

Die nächste Stufe des Megatrends Gesundheit

HEALTHNESS

INHALT

Impressum

Herausgeber

Zukunftsinstitut GmbH
Robert-Koch-Straße 116 E
65779 Kelkheim
Telefon +49 6174 96 13-0, Fax: -20
office@zukunftsinstitut.de

Chefredaktion

Thomas Huber, Harry Gatterer

Autoren

Harry Gatterer, Thomas Huber, Jeanette Huber,
Anja Kirig, Franz Kühmayer, Janine Seitz

Redaktionelle Mitarbeit

Jana Ehret, Conny Kelber, Christof Lanzinger,
Andreas Schmidt

Korrektorat

Franz Mayer

Grafik-Design

Christoph Almasy

Informationsvisualisierung

Christoph Almasy, Christof Lanzinger

ISBN 978-3-938284-66-7

© Zukunftsinstitut GmbH, Mai 2012
Alle Rechte vorbehalten.

- — **Zurück zum Körper 6**
*In Zukunft geht es um Kraft, Energie
und konkretes Wissen*

- — **Gesundheit sichtbar gemacht 16**

- — **Gesundheit heute 34**
*Lifestyle und Megamarkt: Wie der
Megatrend Gesundheit alle Bereiche
unserer Existenz bestimmt*

- — **Global Health 46**
*Warum ein ganzheitlicher Gesundheits-
ansatz Basis einer funktionierenden
Weltwirtschaft ist*

- — **Heilung to go 60**
*Convenience-Lösungen werden zum
Megamarkt des modernen Gesundheits-
lebensstils*

- — **Work-Health-Styles 76**
*Das Zusammenwirken der Megatrends
New Work und Gesundheit*

- — **Open Health 90**
*Soziale Gesundheitsnetzbewegungen
werden die Demokratisierung von
Gesundheit vorantreiben*

- — **Querschnittsdenken 104**
*Eine Neubewertung von (Natur-)Wissen-
schaft: Von der Notwendigkeit eines
Paradigmenwechsel im Therapieverständnis*

- — **Lebensenergie 120**
*Auf die Suche nach absoluter Gesundheit
folgt die Erkenntnis der Bedeutung von
Lebensenergie*

- — **Close Ups ***
*Schlaglichter auf Best Practices,
Produkte und Innovationen jeweils am
Ende der Kapitel*

Sehr geehrte Leser,

das Thema Gesundheit geht uns alle an, jeden Tag, ganz persönlich. Was aber wissen wir über unsere Gesundheit? Was weiß das System über uns? Kaum ein Thema ist so vielschichtig, wenige Themen sind so umstritten und so oft in den Medien.

Wozu also braucht es eine Trendstudie zur Gesundheit?

Wir alle reden und lesen permanent über die Gesundheit. Und doch haben wir das Gefühl, dass wenig wirklich gesichert ist auf diesem Feld. Der moderne Mensch lebt zwar viel länger als die meisten seiner Vorfahren, und in der Regel lebt er dabei auch gesünder – im Sinne der Abwesenheit schwerer Krankheiten herkömmlicher Definition. Dennoch ist Gesundheit als Thema allgegenwärtig und persönlich virulent.

Denn wir suchen. Wir suchen nach Antworten, nach Gewissheiten, nach anderen Zuständen. Wer sucht, hat etwas, das ihm fehlt. Die klassische Floskel-Frage „Wo fehlt's denn?“ ist aber kaum noch einfach zu beantworten. Denn unsere Suche ist sehr viel komplexer als früher. Was uns fehlt, wissen wir zumeist nicht. Wir wissen nur, dass es ein anderer Zustand sein müsste.

Trends, sehr geehrte Leser, sind Veränderungsbewegungen. Sie werden ausgelöst durch Knappheiten, einen Mangel, die Abwesenheit von etwas, das man sich aufmacht zu suchen. Aus diesem Grund sind wir überzeugt, dass eine Trendstudie zur Gesundheit nie sinnvoller war als heute – in einer westlichen Gesellschaft, die in hohem Wohlstand lebt, ihre Mitglieder in ein System bettet, das schnellen Tod durch Unfall und aggressive Krankheit weitgehend

erspart, in der das Sterben weiter weg ist als in allen Phasen der Geschichte, und zwar rein lebensbiographisch wie im übertragenen Sinne. In dieser Gesellschaft scheinen alle auf der Suche nach einem „Mehr“, und diese Suche spiegelt eine Vielzahl an Trends.

Wir wollen versuchen, ein großes Bild zu malen von den Veränderungen, in denen wir uns befinden und die uns erwarten; gleich ob Patient, Konsument, Arzt, Pharmaindustrie oder Institution. Wir sprechen über Technologie, über Geschäftsmodelle und Leistungsbereiche. Vor allem aber sprechen wir über soziokulturelle Motoren hinter den Veränderungen. Warum suchen die Menschen? Warum ändern sie ihr Verhalten und ihre Einstellung gegenüber der Medizin, dem Arzt, dem Pfleger, dem System? Wir fragen nach der Knappheit, die all diese Trends anschiebt.

