



© Toyota

Die Vermessung der Wellness

Bald wird individuelles „Wohlfühlen“ etwas völlig anderes bedeuten als Spa und Sauna: Dass ein Auto die Stimmung des Fahrers vermisst und anzeigt (Toyotas „Pod“, 2001, s. Bild), war nur ein Anfang ...

•• Von Sabine Bretschneider

Das Gottlieb Duttweiler Institut (GDI), ein Forschungsinstitut mit Sitz in Rüslikon bei Zürich und die älteste Denkfabrik der Schweiz, versucht in seiner neuesten Studie – „Wellness 2030“ – „das Glück zu entschlüsseln“: Angefangen

bei den „Biohackern“ des Silicon Valley bis hin zu den „Data Selfies“, die unser Gefühlsleben tracken. Konkret untersucht die in Zusammenarbeit mit dem Global Wellness Institute (GWI) in Florida entstandene Studie, wie die Digitalisierung unsere Wege zum Glück erweitert – und unsere Definition von Wellness verändert und individualisiert.

Die bestimmenden Trends

Welche Trends prägen in Zukunft die Wellness-Industrie als professionelle Glücksanbieterin? Sie reichen von der *Digitalisierung* im Rahmen der Konvergenz von Mensch und Maschine (Biohacking) über die sogenannte *soziale Wellness* – wie kann man Menschen in der Gemeinschaft glücklicher und gesünder

machen? – bis zum *Biofeedback* (per Sensoren und Apps) als Ersatz für Umfragen zur Kundenzufriedenheit, schreiben die Studienautoren David Bosshart, Karin Frick, Marta Kwiatkowski and Leonie Thalmann.

Die Konsequenzen für die Wellness-Branche sind vielfältig: Die Zukunft werde jedenfalls auch in diesem Teilbereich der