschale, die von Männern zuhause zubereiteten Gerichte oder die Gewinnerspeisen der Fernsehshows, sondern schließt auch die ausgefeilten *kaiseki*-Menüs mit ein. Die Leidenschaft für das Essen ist ubiquitär in Japan und wurde nie wirklich erschüttert. Sie erscheint damit als eine Konstante der japanischen Kultur seit der Edo-Zeit, und ist vielleicht Kernbestandteil jener ‚Essenz‘ der japanischen Kultur, mit der sich Japans zahlreiche Foodies und Gourmets so stark identifizieren. So erscheint es logisch und nicht verwunderlich, dass bei so vielen Foodies und Gourmets der Weg zur Aufnahme von *washoku* in die Repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes der Menschheit 2013 ge ebnet wurde und der Guide Michelin für Tokyo auf Anhieb eine so große Zahl an erstklassigen Restaurants auszeichnen konnte.

8 QUELLENVERZEICHNIS

- ABE, Koryū
1981a *Edo ryūkō. Ryōritsū* [Edo Moden. Der Gourmet]. Tokyo: Shibashoten.
1981b *Tōfu hyakuchin* [Hundert Seltenheiten mit Tofu]. Tokyo: Shibatahoten.
- AKABORI, Minekichi
1905 *Kisetsu ryōri* [Saisonale Speisen]. In Yūroku Nakamura (Hg.). *Gekkan Shokudōraku*: 57–64.
- AKIYAMA, Tokuzō
1923 *Furansu ryōri zensho* [Gesamtwerk der französischen Küche]. Tokyo: Akiyama Hensan Shoshutsubanbu.
- EGUCHI, Kan
1918 *Mudai* [Ohne Titel]. *Chūō Kōron*, 9: 84–87.
- FUKUZAWA, Yukichi
1870 *Nikushoku no setsu*. http://www.aozora.gr.jp/cards/000296/files/47343_42900.html (02.03.2013).
- GENSAI, Kōji
1903 *Kuidōraku no kan* [Das Buch Kuidōraku]. *Taiyō* 9(14): 246.
- GOTŌ, Asatarō
1940 *Shina no godō* [Chinesische Sippe]. Tokyo: Takayama Shoin.
- HASHIMOTO, Shigeru
1898 *Yaomatsu. Fuzoku Gahō*, 161:13–14.
- HAYASHI, Mariko
2010 *Bishoku kurabu* [Delikatessenclub]. Tokyo: Bungei Shunjū.
- HEIBON SHUPPAN (Hg.)
1984 *Key West Club*. Tokyo: Heibon Shuppan (heute: Magazine House).
- HIRANO, Masaaki
1988 *Ryōri monogatari*. Tokyo: Kyoikusha.
- ISHII, Jihee
1886–1891 *Hōchō Anbai*. Tokyo: Ishii Jihee.
- KEIGAKUDŌ SHUJIN (Hg.)
1872 *Seiyō ryōri shinan. Jō* [Unterweisung in westlichen Speisen. Erster Band]. Tokyo: Karigane shooku.
- KINOSHITA, Kenjirō, Shōzo Sakurai, Rosanjin Kitaōji, Eitarō Tomiyama, Yoshimasa Saitō und Kenichirō Ono
1931 *Nihon ryōri shinaryōri seiyō ryōri hikaku zadankai* [Japanische Speisen, chinesische Speisen, westliche Speisen, eine vergleichende Diskussionsrunde]. In *Bungei Shunjū* (5): 50–67.
- KITAŌJI, Rosanjin
1925 *Nihon ryōri no honshitsu to sono ketten*. [Der Kern japanischer Gerichte und sein Fehler]. In *Fujin Gahō* (9).
1980 *Rosanjin midō*. Tokyo: Chūō Kōronsha.
2013 *Sukiyaki to kamo ryōri – yōshoku zakkan* (Sukiyaki et canard, brève impression de la cuisine occidentale). In Ryoko Sekiguchi (Hg.). *Le Club des Gourmets et autres cuisines japonaises*. Paris: P.O.L éditeur: 75–84.

KŌDA, Rohan

1909 *Chinsen kai*. Tokyo: Hakubunkan.

MATSUZAKI, Tenmin

1987 Keihan no tabearuki [Restaurantführer für die Region Kyoto-Osaka]. In Hiroshi Minami (Hg.). *Kindai shomin seikatsushi. Shoku jū* [Beiträge zum gegenwärtigen Alltag des Volkes. Essen, Ernährung]. Tokyo: San'ichishobō: 170–217.

MURAI, Gensai

1903 Kuidōraku. In *Taiyō*, 9(8): 247.

1906 Kuidōraku zokuhen natsu no kan [Fortsetzung von Kuidōraku Sommerausgabe]. In *Taiyō* 12(10): 222.

2011 [2005] *Kuidōraku. Jō* [Kuidōraku. Erster Band]. Tokyo: Iwanami Shōten.

2010 [2005] *Kuidōraku. Ge* [Kuidōraku. Zweiter Band]. Tokyo: Iwanami Shōten.

N. N.

1897 Hoshioka Charyō. In *Fuzoku Gahō* 25. Oktober: 17–20.

NAKAMURA, Yūraku (Hg.).

1905 *Gekkan Shokudōraku*. Tokyo: Yūrakusha.

NAKAMURA, Takeshiro

1935 Bishoku kurabu izen. In *Hoshigaoka* 63: 28.

SEIYŌKEN SHUJIN und Kunitarō Hattori (Hg.)

1902 *Seiyō ryōri kuriya no tomo* [Der Freund der französischen Küche]. Tokyo: Ōkura Bunten.

TANIZAKI, Jun'ichirō

1989 *Bishoku kurabu. Tanizaki jun'ichirō taishō sakuhinshū* [Gourmetklub. Tanizaki Jun'ichirōs Taishō-Werk]. Tokyo: Chikumashobō.

TSUKIMURA

1908 Mukashi no kuidoraku [Feinschmeckertum von früher]. In *Fuzoku Gahō* 391(5.12.): 28–29.

9 LITERATURVERZEICHNIS

- AKADA, Yasukazu und Hokuto Matsumura
2007 Hoshi 150 ten „nattoku“ „gimon“ hyōka kobamu mise mo mishuran tōkyōban kyō hatsubai [150 Sternerestaurants „Zustimmung“, „Zweifel“, auch ein Restaurant, das die Bewertung abgelehnt hat, der Michelin Tokyo kommt heute auf den Markt]. In *Asahi Shinbun* 22. November: 38.
- ANDERSON, Benedict
1996 *Die Erfindung der Nation*. Frankfurt: Campus Verlag.
- ANDY HAYLER
2014 Kadowaki. In *Andy Hayler*. <https://www.andyhayler.com/restaurant/kadowaki> (18.09.2017).
- AONISAI
2001–2017 Nishio Masukichi. In *Nihon no sei'yō ryōri* [Japans westliche Speisen]. <http://seiouryouri.yokohama/> (28.04.2017).
- AOYAMA, Tomoko
2003 Romancing Food. The Gastronomic Quest in Early Twentieth-Century Japanese Literature. *Japanese Studies* 23(3): 251–264.
2008 *Reading Food in Modern Japanese Literature*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
2010 The Divided Appetite. „Eating“ in the Literature of the 1920s. In Elise Tipton und John Clark (Hg.) *Being Modern in Japan. Culture and Society from the 1910s to the 1930s*. Honolulu: University of Hawai'i Press: 154–169.
- APPADURAI, Arjun
1986 *The Social life of things. Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
1988 How to make a national cuisine: cookbooks in contemporary India. In *Comparative studies in society and history* 30(01): 3–24.
- ASHKENAZI, Michael und Jeanne Jacob
2000 *The essence of Japanese cuisine. An essay on food and culture*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- ASSMANN, Stephanie
2003 Japanese Women's Magazines. Inspiration and Commodity. In *electronic journal of contemporary japanese studies*, 20. Oktober. <http://www.japanesestudies.org.uk/discussionpapers/Assmann.html> (13.09.2017).
2010a Die Wiederentdeckung Japans kulinarischen Erbes. In *OAG Notizen* 3: 1–11.
2010b Reinventing Culinary Heritage in Northern Japan. In Rath, Eric und Stephanie Assmann (Hg.) *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press, S. 243–256.
- BARR, Ann und Paul Levy
1984 *The official Foodie handbook: be modern – worship food*. New York: Timbre Books.

BARTHES, Roland

1967 *Système de la mode*. Paris: Seuil.

2005 Lecture de Brillat-Savarin. In Jean-Anthelme Brillat-Savarin (Hg.). *Physiologie du goût*. Paris: Hermann.

BERLINER, David

2016 Multiple Nostalgias: The Fabric of Heritage in Luang Prabang (Lao PDR). In Christoph Brumann (Hg.). *World heritage on the ground: ethnographic perspectives*. New York, Oxford: Berghahn: 97–125.

BOCK, Oliver

2011 Gourmet Festival. Speisen wie Japans Kaiser. In *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 28. Februar.

BOURDIEU, Pierre

1987 [1979] *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt: Suhrkamp.

BRAU, Lorie

2004 Oishinbo's Adventures in Eating. Food, Communication, and Culture in Japanese Comics. In *Gastronomica: The Journal of Food and Culture* 4(4): 34–45.

BRAUDEL, Ferdinand

2002 *The structures of everyday life. The limits of the possible*. London: Phoenix Press.

BREWER, Ebenezer Cobham

2000 [1898] *Dictionary of Phrase and Fable*. New York: Bartleby.

BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme

2005 *Physiologie du goût*. Paris: Hermann.

BRUMANN, Christoph (Hg.)

2016 *World heritage on the ground: ethnographic perspectives*. New York, Oxford: Berghahn.

BRUNTON, Richard Henry

1991 *Building Japan 1868–1876*. Japan Library Limited.

Bungei Shunju „nosaidō“ (Hg.)

2002 *Bishokuka retsuden* [Eine Reihe von Gourmet-Biografien]. Tokyo: Bungei Shunjū.

BURKE, Peter

1993 Res et verba: conspicuous consumption in the early modern world. In John Brewer and Roy Porter (Hg.). *Consumption and the world of goods*. London: Routledge: 148–161.

CADWALLADER, Gary Sōka und Joseph Justice

2010 „Stones for the Belly“: Kaiseki Cuisine for Tea during the Early Edo Period. In Eric Rath und Stephanie Assmann (Hg.). *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press: 68–91.

CARDOZO, Sidney und Masaaki Hirano

1987 *The art of Rosanjin*. Tokyo, New York: Kodansha International.

