



„Es ist ein Luxus, den sich nicht jeder leisten kann. Das macht ihn so begehrenswert“, sagt der PR-Profi über die Firma „Detox Delight“. Magnum-Fotograf Martin Parr machte dieses Bild in London.

Foto: Magnum

## Saft Royal

So viel Geld für so wenig Essen? Eine Münchnerin liefert Obst und Gemüse – abgefüllt in Fläschchen – an zahlungskräftige Kunden. Die Menschen hoffen auf Entschlackung. Aber Schlacken gibt es nur im Bergbau und in Klärwerken. Die Geschichte eines tollen Erfolgs.

Von Katharina Riehl

**München** – Der Hunger kommt in Plastikflaschen. Er ist gelb, orange, rot oder grün, er steckt in einer hübschen weiß-rosa Papiertüte oder einem Isolierkarton. Je nachdem, wie weit die Reise ist, die der Hunger noch vor sich hat.

Es ist früh am Morgen, in München wird es gerade hell. Astrid Purzer, die Frau, die Gemüse im Wert von ein paar Euro zum Luxusprodukt gemacht hat, steht in ihrer Edelstahlküche zwischen 30 Papiertaschen. Den Inhalt ihrer Flaschen würde sie nicht Hunger nennen. Astrid Purzer verkauft Wohlbedingte.

Ein Koch und eine Küchenhilfe packen Salat im Plastikschildchen, veganes Curry im Einmachglas und vor allem viele Saftflaschen in die Tüten. Später, gegen acht, wird der Dieter kommen. Der ältere Herr wird vier der Päckchen in den Kofferraum seines weißen Kombis packen. Bis zehn müssen alle Tüten abgeliefert sein. Erste Station heute: Grünwald, bester Münchner Süden.

Astrid Purzers Firma Detox Delight, ein Unternehmen für Entgiftungsfreude, schickt Säfte durchs ganze Land. Die Mischungen aus handelsüblichem Obst, Gemüse und diversen Gräsern sollen den Körper zur Selbstreinigung anregen, sie werden in einem Loft in München-Giesing abgefüllt. Die Münchner Kunden beliefert der Fahrer, sie können den Saft auch mit einem warmen Abendessen bestellen. Nach Hamburg, Detmold und Worms fährt ein Overnight-Kurier. Fünf Tage Saftkur kosten 245 Euro, wer sich die Flaschen bis nach Österreich liefern lässt, zahlt bis zu 420 Euro – eine Flasche Saft ist zwischen knapp zehn und knapp 17 Euro wert. Bis zu 110 Kunden werden jeden Tag beliefert. Pro Woche ist also Saft, Suppe und Salat im Wert von rund 38 000 Euro unterwegs.

**Ein schlanker Körper ist heute das, was früher ein dickes Auto war: ein Zeichen für Wohlstand.**

Die Geschichte von Detox Delight ist auch die Geschichte eines unglaublichen PR-Erfolgs. In ihrer Januar-Ausgabe unterzieht die Frauenzeitschrift *Madame* Säfte und Abendessen einem redaktionellen „Spa-Check“. Und praktisch jede deutschsprachige Frauenzeitschrift, *Joy*, *Healthy Living*, *Petra*, *Bunte*, *Shape*, *Grazia*, hat im vergangenen Jahr über die Firma berichtet, *Vogue*, *Elle*, *Gala*, *InStyle* und *Cosmopolitan* haben einer ihrer Autorinnen ein paar Tage Detox-Delight-Kur für den Selbstversuch gegönnt. Die Blätter erreichen gemeinsam weit mehr als drei Millionen Leserinnen. Was Detox verdient hat – es ist der Traum aller PR-Agenten.

Was nun verrät es über eine Gesellschaft, wenn es als erstrebenswert gilt, möglichst viel Geld für möglichst wenig Essen auszugeben?

