

# Grüne Welle

Im SB-Markt um die Ecke, im großen Innenstadt-Kaufhaus, ja sogar in der Apotheke und bei Versandhausketten sind sie nicht wegzudenken: Nahrungsergänzungsmittel. Die so genannte Nutrition hat in den letzten Jahren einen regelrechten Hype ausgelöst bei Anbietern, Produzenten und Forschern. An einem Namen kommt da seit Jahren kaum einer vorbei: Hans-Wilhelm Müller-Wohlfahrt. Der Ausnahme-Mediziner ist einer der prominentesten Vertreter der Nutrition-Welle. Und damit schwimmt er vorneweg. Vor einem ständig gefütterten Trend in der Bevölkerung, der eine ebenso wachsende Nachfrage mit sich bringt. Jeder will gesund bleiben, jeder will das Gefühl haben, es außer durch Bewegung auch durch eine bewusste und gesunde Nahrungsaufnahme tun zu können.



Hans-Wilhelm Müller-Wohlfahrt mit Ehefrau Karin bei der Trachten-gala am Rande des Laureus Charity Golfturnier im Bayerischen Hof.

VON CHRISTIANE NEUENDORFF

**N**ahrungsergänzung ist da ein regelrechter Heilbringer, weil wir als Normalo eben nicht tun, was uns die Mediziner vom Kindergarten an lehren zu tun: viel Gemüse und Obst essen. Auch die Weltgesundheitsorganisation predigt es immer und immer wieder. Ballaststoffreiche Ernährung und Nahrung mit frischen Vitalstoffen. Her damit! Und zwar am besten in fünf bis sieben Portionen über den

ganzen Tag verteilt. Dazu wenig „schlechtes“ und wenn überhaupt, nur „gutes“ Cholesterin, also weg mit dem Doppelrahmstufen-Käse und der triefenden Bratenscheibe. Die Realität sieht anders aus – und zwar ganz anders: Statt Grünfutter ist es eben doch oft der Doppel-Hamburger oder der Energydrink mit einem Aufputzmittel. Oder ein Extra-Kaffee. Und noch einer. Das macht uns irgendwann sauer. Buchstäblich.

### Da zum Beispiel kommt eine Produktgruppe der Nahrungsergänzung ins Spiel:

Säure-Base-Regulatoren sollen das chemische Gleichgewicht in unserer komplexen Körperchemie wiederherstellen. Infolge dessen sind auch sie gefragte Artikel im Einkaufskorb. Wie die so genannten Antioxidantien – Stoffkombinationen, die gegen die Freien Radikale in unseren Zellen kämpfen. Die Radikale sorgen, kurz gesagt, für unser Altern. Je mehr Radikale, je schneller altern wir, werden wir krank, erholen uns immer langsamer und schlechter. Warum heute Nahrungsergänzung jedem begegnet, ist klar. Wir leben schneller, hektischer. Im Zweifel bietet der Supermarkt heute mehr Vier-Minuten-Fertigsuppen und Gefrierfutter an als Frischobst. Keiner hat mehr Zeit für eine vernünftige Ernährung. Eben weil er weiß, wie viel Arbeit Mutti früher immer in die unerreicht leckere Gemüsesuppe gesteckt hat.

Es ist natürlich kein Zufall, dass die Industrie solche Phänomene für sich nutzt. Zumal dann, wenn es kein Problem ist, bekannte Fürsprecher zu finden. Dass beispielsweise mit Dr. Hans-Wilhelm Müller-Wohlfahrt einer der bekanntesten Sportmediziner Deutschlands nicht nur das fast schon erwartbare Buch „Mensch, beweg Dich!“ geschrieben hat, sondern gerade auch im Bereich Säure-Basen-Verhältnis als Autor aufgetreten ist, ließ die Branche natürlich aufhorchen.

**Müller-Wohlfahrt**, der 1942 geborene Pastorensohn und studierte Arzt, hält lange schon seine Hände über die Muskeln und Knochen der deutschen Nationalkicker und heilt die Haxen der Bayern-München-Profis. Seinem Wort schenkt man Glauben. Denn er hat manchen, schon zum Sportinvaliden kaputtgeschriebenen Fußballer, wieder aufs Grün schicken können. Er hatte seine Finger bei der sensiblen „Wade der Nation“ von Elf-Chef Michael Ballack im Spiel. Auf so einen vertraut man! Er steht oft bis in die Nacht in seiner Münchener Praxis, lässt seine von vielen als „magisch“ verehrten Hände ihr Werk tun. Er lebt seine Ansprüche, stellt sein phänomenales Wissen bereitwillig zur Verfügung, steht für seine Überzeugung als Arzt. Mal abgesehen davon, sieht er für sein Alter blendend aus und ist beneidenswert fit.

**Überdies ist „Mull“**, wie ihn die Jungs aus der DFB-Edelelf liebevoll mit Spitznamen nennen, nicht nur auf das „Eckige fürs Runde“ fixiert. Er treibt selber seit jeher Sport. Früher schon fuhr er den Weg vom Heimatort zur 15 Kilometer entfernten Schule mit dem Rad. Er läuft auch. Er kennt viele Sportarten aus eigener Anwendung, betrachtet sie aus dem Blickwinkel des Orthopäden ebenso wie aus dem des Sporttreibenden selbst. So vereinigt er in seinen Büchern profundes Medizin-Wissen mit der subjektiven Sichtweise des Freizeitsportlers, gleicht Wunschvorstellungen und Empfehlenswertes miteinander ab. Vor allem aber, da sind sich alle einig, die schon mal ein „MW“-Buch gelesen haben: Er schreibt, wie es jeder versteht.