CARYL, Christian und Sayako Kashiwagi

2008 Chōbishoku toshi tōkyō [Tokyo, die Ultragourmet-Stadt]. In *Newsweek* 23 (7 (1091)): 42–47.

- CHAMBERLAIN, Basil Hall
 1894 [1891] *A Handbook for Travellers in Japan*. London, Yokohama: Kelly and Walsh.
 1902 *Things Japanese; being notes on various subjects connected with Japan for the use of travellers and others*. London, Yokohama: Kelly and Walsh.
- CHAMBERS, Anthony und Paul McCarthy (Hg.)
 2001 *The Gourmet Club. A Sextet*. Tokyo, New York: Kodansha International.
- CHÂTILLON-PLESSIS
 1894 *La vie à table à la fin du XIXe siècle. Théorie, pratique et historique de gastronomie moderne*. Paris: Firmin-Didot.
- CHIEZŌ MINI (Hg.)
 2014 *Kobayashi Katsuyo*. Chiezō mini. <https://kotobank.jp/word/%E5%B0%8F%E6%9E%97%E3%82%AB%E3%83%84%E4%BB%A3-191759> (13.09.2017).
- CLAMMER, John
 1997 *Contemporary urban Japan. A sociology of consumption. Studies in urban and social change*. Oxford: Blackwell Publishers.
- CONNERTON, Paul
 1989 *How societies remember. Themes in the social sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CONTE-HELM, Marie
 2012 *The Japanese and Europe: Economic and Cultural Encounters*. London: Bloomsbury Publishing.
- COPELAND, Rebecca
 1992 *The Sound of the Wind: The Life and Works of Uno Chiyo*. Honolulu: The University of Hawaii Press.
- COUNIHAN, Carole und Penny Van Esterik
 1997 *Food and Culture: A Reader*. London: Routledge.
- CULLER, Jonathan
 1981 Semiotics of Tourism. *American Journal of Semiotics* 1(1–2): 127–140.
- CURTIN, Deane und Lisa Heldke (Hg.)
 1992 *Cooking, eating, thinking. Transformative philosophies of food*. Bloomington: Indiana University Press.
- CWIERTKA, Katarzyna
 1996a Minekichi Akabori and his Role in the Development of Modern Japanese Cuisine. In Harlan Walker (Hg.). *Cooks and other people. Proceedings of the Oxford symposium on Food and Cookery*. Devon: Prospect Books: 68–80.
 1996b Wayō secchū ryōri no chōri bunka shiteki kōan [Geschichtliches Konzept der Kochkultur von japanisch-westlichen Kompromissgerichten]. In Otsuka Shigeru und Akiko Kawabata (Hg.). *21seki no chourigaku. chouri bunka gaku* [Kochwissenschaft im 21. Jahrhundert. Esskultur]. Tokyo: Kenpakusha: 65–94.
 1998 How Cooking became a Hobby. Changes in Attitude Toward Cooking in Early Twentieth Century. In Sabine Frühstück und Sepp Linhart (Hg.). *The Culture of Japan as Seen through Its Leisure*. New York: Sunny Press: 41–58.
 2003 Eating the World. Restaurant Culture in Early Twentieth Century Japan. In *European Journal of East Asian Studies*, 2(1): 89–116.

- 2004 Western Food and the Making of the Japanese Nation-state. In Marianne Lien und Brigitte Nerlich (Hg.). *The Politics of Food*. Oxford: Berg: 121–139.
- 2006 *Modern Japanese Cuisine: Food, Power and National Identity*. London: Reaktion Books/University of Chicago Press.
- 2015 Food as Intangible Cultural Heritage: A Lesson From Japan. In *Proceedings of the 2015 International Conference on Chinese Food Culture* 13-1: 173–188.
- DIACONU, Madalina
2005 *Tasten, Riechen, Schmecken. Eine Ästhetik der anästhetisierten Sinne*. Würzburg: Königshausen und Neumann.
- DOI, Daisuke (Hg.)
2011 *Rosanjin to hoshigaoka charyō no ryōri* [Rosanjin und die Gerichte des Hoshigaoka Charyō]. Tokyo: Shibata shoten.
- DOUGLAS, Mary
1997 Deciphering a Meal. In Carole Counihan und Penny van Esterik (Hg.). *Food and culture. A reader*. New York: Routledge: 36–54.
- EHARA, Ayako, Naoko Ishikawa und Shoko Higashiyotsuyanagi
2009 *Nihon shokumotsu shi* [Geschichte des japanischen Essens]. Tokyo: Yoshikawa.
- EKUAN, Kenji
1994 Tanjun no bigaku [Ästhetik der Einfachheit]. *Journal JSME* 97(908): 567–570.
1998 *The aesthetics of the Japanese lunchbox*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- ELIAS, Norbert
1969a *Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. / 1: Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes*. Bern, München: Francke.
1969b *Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. / 2: Wandlungen der Gesellschaft, Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation*. Bern, München: Francke.
- ETCHŪ, Tetsuya
1993 European Influence on the „Culture of Food“ in Nagasaki. *Crossroads* 1: 107–117.
- FACKLER, Mirage
2008 Michelin gives stars, but Tokyo turns up nose. In *The New York Times* 24. Februar: A1.
- FALK, Pasi
1994 *The Consuming Body*. London, Thousand Oaks: Sage.
- FINKELSTEIN, Joanne
1989 *Dining Out*. New York: New York University Press.
- FRANCKS, Penelope
2007 Consuming rice. Food, ‚traditional‘ products and the history of consumption in Japan. In *Japan Forum* 19(2): 147–168.
2009a Inconspicuous Consumption: Sake, Beer, and the Birth of the Consumer in Japan. In *The Journal of Asian Studies* 68(01): 135–164.
2009b *The Japanese Consumer. An alternative economic history of modern Japan*. Cambridge: Cambridge University Press.

- FRANCKS, Penelope und Janet Hunter (Hg.)
2012 *The historical consumer. Consumption and everyday life in Japan, 1850–2000*. New York: Palgrave Macmillan.
- FREDERICK, Sarah
2000 *Housewives, modern girls, feminists: Women's magazines and modernity in Japan*. Diss. The University of Chicago.
2006 *Turning Pages: Reading and Writing Women's Magazines in Interwar Japan*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- FREEDMAN, Paul
2007 *Food. The History of Taste*. London: Thames & Hudson.
- FREEMAN, Michael
1977 Sung. In Kwang-chih Chang. *Food in Chinese culture*. New Haven: Yale University Press: 141–192.
- FROW, John A.
1991 Tourism and the semiotics of nostalgia. In *October* 57: 123–151.
- FUKUTOMI, Satomi
2010a *Connoisseurship of B-grade culture. Consuming Japanese national food ramen*. Diss. University of Hawai'i.
2010b *Rāmen Connoisseurs: Class, Gender and the Internet*. In Eric Rath und Stephanie Assmann (Hg.). *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press: 257–274.
- FURUSHIMA, Toshio
1991 The village and agriculture during the Edo period. In John Whitney Hall und Donald H. Shively (Hg.). *The Cambridge history of Japan. Volume 4. Early Modern Japan*. Cambridge: Cambridge Univ. Press: 478–518.
- GAO, Bai
2009 The Postwar Japanese Economy. In William Tsutsui (Hg.). *A companion to Japanese history*. Chichester: Wiley-Blackwell: 299–314.
- GARON, Sheldon
1994 Rethinking Modernization and Modernity in Japanese History: A Focus on State-Society Relations. In *The Journal of Asian Studies* 53(2): 346–366.
- GEHRMANN, Laura
2010 Geheim schmeckt es besser. In *Welt Online* 20. August.
- GLUCK, Carol
1998 The Invention of Edo. In Stephen Vlastos (Hg.). *Mirror of modernity. Invented traditions of modern Japan*. Berkeley: University of California Press: 262–284.
- GOODY, Jack
2005 The High and the Low. Culinary Culture in Asia and Europe. In Carolyn Korsmeyer (Hg.). *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*. New York, Oxford: Berg: 57–71.
- GRIMOD DE LA REYNIÈRE, Alexandre-Balthazar-Laurent
1805 *Almanach des Gourmands*. Paris: Maradon.
1807 *Almanach des Gourmands*. Paris: Maradon.
1808 *Manuel des Amphitryons*. Paris: Capelle et Renand.
- HABERMAS, Jürgen
1990 *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.

- HACKER, Inge
1965 Die künstlerischen Beziehungen zwischen Japan und der westlichen Welt seit der Mitte des 19. Jahrhunderts. In *Saeculum* 16: 283–295.
- HALL, John Whitney
2000 [1968] *Das japanische Kaiserreich*. Frankfurt: Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- HALL, John Whitney und Donald H. Shively (Hg.). *The Cambridge history of Japan. Volume 4. Early Modern Japan*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- HAMADA, Gi'ichirō
1977 *Edo tabemono saishiki* [Wörterbuch des edozeitlichen Essens]. Tokyo: Chūōkōronsha.
- HAMERTON, Philip Gilbert
1891 *French and English*. Boston: Roberts Brothers.
- HANASAKI, Kazuo
1994 *Zenryū edo meibutsu zue* [Zenryū Bilder berühmter Produkte Edos]. Tokyo: Miki Shobō.
- HANDŌ, Kadsutoshi
2002 Natsume Sōseki to Masaoka Shiki. In Bungei Shunju „nosaidō“ (Hg.). *Bishokuka retsuden* [Eine Reihe von Gourmet-Biografien]. Tokyo: Bungei Shunjū: 60–74.
- HANKINS, Joseph und Carolyn Stevens (Hg.)
2014 *Sound, space and sociality in modern Japan*. New York: Routledge.
- HANLEY, Susan
1991 Tokugawa society: material culture, standard of living, and life-styles. In John Whitney Hall und Donald H. Shively (Hg.). *The Cambridge history of Japan. Volume 4. Early Modern Japan*. Cambridge: Cambridge Univ. Press: 660–705.
- HARADA, Nobuo
2005a Culinary Culture and its Transmission in the Late Edo period. In Susanne Formanek und Sepp Linhart (Hg.). *Written texts – visual texts: woodblock-printed Media in early modern Japan*. Amsterdam: Hotei Publishing: 141–158.
2005b *Washoku to nihonbunka. Nihon ryōri no shakai shi* [Washoku und japanische Kultur. Gesellschaftsgeschichte japanischer Gerichte]. Tokyo: Shogakukan.
2009 *Edo no shokuseikatsu* [Essalltag von Edo]. Tokyo: Iwanami shoten.
- HAROOTUNIAN, Harry D.
1988 *Things seen and unseen. Discourse and ideology in Tokugawa nativism*. Chicago: University of Chicago Press.
2000 *Overcome by Modernity: History, Culture, and Community in Interwar Japan*. Princeton: Princeton University Press.
- HARPER, Douglas
2001–2017 Gourmand. In *Online Etymology Dictionary*. <http://www.etymonline.com/> (13.09.2017).
2001–2017 Gourmet. In *Online Etymology Dictionary*. <http://www.etymonline.com/> (13.09.2017).
- HASTINGS, Sally A.
2000 A Dinner Party Is Not a Revolution. Space, Gender, and Hierarchy in Meiji Japan. In *U. S.-Japan Women's Journal. English Supplement* 18: 107–132.

