

CORINNA MÜHLHAUSEN
HEALTHREPORT 2020

CORINNA MÜHLHAUSEN HEALTHREPORT

Impressum

Herausgeber

Zukunftsinstitut GmbH
Kaiserstr. 53, 60329 Frankfurt
Tel. + 49 69 26 48 489-0, Fax: -20
info@zukunftsinstitut.de

Autorin

Corinna Mühlhausen

Redaktionelle Mitarbeit

Sarah Hartl, Verena Muntschick,
Nina Pfuderer

Projektleitung

Janine Seitz

Lektorat

Franz Mayer

Gestaltung

Christoph Almasy

Cover-Bild

Adobe Stock

ISBN 978-3-945647-65-3

© Zukunftsinstitut GmbH,
November 2019
Alle Rechte vorbehalten.

Inhalt

4	Porträt
6	Intro
HEALTH-TRENDS	
12	Überblick
16	Clean Meds
24	Dental Medutainment
30	Sober Curiosity
40	Germophobia
FACTS & FIGURES	
48	Healthstyle
49	Gesundheitsmärkte
53	Medical Fitness
55	Schlaf
BRANCHEN-INSIGHT	
60	Medical Fitness
THEMENSCHWERPUNKTE	
74	Die ausgeschlafene Gesellschaft
92	FemTech
110	Literaturverzeichnis

CORINNA MÜHLHAUSEN



Foto: © Matthias Moeller-Friedrich

Porträt

Kein Thema ist für die Journalistin, die bereits ab Mitte der 1990er Jahre die Trend- und Zukunftsforschung im Trendbüro Hamburg kennenlernte, so spannend wie die Gesundheit. Denn während sich das Erleben von Gesundheit und Krankheit durch verschiedene gesellschaftliche und technologische Entwicklungen für die Patienten schon früh veränderte, beobachtete die Forscherin, wie sich die Anbieter auf der anderen Seite lange diesem Wandel verschlossen.

Die Garanten des alten Erfolgsmodells des deutschen Gesundheitssystems fremdelten mit dem wachsenden Selbstbewusstsein der Patienten, die zunehmend eigenverantwortlich über die Gesundheit von Körper, Geist und Seele mitbestimmen wollten. Die Zahlen, Fakten und Beispiele, die Corinna Mühlhausen unter dem Schlagwort „Healthstyle“ seit vielen Jahren dazu in regelmäßigen Abständen erhebt, halfen jedoch dabei, auch die Verantwortlichen des ersten Gesundheitsmarkts davon zu überzeugen, dass die Zeit der Götterdämmerung gekommen war. Diese Entwicklung ging allerdings mitnichten damit einher, dass das Vertrauen der Menschen in die alten Träger des Gesundheitssystems verschwinden – und allein durch Dr. Google und Co. ersetzt werden sollte.

Im Gegenteil zeigen die aktuellen Marktforschungen, die die Trend- und Zukunftsforscherin im Sommer 2019 hat erheben lassen (siehe auch S. 49ff), dass Ärzte nach wie vor die Gesundheitsvertrauten Nummer eins sind, dass Gesundheit noch immer die Abwesenheit von Krankheit bedeutet und dass der Wunsch nach körperlicher Unversehrtheit und Wohlfühl eine enorme Bedeutung für die Menschen in Deutschland hat; aber dass natürlich trotzdem viele aktuelle Branchentrends die Gesundheitsmärkte gehörig durcheinanderwirbeln.

Die Gastprofessur für Trend- und Zukunftsforschung, die Corinna Mühlhausen derzeit an der Technischen Hochschule Lübeck am Fachbereich Architektur innehat, nutzt die studierte Gesellschafts- und Kommunikationswirtin auch dazu, ihre Erfahrungen rund um das Thema Gesundheit mit den Notwendigkeiten einer nachhaltigen Stadtplanung in Einklang zu bringen. Die Gesundheitsbauten der Zukunft werden somit zum Spiegelbild gesellschaftlicher Megatrends. Im vorliegenden Health Report 2020 wirft die Expertin einen Blick auf die Bedürfnisse der Gesundheitskonsumenten und untersucht, welche unterschiedlichen Branchenentwicklungen sie vorantreiben.

Intro

Nichts berührt uns Menschen so sehr wie unser Selbst: Die wachsende Sehnsucht nach einem entwickelten, kompetenten und stabilen Ich. Dieser Trend steht stellvertretend für einen Wertewandel, in dem Optimierung nicht mehr Steigerung, sondern bewusste Balance bedeutet. Gesundheit spielt dabei eine zentrale Rolle: Ob Herz-Kreislauf, Bewegungsapparat, Immunsystem, Darm oder Psychologie – Körper und Geist müssen aushalten, was das 21. Jahrhundert bietet. Die Werte der individuellen sowie achtsam balancierten Lebensgestaltung, eingebunden in gesellschaftliche Gesundheitsentwicklungen, sind zentraler Bestandteil der Arbeit von Corinna Mühlhausen und prägen diesen Report.

Harry Gatterer, Geschäftsführer Zukunftsinstitut

Gesundheit ist ein Megatrend – das äußert sich darin, dass gesundheitsorientierte Themen alle Bereiche unseres Alltags durchdringen. Unser Gesundheitsverständnis beeinflusst heute, was wir essen, wie wir arbeiten, was wir konsumieren, wie wir denken und leben. An Gesundheit richtet sich unser Leben aus.

Im neuen Health Report 2020 präsentiert die Gesundheitsexpertin Corinna Mühlhausen die wichtigsten Trends und aktuellen Entwicklungen der Gesundheitsmärkte. Im Mittelpunkt ihrer Forschung steht stets der Mensch. Grundlage ihrer Analyse ist der Wertewandel in der Gesellschaft und das wachsende individuelle Gesundheitsbewusstsein. Hierbei kann die Trend- und Zukunftsforscherin auf eine über 20-jährige Expertise zurückgreifen. Dabei ist klar: Der Gesundheitssektor entwickelt selten eigene Branchentrends aus sich heraus, sondern wird vor allem von soziokulturellen Trends beeinflusst. Umso wichtiger ist es, das sich wandelnde Gesundheitsverständnis der Menschen zu kennen. Die heutigen Bedürfnisse und Wünsche der Gesundheitskonsumenten hat Corinna Mühlhausen 2019 in einer repräsentativen Umfrage ermittelt. Die Ergebnisse zum Gesundheitsverhalten in Deutschland werden exklusiv im Health Report 2020 veröffentlicht (vgl. S. 49ff). Die Bereitschaft und vor allem der Wunsch der Menschen, die Gesundheit von Körper, Geist und Seele selbst proaktiv in die Hand zu nehmen, treibt zahlreiche Entwicklungen in der Branche voran.

Diese Verantwortung für die individuelle Gesundheit äußert sich in steigenden Investments in Gesundheitsservices und -produkte, im stetig wachsenden Interesse an der Selbstoptimierung und im anhaltenden Health Tracking. Während sich die technologischen Health-Tools bisher meist auf die Verbesserung und Überwachung der Gesundheit im Allgemeinen bezogen, tritt nun ein neuer Bereich in den Fokus: die Frauengesundheit. Mit **FemTech** werden zahlreiche technologische Lösungen geschaffen, die sich speziell der Optimierung der Gesundheit von Frauen verschrieben haben. Das reicht von Zyklus-Tracking über digitale Tools für Sexual Wellness und Schwangerschaftsberatung bis hin zu diagnostischen Tests für spezielle Frauenleiden.

Bei der Optimierung des eigenen Körpers und Geistes ist die reine Steigerungslogik inzwischen bereits überwunden. Unter Selbstoptimierung wird heute mehr und mehr ein achtsamer Umgang mit Physis und Psyche verstanden. Es wird nicht mehr maximiert im Sinne des „Meisten“, sondern es wird optimiert im Sinne des „Besten“ für mich. Das kann

durchaus bedeuten, dass man langsamer, ruhiger und bewusster lebt. Dieser Wertewandel zeigt sich auch in einer Neubewertung des Schlafes: Es geht nicht mehr darum, in möglichst kurzer Zeit möglichst optimal zu regenerieren, sondern der **Schlaf** bekommt eine tragende Bedeutung für einen gesunden Lebenswandel und ein ausbalanciertes Leben.

Diese nächste Stufe der Selbstoptimierung wird inzwischen geprägt durch ein ganzheitliches Gesundheitsverständnis und nicht mehr nur durch eine Innenschau auf den eigenen Körper. Dieser neue Blick auf Gesundheit endet nicht mehr beim Menschen. Holistic Health nimmt die Gemeinschaft in die Pflicht, denn viele Gesundheitsfragen können künftig nur im größeren Kontext verhandelt und nicht mehr individuell entschieden werden (vgl. auch Zukunftsinstitut 2016). Komplexe Wirkungsnetzwerke erfordern das gemeinschaftliche Handeln von Individuen, Wirtschaft und Politik. In der Entwicklung zu **Medical Fitness** zeigt sich dieser Wandel: Während das Individuum seinen Alltag immer mehr „versportlicht“ hat, tritt nun das Gesundheitssystem auf den Plan. Sport und Medizin verschmelzen, Fitness wird selbstverständlicher Teil der medizinischen Gesundheitsvorsorge.

Gesundheit ist nicht mehr nur ein erstrebenswerter Zustand – nämlich die Abwesenheit von Krankheit –, den es zu erreichen und aufrechtzuerhalten gilt. Gesunderhaltung wird als ein permanenter Prozess verstanden – den Menschen zunehmend selbst steuern (wollen), aber auch von den Playern der Gesundheitsbranchen einfordern. Wir wollen nicht mehr nur gesund werden und bleiben, sondern jeden Tag gesünder leben.

Die Inhalte im Überblick

HEALTH-TRENDS 2020

Clean Meds

Medizin ohne Zusatzstoffe

Die ersten Medikamente, bei denen Zusatzstoffe vermieden oder reduziert werden, erfüllen den wachsenden Wunsch der Menschen nach natürlichen und reinen Produkten. Clean Meds werden zu einer neuen Subkategorie im Pharmamarkt.

Dental Medutainment

Endlich Spaß beim Zähneputzen

Mobile-Health-Anwendungen vereinen zwei gegensätzliche Motive der Gesundheitsfürsorge und Prophylaxe in einem Produkt: Kontrolle und Spaß. Kein Wunder also, dass sich so viele Entwickler im Bereich der Zahnmedizin austoben.

Sober Curiosity

Den Verzicht genießen

Immer mehr Menschen stellen den Verzicht auf alkoholische Getränke in den Mittelpunkt ihres gesunden Lifestyles: Keinen Alkohol zu trinken wird zu einer lebensbejahenden Bewegung, in der es um die Fitness, Reinheit und Klarheit von Körper und Geist geht.

Germophobia

Sehnsuchtsmarkt Keimfreiheit

Aktuell entstehen neue Märkte rund um die Forschung und Entwicklung von Pharmazeutika sowie von Desinfektionsprodukten für den Alltag. Gründe sind reale Probleme mit Antibiotikaresistenzen, aber auch eine wachsende Sehnsucht der Menschen nach Keimfreiheit.

BRANCHEN-INSIGHT

Medical Fitness

Der Sportmarkt wird Teil des Gesundheitssystems

Sport und Fitness sind längst zur Selbstverständlichkeit im Alltag geworden, der Sportmarkt ist ein gigantischer Wirtschaftsfaktor. Zugleich wird Fitness zum Synonym für Gesundheit. Medical Fitness beschreibt die Verschmelzung von Sportlichkeit als individuellem Lebensstil und medizinischer Vorsorge. Die Stärkung der medizinischen Seite des Sports macht es den Anbietern auf dem ersten Gesundheitsmarkt leichter, sich diesem Wandel zu öffnen. Vor allem der Megatrend Silver Society treibt diese Entwicklung zu medizinisch assoziierten Sportaktivitäten voran.

THEMENSCHWERPUNKTE

Die ausgeschlafene Gesellschaft

Schlaf wird zum gesundheitlichen Allheilmittel

Der Schlaf spielte lange Zeit eine untergeordnete Rolle, wenn es um die Bewertung der Gesundheit ging. Ganz im Gegenteil, die Schlafenszeit wurde in der Selbstoptimierungsgesellschaft auf das Äußerste verkürzt. Doch inzwischen ist klar: Nur wer seinem Körper und Geist ausreichend Zeit zur Regeneration ermöglicht, ist auch leistungsfähig. Der Trend zur Achtsamkeit liegt dem Wunsch nach mehr und besserem Schlaf für ein ausbalanciertes Leben zugrunde. Arbeit, Freizeit und der Schlaf bilden die drei Säulen der individualisierten Gesundheit.

FemTech

Die Feminisierung der Medizintechnik

Die Medizintechnik-Sparte wird um eine neue Kategorie erweitert: FemTech. Diese technologiebasierten Produkte und Services sind auf die spezifischen gesundheitlichen Bedürfnisse von Frauen ausgerichtet. Bisher fristete das Thema Frauengesundheit ein Nischendasein im traditionellen Gesundheitssystem – und so sind es vor allem junge Gründerinnen und Start-ups, die die Branche aufmischen. FemTech ist somit nicht nur ein boomender Zukunftsmarkt, sondern FemTech läutet eine Revolution ein, die die Enttabuisierung von typisch weiblichen Gesundheitsproblemen vorantreibt.



HEALTH- TRENDS

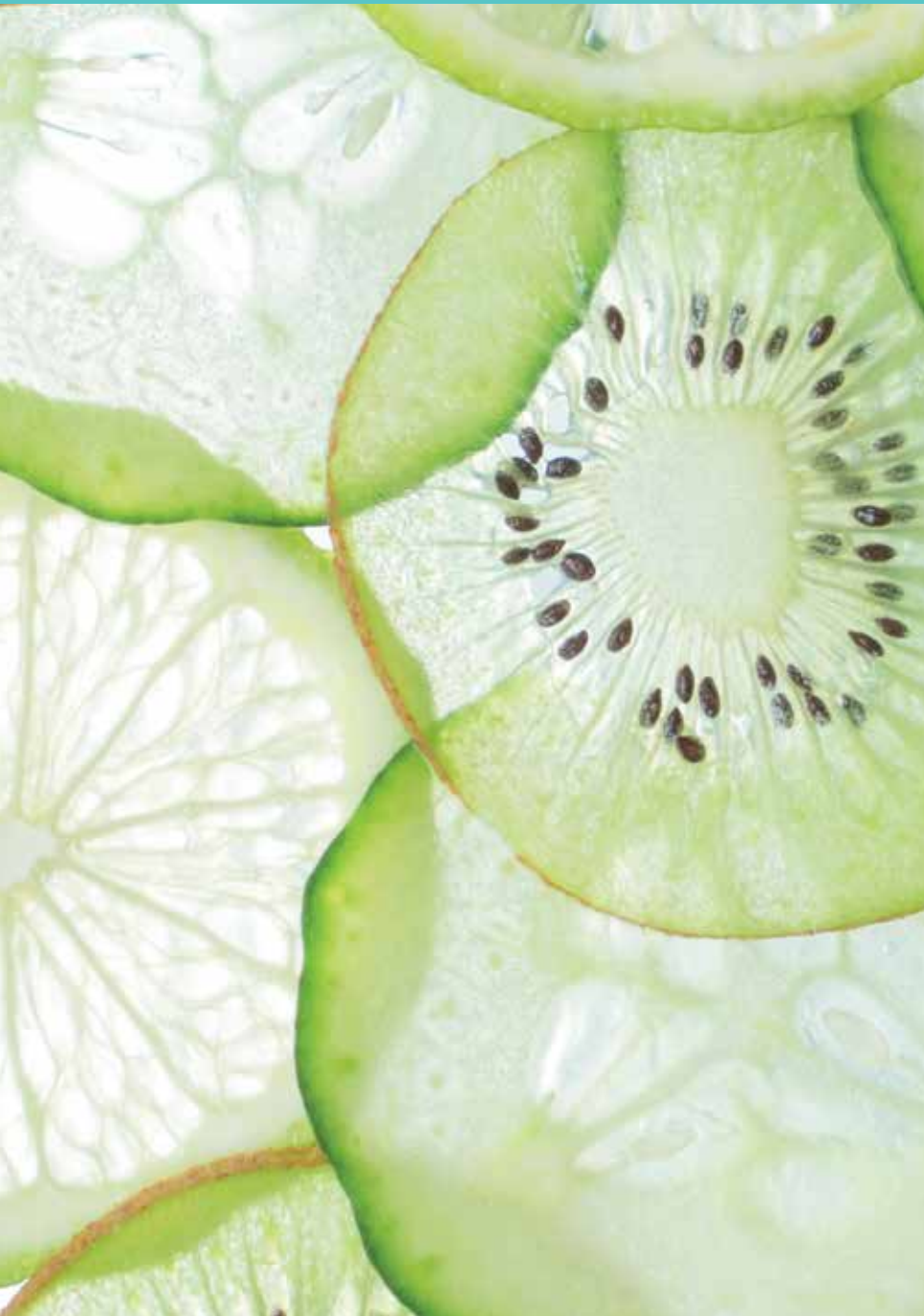


Foto: Pexels

Clean Meds

**Dental
Medutainment**

Sober Curiosity

Germophobia

Health-Trends

Gesundheit ist das Synonym für ein gutes Leben und der große Trend, der alle Menschen weltweit betrifft. Das Zukunftsinstitut definiert Gesundheit als einen der zwölf Megatrends (siehe auch hintere Umschlagklappe). Das Modell der Megatrends hilft, die komplexen, globalen Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft greifbar zu machen. Megatrends sind die größten Treiber des Wandels und erzeugen epochale Veränderungen. Sie tauchen nicht plötzlich auf, sondern sie entfalten ihre Wirkung langfristig und nachhaltig über Jahrzehnte. Der Megatrend Gesundheit hat sich als zentrales Lebensziel tief in das Bewusstsein, die Kultur und das Selbstverständnis von Gesellschaften eingeschrieben und prägt sämtliche Lebensbereiche. Das Verständnis von Gesundheit hat sich heute stark erweitert und wird mehr und mehr als Wohlbefinden, Zufriedenheit und Wohlgefühl verstanden.

Doch natürlich werden die Gesundheitsmärkte nicht nur vom Megatrend Gesundheit beeinflusst – auch die anderen Megatrends haben Auswirkungen auf die Entwicklungen im Healthcare-Bereich. Da Gesundheit eine solch exponierte Rolle in unseren Gesellschaften und für jeden einzelnen Menschen spielt, wird der Wandel in der Branche auch vor allem von soziokulturellen Trends vorangetrieben und erst an zweiter Stelle von Produkt- und Technologietrends aus der Branche.

Die Health-Trends Clean Meds, Sober Curiosity und Germophobia sind allesamt soziokulturelle Veränderungen, der Health-Trend Dental Medutainment basiert auf technologischen Entwicklungen, die wiederum Auswirkungen auf die Gesellschaft haben.

Der Trend **Clean Meds** speist sich aus dem wachsenden Bedürfnis der Konsumenten nach natürlichen Produkten, vor allem unbehandelten Lebensmitteln. Nicht nur die Ernährung soll der Gesundheit dienen, sondern auch die Medikation. Hier stellt sich für immer mehr Menschen die Frage, warum Medikamente neben dem Wirkstoff zahlreiche Zusatz- und Füllstoffe enthalten, die sogar zu gesundheitlichen Problemen führen können. Hinzu kommen immer mehr Lebensstile, die aus ethischen, religiösen oder ökologischen Gründen auf bestimmte Inhaltsstoffe z.B. tierischen Ursprungs verzichten. Natürlichkeit und Naturbelassenheit wird nicht mehr nur bei Nahrungsmitteln eingefordert, sondern bei allen Produkten, die man zu sich nimmt. Gesundheit darf sich folglich nicht mehr nur auf die Behandlung eines einzelnen Aspekts beziehen, sondern die Medizinprodukte müssen auf dieses ganzheitliche Verständnis einzahlen – eine Entwicklung, die die Pharmaindustrie vor ganz neue Herausforderungen stellt.

Auch der Trend **Sober Curiosity** hat sich der Maxime „weniger ist mehr“ verschrieben. Für die Menschen, die diesem Trend frönen, ist Alkohol tabu – doch sie verzichten nicht, sondern sie zelebrieren dieses Tabu. Dieser gesundheitsorientierte Lebensstil fordert von Getränkeproduzenten und der Gastronomie hippe, alkoholfreie Alternativen zu Cocktail, Weinbegleitung und Co. „Feiern ohne Reue“ ist das Motto – nüchtern zu sein gilt als cool und erstrebenswert. Damit verändern sich gesellschaftliche Werte, die Rolle von alkoholischen Getränken als Genussmittel und sozialer Schmierstoff nimmt ab. Zugleich wird der Beverage-Markt

um zahlreiche kreative, gesunde und leckere Alternativen bereichert. Der Trend Sober Curiosity steht in naher Verbindung zu den Trends Healthy Hedonism und Detoxing: Nicht mehr Gesundheitsregeln schreiben vor, was richtig oder falsch ist, sondern es geht um eine Besinnung auf das, was gut tut.

Der Spaß steht beim Trend zum **Dental Medutainment** im Mittelpunkt. Zähneputzen war lange eine wichtige, aber langweilige Pflicht. So wurde zwar regelmäßig geputzt, doch der Enthusiasmus hielt sich in Grenzen. Inzwischen sind Zahnbürsten regelrechte Hightech-Tools: Die Putzgewohnheiten werden ermittelt und überwacht, Augmented Reality ermöglicht den Echtzeit-Einblick in den Rachenraum und verbindet die Reinigung mit spielerischen Elementen. Die Zahnbürste muss in virtuellen Games auf der einen und dann auf der anderen Seite Punkte sammeln. Während man fleißig Kariesmonster besiegt, reinigt sich das Gebiss mehr oder weniger von selbst – zumindest macht es mehr Spaß, als im Spiegel die Putzbewegungen zu beobachten. Gamification und das Internet der Dinge werden in konkreten Produkten umgesetzt, die der Prophylaxe dienen. Diese Produkte können ein Wegweiser für eine generelle Gamification, einen spielerischen Ansatz in der Prophylaxe sein.

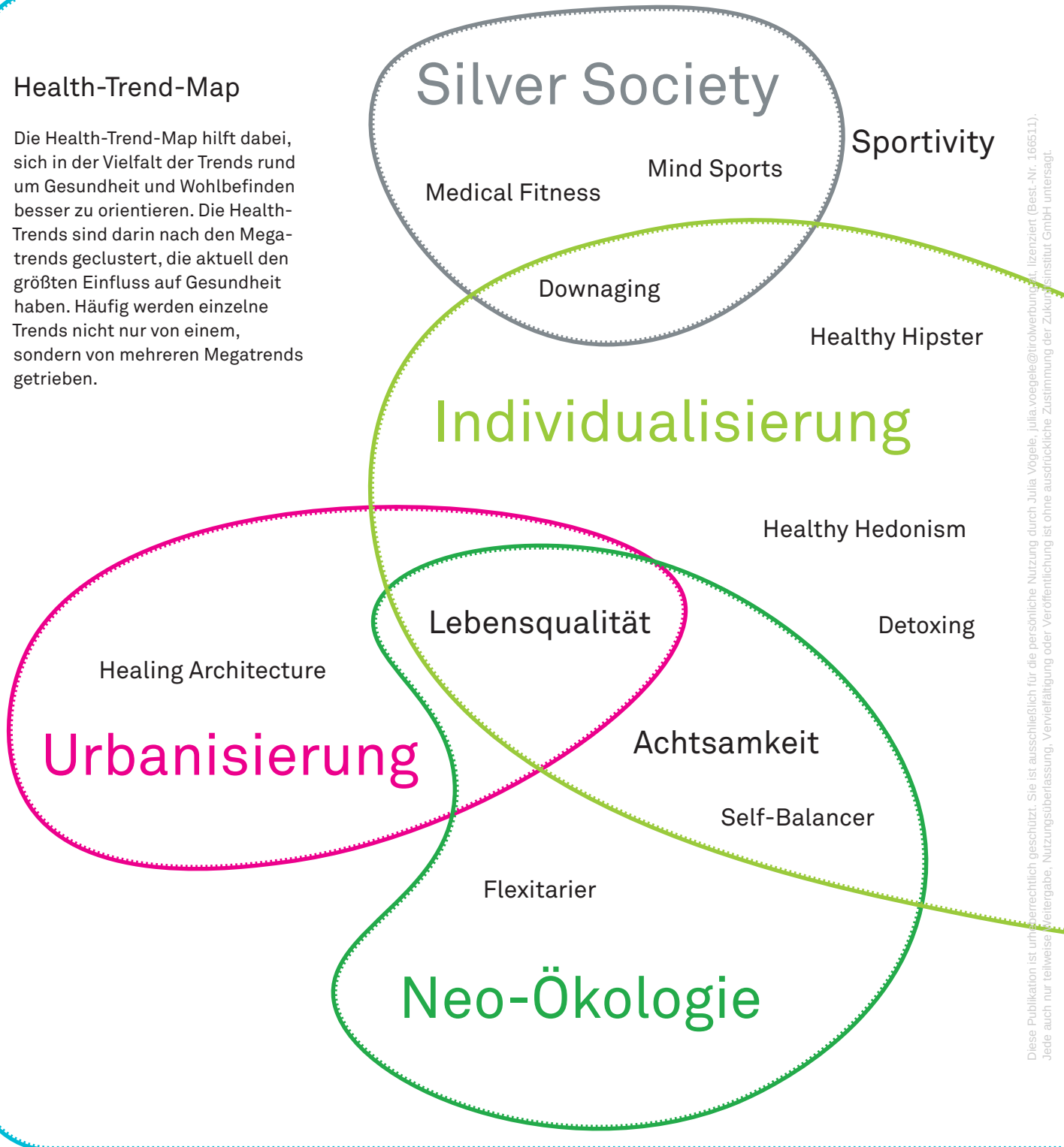
Das Bedürfnis nach Vorsorge und Prophylaxe liegt auch dem wachsenden Markt von Desinfektionsprodukten zugrunde. Der Trend **Germophobia** beschreibt die Furcht vor Keimen, die unsere Gesellschaft aktuell prägt. Obwohl

die Hygienestandards hoch wie nie sind, zeigt sich hier ein typisches Sicherheits-Paradox: Je sicherer der Mensch faktisch ist, desto mehr fürchtet er sich vor „potenziellen Bedrohungen“. Die Unsichtbarkeit und Unberechenbarkeit von Mikroorganismen stellen hierbei den optimalen Nährboden für die Ängste dar. Angefeuert wird die Sehnsucht nach Keimfreiheit durch die zunehmenden Antibiotikaresistenzen und Meldungen über multiresistente Keime in Gesundheitseinrichtungen, aber auch im alltäglichen Umfeld. Während man im medizinischen Bereich an Alternativen zu klassischen Antibiotika forscht, versuchen Konsumenten im Alltag, Schutz und Sicherheit durch allerlei Mittelchen, die Bakterien, Viren und Co. abtöten, herzustellen.