Die Tür zum weißen Salon öffnet eine spindeldünne Dame. Das stahlfarbene Haar hängt auf ihre geraden Schultern herab, zurückgehalten wird es von einem schleifenverzerrten Haarreif. Sie trägt spitze Pumps zum knielangen Rock, was irgendwie passt in dieses Wohnzimmer, in dem man vielleicht nicht bequem wohnen, aber dafür leicht gut aussehen kann.

Sie dreht das Curry-Einmachglas zufrieden in der Hand, bevor sie es mit den bunten Säften in einen ansonsten ziemlich leeren Kühlschrank stellt. Ihren Namen solle man bitte nicht nennen, sagt diese Dame. Es soll wohl nicht jeder wissen, was man sich alles leisten kann.

Es ist noch etwas diesig draußen, aber die blendend weißen Bezüge auf den Antikmöbeln lassen eine Sonnenbrille vermissen. Auf dem Marmortisch, an dem die Dame Platz nimmt, stehen goldene Kerzenleuchter. Man muss sich so setzen, dass man die Gastgeberin dahinter noch sehen kann. Sie habe schon vieles probiert, früher. Heilfasten bei Buchinger am Bodensee, das war ihr aber dann zu asketisch. Beim Ayurveda im Parkschlösschen an der Mosel war sie auch. Ja, ja, schön war es dort. Aber: So praktisch wie die Detox-Lieferung nach Hause ist das alles nicht.

Die stilvolle Entsagung in Etablissements wie Buchinger und dem Ayurveda-Schlösschen ist schon lange Statussymbol. Ein schlanker Körper ist das, was früher ein dickes Auto war: Zeichen des Wohlstands. Fett ist, wer undiszipliniert ist und aufgrund mangelnder Bildung nicht weiß, dass man den Apfel einem Apfelerbener vorziehen sollte. Die Ironie dabei: Nichts beziehungsweise wenig zu essen, ist ja etwas, was sich eigentlich jeder leisten kann. Die Wellness-Industrie aber hat es tatsächlich geschafft, daraus ein Luxusgut für die Oberschicht zu machen.

Auf der Webseite von Detox Delight findet sich auch ein Entgiftungs-Erfahrungsbericht der sogenannten Promi-Journalistin Martina Taubert. Auf Sat 1 moderiert sie die Sendung „Die Welt der Superreichen“, für die sie in Kitzbühel, Monaco und St. Tropez auf Yachten und in Villen von Menschen zu Gast ist, die das alles natürlich nicht herzeigen würden, wären sie wirklich super – statt einfach nur normal reich.

Martina Taubert hat Detox getestet, für die Firmen-Webseite hat sie einen Text geschrieben. Da heißt es: „Personal müsste man haben – das ist das, was die Normal-Frau von den gertenschlanken Society-Ladies unterscheidet, die doch tatsächlich einen französischen Koch im Hause haben, samt Butler, der die Früchte- und Rohkost-Teller, die so phantasievoll wie ein Mandala angerichtet sind, der Hausherrin je nach Bedarf mehrmals am Tag serviert.“ Während der echte Star sich also von den Obstschneitzern seines persönlichen Kochs in Form halten lässt, kann sich der nur durchschnittlich Reiche mit den rosa verzierten Päckchen aus München beliefern lassen.

Um Weihnachten, sagt nun jedenfalls unsere Grünwälder Dame, sei sie figurmäßig „aus dem Gleichgewicht“ geraten. Die Einladungen, das Essen, der Wein. Was soll man machen? Sie sitzt zurückgelehnt auf ihrem Stuhl und trotzdem kerzengerade, wie das die jungen Frauen heutzutage ja gar nicht mehr lernen. Sie lächelt. Auf ihrem Kopf könnte sie leicht ein Buch balancieren. Die vierte Woche in Folge bekommt sie nun „Juice and Dinner“ – die Detox-Variante mit warmem Abendessen zu den Säften. Sie findet, es rechnet sich. Auch finanziell: „Wenn ich mir überlege, was ich sonst beim Käfer ausgeben!“