- HAYASHI, Junshin
1998 *Edo tōkyō gurume saijiki* [Glossar der Gourmets von Edo und Tokyo]. Tokyo: Yūzankakushuppan.
- HEIBONSHA
2005 Daikokuya Magoshirō. In Heibonsha (Hg.). *Sekai daihyakka jiten. Arumakku*. Tokyo: Heibonsha.
- HENDERSON, Dan Fenno
1967 Promulgation of Tokugawa Statutes. In *Journal of Asian and African Studies* 2(1/2): 9–25.
- HEUSKEN, Henry
1964 *Japan journal, 1955–1861. Translated and edited by Jeannette C. van der Corput and Robert A. Wilson. [With plates.]*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.
- HIBBETT, Howard
1951 Ejima Kiseki (1667–1736) and His Katagi-mono. In *Harvard Journal of Asiatic Studies* 14(3/4): 404.
- HIELSCHER, Gebhard und Daniela Rechenberger
2015 *Nippon Hoso Kyokai*. <http://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/nippon-hoso-kyokai.html> (13.09.2017).
- HIGASHIYOTSUYANAGI, Shoko
2010 The History of Domestic Cookbooks in Modern Japan. In Eric Rath und Stephanie Assmann (Hg.). *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press: 129–144.
2015 Meijiki ni okeru chūkoku ryōri juyō [Die Akzeptanz von chinesischen Speisen zur Meijizeit]. In *Baika Joshidaigaku Karakuri Ripositori* 3: 33–46.
- HIJIIYA-KIRSCHNEREIT, Irmela (Hg.)
2018 *Jahrbuch für Kulinaristik. The German Journal of Food Studies and Hospitality. Wissenschaft – Kultur – Praxis*. München: Iudicium.
- HIRANO, Kumiko
2002 Hayashi Fumiko. In Bungei Shunju „nosaidō“ (Hg.). *Bishokuka retsuden* [Eine Reihe von Gourmet-Biografien]. Tokyo: Bungei Shunjū: 166–168.
- HIRANO, Masaaki
1995 *Edo umai monojō* [Buch über die Leckereien Edos]. Tokyo: Kosaisōshuppan.
2000 „Hoshioka“ shijō no sukechi kara. Kitaōji rosanjin no geijutsu gihō [Aus den Skizzen in der Zeitschrift „Hoshioka“. Kunsttechniken von Kitaōji Rosanjin]. In *Journal of architecture and building science* 115(1454): 6.
- HIRSCHBERG, Walter und Wolfgang Müller (Hg.)
2005 *Wörterbuch der Völkerkunde*. Berlin: Reimer.
- HOARE, James
1977 The Chinese in the Japanese treaty ports 1858–1899: The unknown majority. In *Proceedings of the British Association for Japanese Studies* 2(1): 18–33.
- HOBBSBAWM, Eric und Terence Ranger
1983 *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HONJŌ, Enjirō
1933 The Commoner Class of the Tokugawa Period. In *The Kyoto University economic review* 8(2): 38–48.

HOSKING, Richard

1996 *A Dictionary of Japanese Food. Ingredients and Culture*. Tokyo, Rutland, Singapore: Tuttle Publishing.

HOSOKAWA, Shuhei

2014 The swinging phonograph in a hot teahouse. Sound technology and the emergence of the Jazz community in prewar Japan. In Joseph Hankins und Carolyn Stevens (Hg.). *Sound, space and sociality in modern Japan*. New York: Routledge: 108–126.

HSU, Francis

1975 *Iemoto: the heart of Japan*. New York: J. Wiley.

IKEDA, Seiko

2009 Rosanjin to hosupitariti: „hoshigaoka“ shi ni miru omotenashi wo kangareru [Rosanjin und Gastfreundschaft: Analyse seiner Bewirtung anhand seiner Artikel im „Hoshigaoka“ Magazin]. In *Heian Jogakuin University journal* 10: 9–19.

IKEGAMI, Eiko

2005 *Bonds of civility. Aesthetic networks and the political origins of Japanese culture*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.

IKEGAMI, Sadako

2008 Inshoku to bungaku nikansuru ikkōsatsu. Jiao „kanzen kyōsō reshipi“ to tanizaki jun'ichirō „bishoku kurabu“ [Gedanken über Literatur und Essen und Trinken. Jiao „Perfekte, starke Rezepte“ und Tanizaki Jun'ichirō „Delikatessenklub“]. In *Chūgokugo chūgokubunka* 5: 23–44.

IMAI, Miki

2002 Ryōri zasshi kara mita meiji gōki no shokujōhō. „Gekkan kuidōraku“ to „hōchō shio ume“ no hikaku wo chūshin ni [Kulinarische Informationen am Ende der Meijizeit anhand von Essenszeitschriften. Vergleich von „Gekkan Kuidōraku“ und „Hōchō shio ume“]. In *Nihon Chōri Kagaku Kaishi* 35(2): 196–208.

2011 1882 (Meiji 15) nen sōritsu no kabori kappō kyōjo ni okeru chōri kyōiku to josei no katsuyaku [Aktivitäten von Frauen und die kulinarische Ausbildung in der 1882 gegründeten Akabori kappō kyōjo]. In *Gakuen* 845: 42–57.

2014a Meiji chūki no senmon ryōrihito to „kappō neshshinka“ niyoru shokumotsu, chōri ni kansuru kenkyūkai ni miru danjō ryōsei no chōri kyōiku, dai 1 hō (Culinary Education in Food and Cooking Research Societies Organized by Professional Cooks and Cookery Lovers in the Mid-Meiji Era, Report 1). In *Gakuen*, 880: 71–82.

2014b Meiji chūki no senmon ryōrihito to „kappō neshshinka“ niyoru shokumotsu, chōri ni kansuru kenkyūkai ni miru danjō ryōsei no chōri kyōiku, dai 2 hō (Culinary Education in Food and Cooking Research Societies Organized by Professional Cooks and Cookery Lovers in the Mid-Meiji Era, Report 2). In *Gakuen*, 884: 27–41.

ISHIDA, Ayū

2000 „Kuidōraku“ sakka. Murai gensai ni miru shōhisha kyōiku [Die Konsumerziehung von Murai Gensai, dem Autor von „Kuidōraku“]. In *Kyoto Shakai-gaku Nenpō* 8: 31–50.

ISHII, Kiyoteru

2007 Shōhisareru „kokyō“ no tanjō. Sengo nihon no nashonarizumu to nosuta-

- rujia [Die Geburt der konsumierten Heimat. Nationalismus und Nostalgie im Nachkriegs-Japan]. In *Tetsugaku* 117: 125–156.
- IWABUCHI, Reiji
 2010 Un guerrier dans la ville. Obligations de service et sorties d'un samourai en poste à Edo au XIXe siècle. In *Histoire urbaine* 29(3): 27–66.
- JAHN, Gisela
 2014 *Japanische Keramik – Aufbruch im 20. Jahrhundert. Die Bildung von Tradition, Moderne und Individualität, 1900–1945*. Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften.
- JAMES, Allison
 2005 Identity and the Global Stew. In Carolyn Korsmeyer (Hg.). *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*. New York, Oxford: Berg: 372–384.
- JAPANESE CULINARY IMMERSION COMMITTEE
 2015 *Taberu ato ten: L'Art de Rosanjin. Rosanjin to shin bishoku kurabu*. [Ausstellung zur Esskunst: Die Kunst von Rosanjin Rosanjin und der neue Gourmetclub]. Japanese Culinary Immersion Committee. <http://lartderosanjin.com/ja/> (24.02.2017).
- JAUCOURT, Louis de
 2011 Gourmandise. In Robert Morrissey (Hg.). *Encyclopédie, ou dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, etc., eds. Denis Diderot and Jean le Rond D'Alembert*. Chicago: ARTFL Encyclopédie Project: 754.
- JİYŪ KOKUMINSHA (Hg.)
 2019 *Gendai Yōgo no Kido Chishiki*. Tokyo: Jiyū Kokuminsha.
- JOHNSTON, José und Shyon Baumann
 2007 Democracy versus Distinction. A Study of Omnivorousness in Gourmet Food Writing. In *American Journal of Sociology* 113(1): 165–204.
 2010 *Foodies. Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. New York, London: Routledge.
- KADOTA, Kyōko
 2002 Akiyama Tokuzō. In Bungei Shunju „nosaidō“ (Hg.). *Bishokuka retsuden* [Eine Reihe von Gourmet-Biografien]. Tokyo: Bungei Shunjū: 88–90.
- KANT, Immanuel
 1922 [1790] *Kritik der Urteilskraft*. Leipzig: Felix Meiner.
- KASHIWAI, Hisashi
 2012 *Kiwami no rōkaru gurume tabi* [Lokale Gourmetreise der Extreme]. Tokyo: Kōbunsha.
- KATO, Hidetoshi
 1978 *Shoku no shakaigaku* [Soziologie des Essens]. Tokyo: Bungeishunjū.
- KATO, Jun'ichi
 1989 *Gendai shokubunka kōgengaku* [Studien der gegenwärtigen Esskultur]. Tokyo: Sanreishobō.
 2001a *Gendai bungaku ni miru „shoku“* (13) Hayashi Mariko „Bishoku kurabu“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (13) Hayashi Marikos „Delikatesenklub“]. In *Shoku no Kagaku* 10(284): 91–101.
 2001b *Gendai bungaku ni miru „shoku“* (14) Shimizu Yoshinoricho „12 sara no tokubetsu ryōri“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (14) Shimizu Yoshinoris „12 Teller mit besonderen Gerichten“]. In *Shoku no Kagaku* 11(285): 88–96.

- 2001c Gendai bungaku ni miru „shoku“ (4) Murakami Ryū „Murakami Ryū ryōri shōsetsu shū“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (4) Murakami Ryūs „Gesamtwerk der Romane Murakami Ryūs]. In *Shoku no Kagaku* 1(275): 80–86.
- 2002a Gendai bungaku ni miru „shoku“ (18) Ōoka Akiracho „Shio no aji“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (18) Ōoka Akiras „Geschmack des Salzes“]. In *Shoku no Kagaku* 3(289): 100–109.
- 2002b Gendai bungaku ni miru „shoku“ (21) Ekuni Kaoricho „Watagashi“ „Atatakana osara“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (21) Ekuni Kaoris „Baumwoll Süßigkeit“ „Heißer Teller“]. In *Shoku no Kagaku* 2(293): 82–89.
- 2002c Gendai bungaku ni miru „shoku“ (25) Nishimura Shigerucho „Okashi hōrōki“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (25) Nishimura Shigerus „Wanderbuch der Süßigkeiten“]. In *Shoku no Kagaku* 11(297): 78–85.
- 2003a Gendai bungaku ni miru „shoku“ (27, tokubetsuhan) Murai Genzaicho „Shokudōraku“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (27, Sonderausgabe) Murai Genzais Gourmet]. In *Shoku no Kagaku* 1(299): 72–81.
- 2003b Gendai bungaku ni miru „shoku“ (30) Yoshida Atsuhirocho „Tsumujifū shokudō no yoru“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (30) Yoshida Atsuhiros „Abend des Wirbelwind-Speisezimmers“]. In *Shoku no Kagaku* 5(303): 88–95.
- 2003c Gendai bungaku ni miru „shoku“ (31) Tanaka Hirofumicho „Igyōya no shokutaku“ [Essen in der Gegenwartsliteratur (31) Tanaka Hirofumis „Essen der fantastischen Häuser“]. In *Shoku no Kagaku* 6(304): 83–93.
- 2003d Gendai bungaku ni miru „shoku“ (33) Kawamoto Saburōcho „Aoi osara no tokubetsu ryōri“ – saki [Essen in der Gegenwartsliteratur (33) Kawamoto Saburōs Besondere Gerichte vom unreifen Teller – erster Teil]. In *Shoku no Kagaku* 7(305): 84–93.
- 2003e Gendai bungaku ni miru „shoku“ (33) Kawamoto Saburōcho „Aoi osara no tokubetsu ryōri“ – shūzen [Essen in der Gegenwartsliteratur (33) Kawamoto Saburōs Besondere Gerichte vom unreifen Teller – Fortsetzung]. In *Shoku no Kagaku* 306(306): 64–75.