In der Health-Trend-Map werden die Health-Trends 2020, die auf den folgenden Seiten dieses Reports beschrieben werden, visualisiert und den jeweiligen Megatrends zugeordnet. Hinzu kommen die Gesundheitstrends, die bereits in der Megatrend-Dokumentation als wichtige Entwicklungen identifiziert wurden. In der Visualisierung mit den farbigen Megatrendfeldern lassen sich die Überschneidungen gut abbilden: So beschreiben wir mit Germophobia zwar einen Health-Trend, doch auch der Megatrend Sicherheit spielt hier eine wichtige Rolle. Dental Medutainment wäre nicht denkbar ohne die Entwicklungen hin zu Digital Health und den Subtrends Gamification, Big Data, KI und Co., die alle dem Megatrend Konnektivität zuzuordnen sind. Die Health-Trend-Map liefert Klarheit und Orientierung in der Vielfalt der Trends rund um Gesundheit und Wohlbefinden.

Health-Trend-Map

Die Health-Trend-Map hilft dabei, sich in der Vielfalt der Trends rund um Gesundheit und Wohlbefinden besser zu orientieren. Die Health-Trends sind darin nach den Megatrends geclustert, die aktuell den größten Einfluss auf Gesundheit haben. Häufig werden einzelne Trends nicht nur von einem, sondern von mehreren Megatrends getrieben.



Gesundheit

Holistic Health

Movement Culture

Functional Food

Sober Curiosity

Selbstoptimierung

Self Tracking

Digital Health

Corporate Health

New Work

Free From

Clean Meds

Big Data

Work-Life-Blending

Womanomics

Sicherheit

Germophobia

Konnektivität

Health Literacy

Dental Medutainment

Gamification

Preventive Health

KI

Internet of Things

FemTech

Frauengesundheit

Gender Shift

Clean Meds

MEDIZIN OHNE ZUSATZSTOFFE



Foto: Pixels



TREND 1

Die ersten Medikamente, bei denen Zusatzstoffe vermieden oder reduziert werden, erfüllen den wachsenden Wunsch der Menschen nach natürlichen und reinen Produkten. Clean Meds werden zu einer neuen Subkategorie im Pharmamarkt.

Der „Free From“-Trend, der in der Lebensmittelbranche schon Mainstream geworden ist, erreicht nun die Pharmabranche. Frei von Konservierungsstoffen, gluten- oder zuckerfrei, ohne Farbstoffe – das wird längst von gesunden Produkten erwartet. Gerade wenn es um den eigenen Körper geht, möchte man möglichst viel Natürliches und möglichst wenig Künstliches zu sich nehmen. Mit diesem Gesundheitsverständnis und dem wachsenden Ökologiebewusstsein der Menschen wird auch die Pharmabranche vor neue Herausforderungen gestellt. Wer krank ist oder Schmerzen hat, fragt immer häufiger nach pflanzlichen oder nicht-medikamentösen Alternativen zu klassischen Präparaten. Die wachsenden Umsätze bei Phytopharmaka und die konstanten Umsätze bei Homöopathika und Anthroposophika in Deutschland zeichnen diese Entwicklung nach (vgl. Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie 2018 und ABDA 2019). Auch die Zahl der Beschäftigten im Bereich Heilkunde und Homöopathie steigt stetig an (vgl. Statistik

der Bundesagentur für Arbeit 2018). Doch davon mal ganz abgesehen, entsteht nun ein ganz neues Bewusstsein für die Inhalts- und Zusatzstoffe in Medikamenten. Denn wissen wir eigentlich genau, was wir da einnehmen?

Kein Inhaltsstoff ist inaktiv

Eine neue Untersuchung des Brigham and Women's Hospital und des Massachusetts Institute of Technology, die im März 2019 im Magazin Science Translational Medicine veröffentlicht wurde, kommt zum Ergebnis, dass Medikamente sogenannte „inaktive Inhaltsstoffe“ wie Laktose, Gluten und Lebensmittelfarbe enthalten – und zwar so gut wie jede Pille und Kapsel, wie die verantwortlichen Studienautoren ausführen. Also all jene Zusatzstoffe, die bei Nahrungsmitteln schon lange als extrem umstritten gelten (vgl. Reker et al. 2019).

Obwohl wir diese Zusatzstoffe meist als inaktiv bezeichnen, sind sie genau das aber nicht. Auch wenn die Dosis gering ist, wissen wir nicht, ab welcher Menge Individuen in der Regel darauf reagieren.

Dr. Giovanni Traverso, Gastroenterologe (Brigham and Women's Hospital 2019)

Der Begriff „inaktive Inhaltsstoffe“ führt dabei übrigens in die Irre. Zwar richten Gluten und Co. bei den allermeisten Personen aufgrund der nur gering enthaltenen Menge keinen Schaden an, dennoch gibt es durchaus Patienten, deren Symptome sich bei Erkrankungen wie dem Reizdarmsyndrom nach der Einnahme von laktosehaltigen Tabletten weiter verschlimmern. Genau dieser Umstand brachte den Gastroenterologen und Co-Autor der Studie, Dr. Giovanni Traverso, auf die Idee, diesen Zusammenhang genauer zu untersuchen.

Süße, bunte Medis statt bitterer Pillen

Als das Forscherteam die medizinische Literatur für Patienten scannte, bei denen nach Einnahme eines verschreibungspflichtigen Arzneimittels Nebenwirkungen aufgetreten waren, stellte sich heraus, dass es viele Arzneimittelformulierungen gibt, die Substanzen enthalten, die Schaden anrichten können – manchmal geringfügig und manchmal erheblich. Schließlich bestehen die Pillen und Dragées fast immer zu einem viel größeren Teil aus Trägerstoffen als aus Wirkstoffen. In einem Beispiel enthielt ein bestimmtes lipidsenkendes Medikament fünf Milligramm des Arzneimittels und 700 Milligramm inaktive Bestandteile. „Wenn die erforderliche Dosis 5 mg beträgt, ist das eine wirklich kleine Menge, und Sie können daraus keine Tablette machen“, erklärt Sravan Kumar Patel, Pharmachemiker und Dozent für Pharmazeutische Wissenschaften am University of Pittsburgh Medical Center, das gängige Verfahren, Medikamente zusammenzusetzen (Mandal 2019).

Insgesamt stecken in Medikamenten heute viel mehr Stoffe als die, die man in einer Tablette erwartet (vgl. Brigham and Women's Hospital 2019 und Trafton 2019):

- Ungefähr 45 Prozent der Medikamente enthalten Laktose.
- Einem Drittel wird ein Lebensmittelfarbstoff zugesetzt.
- 55 Prozent enthalten mindestens einen schwer verdaulichen Zucker.

Gerade die zugesetzten Zucker stehen unter Verdacht, Symptome wie Blähungen, Bauchschmerzen, Durchfall oder

Verstopfung auszulösen; vor allem bei Menschen mit einer Mehrfachmedikation im Alter oder bei chronischen Erkrankungen kann das relevant sein, schließlich addieren sich die Mengen dieser zugesetzten Zuckerstoffe, bis sie eine kritische Masse erreicht haben. Die andere Patientengruppe, bei der die Zusatzstoffe schnell kritisch werden können, sind Allergiker. Wer etwa unter einer Laktoseunverträglichkeit leidet, ist sicher dankbar für einen deutlich sichtbaren Hinweis, dass und wie viel Laktose einem bestimmten Medikament zugesetzt wurde.

Pur, clean und gesund

Aus den USA stammt eine neue Geschäftsidee, die dieses Problem der Zusatzstoffe in Arzneimitteln lösen möchte: Der Hersteller Genexa hat eine gänzlich neue Medikamentenkategorie geschaffen – als erste und weltweit einzige Pharmafirma, die cleane Over-The-Counter-Medikamente entwickelt. Dieser Ansatz brachte dem 2016 von David Johnson und Max Spielberg gegründeten Unternehmen im Jahr 2017 den Titel „Bestes Start-up des Jahres“ bei den amerikanischen Best in Biz Awards ein (Best in Biz 2017). Die Mission von Genexa: „Cleaner medicine without all the junk.“

Die Gründer berichten beide von ihrem ganz persönlichen Erweckungsmoment, der sie darauf brachte, eine Alternative zu den gängigen Arzneimitteln im Markt zu entwickeln. Bei David Johnson waren es seine Kinder. Als er diesen bei deren ersten Kinderkrankheiten Medizin geben wollte, wunderte er sich über das knallige Pink der Tabletten und dann über die lange Liste an Zusatzstoffen. Neben einer pinken Lebensmittelfarbe fand Johnson Herstellerhinweise auf zugesetzte Laktose, Zuckerstoffe, Gluten und wunderte sich noch mehr. Sein Partner Max Spielberg indes fühlte sich als Allergiker nach der Einnahme eines Medikaments schlechter und nicht besser und begann sich zu fragen, ob es nicht eine Alternative zu den bislang üblichen Trägerstoffen in Arzneimitteln gäbe (vgl. Genexa 2016).

Dieser Punkt war essenziell in der Entwicklung der neuen Arzneimittelmarke, denn natürlich setzen die anderen Hersteller nicht aus Jux und Dollerei auf die bislang als inaktiv

Schüssler Salze ohne Zaubernzahlen

BEST PRACTICE: SELOMIDA VON OMIDA

Die Wegbereiter für Clean Meds, wie sie der amerikanische Hersteller Genexa inzwischen konsequent umsetzt, waren die Anbieter von alternativen Heilverfahren. Ihre Akzeptanz in immer breiteren Bevölkerungsschichten hat dazu geführt, dass die alten Gräben zwischen der Schulmedizin und den Naturheilverfahren langsam überwunden werden. Beide Seiten haben sich dabei aufeinander zubewegt: Während Schulmediziner wie der Onkologe Prof. Michael Hallek von der Universitätsklinik Köln dem Wunsch ihrer Patienten nach komplementären Verfahren zur Steigerung der eigenen Lebensqualität offen gegenüberstehen, haben viele Anbieter von naturheilkundlichen Wirkstoffen ihre Angebote von allzu viel Esoterik befreit (vgl. Stuff/Sußebach 2019). So hat Omida, der Schweizer Hersteller von Dr. Schüssler Salzen, mit Selomida unlängst die erste Produktlinie an Schüssler Salzen mit konkreter Indikation auf den Markt gebracht. Die Produkte in der cleanen blauen Verpackung heißen jetzt so wie das Problem, bei dem sie helfen sollen: „Selomida Erkältung“, „Selomida Nerven“, „Selomida Gelenke“ etc.

selomida.ch



Cleane Apps von morgen

BEST PRACTICE: WHATS IN MY MEDS

Eine ganz andere Umsetzungsstrategie mit dem gleichen Ziel, nämlich der Vereinfachung der medizinischen Behandlung und der Stärkung der Patientenautonomie, verfolgen die Macher medizinischer Smartphone-Anwendungen für Allergiker. Im Bereich von Nahrungsmittelunverträglichkeiten gibt etwa die App All I can eat übersichtlich Auskunft über die Lebensmittel, die dem Anwender das Leben erleichtern oder erschweren; die App CodeCheck verwandelt das Handy in einen Scanner, mit dem man im Supermarkt die Verpackungen auf versteckte Inhaltsstoffe überprüfen kann; und mit Klara wurde ein „persönlicher Allergie-Buddy“ entwickelt, eine App, die standortbezogene Pollen-, Wetter- und Luftqualitätsdaten liefert, die individuell auf die Bedürfnisse des Anwenders zugeschnitten sind. Inzwischen gibt es auch eine App, die aufzeigt, welche Inhaltsstoffe in Medikamenten stecken. Den Bedarf für Whats In My Meds erkannte der Berliner Apotheker Maximilian Wilke, der hinter der Anwendung steckt, in seiner täglichen Arbeit, da immer mehr Kunden nach laktose-, gluten- oder gelatinefreien Medikamenten fragten. Die Nutzer können ihre Präferenzen anhand von 16 verschiedenen Profilen einstellen – z.B. vegane Arzneimittel oder Histamin-Intoleranz. Die Datenbank umfasst mehr als 70.000 Präparate – so lässt sich auf jeden Fall eine geeignete Alternative finden, die die Anwendung natürlich automatisch vorschlägt. Aber es kann auch ganz einfach nach Produktname oder PZN gesucht werden, um mehr über unerwünschte Inhaltsstoffe sowie Wirk- und Hilfsstoffe zu erfahren. Eine Pro-Version richtet sich gezielt an Apotheker und Arztpraxen, um Kunden und Patienten qualifizierte Auskunft geben zu können.

whatsinmymeds.de



Klara liefert Unterstützung bei Allergien, indem sie über den Pollenflug am Standort informiert.

Foto: Klara



Foto: CodeCheck

CodeCheck prüft und bewertet die Inhaltsstoffe von Produkten – unter anderem auch von Medikamenten und Nahrungsergänzungsmitteln.



Foto: Whatsin

Whats In My Meds greift auf eine Datenbank von über 70.000 Präparaten zurück: Die App listet alle Inhaltsstoffe inklusive der Zusatzstoffe auf und schlägt je nach voreingestellten Präferenzen Alternativen vor.

geltenden Inhaltsstoffe, sondern weil sie diese als Trägermedium oder Dragee-Hülle benötigen; und etwa mit den Lebensmittelfarben versuchen, die Compliance der Patienten zu erhöhen (vgl. Ruchalla 2013). Doch auch hier findet derzeit ein Wertewandel statt, der künftig mit Sicherheit neue Forschungen sinnvoll macht. Während es nämlich in der Vergangenheit vor allem die Farbe Rot war, die genutzt wurde, um die aktivierende Wirkweise eines Medikaments zu betonen, und Weiß vor allem eingesetzt wurde, um Unbedenklichkeit zu suggerieren, wird sich diese Farbbewertung durch die Patienten in den kommenden Jahren sicherlich verändern.

Natürlichkeit hält Einzug in die Pharmaindustrie

Schon heute sind es die besonderen Herstellerhinweise „Certified Organic“ und „Non-GMO Project verified“ der Genexa-Produkte, zusätzlich zu einem „BioPreferred Packaging“, die die Zielgruppe überzeugen dürften: junge, urbane, ökologiebewusste Menschen sowie moderne Eltern, die sich um einen rundum bewussten Healthstyle bemühen und dabei selbstverständlich auch ihre Selbstmedikations-Arzneimittel mit einschließen. Ein pinkes Kinder-Medikament passt dazu mit Sicherheit nicht mehr. Und die Rechnung scheint aufzugehen: Allein zwischen 2017 und 2018 wuchsen die Umsätze der Firma um mehr als 150 Prozent, für 2019 liegt die erwartete Umsatzsteigerung bei satten 200 Prozent. In über 35.000 Shops in den USA sind die bislang 16 Genexa-Produkte inzwischen gelistet, darunter die führende Drogeriemarktkette CVS sowie Whole Foods, weltweit größter Betreiber einer Biosupermarktkette. Da passt es, dass es unter anderem ein Bio-Reiskleie-Extrakt ist, der nun bei Genexa als weniger aggressive Alternative zu den mehr als 60 künstlichen Füllstoffen zum Einsatz kommt, um sich von den Produkten der Konkurrenz abzuheben (vgl. Raphael 2019).

Für die nächsten zwei Jahre sind zudem zehn weitere Neuentwicklungen in der Pipeline, darunter ein Sortiment für Baby Care. Nach eigener Aussage möchte die Firma damit eine ihrer Hauptzielgruppen stärken: Mütter. Die werden heute schon explizit auf den US-weit stattfindenden Veranstaltungen von MommyCon ins Visier genommen, auf denen die Gesundheit von Kindern, Frauen und Familien im

Genexa verzichtet weitgehend auf Füll- und Zusatzstoffe in den Medikamenten.



Mittelpunkt steht und die Genexa unterstützt; die Kooperation mit einflussreichen Mama-Bloggerinnen dient demselben Ziel (vgl. ebd.). Das Unternehmen stellt sich damit in eine Linie mit all den Herstellern von gesunden, cleanen und bio-dynamischen Produkten aus den Bereichen Ernährung, Kosmetik sowie Wasch- und Reinigungsmittel, die perfekt zu den neuen grünen, gesundheitsorientierten Lebensstilen in den USA und Westeuropa passen, welche sich künftig immer stärker in die Mitte der Gesellschaften verschieben werden.

Unverträglichkeiten treiben den Clean-Meds-Markt

Untersuchungen zu Nahrungsmittelallergien differieren noch sehr stark in ihren Ergebnissen. Eine Metaanalyse aus dem Jahr 2013 kommt zum Schluss, dass eines von zehn Kindern in einigen entwickelten Ländern eine nachgewiesene Nahrungsmittelallergie hat – Tendenz steigend (Prescott et al. 2013). Forscher vom Robert-Koch-Institut nennen für Deutschland eine Prävalenz von 6,4 Prozent bei Frauen und 2,9 Prozent bei Männern. Folglich reagieren knapp fünf Prozent der Erwachsenen hierzulande auf ein oder mehrere Nahrungsmittel allergisch (vgl. Langen/Schmitz/Steppuhn 2013). Wesentlich höher aber ist die Anzahl der Menschen, die glauben, an einer Allergie gegen Laktose, Gluten, Fruktose zu leiden, oder aber einfach einen bewussten Lebensstil pflegen, der alle Bereiche von der Ernährung über die Kosmetik bis hin zu freiverkäuflichen Arzneimitteln miteinschließt.



Foto: GENEXA

Kügelchen mit Indikation

BEST PRACTICE: SIMILASAN

Ein Buch mit sieben Siegeln war bislang auch die Homöopathie. Nicht nur, dass deren Wirkweise nach wie vor umstritten bleibt, auch kaum ein medizinischer Laie konnte den Überblick über hunderte Inhaltsstoffe in unzähligen Potenzen behalten. Der Trend zu Clean Meds räumt jetzt auch hier auf: Der Schweizer Hersteller Similasan kommt mit seinen homöopathischen Kombinationspräparaten dem Wunsch vieler Patienten entgegen, auch in der Selbstmedikation stärker auf Homöopathie setzen zu können. Bei jedem der angebotenen Kombipräparate werden zwei oder mehr Einzelmittel miteinander kombiniert, um im Ergebnis ein dezidiertes medizinisches Problem zu bekämpfen: Sonnenallergie etwa, Lampenfieber, aber auch Husten, Schnupfen oder Zahnungsbeschwerden. Und das steht dann auch – ganz im Sinne des Clean-Meds-Ansatzes – genau so auf der Verpackung. similasan.swiss

Trendprognose

In der Vergangenheit setzten Gesundheitskonsumenten vor allem auf Phytopharmaka oder die Homöopathie. Mit der Entwicklung von Clean Meds tut sich hier eine Alternative auf, die den Herstellern satte Umsätze beschern kann. Wer die Bedürfnisse und vor allem die Werte dieser Menschen ernst nimmt und sein OTC-Produkt konsequent als cleane Alternative in Inhaltszusammensetzung, Angebotsfaszination sowie Kommunikation gestaltet, kann auch hierzulande einen neuen Wachstumsmarkt vorantreiben. Wichtig ist es dabei, die klassischen Medikamente nicht ablösen zu wollen: Laut einer aktuellen Studie der Marktforscher von Kantar im Auftrag der Deutschen Homöopathie Union befürworten drei Viertel der Deutschen nämlich ein Nebeneinander von Schul- und Naturmedizin (DHU 2018).

Dental Medutainment

ENDLICH SPASS BEIM ZÄHNEPUTZEN



Foto: BleepBleeps



TREND 2

Mobile-Health-Anwendungen vereinen zwei gegensätzliche Motive der Gesundheitsfürsorge und Prophylaxe in einem Produkt: Kontrolle und Spaß. Kein Wunder also, dass sich so viele Entwickler im Bereich der Zahnmedizin austoben.

Zähneputzen gehört mit Sicherheit zu den wichtigsten und zugleich meistgehassten täglichen Routinen des Menschen im 21. Jahrhundert: Kaum etwas unterstützt die Attitüde von Erfolg und Attraktivität so sehr wie ein blitzendes Gebiss; gleichzeitig vergeht die Zeit selten langsamer als bei der Zahnpflege. Umso erfreulicher, dass sich nun eine ganze Vielzahl von Entwicklern um technische Innovationen und stylische sowie nachhaltige neue Produkte und Services in diesem Segment kümmern.

Das Geheimnis der perfekten Zahnhygiene

Denn das eigentlich Frustrierende an der Zahnpflege: Die Mühe wird in den seltensten Fällen belohnt. Selbst wer mit vollem Eifer und Ehrgeiz bei der Sache ist, bekommt die Quittung spätestens beim nächsten Wiedersehen mit den Dentalhygienikern: Einzelne Partien waren dann doch nicht gut genug gesäubert, und auch Zahnstein muss wieder ent-

fernt werden. Es mag ein Trost sein, dass selbst Fachleute selten ein hundertprozentig perfektes Ergebnis erzielen. Eine Studie der Universität Gießen, bei der die Mundhygiene von Profis – also Zahnärzten, Zahnmedizin-Studierenden und Zahnarzthelfern – unter die Lupe genommen wurde, kommt zum Schluss, dass nur jeder Zweite von ihnen alle Zahnränder zu 96 Prozent frei von Plaque bekommt. Deswegen könne man von Laien wohl kaum bessere Ergebnisse erwarten, resümieren die Wissenschaftler rund um Studienleiterin Prof. Dr. Renate Deinzer (vgl. Deinzer et al. 2017).

Doch was machen diese Profis denn genau anders als der zahnmedizinische Laie? Auch hierauf gibt die Untersuchung eine Antwort. Demnach liegt das Geheimnis im Wissen um Problemstellen und die Systematik des Putzens. Während der „Ottonormalputzer“ eher planlos vorgeht, reinigen die Fachleute ihr Gebiss immer nach einem bestimmten Schema, wobei sie ein besonderes Augenmerk auf die Stellen legen, von denen sie wissen, dass sich dort gerne Plaque absetzt (vgl.

BleepBleeps motiviert mit der Zahnbürste Benjamin Brush Kinder zum Zähneputzen.



Foto: BleepBleeps

ebd.). Wenig bis keinen Einfluss auf das Ergebnis hat hingegen anscheinend die Putzmethode. In einer anderen Forschungsarbeit haben Wissenschaftler vom University College London die Empfehlungen zur Zahnhygiene von Experten, Herstellern und Verbänden in zehn verschiedenen Ländern miteinander verglichen. Ergebnis: Sechs unterschiedliche Techniken vom Schwingen über das Kreisen bis hin zum Vibrieren galten im jeweiligen Land als Nonplusultra (vgl. Wainwright/Aubrey 2014). Fazit der Forscher: „Es gibt keinen Beweis dafür, dass die komplizierten Techniken besser sind als ein einfaches Bürsten, das viel leichter zu erlernen ist“ (Cohen 2014).

Zähneputzen wird zum Spiel

Das Internet of Things läutet nun allerdings eine ganz neue Ära bei der individuellen Betreuung von zahnmedizinischen Patienten ein: Da gibt es die Zahnbürste mit integrierter Kamera, die das Live-Bild aus der eigenen Mundhöhle auf das Smartphone-Display streamt (Prophix von Onvi); haufenweise Apps zur digitalen Überwachung der empfohlenen Putzzeiten (z.B. ZahnHelden oder Denny Timer); sowie selbstverständlich vernetzte Zahnbürsten, etwa vom Marktführer

für elektrische Zahnbürsten Oral B, bei denen neuerdings eine innovative Positionserkennungs-Technologie zum Einsatz kommt. In Kombination mit der Bildanalysefunktion des Smartphones kann der Nutzer dank Künstlicher Intelligenz in Echtzeit verfolgen, wo er bereits geputzt hat und welche Bereiche des Kiefers noch weiterer Pflege bedürfen (vgl. Procter & Gamble 2019).

Speziell um die Motivation von Kindern zum Zähneputzen geht es den Verantwortlichen des Unternehmens Playbrush. Sie bieten einen intelligenten Aufsatz für den Griff von Kinderzahnbürsten, mit dem sich Computerspiele aktivieren lassen. Die Bewegungssensoren im Aufsatz sind drahtlos mit dem Handy oder Tablet verbunden. Nur wenn die Kinder wirklich die Putzzeit einhalten und alle Zahnseiten gleichermaßen putzen, kommen sie anschließend in den Spielen weiter. Da kämpft dann etwa eine Zahnfee mit punktig-pinken Haaren gegen kleine grüne Monster. Die nähern sich unerbittlich, aber solange die Zahnbürste an der richtigen Stelle schrubbt, kann sie die Eindringlinge mit ihrem Laserschwert besiegen (playbrush.com).

