Edle *Tropfen* aus Japan

Von Nina Vetterli

Sake nur zu Sushi? Falsch, sagt Japanologe **Marc Nydegger**, es passe auch zur westlichen Küche. Auf Shizuku.ch betreibt der 33-Jährige darum nicht nur einen Webshop mit erlesenen Sakes, sondern auch Aufklärungsarbeit.

Fotos: Stefan Jermann

Sake-Fachmann und Japanologe Marc Nydegger: «Bei der Degustation geht den Leuten meist ein Licht auf.»

Ein altmodisches Café mit viel heimeligem Charme, einer freundlichen Serviertochter, die von der weisshaarigen Kafi-Schnaps-Kundschaft wahrscheinlich noch mit «Fräulein» angesprochen wird – und mittendrin ein junger Mann, der von Fondue und Raclette schwärmt. Aber nicht so, wie sie es an den Nebentischen kennen, mit Weisswein und Kirsch. Marc Nydegger empfiehlt dazu Sake. Etwa den mittelkräftigen Sawaya Matsumoto Junmai, der beim Erwärmen eine leichte Vanillenote entfaltet. Den eleganten, mit der spanischen Verdejo-Traube vergleichbaren Itami Morohaku. Oder ein Gläschen des hoch komplexen Shirayuki Banzaimon, eines seiner Spitzenprodukte. «Käse und Sake passen sensationell gut zusammen», weiss er, und er weiss auch wieso. «Wegen des Umami», das in beiden Produkten reichlich vorhanden ist. Der Begriff sei schwierig zu übersetzen, beschreibe aber nebst süss, sauer, salzig und bitter die fünfte, besonders abgerundete Qualität des Geschmackssinns.

> «*SAKE* KANN WEISS- UND ROTWEIN *ERSETZEN*»

Nydegger kennt weitere interessante Kombinationen. Zum Beispiel Sake zu Steak, Sake zu Austern, Sake-Risotto, Sake-Pilzrahmsauce, Broccoli-Suppe mit Sake. Auf seinem Webshop Shizuku.ch hat er einige Rezepte aufgeführt. Und gut möglich, dass sie an den Nebentischen – wenn sie denn zuhörten, statt in ihrer Boulevardzeitung zu lesen – die Nase rümpfen würden. Den jungen Mann einen Banausen schimpfen. Darauf hinweisen, dass Sake höchstens zu rohem Fisch, gebettet auf Reis, umhüllt von einem Algenblatt getrunken wird. Marc Nydegger lacht. «Ja, ja, Sake nur zu Sushi», dieses Vorurteil kenne er nur allzu gut. In Frankreich und England sei das japanische Nationalgetränk aus der gehobenen Küche nicht mehr wegzudenken, nur in der Schweiz hinke man diesbezüglich hinterher. «Wir sind hier noch in der ‹Ah, das passt?›-Phase», sagt er.

Dass der Zürcher seit Oktober 2013 einen Webshop mit erlesenen japanischen Spirituosen – darunter auch das Destillat Shochu, der Pflaumenwein Umsehu und Whisky – führt, geht letztlich auf einen Zufall zurück. Als 17-Jähriger meldete er sich bei einer Sprachschule für ein Austauschjahr an. Er durfte drei Wunschländer angeben. Es hätte Costa Rica treffen können. Oder Australien. Stattdessen wurde er nach Japan geschickt, in eine Highschool in Nagoya. Er war sofort angetan von der Kultur, ihrer Andersartigkeit, der als Kunst zelebrierten Küche und nicht zuletzt von der Sprache. Ob diese nicht schwer zu erlernen sei? «Reine Fleissarbeit», winkt Nydegger ab. Er investierte viel Zeit darin, besuchte Kurse, las Bücher. Nach einem halben Jahr konnte er bereits einige Sätze reden und verstehen, worum es in einer Konversation ging. Heute, nachdem er in Zürich Japanologie im Hauptfach studiert und ein weiteres Austauschjahr in Japan, diesmal in Tokyo, verbracht hatte, spricht er die Sprache fliessend.