KAWADA, Kie

2013 Japanese Cooking through Media. In *Acta Asiatica Varsoviensia* 26: 213–217.

KEISTER, Jay

2009 Urban Style, Sexuality, Resistance, and Refinement in the Japanese Dance Sukeroku. In *Asian Theatre Journal* 26(2): 215–249.

KINSKI, Michael

1998 Eßregeln für Frauen in der japanischen Hausenzyklopädie Onna chōhō ki (1692). Einleitung, Transkription, Übersetzung und Analyse. In *Japonica Humboldtiana* 2: 59–101.

1999 Bratfisch und Vogelbeine. Frühmoderne Etikettevorschriften zum Verhältnis von Mensch, Tier und Nahrung in Japan. In *Japonica Humboldtiana* 3: 49–103.

2001 Basic Japanese Etiquette Rules and Their Popularization. Four Edo-Period Texts, Transcribed, Translated, and Annotated. In *Japonica Humboldtiana* 5: 63–123.

2010 „How to Eat the Ten Thousand Things“: Table Manners in the Edo Period. In Eric Rath and Stephanie Assmann (Hg.). *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press: 42–67.

- KITAŌJI ROSANJIN SHIRYŌSHITSU
 2000 *Rosanjin kikanshinado* [Rosanjins Mitteilungsorgan und anderes]. Kitaōji Rosanjin Shiryōshitsu. <http://www.rosanjin.net/kikanshi-hp.htm> (13.09.2017).
- KÖHN, Stephan
 2000 Gourmetcomics in Japan. Betrachtungen zum Begründer und Trendsetter Oishinbo (Der kleine Feinschmecker). In *Japanstudien* 12: 183–209.
- KOIKE, Masatane
 2003a Sharebon. In Shinzō Ogi, Hidenobu Jinnai et al. (Hg.). *Edo tōkyō-gaku jiten* (The Edo-Tokyo encyclopaedia). Tōkyō: Sanseidō: 729–731.
 2003b Kokkeibon. In Shinzō Ogi, Hidenobu Jinnai et al. (Hg.). *Edo tōkyō-gaku jiten* (The Edo-Tokyo encyclopaedia). Tōkyō: Sanseidō: 731.
- KONDŌ, Hiroko, Tenmin Matsuzaki und Hirofumi Wada
 2005 *Gurume annaiki* [Gourmet-Reiseführer] Tokyo: Yumani Shobō.
- KORSMEYER, Carolyn
 1999 *Making sense of taste. Food & philosophy*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
 2005 *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*. New York, Oxford: Berg.
- KOYAMA, Hirohisa und Marianne Comolli
 1999 *Japan und seine Esskultur. Traditionen und Rezepte einer großen Küche*. München: Wilhelm Heyne Verlag.
- KOYANAGI, Teruichi
 1984.11–1989.3. Nihon ryōrihō taizen [Kompendium der japanischen Küche]. In Shōgakukan (Hg.). *Nihon Daihyakka Zensho*. Tokyo: Shōgakukan.
- KRÄMER, Hans Martin
 2008 „Not Befitting Our Divine Country“. Eating Meat in Japanese Discourses of Self and Other from the Seventeenth Century to the Present. In *Food and Foodways* 16(1): 33–62.
- KREINER, Josef (Hg.)
 2010 *Kleine Geschichte Japans*. Stuttgart: Reclam.
- KUMAKURA, Isao
 1990 Kaisetsu (2) [Gründung (2)] In S. Ogi, Isao Kumakura und C. Ueno (Hg.) *Nihon kindai shisō taikai* 23: *Fūzoku sei* [Japans Ideensystem der Neuzeit 23: Die Sitten] Tokyo: Iwanami Shōten: 483.
 1992 Esskultur der Taisho- und Shōwa-Zeit [Taishō, shōwa no shokubunka]. In *Vesta* 13: 12–23.
 1993 Kinsei ni okeru geinō no tenkai [Entfaltung der Kunst in der Neuzeit]. In Tatsuya Tsuji, Naohiro Asao und Isao Kumakura (Hg.). *Nihon no kinsei* [Japans Neuzeit]. Tokyo: Chūō Kōronsha: 1–31.
 2002 *Nihon ryōri bunka shi. Kaiseki o chūshin ni* [Eine Kulturgeschichte japanischer Gerichte. Mit Konzentration auf Kaiseki Gerichte]. Kyoto: Jinbunshoin.
 2004 Kaiseki to wa nanika. Nihon ryōri no genten [Was ist Kaiseki? Der Ursprung japanischer Küche]. In *Bungei Shunjū* 82(13): 85–87.
 2009 Kaiseki no rekishi [Geschichte der Kaisekiküche]. In *Aube. Hikaku Geijutsugaku* 4/5: 33–40.
- KUROIWA, Hisako
 2004 „Kuidōraku“ no hito Murai Gensai [Der Mann des „Kuidōraku“ Murai Gensai]. Tokyo: Iwanami Shōten.

- 2007a *Rekishi no kageni „shoku“ ari* (dai 11 kai). Kidai no shokutsū datta. „Fūryū saishō“ [Essen in der Geschichte (11). Seltene Gourmets „Fūryū Saishō“]. In *Bungakkai* 61(6): 286–293.
- 2007b *Rekishi no kageni „shoku“ ari* (dai jū kai) Murai Gensai „Kuidōraku“ sakka to roshia heihoryo no kōryū [Essen in der Geschichte (10) Murai Gensai, der Autor von „Kuidōraku“ und der Austausch mit russischen Kriegsgefangenen]. In *Bungakkai* 61(5): 272–279.
- 2008 *Rekishi no kageni gurume ari* [Gourmet im Schatten der Geschichte]. Tokyo: Bungei shunjū.
- 2010 [2005] *Gendai ni tsūjiru „shoku“ no shisō* [Gedanken zu Essen in der Gegenwart]. In Murai Gensai (Hg.). *Kuidōraku. Ge.* Tokyo: Iwanami Shōten: 555–567.
- 2011 [2005] *Wasurerareta meiji no keimō shōsetsuka* [Vergessene Meijizeitliche Aufklärungsautoren]. In Murai Gensai (Hg.). *Kuidōraku. Jō.* Tokyo: Iwanami Shōten: 577–589.
- KUSHNER, Barak
2010 *Imperial Cuisines in Taishō Foodways*. In Eric Rath und Stephanie Assmann (Hg.). *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press: 145–185.
- 2012a *Slurp! A social and culinary history of Ramen. Japan's favourite noodle soup*. Leiden: Koninklijke Brill NV.
- 2012b *Sweetness and Empire. Sugar Consumption in Imperial Japan*. In Penelope Francks und Janet Hunter (Hg.). *The historical consumer. Consumption and everyday life in Japan, 1850–2000*. New York: Palgrave Macmillan: 127–150.
- LANGE, Cornelius und Fabian Lange
2011 Hirohisa Koyama. Der Meister, das Messer, der Genuss. In *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 1. März.
- LAROUSSE, Pierre
1872a *Gastronome*. In Pierre Larousse (Hg.). *Grand Dictionnaire universel du XIXe siècle, français, historique, géographique, mythologique, bibliographique, littéraire, artistique, scientifique, etc., etc., F-G*. Paris: Administration du grand Dictionnaire universel.
- 1872b *Gourmande*. In Pierre Larousse (Hg.). *Grand Dictionnaire universel du XIXe siècle, français, historique, géographique, mythologique, bibliographique, littéraire, artistique, scientifique, etc., etc., F-G*. 1872. Paris: Administration du grand Dictionnaire universel.
- LARSON, Magali Sarfatti
1990 In the matter of experts and professionals, or how impossible it is to leave nothing unsaid. In Rolf Torstendahl und Michael Burrage (Hg.). *The Formation of Professions. Knowledge, State and Strategy*. London: Sage: 24–50.
- LEFEBVRE, Henri (Hg.)
1975 *Actualite de Fourier: colloque d'Arc-et-Senans*. Paris: Editions Anthropos.
- LEMIRE, Beverly
2012 *History and the Study of Consumerism: A Historian of the West Looks to Japan*. In Penelope Francks und Janet Hunter (Hg.). *The historical consumer. Consumption and everyday life in Japan, 1850–2000*. New York: Palgrave Macmillan: 306–324.

- LEMKE, Harald
2007 *Die Kunst des Essens. Eine Ästhetik des kulinarischen Geschmacks*. Bielefeld: Transcript.
- LIU, Jianhui
2009 Demon Capital Shanghai: The „Modern“ Experience of Japanese Intellectuals. Chapter 5 Taishō Writers Who Indulged in the Demon Capital. Tanizaki and Akutagawa: Tourism and the Taishō Writer. In *Sino-Japanese Studies* 16: 184–204.
- LOTI, Pierre
1889 *Japoneries d'automne*. Paris: Calmann Lévi.
- LOWENTHAL, David
2006 [1985] *The past is a foreign country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MACCANNELL, Dean
1999 [1976] *The Tourist. A new Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press.
- MAEDA, Hisanori
1991 Tanizaki bungaku no shuppatsu: „Shisei“ no imi to shuppatsuki no kadai (Significance of Shisei: Early Works Tanizaki Junichiro and Their Destination). In *Kanazawa Daigaku Kyōyōbu Ronshū* 28(2): 178–190.
- MARKUS, Andrew
1993 Shogakai. Celebrity Banquets of The Late Edo Period. In *Harvard Journal of Asiatic Studies* 53(1): 135–167.
- MATHIAS, Regine
2010 Das Entstehen einer modernen städtischen Gesellschaft und Kultur, 1900/1905–1932. In Josef Kreiner (Hg.). *Kleine Geschichte Japans*. Stuttgart: Reclam: 332–380.
- MATSUSHITA, Sachiko
2009 [1996] *Zusetsu edo ryōri jiten* [Illustriertes Wörterbuch japanischer Gerichte]. Tokyo: Kashiwa shobō.
- MAUSS, Marcel
1950 *Die Gabe*. Frankfurt: Suhrkamp.
- MEIER, Philipp
2016a Gourmet-Festival im Zeichen Japans. Wenn die Sonne über St. Moritz aufgeht. In *Neue Zürcher Zeitung* 22. Januar.
2016b Gourmet-Festival St. Moritz. Jenseits von Sushi. In *Neue Zürcher Zeitung* 28. Januar.
- MENNELL, Stephen
1985 *All manners of food. Eating and taste in England and France from the Middle Ages to the present*. Oxford, New York: Blackwell.
2003 Eating in the public sphere in the nineteenth and twentieth centuries. In Marc Jacobs (Hg.). *Eating out in Europe*. Oxford, New York: Berg: 245–260.
2005 Of Gastronomes and Guides. In Carolyn Korsmeyer (Hg.). *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*. New York, Oxford: Berg: 239–248.