Auch Kolibree aus Frankreich bietet Ähnliches: Mit dem Prototypen Magik hat das Unternehmen eine Zahnbürste entwi-



Foto: Kolibree

„Es gibt keinen Beweis dafür, dass die komplizierten Techniken besser sind als ein einfaches Bürsten, das viel leichter zu erlernen ist.“

Dr. John Wainwright, praktizierender Zahnarzt vom University College London (zit. nach Cohen 2014)

ckelt, die Kinder mit einer Augmented-Reality-Gaming-App motiviert, ihre Zähne zu putzen. Hierfür wird Computer-Vision-Technologie, Motion Tracking und die Frontkamera des Smartphones genutzt, sodass sich die Kinder selbst beim Putzen beobachten können. Sie sind dabei umgeben von einer digitalen Welt mit einem Gebiss, das widerspiegelt, wie gut sie beim Putzen vorankommen. Je besser sie ihre Sache machen, umso höher sind ihre Chancen, ein „böses Kariesmonster“ zu besiegen und digitale Trophäen zu gewinnen.

Die neue Leichtigkeit der Zahnprophylaxe

Sehr fröhlich geht es beim britischen Anbieter BleepBleeps zu. Deren Entwickler haben mit Benjamin Brush ebenfalls eine sensorgestützte, farbenfrohe Zahnbürste entwickelt, bei der sich jeder Nutzer aus dem integrierten Music Store die Lieblingsmusik zur Untermalung und Motivation bei den Putz-Sessions anhören kann (bleepbleeps.com). Und wenn gar nichts mehr hilft, um die Kleinen zum Putzen zu bewegen, kann man immer noch die Zahnpasta von Hello zum Einsatz bringen. Das gleichnamige New Yorker Start-up vertreibt „naturally friendly“ Zahncreme für Kinder, die nach Wassermelone, Erdbeeren oder Blaubeeren schmeckt, die

Erstlingspasta für die ganz Kleinen ist in der Geschmacksrichtung Apfel erhältlich.

Auch die Hello-Zahnpasten für Erwachsene bereichern die Kategorie nachhaltig: Nicht nur, dass diesen Superfoods wie Acai, Drachenfrucht oder Hanfsamenöl zugesetzt werden; sie überzeugen auch durch das minimalistische Design und nicht zuletzt durch den Verzicht auf allerhand Zusatzstoffe. Zahnpasten von Hello – sowohl als Fluorid- als auch als Nicht-Fluorid-Version – enthalten keinerlei Farbstoffe, künstlichen Aromen, Mikroperlen, Parabene oder Gluten – ganz im Sinne des Clean-Meds-Trend also (vgl. S. 16). Zu den Zahnpasten für Erwachsene gehört auch eine fluoridfreie Variante mit Aktivkohle, bei der die Zähne mit frischer Minze und Kokosöl weiß werden und die in einer minimalistischen schwarzen Tube mit weißer Schrift angeboten wird. „Say hello to Superpastes“, so wirbt man für die Produkte (hello-products.com).

Der Style dieser Superpasten passt auch gut zu einem neuen amerikanischen Start-up, das mit seinem Konzept progressive Schritte in der Zahnmedizin gehen möchte. Lydian Dental heißt dieses Unternehmen, das nicht nur über eine mobile dentale Truckflotte in stylischem Look verfügt, son-

dern zudem ein höchst interessantes Bezahlmodell bietet. Die Kunden leisten hier eine Abgebühr, die sie berechtigt, eine Vielzahl an Dienstleistungen rund um die Zahngesundheit zu einem Zeitpunkt ihrer Wahl in Anspruch zu nehmen. Die Ausgestaltung der Dental Truck Clinics wurde dabei von der Designfirma Rapt Studio übernommen, der Style ist minimalistisch-chic, die Atmosphäre freundschaftlich, die Mitarbeiter fröhlich und hip. Zudem werden diese mobilen Praxen auch zum Einsatz gebracht, um in Problemvierteln in einzelnen Bezirken in Arizona und Texas kostengünstige Zahnbehandlungen möglich zu machen (lydiandental.com).

Ein weiteres US-Start-up, das sich der modernen Zahnmedizin verschrieben hat, ist Beam. Hier kommt zum schicken Design einer eigenen elektrischen Zahnbürste, Zahnpasta und Zahnseide eine App, hinter der sich ein ambitioniertes Reward-System für disziplinierte Patienten verbirgt. Die Zahnputzutensilien werden kostenlos zur Zahnversicherung über Beam zur Verfügung gestellt. Beam kooperiert US-weit mit über 325.000 Zahnärzten. Diese gewähren all denen Rabatte bei anstehenden Behandlungen, die ihre Dentalhygi-

ene mit der Bluetooth-gesteuerten Zahnbürste nachweisen können. Je nach Putzstatus können Kunden ihre eigenen Kosten bei Zahnreinigung und -behandlung sowie die ihrer Familienmitglieder dabei um bis zu 15 Prozent senken. Und die Termine für den Zahnarztbesuch lassen sich sogar über die Beam-App via Smartphone vereinbaren (beam.dental).

Von Dental Tech zur ganzheitlichen Zahnmedizin

Besonders schlecht steht es übrigens um die Zahngesundheit von Profisportlern, das haben Auswertungen nach den Olympischen Sommerspielen in London 2012 ergeben. Mehr als die Hälfte der untersuchten Sportler hatten Karies, bei 45 Prozent konnte eine Erosion des Zahnschmelzes und bei drei Vierteln Zahnfleischentzündungen nachgewiesen werden. Auch der Grund dafür scheint ausgemacht. Das Gebiss der Athleten leidet demnach vor allem unter den vielzähligen Energy Drinks, mit denen die Sportler versuchen, sich wettkampffit zu machen (vgl. Needleman et al. 2013). Aus Kanada stammt eine Neuerfindung, die eine Brücke zwischen einem gesunden Lifestyle, Zahnhygiene und bewusster Ernährung schlägt: Das Start-up DoseBiome hat mit Qii ein fertiges Teegetränk in der Dose auf den Markt gebracht, das dazu geeignet scheint, die Mundflora zu optimieren. Wer Fruchtsäfte oder Soft Drinks konsumiert, senkt den pH-Wert im Mund; Qii, was in Mandarin „sieben“ bedeutet, gleicht diesen Effekt wieder aus und hebt den pH-Wert auf ebendiesen Wert an. Zudem enthält das Getränk den Zuckeraustauschstoff Xylitol, der eine antikariogene Wirkweise besitzen soll und auch so mancher Zahncreme zugesetzt wird. Zahnpasta zum Trinken also.

Der Trend Dental Medutainment macht aus der unangenehmen oder lästigen Zahnpflege einen selbstverständlichen Bestandteil des eigenen Healthstyles. Dabei helfen zunächst neue technologische Weiterentwicklungen: Elektrische Zahnbürsten, die mittels Bluetooth mit dem eigenen Smartphone kommunizieren und jede Aktivität in einer der vielzähligen neuen Apps dokumentieren. Doch diese Mobile-Health-Anwendungen waren nur der Startschuss zu einem ganzheitlich ansprechenden und nachhaltigen Ansatz innerhalb der Zahnmedizin.

Qii ersetzt zwar nicht das Zähneputzen, sorgt aber für einen neutralen, zahnfreundlichen pH-Wert im Mund.



Foto: DoseBiome Inc



Foto: Rapt Studio

Das Start-up Lydian Dental kommt mit seinen mobilen Zahnarztpraxen zu den Patienten.

Trendprognose

Die vernetzte Technik hat zu einem noch bewussteren Umgang der Patienten mit Zahnfleisch und Zähnen geführt. Wer schwarz auf weiß nachlesen kann, wie es um die eigene Mundhygiene steht – oder aber den Kampf gegen Kariesmonster virtuell oder real zu verlieren droht –, der fragt auch stärker nach dem Design der Produkte, nach Kosten, Kommunikation und Marken. In den kommenden Jahren werden wir erleben, dass sich Produkte, aber auch Services rund um die Zahngesundheit stärker als je zuvor an den Bedürfnissen und dem Werteset ihrer angestrebten Zielgruppen ausrichten müssen. Auch Zahnärzte und Dentalhygieniker werden künftig noch bewusster als eigene Marken wahrgenommen. Die Gesundheitskonsumenten sind dabei offen für neue Bonifizierungsoptionen, mit denen sich ihre gute Zahnpflege bezahlt macht.

Sober Curiosity

DEN VERZICHT GENIEßEN



Foto: Listen Bar, Fotografin: Molly Tavolletti



TREND 3

Immer mehr Menschen stellen den Verzicht auf alkoholische Getränke in den Mittelpunkt ihres gesunden Lifestyles: Keinen Alkohol zu trinken wird zu einer lebensbejahenden Bewegung, in der es um die Fitness, Reinheit und Klarheit von Körper und Geist geht.

Der Trend Sober Curiosity wird vor allem durch Social Media angefeuert: Während es noch vor gar nicht allzu langer Zeit Bilder von fröhlichen jungen Leuten mit einem Cocktail- oder Weinglas in der Hand waren, die etwa unter dem Hashtag #WineMoms Verbreitung auf Instagram und Co. fanden, erfreut sich nun eine neue Inszenierung des Selbst wachsender Beliebtheit: Das Sober Curious Movement schwappt aus den USA nach Westeuropa herüber. Der Verzicht auf Alkohol wird zum hippen Statement. Doch was steckt genau dahinter?

Immer mehr Menschen machen die Erfahrung, dass Alkohol sich zwar glänzend als sozialer Schmierstoff eignet, seine Wirkung und vor allem Nachwirkungen aber nicht so recht zu einem gesundheitsbewussten und nachhaltigen Lebensstil passen wollen. Im Gegenteil: Wer Alkohol trinkt, vernebelt das Bewusstsein, gefährdet die Figur und schläft schlechter; ganz zu schweigen von den gravierenden gesundheitlichen

Problemen und dem hohen Suchtfaktor, den der Konsum von Alkohol mit sich bringt. Auf keinen Fall passt dieses Genussmittel zu einem Lifestyle, in dem ökologisch produzierte, bewusst konsumierte Lebensmittel und womöglich eine vegetarische oder vegane Ernährung im Zentrum stehen; in dem Menschen auf Zigaretten und andere Toxine verzichten, sich um ausreichend Schlaf und Bewegung oder sogar die Reinheit ihres Geistes kümmern – durch Meditation, Yoga oder andere Achtsamkeitsmethoden.

Alkoholkonsum wird kritisch gesehen

Darauf dann erst mal einen Drink? Wohl kaum. Die Anhänger der Sober-Curious- oder Sobriety-Bewegung, wie sie im angelsächsischen Sprachraum genannt wird, möchten ihr Leben in vollen Zügen genießen und sehen die Gesundheit von Körper, Geist und Seele dazu als notwendiges

**Die Sober-
Curious-
Bewegung hat
sich zum Ziel
gesetzt, Alkohol-
abstinenz neu zu
definieren:
Dieser gesund-
heitsorientierte,
selbstgewählte
Lebensstil ist chic
und klug.
Und er wird mit
einer cleveren
Botschaft und
einer instagram-
tauglichen
Ästhetik
vermarktet.**

Caitlin Gibson, Feuilletonistin bei der Washington Post

Vehikel an. Und sie werden immer mehr. Laut einer Studie der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung tranken zwar knapp neun Prozent der 12- bis 17-Jährigen im Jahr 2018 regelmäßig, also mindestens einmal pro Woche, Alkohol. 2004 allerdings lag dieser Wert noch bei 21 Prozent. Auch bei den 18- bis 25-Jährigen lässt sich diese Tendenz erkennen. Im Jahr 2018 tranken 33 Prozent regelmäßig alkoholische Getränke, 2004 waren es noch 44 Prozent (vgl. Orth/Merkel 2019).

Trotzdem sind diese Menschen mitnichten wenig ausgeh- und partyfreudig, im Gegenteil. „Nüchtern ist das neue Cool“, titelte das Wochenmagazin Stern im Juni 2019 (Wachter 2019). Die Sobriety-Fans treffen sich in szenigen No-Alcohol-Bars und trinken hippe Brausen, Fruchtsäfte oder alkoholfreie Weine, sie genießen ein Sternemenü mit alkoholfreier Getränkebegleitung oder tanzen auf Partys der Eventreihe „Sober Sensations“ mit Veranstaltungen in allen großen deutschen Städten. Die Sehnsucht nach einem fröhlichen und gesundheitsbewussten Lebensstil verändert eine ganze Branche und bringt auch der Idee des Self-Enhancements neue Nahrung. Denn natürlich ist es auch eine Form des Optimierens, wenn ich bewusst auf den Konsum bestimmter Getränke verzichte bzw. aktiv nach natürlichen und gesunden Alternativen suche, die zu meinem persönlichen Healthstyle passen.

Selbstinszenierung des eigenen Verzichts

Dem Selbstoptimierer von heute geht es dabei wie dem Hipster von gestern: Keiner will einer sein, aber alle sehen so aus. Nur, dass der Bartträger mit Flanellhemd statt Craft Bier heute Kombucha oder einen Ingwer Shot trinkt. Oder einen der vielzähligen Mocktails, also alkoholfreie Cocktails, wie den Nogroni. Dieser enthält Wacholderwasser und Rosinennektar statt Wermut, Gin und Campari wie der traditionelle Negroni. „To Mock“ bedeutet übrigens übersetzt „sich lustig machen“. Nur worüber eigentlich genau? Ruby Warrington, britische Autorin des Buches „Sober Curious“ und Begründerin der alkoholfreien Eventreihe „Club Söda NYC“, verweist darauf, dass es noch immer gesellschaftlich verpönt sei, keinen Alkohol zu trinken. Warrington macht

Gin-Revolution

BEST PRACTICE: SIEGFRIED WONDERLEAF

Es begann mit einem Social-Media-Scherz: Am 1. April 2016 posteten die Macher des weltweit prämierten Siegfried Rheinland Dry Gin etwas über ihren alkoholfreien Siegfried light. Die Reaktionen darauf waren dann aber so positiv, dass sich die Verantwortlichen entschlossen, diese Idee wahr werden zu lassen. Und nach einer mehrmonatigen Entwicklungszeit wurde dann tatsächlich mit Siegfried Wonderleaf eine alkoholfreie Gin-Alternative aus handwerklicher Destillation präsentiert, für die 18 hochwertige Botanicals verwendet werden, die zuckerfrei und vegan ist und zudem kalorienarm daherkommt. „Der Geschmack ist bewusst anders, aber ziemlich sehr gut“, heißt es nun auf der Webseite über das neue Sobriety-Szenegetränk.

siegfriedgin.com



Foto: Rheinland Distillers GmbH

Mut, sich der bewusst lebenden Abstinenzler-Bewegung anzuschließen: „Wir müssen nicht trinken. Es gibt nichts, das besagt, dass man als Erwachsener Alkohol konsumieren muss. Und doch tut unsere Gesellschaft nichts dafür, dass wir daran glauben können. Ganz im Gegenteil, es ist sogar die Norm zu trinken“, wird sie im Blog von Mountainside zitiert, einem amerikanischen Anbieter für Alkohol- und Drogenentzugsprogramme, der Standorte im ganzen Land unterhält und Menschen dabei helfen will, ihre Süchte in den Griff zu bekommen (Mountainside 2019).

Vom hippen Hype zum Gesundheitstrend

Denn darüber sollte der Sober-Curious-Trend nicht hinwegtäuschen: Für Menschen mit einer manifesten Alkoholabhängigkeit ist es nicht damit getan, einen neuen Healthstyle auszurufen. Die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen verweist in ihrem „Jahrbuch Sucht“ darauf, dass bei uns circa 3,4 Millionen Erwachsene von einer alkoholbezogenen Störung betroffen sind. 74.000 Todesfälle werden jährlich durch Alkoholkonsum oder den kombinierten Konsum von Tabak



Foto: Mindful Drinking Festival, Club Soda

Gesunder Hedonismus

BEST PRACTICES: SANS BAR, LISTEN BAR, GETAWAY, REDEMPTION BAR, THE VIRGIN MARY BAR, MINDFUL DRINKING FESTIVAL

Ihren Ursprung haben die alkoholfreien Bars in den USA: „We believe our future is bright“, gibt sich etwa Bargründer Chris Marshall aus Austin auf der Webseite zu seiner Sans Bar überzeugt, die inzwischen mit einer landesweiten Eventreihe durch die USA tourt und die Sober-Curious-Bewegung weiter anheizt. In Manhattan können deren Anhänger in der Listen Bar einkehren und in Brooklyn hat mit Getaway im Jahr 2019 eine weitere Anlaufstelle für die Healthy Hipster eröffnet. In London zog das alkoholfreie Mindful Drinking Festival 2019 mehr als 10.000 Besucher an. Die Redemption Bar, die zu ihren Gerichten ausschließlich Alkoholfreies serviert, hat unlängst ihren dritten Standort in der britischen Hauptstadt eröffnet. Und mit The Virgin Mary wurde nun in Dublin sogar das erste alkoholfreie Pub Irlands eingeweiht. Vom Style her unterscheidet sich dieses Lokal in einer der Alkoholhauptstädte der Welt – Dublin verfügt über 17 Destillieren und Brauereien sowie mehr als 750 Pubs – in nichts von einer klassischen Bar: Die Sammlung eleganter Flaschen und Cocktailshaker ist beeindruckend, die Gäste halten schicke Gläser in der Hand, in denen sich allerdings kein Tropfen Alkohol befindet. Und die Bar bedient einen echten Trend. Der Alkoholverbrauch pro Kopf ist gemäß WHO-Angaben in Irland von 13,9 Litern im Jahr 2000 auf 11,5 Liter im Jahr 2016 gesunken, ein Viertel aller erwachsenen Iren trinkt überhaupt keinen Alkohol (vgl. WHO 2018 und Department of Health/Ipsos MRBI 2018). Dazu Barbesitzer Vaughan Yates: „Wir sind mehr auf Gesundheit und Wellness ausgerichtet, als wir es je waren. Ich nenne das gesunden Hedonismus“ (Pschak 2019).

thesansbar.com; listen.bar; getaway.bar; mindfuldrinkingfestival.com; redemptionbar.co.uk; thevirginmarybar.com

Sober Curiosity

Listen Bar ist eine hippe Anlaufstelle der Sober-Curious-Bewegung in New York.

Foto: Listen Bar



The Virgin Mary ist die erste alkoholfreie Bar Dublins.

Fotos: The Virgin Mary Bar



Diese Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Sie ist ausschließlich für die persönliche Nutzung durch Julia Vögele, julia.voegele@tirolwerbung.at, lizenziert (Best.-Nr. 166511). Jede auch nur teilweise Weitergabe, Nutzungsüberlassung, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Zukunftsinstut GmbH untersagt.



Foto: Bar None

Getränkeindustrie wird nüchtern

BEST PRACTICE: BAR NONE

Die Sober-Curious-Bewegung erfreut sich weltweit immer größerer Beliebtheit. Nun ist die Getränkeindustrie gefragt: Laut aktuellen Analysen von International Wines and Spirits Research wird sich der Umsatz mit Ready-to-Drink-Getränken, die nur einen geringen Anteil oder gar keinen Alkohol enthalten, in den USA bis 2022 durchschnittlich um 39 Prozent erhöhen (vgl. IWSR 2019); und auch bei Anheuser-Busch InBev, der größten Brauereigruppe der Welt mit Marken wie Beck's, Franziskaner, Budweiser oder Corona, rechnet man damit, dass im Jahr 2025 ganze 20 Prozent des gesamten Bier-Sortiments low- oder non-alcoholic sein werden. Bei Coca-Cola haben die Verantwortlichen jetzt mit Bar None auf diesen Trend reagiert: einer Range hipper neuer Drinks ohne Alkohol für Erwachsene.

ab-inbev.com; drinkbarnone.com





Foto: Kolonne Null, Fotograf: David Jakob

Unvernebelte Kulinarik für Berlin

BEST PRACTICE: EINSUNTERNULL, HORVATH, KOLONNE NULL

Die Spitzengastronomie setzte bislang selbstverständlich auf alkoholische Getränke zu ihren Menüs. Doch je umstrittener Alkohol wird, desto größer die Akzeptanz für neue alkoholfreie Getränkebegleitungen. Gerade Länder, in denen kein Wein angebaut wird, zeigen sich dabei traditionell offener. Der Däne René Redzepi etwa serviert in seinem Noma schon seit Jahren fermentierte, alkoholfreie Getränke wie Rosen-Kombucha oder Moltebeeren-Saft mit Sauerklee zu seinen regional-saisonalen Gerichten. Die Sommeliers in den hippen Berliner Lokalen wie dem Einsunternull oder dem Horvath haben inzwischen nachgezogen. Hier kommen Getränke wie ein hausgemachter Wasserkefir, Radicchiowasser mit Mandel-Zitronenöl oder Birnenessig mit Kräutern gut an zu den betont schlicht-aufseherregenden Gerichten. Mit Kolonne Null ist in der deutschen Hauptstadt zudem ein weiterer innovativer Neuling im Getränkesegment an den Start gegangen: Die Firma hat sich auf das Entalkoholisieren von Weinen spezialisiert. Im Gegensatz zu Säften und Essenzen bilden Weine von Familienweingütern aus Deutschland und Österreich hier also die Basis der alkoholfreien und stylischen Alternativen. Weitere Innovationen im Getränkesegment werden im Zuge des Sober-Curious-Trends in den nächsten Jahren sicher folgen.

restaurant-einsunternull.de; restaurant-horvath.de;
kolonnenull.com

Sogar eine kurzzeitige Unterbrechung eines ansonsten moderaten Alkoholkonsums wirkt sich positiv auf unseren Körper und Geist aus. Gute Vorzeichen also für einen Siegeszug der hippen Sober-Curiosity-Bewegung.

und Alkohol verursacht (vgl. Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen 2019). Es wird also Zeit, dass sich auch mit Hilfe des Nüchtern-Trends die gesellschaftliche Norm in Bezug auf den Konsum von Alkohol ändert. Körperlich macht sich das nämlich sehr deutlich bezahlt: Eine britische Untersuchung belegte, dass sich sogar ein nur vorübergehender Verzicht auf Alkohol im Rahmen des Dry-January-Programms positiv auf die Gesundheit auswirkt. So schliefen sieben von zehn Personen ohne Alkohol besser, über die Hälfte (57 Prozent) konnte sich besser konzentrieren und 58 Prozent nahmen sogar ab in dieser Zeit. 71 Prozent erkannten, dass sie keinen Alkohol brauchen, um Spaß zu haben – beste Voraussetzungen, um langfristig weniger Alkohol zu konsumieren. Dr. Richard Piper, Geschäftsführer der Wohltätigkeitsorganisation Alcohol Change UK, die die Kampagne Dry January initiiert hat, betont: „Vielen ist nicht bewusst, dass weniger zu trinken sofortige positive Auswirkungen hat: Wir schlafen besser, fühlen uns energetischer, wir sparen Geld, haben ein besseres Hautbild, nehmen ab ... Die Liste ließe sich weiter fortsetzen“ (Ford 2019). Zudem belegt eine weitere Studie von Londoner Forschern, dass Alkohol-Abstinenzler im

Vergleich zu den Teilnehmern einer Gruppe, denen Alkohol in geringer Dosierung erlaubt wurde, bessere Insulin- und Blutdruckwerte haben und sich ihre Leberwerte innerhalb weniger Wochen verbessern lassen (vgl. Mehta et al. 2018).

Das Fazit lautet folglich: Sogar eine kurzzeitige Unterbrechung eines ansonsten moderaten Alkoholkonsums wirkt sich positiv auf unseren Körper und Geist aus. Gute Vorzeichen also für einen Siegeszug der hippen Sober-Curiosity-Bewegung. Und tatsächlich schickt sich diese Bewegung an, das Bewusstsein für die negativen Folgen des Alkoholkonsums nachhaltig zu schärfen. Die Vorreiter dieser Bewegung sind junge, gesundheitsbewusst und nachhaltig lebende Menschen, denen es weniger darum geht, andere zu bekehren, als vielmehr um eine Verbesserung des eigenen körperlichen und mentalen Wohlbefindens. Nicht alle verzichten dabei vollständig auf Alkoholhaltiges; aber sie möchten mit alten Normen und Gewohnheiten brechen, nach denen der Feierabend-Drink genauso Alkohol zu enthalten hatte wie das Party-Bier oder die Weinbegleitung zum Menü. Denn Sober Curious meint ein Leben mit Genuss und Gesundheit.

Social Media Sobriety

BEST PRACTICE: SOBER CURIOUS MOVEMENT

Der gebürtige Brite Vaughan Yates, der in Dublin die erste alkoholfreie Bar Irlands eröffnete, hält Frauen ganz grundsätzlich für „progressiver im Erkennen neuer Wege, vielleicht, weil sie mehr mit sich im Reinen sind“ (Pschak 2019); und er freut sich über die Vielzahl seiner weiblichen (Stamm-)Gäste. Auch in den sozialen Medien beeindrucken die vielen persönlichen Statements der hippen Anhänger des Sober Curious Movement. Sie zeigen unter Hashtags wie #SoberIsSexy, #SoberGirlSociety, #SoberFun oder #HipSobriety auf Instagram und Facebook, dass sich Gesundheitsbewusstsein und Lebensfreude nicht ausschließen müssen. Aus Frankreich kommt zudem mit Louise Delage ein Pariser Instagram It-Girl, bei dem man sich zu Beginn ihrer Social-Media-Karriere noch über die vielen Bilder mit einem Glas Alkohol in der Hand wundern konnte – bis sich die französische Organisation Addict Aide outete: Sie hatte mit Delage, dargestellt von einer Schauspielerin, einen fiktionalen Social-Media-Star kreiert, um damit vor den Folgen des Alkoholkonsums zu warnen. Der betreuenden Agentur brachte diese Kampagne zahlreiche Auszeichnungen bei den Cannes Lions ein (vgl. Matei 2019).

addictaide.fr; betc.com

Trendprognose

Durch den Trend Sober Curiosity werden künftig nicht nur die Umsätze von etwa alkoholfreiem Bier noch weiter ansteigen, sondern auch der Markt der alkoholfreien, aber genussreichen Alternativen auf Basis von Gemüse, Obst und allerhand Kräuteresenzen wird sich weiter ausdifferenzieren. Der Körper ist für die Hip-Sobriety-Fans schließlich das Wichtigste, was sie haben – und im Zuge dieser Neubewertung wird sich auch der klassische Gesundheitsmarkt weiter verändern.