Wir beschäftigen uns explizit nicht mit der Sinnhaftigkeit unseres Gesundheitssystems, mit der Pflegeversicherung, der Politik. Wir betrachten Gesundheit als ein zentrales Entwicklungsfeld unserer Welt wie des Einzelnen, einen Megatrend, der alle Ebenen durchdringt und wandelt und der nicht endet an den Grenzen herkömmlicher, an Systemen orientierter Definitionen. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine angeregte Lektüre, und bleiben Sie gesund!



Harry Gatterer
Geschäftsführer



Thomas Huber
Chefredakteur

Nach einer Phase, in der das prägende Element der Gesundheitsdiskussion der individuelle Lifestyle des Einzelnen war, stehen wir nun vor einer umfassenden Rückbesinnung auf den Körper: seine Funktion und Wirkungsweisen werden als Gesamtsystem neu bewertet. Dabei rückt immer mehr die Frage nach der Lebensenergie in den Mittelpunkt. Was Menschen unter Gesundheit verstehen, wird gegenwärtig noch maßgeblich bestimmt durch qualitative Einschätzungen wie Wohlfühlen, Balance bis hin zur Selbstverwirklichung. Wer sich glücklich fühlt, versteht sich selbst auch als gesund. Wer ausgeglichen ist, lebt in einem gesunden Zustand. Nicht umsonst drehte sich in den vergangenen Jahren so viel um Wellness und Selfness, nicht umsonst fusionieren im Feld der Medical Wellness die Ebenen der Krankheitsbewältigung und der Lebenskompetenz der Menschen. Sich selbst ein gesundes Leben zu verpassen, lautet die Devise der kommenden Jahre.

Dabei fällt auf: Die Verantwortung für die Gesundheit rückt immer weiter in Richtung des Individuums. Doch was in seiner Intention zur Balance führen soll, erhöht erst einmal den Individualstress. Das spiegelt sich in der hohen spontanen Zustimmung zur Diagnose, eine kollektiv ermüdete Gesellschaft zu sein, wie der Philosoph Byung-Chul Han formuliert. Die Gesundheitsverantwortung für das ganze Leben plötzlich beim Individuum vorzufinden, wirkt auf viele als Überforderung: „Das erschöpfte Selbst“, so beschreibt dies der Soziologe Alain Ehrenberg in seinem gleichnamigen Buch.

Doch die Anforderungen werden in Zukunft noch aufwändiger. Der Einzelne bekommt es noch mehr mit seiner eigenen Gesundheit zu tun, was in dieser Studie an vielen Stellen deutlich wird. Menschen brauchen im komplexen Lebensumfeld des 21. Jahrhunderts mehr Energie als je zuvor! Dabei stellt sich die Frage: Woher kann diese Energie kommen? Wie werden Menschen in Zukunft ihre Lebenskraft erzeugen, um nicht dauerermüdet und grunderschöpft durch ihr modernes Leben zu schreiten?

MOODNESS

Konsumenten von morgen erwarten Hygieneberatung einer mentalen Gesundheitsvorsorge

Definition

So wie Menschen gelernt haben, die einfachsten hygienischen Maßnahmen in ihr Leben zu integrieren, um körperlichen Erkrankungen vorzubeugen, so wird künftig Geisteshygiene zur täglichen Selbstverständlichkeit werden. Erste Indizien sind die Glückssucht-Ära der letzten Jahre, die Schwemme der Selbsthilferatgeber oder auch der Erfolg spiritueller, religiöser, esoterischer Angebote. Die Suche des Einzelnen nach einem Mittel, den Kopf aufzuräumen, an Klarheit und Ordnung zu gewinnen und damit auch moderne „Geistes“-Krankheiten abzuwenden, wird in kommender Zeit an Bedeutung und Intensität gewinnen.

Beispiele

» Wie ein Mood-Controlling aussehen kann, zeigt die Internetplattform moodscope. Dort lässt sich über die Homepage in Tagebuchform die tägliche Stimmung festhalten, analysieren und bestenfalls optimieren. (www.moodscope.com)

» Mit emWave2 – einem innovativen Produkt, um Wohlbefinden und persönliches Wachstum zu fördern – wird versucht, die Muster unseres Herzrhythmus zu beeinflussen, um einen kohärenten Zustand zu erreichen. emWave 2 ermittelt den Puls über einen Pulssensor und übersetzt den Herzrhythmus in eine grafische Darstellung auf dem Computerbildschirm in leicht verständlichen Lichtsignalen. Wenige Minuten täglichen Gebrauchs sollen es ermöglichen, Gefühle von Ärger, Ängstlichkeit oder Frustration in mehr inneren Frieden, Leichtigkeit und Klarheit umzuwandeln. (www.heartmathstore.com)