MERTZ, John Pierre

2003 *Novel Japan: spaces of nationhood in early Meiji narrative, 1870-88*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

MILICEVIC, Kristina

2011 Geheimnisvolle Guerilla-Kost. In *Solinger Tageblatt* 2. Juli.

MINAMI, Naoto

2004 Nihon ni okeru seiyō no shokubunka dōnyū no rekishi [Die Geschichte der Einführung der westlichen Esskultur in Japan]. In *Kokusai kenkyū ronsō* 18(1): 89–100.

MINTZ, Sidney

1989 Cuisine and haute cuisine: How are they linked? In *Food and Foodways* 3(3): 185–190.

MISCHUNG, Roland und Klaus-Peter Köpping

2005 Ritus, Ritual. In Walter Hirschberg und Wolfgang Müller (Hg.). *Wörterbuch der Völkerkunde*. Berlin: Reimer: 316–317.

MITSUZONO, Isamu

2012 Mail-Order Retailing in Pre-War Japan: A Pathway of Consumption Before the Emergence of the Mass Market. In Penelope Francks und Janet Hunter (Hg.). *The historical consumer. Consumption and everyday life in Japan, 1850–2000*. New York: Palgrave Macmillan: 259–283.

MIYABAYASHI, Noshiyobu

1998 *Alltag und Wirtschaft in Edo* [Edo no seikatsu to keizai]. Tokyo: San'ichi-shobō.

MOTOYAMA, Tekishū

1947 *Tabemono jidaisō. Kikin to hōshoku* [Kulinarische Zeiterscheinungen. Hungersnot und Sättigung]. Tokyo: Hōchi Shuppansha.

MUSÉE GUIMET

2013 *L'Art de Rosanjin. Génie de la cuisine japonaise (1883–1959)*. Musée Guimet. Ausstellung. <http://www.guimet.fr/sites/saison-japonaise/l-art-de-rosanjin.html> (24.02.2017).

NAKAHARA, Junko

2008 Ernährung und Essen der städtischen Familie. In Yasuhiko Yuzawa (Hg.). *Taishōki no katei seikatsu* [Familienalltag in der Taishōzeit]. Tokyo: Kuresu shuppan: 119–134.

NAKAI, Nobuhiko und James McClain

1991 Commercial change and urban growth in early modern Japan. In John Whitney Hall und Donald H. Shively (Hg.). *The Cambridge history of Japan. Volume 4. Early Modern Japan*. Cambridge: Cambridge Univ. Press: 519–595.

NAKANO, Mitsutoshi

1989 The role of traditional aesthetics. In Andrew Gerstle (Hg.). *18th Century Japan: Culture and Society*. Sydney: Allen & Unwin: 124–131.

2003 Edo annai. Hyōbanki. In Shinzō Ogi, Hidenobu Jinnai et al. (Hg.). *Edo tōkyō-gaku jiten* (The Edo-Tokyo encyclopaedia). Tōkyō: Sanseidō: 647–648.

NAKAYAMA, Keiko

1996 Genrokujidai to wagashi ishō [Genrokuzeit und Süßigkeitenmuster]. In *Wagashi* 3(3): 22–34.

2006 *Wagashi no sekai*. Tokyo: Iwanami shoten.

NATIONAL DIET LIBRARY

2014 *Modern Japan and France. Adoration, encounter and interaction*. National Diet Library. <http://www.ndl.go.jp/france/index.html> (31.08.2017).

NENZI, Laura

2004 Cultured Travelers and Consumer Tourists in Edo-Period Sagami. In *Monumenta Nipponica* 59(3): 285–319.

NHK ARCHIVES

2009 ‚*Otoko no ryōri*‘, ‚*otoko no shokusai*‘ kara ‚*shokusai rōman*‘ made [Von den ‚*otoko no ryōri*‘, den ‚*otoko no shokusai*‘ bis zum ‚*shokusai rōman*‘]. NHK Archives. <http://www.nhk.or.jp/archives/search/special/detail/?d=hobby002> (18.08.2017).

NICHIGAI ASSOCIATES

2004 *20 seiki nihonjinmei jiten* [Japanisches Personenlexikon des 20. Jahrhunderts]. Tokyo: Nichigai Associates.

NIHON JINMEI DAJJITEN

2016 *Hosono Endai*. Nihon Jinmei Daijiten. <http://japanknowledge.com/lib/display/index.html?lid=5011072110010> (12.05.2016).

NISHIKAWA, Satoru

1986 *Furusato kozutsumi, ninki jōshōchū*. *Furusato shokuhin būmu no rīdo yaku* [Furusato-Päckchen werden beliebter. Führungsrolle im Boom mit furusato-Essen]. In *Yūsei chōsa jihō* 27(6): 55–62.

NISHIYAMA, Matsunosuke

1997 *Edo Culture. Daily Life and Diversions in Urban Japan, 1600–1868*. Honolulu: University of Hawai‘i Press.

NOZAWA, Joji

2010a *Wine as a Luxury at the Dutch Factory in Japan during the Second Half of the 18th Century*. In Rengener Rittersma (Hg.). *Luxury in the Low Countries: miscellaneous reflections on Netherlandish material culture, 1500 to the present*. Brüssel: Pharo Publishing: 85–106.

2010b *Wine-drinking Culture in Seventeenth-century Japan: The Role of Dutch Merchants*. In Eric Rath und Stephanie Assmann (Hg.). *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press: 108–125.

OBERLÄNDER, Christian

2010 *Von den Ungleichen Verträgen zur Großmacht – Japans Weg zum modernen Nationalstaat*. In Josef Kreiner (Hg.). *Kleine Geschichte Japans*. Stuttgart: Reclam: 261–331.

OGI, Masahiro

1986 *Rekishi wa gurume* [Die Geschichte ist Gourmet]. Tokyo: Chūō Kōronsha.

OGI, Shinzō, Hidenobu Jinnai et al.

2003 *Edo tōkyō-gaku jiten* (The Edo-Tokyo encyclopaedia). Tōkyō: Sanseidō.

ŌHASHI, Ryōsuke

1998 *Kire and Iki*. In Michael Kelly (Hg.). *Encyclopedia of aesthetics*. New York: O.U.P.: 553–555.

OKA, Akiko

2006 ‚*Kuidōraku*‘ no ryōgisei. ‚*Shōsetsu Kuidōraku*‘ to ‚*Gekkan Kuidōraku*‘ no hikaku kara [Doppelbedeutung von *Kuidōraku*. Vergleich des Romans *Kuidōraku* und der Monatszeitschrift *Kuidōraku*]. In *Ritsumeikan Shigaku* 26: 135–162.

OTAGE, Chikako

2008 Klima und Essen der ländlichen Gebirgsbauernhöfe [Chihō nōsanson no fūdo to shokujī]. In Yasuhiko Yuzawa (Hg.). *Taishōki no katei seikatsu* [Familiennacht in der Taishōzeit]. Tokyo: Kuresu shuppan: 135–147.

PARKHURST FERGUSON, Priscilla

1998 A Cultural Field in the Making. Gastronomy in 19th-Century France. In *American Journal of Sociology* 104(3): 597–641.

2004 *Accounting for Taste. The Triumph of French Cuisine*. Chicago, London: University of Chicago Press.

PARTNER, Simon

1999 *Assembled in Japan. Electrical Goods and the Making of the Japanese Consumer*. Berkeley: University of California Press.

2001 Taming the Wilderness: The Lifestyle Improvement Movement in Rural Japan, 1925–1965. In *Monumenta Nipponica* 56(4): 487–520.

PERKIN, Harold

1989 *The Rise of Professional Society. England since 1880*. London and New York: Routledge.

PETERSON, Richard

1992 Understanding audience segmentation. From elite and mass to omnivore and univore. In *Poetics* 21: 243–258.

1996 Changing Highbrow Taste. From Snob to Omnivore. In *American Sociological Review* 61(5): 900–907.

QUINET, Marianne Letitia

1989 Food as Art. The Problem of Function. In *British Journal Aesthetics*, 21(2): 159–171.

RAETHER, Elisabeth

2009 Guerilla-Dinner. Gourmets im Geheimen. In *Zeit Online* 8. Oktober.

RATH, Eric

2008 Banquets Against Boredom. Towards Understanding (Samurai) Cuisine in Early Modern Japan. In *Early Modern Japan: An Interdisciplinary Journal* 16: 43–55.

2010a *Food and Fantasy in Early Modern Japan*. Berkeley, Los Angeles: California University Press.

2010b Honzen Dining: The Poetry of Formal Meals in late Medieval and Early Modern Japan. In Eric Rath und Stephanie Assmann (Hg.). *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press: 19–41.

RATH, Eric und Stephanie Assmann (Hg.)

2010 *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press.

RAULFF, Ulrich

1982 Chemie des Ekels und des Genusses. In Dietmar Kamper und Christoph Wulf (Hg.). *Die Wiederkehr des Körpers*. Frankfurt: Suhrkamp: 241–259.

READER, W J

1966 *Professional men: The rise of the professional classes in nineteenth-century England*. New York: Weidenfeld and Nicolson.

REVEL, Jean-François

1979 *Erlasene Mahlzeiten. Mitteilungen aus der Geschichte der Kochkunst*. Frankfurt: Propyläen.

- 2005 Retrieving Tastes. Two Sources of Cuisine. In Carolyn Korsmeyer (Hg.). *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*. New York, Oxford: Berg.
- ROBERTSON, Jennifer
 1988 Furusato Japan: The Culture and Politics of Nostalgia. In *International Journal of Politics, Culture, and Society* 1(4): 494–518.
 1995 Hegemonic Nostalgia, Tourism, and Nation-Making in Japan. In *Senri Ethnological Studies* 38: 89–103.
- ROBUN, Kanagaki und Kyosai Kawanabe
 1872 *Seiyō ryōritsū* [Gourmet westlicher Speisen]. Tokyo: Mankyūkaku.
- ROOM, Adrian
 1986 *A dictionary of true etymologies*. London: Routledge.
- ROZIN, Paul und April Fallon
 1980 The psychological categorization of foods and non-foods: A preliminary taxonomy of food rejections. In *Appetite* 1(3): 193–201.
- RÜTTERMANN, Markus
 2006 „So That We Can Study Letter-Writing“. The Concept of Epistolary Etiquette in Premodern Japan. In *Japan Review* 18: 57–128.
- SAITŌ, Hikaru
 2011 Janru „kafē“ no seiritsu to fukkyō (1) (The Emergence and Popularization of the Cafe as a Genre of Catering and Amusement Venues in Modern Japan (1)). In *Kyoto Seika Daigaku Kiyō* (39): 137–163.
- SAKAI, Robert
 1964 The Satsuma-Ryukyū Trade and the Tokugawa Seclusion Policy. In *The Journal of Asian Studies* 23(3): 391–403.
- SANO, Mitsuko
 2002a Okamoto Kanoko. In Bungei Shunju „nosaidō“ (Hg.). *Bishokuka retsuden* [Eine Reihe von Gourmet-Biografien]. Tokyo: Bungei Shunjū: 153–155.
 2002b Uno Chiyo. In Bungei Shunju „nosaidō“ (Hg.). *Bishokuka retsuden* [Eine Reihe von Gourmet-Biografien] Tokyo: Bungei Shunjū: 94–96.
- SASAKI-UEMURA, Wesley
 2009 Postwar Society and Culture. In William Tsutsui (Hg.). *A companion to Japanese history*. Chichester: Wiley-Blackwell: 315–332.
- SCHIEFENHÖVEL, Wulf
 2005 Ritualisierung. In Walter Hirschberg und Wolfgang Müller (Hg.). *Wörterbuch der Völkerkunde*. Berlin: Reimer: 316.
- SCHIVELBUSCH, Wolfgang
 1990 *Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genussmittel*. Frankfurt: Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- SCHÖNBERGER, Gesa
 2011 Die Mahlzeit und ihre soziale Bedeutung. Simmel, Wiegmann, Douglas, Tolksdorf, Barlösius. In Gesa Schönberger und Barbara Methfessel (Hg.). *Mahlzeiten. Alte Last oder neue Lust?* Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften: 17–25.
- SCHÖNBERGER, Gesa und Barbara Methfessel (Hg.).
 2011 *Mahlzeiten. Alte Last oder neue Lust?* Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

SEIDENSTICKER, Edward

2010 *Tokyo from Edo to Showa 1867–1989. The emergence of the world's greatest city*. Tokyo, Rutland, Vt.: Tuttle Publishing.