Germophobia

SEHNSUCHTSMARKT KEIMFREIHEIT



Foto: Pixels



TREND 4

Aktuell entstehen neue Märkte rund um die Forschung und Entwicklung von Pharmazeutika sowie von Desinfektionsprodukten für den Alltag. Gründe sind reale Probleme mit Antibiotikaresistenzen, aber auch eine wachsende Sehnsucht der Menschen nach Keimfreiheit.

Ein globales Problem mit gravierenden Folgen: Weltweit steigt die Zahl der resistenten Bakterien immer weiter an. Herkömmliche Antibiotika können gegen diese nur noch wenig oder nichts mehr ausrichten. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) listet bereits ein Dutzend solcher Bakterienstämme explizit auf und verweist in der Folge auf eine Zunahme der Todesfälle weltweit (vgl. WHO 2017). Auch in Krankenhäusern finden sich inzwischen immer häufiger multiresistente Keime, die Auswirkungen sind besorgniserregend.

Mit KI gegen Superkeime

Das Bewusstsein für das Risiko einer Infektion mit einem Superkeim in einem Krankenhaus ist längst stark ausgeprägt. Zwei Drittel der Patienten (65 Prozent) fürchten sich genau davor, hat eine Befragung der Asklepios Kliniken ergeben

(Asklepios 2015). Infiziert sich ein Patient mit einem solchen Superkeim, müssen Ärzte ein Antibiotikum nach dem anderen ausprobieren. Manchmal hilft das zweite oder dritte, manchmal findet sich gar keines mehr. Mediziner müssen dann hilflos mit ansehen, wie ihre Patienten sterben. Abhilfe erhofft man sich jetzt durch Künstliche Intelligenz: Das österreichische Unternehmen Ares Genetics verfügt über eine KI-gestützte Biomarker-Datenbank. Derzeit umfasst ARE-Sdb die Genome von etwa 40.000 Bakterienstämmen und Suszeptibilitätsdaten für mehr als 100 verschiedene Antibiotika. „Wir können mit 98 Prozent Genauigkeit vorhersagen, welches Antibiotikum funktioniert“, bestätigt der Leiter von Ares Genetics, Andreas Posch (Seiser 2019). Das Unternehmen schaffte es in der deutschsprachigen Forbes auf Platz 12 der 30 Top-KI-Start-ups aus der DACH-Region (vgl. Meisinger 2019). Das Potenzial von Ares Genetics zeigt sich darüber hinaus auch jenseits der Diagnostik. Mit Sandoz als einem der führenden Hersteller von Antibiotika werden

An der Entwicklung neuer Antibiotika wird geforscht – aber auch alternativer Medikamente mit Endolysinen.



nun neue Einsatzgebiete für bereits zugelassene Wirkstoffe sowie neue Kombinationstherapien erforscht, mit denen sich Antibiotikaresistenzen ausloten lassen können. Auch hier kommt KI zum Einsatz, denn bei der Interpretation dieser riesigen Datensätze würde jede menschliche Intelligenz an ihre Grenzen stoßen (ares-genetics.com).

Neue Regeln für die Antibiose

Das Europäische Zentrum für die Prävention und die Kontrolle von Krankheiten ECDC schätzt die Zahl der Opfer, die jährlich in Europa durch eine Infektion mit einem multiresistenten Keim sterben, inzwischen auf rund 33.000. Noch

2007 sprach man von ca. 25.000 Todesfällen. In Deutschland starben diesen Daten zufolge im Jahr 2015 mehr als 2.300 Menschen an einer Infektion mit einem Superkeim (vgl. Cassini et al. 2019 und Bäuerle 2018); jeder zehnte deutsche Klinikpatient trägt sie bereits bei der Aufnahme ins Krankenhaus mit sich herum (vgl. Hamprecht et al. 2016). Ursache dafür war unter anderem die allzu leichtfertige Gabe von Antibiotika in der Vergangenheit. Seitdem Alexander Fleming vor gut 90 Jahren das Penicillin entdeckte, hat sich die Antibiose zur gängigen Therapieform auch bei Erkrankungen entwickelt, die besser ohne diese Medizin behandelt worden wären. Untersuchungen ergeben, dass jede dritte Verschreibung eines Antibiotikums durch einen Hausarzt nicht nötig gewesen wäre. Meist werden Antibiotika noch



„Wir brauchen vor allem noch mehr Aufmerksamkeit, was die Zahl der Antibiotika-Verschreibungen angeht, die ist immer noch um mindestens 30 Prozent zu hoch.“

Prof. Dr. Petra Gastmeier, Direktorin des Instituts für Hygiene und Umweltmedizin an der Berliner Charité (dpa 2018)

Foto: Pixels

immer fälschlicherweise bei viralen Erkrankungen verordnet. Ein Grund ist nicht selten die Erwartungshaltung der Patienten: Sie wollen etwas verschrieben bekommen, von dem sie sich eine rasche Besserung erhoffen (vgl. Antão/Wagner-Ahlf 2018).

Doch Antibiotika unterscheiden nicht zwischen guten und schlechten Keimen im Körper. Denn was gerne vergessen wird: Der Mensch wird auch im gesunden Zustand von hundert Billionen Bakterien besiedelt, die ebenfalls mit jeder Antibiotikagabe konfrontiert werden. Die meisten Resistenzen bilden sich deshalb nicht im akut entzündeten Rachen oder Ohr, sondern weit entfernt im Darm oder an anderen Stellen. Im Zuge der Neubewertung der Medikamentengabe kommt

nun auch eine Grundregel auf den Prüfstand, die den Patienten seit Jahrzehnten eingeschränkt wird: Das Medikament immer so lange einzunehmen, bis die Packung leer ist – selbst wenn die Symptome der Krankheit längst verschwunden sein sollten. Dieses Prinzip geht hauptsächlich auf den Infektiologen Dr. Manson Meads von der Boston University zurück. Er riet seinen Kollegen vor gut 70 Jahren, die Medikamente selbst dann noch zwei bis drei Tage weiter zu verordnen, wenn der Patient längst wieder gesund sein sollte. Meads These: Wenn alle Keime bekämpft wären, könnten sich in der Folge keine Resistenzen bilden. Auch Rückfälle wären seltener zu befürchten (vgl. Meads et al. 1945). Dabei trat oftmals schon nach einer eintägigen Gabe eine Besserung ein. Die Resistenzen hingegen breiteten sich munter weiter aus.



Foto: surfaceskins

Surfaceskins
garantieren Hygiene
beim Öffnen
von Türen.

Beginn der Post-Antibiotika-Ära

Die WHO warnt bereits seit einigen Jahren vor dem „post-antibiotischen Zeitalter“ und drängt seitdem darauf, das Bewusstsein unter den Mediziner*innen zu schärfen, die verbleibenden Mittel klüger und gezielter einzusetzen. Dazu gehört in jedem Fall ein Aufräumen mit der alten Ein-Wochen-Gabe-Regel. Denn je rascher eine Therapie beendet wird, desto seltener entstehen Probleme. Grundlagenforscher und Pharmaunternehmen sollen zudem dringend neue Antibiotika entwickeln und zur Zulassung bringen, fordert man bei der WHO. Ihre Prioritätenliste umfasst bislang zwölf Erreger, um die sich die Wissenschaftler*innen vorrangig kümmern soll (vgl. WHO 2017).

Einen anderen Ansatz zur Lösung des gleichen Problems verfolgt man bei der Hightech-Firma Lysando mit der R&D-Abteilung in Regensburg. Hier forscht man an einer wirksamen und billigeren Alternative zu Antibiotika, den Artilyسين. Denn: „Man kann nicht mit Antibiotika das von Antibiotika verursachte Problem lösen“, gibt sich der Gründer Markus Graf Matuschka von Greiffenclau überzeugt (Busse 2018).

Sein Unternehmen setzt stattdessen auf Designerproteine, die in der Lage sind, die Zellwand eines bestimmten Bakteriums anzugreifen und damit unschädlich zu machen. Gleichzeitig handelt es sich bei den Artilyسين um Moleküle, die biologisch abgebaut werden können und gegen die Bakterien zumindest bislang auch keine Resistenzen entwickeln können. Auch gravierende Nebenwirkungen sind bislang nicht aufgetreten; die Tests, die Lysando durchgeführt hat, liefen allerdings alle in der Tiermedizin oder bei der Desinfektion. Medizinische Heilversuche mit den Artilyسين bedürfen der ausdrücklichen Einwilligung des Patienten, und die umfangreichen Studien, die notwendig sind, um ein neues Medikament auf den Markt zu bringen, wurden bisher (noch) nicht durchgeführt (artilysin.com).

Innovationen für mehr Hygiene in Krankenhäusern

Zwar soll man im Krankenhaus wieder gesund werden, nichtsdestotrotz treffen sich an diesem Ort die unterschiedlichsten Erreger. Nicht ohne Grund finden sich am Eingang und auf den Stationen, in den Waschräumen und Patienten-

zimmern zahlreiche Desinfektionsspender, mit denen man die Hände von möglichen Keimen befreien kann und soll. Doch wer denkt schon als Besucher daran, wie viele Keime alleine auf einem Türgriff oder -öffner schlummern? Am Nonwovens Innovation and Research Institute, einem Spin-off der britischen University of Leeds, wurde ein neues „sich selbst desinfizierendes“ Device entworfen, das die Keimbelastung an Krankenhaus-Türöffnern signifikant minimiert. Dabei setzen die Forscher auf eine einfache, aber effektive Methode, die in anderen Industriezweigen wie der Lebensmittelindustrie oder Gastronomie schon gang und gäbe ist. Die antibakteriellen Türpolster mit Namen Surfaceskins geben durch das Betätigen des Türöffners automatisch eine kleine Menge eines Alkoholgels auf die Fläche, um sie von Keimen zu befreien, bevor der nächste Patient, Mitarbeiter oder Besucher die Tür öffnet. Die Surfaceskins müssen allerdings nach sieben Tagen bzw. 1.000 Benutzungen ausgetauscht werden (surfaceskins.com).

Lebensmittel als Keimschleudern

Doch auch das Themenfeld Desinfektion von Lebensmittelverpackungen und Haushaltshygiene bildet einen gigantischen Zukunftsmarkt. Vor allem aufgrund von sich verändernden Ernährungsgewohnheiten müssen Lebensmittel in Zukunft noch stärker vor Keimen aller Art geschützt werden. Denn der Konsument liebt es mundgerecht verpackt und verbrauchsfertig – Salate, Obst, aber auch Käse oder die vielzähligen neuen Fleischersatzprodukte werden immer häufiger in einer convenienten To-go-Verpackung nachgefragt. Ein Albtraum für jeden Mikrobiologen. Dann was kleingeschnippeltes Obst, Smoothies und Co. für den Kunden so sympathisch macht, ist auch ein immenses Einfallstor für die Verkeimung, da diese Produkte zum einen roh verzehrt werden und zum anderen aus den Schnittflächen von Salat und Früchten nährstoffreiche Flüssigkeit austritt – der perfekte Nährboden für Bakterien aller Art.

Eine von kanadischen Forschern der McMaster University entwickelte Lebensmittelverpackung könnte eine Antwort darauf sein: Sie weist den Kunden mittels eines Sensor Patch auf den Keimbefall hin. Die Biosensoren befinden sich da-

bei auf den Lebensmitteln, eingeschweißt in einer handelsüblichen, transparenten Plastikverpackung, und warnen in einer fluoreszierenden Färbung vor einem E. coli- oder Salmonellen-Befall (vgl. Yousefi et al. 2018).

Das schottische Start-up CuanTec arbeitet an antimikrobiellen, biologisch abbaubaren Lebensmittelverpackungen, u.a. für Milchflaschen. Die Verpackungen werden aus den Schalen von Krustentieren hergestellt, deren antimikrobiell wirkender Chitinpanzer bereits in einigen Forschungsarbeiten belegt wurde. Das neue Material wird in Kooperation mit der Strathclyde University entwickelt und es scheint geeignet, den Befall von Keimen präventiv zu verhindern (cuantec.com).

Kampf gegen Keime im Alltag

Im Alltag hat die Angst vor Superkeimen aber vor allem zu steigenden Umsatzzahlen der Hersteller von Desinfektionsmitteln geführt – auch wenn Mediziner immer wieder betonen, dass normales Händewaschen nicht nur ausreicht, sondern im Zweifel sogar die bessere Alternative darstellt, um die Keime auf den Händen zu beseitigen. Laut Recherchen der Marktforscher von Nielsen werden allein mit Handdesinfektionsprodukten bei uns rund 30 Millionen Euro Umsatz jährlich generiert (vgl. dpa 2017a). Besonders beliebt: die gut duftenden Sanitizer-Fläschchen, die in farbigen Hüllen nun an Kinderwagen oder Rucksäcken baumeln. Vorreiter dieser Produkte ist das Unternehmen Bath & Body Works aus den USA. Deren „Pocketbac“-Handgel umfasst ein Sortiment von mehr als 50 verschiedenen Sorten mit Aromen wie Gurke-Melone, japanische Kirsche oder französischer Lavendel. Verkauft werden die stylischen Produkte in über 1.700 eigenen Shops in Nordamerika, die sich in nahezu jeder amerikanischen Shopping Mall befinden und so der Firma einen Nettoumsatz von mehr als 4,6 Milliarden US-Dollar bescheren (vgl. L Brands 2019; bathandbodyworks.com).

Auch das britische Model Naomi Campbell dürfte zu den Kunden dieses Unternehmens zählen, schließlich verriet sie in einem YouTube-Video im Sommer 2019 freimütig ihre Flugroutinen: Aus Angst vor Keimen streift sie sich Einweghandschuhe über und wischt mit Desinfektionstüchern Arm-

lehnen, Tisch, Gurtschnalle und Monitor ab. Dann zieht sie eine Hülle über den Sitz und legt einen Mundschutz an: „So schütze ich mich vor dem Gehuste und Geniese der Leute“ (Naomi 2019). Und sollte sie dann doch mal selbst zum Einkaufen gehen, findet sie hoffentlich eine Mall, die weitere keimtötende Innovationen bietet: Von der Firma Lifebuoy etwa gibt es ein Desinfektionssystem für den Einkaufswagen. Auf Knopfdruck kann der Benutzer ein automatisches Putztuch losschicken, das mit einem Desinfektionsmittel getränkt ist. Das Unternehmen wirbt für seine Produkte auch schon mal mit einem Werbeplakat, in das lebende Bakterien eingearbeitet werden – so wird die Bedrohung ausgesprochen anschaulich gemacht (lifebuoy.com).

Kontaminierte Smartphones

Nicht bekannt ist bislang, welche Reinigungsrituale Naomi Campbell pflegt, um die schlimmste Keimschleuder des Alltags zu reinigen: das Mobiltelefon. Wissenschaftsjournalist Werner Bartens verweist darauf, dass es nicht ohne Folgen bleibt, wenn man zwischen fünfzig- und hundertmal am Tag auf sein Display drückt oder wischt – die durchschnittliche Keimbelastung sei hier inzwischen höher als die einer Toilettenbrille (vgl. Bartens 2016). Doch nun ist Rettung in Sicht: In vielen südkoreanischen Cafés wurden in den letzten Monaten sogenannte Green Toaster aufgestellt. In den Schlitzten werden Smartphones mittels UV-Licht von Viren und Bakterien befreit. Auf dem Flughafen Narita-Tokio findet sich auf den Toiletten inzwischen neben dem Toilettenpapier auch extra Reinigungspapier für das Smartphone. Und ebenfalls

aus Japan stammt zudem ein ganzes Smartphone, das sich einfach mit Wasser und Seife sauber waschen lässt. Das Telefon mit dem Namen Rafre stammt vom Technikhersteller Kyocera, es wird bislang allerdings ausschließlich in Japan angeboten. Am deutschen Max-Planck-Institut übrigens versucht man das Problem mit den Keimen auf den Handys künftig sogar noch eleganter zu lösen: Hier arbeitet man an einem Display, das überhaupt nicht mehr angefasst werden muss. Nanostrukturen sollen dafür die berührungsfreie Nutzung ermöglichen (vgl. Max-Planck-Gesellschaft 2015).

Gute Keime – schlechte Keime

Keime sind überall – sie gehören zum menschlichen Körper und seiner Umwelt. Mögen die Ängste und manche Vorsichtsmaßnahmen übertrieben sein, Fakt ist, dass sich Bakterien, Viren und Co. durch die mobile Gesellschaft global schnell verbreiten. Hinzu kommt die Tatsache, dass die Anzahl der multiresistenten Erreger, gegen die es keine wirksamen Antibiotika mehr gibt, steigt und dies weltweit ein gravierendes Problem darstellt. Hauptursache dafür ist die vermehrte und zum Teil unnötige Gabe von Antibiotika, die mit der Gefahr einhergeht, dass die abzutötenden Bakterien Resistenzen gegen die Medikamente bilden. Allein zwischen den Jahren 2000 und 2015 hat der Konsum von Antibiotika weltweit um 65 Prozent zugenommen, in den aufstrebenden Ländern beträgt diese Steigerung sogar mehr als einhundert Prozent (vgl. Klein et al. 2018). Verantwortlich gemacht wird dafür das dortige Bevölkerungswachstum.

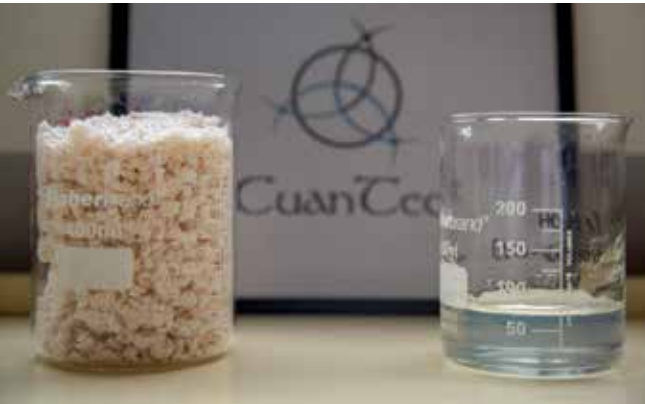


Foto: CuanTec

Antibakteriell und umwelt-
freundlich – das versprechen die
Verpackungen von CuanTec.

Trendprognose

Die Entwicklung neuer Antibiotika, neuer Wirkstoffkombinationen, aber auch alternativer Mittel gegen Keime eröffnet der Pharmaindustrie einen enormen Wachstumsmarkt der Zukunft. Zugleich bildet dieser Hintergrund den Nährboden einer übertriebenen Furcht vor Bakterien und Viren im Alltag. Gründliches Händewaschen sollte hier das Mittel der Wahl sein, doch der vielbeschäftigte Mensch von heute sehnt sich in seinem komplexen Alltag nach schicken und convenienten Lösungen. Die Nachfrage nach Alltagshygiene- und Desinfektionsprodukten wird in den nächsten Jahren folglich weiter ansteigen, ebenso wie die nach neuen Verpackungsmaterialien, Beschichtungen und intelligenten Warnsystemen.

Facts & Figures Health

Die Facts & Figures rund um die Gesundheitsmärkte sowie das Verhalten und die Einstellungen der Menschen zur Gesundheit dienen dazu, die Trends und Thesen im vorliegenden Report zu validieren. Sie sind als Infografiken anschaulich zusammengestellt, sodass sie auf einen Blick erfasst werden können. Die Daten zu Healthstyle wurden von der Autorin selbst erhoben. Die weiteren Daten sind für diesen Report nach Relevanz aus verschiedenen externen Erhebungen zusammengestellt.

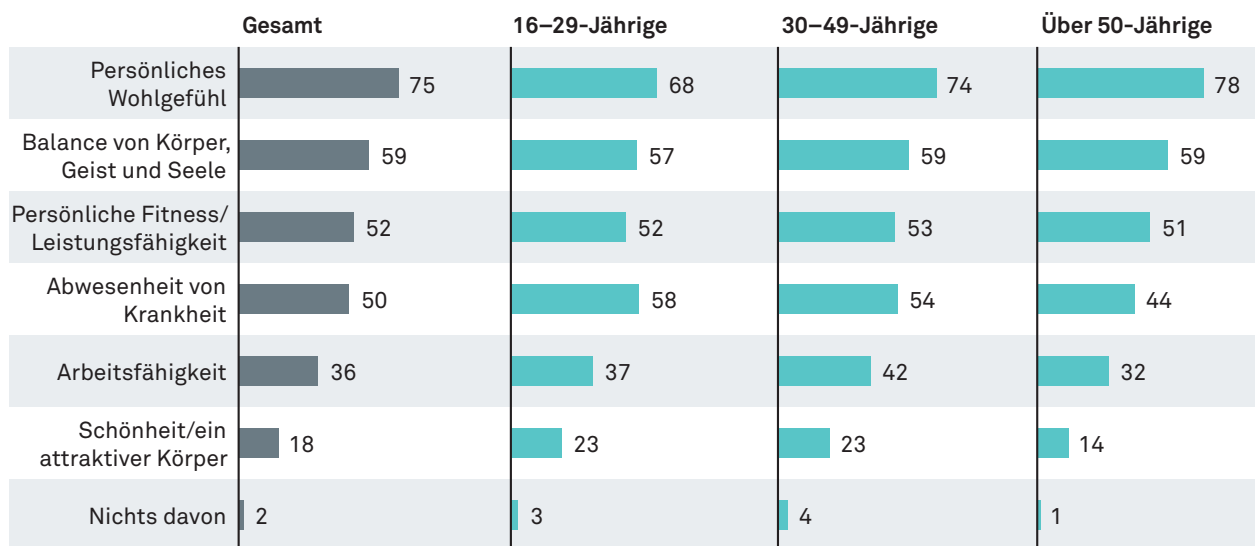
- Healthstyle
- Gesundheitsmärkte
- Medical Fitness
- Schlaf

Healthstyle

Die Health-Expertin Corinna Mühlhausen hat eine repräsentative Umfrage zum Gesundheitsverhalten in Deutschland erstellt. Hierfür wurden vom Marktforschungsunternehmen Dynata 3.014 Personen im Alter von 16 bis 90 Jahren über ein Online-Panel befragt. Die Quotierung der Altersgruppen lautete wie folgt: 16 bis 24 Jahre: 12%, 25 bis 34 Jahre: 14%, 35 bis 44 Jahre: 17%, 45 bis 54 Jahre: 18%, 55 bis 64 Jahre: 16% und 65+: 23%. Die Befragung fand im Zeitraum vom 29. April bis zum 13. Mai 2019 statt. Die Ergebnisse dieser Umfrage werden exklusiv im Health Report 2020 veröffentlicht.

Wohlgefühl ist gleich Gesundheit

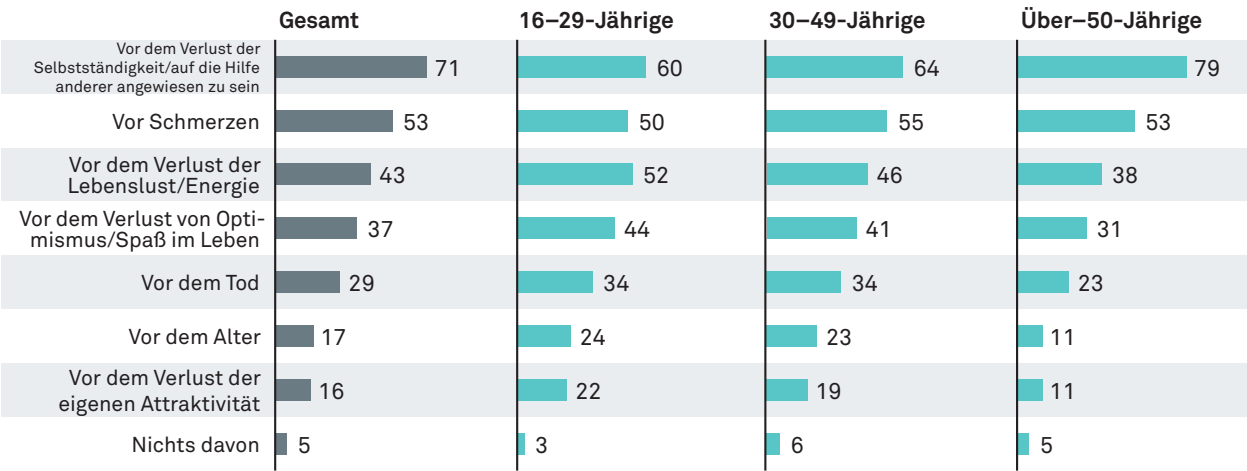
Was bedeutet für Sie Gesundheit?



Gesundheit bedeutet für viele Menschen inzwischen, sich wohl und fit zu fühlen. Nur noch die Hälfte aller Befragten verbinden mit Gesundheit die Abwesenheit von Krankheit. Hingegen verstehen drei Viertel unter Gesundheit das persönliche Wohlbefinden, 59 Prozent die Balance von Körper, Geist und Seele und mehr als die Hälfte die persönliche Fitness und Leistungsfähigkeit. Interessant ist, dass die Weisheit mit dem Alter kommt: Vor allem ältere Menschen haben erkannt, dass Gesundheit weitaus mehr ist, als nicht krank zu sein.