» Mit seiner, auf den ersten Blick künstlerisch wirkenden Installation „Evokation“, bestehend aus einem Bild, einem Lehnssessel und einer Sound-Anlage, versucht Peter Heindl bei Menschen einen Zustand tiefer Regeneration zu erzeugen. Erst durch Regeneration kann der Mensch das Gefühl der inneren Kohärenz, einen harmonischen und höchst intuitiven Zustand, finden. „Durch Stress können wir körperliche und geistige Höchstleistungen abrufen. Für Dauerstress ist unser Körper jedoch nicht geeignet, und wenn die Phase der Regeneration fehlt, kommt es zu physischer und seelischer Erschöpfung“, so Heindl. Der Zustand der inneren Kohärenz räumt mit dieser Unordnung auf, schafft Klarheit und stellt die persönliche Lebensordnung wieder her. Heindls langjährige Erfahrung als Manager und Berater gab den Anstoß zu Evokation. (www.evokation.org)

Der Begriff vom Burn-out ist mittlerweile eine feste Größe und längst kein Modewort mehr. Der menschliche Geist ist ein Produkt seiner Umwelt, das bestätigt auch der Professor für Psychoneuroimmunologie, Joachim Bauer: „Die menschlichen Wahrnehmungskanäle sind voll von dem, was an akustischem und optischem Müll auf uns abgeladen wird. (...) Wir sollten nicht nur gegenüber Magen, Herz und Leber, sondern auch gegenüber unserem Gehirn ein Diätbewusstsein entwickeln, mental etwas mehr à la carte essen und nicht jedes Fast Food hinunterwürgen, das uns vorgesetzt wird.“ Psychologischen Studien zufolge habe der Mensch 60 000 Gedanken pro Tag. Sich von geistigem Gerümpel zu entledigen schafft geistigen Freiraum für wirklich Wichtiges und fördert die Balance.



Evokation

Die Installation Evokation erweckt beim Betrachter ein Gefühl der inneren Harmonie und Ruhe.

TRENDPROGNOSE

Unsere Gesellschaft und unsere Ökonomie werden es sich künftig nicht mehr leisten können, auf eine umfassende Geisteshygiene zu verzichten. Es geht nicht um eine Stunde Meditation in der Woche, das Joggen am Wochenende oder das Zurückgreifen auf Ritualen in Notlagen, sondern es sind Methoden und Mittel erforderlich, welche im Leben fest integriert sind. Schließlich putzen wir uns die Zähne auch nicht nur am Sonntag oder wenn die Karies schon da ist. Produktentwickler, Unternehmen und Dienstleister werden den Konsumenten den Übergang von der rehabilitierenden Anwendung zur prophylaktischen Selbstverständlichkeit erleichtern.

HEALTHNESS

Die nächste Stufe des Megatrends Gesundheit

Das Thema Gesundheit ist allgegenwärtig und persönlich virulent. Alle scheinen in unserer Gesellschaft auf der Suche nach Gesundheit, auf der Suche nach einem „Mehr“ zu sein. Nach Wellness kam Selfness – und nun?

Die Studie betrachtet den Megatrend Gesundheit als zentrales Entwicklungsfeld, das alle Ebenen durchdringt: sowohl für den Einzelnen, als auch für die Welt. Die Autoren untersuchen die Veränderungen, in denen wir uns befinden und die uns erwarten. Egal ob wir Gesundheit aus der Perspektive des Konsumenten, Arztes oder Patienten, der Pharmaindustrie oder Institution betrachten – die entscheidenden soziokulturellen Treiber für den Wandel sind gleich.



Healthness

Harry Gatterer
Thomas Huber
Jeanette Huber
Anja Kirig
Franz Kühmayer
Janine Seitz

Mai 2012, 135 Seiten

Die drei zentralen Thesen der Studie:

- — In Zukunft wird Energie zum zentralen Bedarf von Gesundheit. Die Energie, die einem Menschen zur Verfügung steht, wird über gesund oder nicht entscheiden.
- — Der Körper und seine Kräfte rücken in den Mittelpunkt. Das Wissen und der Austausch über den menschlichen Körper steigen und Gesundheit wird zum Taktgeber für das eigene Verhalten.
- — Die digitale Revolution erreicht die Medizin und prägt die Gesundheit von morgen. Die Arzt-Patienten-Kommunikation verändert sich radikal und Diagnosetools werden mobil.

»»» Fax +49 (0) 6174 9613-20

Ja, ich bestelle die Studie „Healthness“ zum Preis von 220,- Euro zzgl. 7% MwSt.
135 Seiten, ISBN: 978-3-938284-66-7

_____	_____
Firma	Abteilung
_____	_____
Vorname	Name
_____	_____
Straße	PLZ / Ort
_____	_____
Telefon	Fax
_____	_____
E-Mail	USt.-ID bei EU-Lieferung
_____	_____
Ort, Datum	Unterschrift

Geschäftsbedingungen: Versandkostenanteil Inland 3,- Euro, Ausland 5,- Euro. Sie haben ein Rückgaberecht von zwei Wochen nach Erhalt der Ware laut BGB §312. Bei umfangreicheren Bestellungen räumen wir Ihnen gerne Rabatt ein.
Kontakt: Anna Kunz, a.kunz@zukunftsinstitut.de, Tel.: +49 (0) 6174 9613-22