



**Bundesverband für
Gesundheitsberater e.V.**

Newsletter 2018/2

Liebe Leserin, lieber Leser,

wir freuen uns, Ihnen heute unseren aktuellen „Sommer-Newsletter“ zu präsentieren.

In Hessen haben die Sommerferien begonnen und das Wetter zeigt sich bereits von einer sehr hochsommerlichen Seite.

Wir wünschen Ihnen viel Spass beim Lesen dieser Sommerausgabe und eine schöne Sommerzeit.

Wenn Sie selbst Artikel oder Berichte beisteuern möchten, freuen wir uns auf Ihre Nachricht unter kontakt@bundesverband-gesundheitsberater.de.



PORTRAIT PETRA GÄNSSINGER

In der letzten Ausgabe unseres Newsletters haben wir mit einer Portraitsreihe über Mitglieder des BVGB e.V. gestartet. Heute bedanken wir uns bei Petra Gänßinger, Ganzheitliche Gesundheitsberaterin (IHK), dass sie uns einige Fragen beantwortet hat und sich in diesem Portrait vorstellt.



BVGB e.V.: Petra, was war dein persönlicher Beweggrund für deine heutige Tätigkeit als Ganzheitliche Gesundheitsberaterin (IHK)?

Petra Gänßinger:... wenn ich es mir recht überlege, hat sich das - folgerichtig - entwickelt. Ich war seit 1978 in einem sehr großen Unternehmen beschäftigt und habe schon in den 80ern den "Schubs" bekommen, mich der Menschen und ihrer Entwicklung anzunehmen - als "Lehrbeamtin" habe ich meinen Faible dafür entdeckt, das Potenzial der Auszubildenden und Erwachsenen "herauszukitzeln" und ihnen zu helfen, auf ihren persönlichen Weg zu kommen.

Es folgten viele Jahre u.a. in der Organisation und Personalwirtschaft, dem Vertrieb, in vielfältigen Führungsaufgaben - der einzelne Mensch blieb bei allen Herausforderungen immer das Wichtigste. Seine Motivation - sein Commitment, seine Gesundheit!

Egal, wie groß oder klein Unternehmen sind - ohne den Einzelnen läuft nichts. Es gilt, sich des Themas Gesundheit und Wohlbefinden mit höchster Priorität zu widmen.

Das führt mich auch zum Beweggrund meiner heutigen Tätigkeit – insbesondere durch die Zeit im (Top-/Qualitäts-)Management bin ich vertraut mit (kostenintensiven) Einflussfaktoren aller Art und (auch) gruppendynamischen Prozessen. Ich freue mich, mein Wissen und meine Erfahrung heute als Ganzheitliche Gesundheitsberaterin (IHK) und Mentaltrainerin in der Einzelberatung/ im persönlichen Coaching, aber auch und gerade im Betrieblichen Gesundheitsmanagement für Firmen einbringen zu können.

Ein weiterer Beweggrund für mich:

Meine Berufung für die "zweite Lebenshälfte" leben zu können - d.h. die Weichen dafür jetzt zu stellen. Ich möchte im Rentenalter nicht in das berühmte "Loch fallen".

BVGB e.V.: Gibt es in der Umsetzung deiner Erfahrung, bzw. Idee einen erkennbaren "Roten Faden"?

Petra Gänßinger: Für mich besteht der "Rote Faden" darin, gewohnt strukturiert und in Ruhe vorzugehen.

Am Anfang steht daher das Gespräch - in der Einzelberatung die Anamnese, eine fundierte Analyse. Darauf aufbauend führe ich eine Beratung bis hin zur Potenzialanalyse und Begleitung auf einem neuen Weg durch (Coaching, Mentaltraining/ positive Verstärkung). Je nach Thema arbeite ich mit innovativen Produkten, z.B. zur Stoffwechselfgesundheit und zur Gewichtskorrektur, Lösung von Allergien und Antriebsschwächen.

