

Mc Schuhbeck leistet sich dicken Klops

Selbsterfleischung: Ein Bayer wirbt für Hamburger

Schuhbeck ist auf dem besten Weg der neue Lafer zu werden. Seit Tagen wirbt er in Fernsehen und Radio gemeinsam mit Fußballspezi Uli Hoeneß für McDonalds neuen Hüttenzauber. Christian Buggisch fühlt sich von Alfons Schuhbeck genervt, hier klopft er Schuhbeck platt.

Ich habe ein Radio-Interview mit Sterne-Koch Alfons Schuhbeck gehört – und bevor mein Blutdruck beunruhigende Höhen erreicht, lasse mal schnell Dampf ab. Ich gebe zu, bisher habe ich Herrn Schuhbeck eher peripher wahrgenommen. Ein kochender Gute-Laune-Lausbub halt, ein Gschaftlhuber, wie man in Bayern sagt, umtriebig, clever, bodenständig. Ich vermute, er kann recht gut kochen, sonst hätte er wohl keinen Michelin-Stern, keine drei Hauben von Gault Millau und keine vier Kochlöffel vom Aral Schlemmer Atlas. Leider bleibt Koch Schuhbeck ebenso wenig bei seinen Kochlöffeln wie mancher Schuster bei seinen Leisten, sondern fühlt sich dazu berufen, Gesundheit zu predigen. Und was er da von sich gibt, ist zum Teil so erstaunlich unsinnig, dass ich mich erst gewundert, dann aber massiv darüber geärgert habe, dass ihm der öffentlich-rechtliche (also von mir finanzierte) Rundfunk eine Bühne bietet.



Alfons Schuhbeck (l.) und
Uli Hoeneß

Nur zwei Beispiele aus dem Bayern3-Interview mit ihm.

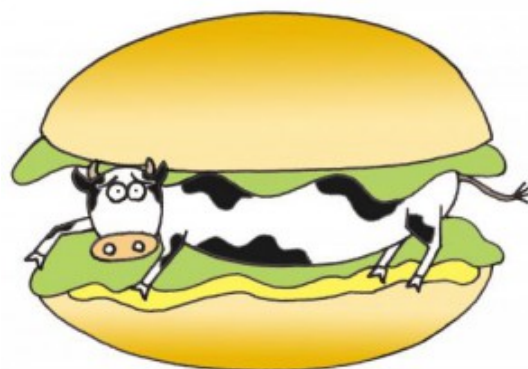
Schuhbeck zum Moderator: Du machst das eh gut, weil du trinkst am Tag einen Liter Tee. So, und wennst jetzt a paar Gewürze reingibst, dann hast du das, was du brauchst. Du entgiftest und entslackst. Aber wenn du deine ganzen Schlackstoffe nicht rausbringst aus dem Körper, dann explodiert der ganze Mist natürlich und dann atmest noch den ganzen Mist ein und dann brauchst dich nicht wundern, wenn du krank bist.

Inzwischen sollte sich herumgesprochen haben, dass das einzige, was man gelegentlich entslacken muss, alte Kohleöfen sind. Aber nicht mal die explodieren so ohne Weiteres. Das Entgiften und Entslacken ist pseudomedizinischer Ayurveda-Voodoo-Unsinn, der mit der Wirklichkeit ungefähr so viel zu tun hat wie Astrologie mit Astrophysik – nämlich [gar nichts](#).

Moderator: Die magische Wirkung des Schwarzkümmels, wie soll ich den einnehmen, kann ich den tatsächlich auch zerstoßen und in ein Taschentuch reinmachen und dran schnaufen? – Schuhbeck: Also Schwarzkümmel, den nennt man auch das Aspirin des Altertums, weil der schmerzlindernd ist und abschwellend ist (...), und der stärkt, da sind wir wieder beim Thema, das Immunsystem.

In Wahrheit weiß kein Mensch, ob Schwarzkümmel wirkt oder nicht wirkt oder völlig egal ist: „Moderne kontrollierte klinische Studien fehlen weitgehend. Es liegen lediglich Erfahrungsberichte und Beobachtungsstudien vor.“ Schwarzkümmel ist schlicht eines von vielen „jahrtausende alten Heilmitteln aus dem Orient“, an die man gerne glauben darf, aber niemand möge bitte wie Schuhbeck den Eindruck erwecken, es gebe eine nachweisbare Wirkung im Sinne einer evidenzbasierten Medizin (und nicht im Sinne von Es-gibt-mehr-Dinge-zwischen-Himmel-und-Erde-Hokuspokus).