Während man bei Buchinger für das stilvolle Hungern unter Gleichgestellten

noch eine Reise ins Kurhaus auf sich nehmen muss, passt sich der Saft den Bedürfnissen der Kunden an. Astrid Purzer liefert dorthin, wo der Kunde ist. In die Wohnung in Grünwald genauso wie ins Meeting der Frankfurter Unternehmensberatung. Für fünf, zwölf oder 19 Tage sind die Detox-Kuren zu buchen, verlängern kann man nach Belieben. Manche Kunden, sagt Astrid Purzer, attestieren Detox ein „regelrechtes Suchtpotential“ und bekommen gar nicht genug.

**Keine Zeit, viel Stress. Frau B. linst aufs iPhone. Sie sagt, sie sei „richtig schön übersäuert“.**

Bevor Astrid Purzer, eine freundliche, hochgewachsene Blondine, Detox Delight gründete, arbeitete sie im Marketing von Microsoft. Nach ein paar Jahren im Unternehmen brauchte sie, wie der Wellness-Sprech so schön sagt, eine Auszeit. Sie fuhr also mit ihrem Mann nach Indien und machte eine dreiwöchige Ayurveda-Kur. Danach, und es klingt nicht zufällig ein wenig nach Erweckung, beschloss sie, sich beruflich zu verändern. Sie entschied, dass gesunde Ernährung oder alternative Medizin etwas sein könnten, wofür sie sich interessiert. Auf einer Reise las sie in der britischen *Vogue* über einen Raw-Food-Lieferservice: „Ich dachte mir, ich würde das sofort buchen – den Körper entgiften, aber nicht wegmüssen. Wer kann schon immer drei Wochen nach Indien?“

Astrid Purzer hat ihren Kunden das gegeben, worauf sie augenscheinlich gewartet haben. Der Service ist auf Wochen ausbuchbar. Konkurrenz gibt es natürlich

auch schon: „Detox Hamburg“ liefert Säfte innerhalb des Stadtgebiets, die Entgiftung erobert Deutschland nun also von Norden und Süden. Astrid Purzer hat den Erfolg auch der Präsenz in den richtigen Zeitschriften zu verdanken: 70 bis 80 Prozent der Kunden sind Frauen, die meisten männlichen Kunden sind deren Ehemänner. Das Medieninteresse liegt natürlich auch an entgiftenden Stars wie Anne Hathaway, Sienna Miller und Gwyneth Paltrow, die in amerikanischen und auch in deutschen Magazinen schon langjährige prima Körper präsentieren. Detox Delight bringt also auch ein bisschen Celebrity-Gefühle nach Hause. Astrid Purzer sagt, die Medienpräsenz sei schnell ein Selbstläufer gewesen. „Ich habe lange genug PR gemacht, um zu wissen: Wenn du nichts zu erzählen hast, dann schreibt auch niemand was.“

Und Detox passe eben zum Zeitgeist. Der Zeitgeist schreibt nach sehr teuren Gemüsesäften?

Frank Behrendt beschreibt das so: „Die Menschen suchen nach Dingen, die gut für sie sind, einfach und sofort zu haben.“ Wellness ist die Hausrat. Frank Behrendt ist PR-Vorstand von Fischer-Appel, der Marketing-Agentur des Jahres. Er sagt auch: „Man müsste Astrid Purzer sofort einen Gründer-Preis verleihen.“ Ihr Produkt passe perfekt in die Zeit. Weil es alles hat: Schönheit, Gesundheit, Wellness, Glamour, Sexappeal und den Hauch von Hollywood. Und: „Es ist ein Luxus, den sich nicht jeder leisten kann, das macht ihn so begehrenswert.“ Detox Delight mache zudem etwas Unangenehmes wie Entgiften oder Abnehmen zu etwas Angenehmem. Kein Wunder, dass Frauenmagazine verrückt danach sind.