Keine Monstersätze aus Fachlatein, die den Laien mehr aufregen als aufklären. Kein abgehobenes „Ich weiß es und du nicht!“ Müller-Wohlfahrt ist mit dem Otto Normalverbraucher auf Augenhöhe. Das gehört bei ihm ohne Risiko zu den Nebenwirkungen. Er ist mehr der Volksautor unter den Medizinratgebern. Wenn er einem erklärt, warum der Muskelkater da ist, dann versteht man's auch. Müller-Wohlfahrt ist einer mit Nähe zum Patienten. Das sichert ihm auch unter seinen teuren Patienten-Profis dauerhafte Sympathien. Es kommt für einen behandelnden Arzt auf die Fähigkeit an, sich auch auf jeden einlassen zu wollen. Die gegenteilige Erfahrung hat vielleicht jeder von uns schon mal gemacht, wenn er am Wochenende mit dem gezerrten Muskel vom Joggen in die chirurgische Ambulanz musste und vor lauter Mediziner-Kauderwelsch vom jungen, übermüdeten Arzt im Praktikum nur Bahnhof verstanden hat.

**Wenn so ein** gestandener Mann wie der Star-Doc Müller-Wohlfahrt sagt, dass Nutrition wirkt, dann wirkt das – auch auf die Branche. Es hat den Herstellern einen regelrecht raketenartigen Schub gegeben, inspiriert sie zu neuen Produkten, ganzen Produktlinien. Produzenten und Anbieter verzeichnen enorme Umsatzsteigerungen. In Zeiten, in denen viele Arbeitgeber immer mehr Jobs streichen, die Arbeit für die Verbleibenden aber eher mehr statt weniger wird, ist es nicht nur mehr einfach schick, auf seine Leistungsfähigkeit zu achten, es wird im eigenen Interesse immer wichtiger. Der Markt wird also immer umkämpfter. Die Leute kaufen die Präparate. Jeden Tag mehr.

**Im Network spielt Nahrungsergänzung** deshalb inzwischen eine bedeutende Rolle. Eine ganze Reihe

von Herstellern ist mit umfangreichen Paletten von Präparaten am Markt. **Life Plus etwa. Das 1992 von Apotheker Robert Lemon gegründete Unternehmen mit Sitz in Batesville im Bundesstaat Arkansas, hat seine Europa-Niederlassung im englischen St. Neots und beliefert seit 1999 auch Deutschland. Robert „Bob“ Lemon, der heutige President von Life Plus International, steht an der Spitze eines Unternehmens, das sich der Verbreitung gesundheitsförderlicher, naturnaher Produkte verschrieben hat. Life Plus bietet verschiedene, modular aufgebaute Programme, die gemeinsam den mit dem Endkunden ausgeloteten Bedarf abdecken. Der Kunde kann aber natürlich, sollte er beispielsweise für den Bereich Antioxidantien sensibilisiert sein, auch ganz gezielt bedient werden. In diesem Fall etwa Proanthhenols, ein OPC der Premium-Variante, das mit Vitamin C, Quercitin, Rutin und Hesperidin zusätzlich angereichert ist.**

Ganz abgesehen von dem Effekt, den eine so prominente Fürsprache im Bereich Nutrition hat, dienen Bücher, wie die von Müller-Wohlfahrt (bei LR hat er

DIE GLAUBWÜRDIGKEIT DESSEN,  
WOFÜR DIE BEKANNTEN UNSERER WELT  
STEHEN, STEHT FÜR SICH UND MUSS  
NICHT ERST BEWIESEN WERDEN.

eines über die Säure-Base-Thematik veröffentlicht), den Beratern als eine Art Leitfaden. Sie verwenden die darin behandelten Erkenntnisse für die ganz alltägliche Arbeit, ziehen Informationen für die Kundengespräche daraus. Die darin gewählte Sprache wird so zum idealen Handwerkszeug, weil komplizierte Sachverhalte nicht erst umständlich aufgedröselnt werden müssen, sondern Information in kapierebaren Häppchen verpackt ist. Das kann so an den Kunden weitergereicht werden: Was Hunderttausende Leser schon begriffen haben, kann nicht so schwer zu verstehen sein. Obwohl selbst skeptische Kunden niemals sagen werden, dass ihre Gesundheit ihnen egal ist, müssen sie einem Berater natürlich nichts abnehmen. Wenn der aber den Promi für sich sprechen lassen kann, hat die Aussage über ein Produkt gleich ein ganz anderes Gewicht. Das ist bei anderen Waren nichts anderes – und ein millionenfach bewährter Marketing-Mechanismus. Denn wie immer ist der Name von Prominenten bei der Vermarktung neuer Produkte in einem gerade fragten Segment ein echter Verkaufsturbo. Die Glaubwürdigkeit dessen, wofür die Bekannten unserer Welt stehen, steht für sich und muss nicht erst bewiesen werden. Das haben sie selbst durch ihre bisherige Lebensleistung und ihre besonderen Fähigkeiten, mit denen sie verbunden werden, schon getan. Im Falle Müller-Wohlfahrt ist es die sportmedizinische Expertise. Und die Tatsache, dass dieser Mann einfach einer der ganz großen Wissens- und Sympathieträger dieser Nation ist. Und das nicht nur unter Fußballverrückten. ✓