

Wirtschaft datengetrieben sein. Wer mithalten will, müsse Mut für Kooperationen und Experimente zeigen und über das klassische Verständnis von Wellness hinausdenken.

Von neuer Technik erwarten die Menschen deutliche Verbesserungen ihres Lebens. Diese Erwartungen unterscheiden sich zwar je nach Kontext – geografisch, kulturell, historisch. Aber durch Hyperkonnektivität und Disintermediation wachsen die Erwartungen überall rasant: „In wenigen Jahrzehnten“, heißt es in der Studie, „haben relativ enge Vorstellungen von Gesundheit zu einer ebenso engen Wahrnehmung von Wellness geführt. Fast automatisch aber schließen diese Vorstellungen heute den Wunsch nach Well-being und Happiness mit ein“. Das eröffnet neue Spielräume für die Wellness-Industrie, stelle aber auch neue Anforderungen.

Beispiel Biohacker

Ein plakatives – und gleichzeitig radikal anmutendes – Beispiel für eine neue Definition des Begriffs Wellness sind die sogenannten Biohacker – Motto: „Wir finden uns mit den biologischen Einschränkungen des Menschen nicht ab.“ Sie wollen seine Physiologie manipulieren, um Wohlbefinden und Glück zu steigern.

Die Biohacking-Bewegung entstand Ende der 1980er-Jahre in den USA als Do-It-Yourself-Biologie. Junge Forscher wollten aus den engen Strukturen der Universität ausbrechen und die Forschung in die eigene Hand nehmen, mit einem unbeirrigen Glauben an das emanzipatorische Potenzial von Technologie und hoher Bereitschaft für riskante Experimente. Ihren Körper und sich selbst machten sie oft zum Forschungsprojekt.

Berühmte Protagonisten dieser Bewegung sind u.a. Neil Harbisson und Chris Dancy. Harbisson ist Künstler und ers-



© Panthermedia.net/Alia Serebrina

3,7
Bio. USD

Markt mit Potenzial

Das Global Wellness Institute schätzte den Umsatz der Branche im Jahr 2015 auf 3,7 Bio. USD. Dazu werden Bereiche wie Wellness-Tourismus, Spa-Industrie, Fitness, gesunde Ernährung und Wohlbefinden am Arbeitsplatz gezählt.

41%

Healthcare-Start-ups

Im ersten Quartal 2017 sind 41% der Start-up-Finanzierungen im Bereich Health Care ins Silicon Valley geflossen.

ter offiziell anerkannter Cyborg: Farbenblind geboren, suchte Harbisson nach einer Möglichkeit, seine Biologie zu ‚hacken‘ und Farben dennoch erlebbar zu machen. Durch eine implantierte Antenne in seinem Schädel untersucht Harbisson die Grenzen der menschlichen Wahrnehmung und die Beziehung zwischen Farbe und Klang.

Chris Dancy gilt als „der meistvernetzte Mann des Planeten“: Seit mehr als 25 Jahren experimentiert er mit Prothesen. Mithilfe von etwa 700 Sensoren, Geräten und Anwendungen analysiert er sein Leben. Sein Ziel: Optimierung. Sein System sammelt Daten von der Kalorienaufnahme bis zum spirituellen Wohlbefinden. Der Nutzen: Verbesserung seiner Gesundheit, Produktivität und Lebensqualität.

Vermessung der Gefühle

Spannend sind auch die neuesten Spielarten des Biofeedback, die die Studienautoren anführen. Schon im Oktober 2001 hat etwa Toyota das Concept Car „The Pod“ vorgestellt. Das Auto konnte die Stimmung des Fahrers anhand seiner Reaktionen und seiner Fahrweise erkennen und diese an der Außenseite des Wagens mit farbigen LEDs anzeigen – Rot für Wut, Gelb für glücklich, Blau für traurig – und einer Antenne, die wie ein Hundeschwanz wackelte. Der Pod kam allerdings nie in die Produktion.

Die Technik zur Vermessung der Gefühle hat seither große Fortschritte gemacht und wird heute auf vielen Anwendungsfeldern getestet. Allein an der



© GDI

Die Studie „Wellness 2030: Die neuen Techniken des Glücks“ steht (dt./engl.) im GDI-Webshop zum Gratis-Download zur Verfügung (www.gdi.ch). Am 14. März widmet sich unter dem Thema „Super You: Die wachsenden Märkte der Selbstoptimierung“ auch der 14. Europäische Trendtag am GDI in Rorschach der Zukunft des Wohlbefindens.

Art und Weise, wie jemand sein Mobiltelefon nutzt, kann man erkennen, wie er sich fühlt. Welche Apps benutzt er oft? Wie oft textet er? Wie lange spricht er mit wem? Wie viele Schritte geht er, wann schläft er? In der Gesamtschau kann die Vielfalt der Smartphone-Daten sehr präzise Hinweise auf die geistige und körperliche Gesundheit des Nutzers geben.

In naher Zukunft, prognostiziert das GDI, dürften immer mehr Geräte, die wir alltäglich nutzen, mit biometrischen Sensoren ausgestattet sein, um unsere Gefühle zu analysieren. Durch Upgrades können Unternehmen diese Funktionen dann in Produkte integrieren, die wir bereits verwenden.

Siri: „Du bist traurig“

Apple zum Beispiel hat kürzlich „Emotient“ gekauft, eines der führenden Unternehmen für Gesichtserkennung. Möglicherweise wird also Siri bald von sich aus Fragen wie diese stellen: „Dein Gesichtsausdruck ist traurig – sollte ich Trainwreck von iTunes herunterladen?“

Die Weiterentwicklung solcher Anwendungen dürfte künftig zu einem wichtigen Indikator im Wellness-, Dienstleistungs- und Konsumgütermarkt werden. Die Wellness-Industrie könnte in Zukunft deshalb nicht mehr in erster Linie durch rein praktische Anwendungen, sondern durch konstantes Monitoring zum Wohlbefinden beitragen. In den kommenden Jahren wird es darum gehen, auch unorthodoxe Kooperationen einzugehen.

Die Definition

Wellness

beschreibt den Gesundheitszustand als ein Kontinuum und ist ein dynamischer Prozess, der sich ständig verändert. Die Bezeichnung Wellness wurde von Halbert L. Dunn Anfang der 1960er-Jahre kreiert; sie setzt sich zusammen aus den englischen Begriffen well-being, fitness und happiness.