Bei der Anfrage nach Vorträgen oder Seminaren (worüber ich mich besonders freue) starte ich mit dem genauen Erfragen der inhaltlichen Wünsche und des gemeinsamen Verständnisses für die Ausgestaltung.

Selbstverständlich ist beim Betrieblichen Gesundheitsmanagement ein ausführliches Gespräch mit der Geschäftsleitung bzw. dem Personalmanagement zum Einstieg von größter Bedeutung.

In jeglicher Hinsicht wird überlegt und kundenorientiert agiert - darauf stimme ich die Methode, eventuelle Vorgehensvorschläge oder auch Produktempfehlungen ab - und bei Bedarf auch das Einbeziehen von Kooperationspartnern.

Grundlage ist dabei stets das engagierte Vernetzen - Vertrauen und ein darauf basierendes Empfehlungsmarketing sind in der heutigen Zeit für mich besonders wichtig (bei Interesse auch hierzu gerne mehr). Denn beim Roten Faden darf auch ein konsequenter Vermögensaufbau nicht fehlen. Zur Gesundheit und zum Wohlbefinden gehört ein gewisser Wohlstand einfach dazu.

BVGB e.V.: Welchen Menschen möchtest du durch deine Arbeit mit Rat und Tat zur Seite stehen?

Petra Gänßinger: Ich helfe Firmeneinhabern/ kleinen und großen Firmen dabei, Mitarbeitercommitment zu erreichen, damit der Gesundheitszustand steigt, die Mitarbeiter sich in der Firma wohlfühlen und wieder Höchstleistung erbringen können. Die Kosten eines hohen Krankenstandes sind enorm - die gilt es konsequent zu senken, was wiederum den Gewinn des Unternehmens steigert. Die Wettbewerbsfähigkeit wird erhöht. Ich fühle meinen Schwerpunkt nach meiner bisherigen Berufserfahrung im "BGM" und möchte mich da stärker einbringen.

Parallel sehe ich meine Zielgruppe bei - eigenverantwortlich handelnden - Privatkundinnen und - kunden, die für ihre persönliche Gesundheit etwas tun möchten - ihr Leben zum besseren verändern, in jeder Hinsicht.

Gerne bringe ich einen Benefit für das Leben der Menschen, die ich begleite - damit sie sich um ihre wirklich wichtigen Belange kümmern können, (wieder) aktiver und erfolgreicher werden sowie ihre eigenen Ziele und Wünsche besser erreichen können.

Mein gesamtes Thema ist die Potenzialnutzung, "make life better" und insbesondere das Thema Change Management und Gesundheit.

Bei gemeinsamem Verständnis freue ich mich, die Themen gemeinsam in Richtung Network-Marketing weiter zu verfolgen.

BVGB e.V.: Wie sieht dein beruflicher Ausblick aus? Welche Ziele verfolgst du mit deiner Arbeit? Und wie lässt sich dieses in die Praxis umsetzen?

Petra Gänßinger: Mein beruflicher Ausblick ergibt sich aus den geschilderten Facetten - nach und nach Reduzierung meiner noch hauptberuflichen Tätigkeit mit Blick auf ein kommendes Rentenalter, Einsatz für meine Kundinnen und Kunden, Partnerinnen und Partner und natürlich auch für mich für langanhaltende Gesundheit und für Wohlbefinden. Neben dem genannten Ziel, das Leben besser zu machen, verfolge ich damit auch das Ziel von Freiheit und Unabhängigkeit im Alter, um noch viele Jahre gut leben zu können. Dazu gehören auch Freiräume für mich, Unternehmungen und Reisen.

Mit der nötigen Leidenschaft, Einsatz, Begeisterung und einem gut funktionierenden ganzheitlichen Ansatz und natürlich auch Disziplin und Zeitmanagement lässt sich das schon jetzt in die Praxis umsetzen.

Ich setze jeden Tag meine Prioritäten und habe gelernt, flexibel zu bleiben. Und das wichtigste und schönste dabei: dieses Ziel verfolge ich nicht nur für mich, sondern freue mich, wenn ich die Menschen um mich herum unterstützen kann, denselben Weg nach ihrem Geschmack und Bedarf zu finden und zu realisieren.

