

## **Bananen wachsen nicht in Tokio, sind aber trotzdem ein Stadtsymbol**

In Tokio, wo Bananen nicht wachsen, sind sie dennoch zum Symbol der Stadt geworden. Entdecken Sie die faszinierende Geschichte hinter dem beliebten Souvenir Tokyo Banana und seiner kulturellen Bedeutung.



Man kann Tokio nicht besuchen, ohne die berühmten Tokyo Banana zu sehen. Diese hellgelben Verpackungen, die individuell verpackten, mundgerechten Kuchen gefüllt sind, sind mit Bildern der bekanntesten Sehenswürdigkeiten der Hauptstadt und manchmal auch mit beliebten japanischen Animationsfiguren verziert.

### **Tokyo Banana: Ein offizieller Snack der Hauptstadt**

Jährlich werden Hunderttausende von goldbänderverpackten

Tokyo Banana in den Verkehrs- und Touristengebieten der japanischen Hauptstadt verkauft und als offizieller Snack der Stadt beworben.

## **Eine Verbindung zum Herzen Tokios**

Aber was hat Tokyo Banana eigentlich mit Tokio zu tun, wo es keine Bananenbäume gibt? Im Gegensatz zu vielen japanischen Leckereien, die aus regionaltypischen Zutaten und Jahrhunderte alten Traditionen hergestellt werden (denken Sie an Udon-Nudeln, grünen Tee und Yuzu-Bonbons), wurde Tokyo Banana ausschließlich aus kapitalistischen Überlegungen geboren.

## **Die Entstehungsgeschichte von Tokyo Banana**

Im 20. Jahrhundert, als Tokio zur größten Stadt der Welt heranwuchs und internationalen Tourismus anlockte, fehlten den Bewohnern und Besuchern viele Traditionen, mit denen sie sich identifizieren konnten. Es gab kein herausragendes Lebensmittel oder Getränk, das einzigartig für Tokio war oder auf eine lange Geschichte zurückblicken konnte.

Im Vergleich dazu hat Kyoto, das von den 8. bis zum 19. Jahrhundert Japans Hauptstadt war, eine tief verwurzelte Kulinarikgeschichte: Ein Restaurant stellt bereits seit **1702** Soba-Nudeln aus lokal angepflanztem Buchweizen her. Japan beherbergt zudem **das älteste Hotel der Welt**, ein Kurort, der 705 eröffnet wurde.

## **Tokyo Banana und die Omiyage-Kultur**

Der japanische Snackhersteller GrapeStone erkannte diese Lücke und beschloss, ein Tokyo-zentriertes Produkt zu entwickeln, das als lokale Spezialität vermarktet werden konnte. „Tokio ist der Ort, an dem Menschen aus ganz Japan zusammenkommen und es für sie zur Heimat wird“, erklärt ein

Vertreter von GrapeStone gegenüber CNN.

„Wir wollten ein Souvenir für Tokio erfinden, das für alle Japaner vertraut und nostalgisch ist. Bananen gelten für ältere Menschen als Geschmack von hochwertigen Produkten oder importierten Waren. Für jüngere Menschen hingegen rufen sie lustige Erinnerungen an Schulausflüge wach.“

Das Ergebnis sind bananenförmige Leckereien, die außen fluffig und innen mit einer bananigen Creme gefüllt sind.

## **Geschenke aus Tokio für die Welt**

Tokyo Banana ist ein hervorragendes Beispiel für Omiyage, eine japanische Tradition, bei der Reisende Geschenke – meist essbare – für ihre Freunde, Familien und Kollegen mitbringen. Omiyage ist mehr als nur ein Souvenir; in Japan bringt man oft Leckereien oder Getränke mit, die schnell nach der Rückkehr konsumiert werden sollten.

Die Geschenke sind in der Regel Lebensmittel, die nur aus einer bestimmten Region stammen oder für deren besondere Qualität bekannt sind. Beispiele dafür sind Salz von den sonnigen Inseln Okinawas, traditioneller Matcha aus Kyoto oder Apfelleckereien aus der Präfektur Aomori im Norden Japans.

## **Eine internationale Sensation**

Obwohl Omiyage eine japanische Tradition ist, ist der größte Markt für Tokyo Banana ausländische Reisende, nicht Einheimische. Laut GrapeStone war dies Absicht: In den 1990er Jahren wurde dem Unternehmen Einzelhandelsplatz in Tokio angeboten, was zur Schaffung von Tokyo Banana führte.

