vinetur

Japanische Sake-Exporte steigen um 80 %, da die gehobene Gastronomie weltweit das traditionelle Gebräu zu schätzen weiß

Sommeliers aus über 40.000 Lokalen bieten inzwischen Sake an, wobei Restaurants mit Michelin-Sternen in Frankreich und Asien den Trend anführen.

Donnerstag, 20. November 2025



Der japanische Sake gewinnt in der Welt der gehobenen Gastronomie an Bedeutung, da Sommeliers auf der ganzen Welt ein wachsendes Interesse an dem traditionellen Getränk zeigen. In diesem Herbst veranstaltete die Japan Sake and Shochu Makers Association (JSS) im Rahmen des Wettbewerbs "ASI Best Sommelier of Asia & Pacific 2025" in Kuala Lumpur, Malaysia, eine Meisterklasse über Sake. Die Veranstaltung, an der Teilnehmer aus vielen Ländern teilnahmen, machte deutlich, dass Sake in der gehobenen Gastronomie immer mehr an Bedeutung gewinnt.

William Wouters, Präsident der Association de la Sommellerie Internationale (ASI), die weltweit mehr als 40.000 Sommeliers vertritt, stellte fest, dass die Präsenz von Sake auf den Speisekarten der gehobenen Gastronomie nicht mehr ungewöhnlich ist. Er führte die kontinuierliche Zusammenarbeit zwischen JSS und ASI darauf zurück, dass sich Sommeliers und ihre Gäste bei der Wahl von Sake neben Wein und Spirituosen sicherer fühlen.

Der Exportwert von japanischem Sake ist in den letzten fünf Jahren um etwa 80 Prozent gestiegen, wobei Nordamerika und China dieses Wachstum anführen. Seit der Gründung einer offiziellen Partnerschaft im Jahr 2022 arbeiten JSS und ASI zusammen,

um die Sake-Ausbildung international zu fördern. Ein Ergebnis ist ein auf den ASI-Standards basierendes Blindverkostungsraster für Sake, das es Sommeliers ermöglicht, Sake mit der gleichen Strenge wie Wein oder Spirituosen zu bewerten.

Reeze Choi, ein Sommelier aus Hongkong, der den Titel Bester Sommelier der Region Asien & Pazifik 2025 gewonnen hat, sagte, dass das Verständnis von Sake für Fachleute in seinem Bereich inzwischen unerlässlich ist. Er beschrieb Sake als mehr als nur ein Getränk und bezeichnete ihn als einen wichtigen Teil der japanischen Kultur.

Während des Meisterkurses in Kuala Lumpur erläuterte Sean Ou vom JSS Singapore Support Desk einige der Eigenschaften, die Sake auszeichnen. Er wies darauf hin, dass Sake eine hohe Konzentration von Aminosäuren enthält, was ihm einen tiefen Umami-Geschmack verleiht. Sein geringer Säuregehalt und das Fehlen von Tanninen machen ihn zu einem vielseitigen Begleiter für viele Arten von Speisen. Ou hob auch hervor, dass Sake ohne Schwefeldioxid oder Nitrite pasteurisiert wird, was gesundheitsbewusste Verbraucher anspricht.

JSS hat auch Programme wie die "Sake Study Tour for International Industry Influencers" ins Leben gerufen, bei der Sommeliers aus dem Ausland eingeladen werden, Brauereien in Japan zu besuchen und die lokale Kultur aus erster Hand zu erleben. Diese Bemühungen zielen darauf ab, das Verständnis und die Wertschätzung für Sake unter Branchenführern weltweit zu vertiefen.

Hiromi Iuchi, Senior Managerin in der Abteilung für Überseegeschäfte von JSS, erinnerte sich an ihre Erfahrung, als sie vor 15 Jahren Sake in New Yorker Restaurants einführte. Damals sei es schwierig gewesen, nicht-japanische Lokale dazu zu bewegen, Sake auf ihre Speisekarten zu setzen. Heute stellt sie fest, dass diese Hürde immer kleiner wird. In Frankreich servieren heute sechs von 31 Drei-Michelin-Sterne-Restaurants Sake - insgesamt etwa 20 Prozent.

Die Verbreitung von Sake geht immer weiter über japanische Restaurants hinaus. Im Burnt Ends in Singapur, das mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet ist, können die Gäste neben australischen Weinen aus 20 verschiedenen Sake-Sorten wählen. In Hongkong nimmt das L'Atelier de Joël Robuchon Sake in seine Weinkarte auf. Selbst in Ländern, in denen sich die Sommelier-Kultur noch entwickelt, wie etwa in Kenia, wächst

das Interesse. Wanjiru Mureithi, Präsidentin der Sommelier Association of Kenya, nahm an der Meisterklasse teil und äußerte sich begeistert darüber, ihr neues Wissen mit Kollegen in ihrer Heimat zu teilen.

Trotz des rückläufigen Alkoholkonsums in Japan selbst sieht Akira Koga, Geschäftsführer von JSS, Hoffnung in der weltweit steigenden Nachfrage nach Sake. Er glaubt, dass das internationale Interesse dazu beitragen könnte, auch den heimischen Markt wieder zu beleben.

Der JSS plant, seine Partnerschaft mit der ASI fortzusetzen, indem er Bildungsprogramme und den kulturellen Austausch rund um den Sake ausbaut. Der Verband hofft, dass diese Bemühungen das Verständnis und die Wertschätzung für japanischen Sake in der ganzen Welt weiter steigern werden.