BVGB e.V.: Liebe Petra, zum Abschluss des Portraits über dich würden wir uns freuen, wenn du etwas "frei" schreiben könntest. Etwas was Dich in Deiner Arbeit begleitet, berührt, verändert, ärgert...wie auch immer.

Petra Gänßinger: Ich denke, ich habe bereits "frei" geschrieben. Es gibt aber noch etwas, was mich begleitet, berührt (zum Thema „ärgern“ verweise ich gerne auf einen Video-Beitrag von Vera Birkenbihl – 60 Sekunden lächeln wirkt Wunder).

In Vertrieb und Management wird viel gearbeitet - und i.d.R. leistungsgerecht bezahlt.

Im Bereich der Gesundheitsberatung treffe ich viele Menschen, die ebenso hart oder gar noch härter arbeiten - aber Schwierigkeiten damit haben, eine leistungsgerechte Bezahlung anzunehmen.

In einer recht großen Runde mit Menschen des Gesundheitssektors habe ich letzts zu 90 % Menschen getroffen, die von ihrem Beruf nicht leben könnten und mindestens 1 Zweitjob oder einen Mitverdiener (oder sogar „Ernährer“) haben.

Mir begegnen da sehr viele hinderliche "Glaubenssätze". Oft ist sogar seitens der Bevölkerung die Denke vorhanden, eine Beratung oder ein Vortrag seien doch grundsätzlich kostenfrei. Hier darf sich noch einiges zum Positiven entwickeln - und Themen wie "Empfehlungsmarketing" und "Geld verdienen" dürfen leicht und selbstverständlich positiv bewertet werden.

Wir alle tun etwas Gutes und engagieren uns enorm - dafür ist es selbstverständlich, dass damit auch ein gutes Leben verbunden ist.

BVGB e.V.: Liebe Petra, vielen Dank für dieses ausführliche Gespräch!

Unsere Gesprächspartnerin war:

Petra Gänßinger

Gesund & mehr
Gesundheitsberaterin (IHK)
ganzheitliche Gesundheit
Am Schaffhügel 32
67307 Göllheim
www.petra-gaenssinger.de



UNTERHALTSANSPRÜCHE IN DER FAMILIE

a. Haben volljährige Kinder einen Anspruch auf Unterhalt?

Mit Erreichen der Volljährigkeit, regelmäßig also mit 18 Jahren, stehen die meisten Kinder finanziell noch nicht auf eigenen Beinen, sodass sich die Frage stellt, inwieweit volljährige Kinder einen Anspruch auf Kindesunterhalt gegen ihre Eltern haben.

Auch für die Eltern ist diese Frage interessant.

Als Grundsatz gilt: Eltern müssen ihren volljährigen Kindern regelmäßig so lange Unterhalt zahlen, bis diese eine erste berufliche Ausbildung oder ein Studium erfolgreich abgeschlossen haben. Der Kindesunterhalt endet dementsprechend nicht mit Eintritt in die Volljährigkeit.

Ob während einer zweiten, sich anschließenden Ausbildung weiterhin Volljährigenunterhalt der Eltern geschuldet ist, ist im Einzelfall zu überprüfen – in wenigen Einzelfällen ist über die erste Ausbildung hinaus auch noch weiterhin Unterhalt an das volljährige Kind zu zahlen.

Wie viel Vater und Mutter zahlen müssen, ergibt sich auch beim Volljährigenunterhalt aus der sogenannten Düsseldorfer Tabelle, sofern das Kind noch bei einem Elternteil wohnt. Verdient das volljährige Kind neben der Schule oder dem Studium regelmäßig selbst etwas dazu, müssen die Eltern weniger oder sogar keinen Unterhalt mehr zahlen.