Wie sie für ihr Gemüse werben muss, weiß Chefin Astrid Purzer. Sie arbeitete früher im Marketing von Microsoft. Foto: Alessandra Schellnegger

Er war schon bei vielen Promis zu Hause, erzählt der Saft-Chauffeur. Außerhalb von Grünwald schiebt er sich jetzt mit beinahe stoischer guter Laune durch den Berufsverkehr. Dieter trägt kein detoxfarbenes Kellneroutfit, er trägt einen Schnauzbart. In seinem Auto riecht es ein bisschen nach feuchten Tierhaaren, aber die teuren Säfte sind ja fest verpackt im Kofferraum. Besonders beeindruckt haben ihn die Fußballspieler L. und K., sagt er, die hätten schon wirklich tolle Häuser da im Münchner Umland. Und er sei ja nun nicht der einzige Fahrer, wie viele Promis da also insgesamt...

Der nächste Name auf seiner Liste gehört keinem Fußballstar, in einem tollen Haus wohnt Frau B. aber auch. Sie ist 46, sehr blond, sehr attraktiv und hat zwei Kinder mit einem Mann, der sehr selten zu Hause ist. Nebenbei arbeitet sie selbstständig in der Werbung und als Feng-Shui-Beraterin. Der Architekt, der ihr Wohnzimmer eingerichtet hat, mag glatte Flächen und klare Linien, das Licht fällt schräg durch die großen Fenster, hinter dem Garten in Johanneskirchen liegen nur die Felder, und das Klavier steht mit dem Rücken zur Wand.

Sie habe einfach gar keine Zeit, sich gesund zu ernähren, Obst zu kaufen, Säfte zu pressen, sagt sie. Obwohl das so wichtig wäre, gerade um diese Jahreszeit. Von dem ganzen Stress sei sie nun „richtig schön übersäuert“. Frau B. trägt eine Fellweste über dem grauen Pulloverchen, immer mal wieder linst sie auf ihr iPhone, einmal klingelt es auch. Sie steht hinter der hüfthohen Anrichte, die ihre offene Küche optisch vom Wohnzimmer trennt. Sie trinkt Tee aus zarten Porzellantassen Entgiftungstees, auch von Detox Delight. Die Finger, die diese Tasse umschließen, sind vorbildlich manikürt. Auch sonst ist Frau B. niemand, der optisch etwas dem Zufall überlässt.

Frau B. hat in der vergangenen Zeit ein paar Bücher gelesen, in denen die Rede davon ist, dass 2012 die Welt untergeht. Das hat mit dem Maya-Kalender zu tun. Und weil die Lage nun mal so ist, glaubt Frau B., sind die Menschen heute empfänglicher für alternative Heilmethoden. Sie guckt ein bisschen ernst, wenn sie das erzählt. Aber, vom nahenden Weltuntergang abgesehen, findet sie die Päckchen auch einfach total schön. Herkommliche Diäten, Kohlsuppe und Leinsamen, machen zwar schlank, aber keinen Spaß. Das Beschwerliche ist Teil des Spiels. Die hübschen Säfte kommen sogar mit je einem Strohhalm, man muss sie nicht einmal in ein Glas gießen. Astrid Purzer nennt das ein „Rundumsorglospaket“. Ein gutes Gewissen zu go.

Wie gesund Detox tatsächlich macht, ist – wie bei allen Kuren, Diäten, bei allen Naturheilverfahren und alternativen Methoden – wissenschaftlich umstritten. Freundlich gesagt.