Krankheit ist gleich Verlust der Selbstständigkeit

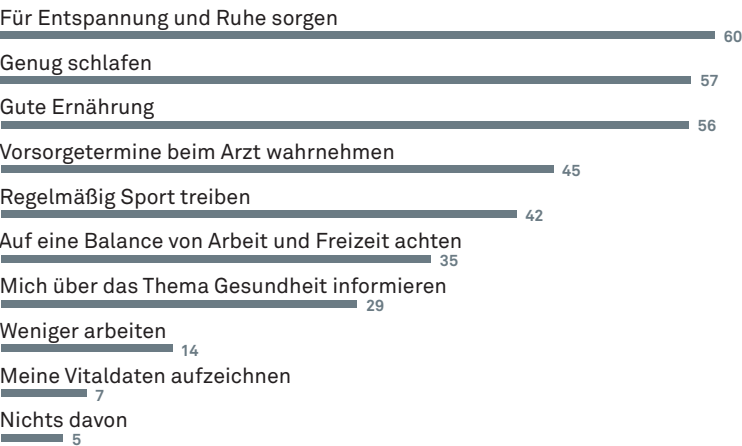
Wenn Sie an Krankheiten denken, wovor haben Sie die größte Angst?



Nicht nur beim Verständnis von Gesundheit zeigt sich eine Diskrepanz zwischen den Generationen. Auch scheinen die unter 50-Jährigen eine größere Angst vor den Folgen zu haben, die mit Krankheit in Verbindung gebracht werden. Denn nur so lassen sich die überdurchschnittlichen Werte in in der Mehrzahl der abgefragten Ängste deuten. Mit dem Alter wächst vor allem die Angst davor, auf andere angewiesen zu sein. Hingegen sinkt die Befürchtung, weniger Energie und Lebenslust zu haben oder durch Krankheiten weniger Spaß im Leben zu haben. Einig sind sich alle Altersgruppen in einem Punkt: Sie befürchten am meisten, ihre Selbstständigkeit zu verlieren in Folge von Krankheit und haben Angst vor Schmerzen.

Entspannung, Schlaf, Ernährung – Eckpfeiler der Selbstoptimierung

Was tun Sie heute schon, um sich und Ihr Leben zu optimieren?

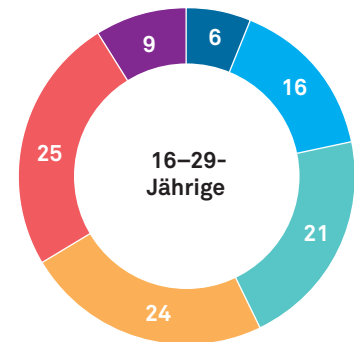
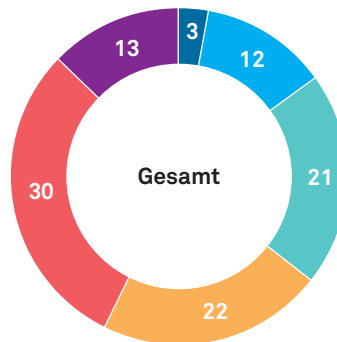


Selbstoptimierung bedeutet weit mehr als Health Tracking. Nur 7 Prozent der Befragten zeichnen ihre Vitaldaten auf, um sich selbst und ihr Leben zu optimieren. Hingegen schwören mehr als die Hälfte auf folgenden Dreiklang: Entspannung und Ruhe, ausreichend Schlaf und gute Ernährung. Mehr braucht es nicht für ein optimales Leben und ein ausgeglichenes Selbst. Zugleich zeigen diese Ergebnisse, woran es häufig in unserem Alltag mangelt. Nicht ohne Grund sind Schlaf, Ernährung und Achtsamkeit die Sehnsuchtsmärkte unserer Zeit.

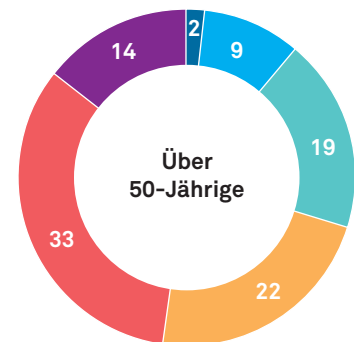
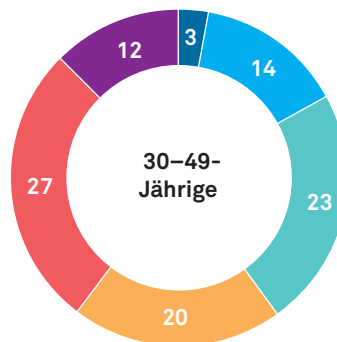
Jeder Dritte investiert mehr als 50 Euro monatlich in die eigene Gesundheit

Wie viel Geld stecken Sie pro Monat insgesamt in den Selbstzahler-Gesundheitsmarkt (also in Fitness/ Wellness, Alternativmedizin, selbstbezahlte Medizin, gesunde Speisen und Lebensmittel, Mitgliedsbeiträge, Gesundheitsmedien, Gesundheitsreisen)?

- mehr als 250 Euro
- zwischen 100 und 250 Euro
- ca. 50 bis 100 Euro
- ca. 25 bis 50 Euro
- weniger als 25 Euro
- gar nichts

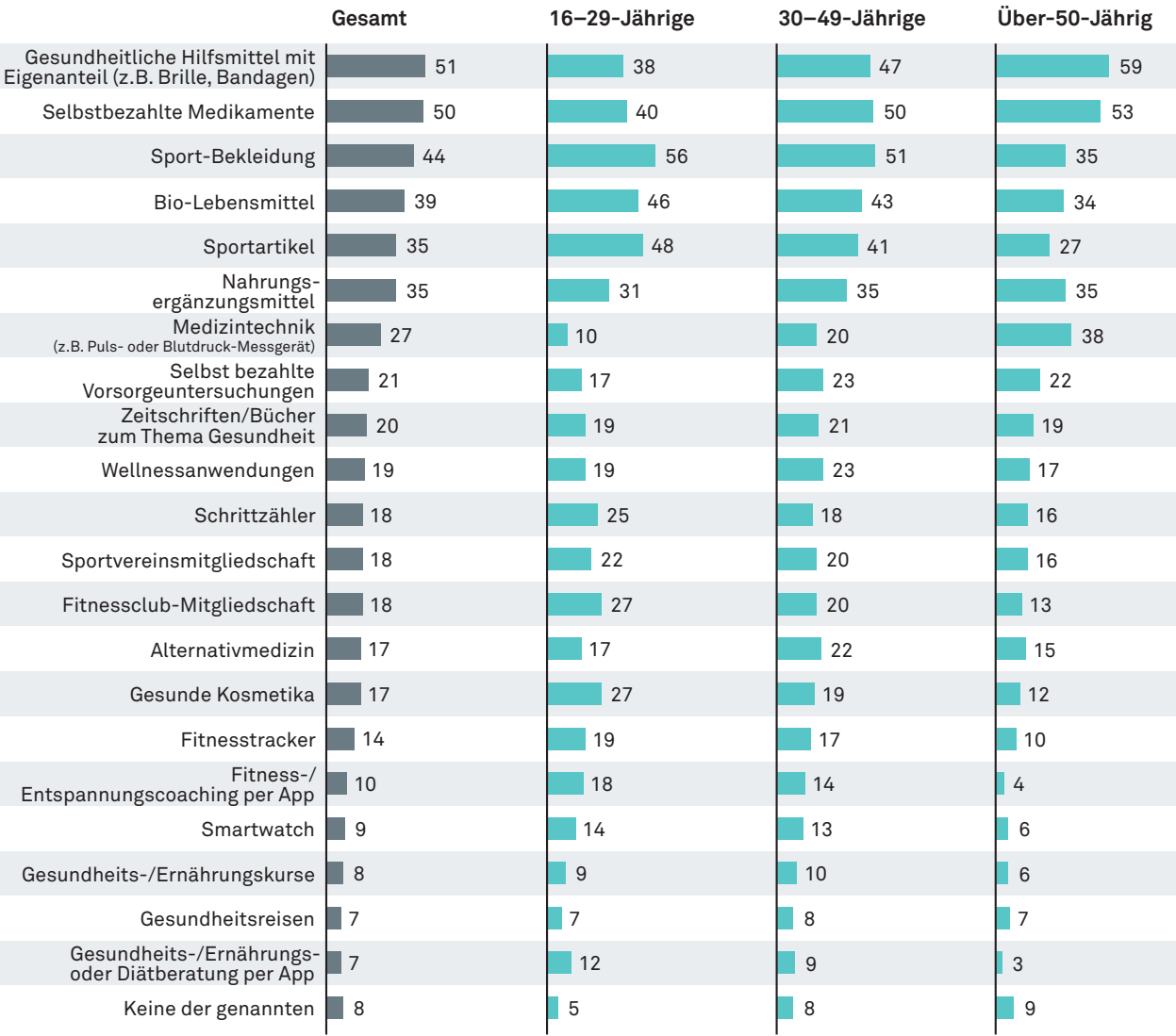


Was ist uns unsere Gesundheit wert? Auf den ersten Blick scheinen wir hier in Deutschland Gesundheitsmuffel zu sein – vor allem die älteren Menschen. Beinahe die Hälfte der Generation 50plus gibt monatlich weniger als 25 Euro für die eigene Gesundheit aus. Auf den zweiten Blick lässt sich diese Aussage dahingehend interpretieren, dass Deutschland eine gut funktionierende klassische Gesundheitsversorgung vorweisen kann, die auf den gesetzlichen Krankenversicherungen fußt. Und die vor allem im Alter verstärkt in Anspruch genommen wird. So geben die unter 50-Jährigen mehr für den zweiten Gesundheitsmarkt aus: Gut 40 Prozent über 50 Euro, jeder vierte der unter-30-Jährigen sogar mehr als 100 Euro im Monat.



Die Jüngeren investieren in Sport, die Älteren in Medizintechnik

Welche der folgenden Produkte/Dienstleistungen kaufen Sie bzw. nehmen Sie in Anspruch?

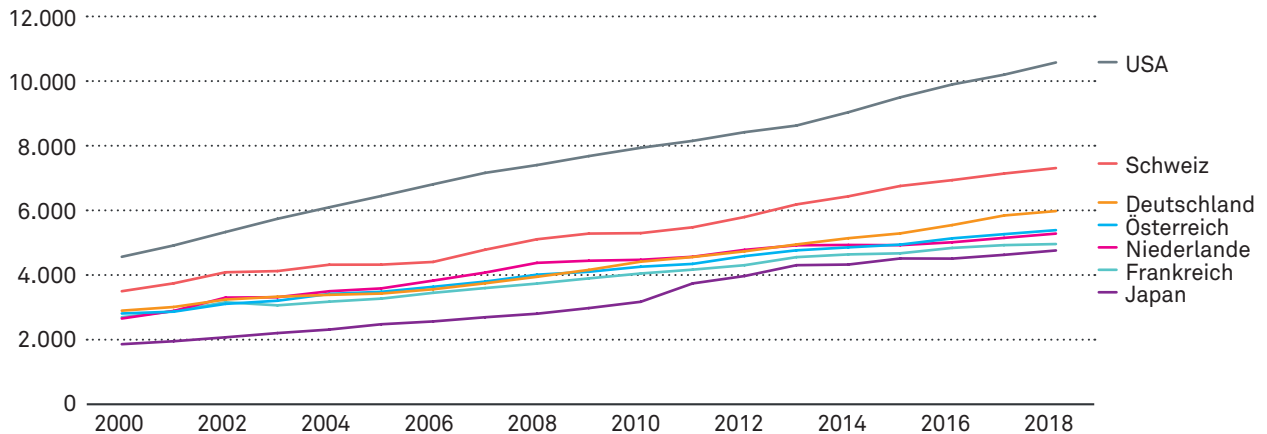


Es lebe der Sport! Ob der Sport auch aktiv ausgeübt wird, sei mal dahingestellt, jedenfalls investieren die Deutschen in alle möglichen Produkte und Dienstleistungen rund um die sportliche Betätigung. Vor allem den unter 30-Jährigen ist ein sportlicher und gesunder Lifestyle wichtig: Die Hälfte kauft Sportartikel und -bekleidung – sowie Bio-Lebensmittel. Die Jüngeren optimieren eher, den Älteren geht es um die Überwachung sowie die Erhaltung ihrer Gesundheit. Ab 50 spielt die Medizintechnik eine immense Rolle: Nur eine Person von zehn unter 30 nutzt medizintechnische Geräte, hingegen 38 Prozent der über 50-Jährigen.

Gesundheitsmärkte

Steigende Investitionen in die Gesundheit

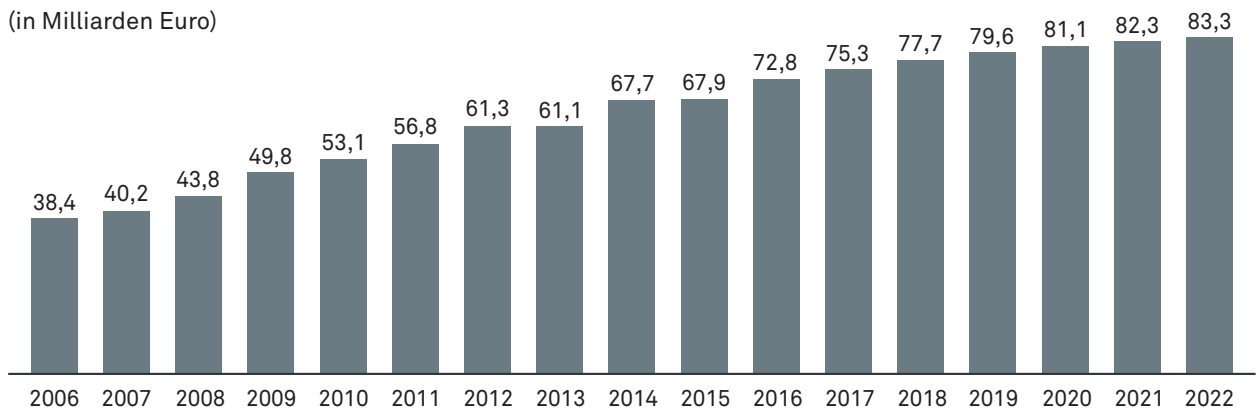
Gesundheitsausgaben (öffentliche und private) pro Kopf (in Dollar)



Quelle: OECD 2019

Wachsender Gesundheitsmarkt

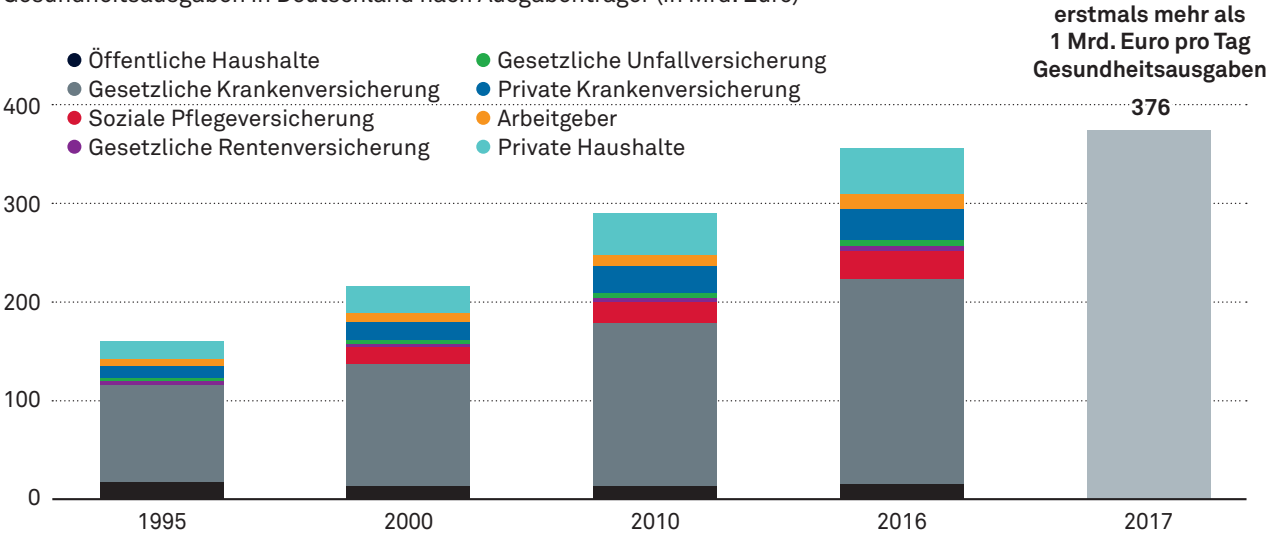
Umsatz der Unternehmen im Gesundheitswesen in Deutschland
(in Milliarden Euro)



Quelle: Statista 2018

Über eine Milliarde pro Tag

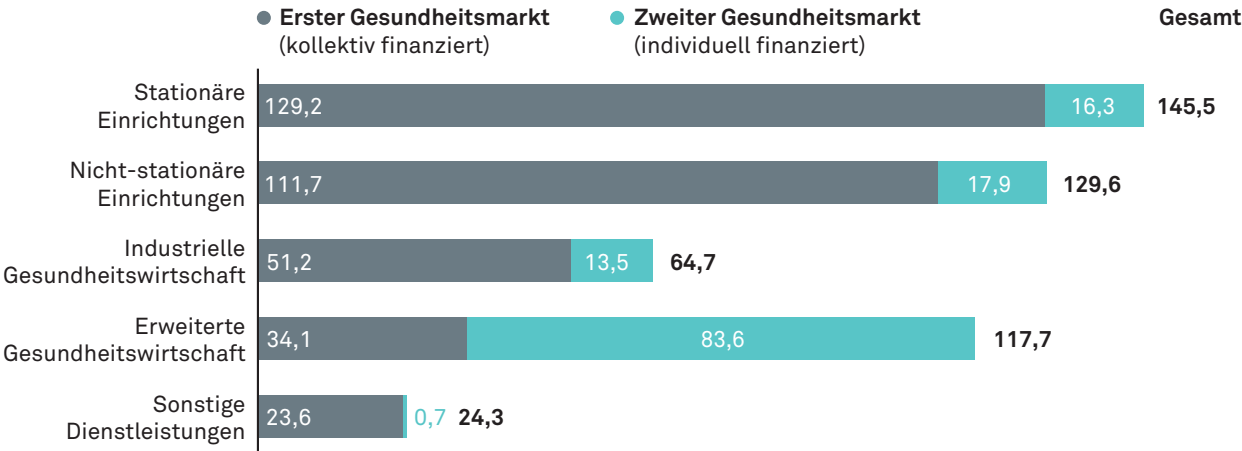
Gesundheitsausgaben in Deutschland nach Ausgabenträger (in Mrd. Euro)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2019

Jeder vierte Euro wird individuell investiert

Konsumausgaben in der Gesundheitswirtschaft auf dem ersten und zweiten Gesundheitsmarkt in Deutschland (in Mrd. Euro)

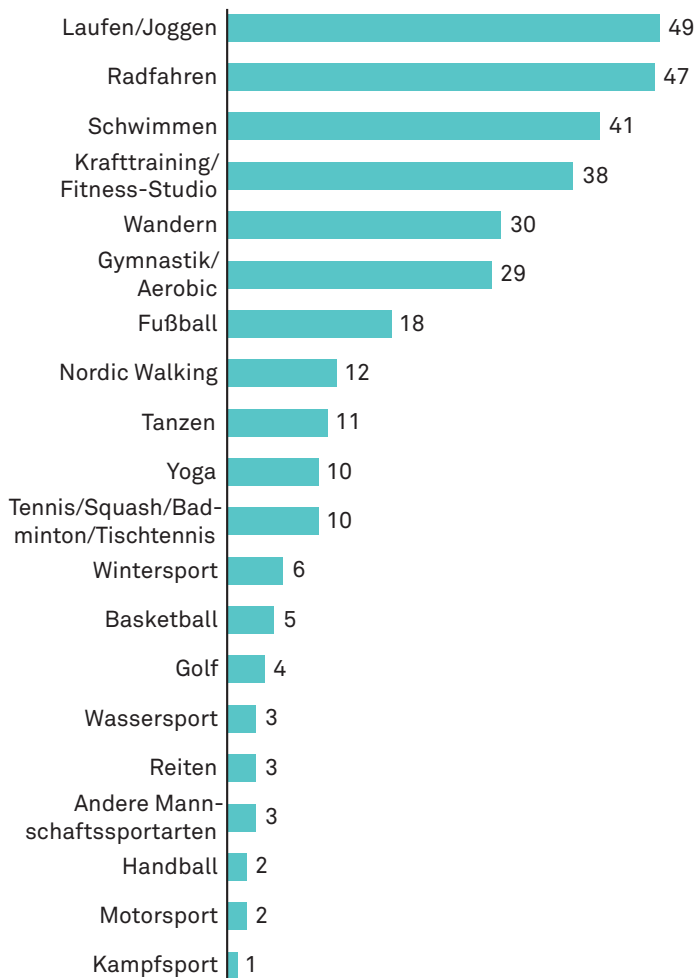


Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) 2019; Berechnungen: WifOR

Medical Fitness

Beliebteste Sportarten: Laufen, Radfahren, Schwimmen

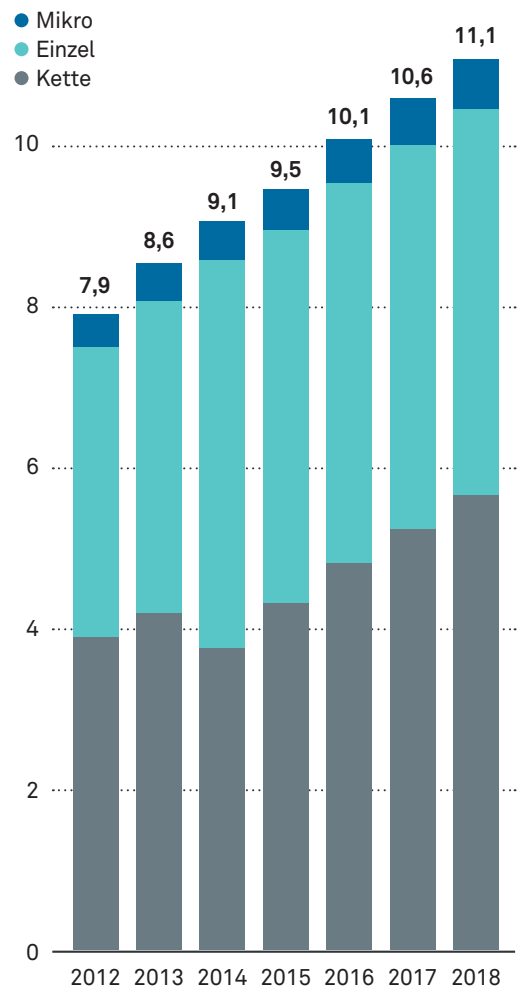
Ausgeübte Sportarten in den letzten 12 Monaten in Deutschland
(in Prozent)



Quelle: Splendid Research 2018

Boom der Fitness-Studios

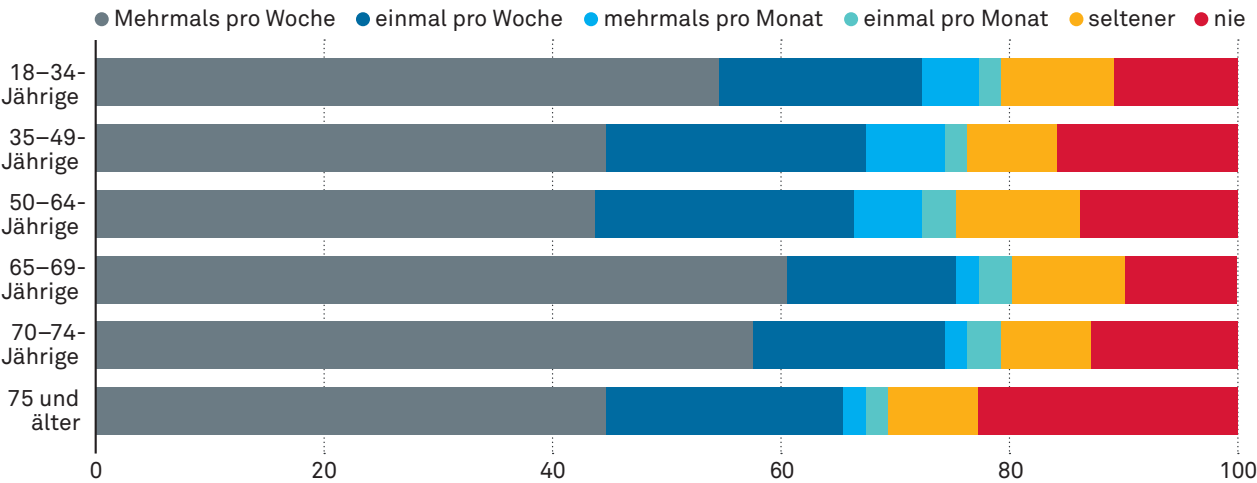
Mitglieder in deutschen Fitness-Studios
nach Betriebsstruktur (in Mio.)