Als eigenes Einkommen des Kindes zählen auch Stipendien, BAföG und Kindergeld. Ist nach Abschluss der Schule zunächst eine größere Reise oder eine Tätigkeit wie beispielsweise als Au-Pair im Ausland geplant, gibt es grundsätzlich keinen Anspruch auf Volljährigenunterhalt für das Kind. Der Anspruch ist insofern an den Beginn einer beruflichen Ausbildung oder die Aufnahme eines Studiums gebunden.

Zahlen unterhaltspflichtige Eltern ihren volljährigen Kindern keinen Unterhalt, kann von diesen beim zuständigen Amt für Ausbildungsförderung, dem BAföG-Amt, ein Antrag auf Vorausleitung gestellt werden.

Das BAföG-Amt holt sich den Vorschuss dann bei den unterhaltsverpflichteten Eltern wieder zurück.

b. Unterhalt von Kindern für Eltern – wann müssen Kinder Elternunterhalt bezahlen?

Immer mehr ältere Menschen leben in Alten- und Pflegeheimen. Reichen Rente und Pflegeversicherung nicht aus, um die Heimkosten zu decken, trägt zunächst die öffentliche Hand die Kosten.

Einen Teil der Heimkosten verlangen die Sozialämter jedoch von den unterhaltspflichtigen Kindern zurück. Im Rahmen ihrer finanziellen Möglichkeiten sind Kinder dazu verpflichtet, für den Unterhalt der Eltern zu sorgen, wobei Geschwister anteilig je nach Ihren Einkommens- und Vermögensverhältnissen haften.

Ob die Kinder tatsächlich Elternunterhalt zahlen müssen, hängt von deren Einkommen und Vermögen ab. Vom unterhaltsrechtlich bereinigten Nettoeinkommen wird ein Selbstbehalt von mindestens 1.800 Euro für den Unterhaltspflichtigen abgezogen. Hat er Familie, liegt der erhöhte Selbstbehalt bei 3.240 Euro. Zum Schonvermögen der unterhaltsverpflichteten Kinder gehört auch die selbst genutzte Immobilie. Unterhaltsberechtigter eigene Kinder haben immer Vorrang vor den Unterhaltsansprüchen der eigenen Eltern. In Ausnahmefällen kann der Elternunterhalt durch schwere Verfehlungen gegen das Kind verwirkt sein, sodass kein Elternunterhalt zu zahlen ist. Insbesondere, wenn Eltern ihren Kindern gegenüber ihrer früheren Unterhaltsverpflichtung nicht nachgekommen sind und seit Jahren kein Kontakt mehr zwischen Elternteil und Kind besteht, lehnen die Gerichte in Einzelfällen eine Unterhaltspflicht der Kinder gegenüber den Eltern ab.

Im Einzelfall kann nur eine sorgfältige Prüfung der konkreten Lebens- und Vermögenssituation klare Antworten auf diese auch emotionale Frage liefern. Dafür steht wir Ihnen in unserem Büro gerne zur Verfügung.

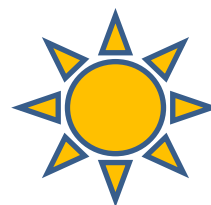
Sollten Sie weitere Fragen haben, sprechen Sie uns an! Frau Rechtsanwältin Jansen, Fachanwältin für das Familienrecht in unserem Büro in Frankfurt/Main beantwortet Ihnen gerne Ihre Fragen.

Sie erreichen uns per Mail unter info@alegos.de

Alegos Rechtsanwälte
www.alegos.de



SOMMER, SONNE , SONNENBRAND?



So kommen Sie gesund durch den Sommer

Hurra, der Sommer ist da: viele Menschen halten sich jetzt wieder vermehrt im Freien auf. Am Strand, beim Sport, Wandern gehen und in der Natur. Doch der Sommer hat nicht nur Vorzüge. Ein typisches Sommerleiden ist der Sonnenbrand. Sonnenbaden in der richtigen Dosis ist gesund. Im Körper wird das lebenswichtige Vitamin D produziert. Dies reguliert

nicht nur den Kalziumspiegel des Blutes sondern ist auch für den Knochenaufbau von großer Bedeutung. Der Hormonhaushalt wird zudem positiv beeinflusst, da eine höhere Menge an Serotonin gebildet wird.