Und er ist ein ausgewiesener Sake-Spezialist. «Ich wollte meine Lizentiatsarbeit nicht wie die meisten über Pearl Harbor schreiben sondern über ein Thema, das mir später etwas bringt», erzählt er. Auszüge seiner 2009 verfassten Sake-Abhandlung findet man nun auf seiner Website. Dort wird unter anderem die Herstellung aus Reis, Wasser und Hefe-ähnlichem Pilz beschrieben. Man bekommt eine Ahnung davon, wie komplex das Getränk ist. Und man erfährt auch, dass der Begriff im Japanischen für alkoholische Getränke im Allgemeinen steht. Was dem Rest der Welt als Sake bekannt ist, heisst im Grunde genommen Nihonshu.

Überhaupt das Unwissen. «Viele meinen, weil es hell ist, entspreche es Weisswein. Dabei kann Sake Weiss- und Rotwein ersetzen», erklärt der Sake-Kenner. Und er bedauert es, wenn sich Leute im Supermarkt eine Flasche zum Preis eines Hausweins kaufen, um dann zu behaupten, sie mögen keinen Sake. Die Qualitätsunterschiede seien erheblich. «Man muss doppelt so viel bezahlen, dann erhält man etwas Gutes», sagt er. Der Grossteil seines in Kühlcontainern aus Japan importierten Angebots rangiert zwischen 37 und 68 Franken, einige besonders edle Produkte kosten dreistellige Beträge. Schritt für Schritt, Tropfen für Tropfen versucht sie der Japanologe nun einer breiteren Masse schmackhaft zu machen. Knüpft Kontakte in der Gastronomieszene. Spannt mit Störköchen zusammen, die einen Mehrgänger mit Sake-Begleitung zubereiten wollen. Organisiert Degustationen in Wein- und Käsehandlungen. «Meistens geht den Leuten dabei ein Licht auf», freut sich der 33-Jährige.

Im Angebot hat es auch kleine Degustations-Sets. Nydegger weiss, dass Sake-Anfänger mit der Vielfalt häufig überfordert sind. «Man kann mich jederzeit anrufen oder mir eine Mail schreiben, damit ich den passenden Sake empfehlen kann», betont er. Ab Bestellung dauert es drei bis höchstens fünf Arbeitstage, bis die Produkte geliefert werden; verpackt und versendet werden sie durch das soziale Non-Profit-Unternehmen Drahtzug. Doch wer will, kann die Bestellung auch direkt in seinem Lager in Zürich-Seefeld abholen. Das sei kein schickes Lager, aber manche Kunden schätzen den persönlichen Kontakt. «Viele sind ganz überrascht, dass da ein Junger dahintersteckt», sagt der 33-Jährige, der lieber doppelt so viel arbeitet, halb so viel verdient und sich jahrelang keine Ferien leistet, als dass er als Angestellter in einem Büro arbeitet. Er schätzt den Umgang mit Gastronomen und Kunden; schon während des Studiums jobbte er in einem japanischen Restaurant.

Marc Nydegger verkauft nur das, was ihm selber schmeckt, und er hat jede Brauerei, von der er Sake bezieht, persönlich besucht. Regelmässig macht er sich in Japan auf die Suche nach neuen, besonderen Produkten. Aber manchmal trifft er sich mit seinen japanischen Geschäftspartnern, die ihn vor Ort bei Verhandlungen und organisatorisch unterstützen, auch in der Schweiz. In diesem altmodischen Café mit dem heimeligen Charme und dem freundlichen «Fräulein». Schwer vorstellbar, dass die weisshaarigen Kafi-Schnaps-Gäste dann in ihre Boulevardzeitung vertieft sind, wenn sich der junge Mann aus Zürich mit seinen Partnern über Sake unterhält. Denn dann spricht er selbstverständlich auf Japanisch.

Shizuku GmbH
www.shizuku.ch