Quelle: Deloitte; DSSV; Deutsche Hochschule für Prävention
und Gesundheitsmanagement 2019

Ältere sind so aktiv wie die Jüngeren

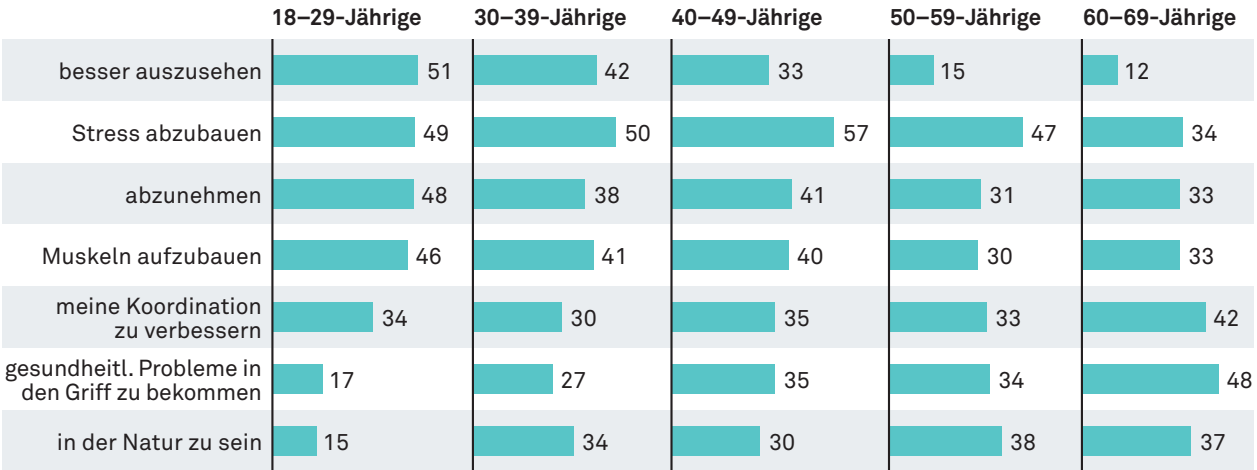
Häufigkeit von körperlichen Aktivitäten (z.B. Sport) nach Altersgruppen (in Prozent)



Quelle: GDV 2016

Motivation zum Sport im Alter

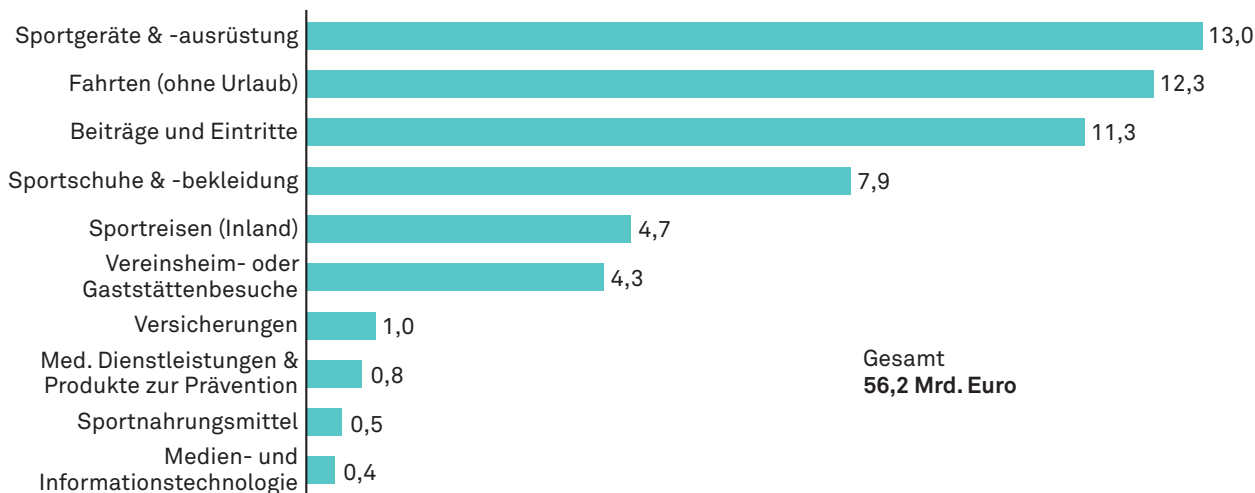
Weg vom Wunsch nach besserem Aussehen hin zu einer gesünderen Lebensweise: Ich treibe Sport, um... (in Prozent)



Quelle: Splendid Research 2017

Kein aktiver Sport ohne passende Sportartikel

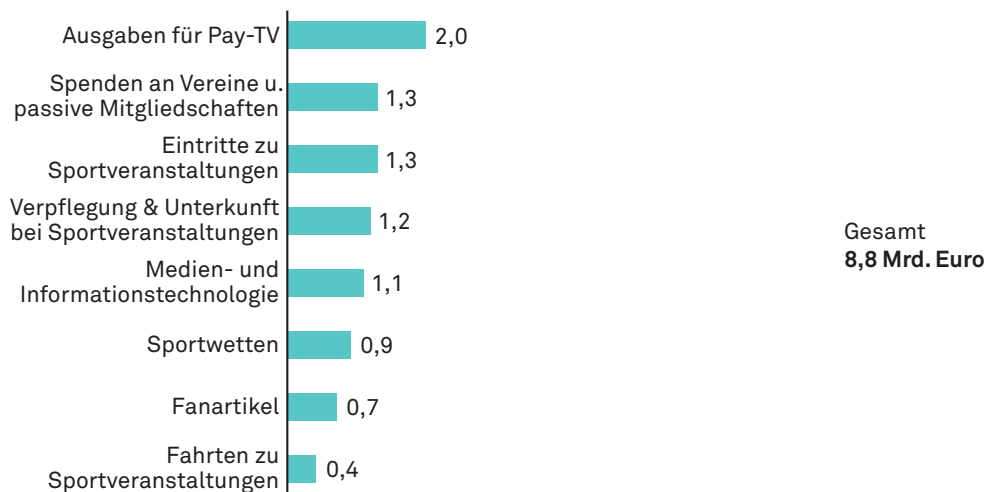
Ausgaben für die aktive Sportausübung (in Mrd. Euro)



Quelle: BM für Wirtschaft und Energie 2018

Passiver Sportkonsum von der Couch

Ausgaben für die passive Sportausübung/Sportinteresse (in Mrd. Euro)

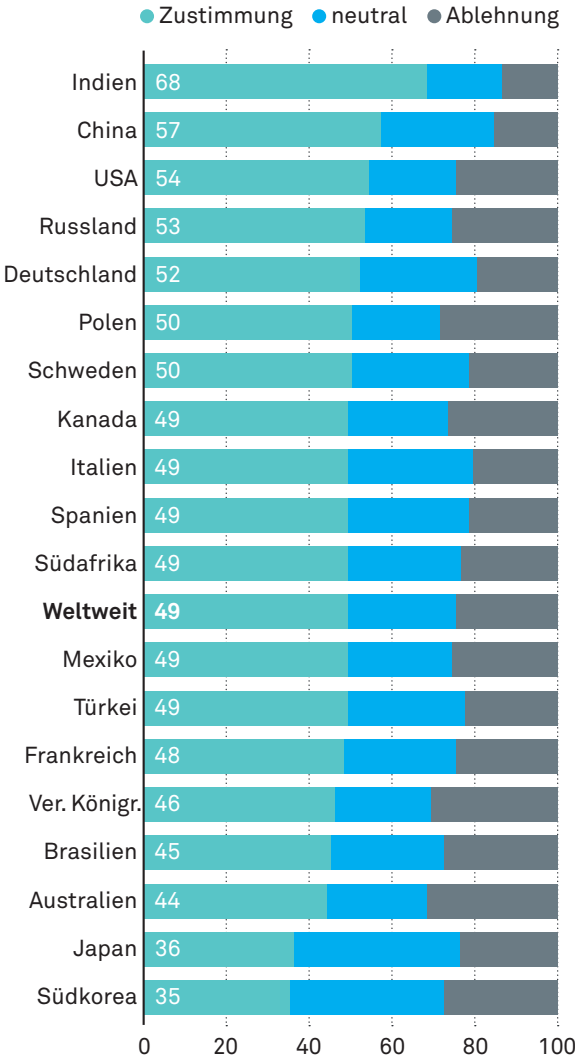


Quelle: BM für Wirtschaft und Energie 2018

Schlaf

Die Hälfte der Welt schläft genug

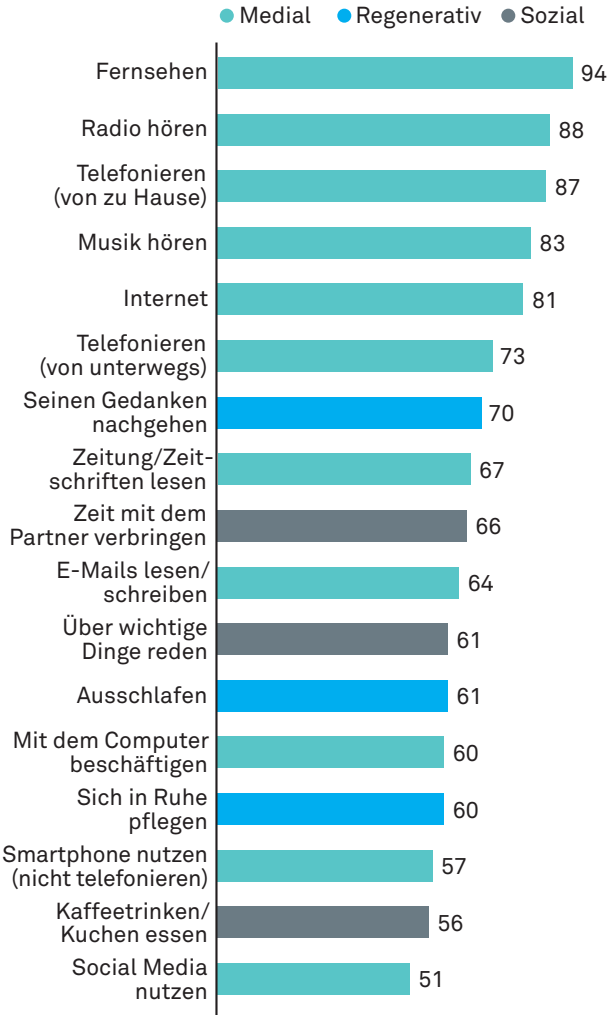
Selbsteinschätzung zu ausreichend Schlaf in ausgewählten Ländern weltweit (in Prozent)



Quelle: Ipsos 2018

Medien dominieren unseren Alltag

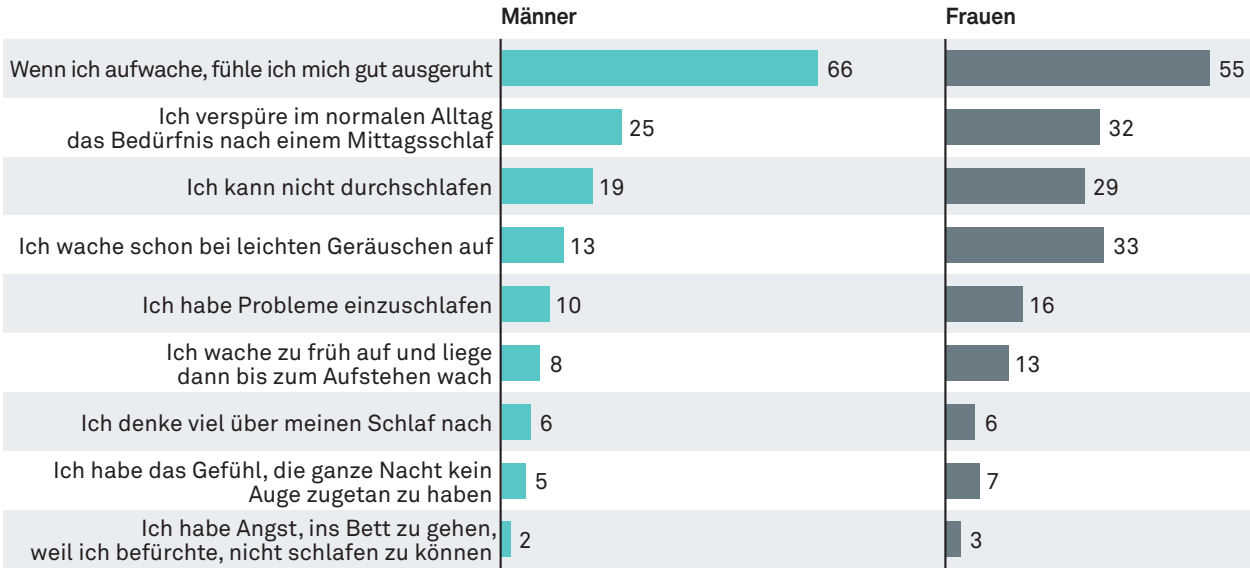
Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitaktivität in Deutschland (wenigstens einmal pro Woche, in Prozent)



Quelle: Stiftung für Zukunftsfragen 2019

Schlaf gut – leichter gesagt als getan

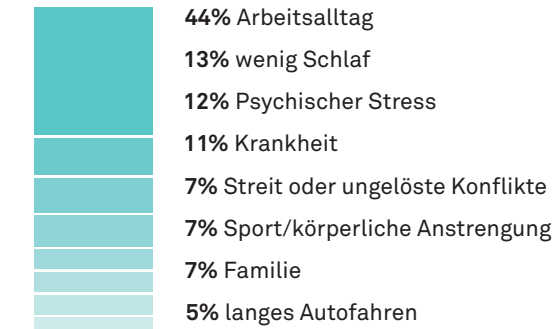
Umfrage zur Schlafqualität in Deutschland (in Prozent)



Quelle: TK; forsa 2017

Viel Arbeit, wenig Schlaf

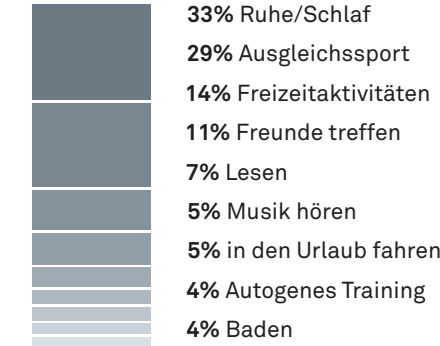
Die häufigsten Stressbelastungen, von denen sich die Menschen in Deutschland regenerieren müssen



Quelle: DKV Report 2018

Ein Drittel nutzt den Schlaf zur Regeneration

Folgende Maßnahmen unternehmen die Menschen in Deutschland, um sich zu regenerieren



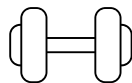
Quelle: DKV Report 2018

Medical Fitness

DER SPORTMARKT WIRD TEIL DES
GESUNDHEITSSYSTEMS



Foto: Pexels



MEDICAL FITNESS

Ernährung und Bewegung sind seit jeher wichtige Aspekte für gesundheitsbewusste Menschen. Doch in jüngster Zeit verändert sich etwas: Zwar steigt die Zahl der sportlich Aktiven in Deutschland nicht an; wohl aber der Anteil derer, die sich explizit aus gesundheitlichen Gründen bewegen. Diese Sportler haben einerseits Spaß an der körperlichen Aktivität, andererseits interessieren sie sich aber vor allem dafür, was diese Form der Fitness mit ihrem Körper macht. Sie messen und wiegen sich, sie informieren sich und tauschen sich aus, sie wollen Ergebnisse erzielen, wie z.B. den Alterungsprozess verlangsamen, die Blutwerte optimieren oder den eigenen Umgang mit Stress verbessern. Dafür sind sie bereit, Zeit und Geld zu investieren. Sie professionalisieren das, was früher als Hobby bezeichnet wurde: ihr persönliches Fitness-Programm. Aus Sport und Vorsorge ist Medical Fitness geworden. Die Hersteller von Sportartikeln, Functional Food und Fitness Fashion haben auf diese Entwicklung längst reagiert, genauso wie die Anbieter von Trackinggeräten oder Smart Watches. Nun sind die Player auf der anderen Seite des Gesundheitssystems gefragt: Krankenversicherungen, die Bewegung bonifizieren, Hersteller von medizinischen Messsystemen, die sich neuerdings an Sportstudios wenden, und ein Gesundheitsminister, der Apps auf Rezept fördert. Der erste Gesundheitsmarkt bewegt sich auf den zweiten zu: Medical Fitness versöhnt das Gesundheitssystem zum Wohle einer besseren Vorsorge und gesünderer Kundenpatienten.

Wer gehofft hatte, dass der Anteil der Menschen, die sportlich aktiv und gesundheitsbewusst sind, sich wie in den zurückliegenden Jahren immer weiter steigern lassen würde, wurde jüngst enttäuscht. So belegt etwa der DKV-Report 2018, dass sich im Vergleich zu den vorherigen Untersuchungen weniger und nicht mehr Menschen regelmäßig bewegen. Waren es laut DKV-Report 2010 noch 60 Prozent, die den Richtwert für körperliche Aktivität erreichten, können sich mit aktuell 43 Prozent noch nicht einmal mehr die Hälfte aller Deutschen für ausreichend Bewegung begeistern (vgl. Froböse et al. 2018). Studienleiter Prof. Dr. Ingo Froböse von der Sporthochschule Köln macht vor allem unser digitalisiertes Lebensumfeld und die hohe Zahl von Menschen, die Tätigkeiten im Sitzen nachgehen, für diese Entwicklung verantwortlich und zeigt sich besorgt: „Unsere Körperzellen sind so konstruiert, dass sie trainiert werden müssen. Das gilt für unseren gesamten Körper. Bewegung ist da der große Motor. Wenn wir uns nicht bewegen, haben wir einen großen Verlust in jedem Bereich“ (Esche 2018).

Sportivity – fit sein und sich gesund fühlen

Diesen Erkenntnissen gegenüber stehen allerdings die wachsenden Mitgliederzahlen der Fitnessstudios: Die Zahl der Mitglieder in Fitness- und Gesundheitsstudios ist laut der Studie „Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2019“ in den vergangenen 30 Jahren immens gestiegen. 1988 waren gerade einmal 1,5 Millionen, 2003 dann immerhin bereits 4,4 Millionen Deutsche in einem Studio angemeldet. Heute schlägt diese Sportsparte mit gut 11 Millionen Mitgliedern (13,4 Prozent der Deutschen) sogar den Deutschen Fußballbund mit seinen Aktiven. Und die Untersuchung verrät noch mehr: Der durchschnittliche Fitnessstudiobesucher ist knapp 41 Jahre alt und gibt für seine Mitgliedschaft einen Monatsbeitrag von rund 53 Euro bei Einzelbetrieben, 34 Euro bei einer Kette und 67 Euro in sogenannten Mikrostudios aus, die klein und auf einen Bereich (wie etwa die gesundheitliche Prävention oder Rückenfitness) spezialisiert sind. Insgesamt kommen die Studios so auf einen Nettoumsatz von 5,33 Milliarden Euro im Jahr und sind somit Spitzenreiter bei allen Sportarten. Und der Fitnessmarkt wird sich in den nächsten

Jahren dynamisch weiterentwickeln: Der Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheitsanlagen prognostiziert, dass bis 2025 14 Millionen Menschen in Deutschland Mitglied in einem Fitnessstudio sein werden. Auf die Gesamtbevölkerung bezogen entspricht das einem Anteil von 17 Prozent (vgl. DSSV e.V./Deloitte/DHfPG 2019).

Doch nicht nur für Krafttraining geben Sportler in Deutschland gerne Geld aus – in Summe 3,53 Milliarden Euro pro Jahr. Für den Radsport werden 2,57 Milliarden jährlich investiert, das Joggen und Laufen lassen sie sich 1,51 Milliarden Euro kosten (vgl. Splendid Research 2018). Zählt man alle Ausgaben zusammen, die im Namen des Sports getätigt werden, werden die Dimensionen dieses Marktes sogar noch gigantischer: Offiziellen Zahlen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie zur Sportwirtschaft zufolge investieren private Haushalte hierzulande etwa 56 Milliarden Euro im Jahr in den aktiven Sport. Ergänzt werden diese Zahlen übrigens noch durch das, was die Deutschen ausgeben, um passiv als Fan bei einer Sportveranstaltung (live oder per Pay-TV) dabei zu sein, für Fanartikel und Sportwetten: weitere neun Milliarden Euro im Jahr. Das entspricht in Summe gut 4 Prozent der Konsumausgaben der privaten Haushalte (BMWi 2018). Sport ist ein gigantischer Wirtschaftsfaktor.

Die „Versportung“ unserer Gesellschaft

Noch in den 1970er Jahren waren Sportlichkeit und die persönliche Fitness des Einzelnen höchst private Themen. Sie taugten maximal nach einem Tennismatch oder einem Freizeit-Fußballspiel als Grundlage für einen Small Talk. Mit Beginn der „Versportung“ unserer Gesellschaft, der begleitenden Aerobic-Welle sowie dem Siegeszug der Fitnessstudios hat sich diese Sichtweise nun komplett geändert: Sportlichkeit wird seitdem mit Attraktivität gleichgesetzt, unsportliche Menschen haben in der öffentlichen Wahrnehmung einen Makel; nur wer fit und durchtrainiert ist, dem wird auch zugetraut, seinen Aufgaben in Beruf, Freizeit und Familie gerecht zu werden. Kein Wunder also, dass 42 Prozent der Deutschen angeben, regelmäßig Sport zu treiben, um sich und ihr Leben zu verbessern (eigene Erhebung, siehe S. 50). Über diesen Umweg kommt dann auch die Gesundheit wieder ins Spiel.

Mars macht wieder mobil

BEST PRACTICE: MARS EDGE + FOODSPRING

Süßwaren- und Schokoriegelhersteller Mars macht Ernst: Das 2017 aufgebaute Segment Mars Edge, mit dem das Unternehmen seine Position in „gesundheitsorientierten Marktsegmenten“ stärken möchte, übernimmt mit Foodspring ein aufstrebendes Start-up für Sportlernahrung (Energy Shakes, Müslis und Vitaminpräparate). Spannend ist das vor allem deshalb, weil beide Firmen sich damit aufeinander zu bewegen: Mars möchte gesünder und sportlicher werden, Foodspring möchte sich neue Zielgruppen jenseits von Extremsportlern und Bodybuildern erschließen – Medical Fitness bildet die Brücke dazu. Grand View Research, ein Unternehmen für Marktbeobachtung, prognostiziert eine erfolgreiche Zukunft, schließlich könnte der globale Markt für personalisierte Nahrung und Wellness bis 2025 jährlich um 9 Prozent wachsen und sich damit auch Verluste im klassischen Süßwarengeschäft ausgleichen lassen, das durch die deutliche Gesundheitsorientierung der Verbraucher unter Druck gerät.

mars.com/made-by-mars/edge; foodspring.de



Foto: foodspring

**Sportivity
beschreibt ein
Lebensgefühl.
Sportlichkeit wird
zur Selbstver-
ständlichkeit im
Alltag und der
Sportmarkt ist
längst ein
gigantischer
Wirtschaftsfaktor.**

Gym For One

BEST PRACTICE: MISSPAO

In chinesischen Großstädten sind Pay-as-you-go-Fitnessangebote sehr beliebt. Das Start-up Misspao bietet kleine, vollautomatische Mini-Fitness-Boxen, die mit ihrer Größe von fünf Quadratmetern nahezu überall in den Städten aufgestellt werden können. Das Mini Gym für eine Person lässt sich verdunkeln, sodass man von außen nicht gesehen wird, es gibt einen Bildschirm für TV oder Filme und – ganz wichtig – einen Air Purifier. Das Joggen im Freien ist definitiv mit einer höheren Feinstaubbelastung verbunden. Eine halbe Stunde auf dem Laufband kostet umgerechnet weniger als einen Euro. Alle Sport- und Gesundheitsdaten des Trainierenden werden aufgezeichnet und automatisch mit dem eigenen Smartphone synchronisiert.

misspao.com

Sportlichkeit ist längst keine
Frage des Alters mehr.



Fitness und Gesundheit bedingen sich gegenseitig

Zwar ist für die Hälfte der Gesellschaft Gesundheit noch immer gleichbedeutend mit der Abwesenheit von Krankheit; doch viel bedeutsamer ist inzwischen der Zusammenhang zwischen der eigenen Leistungsfähigkeit und der Gesundheit: Mehr als 52 Prozent der Deutschen fühlen sich laut der Umfrage Healthstyle nur dann gesund, wenn sie leistungsfähig und fit sind. Getoppt wird dieser Zusammenhang nur durch die Zustimmung zu folgender Aussage: Für drei Viertel der Befragten bedeutet Gesundheit persönliches Wohlfühl. Frauen bejahen diese Gleichung übrigens nur noch unwesentlich stärker als Männer (75 versus 74 Prozent); ein Verhältnis, das sich mit den Jahren angeglichen hat (eigene Erhebung, siehe S. 49).

Zu diesen Erkenntnissen passt die Aktualisierung des folgenden Passus im hippokratischen Eid: Aus „Die Gesundheit meiner Patientin oder meines Patienten wird mein oberstes Anliegen sein“ wurde in der modernisierten Version: „Die Gesundheit und das Wohlergehen meiner Patientin oder meines Patienten wird mein oberstes Anliegen sein“ (Montgomery et al., 2018). Zu einer hohen Lebensqualität gehört nach dieser Definition also nicht nur die Abwesenheit von Krankheit, sondern auch das, was zwischenzeitlich Wellness genannt wurde, sich heute aber zunehmend professionalisiert – gesundes Essen, Lifestyle-Pharmazie, Naturkosmetik; genauso wie der Sportbereich, der nun unter Medical Fitness firmiert und damit deutlich macht, dass sich Gesundheit und Fitness gegenseitig bedingen. Und tatsächlich: Die größte Motivation, regelmäßig Sport zu treiben, ist die Gesundheit – nämlich für 86 Prozent der Menschen in Deutschland (vgl. InnoFact AG/Fitness First 2017).



„Boomeritis‘ beschreibt eine Vielzahl von Erkrankungen und Verletzungen des Bewegungsapparates, die meist bei aktiven Menschen im Alter von 40 oder 50 Jahren auftreten.“

Dr. Nicholas DiNubile, Sportmediziner

Foto: Pixels

Boomeritis – Aktiv bis ins hohe Alter

Die ersten Ärzte und Forscher, die keinerlei Zweifel an der Verbindung von Fitness und Gesundheit hatten, waren übrigens die Gerontologen. Wer nicht nur dem Leben mehr Jahre, sondern auch den Jahren mehr Leben abtrotzen möchte, muss dafür sorgen, dass die Maschine Mensch geölt bleibt; und dabei hilft Medical Fitness – vor allem in Form von Ausdauersport – natürlich ungemein. Zwar weisen ältere Erwachsene ab 66 Jahren eine geringere körperliche Aktivität im Vergleich zu den anderen Altersgruppen auf, doch die Differenzen sind geringer als allgemein vermutet. Ältere Menschen betätigten sich laut DKV Report 2018 im Durchschnitt 49 Minuten intensiv und 98 Minuten moderat pro Woche sportlich; 38 Prozent von ihnen erreichen den Benchmark für eine angemessene Aktivität, wie sie die WHO empfiehlt. Zum Vergleich: Bei den 45- bis 65-Jäh-

rigen kommen auch lediglich 45 Prozent über diesen Wert hinaus. Zudem erledigen die Älteren viele Wege im Alltag zu Fuß oder mit dem Fahrrad und sind somit körperlich aktiver beim Thema Mobilität als alle anderen Altersgruppen (vgl. Froböse et al. 2018).