Gerd Antes leitet das deutsche Cochrane Zentrum, das die wissenschaftliche Beweisbarkeit medizinischer Behauptungen untersucht. Antes sagt, Kuren wie Detox stünden für ein krankes Körperverständnis. „Man geht davon aus, dass wir grundsätzlich krank sind und deswegen dauernd etwas unternehmen müssen, zum Beispiel den Körper von Schlacken zu befreien. Das ist reine Ideologie und nicht im Geringsten belegt.“ Weil diese Belege fehlen, würden Schlagworte

benutzt, sagt er, da wird entschlackt und gestärkt. „Nichts davon ist ansatzweise spezifiziert.“ Heißt: Den Kunden wird ein ständiges Reparaturbedürfnis suggeriert. Dabei gibt es Schlacken nur im Bergbau. Oder, umgangssprachlich, in Klärwerken. Und: nicht in Menschen.

Auch Astrid Purzer sagt, dass es für Detox keinen „Health Claim“ gebe. Dass ein bestimmtes Produkt eine bestimmte Wirkung auf den Körper hat, muss man nach einer Health-Claim-Verordnung der EU erst durch teure, aufwendige klinische Studien beweisen. Sie sagt aber auch, dass Detox heute von vielen westlichen Schulmedizinern anerkannt sei, nicht nur in der Ayurvedischen und Traditionellen Chinesischen Medizin.

Und: „Es liegt doch auf der Hand, dass es meinem Körper guttut, wenn ich tagelang ganz konsequent nur gesunde Sachen zu mir nehme.“ Da ist natürlich was dran. Aber vermutlich kein anderer Gemüsestand wirbt mit Entgiftung.

**Es ist der Glaube an ein Heilsversprechen, der auch gestresste Männer erreicht.**

Auf der Detox-Website schlüpft zwar eine ranke Frau aus einer pummeligen Babuschka, doch das Wort „Gewichtsverlust“ taucht auf der Seite vorsichtshalber nicht auf. Natürlich liegt die Annahme, dass Detox eine Auswirkung auf das Gewicht haben könnte, irgendwie nahe. Schließlich kippt man tagelang und flaschenweise nur Obst und Gemüse in sich hinein. Umso wertvoller sind deshalb nun die Redakteurinnen der Frauenzeitschriften, die in ihren Artikeln über die purzelnden Kilos schreiben. Diese Artikel kann Astrid Purzer dann wieder auf ihre Website stellen.

Die letzte Station des abgefüllten Wohlbedingens ist in der Münchner Innenstadt. Hier, im Altbau, lebt Herr H. Er hat sein kleinkariertes Hemd in die Hose gesteckt und wirkt auch sonst ein wenig verspannt.

Herr H. legt die Stirn seines runden, weichen Gesichts in tiefe Falten. Seine Augen funkeln anklagend in den schlecht beleuchteten Hausflur. Der Saft ist zu spät, zum Reden hat er jetzt keine Zeit mehr. Er sei jetzt wirklich sehr in Eile. Er müsse das jetzt trinken und danach gleich auf einen Termin. Seine Stimme klingt gepresst. Er ist selbständig, seine Frau hat gerade ein Kind bekommen, das man aus den Tiefen der Wohnung brüllen hört. Herr H. kann seinen Zeitplan nicht nach dem Saft richten, der Saft muss sich nach ihm richten. Warum er die Säfte bestellt? Sie seien für ihn eine „lebensverlängernde Maßnahme“.

Lebensverlängernd? Ein bisschen gepresster Apfel, Sellerie, Brokkoli?

Auf einer Saftflasche dürften selten so große Hoffnungen gerührt haben. Doch wahrscheinlich ist der unbedingte Glaube an das Heilsversprechen eines Lieferservices nur konsequent. Zu diesem Zeitpunkt gehört auch, dass wir denken, uns durch den Verzicht auf Zigaretten oder Alkohol und mit ein paar Litern Saft das ewige Leben erschleichen zu können.

Langsam steigt Dieter die Treppe hinunter. Er selbst, sagt er, könne sich die Säfte leider nicht leisten. Der Dieter sieht dabei aber ganz zufrieden aus.