Mit ihrer Tokyo-Marke und klaren englischen Produktnamen hat sich Tokyo Banana schnell mit der Stadt identifiziert. Jeff Lui, ein Kanadier, der in Japan lebt, glaubt, dass Tokyo Banana hervorragend auf internationale Touristen ausgerichtet ist.

„Man fühlt sich fast verpflichtet, dieses Omiyage für die Freunde zu Hause zu kaufen. Es ist eine Art zu sagen: ‚Hey, ich habe an dich gedacht, während ich dort war, und hier ist etwas, von dem ich weiß, dass du es nutzen wirst.‘“

## **Das virale Phänomen in sozialen Medien**

Auf sozialen Medien sieht die Sache anders aus. TikTok-Nutzer aus der ganzen Welt stürzen sich auf die Leckereien, sobald sie in Tokio ankommen. Manche zeigen die seltenen Geschmäcker, die sie ergattert haben, während andere Tipps geben, welche sie als Geschenke für die Familie mitbringen sollten. Wie der amerikanische Twinkie sind sie ebenso lustig zu zerdrücken wie zu essen.

Der TikTok-Review von Creator Eat With Adrian zu Tokyo Banana hat etwa 260.000 Aufrufe generiert, und Kommentatoren äußern, wie sehr sie sich wünschen, einige für sich selbst zu kaufen.

## **Die Geschmacksknospen auf Erkundungstour**

Obwohl Thompson, die seit rund acht Jahren in Japan lebt, zugeben muss, dass sie selbst keine große Freundin von Tokyo Banana ist, haben Freunde und Verwandte in ihrem Heimatland USA schon danach gefragt.

„Ich greife nicht wirklich zu Tokyo Banana. Mein persönlicher Lieblingsnack, wenn ich international reise, sind die Sugar Butter Sand Trees. Sie haben einen lustigen Namen, aber es handelt sich tatsächlich um einen leckeren Keks.“  
Zufälligerweise ist dieser Keks ebenfalls ein Produkt von Grapestone.

Lui stimmt zu, dass Tokyo Banana nicht unbedingt sein persönlicher Favorit ist, aber er sieht oft, dass Freunde bei ihrem

Besuch Fragen dazu haben. „Jedes Mal, wenn jemand aus Toronto nach Japan kommt, hören sie: ‚Oh, ich habe von diesem Tokyo Banana-Ding gehört und ein paar Packungen gekauft, um sie mit nach Hause zu nehmen.‘“ Auf seiner Website **Tokyo Chase** bewertet er andere japanische Snacks und versucht, die Leute in andere Richtungen zu lenken, besonders wenn sie wiederholt Japan besuchen und etwas Tieferes entdecken möchten.

## **Neue Geschmackserlebnisse von Tokyo Banana**

In den letzten Jahren hat sich Tokyo Banana bemüht, auch bei den Einheimischen beliebter zu werden. Grapestone bringt regelmäßig neue Geschmacksrichtungen wie Zitrone, Sakura oder Honig auf den Markt. Um Aufsehen zu erregen, sind bestimmte Produkte nur an einem bestimmten Verkaufsort erhältlich, wie zum Beispiel in ihrem Geschäft im schicken Ginza-Viertel.

Die Marke hat mit beliebten, einheimischen Figuren wie Pikachu, Chiikawa, **Hello Kitty** und **Doraemon** kooperiert. Außerdem gibt es auch einen Tokyo Banana-Geschmack von Kit Kat.

Im Jahr 2022 eröffnete Tokyo Banana einen Flagship-Store im Tokyo Station. Zur Feier dieses Ereignisses wurde ein herzhaftes Produkt getestet, eine Variante des beliebten japanischen Currybrots, gefüllt mit „Schweine- und Rindfleisch, das mit Zwiebeln, Sahne und Bananenpüree geschmort wurde.“

Grapestone gibt keine genauen Verkaufszahlen für das Jahr an, aber auf ihrer Website heißt es, dass Tokyo Banana das beliebteste Essenssouvenir in der japanischen Hauptstadt ist. Die Marke erklärt gegenüber CNN, dass man, wenn man alle Tokyo Bananas, die in einem Jahr verkauft wurden, auslegen würde, mit den kleinen Kuchen den Pazifischen Ozean von Tokio bis in die Vereinigten Staaten überqueren könnte. In der Regel reisen sie jedoch per Flugzeug.

*EDITOR'S NOTE: CNNs Soyon Nishioka hat zur Berichterstattung beigetragen.*

Details

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](https://www.die-nachrichten.at)**