Sport hält körperlich und geistig fit

Eine Studie von Forschern des Universitätsklinikums Leipzig kommt zum Schluss, dass Ausdauertraining die Zellen eher jung hält als Kraftsport. Zumindest, wenn die Länge der Telomere als Indikator für das Altern dient. „Die Studienergebnisse belegen, dass durch gezieltes Training ein Vorsorgeeffekt erzielt werden kann“, so der Studienleiter Prof. Dr. med. Ulrich Laufs. Vor allem die kardio-vaskuläre Zellalterung könne demnach günstig beeinflusst werden (Werner

et al. 2019). Schwedische Wissenschaftler haben zudem herausgefunden, dass Sport im Alter die Lebenserwartung um bis zu 3,8 Jahre anheben kann (untersucht wurden allerdings nur männliche Probanden; vgl. Byberg et al. 2009). Und die Langzeitstudie „Gesundheit zum Mitmachen“ des Instituts für Sport und Sportwissenschaften am Karlsruher Institut für Technologie zeigt, dass körperliche Aktivität zu einem längeren Leben, zu mehr Mobilität, Autonomie und einer geringeren Pflegebedürftigkeit im Alter beiträgt. „Der 50-jährige Aktive ist so fit wie der 40-jährige Inaktive“, erklärt Professor Klaus Bös (dpa 2017b). Gemeinsam mit Alexander Woll koordinierte er die über 25 Jahre laufende Langzeituntersuchung. Zudem ist körperliche Aktivität oft der Trigger für einen gesünderen Lebensstil im Allgemeinen: Denn die Menschen, die Wert auf körperliche Bewegung legen, rauchen auch seltener, haben weniger Übergewicht und ernähren sich gesünder (vgl. gesundheit-zum-mitmachen.de und BASPO 2009).

Eine im Jahr 2019 im Fachmagazin „Global Advances in Health and Medicine“ veröffentlichte Untersuchung kommt zum Ergebnis, dass Sport nicht nur bei vielen psychischen Erkrankungen hilft, sondern auch die Wahrscheinlichkeit für das Auftreten von neurodegenerativen Krankheiten wie Morbus Parkinson oder Demenz senkt. Sport wirke zudem sogar im Gehirn ähnlich wie viele Psychopharmaka. Regelmäßiges Training könne so grundlegend werden wie eine pharmakologische Intervention, bestätigt der Erstautor der Studie, Dr. David Tomasi vom Medical Center der Universität Vermont. Dank der Bewegung scheint der Körper nämlich den Wachstumsfaktor BDNF (Brain-derived neurotrophic factors) auszuschütten, der dazu beiträgt, dass neue Nervenzellen und Synapsen entstehen (vgl. University of Vermont 2019 und Tomasi et al. 2019).

Boomende Boomeritis

Daneben kann Sport aber auch dazu beitragen, dass vermehrt Neurotransmitter wie Serotonin, Noradrenalin oder Dopamin im Körper ausgeschüttet werden. Oder auf den Punkt gebracht: Sport macht glücklich. Darin dürfte ein weiterer Grund liegen, dass viele Sportler langfristig am Ball bleiben, wenn sie erst einmal die für sie richtige Bewegungsform ge-

funden haben. Wer zeitlebens Sport getrieben hat, hört damit nämlich auch im Alter nicht auf – im Gegenteil. Allerdings ist das Motto „No pain is no gain“ – nur wenn es schmerzt, ist es auch effektiv – eher problematisch. Die Folgen von exzessivem Sport sind steigende Raten von Hüft- und Kniegelenkprothesen in allen entwickelten Ländern. In den USA etwa stieg die Zahl der Erstimplantationen von Hüftprothesen zwischen 2005 und 2011 um 28 Prozent an, wobei der nicht demografisch bedingte Anstieg bei 13 Prozent lag (vgl. Wengler et al. 2014). Auch andere entzündliche Leiden wie Arthritis, Tendinitis oder Bursitis nehmen zu, weswegen der amerikanische Mediziner Dr. Nicholas DiNubile schon früh vom Krankheitsbild der „Boomeritis“ sprach.

Til Schweiger, Jahrgang 1963, hat im Februar 2018 ein künstliches Hüftgelenk bekommen und verkündete über Social Media: „Täglich lege ich längere Strecken ohne Krücken zurück, bin fast schmerzfrei und fühle mich pudelwohl.“ Tatsächlich zeigt sich, dass gerade die Generation, die mit der Maxime von Freiheit und Selbstverwirklichung groß geworden ist – die Babyboomer, geboren nach dem Zweiten Weltkrieg bis Mitte der 1960er Jahre –, dem Thema Medical Fitness eine neue Bedeutung gibt. Wenn alle alt sind, möchte jeder jung sein. Sich nicht nur so fühlen, sondern auch so aussehen. „Boomers waren die erste Generation, die mit Sport aufgewachsen sind, und sie sind die Ersten, die erwarten, ja es sogar einfordern, bis weit in ihre 70er hinein trainieren zu können“, beschrieb Nicholas DiNubile bereits vor über zehn Jahren die kommende Entwicklung (Pennington 2006). Aktuell schlägt sich diese in den steigenden Zahlen von Erkrankungen und Verletzungen in Folge von sportlicher Betätigung im Alter nieder.

Früher war Rente gleichzusetzen mit Ruhestand. Inzwischen ist klar: Der menschliche Körper ist nicht zum Nichtstun gemacht. Aus diesem Grund befolgen immer mehr Menschen den Rat, erst gar nicht mit dem Fitnesstraining aufzuhören, auch wenn das eine gestiegene Anfälligkeit für Sportverletzungen im Alter mit sich bringt. 38 Prozent der über 65-Jährigen sind ausreichend körperlich aktiv. Unter den 65- bis 69-Jährigen sagen 61 Prozent, sie trieben mehrmals pro Woche Sport. Auch knapp die Hälfte – 45 Prozent – der über 75-Jährigen bestätigt diese Aussage (vgl. 7 Jahre länger 2016).

Gesundheit als größter Treiber

„Ausdauerleistungen sind auch im fortgeschrittenen Alter auf höchstem Niveau möglich, aber ab dem 35. Lebensjahr lässt die maximale Sauerstoffaufnahme nach“, bestätigt Bernd Wolfarth, Chef der Sportmedizin an der Charité in Berlin (Bartens 2018). Dennoch gelten Ausdauerdisziplinen als besonders beliebt bei den älteren Sportlern. Zum einen haben die Menschen im Alter genug Zeit, das aufwendige Trainingsprogramm etwa für einen Langstreckenlauf zu absolvieren; zum anderen lässt die Kondition nicht so schnell nach wie die Muskelkraft. Durchschnittlich 8 Prozent seiner Muskelmasse verliert ein Mensch ab 40 innerhalb einer Dekade, ab 70 Jahren sogar circa 15 Prozent (vgl. Kressig 2012). Diesen Muskelschwund kann zwar auch lebenslanger Sport nicht verhindern, doch können die verbleibenden Muskeln diesen Effekt durch Training wesentlich besser kompensieren. Aus diesem Grund ist es kaum verwunderlich, dass Medical Fitness besonders von der Generation 60plus vorangetrieben wird.

Vermessung als Beleg für effizientes Gesundheitstraining

Der demografische Wandel in allen postindustriellen Gesellschaften wird diese Entwicklung hin zu einem medizinisch unterstützten Sportangebot also nachhaltig beschleunigen. Als weiterer Treiber wirkt sich die Digitalisierung aus, schließlich gibt es in kaum einem anderen Bereich so viele digitale Initiativen wie im Gesundheitswesen. Die Entwickler träumen davon, in Zukunft alle verfügbaren Gesundheitsdaten über den einzelnen Patienten digital zu bündeln; und sie stoßen damit auf erstaunlich wenig Vorbehalte in unserer sonst so datensensiblen Gesellschaft. Laut einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom verwenden zwei von drei Smartphone-Besitzern in Deutschland bereits Gesundheits-Apps. „Fitness-Armbänder, Smartwatches und Gesundheits-Apps für Smartphones sind in Deutschland bereits ein Millionenphänomen geworden. Erstmals ist es möglich, die eigenen Vitaldaten regelmäßig zu messen und zu nutzen“, sagt Bitkom-Präsident Achim Berg (Bitkom 2019). Da trifft es sich gut, dass Patienten bestimmte Gesundheits-Apps fürs

Corporate Health

BEST PRACTICE: WELL AT DELL

In der Frühphase der Netzwerkökonomie waren die Verantwortlichen in den hippen Unternehmen stolz auf ihren Tischkicker und ihr Bällebad. Nachhaltiger jedoch scheinen echte Medical-Fitness-Firmenprogramme nach dem Vorbild von „Well at Dell“. Der Computergigant startete bereits 2004 mit seinem Wellness- und Health-Improvement-Programm für Mitarbeiter und deren Angehörige. In den ersten zehn Jahren beteiligten sich daran bereits mehr als 80 Prozent der Mitarbeiter und knapp die Hälfte der Familienangehörigen. Bei zehn von zwölf dabei aufgedeckten Gesundheitsrisiken zeigten sich in der Folge Verbesserungen in Bezug auf Bewegung, Ernährung und Stressmanagement. Von der Initiative The Health Project gab es dafür den Titel „Winner 2019“.

dell.com



Foto: Dell Technologies

Handy künftig von der Krankenkasse bezahlt bekommen sollen – wenn sie der Arzt verschreibt. Das zumindest sieht ein Gesetzentwurf von Bundesgesundheitsminister Jens Spahn (CDU) vor, den das Kabinett Anfang Juli 2019 auf den Weg gebracht hat. Dabei geht es zum Beispiel um Anwendungen, die beim regelmäßigen Einnehmen von Medikamenten helfen, oder um Apps, mit denen sich Blutzuckerwerte dokumentieren lassen. Auch der Zugang zu telemedizinischen Angeboten auf dem Land soll damit erleichtert, die Verbesserung außerhalb der Zentren verbessert werden. Das Gesetz soll im Januar 2020 in Kraft treten. Im Bundesrat ist es nicht zustimmungspflichtig.

„Erste Vorstöße wie das Präventionsgesetz zeigen, dass sich unser Gesundheitssystem wegbeugen will von einem reaktiven Modell, das sich auf Krankheiten fokussiert, hin zu einem proaktiven System, das den gesunden Lebensstil und damit den Präventionsgedanken fördert.“

Angelina Lange, Sales Manager medical Fitness bei seca und Geschäftsführerin von a&m Consulting & Designing (seca 2019)

Verschmelzung von Medizin und Fitness: Vorsorge und Tracking

Wer selbst individuell die Vermessung des eigenen Körpers praktiziert, steht auch dem medizinischen Messen positiv gegenüber. Dieses wird künftig additiv eingesetzt, um die eigenen getrackten Daten zu verifizieren, die Motivation weiter zu steigern und Erfolge zu dokumentieren. Ärzte werden es in Zukunft dann noch mehr mit Patienten zu tun bekommen, die schon im Vorfeld Daten gesammelt und Informationen ausgewertet haben. Diese gilt es intelligent mit den Daten und der Anamnese zu kombinieren, die der Arzt erhebt. Transparenz und Datensicherheit sind die wichtigsten Bedingungen dafür. Doch das war auch im analogen Zeitalter bereits so: Schließlich konnte eine Studie der University Utah Health nachweisen, dass zwischen 60 und 80 Prozent der Patienten ihren Arzt gelegentlich anflunkern und über- bzw. untertreiben in puncto Ernährung, Bewegung, Rauchen, Alkoholkonsum (Levy et al. 2018). Der Blick in die USA zeigt, wie es weitergehen wird: Dort gibt es vor allem für die Arztpraxen und Krankenhäuser bereits viel mehr Anreize, ihre Patienten am digitalen Fortschritt teilhaben zu lassen. Tun sie das, werden sie besser bezahlt; tun sie es nicht, gibt es Abschlüge in der Vergütung.

Das deutsche GKV-Bonussystem

Auch viele deutsche Krankenkassen bieten längst Bonusprogramme an, um die Teilnahme an Vorsorgeuntersuchungen zu fördern oder zur Fitness ihrer Versicherten beizutragen. Bei einigen Krankenkassen erhalten die Versicherten Geldprämien dafür, dass sie sich um ihre Gesundheit kümmern. Die Voraussetzungen für den Erhalt eines Bonus variieren von Krankenkasse zu Krankenkasse. Eigentlich sollte es bei diesem Belohnungssystem darum gehen, gesundheitsbewusstes Verhalten zu honorieren bzw. mehr noch Verhaltensänderungen herbeizuführen. Bei vielen werden jedoch ausschließlich Momentaufnahmen in Form einzelner Messwerte (Normwerte wie Blutdruck, Blutzucker oder Cholesterinwerte) bonifiziert.



Foto: seca gmbh & co. kg

Medizintechnik für die Freizeit

BEST PRACTICE: SECA

Das Hamburger Unternehmen seca ist der Weltmarktführer im Bereich medizinischer Messsysteme und Waagen. Inzwischen richten sich die Produkte nicht mehr nur an klassische Gesundheitseinrichtungen, sondern verstärkt auch an die Sport- und Fitnessbranche. seca erobert mit Messgeräten, mit denen die Körperzusammensetzung analysiert werden kann, den Medical-Fitness-Markt. So ist der seca medical Body Composition Analyzer (mBCA) das einzige Bioimpedanz-Analysegerät, das gegen die medizinischen Goldstandardmethoden zur Bestimmung der Körperzusammensetzung (Ganzkörper-MRT, NaBr-Dilution, 4C) validiert ist. Dies wurde auch in peer-reviewed Journalen veröffentlicht. Damit bietet es optimale Voraussetzungen für individualisierte Trainings- und Monitoringprogramme in Fitnessstudios und Co. Durch die Bestimmung des Verhältnisses von Körperwasser, Fett- und Muskelmasse im Körper sowie durch die Beobachtung des Phasenwinkels kann das Training verbessert und die Ernährung perfekt abgestimmt werden. So lassen sich Trainingserfolge leicht beobachten und steuern.

seca.com

Sportlich versichert

BEST PRACTICE: OSCAR HEALTH

In den USA haben Rabatte und Geldprämien für nachgewiesenes gesundheitsbewusstes Verhalten eine lange Tradition. Während in Deutschland die Mehrheit der gesetzlich Krankenversicherten im Normaltarif ihrer Kasse versichert ist, wählt beinahe jeder krankenversicherte US-Amerikaner einen sogenannten Managed Care Plan, der vornehmlich aus einem bevorzugten Ärztenetzwerk besteht. Allerdings schließt dieser Managed Care Plan auch häufig den Nachweis eines Medical-Fitnessprogramms ein. Die Krankenversicherung Oscar, 2012 in New York gegründet, fußt vollständig auf den Säulen Transparenz und Bonifizierung. Beispielsweise werden Versicherte für jeden Tag, an dem sie eine vorgeschriebene Schrittzahl absolvieren, mit einem Gutschein von Amazon in Höhe von einem Dollar belohnt. Der Nachweis findet automatisiert durch Synchronisierung mit den Apps Apple Health bzw. Google Health statt.

hioscar.com

Firmenfitness als externer Service

BEST PRACTICE: QUALITRAIN

Während in den USA laut Informationen des Deutschen Ärzteblatts knapp 60 Prozent aller Menschen über ihren Arbeitgeber krankenversichert sind, stellt diese Option in Deutschland noch nicht die Regel dar (vgl. Deutsches Ärzteblatt/rme 2018). Doch die Zahlen nehmen zu. So verfügten nach Angaben des Verbands der privaten Krankenversicherungen im Jahr 2015 erst 3.848 Unternehmen in Deutschland über einen betrieblichen Gesundheitsschutz; Ende 2018 waren es bereits mehr als 7.700. Das entspricht einer Verdopplung in nur drei Jahren. Inzwischen profitieren 750.000 Beschäftigte von diesen Gesundheitsleistungen (vgl. PKV 2019). Im War for Talents wird die betriebliche Gesundheitsvorsorge künftig zum wichtigen Instrument. Wer keine eigene Krankenversicherung gründen möchte, aber auch mehr als die Beteiligung an den Kosten für das Fitnessstudio für seine Mitarbeiter übernehmen will, kann diese Dienstleistung an einen privaten Anbieter wie Qualitrain auslagern. Das Unternehmen schließt dazu einen Rahmenvertrag mit derzeit rund 2.500 Verbundpartnern aus den Bereichen Fitness und Wellness ab – und definiert, wer unter welchen Voraussetzungen in den Genuss ausgewählter Incentives und Vergünstigungen kommt.

qualitrain.net

Bereits seit 2004 konnten Bonusprogramme als freiwillige Leistungen angeboten werden, seit 2015 sind sie durch das modifizierte Präventionsgesetz sogar Pflicht. „Die Krankenkassen können ihren Versicherten zwar unter anderem für regelmäßige Inanspruchnahme qualitätsgesicherter Angebote zur Förderung eines gesundheitsbewussten Verhaltens einen Bonus gewähren.“ Allerdings zählen laut Bundesversicherungsamt nur solche sportlichen Betätigungen dazu, die „nachweisbar unter fachlicher Anleitung erfolgen“ (BVA 2016). Professionelle Coachings und Messsysteme, die unter Anleitung durchgeführt werden, werden im Gesundheitssystem der Zukunft aus diesem Grund eine immer größere Rolle spielen und auch die Berufsbilder von medizinischem Fachpersonal weiter in Richtung eines (auch technisch gestützten) Coachings verändern.

Drahtesel statt Blechbüchse! Vom Kölner Start-up Radbonus wird man fürs Radeln belohnt.



Foto: Radbonus

Medical Fitness als Vorsorgeleistung

Jedoch sollten Bonuszahlungen nicht für den Nachweis von gesunden Werten geleistet werden, sondern für gesundheitsfördernde Aktivitäten. Das fordert die Verbraucherzentrale NRW in einem Bericht. Sprich: Nicht passives Gesundsein soll belohnt werden, sondern aktives Gesunderhalten. Und die ersten Umsetzungen werden jetzt konkreter: Zwar verbietet es die rechtliche Lage, dass z.B. gesetzliche Krankenkassen die Beiträge ihrer Mitglieder in Fitnessstudios übernehmen. Auch private Krankenversicherungen übernehmen die Kosten für Gesundheits- und Präventionskurse mitunter erst auf Empfehlung eines Arztes. Doch immer mehr Tarife bieten zumindest Programme zur Beitragsrückerstattung, wenn sich der privat Versicherte nachweislich gesundheitsbewusst verhält. Anders sieht es bereits bei den Lebensversicherungen aus. Seit 2016 bietet etwa die Generali einen Vitality-Tarif in Verbindung mit weiteren Versicherungen an. Hierbei sammelt der Versicherte Vitality-Punkte durch ein aktives Verhalten im Alltag, z.B. indem er die Treppen nimmt statt des Aufzugs. Aus diesen Punkten errechnet sich dann nach einem Jahr der Status (Bronze, Silber, Gold oder Platin) und somit die zu leistende Beitragszahlung. Zudem lassen sich die Punkte auch in Prämien und Rabatte ummünzen, z.B. für Sportartikel oder auch für den Monatsbeitrag bei einer Fitnesskette.

Nach den Apps auf Rezept wäre eine staatlich legitimierte Ausweitung des Vorsorge-Trackings der nächste logische Schritt. Allerdings wagt sich bislang kein Anbieter von Krankenversicherungen auf dieses Feld. Auch bei der Generali werde es einen „verhaltensbasierten Tarif“ in der Privaten Krankenversicherung auf absehbare Zeit nicht geben, betont Jochen Petin, Vorstandschef der Generali-Tochter Central Krankenversicherung (Schlingensiepen 2019).

Ganzheitlicher Gesundheitsmarkt

Die Kundenpatienten jedenfalls wären bereit, sich genauer in die Karten schauen zu lassen und dabei sogar Daten über ihre Medical-Fitness-Aktivitäten preiszugeben. Immerhin 53 Prozent der Bundesbürger würden dazu ihrer Krankenkasse Daten eines Fitnessarmbands zur Verfügung stellen, um einen individuellen Tarif zu erhalten, 45 Prozent würden Daten einer Smartwatch zur Verfügung stellen; und für 12 Prozent käme gar ein Chip unter der Haut für diesen Zweck in Frage (vgl. Müller-Peters/Wagner 2017). Dem digital unterstützten Medical-Fitness-Training der Zukunft steht also nichts mehr im Wege. Und bis es flächendeckend so weit ist, können sich die Menschen auch erst einmal mit Hilfe von Health-Loyalty-Apps an die Idee herantasten, dass sich Bewegung wirklich bezahlt macht. Bitwalk aus den USA etwa ist eine Gratis-App, die die Schritte der Nutzer zählt. Für zehntausend Schritte wird ein digitales Kilometergeld von einem Bitwalk-Dollar ausgezahlt. Nach einem ähnlichen Prinzip funktioniert Sweatcoin – das digital erlaufene Geld lässt sich dann in Prämien ummünzen. Als „Miles & More fürs Radfahren“ bezeichnet sich das Radbonus-Programm des gleichnamigen Start-ups aus Köln. Die gefahrenen Kilometer ermöglichen Rabatte bei ausgewählten Partnershops wie Sportscheck oder Ethletics. Zudem spornen Challenges zum Radeln an, und wer die Challenge schafft, nimmt an Verlosungen teil.

Die Gamifizierung, die im Sportbereich bereits alltäglich ist, wird in Zukunft zu einem wichtigen Treiber von Medical Fitness. Es ist also nur noch eine Frage der Zeit, bis Health-Tracking-Methoden nicht nur auf dem zweiten Gesundheitsmarkt gängige Praxis sind, sondern auch Teil der Förderung von gesundheitsbewusstem und präventionsorientiertem Verhalten im ersten Gesundheitsmarkt. Gesundheit und Fitness sind längst gesellschaftliche Maximen. Medical Fitness ist das Bindeglied, das die beiden Gesundheitsmärkte zusammenbringt und den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Denn Gesundheit kann nicht alleine in die Verantwortung jedes Einzelnen gelegt werden, auch die gesetzlichen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen müssen zu einem gesunden Leben beitragen.

FAZIT

- **Medical Fitness beschreibt alle medizinisch assoziierten Sportaktivitäten. In älter werdenden Gesellschaften rücken die gesundheitsfördernden Aspekte des Sports in den Vordergrund. Diese Stärkung der medizinischen Seite des Freizeitsports macht es den Anbietern auf dem ersten Gesundheitsmarkt leichter, sich diesem Trend zu öffnen.**
- **Parallel gewinnt Medical Fitness in Zukunft weiter an Bedeutung, da Sportlichkeit zur Grundvoraussetzung für die eigene Leistungsfähigkeit wird und damit zu einem Synonym für Gesundheit.**
- **Wer heute von Gesundheit spricht, meint nicht nur die Abwesenheit von Krankheit, sondern auch das persönliche Wohlfühl, die eigene Fitness und Leistungsfähigkeit. Insofern ist Medical Fitness der Garant dafür, dass wir die Aufgaben, die uns täglich begegnen, gut erfüllen können.**

- Zunächst waren es die Player auf dem zweiten Gesundheitsmarkt – vom Sportschuhhersteller bis zum Wellness-Anbieter –, die die gesundheitsfördernden Aspekte ihrer Angebote betonten. Nun entwickelt sich der Markt von der anderen Seite her: Versicherungen und Krankenkassen, Anbieter arbeitsmedizinischer Services und Hersteller medizinischer Messsysteme öffnen sich gezielt in Richtung Medical Fitness.
- Zusammen werden sie in Zukunft neue Angebote entwickeln, mit denen die Kundenpatienten in ihrem Bemühen unterstützt werden, sich sportlich zu betätigen mit Fokus auf die nachhaltig gesundheitliche Relevanz.
- Dazu müssen Rahmenbedingungen geschaffen werden, indem die alten Grenzen innerhalb des Gesundheitssystems geöffnet werden und gleichzeitig ein sicherer und transparenter Umgang mit den in diesem Zusammenhang gesammelten Daten über die Aktivitäten von Medical-Fitness-Patienten bzw. -Kunden sichergestellt wird.
- Medical Fitness wird zur festen Größe im Dreiklang zwischen Prävention, Wohlfühl und Krankheitsbekämpfung.

Die ausgeschlafene Gesellschaft

SCHLAF WIRD ZUM GESUNDHEITLICHEN
ALLHEILMITTEL



Foto: Inter IKEA Systems BV



Spätestens seitdem der Möbelgigant Ikea im Sommer 2019 mit seiner Kampagne Work-Life-Sleep-Balance an den Start ging, ist klar: Das Thema Schlaf wird die Gesundheitswelt der Zukunft bestimmen. Das, was Menschen unter Gesundheit und Wohlbefinden verstehen, setzt sich aus einem selbstbestimmten Arbeitsleben, einem erfüllten Privatleben und einem regelmäßigen, erholsamen Schlaf zusammen. Da ein Erwachsener in Deutschland im Schnitt immerhin 7 Stunden und 45 Minuten mit der Nachtruhe verbringt (vgl. Walch et al. 2016), ist es kaum verwunderlich, dass Arbeit, Freizeit und der Schlaf nun als die drei Säulen der individualisierten Gesundheit angesehen werden. Bislang allerdings spielte Schlafen – und alles was damit zu tun hat – eher eine Nebenrolle auf den globalen Gesundheitsmärkten. Das verändert sich allerdings aktuell mit Nachdruck: Zahllose Produkte und Dienstleistungen, Apps und Beratungsangebote rund um das Thema Schlafen und Regeneration wurden in den vergangenen Monaten entwickelt. Sie sollen uns dabei helfen, gesünder und fitter, leistungsfähiger und kreativer, zudem schöner und schlanker zu werden, sodass wir ein sicheres und ausbalanciertes Leben führen können. Ein wahrer Alleskönner ist er also, der Schlaf. Aus diesem Grund ist es lohnenswert, sich die Entwicklungen genauer anzusehen.

