Im Sky Building von Osaka führt eine Rolltreppe auf fast 170 Meter Höhe.

„Schöne Blume nur zum Betrachten“: eine Maiko in Kyoto.

Der Sensoji-Tempel aus dem siebten Jahrhundert zählt zu den schönsten und ältesten in Tokio. Fotos: Hauck

# Von Geishas und Göttern

## Japan in fünf Tagen – ein touristischer Härtetest im Land der aufgehenden Sonne

Von Joachim Hauck

**„See Europe in 10 days“ ist ein gängiges Urlaubsprogramm für Japaner. Warum sollte ein eiliger deutscher Tourist nicht einmal „Japan in fünf Tagen“ versuchen; sehen und kennenlernen, was Europäer mit Japan hauptsächlich verbinden: Tenno, Geisha, Fujiyama, Sushi, Sake, Kimono, Sony und Shinkansen — schafft man das wirklich in so kurzer Zeit?**

Als wir kurz nach 10 Uhr an Tag eins in Tokio landen, sind wir optimistisch. Der Flug war zwar lang, gut elf Stunden hat er gedauert; doch die Nacht an Bord der Turkish Airlines 777-Boeing war komfortabel und entspannt – wir sind durchaus munter und zum Sightseeing der harten Art bereit.

Doch schon auf dem Weg ins Hotel dämmert uns, dass es uns Japan nicht leicht machen wird: Die Wege durch den Ballungsraum Tokio mit seinen 35 Millionen Bewohnern sind elend lang, die Straßen chronisch verstopft. Schwebe- und Untergrundbahnen sind zwar schnell und vollklimatisiert, an den Fahrkartenautomaten mit vielen japanischen Schriftzeichen die richtigen Tickets zu ziehen, aber ist ein Ding der Unmöglichkeit.

Ohne einheimischen Führer geht in Tokio wenig. Der Tourenservice der Stadt hilft, mitunter muss freilich auch er passen. Der geplante Besuch des Kaiserpalasts fällt aus, denn der Tenno öffnet ihn nur zweimal im Jahr: Am 2. Januar und zu seinem Geburtstag am 23. Dezember. Wir haben Sommer und damit das Nachsehen.

Unser Guide Kawei sorgt dafür, dass wir vom kaiserlichen Japan dennoch eine Menge zu sehen bekommen: Im gigantischen Edo-Museum, das auf 30 000 Quadratmetern und fünf Geschossen zu einem spannenden Spaziergang durch die Geschichte des Inselreichs einlädt. Anschließend gibt es eine Schale Nudelsuppe (man kann sie tatsächlich mit Stäbchen essen und darf die Brühe geräuschvoll schlürfen), und nochmal eine halbstündige Fahrt mit der Metro zum „Sky Tree“ – einem der vielen Superlative Tokios.

634 Meter misst der höchste Rundfunkturm der Welt, bis auf 450 Meter katapultieren Lifte die Besucher auf zwei Aussichtsplattformen, die einen phantastischen Blick über die Wolkenkratzerstadt garantieren. Bei klarem Wetter reicht die Sicht bis zum Fujiyama. Wir hatten Wolken und wieder mal Pech.

Ärgerlich, zumal unser Freund Kawei den Ausflug zum Fuji streicht, weil der doch etwas zu weit weg ist. Stattdessen gibt es eine gemütliche Bootsfahrt durch die Tokio Bay und, am zweiten Tag, ziemlich anstrengende Fußmärsche durch die Stadt.

Wer Reiskuchen und andere Kalorienbomben probieren, Souvenirs, Kimono und Elektronik kaufen will, muss viel laufen. Durch das Asakusa-Viertel mit uralten Geschäften; durch Akihabara, wo an jeder Ecke Kameras, Computer und Smartphones verkauft werden; vielleicht auch durch Hasajuku, wo Japans Teenies shoppen, in merkwürdige Maid-Cafés gehen und nach Manga-Figuren und -heftchen stöbern.

Essen in Tokio? Da gibt's nur ein Auswahlproblem: Welches der 150 000 Restaurants soll's denn sein? Ein sündhaft teures nach altjapanischer Art, oder eines, wo ein gutes Sushi gerade mal sieben Euro kostet? Wir denken an unsere Geldbeutel und machen es billig. Außerdem haben wir Sushi damit ebenso abgehakt wie Tenno, Kimono und Hightech à la Sony.

Den Shinkansen, Japans superschnellen und superpünktlichen Hochgeschwindigkeitszug, schaffen wir am dritten Tag auf der zweieinhalbstündigen Fahrt nach Kyoto. 1000 Jahre lang war es die Hauptstadt des alten Reiches – romantisch, ruhig und wunderschön bis heute. Wolkenkratzer wird man nicht finden, dafür Tausende Kirschbäume und Scharen von Affen im nahen Sagano-Tal und viele verträumte, mystische Orte. Sage und schreibe 1600 Tempel und 400 Shinto-Schreine, die zum Meditieren und Beten einladen – zu hochspezialisierten Göttern, die mal für volles Haar oder den richtigen Ehepartner, mal für schulischen oder geschäftlichen Erfolg zuständig sind.

Weil alle Götter Sake mögen, rollen Bittsteller hunderte davon in die Schreine, die mitunter dem Ausliefe-rungslager einer Brauerei gleichen. Touristen sollten das Reisgetränk mit einem Alkoholgehalt um die 20 Prozent unbedingt, aber mit Vorsicht probieren – am besten in einem Traditionshaus wie dem Hanaka-Hotel, das altjapanische Gastlichkeit pflegt und gern auch zum Geisha-Diner einlädt.

