

Tokio ist auf den ersten Blick eine Sci-Fi-Welt mit irrwitzig schnellem Tempo, bunt, westlich und laut. Schaut man genauer hin, entdeckt man eine andere, von traditionellen Werten geprägte Welt, die deutlich ruhiger und langsamer ist. Selbst wer andere asiatische Städte kennt, wird von der Innovationsstärke, der Servicekultur und der faszinierenden Fremdartigkeit Tokios überrascht sein. Zugleich findet man in dieser gigantischen Metropole einfach alles, was es zum Thema Food und Foodpräsentation in der Hospitality-Industrie zu entdecken gibt. Der Variantenreichtum japanischer Spezialitätenrestaurants ist ungeheuer groß. Das gilt für klassische Restaurants genauso wie für die boomenden Quick-Service- und Fast-Casual-Konzepte. Immer mehr Bäckerei-Konzepte bringen westliche Produkte durch fantastisches Design zu neuer Geltung. An Verkehrsknotenpunkten, wo Millionen Pendler durchgeschleust werden, blüht eine vielseitige Convenience- und Store-Kultur. Von reinen Automaten bis zu großzügigen Geschäften, die alles bieten, was die Kunden brauchen. Pierre Nierhaus führt vom 13. bis 16. November 2010 eine Trendtour durch die Wunderwelt der Tokioter Gastro-Szene. Der Preis beträgt pro Person im Doppelzimmer und bei Selbstanreise im 5-Sterne-Hotel Grand Hyatt Tokyo 1.390 Euro (zzgl. MwSt.), der EZ-Zuschlag beträgt 480 Euro (zzgl. MwSt.).

www.nierhaus.com



FOTO: ISTOCKPHOTO.COM