Wie können wir uns zusätzlich schützen?

Es gibt viele Lebensmittel die von Innen unsere Haut vor Sonnenbrand schützen können. Wichtig für den Lichtschutz sind bestimmte Mikronährstoffe: wie Vitamin C, Vitamin E, Tocopherole, Carotinoide und Flavonoide.

Grundsätzlich sind diese vor allem in fast allen roten, orangenen und dunkelgrünen Früchten und Gemüse enthalten. Aber auch in Ölen und Nüssen.

Naturlässene, pflanzliche Öle (man sollte qualitativ sehr hochwertiges Öl verwenden) machen die Haut nicht nur geschmeidig, sie verfügen sogar über einen natürlichen Lichtschutzfaktor. Dieser variiert unter den jeweiligen Ölen.

Rezept für selbstgemachte Sonnenmilch:

50 ml Kokosöl (natürlicher LSF 7)

50 ml Sheabutter (natürlicher Lichtschutzfaktor 4)

30 ml Jojobaöl, (reichhaltige Pflege und Nahrung für die Haut)

30 Tropfen Himbeersamenöl (hoher Gehalt an Vitamin A und E, hilft der Haut Feuchtigkeit zu speichern und dient zudem Sonnenschutz)

30 Tropfen Vitamin E Öl (gibt der Haut Feuchtigkeit, schützt vor freien Radikalen und dient als Konservierungsmittel)

1 Essl. Zinkoxidpulver („non nano“! Dies bedeutet, dass die Nanopartikel eine bestimmte Größe aufweisen und somit nicht in die Haut eindringen können. So gewährleisten sie den Sonnenschutz)

Zubereitung: Schmelzen sie die Fette langsam in einem Wasserbad und verrühren sie sie, bis sie sich gut verbunden haben. Lassen sie die Mischung ein wenig abkühlen. Dann geben sie die restlichen Zutaten hinzu. Sie können ihrer Sonnencreme einen eigenen Duft durch ätherische Öle verleihen. Vermeiden sie hierbei Öle aus Zitrusfrüchten, da diese die Lichtempfindlichkeit der Haut erhöhen.

Füllen sie ihre Sonnenmilch am besten in ein Dunkelglas.

Kühl und dunkel gelagert kann man sie bis zu einem halben Jahr verwenden.

Die Sonnenmilch sollte mehrfach täglich aufgetragen werden. Sicher hat sie keinen so hohen Lichtschutzfaktor wie herkömmlich im Handel erhältliche Sonnenmilch. Sie bestimmen aber

selbst was enthalten ist. Der sinnvollste Sonnenschutz ist ohnehin der achtsame Umgang in der Sonne.

Kommt es dennoch zu einem Sonnenbrand, sollte man der Haut Kühlung und viel Feuchtigkeit gönnen.

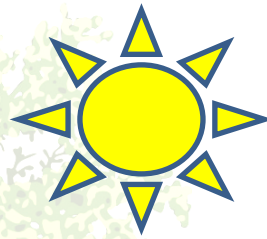
Bei leichten bis zu mittleren Sonnenbränden kann Aloe Vera Gel helfen.

Mehrmals täglich das Aloe Vera Gel auf die betroffene Haut aufgetragen, kühlt es und spendet Feuchtigkeit. Gleichzeitig wirkt es wundheilend, lindert Schmerz und Juckreiz.

Tipp: selbstgemachtes Aloe Vera Gel:

Man erntet ein Blatt der Aloe Vera Pflanze. Das Blatt wird der Länge nach aufgeschnitten, bis der typische gelbe, bittere Saft herausdringt! Dieser Saft darf nicht mit der Haut in Berührung kommen. Danach presst man das durchsichtige, schleimige Gel aus dem Blatt und verteilt es direkt auf den betroffenen Hautstellen. Übrigens lassen sich abgeschnittene Blätter in einer Dose am besten im Kühlschrank 2 – 3 Tage aufbewahren.