Spätestes dort lernt der Besucher, dass nicht jede Japanerin, die wie eine Geisha aussieht, wirklich eine Geisha ist. Die Damen vom ältesten Gewerbe der Welt jedenfalls sind keine; die weiß geschminkten Mädchen, die sich in den Straßen von Kyoto fotografieren lassen, meistens auch (noch) nicht. Es sind Maikos, eine Art Geisha-Azubis, die in jahrelangem Studium in die Kunst der Unterhaltung mit Musik, Tanz und Gesang eingeführt werden. „Schöne Blumen, die man betrachten, aber nicht anfassen darf“, sagt Hotelchef Hanaka. Was auch für die fertigen Geishas gilt, die hoch geachtet und noch höher bezahlt sind.

So oder so: Sake und Geisha hätten wir jetzt auch hinter uns, als letztes Reiseziel steht Osaka auf dem Programm – eine Stadt, die sich wie kaum eine andere für einen Streifzug durch die Geschichte empfiehlt. Der beginnt in der alten Stadt mit ihren ehrwürdigen Theatern, Tempeln und der spektakulären Burg des Shogun Toyotomi; er geht weiter durch eine hypermoderne City mit ungezählten Shopping Malls und endet zwischen den Wolkenkratzern mit einem Härtetest: Einer Fahrt im gläsernen Außen-Aufzug des Umeda Sky Buildings hinauf auf 173 Meter. Wer problemlos nach unten schauen und den rasanten Aufstieg genießen kann, darf sicher sein, dass er schwindelfrei ist.

Wir kommen ohne flauen Magen zurück zur Erde, um am Abend gleich wieder abzuheben – im Jet Richtung Heimat. Fünf Tage Japan (natürlich viel zu wenig) sind vorbei, gesehen haben wir alles, was wir wollten. Sogar den Fujiyama: Irgendwo zwischen Tokio und Kyoto hat er von ganz weit her ganz kurz durch die Wolken in unseren Zug gespitzt – na also!

Weitere Informationen gibt es im Internet unter www.gotokyo.org/en — www.pref.kyoto.jp/visitkyoto/en und www.osaka-info.jp/en Ein Flug mit Turkish Airlines ab Nürnberg via Istanbul (zwei Verbindungen täglich) kostet hin und zurück ab 763 Euro.

# Erst blättern, dann buchen

## Die guten alten Reise-Kataloge sind immer noch ungemein beliebt

Die großen Reise-Veranstalter von Tui bis Thomas Cook machen den Großteil ihres Geschäfts noch nicht im Internet. Wir sprachen über die Zukunft der Reisekataloge mit Torsten Kirstges, Direktor des Instituts für innovative Tourismus- und Freizeitwirtschaft (ITF) an der Jade-Hochschule in Wilhelmshaven.

**Ist der Reisekatalog vom Aussterben bedroht?**

Nein, ich bleibe dabei, die Kataloge werden auch in den nächsten zehn Jahren nicht verschwinden. Es wird sicher einen Wandel geben, aber über einen langen Zeitraum hinweg. Ein drastisches Beispiel sind die Jugendreiseveranstalter: Selbst die drucken immer noch dicke Kataloge. Dabei ist das doch genau die Zielgruppe, die ständig im Internet unterwegs ist.

**Wie schätzen Sie das ein, wenn große Reiseunternehmen mit einem Veranstalter ins Internet gehen?**

Neben den Neugründungen im reinen Online-Geschäft kenne ich nur wenige größere Veranstalter, die den Schritt weg vom Katalog gewagt haben und damit erfolgreich waren. So wie Bucher Reisen. Der macht tatsächlich gar keine Kataloge mehr, hat aber auch sein Geschäftsmodell komplett verändert. Und es gibt ein paar andere, die das probiert haben und dann wieder zum Katalog zurückgekehrt sind. Sogar Tui wollte die Kataloge vor rund zwei Jahren kräftig abspecken und ist wieder zurückgerudert. Die meisten Großen bieten Online- und dynamische Varianten als sogenannte X- oder Indi-Marken zusätzlich zum Kataloggeschäft an.

**Warum ist der Abschied vom Katalog so schwer?**

Nach meiner Erfahrung gibt es gleich zwei Interessenten für Papier: den Endkunden und das Reisebüro. Die Expedienten wollen etwas haben, das sie ihren Kunden mitgeben können. Mit einem Katalog hat man einfach etwas Verbindendes in der Hand.

**Ist das nicht ein ziemlicher Aufwand?**

Die Kataloge haben eine riesige Auflage. Allein bei der DER Touristik sind es etliche Millionen. Das kostet und verbraucht Umwelt-Ressourcen. Aber das machen die Veranstalter ja nicht zum Spaß. Wenn es ginge, würden sie sicher darauf verzichten.

**Wie sieht der Reisekatalog der Zukunft aus?**

Er wird sich inhaltlich verändern und mehr die Funktion einer Imagebroschüre bekommen. Man nutzt ihn dann als Appetitanreger für den Reisehunger und für die Grundinformationen etwa über Reiseziele und die Hotels. Dafür ist er auch ideal. Sich schneller verändernde Daten wie Preise ruft man eher online ab.

ANDREAS HEIMANN