Das grenzt nicht nur an, das ist Volksverdummung. Aber das ficht Schuhbeck nicht an. Er verbreitet munter sein ökotrophologisches Halb- und Unwissen mit der Autorität eines Sternekochs. Seine wichtigste Botschaft aber lautet:



Wenn du dich übers Jahr nicht ausgewogen ernährst, dann kannst net in drei Minuten deine Missstände wieder gutmachen, und wie soll denn ein Arzt, wenn einer das ganze Jahr seinem Körper den Mist gibt, und dann soll der Arzt ihn in zwei Minuten reparieren, so geht's doch net.

Um ausgewogene Ernährung geht es ihm also. Doch zu viel Gesundheit muss wohl auch nicht sein. Auf allen Sendern ist Alfons Schuhbeck derzeit mit Werbespots für die „Hüttengaudi“ von McDonalds zu sehen. Auch das ist irgendwie nett, kumpelhaft, lausbübisch, wie er da zusammen mit seinem Spezl Uli Hoeneß rumalbert und den „Big Rösti“ und anderes mehr anpreist.

Ich habe nichts gegen Mc Donalds (und bin da selten, aber doch gelegentlich mal anzutreffen). Aber ich habe etwas gegen Scheinheiligkeit, mit der mancher Sterne-Koch Gesundheit predigt und das Gegenteil verkauft. Den Werbe-Strategen von

McDonalds kann man nur gratulieren: Die Marke Alfons Schuhbeck (gesundheitsbewusster Spitzen-Koch) lädt die Marke McDonalds positiv auf. Oder banaler gesagt: Mehr Menschen gehen mit weniger schlechtem Gewissen zur Fast Food-Kette, denn wenn der Schuhbeck dafür wirbt, kann's ja nicht so schlecht sein.

Versalzene Fett-Bomben, empfohlen vom Sterne-Koch



Aber vielleicht ist das ja wirklich gar nicht so schlecht? Gut, angenommen, eines meiner Kinder fühlt sich von der gaudihaften Werbung so angesprochen, dass es mich dazu überredet, auf den Spuren Schuhbecks wandelnd zu McDonalds zu gehen und ein kleines Mittagessen zu bestellen. Wir nehmen ... mal sehen ... einen Big Rösti (für den Schuhbeck auf der „Hütengaudi“-Webseite wirbt), eine mittlere Portion Pommes, eine mittlere Cola (die Schuhbeck im Spot werbewirksam in die Kamera hält) und zum Nachtisch einen McFlurry.

Damit haben wir (wie man auf der McDonalds-Homepage selbst nachrechnen kann, da sind die wirklich vorbildlich ...) schlagartig 116% des Kalorien-Tagesbedarfs meines Kindes abgedeckt, 145% des Fett-Bedarfs und 140% des Salz-Bedarfs. Die gestrichelte Linie im Bild dort zeigt übrigens mehr oder weniger die empfohlene Menge an, nämlich rund 33% des Tagesbedarfs – schließlich handelt es sich ja nur um eine von üblicherweise drei Mahlzeiten am Tag. Aber selbst wenn mein Kind morgens und abends zum Ausgleich fastet, wird es also zwangsläufig zunehmen und irgendwann zu jener Mehrheit der deutschen Bevölkerung gehören, die übergewichtig ist. Und mindestens ebenso ärgerlich: Es wird Fast Food für brauchbare Ernährung halten und sich wenig oder gar nicht für all das interessieren, was Essen wirklich interessant und genussvoll macht und was einem beispielsweise die [Slow Food-Bewegung](#) erschließt.

Mogelprodukte von Alfons Schubeck

Aber was rege ich mich auf, das ganze Thema ist nicht neu. Schon vor zwei Jahren hat [Foodwatch](#) Schuhbeck wegen seiner Dosensuppen kritisiert:

„Sternekoch Alfons Schuhbeck ist sich nicht zu schade, den Leuten zu horrenden Preisen Wasser in Dosen zu verkaufen. In seinen Kochbüchern singt er das Hohelied der frischen Zutaten, dann nutzt er das Vertrauen der Menschen in ihn schamlos aus und dreht ihnen Mogelprodukte an.“ Darin ist er sich zumindest treu geblieben.



Christian Buggisch, Buchautor und Lektor, betreibt einen lesenswerten Blog, der sich mit den unterschiedlichsten sozialen und gesellschaftlichen Themen beschäftigt:
www.buggisch.com

Das vollständige Gespräch mit Alfons Schuhbeck kann man übrigens als [Podcast beim Bayerischen Rundfunk](#) hören.