Schöne Sommerzeit ☺



Andrea Bechinka

Kräutererlebnispädagogin (AGL) und Gärtnerin
Meditationstrainerin
Dipl. Sozialarbeiterin



PRINT-WERBUNG IN ZEITEN DIGITALER MEDIEN?

In Zeiten von Social Media und Internet scheint Werbung nur noch online attraktiv zu sein. Online-Werbung ist zielgruppengerichtet, direkt und hat eine große Streuung. Stimmt das denn und ist damit klassische Printwerbung unattraktiv?

Keineswegs, denn Zeitungen und (Fach-)Zeitschriften werden nach wie vor gelesen und Prospekte, Flyer, Plakate können über einen längeren Zeitraum Präsenz bei den Betrachtern schaffen.

Digitale Werbung ist zwar direkt, hinterlässt aber keinen bleibenden Eindruck.

Gegenüber der schnelllebigen Internetwerbung kann Printwerbung bei passender Gestaltung und Ausgestaltung auch durch die Haptik überzeugen. Vor allem die Möglichkeit einer

Mehrfachbetrachtung ist gegenüber der digitalen Werbung ein immer noch deutlich positiver Unterschied.

Insgesamt hat die Printwerbung einfach eine höhere Glaubwürdigkeit und eine deutlich intensivere Wahrnehmung.

Zeitungsanzeigen

Die klassische Zeitungsanzeige ist immer noch die häufigste Form der Printwerbung. Schnell verfügbar und mit einer scheinbar hohen Reichweite. Auch die Glaubwürdigkeit einer Zeitung und der lokale Bezug sprechen dafür.

Aber leider wird eine Zeitungsanzeige kaum mehr wahrgenommen. Auflagen und Reichweiten nehmen seit Jahren ständig ab und eine Anzeige wird meist nur kurz wahrgenommen, überblättert und die Zeitung dann am Ende des Tages entsorgt. Die Werbeaussage der Anzeige ist dann schon längst vergessen. Und auch die Druckqualität, gerade auch in Farbe, ist beim klassischen Zeitungsdruck für bestimmte Anzeigenformate nur bedingt geeignet.

Anzeigen in Zeitschriften

Deutlich effektiver sind dagegen Anzeigen in Zeitschriften für Endverbraucher und/oder Fachzeitschriften. Auch hier hat das Medium eine hohe Glaubwürdigkeit und anders als eine Zeitung bleibt die Zeitschrift länger beim Leser vorhanden und die Anzeige damit potentiell öfter lesbar.

Handelt es sich um eine Zeitschrift für Endverbraucher und ist es eine seiner/ihrer Lieblingszeitschriften, überträgt sich die positive Grundstimmung beim Lesen auch auf die Anzeigen, ein wichtiger Vorteil gegenüber Zeitungsanzeigen. Dazu kommt ein meist hochwertiger Hochglanzdruck, der eine Anzeige automatisch „leuchten“ lässt.

Sonderformen in Zeitungen & Zeitschriften

Viele Druckhäuser bieten an, einer Zeitung oder Zeitschrift Sonderwerbeformate beizufügen. Zu den Sonderwerbeformen gehören z.B. eingeklebte Postkarten, eingehaftete Drucksachen, beigelegte Flyer oder ausklappbare Anzeigen. Gerade bei lokalen Zeitungen sind die Kosten z.B. für eine Verteilung eines Flyers oder Prospekts in einem Rahmen, der auch für Berater und kleine Betriebe noch interessant ist. Damit erreichen Sie eine schnelle und hohe Verbreitung, die selber durch Auslegen oder eigenes Verteilen von Prospekten nicht zu erreichen wäre.