SEIYÖKEN

2017 *Kaisha gaiyō* [Firmenprofil]. Seiyōken. <http://www.seiyoken.co.jp/company.html> (13.09.2017).

SEKIGUCHI, Ryoko (Hg.)

2013 *Le Club des Gourmets et autres cuisines japonaises*. Paris: P.O.L éditeur.

SEKIGUCHI, Ryōko und François Simon

2014 *chef japonais / cuisine française*. Paris: Éditions du Chêne.

SEYMOUR, Diane

2004 The social construction of taste. In Donald Sloan (Hg.). *Culinary Taste: Consumer Behaviour in the International Restaurant Sector*. Oxford: Elsevier: 1–22.

SHIMIZU, Akira

2010 Meat-eating in the Kōjimachi District of Edo. In Eric Rath und Stephanie Assmann (Hg.). *Japanese Foodways. Past and Present*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press: 92–107.

2011 *Eating Edo, sensing Japan: food branding and market culture in late Tokugawa Japan, 1780–1868*. Diss. University of Illinois.

SHINDŌ, Masahiro

1998 Gurume no ronri to shōsetsu no ronri. Okamoto Kanoko „shokuma“, Yada Tsuseko „chagayu no ki“. Shokutsū shōsetsu no sekai (1) [Gourmetlogik und Romanlogik. Okamoto Kanokos „shokuma“, Yada Tsusekos „chagayu no ki“. Welt der Gourmetromane (1)]. In *Jinbungaku* 164: 1–21.

1999a Getemono to umai mon. Kamitsukasa Shoken „Hamo no Kawa“, Oda Sakunosuke „Meoto Zenzai“. Shokutsū shōsetsu no sekai (2) [Seltsames und leckeres Essen. Kamitsukasa Shokens „Hamo no Kawa“, Oda Sakunosukes „Meoto Zenzai“. Die Welt der Gourmetromane (2)]. In *Jinbungaku* 165: 35–56.

1999b Sushi no kigōgaku. Shiga Naoya „kozō no kamisama“, Okamoto Kanoko „Sushi“. Shokutsū shōsetsu no sekai (3) [Semiotik von Sushi. Shiga Naoyas „Kozō no kamisama“, Okamoto Kanokos „Sushi“. Die Welt der Gourmetromane (3)]. In *Jinbungaku* 166: 159–177.

2000a Meiji no kuidōraku. Murai Gensai „Kuidōraku“, Kōda Roan „Chinsenkai“. Shokutsū shōsetsu no sekai (5) [Meijizeitliche Gourmets. Murai Gensai „Kuidōraku“, Kōda Roan „Chinsenkai“. Welt der Gourmetromane (5)]. In *Jinbungaku* 168: 119–160.

2000b Taishō no bishoku. Tanizaki Jun'ichirō „Bishoku kurabu“. Shokutsū shōsetsu no sekai (4) [Delikatessen der Taishōzeit. Tanizaki Jun'ichirō „Bishoku kurabu“. Die Welt der Gourmetromane (4)]. In *Jinbungaku* 167: 103–122.

2001 Shōwa no gochisō. Uchida Hyakken „Gochisōjō“, Tanizaki Jun'ichirō „Sasameyuki“. Shokutsū shōsetsu no sekai (6) [Showazeitliche Festessen. Uchida Hyakkens „Gochisōjō“, Tanizaki Jun'ichirōs „Sasameyuki“. Die Welt der Gourmetromane (6)]. In *Jinbungaku* 169: 106–144.

2002 Ryōriya no mei toiu koyūmeishi. Nagai Kafū „Reishō“, Tanizaki Jun'ichirō „Atsumo“ hoka nana hen. Shokutsū shōsetsu no sekai (7) [Eigennamen von Restaurants. Nagai Kafūs „Reishō“, Tanizaki Jun'ichirōs „Atsumo“ und 7 andere. Die Welt der Gourmetromane (7)]. In *Jinbungaku* 172: 97–123.

- SHIVELY, Donald
1964–1965 Sumptuary Regulation and Status in Early Tokugawa Japan. In *Harvard Journal of Asiatic Studies* 25: 123–164.
- SILVERBERG, Miriam
1998 The Cafe Waitress Serving Modern Japan. In Stephen Vlastos (Hg.). *Mirror of modernity. Invented traditions of modern Japan*. Berkeley: University of California Press: 208–225.
- SIMMEL, Georg
1957 Fashion. In *American Journal of Sociology*, 62(6): 541–558.
2009 *Soziologische Ästhetik. Klassiker der Sozialwissenschaften*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- SLOAN, Donald (Hg.).
2004 *Culinary Taste: Consumer Behaviour in the International Restaurant Sector*. Oxford: Elsevier.
- SPANG, Rebecca
2000 *The Invention of the Restaurant. Paris and Modern Gastronomic Culture*. Cambridge, London: Harvard University Press.
- STAGUHN, Gerhard
1993 Der Feinschmecker – Ein Charakterbild. In Michael Andritzky (Hg.). *OIKOS. Von der Feuerstelle zur Mikrowelle. Haushalt und Wohnen im Wandel*. Gießen: Anabas-Verlag: 294–299.
- STEARNS, Peter N.
2006 *Consumerism in world history. The global transformation of desire. Themes in world history*. London: Routledge.
- STEINBERG, Marc
2004 Otaku consumption, superflat art and the return to Edo. In *Japan Forum* 16(3): 449–472.
- SUGA, Saburō
2002 Mukoda Kuniko. In Bungei Shunju „nosaidō“ (Hg.). *Bishokuka retsuden* [Eine Reihe von Gourmet-Biografien]. Tokyo: Bungei Shunjū: 77–81.
- SUGITA, Koichi, Miki Imai und Teruo Yamashita
1998 Enlightenment of Theoretical Cookery in Magazine „Hocho Ambai“. *Journal of cookery science of Japan* 31(4): 306–313.
- SUZUKI, Shin'ichi
2000 *Tabemono tōkaidō* [Essen der Tōkaidō]. Tokyo: Shōgakukan.
- SUZUMOTO, Toshio
1920 *Furansu ryōri kondatesho oyobi chōrihō kaisetsu* [Französische Küche und Menüs]. Tokyo: Keibundō shuppanbu.
- TADA, Tetsunosuke
1978 *Shokutsū no nihonshi* [Japanische Geschichte der Haute Cuisine]. Tokyo: Shinjinbutsuōraisha.
- TAKADA, Masatoshi
2006 Naissance et évolution de la cuisine occidentale japonaise. Meiji (1868–1912), Taishō (1912–1926) et début Shōwa (1926–1937). In *Ebisu – Etudes Japonaises* 35 (printemps-été): 59–72.
2007 *Nihonteki yōshoku no seiritsu to tenkai. Meiji, taishō, shōwa shōki wo chūshin ni* (Birth and Evolution of „Japanized Western Cuisine“ in Meiji, Taisho and Showa Epoch before War II). In *Nihon shokuhin shin sozai gijutsu sentā* 10(1): 6–14.

- TAKEMURA, Tamio
2004 *Taishō bunka. Teikoku no yūtopia* [Taishō-Kultur. Utopie des Kaiserreichs]. Tokyo: Sangensha.
- TANAKA, Keiko
1998 Japanese Women's Magazines: The Language of Aspiration. In D. P. Martinez (Hg.). *The Worlds of Japanese Popular Culture: Gender, Shifting Boundaries and Global Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press: 110–132.
- TANAKA, Yoshio und Shinsai Uchida
1872 *Taisei kunmō zukai* [Illustrationen des unbekanntenen Okzidents]. Tokyo: Monbusho.
- TANAKA, Yūko
2002 *Edo no koi* [Edoliebe]. Tokyo: Shu Esha.
- TAPPE, Franziska
2009 Wa(h)re Heimat. Authentizität von Heimat am Beispiel japanischer Souvenirs. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Martin-Luther Universität Halle-Wittenberg.
- TIPTON, Elise
2010 The Cafe. In Elise Tipton und John Clark (Hg.). *Being Modern in Japan. Culture and Society from the 1910s to the 1930s*. Honolulu: University of Hawai'i Press: 119–135.
- TIPTON, Elise und John Clark (Hg.).
2010 *Being Modern in Japan. Culture and Society from the 1910s to the 1930s*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- TOBIN, Joseph
1992 *Re-made in Japan. Everyday life and consumer taste in a changing society*. New Haven, London: Yale University Press.
- TORSTENDAHL, Rolf und Michael Burrage (Hg.).
1990 *The Formation of Professions*. Knowledge, State and Strategy. London: Sage.
- TRUBEK, Amy
2000 *Haute Cuisine. How the French invented the culinary Profession*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
2005 Place Matters. In Carolyn Korsmeyer (Hg.). *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*. New York, Oxford: Berg: 260–271.
- TSU, Timothy
1999 From ethnic ghetto to ‚gourmet republic‘: The changing image of Kobe's Chinatown in modern Japan. In *Japanese Studies* 19(1): 17–32.
- TSU, Timothy (Rez.)
2014 Slurp! A Social and Culinary History of Ramen. Japan's Favorite Noodle Soup. By Barak Kushner. In *The Journal of Japanese Studies* 40(1): 224–228.
- TURNER, Victor Witter
2005 *Das Ritual. Struktur und Anti-Struktur*. Campus Bibliothek. Frankfurt: Campus Verlag.
- UDAGAWA, Satoru
2014 Furansu ryōri no nichifutsu kōryū 150 nen [150 Jahre japanisch-französischer Austausch durch französische Speisen]. In Takuzō Tanaka (Hg.). *Nakahara Jun'ichi to 1950 nendai shotō no pari* [Nakahara Jun'ichi und Paris in den 1950er Jahren]. Tokyo: Ochanomizu Joshidaigaku Hikaku Nihongaku Kyōikuentā Kenkyūnenpō: 6–15.

