

ziert»

Krafttraining Mehr Muskeln mit Kreatin?, TA vom 9.3.



Inf. Foto: Keystone

billett einfach
hur. Ich klickte
e und verfü-
gung den Kauf
chon im Zug.
n Kontrolle
h keinen
besitzen wür-
karte sei erst
ffenbar wer-
Kontrolleure
Nur so ist
reier Monate
10 Prozent
istriert wur-
Million Men-
erden und
tempelt und
arzbuch
von den SBB,
werden, wenn
zfahren

Wirkungsvoll auf diversen Ebenen
Kreatin ist eines der wenigen offiziell zugelassenen Nahrungsergänzungsmittel, die sich seit bald 30 Jahren zur Leistungssteigerung für diverse Sportarten bewährt haben. Die vielfältigen Wirkungen von Kreatin auf Muskeln und Gehirn etc. sind inzwischen durch Tausende von Publikationen wissenschaftlich belegt. Die positiven Effekte von Kreatin gehen weit über den Muskel-Kraftsport hinaus, weil Kreatin auch auf das Gehirn und die Nerven und viele andere Organe wirkt. Die Wirkung von Kreatin für einen Muskelaufbau kommt am besten im Zusammenhang mit Krafttraining zum Tragen. Aber es konnte gezeigt werden, dass Kreatin, besonders bei Senioren, auch ohne hartes Krafttraining und mit nur moderatem Training respektive durch normale Alltagsaktivitäten den altersbedingten Verlust an Muskelmasse und Knochendichte verlangsamen oder sogar rückgängig machen kann. Letzteres z. B. während der Rehabilitation nach langer Bettläge-

rigkeit, wo durch Kreatin effektiv wieder Muskelmasse aufgebaut wird. Kreatin hilft, vorzugsweise in Kombination mit Vitamin D, die Muskelkraft und die Bewegungskoordination im Alter zu erhalten, besonders zusammen mit altersangepassten Aktivitäten. Dadurch kann z. B. die Anzahl der gefürchteten Sturzereignisse im Alter, welche oft zu einer permanenten Behinderung und Pflegebedürftigkeit führen können, verringert werden. Kreatin hat zudem weitere, wissenschaftlich bewiesene positive Effekte auf die Lebensqualität auch für ältere Menschen, z. B. für das Gedächtnis und gegen Depressionen. Die Krankenkassen und Gesundheitsorganisationen sollten es meiner Meinung nach im Rahmen der Gesundheitsoffensive von Herrn Bundesrat Berset «Für ein gesundes Alter» propagieren. Kreatin, falls nur chemisch reinstes Kreatin in der empfohlenen Dosierung eingenommen wird, ist wirkungsvoll und hat keine nennenswerten Nebenwirkungen.

Dr. Theo Wallimann, Zürich

Tages-Anzeiger

Herausgeberin Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG

Werdstrasse 21, 8004 Zürich, Tel. 044 248 44 11

Leserschaft: 388'000 Personen (MACH Basic 2018-2)

Verbreitete Auflage: 140'800 Ex. (WEMF 2017)

Davon verkaufte Exemplare: 122'849 Ex.

Jahresabonnement: CHF 576.-

Weitere Abonnements-Angebote auf abo.tagesanzeiger.ch

Verleger Pietro Supino

Chefredaktion Tages-Anzeiger Judith Wittwer (jw),
Chefredaktorin

Chefredaktion Redaktion Tamedia Arthur Rutishauser,
Chefredaktor (ar), Adrian Zurbriggen, Stv. (azu), Armin

Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Marti (MMA)

Nachrichtenchefs Angela Barandun (aba),

Matthias Chapman (cpm), Patrick Kühnis (pak),
Thomas Möckli (mö)

Ressortleitende

Meinungen: Edgar Schuler (ese), **Schweiz:** Raphaela

Birrer (rbi), Fabian Renz (fre), **International:** Christof

Münzger (chm), **Wirtschaft:** Peter Burkhardt (pbu),

Recherchedesk: Thomas Knellwolf (tok),
Oliver Zihlmann (oz), **Kehrseite:** Bea Emmenegger (bem),

Zürich Politik & Wirtschaft: Mario Stäuble (ms),

Zürich Stadtleben: Priska Amstutz (pam), **Sport:** Ueli

Kägi (ukä), Adrian Ruch (ar), **Alexandra Stäuble (als),**

Kultur: Guido Kalberer (kal), **Gesellschaft:** Bettina Weber

(bwe), **Service:** Giuseppe Wüest (wü), **Wissen:** Nik Walter

(nw), **Digital Storytelling & Repackaging:** Marc

Brupbacher (bru), **Video:** Jan Derrer (jd), **Social Media:**

Mathias Möller (mmo) ad interim, **Datenjournalismus:**

Dominik Balmer

Leitung Tamedia Editorial Services Viviane Joyce (vj)

Ressortleitende Tamedia Editorial Services

Textproduktion: Raphael Diethelm, **Layout:** Andrea

Müller, **Bildredaktion:** Olaf Hille, **Infografik:** Michael

Rüegg, **Korrektorat:** Rita Frommenwiler

Verlag

Verlagsleitung: Marcel Tappeiner, **Produktmanagement:**

Gabi Wettstein, **Leitung Werbemarkt:** Oliver Pargäzi,

Verkaufsleitung Schweiz: Yves Heutschi

Ombudsmann Ignaz Staub,

Postfach 837, CH-6330 Cham 1,

ombudsmann.tamedia@bluewin.ch

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG i.S.v. Art. 322 StGB: DZZ Druckzentrum Zürich AG, Goldbach Publishing AG, LZ Linth Zeitung AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia ZRZ AG, Zürcher Oberland Medien AG

Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung:

Paid Post: Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet.

Sponsored: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

In Zusammenarbeit mit der «Süddeutschen Zeitung»

Eine Marke von Tamedia