Eigene Printformen

Hierzu gehören ganz klassisch Flyer, Prospekte, Postkarten und Broschüren. Wichtig ist hier ganz besonders eine professionelle Gestaltung und eine aussagekräftige Bildauswahl. Der klassische „Wickelfalz-Flyer“ (A4 quer, zweimal gefalzt und damit hochkant und sechsseitig) ist mit Word oder anderen Programmen schnell erstellt. Nur leider sieht er dann meist auch so aus. Bei Betrachtern kommt diese „Einfachgestaltung“ unterschwellig sofort an. Auch die Auswahl passender Fotos gehört dazu: Schlecht ausgeleuchtete eigene

Fotos und/oder unglücklich gewählte Ausschnitte sind für die Kunden ebenso abschreckend wie Agenturbilder, die keinen konkreten Bezug zur Werbebotschaft haben. Versuchen Sie daher, mit einer originellen Gestaltung aufzufallen. Mit überraschenden Momenten für die Betrachter, wie z.B. eine ungewöhnliche Bildauswahl oder Motiven, die aus dem Foto zu fallen scheinen („Out of Bound-Effekt“) oder auch eigens für eine Printwerbung erstellen Fotos bzw. Fotomontagen – mit einer exakt auf die Werbebotschaft ausgerichteten Bildsprache.

Die Kosten hierfür sind lange nicht so hoch wie oft angenommen, hinterlassen aber den gewünschten guten Eindruck bei den Lesern. Und ein gutes Gestaltungskonzept und professionelle Bilder sind über einen langen Zeitraum verwendbar, was die Kosten schnell wieder relativiert.

Umfangreiche Flyer und Prospekte können beim Druck je nach Auflage ganz schön ins Geld gehen. Probieren Sie daher je nach Zielgruppe einfach auch einmal Infokarten aus. Die passen in jeden Briefumschlag, entwickeln Interesse bei den potentiellen Kunden und kommen dem allgemeinen Trend zu kurzer Info mit knackigen Texten entgegen.

Sie haben noch Fragen zur Printwerbung? Sprechen Sie uns an.

Punchbyte
Medienagentur & Softwarehaus
www.punchbyte.de



UNSER REZEPT-TIPP: MÄDESÜß – LIMONADE

Wo das Mädesüß (*Filipendula ulmaria*, Rosaceae) wächst (auf feuchten Böden) und von Juni bis August blüht riecht es nach Honig, Vanille und Mandel. Die Pflanze kann bis zu 2 m hoch werden, die Blätter sind gefiedert, der Stiel rötlich und die Blüte cremefarben.

Wer sie nicht kennt sollte sich fachkundig beraten lassen oder an einer Kräuterwanderung teilnehmen. Es kommt leider immer wieder zu Verwechslungen mit giftigen ähnlich aussehenden Pflanzen.

Rezeptvorschlag:

Man nimmt eine Handvoll Blüten (möglichst aufgeblüht) und lässt sie 24 Stunden in 500 ml kaltem Wasser ziehen. Dann absieben und mit 500 ml Apfelsaft und Scheiben einer Biozitrone mischen. Mit Eiswürfeln erhält man ein wunderbar erfrischendes Sommergetränk.

Mädesüß sollte in Maßen konsumiert werden. Erwachsenen rät man nicht mehr als 4-5 g pro Tag zu sich zu nehmen, Kinder ab 10 Jahren höchstens 3 g. Bei Aspirin-Unverträglichkeit sollte man Mädesüß meiden, da es den Wirkstoff Salicylaldehyd enthält, welcher schmerzlindernde Wirkung besitzt.



Andrea Bechinka

Kräutererlebnispädagogin (AGL) und Gärtnerin
Meditationstrainerin
Dipl. Sozialarbeiterin



VORSCHAU

Im nächsten Newsletter lesen Sie u.a. etwas zum Thema „Gesundheit in Bewegung“.



ABMELDEN

Sie möchten unseren Newsletter künftig nicht mehr erhalten? Senden Sie uns einfach eine EMail mit dem Betreff „Abmelden“ an newsletter@bundesverband-gesundheitsberater.de.



IMPRESSUM

Bundesverband für Gesundheitsberater e.V.

Gotische Str. 15
61440 Oberursel

Eingetragen im Vereinsregister Amtsgericht Bad Homburg, Registerblatt VR1967