- UEDA, Masaaki
2001–2017 Koyama Matsutarō. In Masaaki Ueda (Hg). *Nihon jinmei daijiten*. Tokyo: Kodansha.
- UMINO, Iwami
1994 *Edoki ryōrinin no kiroku* [Aufzeichnungen edozeitlicher Köche]. Tokyo: Shinjuku Chōrishi Senmongakkō Shuppanbu.
- WALEY, Paul
1990 The Sumida. Changing perceptions of a river. In *Revue de géographie de Lyon* 65(4): 261–275.
- WATANABE, Michiko
1964 *Nihon shokuseikatsu shi* [Geschichte des Essalltags Japans]. Tokyo: Yoshikawa koubunkan.
- WATANABE, Zenjirō
1988 *Kyodai toshi edo ga washoku o tsukutta* [Die Metropole Edo hat washoku geschaffen]. Tokyo: Nōbunkyō.
2006 The Transition of the Japanese-Style Diet. Will Japan's Food Culture Become the World's New Macrobiotic Diet and General Health Food? In *Food Culture* 13: 2–6.
- WEBER, Silke
2009 Supperclubs: Die geheime Gourmetgesellschaft. In *Der Tagesspiegel* 25. November.
- WESTON, Nicole
2006 *Foodie: What Is That, Anyway?*. In Slashfood. <http://www.slashfood.com/2006/02/10/what-is-a-foodie-anyway/> (23.04.2012), 10. Februar.
- YAMADA, Kazu
2006 Gaiden Kitaōji Rosanjin (28). Nakamura Takeshirō to no deai. ‚Taigadō’ no kaiten kara, ‚Bishoku kurabu’ Hana no charyō’, soshite ‚Hoshigaoka charyō’ no kairyō e [Nachtrag Kitaōji Rosanjin (28). Zusammentreffen mit Nakamura Takeshirō. Von der Eröffnung des ‚Taigadō’, des ‚Bishoku kurabu’, ‚Hana no chashitsu’ bis zum ‚Hoshigaoka charyō’]. In *Shokun* 38(2): 177–190.
- YAMAGUCHI, Kikuo
1983 *Sengo ni miru shoku no bunkashi* [Kulturgeschichte des Essens der Nachkriegszeit]. Tokyo: Sanreishobō.
1986 *Sengo ni miru shoku no bunkashi* [Kulturgeschichte des Essens der Nachkriegszeit]. Tokyo: Sanreishobō.
- YAMAMOTO, Yōrō
2002 Motoyama Tekishu. In Bungei Shunju „nosaidō” (Hg.). *Bishokuka retsuden* [Eine Reihe von Gourmet-Biografien]. Tokyo: Bungei Shunjū: 85–87.
- YAMAO, Mika
2004 *Kyō mo ryōri. Oryōri bangumi to shufu kattō no rekishi* [Essen auch heute. Kochsendungen und Hausfrauen, Geschichte einer Verwicklung]. Tokyo: Harashobō.
- YAMASHITA, Mitsuo
1994 Meiji, taishōki no shuppanbutsu ga shokubunka ni ataeta eikyō [Einfluss der meiji- und taishōzeitlichen Publikationen auf die Esskultur]. In *Journal for the Integrated Study of Dietary Habits* 5(1): 38–41.

YANO, Seiichi

2011 *Shōwa Kuidōraku*. Tokyo: Hakusuisha.

YASUHARA, Miho

2005 Shōwa senzenki ni okeru shokuji no naiyō ni mitomerareta gairai yasai fukyō no haikai (The Background about the Spread of Foreign Vegetables in the Daily Meals during the Pre-war Showa Period). In *Journal of Food Culture of Japan* 1: 39–43.

YO, Maenobo

1988 Rokumeikan zengo no seiyō ryōriya [Westliche Restaurants vor und nach dem Rokumeikan]. In *Kindai Nihon Kenkyū* 5: 97–146.

YOKO, Hani

2008 Slow-food movement creeps to Japan. In *The Japan Times* 29. Februar.

10 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

- Abb. 1: Yaozen. In Hiroshige (nicht datiert). Edo kōmei kaitei zukushi (19.05.2019).
- Abb. 2: Tsukiji Seiyōken. In Tayama, Munetō. 1912. Nihon shashin chō. Tokyo: Tomoe Shōkai: 21 (19.05.2019).
- Abb. 3: Teikoku hoteru (The Imperial Hotel). In Tōkyō keshiki shashinban. 1893 (?). Tokyo: Egi Shōten (19.05.2019).
- Abb. 4: Rokumeikan (The Rokumeikan Club). In Tōkyō keshiki shashinban. 1893 (?). Tokyo: Egi Shōten (19.05.2019).
- Abb. 5: Tokonoma im Hoshioka Charyō. In Hoshioka no ehagaki. 1935. <http://www.rosanjin.net/35ehagaki-07.htm> (19.05.2019).
- Abb. 6: Außenansicht des Hoshioka Charyō. In Hoshioka no ehagaki. 1935. <http://www.rosanjin.net/35ehagaki-04.htm> (19.05.2019).

11 ANHANG

11.1 ANMERKUNGEN ZUR UMSCHRIFT UND ZUR WIEDERGABE VON NAMEN

In der vorliegenden Untersuchung werden Begriffe und Namen aus dem Japanischen nach dem modifizierten Hepburn-System transkribiert. Lange Vokale werden durch einen Längungsstrich gekennzeichnet. Ausgenommen von den Vorgaben des modifizierten Hepburn-Systems sind Bezeichnungen und Namen, die im Deutschen weithin verbreitet sind, wie etwa Tokyo oder Kyoto. Alle japanischen Eigennamen werden in dieser Arbeit in der in Ostasien üblichen Reihenfolge geschrieben: zuerst der Familienname und anschließend der Vorname. Die in die Untersuchung eingearbeiteten Übersetzungen japanischer Quellen sowie direkter Zitate der Sekundärliteratur wurden von der Verfasserin der vorliegenden Dissertation angefertigt, sofern nicht anderweitig gekennzeichnet.

11.2 PERIODISIERUNG

In der Arbeit werden die Regierungsdevisen seit 1800 verwendet. Zum besseren Verständnis und zum Nachschlagen finden sich alle in der Arbeit verwendeten Regierungsdevisen in einer Tabelle.

1338–1573	Ashikaga- oder Muromachizeit
1568–1600	Azuchi-Momoyama-Zeit
1600–1868	Tokugawa- oder Edozeit
1624–1644	Kan'eizeit
1648–1652	Keianzeit
1688–1704	Genrokuzeit
1716–1736	Kyōhōzeit
1751–1764	Hōrekizeit
1781–1789	Tenmeizeit
1804–1831	Bunka-Bunsei-Zeit (Kaseizeit)
1853–1868	Bakumatsuzeit
1868–1912	Meijjizeit
1912–1926	Taishōzeit
1926–1989	Shōwazzeit
1989–2019	Heiseizeit

MONOGRAPHIEN AUS DEM DEUTSCHEN INSTITUT FÜR JAPANSTUDIEN

- Bd. 1: Harumi Befu, Josef Kreiner (Eds.): *Othernesses of Japan. Historical and Cultural Influences on Japanese Studies in Ten Countries.* 1992, ²1995 ISBN 978-3-89129-481-9 342 S., kt.
- Bd. 2: Erich Pauer (Hg.): *Technologietransfer Deutschland – Japan von 1850 bis zur Gegenwart.* 1992 ISBN 978-3-89129-482-6 330 S., geb.
- Bd. 3: Shigeyoshi Tokunaga, Norbert Altmann, Helmut Demes (Eds.): *New Impacts on Industrial Relations – Internationalization and Changing Production Strategies.* 1992 ISBN 978-3-89129-483-3 492 S., geb.
- Bd. 4: Roy Andrew Miller: *Die japanische Sprache. Geschichte und Struktur.* Aus dem überarbeiteten englischen Original übersetzt von Jürgen Stalph *et al.* 1993 ISBN 978-3-89129-484-0 XXVI, 497 S., 24 Tafeln, geb.
- Bd. 5: Heinrich Menkhaus (Hg.): *Das Japanische im japanischen Recht.* 1994 ISBN 978-3-89129-485-7 XVI, 575 S., geb.
- Bd. 6: Josef Kreiner (Ed.): *European Studies on Ainu Language and Culture.* 1993 ISBN 978-3-89129-486-4 324 S., geb.
- Bd. 7: Hans Dieter Ölschleger, Helmut Demes, Heinrich Menkhaus, Ulrich Möhwald, Annelie Ortmanns, Bettina Post-Kobayashi: *Individualität und Egalität im gegenwärtigen Japan. Untersuchungen zu Wertemustern in bezug auf Familie und Arbeitswelt.* 1994 ISBN 978-3-89129-487-1 472 S., geb.
- Bd. 8: Gerhard Krebs, Bernd Martin (Hg.): *Formierung und Fall der Achse Berlin-Tōkyō.* 1994 ISBN 978-3-89129-488-8 256 S., geb.
- Bd. 9: Helmut Demes, Walter Georg (Hg.): *Gelernte Karriere. Bildung und Berufsverlauf in Japan.* 1994 ISBN 978-3-89129-489-5 521 S., geb.
- Bd. 10: Josef Kreiner (Ed.): *Japan in Global Context. Papers presented on the Occasion of the Fifth Anniversary of the German Institute for Japanese Studies, Tōkyō.* 1994 ISBN 978-3-89129-490-1 123 S., geb.
- Bd. 11: Josef Kreiner (Ed.): *The Impact of Traditional Thought on Present-Day Japan.* 1996 ISBN 978-3-89129-491-8 236 S., geb.

- Bd. 12: Josef Kreiner, Hans Dieter Ölschleger (Eds.): *Japanese Culture and Society. Models of Interpretation.*
1996 ISBN 978-3-89129-492-5 361 S., geb.
- Bd. 13: Josef Kreiner (Ed.): *Sources of Ryūkyūan History and Culture in European Collections.*
1996 ISBN 978-3-89129-493-2 396 S., geb.
- Bd. 14: Aoki Tamotsu: *Der Japandiskurs im historischen Wandel. Zur Kultur und Identität einer Nation.* Aus dem japanischen Original übersetzt von Stephan Biedermann, Robert Horres, Marc Löhr, Annette Schad-Seifert.
1996 ISBN 978-3-89129-494-9 140 S., geb.
- Bd. 15: Edzard Janssen, Ulrich Möhwald, Hans Dieter Ölschleger (Hg.): *Gesellschaften im Umbruch? Aspekte des Wertewandels in Deutschland, Japan und Osteuropa.*
1996 ISBN 978-3-89129-495-6 272 S., geb.
- Bd. 16: Robert Horres: *Raumfahrtmanagement in Japan. Spitzentechnologie zwischen Markt und Politik.*
1996 ISBN 978-3-89129-496-3 267 S., geb.
- Bd. 17/1: Shūzō Kure: *Philipp Franz von Siebold. Leben und Werk.* Deutsche, wesentlich vermehrte und ergänzte Ausgabe, bearbeitet von Friedrich M. Trautz. Herausgegeben von Hartmut Walravens.
1996 ISBN 978-3-89129-497-0 LXVI, 800 S., geb.
- Bd. 17/2: Shūzō Kure: *Philipp Franz von Siebold. Leben und Werk.* Deutsche, wesentlich vermehrte und ergänzte Ausgabe, bearbeitet von Friedrich M. Trautz. Herausgegeben von Hartmut Walravens.
1996 ISBN 978-3-89129-497-0 XXX, 899 S., geb.
- Bd. 18: Günther Distelrath: *Die japanische Produktionsweise. Zur wissenschaftlichen Genese einer stereotypen Sicht der japanischen Wirtschaft.*
1996 ISBN 978-3-89129-498-7 253 S., geb.
- Bd. 19: Gerhard Krebs, Christian Oberländer (Eds.): *1945 in Europe and Asia – Reconsidering the End of World War II and the Change of the World Order.*
1997 ISBN 978-3-89129-499-4 410 S., geb.
- Bd. 20: Hilaria Gössmann (Hg.): *Das Bild der Familie in den japanischen Medien.*
1998 ISBN 978-3-89129-500-7 338 S., geb.
- Bd. 21: Franz Waldenberger: *Organisation und Evolution arbeitsteiliger Systeme – Erkenntnisse aus der japanischen Wirtschaftsentwicklung.*
1999 ISBN 978-3-89129-501-4 226 S., geb.
- Bd. 22: Harald Fuess (Ed.): *The Japanese Empire in East Asia and Its Postwar Legacy.*
1998 ISBN 978-3-89129-502-1 253 S., geb.

- Bd. 23: Matthias Koch: *Rüstungskonversion in Japan nach dem Zweiten Weltkrieg. Von der Kriegswirtschaft zu einer Weltwirtschaftsmacht.*
1998 ISBN 978-3-89129-503-8 449 S., geb.
- Bd. 24: Verena Blechinger, Jochen Legewie (Eds.): *Facing Asia – Japan's Role in the Political and Economical Dynamism of Regional Cooperation.*
2000 ISBN 978-3-89129-506-9 328 S., geb.
- Bd. 25: Irmela Hijiya-Kirschnereit (Hg.): *Forschen und Fördern im Zeichen des Ginkgo. Zehn Jahre Deutsches Institut für Japanstudien.*
1999 ISBN 978-3-89129-505-2 270 S., geb.
- Bd. 26: Harald Conrad, Ralph Lützelner (Eds.): *Aging and Social Policy. A German-Japanese Comparison.*
2002 ISBN 978-3-89129-840-4 353 S., geb.
- Bd. 27: Junko Ando: *Die Entstehung der Meiji-Verfassung. Zur Rolle des deutschen Konstitutionalismus im modernen japanischen Staatswesen.*
2000 ISBN 978-3-89129-508-3 273 S., geb.
- Bd. 28: Irmela Hijiya-Kirschnereit (Hg.): *Eine gewisse Farbe der Fremdheit. Aspekte des Übersetzens Japanisch-Deutsch-Japanisch.*
2001 ISBN 978-3-89129-509-0 316 S., geb.
- Bd. 29: Peter J. Hartmann: *Konsumgenossenschaften in Japan: Alternative oder Spiegelbild der Gesellschaft?*
2003 ISBN 978-3-89129-507-6 628 S., geb.
- Bd. 30: Silke Vogt: *Neue Wege der Stadtplanung in Japan. Partizipationsansätze auf der Mikroebene, dargestellt anhand ausgewählter machizukuri-Projekte in Tōkyō.*
2001 ISBN 978-3-89129-841-1 312 S., geb.
- Bd. 31: Birgit Poniatowski: *Infrastrukturpolitik in Japan. Politische Entscheidungsfindung zwischen regionalen, sektoralen und gesamtstaatlichen Interessen.*
2001 ISBN 978-3-89129-842-8 417 S., geb.
- Bd. 32: Gerhard Krebs (Hg.): *Japan und Preußen.*
2002 ISBN 978-3-89129-843-5 356 S., geb.
- Bd. 33: René Haak, Hanns Günther Hilpert (Eds.): *Focus China – The New Challenge for Japanese Management.*
2003 ISBN 978-3-89129-844-2 223 S., geb.
- Bd. 34: Iwo Amelung, Matthias Koch, Joachim Kurtz, Eun-Jung Lee, Sven Saaler (Hg.): *Selbstbehauptungsdiskurse in Asien: China – Japan – Korea.*
2003 ISBN 978-3-89129-845-9 438 S., geb.
- Bd. 35: Andrea Germer: *Historische Frauenforschung in Japan. Die Rekonstruktion der Vergangenheit in Takamure Itsues „Geschichte der Frau“ (Josei no rekishi).*
2003 ISBN 978-3-89129-504-5 425 S., geb.

- Bd. 36: Isa Ducke, Sven Saaler (Hg.): *Japan und Korea auf dem Weg in eine gemeinsame Zukunft: Aufgaben und Perspektiven*.
2003 ISBN 978-3-89129-846-6 232 S., geb.
- Bd. 38: René Haak, Dennis S. Tachiki (Eds.): *Regional Strategies in a Global Economy. Multinational Corporations in East Asia*.
2004 ISBN 978-3-89129-848-0 294 S., geb.
- Bd. 39: Sven Saaler: *Politics, Memory and Public Opinion. The History Textbook Controversy and Japanese Society*.
2005, ²2006 ISBN 978-3-89129-850-3 202 S., kt.
- Bd. 40: Matthias Koch, Sebastian Conrad (Hg.): *Johannes Justus Rein. Briefe eines deutschen Geographen aus Japan 1873–1875*.
2006 ISBN 978-3-89129-851-0 423 S., geb.
- Bd. 41: Anja Osiander: *Der Fall Minamata – Bürgerrechte und Obrigkeit in Japan nach 1945*.
2007 ISBN 978-3-89129-852-7 388 S., geb.
- Bd. 42: Ralph Lützel: *Ungleichheit in der global city Tōkyō. Aktuelle sozial-räumliche Entwicklungen im Spannungsfeld von Globalisierung und lokalen Sonderbedingungen*.
2008 ISBN 978-3-89129-853-4 467 S., geb.
- Bd. 43: Patrick Heinrich, Yuko Sugita (Eds.): *Japanese as Foreign Language in the Age of Globalization*.
2008 ISBN 978-3-89129-854-1 266 S., geb.
- Bd. 44: Hiromi Tanaka-Naji: *Japanische Frauennetzwerke und Geschlechterpolitik im Zeitalter der Globalisierung*.
2008 ISBN 978-3-89129-855-8 580 S., geb.
- Bd. 45: Carola Hommerich: *„Freeter“ und „Generation Praktikum“ – Arbeitswerte im Wandel? Ein deutsch-japanischer Vergleich*.
2009 ISBN 978-3-89129-856-3 289 S., geb.
- Bd. 46: Gerhard Krebs: *Japan im Pazifischen Krieg. Herrschaftssystem, politische Willensbildung und Friedenssuche*.
2010 ISBN 978-3-89129-010-1 932 S., geb.
- Bd. 47: Susanne Brucksch: *Ungleiche Partner, gleiche Interessen? Kooperationen zwischen Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Umweltorganisationen in Japan*.
2011 ISBN 978-3-86205-035-2 332 S., geb.
- Bd. 48: Barbara Geilhorn: *Weibliche Spielräume. Frauen im japanischen Nō- und Kyōgen-Theater*.
2011 ISBN 978-3-86205-036-9 258 S., geb.
- Bd. 49: Holger Rockmann: *Demografischer Wandel in Japan und Deutschland. Bevölkerungspolitische Paradigmenwechsel in der Familienpolitik*.
2011 ISBN 978-3-86205-037-6 350 S., geb.
- Bd. 50: Dan Tidten: *Inter Pares. Gleichheitsorientierte Politiken in Japan*.
2012 ISBN 978-3-86205-038-3 194 S., geb.

- Bd. 51: Barbara Geilhorn, Eike Grossmann, Miura Hiroko, Peter Eckersall (Eds.): *Enacting Culture – Japanese Theater in Historical and Modern Contexts* 文化の演出 - 日本演劇の歴史的と現今的状况 . 2012 ISBN 978-3-86205-039-0 313 S., geb.
- Bd. 52: Christian W. Spang: *Karl Haushofer und Japan. Die Rezeption seiner geopolitischen Theorien in der deutschen und japanischen Politik.* 2013 ISBN 978-3-86205-040-6 1008 S., geb.
- Bd. 53: Marie-Luise Legeland: *Onsen. Thermalquellen als Reiseziel. Badekuren und Badetourismus in Japan.* 2013 ISBN 978-3-86205-041-3 504 S., geb.
- Bd. 54: Phoebe Stella Holdgrün: *Gender equality. Implementierungsstrategien in japanischen Präfekturen.* 2013 ISBN 978-3-86205-042-0 390 S., geb.
- Bd. 55: Hans-Joachim Bieber: *SS und Samurai. Deutsch-japanische Kulturbeziehungen 1933–1945.* 2014 ISBN 978-3-86205-043-7 1311 S., geb.
- Bd. 56: Ken'ichi Mishima, Wolfgang Schwentker (Hg.) in Zusammenarbeit mit Manfred Hubricht, Tadashi Suzuki, Kuniyuki Terada und Robin Weichert: *Geschichtsdenken in Japan. Eine moderne Quellensammlung.* 2015 ISBN 978-3-86205-044-4 ca. 480 S., geb.
- Bd. 57: Christian Heideck: *Zwischen Ost-West-Handel und Opposition. Die Japanpolitik der DDR 1952–1973.* 2014 ISBN 978-3-86205-045-1 335 S., geb.
- Bd. 58: Mateusc Cwik: *Gestalt und Gehalt. Der Formalismusstreit in der japanischen Literaturtheorie der 1920er-Jahre.* 2015 ISBN 978-3-86205-046-8 165 S., geb.
- Bd. 59: Uwe Holtschneider: *Adoption of Corporate Social Responsibility by Japanese Companies.* 2015 ISBN 978-3-86205-047-5 289 S., geb.
- Bd. 60: Steffen Heinrich, Gabriele Vogt (Hg.): *Japan in der Ära Abe. Eine politikwissenschaftliche Analyse.* 2017 ISBN 978-3-86205-048-2 291 S., geb.
- Bd. 61: Anna Wiemann: *Networks and Mobilization Processes: The Case of the Japanese Anti-Nuclear Movement after Fukushima.* 2018 ISBN 978-3-86205-049-9 297 S., geb.
- Bd. 62: Barbara Holthus, Hans Bertram (eds.): *Parental well-being. Satisfaction with work, family life, and family policy in Germany and Japan.* 2018 ISBN 978-3-86205-050-5 273 S., geb.
- Bd. 63: Franziska Utomo: *Tokyos Aufstieg zur Gourmet-Weltstadt. Eine kulturhistorische Analyse.* 2019 ISBN 978-3-86205-051-2 273 S., geb.