Die Ideale einer Gesellschaft verraten viel über ihre Funktionsweise und inneren Strukturen: Waren wir vor wenigen Jahren noch alle müde und stolz darauf, so ist heute der ausgeruhte Mensch das Nonplusultra. Das hat zunächst etwas mit unseren Arbeitswelten zu tun: Mit der nahezu vollständigen Digitalisierung und dem Siegeszug von smarter Technologie und Künstlichen Intelligenzen als Wegbegleiter und Kollegen am Arbeitsplatz besinnt man sich in unserer Gesellschaft wieder auf das, was uns menschlich macht: Kreativität, eine hohe Anpassungsfähigkeit an unvorhergesehene Situationen, mit denen Computer immer dann überfordert sind, wenn sie ihnen noch nicht einprogrammiert wurden, und eine Sehnsucht nach einer neuen Balance – individuell und global. Dieser Wertewandel lässt sich deutlich an den Platzierungen im Werte Index 2018 nachzeichnen: Im Jahr 2016 nahmen noch die Werte Gesundheit, Freiheit und Erfolg die ersten drei Positionen ein. Heute stehen dort mit Natur, Gesundheit und Familie drei Werte, die das Bewusstsein der Menschen verdeutlichen, dass ein akuter Handlungsbedarf besteht, um unseren Planeten auch in Zukunft noch für Menschen bewohnbar zu machen (Wippermann/Krüger 2018). Was das alles mit dem Thema Schlafen zu tun hat? Eine ganze Menge.

**Arbeit, Freizeit
und der Schlaf
sind die drei
Säulen der
individualisierten
Gesundheit.**

Mindfulness – Neubewertung der Ruhe und des Schlafs

Der Schlaf hat sich in der Bewertung durch uns Menschen vom „kleinen Bruder des Todes“, wie er in der griechischen Mythologie bezeichnet wurde, zum Lebenselixier gewandelt. Dass heute noch immer kaum jemand davon spricht, in der Nacht zuvor neun Stunden geschlummert zu haben, hat lediglich damit zu tun, dass so viele Menschen unter Ein- und Durchschlafproblemen leiden – und nicht mehr damit, dass es ein Statussymbol wäre, mit nur vier oder fünf Stunden Schlaf auszukommen.

Das Ende des Selfie-Zeitalters

In den spätindustriellen Zeiten der 1990er- und Nullerjahre des 21. Jahrhunderts war klar, dass man es mit einem besonders erfolgreichen High Performer zu tun haben musste, der quasi immer fit und wach durchs Leben stürmte. Der Mensch wurde förmlich zum Roboter; Konjunktur hatte alles, was uns noch wacher und konzentrierter hielt. Die Vernetzung zwischen den Menschen, aber auch die Anbindung an digitalisierte Ökosysteme war das Ideal der Zeit, das Selfie das passende Symbol dazu. „Schaut nur“, schienen die Menschen zu posten, „ich war auch dabei“. Und sahen dabei vielleicht auch noch besonders gut aus...

Doch das Pendel schlägt immer zurück, und zu jedem Trend entsteht auch eine Gegenbewegung, eine Rekursion. Dieser Gegentrend zu einem achtsamen Leben zeigt sich nun in einer allmählichen Abkehr von den immer gleichen Statusmeldungen, in einem Siegeszug neuartiger Trackinggeräte, die nicht nur Kalorien und Schritte zählen, sondern auch die Länge und Qualität des Nachschlafes ausweisen; in Produkten, die das Ein- und Durchschlafen verbessern oder überhaupt erst wirken, nachdem der Körper zur Ruhe gekommen ist – manch neues Kosmetikprodukt hat genau das zu seinem Unique Selling Point auserkoren.

Free hugs for a better sleep

BEST PRACTICE: GRAVITY BLANKET

Mit den Bettdecken ist das so eine Sache – eigentlich sind sie immer zu dick oder zu dünn. Mit den Gravity-Decken ist nun eine weitere Variante ins Spiel gekommen, die nicht nur zur Wohlfühltemperierung des Schlafenden beitragen will, sondern gleich seinen Schlaf als solchen verbessern möchte. Die Gravity Blanket der gleichnamigen US-Firma wirkt wie eine feste Umarmung, denn sie ist besonders schwer, in ihrer schwersten Ausführung wiegt die Decke elf Kilo. Damit soll man tiefer schlafen, weniger Ängste haben und sich einfach nur gut fühlen. Die Idee dazu stammt ursprünglich aus der Behandlung von ADHS und Autismus. Hier sind es mit Sand gefüllte Westen, die durch ihr Gewicht für Ruhe und Gelassenheit sorgen sollen. Als das Unternehmen im Jahr 2017 in einer Crowdfunding-Kampagne mehr als vier Millionen US-Dollar einnehmen konnte, wussten die Verantwortlichen, dass sie den Nerv der Zeit getroffen hatten. Seither freuen sie sich über den steigenden Absatz ihrer Decken-Umarmungen.

gravityblankets.com



Foto: Hotel Post Bezaú

**Deutsche Frauen
schlafen mit etwa
acht Stunden
länger und
deutsche Männer
mit siebeneinhalb
Stunden kürzer
als der weltweite
Durchschnitt.**

(vgl. Walch et al. 2016)

Schlafurlaub

BEST PRACTICE: HOTEL POST BEZAU

Vor allem im Urlaub hoffen die Menschen auf Erholung durch guten Schlaf. Im Hotel Post Bezaú im Bregenzerwald wird deshalb jeder Gast bei seiner Ankunft untersucht und nach seinem Befinden befragt. Ein- oder Durchschlafstörungen werden analysiert und mit anderen Stressoren sowie den Ernährungsgewohnheiten in Zusammenhang gebracht. Die Power Sleeping Rooms sind mit orthopädischen Bett- und Schlafsystemen ausgestattet, die die Bewegungen des Körpers ausgleichen und die Wirbelsäule entlasten. Die Zimmer sind mit Möbeln aus natürlichen Materialien eingerichtet und in beruhigenden Farben gestaltet. Zudem wird dort über Nacht das WLAN ausgeschaltet, damit die „Gäste wirklich einmal abschalten und auch keinen Elektrosmog um sich herum haben“, wie Chefin Susanne Kaufmann erläutert, die zudem ein gleichnamiges Bio-Beauty-Unternehmen leitet (Plag 2018). Auch diese Produkte sollen den Nachtschlaf verbessern. Das gelingt nach Meinung von Kaufmann schon alleine dadurch, dass sie in einem abendlichen Ritual in Ruhe aufgetragen werden.

hotelpostbezau.com

Schlafen für das Selbst

Die Idee der Selbstoptimierung ist damit jedoch nicht vom Tisch, ganz im Gegenteil. Optimierte wird auch in Zukunft, und die Individualisierung bleibt einer der stärksten Treiber für neue Entwicklungen auf dem Markt. Jedoch ändert sich derzeit der Fokus der Optimierungsfelder. Statt noch schneller und effizienter leben und arbeiten zu wollen, suchen die Menschen nun nach einem entschleunigten Alltag, in dem auch die Natur wieder ihren Platz findet – und sei es auch nur in Form von Zimmerpflanzen, Schrebergärten oder beim Wanderurlaub. Es geht um einen bewussten, achtsamen Umgang mit dem eigenen Selbst, Körper und Geist, aber auch mit der umgebenden Umwelt. Durchatmen statt Durcharbeiten. In diesem Sinne sind es die Megatrends Urbanisierung und Konnektivität, auf die aktuell mit einer neuen Natursehnsucht und einer deutlichen Aufwertung des Themenfeldes Ruhe, Entspannung und Schlafen geantwortet wird.

Paradoxerweise waren es unter anderem die langen schlaflosen Jahre, die in unserer Gesellschaft nun das Umdenken eingeleitet haben. Das, wovon sich die Menschen nämlich erholen müssen, ist unter anderem der zu geringe Schlaf, das hat der DKV-Report 2018 ergeben. „Wenig Schlaf“ steht demnach auf Platz zwei der häufigsten Stressbelastungen und wird nur durch die „Arbeitsbelastung“ getoppt. Auf den Plätzen drei und vier erst folgen dann gesundheitliche Probleme: Von „psychischem Stress“ müssen sich die Menschen in Deutschland erholen oder auch von „Krankheiten“. Und auch, wie sie sich davon erholen, verrät die Untersuchung: Auf Platz eins landet mit deutlichem Abstand das Thema Ruhe und Schlaf. Wir schlafen also heute mehr, weil wir gestern zu wenig geschlafen haben. Oder zumindest würden wir alle gerne mehr schlafen (vgl. Froböse et al. 2018).

Abschalten hat zwei Bedeutungen

Die Sache mit dem Schlafen ist nämlich gar nicht so einfach. Wer viel Stress hat, schläft häufig schlecht. Wer allerdings zu wenig schläft, kann meist wiederum im Job nicht seine volle Leistung abrufen und ist dementsprechend gestresst. Ein Teufelskreis, der klar macht, warum die Sehnsucht nach

„Wir haben die Nacht aufs Äußerste verkürzt. Jetzt erkennen wir allmählich, dass man so nicht leben kann.“

Richard Wiseman, britischer Psychologe

dem Ausschlafen parallel zum wachsenden Stresslevel in der Netzwerkökonomie angestiegen ist. „Oft ist der Moment des Schlafengehens der erste, an dem wir Stille erleben“, sagt Nancy Rothstein, selbsternannte „Sleep Ambassador“, die Schlafprogramme für amerikanische Unternehmen entwickelt, um das volle Potenzial der Mitarbeiter verfügbar zu machen. „Guter Schlaf macht schlau und produktiv“, lautet ihr Mantra, das sie auf zahlreichen Keynotes präsentiert (Murphy-Witt/Bändel 2017). Und das fängt mit der Fähigkeit an, sich abends auf den Schlaf vorzubereiten.

Mindestens eine Stunde vor dem Zubettgehen sollte das Smartphone ausgeschaltet werden, empfiehlt Rothstein, und tatsächlich lässt sich nachzeichnen, dass sich die Einschlafschwierigkeiten auch im Gleichschritt mit den veränderten Mediennutzungsgewohnheiten verändert haben: Da immer mehr Menschen bis zum Einschlafen auf ihre Smartphones oder Tablets schauen, wischen und zwischen verschiedenen Programmen hin und her springen, wundert es nicht, dass vor allem Einschlafstörungen zugenommen haben. Forscher der

Monash University in Melbourne fanden heraus, wie schwer es für manchen Menschen ist abzuschalten, wenn das letzte Licht des Tages der blaue Schein der Elektrogeräte ist. Diese Lichtquelle sorgt möglicherweise dafür, dass die Produktion von Melatonin gedrosselt wird, jenem Hormon, das die Müdigkeit im Körper reguliert (vgl. Phillips et al. 2019). Schlaf Forscher Dr. Hans-Günter Weeß macht dafür in seinem Buch „Schlaf wirkt Wunder“ allerdings eher grundsätzlich die Flut an Bildern und Informationen, die mit dem blauen Licht in die Schlafzimmer strömen, verantwortlich (vgl. Weeß 2018).

Sleepaceutics als neue Kategorie

Unternehmen wie das Start-up Braineffect versprechen jetzt Abhilfe: Melatonin gehört zu den Bestsellern der Berliner Firma, in Form von Kapseln oder als Spray. Wenige Milligramm sollen dabei helfen, besser einzuschlafen oder auch den Jetlag zu mildern, unter dem die globalen Neo-Nomaden häufig leiden (brain-effect.com). Das amerikanische Unternehmen Sprayable bietet gar ein Melatonin-Spray, das nur in den Nacken gesprüht werden muss, und schon steht einem tiefen Schlaf nichts mehr im Wege (sprayable.co). Die Konkurrenten Snooze und Tyme Out kümmern sich derweil mit Hilfe von Kräuterdrinks, Ampullen und Tees um die Schlafhygiene ihrer Kunden. „Relaxation Drinks“ heißt die Marktkategorie dazu offiziell, „Stop Pushing, Start Relaxing“ der Slogan etwa von Tyme Out, deren Verantwortliche aus Zitronenmelisse, Baldrian, Maca-Wurzel, Salbei und Grünem Tee ein hippes Beruhigungsgetränk brauen (tyme-

out.de). Und das „natürliche Schlafgetränk auf Kräuterbasis“ (mit Baldrian und Passionsblume) von Snooze wird den Gästen in manchen Luxushotels bereits als kleine Aufmerksamkeit abends aufs Kopfkissen gelegt; auch an immer mehr Flughäfen werden die hübschen Dosen verkauft, denn hier tummeln sie sich, die rastlosen Ruhesuchenden. Anekdote am Rande: Snooze wurde von Hans Vriens, einem ehemaligen Red-Bull-Manager, gegründet (snoooze.co).

Technologische Aufrüstung im Schlafzimmer

Daneben versprechen elektronische Geräte Hilfe beim Einschlafen. Das finnische Start-up Oura etwa hat einen Ring entwickelt, der mittels Sensoren und Infrarotdioden Puls, Körpertemperatur und Schlafzeiten aufzeichnet. Jeden Morgen weist die dazugehörige App danach einen Readiness Score aus. Diese Zahl mit einem Wert zwischen 1 und 100 gibt Aufschluss darüber, wie gut sich der Schlafende in der Nacht erholt hat. Nach eigener Aussage ist dieser Schlaftracker der Goldstandard am Markt, die Firma behauptet von sich, die genauesten und aussagekräftigsten Messungen von allen durchzuführen, und stellt darüber hinaus das Lebensgefühl der Ausgeschlafenen in den Mittelpunkt ihrer Kommunikation: „Great days start with good sleep“. Gut 300 Euro kostet das Standardmodell – der Diamantring für guten Schlaf ist für 1.049 Euro zu haben (ouraring.com).

Entscheidend für die Qualität des Schlafes ist der Tiefschlaf. In diesen Schlafphasen finden die wichtigen Aufräumarbeiten statt, die den Menschen dabei helfen, ihren komplexen Alltag zu verarbeiten. Tatsächlich öffnen sich dabei im Gehirn die feinen Kanäle des glymphatischen Systems, durch die das Gehirn von Zellabfällen freigespült wird. Diese „chemische Reinigung des Gehirns“, wie es Prof. Maximilian Moser von der Medizinischen Universität Graz bezeichnet, ist um so wichtiger, je mehr wir tagsüber erlebt haben und je mehr wir versuchen, verschiedenen Aufgaben gleichzeitig gerecht zu werden (Moser 2019). Das könnte zugleich ein Hinweis darauf sein, warum Frauen durchschnittlich zwanzig Minuten mehr Schlaf brauchen als Männer, wie Prof. Jim Horne, Neurowissenschaftler aus Großbritannien, bestätigt (vgl. Elkins 2010).



Der smarte Ring von Oura trackt die Schlafqualität und -gewohnheiten.

Foto: Oura



Foto: Withings

Die Vermessung des Schlafs

BEST PRACTICE: WITHINGS

Wer seinen Schlaf vermessen wollte, musste dafür bislang ein Gerät am Körper tragen: einen Ring, ein Armband oder gar eine Haube, die den halben Kopf bedeckte. Eine Alternative dazu bietet jetzt Withings, eine ehemalige Nokia-Tochter. Withings Sleep ist eine Matte, nur so groß wie ein kleines Gästehandtuch, das auf den Lattenrost des Bettes gelegt wird, ungefähr auf der Höhe der Brust. Verbunden mit einem USB-Kabel und an einen Netzstecker angeschlossen, protokolliert es aus dieser Position Nacht für Nacht mittels Drucksensoren die Bewegungen sowie Herz- und Atemfrequenz des Schlafenden. Die Ergebnisse dieser Messungen werden via Bluetooth an die dazugehörige App Health Mat gesendet. Am Morgen weist diese dann einen Schlafindex aus, der sich aus Schlafdauer, Schlaftiefe, Unterbrechungen, Regelmäßigkeit der Schlafens- und Aufstehzeit sowie der benötigten Zeit zum Einschlafen und Aufstehen errechnet. Und auch die Frage, wann wie lange geschnarcht wurde, wird damit auf die Minute genau beantwortet.

withings.com

Schlafen wird zum Spiel

BEST PRACTICE: POKEMON GO PLUS +

Unter dem Namen Pokémon Go Plus + erweitert der japanische Spielehersteller Nintendo sein Angebot um das Themenfeld Schlaf. Das Device fungiert als Schlafracker, die Werte werden per Bluetooth an das Smartphone des Nutzers gesendet. Zudem soll das neue Mobile Game Pokémon Sleep auf den Markt kommen. So können die Pokémons über Nacht stärker werden oder sich wieder regenerieren – natürlich nur, wenn sich der Nutzer auch einen gesunden und ausreichenden Schlaf gönnt. Damit will man das Aufstehen spaßiger machen, heißt es von Seiten des Unternehmens. Bleibt zu hoffen, dass die Spieler vor lauter Aufregung überhaupt einschlafen können.

pokemongo.com



Foto: Pokémon

Smarter Teddy

BEST PRACTICE: SOMNOX

Weltweit schläft noch immer ein Großteil der Menschen mit der ganzen Familie in einem Raum, eine Schlafsituation, die bis ins 19. Jahrhundert auch in Deutschland vorherrschte. Mit der Industrialisierung und vor allem der Individualisierung hat sich bei uns das Ideal von getrennten Räumen für alle Bewohner und sämtliche Lebensbereiche durchgesetzt, was in der Frage gipfelte, ab welchem Alter etwa ein Kind alleine in seinem Zimmer oder Bettchen zu schlafen habe. Da sich dieses Schlafmodell bisweilen aber ganz schön einsam anfühlt, gibt es jetzt einen technologischen Gegentrend dazu: einen kuscheligen Roboter als Bettgenossen. Dieser ist nicht nur weich genug, um sich an ihn zu schmiegen, sondern eignet sich darüber hinaus bestens als Einschlafhilfe. Dieser Teddybär 2.0 mit dem Namen Somnox lässt sich so einstellen, dass er beruhigende leise Atemgeräusche, wahlweise in Kombination mit meditativer Musik oder Naturgeräuschen, von sich gibt. Der Schläfer synchronisiert automatisch seine Atmung mit der des Roboters und schlummert selig ein.

meetsomnox.com



Foto: Somnox

Diese Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Sie ist ausschließlich für die persönliche Nutzung durch Julia Vögele, julia.voegel@tirolwerbung.at, lizenziert (Best.-Nr. 166511). Jede auch nur teilweise Weitergabe, Nutzungsüberlassung, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Verlagsinstituts GmbH untersagt.



Foto: Bynacht

Schönheitsschlaf

BEST PRACTICE: BYNACHT

Dass Kosmetika besser wirken, wenn sie abends vor dem Schlafengehen aufgetragen werden, ist eine altbekannte Weisheit. Dass Jessica Hoyer aus Hamburg aber nun eine neue Kosmetikmarke gegründet hat, die explizit für die Zeit des Schlafens konzipiert wurde, ist neu. Bynacht ist der Name ihrer Kosmetikserie, die 13 verschiedene Produkte für den Schönheitsschlaf umfasst. Trotz dieser dezidierten Wirkweise handelt es sich bei Bynacht um ein Zwei-Phasen-Programm: Die erste Phase beginnt im Zeitraum vor der Nachtruhe, jene Zeitspanne, in der wir das Handy zur Seite legen und uns mental auf den Schlaf einstellen sollen, die zweite wird dann unmittelbar vor dem Einschlafen eingeläutet. Neben klassischen Produkten wie einem Serum, Balsam oder Öl gibt es auch sogenannte Sleep Perfecters, die nicht ins Gesicht, sondern auf die Pulspunkte aufgetragen und sanft einmassiert werden. Spätestens mit dieser Bewegung bereiten wir uns dann ganz bewusst auf das anschließende Einschlafen vor.

bynacht.com

Noise Masking

BEST PRACTICE: BOSE SLEEPBUDS

Die amerikanischen Audio-Spezialisten von Bose springen ebenfalls auf die Schlaf-Welle auf. Sie haben spezielle Ohrstöpsel zur Optimierung des Schlafes entwickelt. Die Sleepbuds wurden exklusiv für diesen Zweck designed, sollen störende Geräusche abschirmen und spielen gleichzeitig beruhigende Klänge ab. Aktiviert werden die Stöpsel über eine eigene App. In dieser finden sich zehn Töne für die Geräuschmaskierung, zum Beispiel ein plätschernder Bach, knisterndes Lagerfeuer und Blätterrascheln sowie elf weitere entspannende Klänge. Die Technik basiert dabei auf einer Spiegelung nerviger Tonfrequenzen wie Schnarchen, Straßenlärm oder der Streit der Nachbarn, die dann von einem anderen Ton überdeckt werden. Im Prinzip könnte man damit auch sein eigenes Weckerklingeln unhörbar machen – aus diesem Grund verfügt die App auch über eine eigene Weckfunktion. Geliefert werden die Sleepbuds in einer Aluminiumdose, die Etui und USB-Ladestation in einem ist. Da der Akku aber 16 Stunden halten soll, kann man damit je nach Schlafbedürfnis auch die Störgeräusche in zwei oder drei Nächten übertönen.

[bose.de](https://www.bose.de)



Foto: Bose

Bloggen fürs Schlafen

DIEWILLNURSCHLAFEN

Schlaf sei ihr größtes Hobby, behauptet Bloggerin Katharina Kunzmann. Da ist es nur konsequent, dass sie unter „Diewillnurschlafen“ genau zu diesem Thema bloggt. Ansprechend gestaltet finden sich hier alle Themen, die sich ums Schlafen drehen: Von den besten Einschlaf Tipps bis hin zu News aus der Branche rund um Betten, Kissen, Einschlafhilfen und Co. Daneben geht es um Träume, schnarchende Frauen und die richtige Bettseite. Das erste Buch zum Blog von Katharina Kunzmann ist im Jahr 2017 erschienen und heißt: „Ab ins Bett. Eine traumhafte Reise in die Welt des Schlafes“.

diewillnurschlafen.de

Schlafgesundheit – Schlaf als Prophylaxe

Doch wie viel Schlaf brauchen wir denn nun wirklich? Klar ist, dass es mehr sein sollte als die drei oder vier Stunden, die mancher Topmanager angeblich nur pro Nacht benötigt. Wissenschaftler der kanadischen Western University konnten nachweisen, dass die kognitiven Fähigkeiten von Erwachsenen, die nachts auf weniger als vier Stunden Schlaf kommen, einer acht Jahre älteren Person entsprechen. 10.000 Menschen wurden für diese Studie ein ganzes Jahr lang untersucht, wobei die Hälfte der Teilnehmer angab, im Schnitt weniger als 6,3 Stunden zu schlafen (vgl. Wild et al. 2018). Also scheint auch das Gehirn zu altern – durch zu wenig Schlaf. Hinzu kommen bereits mittelfristig gesundheitliche Probleme: Das Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes Typ 2, Depressionen und Angststörungen nimmt bei zu kurzer Schlafdauer zu (vgl. Cappuccio et al. 2018). Ist der Tag-Nacht-Rhythmus dauerhaft gestört, zum Beispiel durch Schichtarbeit, kann das die Entstehung von Krebs begünstigen (vgl. IARC Monographs Vol 124 group 2019). Von ständiger Erschöpfung und einem Verlust von Lebenslust und Wohlfühl mal ganz abgesehen.

Kurze Phasen mit zu wenig oder zu schlechtem Schlaf kann der Mensch durchaus ausgleichen, doch schon wer dreimal pro Woche nicht ein- oder durchschlafen kann, hat ein Problem und sollte dringend etwas unternehmen, rät Prof. Ingo Fietze, Leiter des Schlafmedizinischen Zentrums der Berliner Charité. „Zu hoffen, das gibt sich schon wieder, wäre fatal. Bereits nach drei Monaten wird eine Schlafstörung chronisch. Das lässt sich nur verhindern, wenn man frühzeitig etwas dagegen tut“ (Fietze 2018).

Schlank, schlau und gesund?

Laut dem Gesundheitsreport 2017 schlafen 80 Prozent aller Erwerbstätigen heute schlecht, bei jedem zehnten Arbeitnehmer liege demnach eine dauerhafte und behandlungsbedürftige Schlafstörung, eine Insomnie, vor. Trotzdem geht nur jeder Zwanzigste wegen seiner Schlafstörungen zum Arzt (vgl. Storm 2017). Dabei gibt es kaum etwas, was uns so guttut

wie ausreichender und regelmäßiger Nachtschlaf. Denn auch eine Veränderung der Schlafenszeiten belastet unsere Gesundheit. „Wer ständig seine Schlafgewohnheiten ändert, erzeugt eine Form von Stress, der mit Störungen des Stoffwechsels einhergeht“, sagt Schlafforscher Michael Twery, Direktor des amerikanischen National Center on Sleep Disorders Research (NHLBI 2019). Und der deutsche Forscher Jürgen Zulley bringt es auf den Punkt: „Wer zu wenig schläft, wird dick, dumm und krank“ – Zellen nehmen schlechter Zucker auf, Fett lagert sich ein und das Erinnerungsvermögen leidet (Bartens 2019). Besonders schlecht schlafen demnach Berufstätige mit unregelmäßigen Arbeitszeiten, die darüber hinaus auch noch überproportional häufig von Muskelverspannungen und Rückenschmerzen betroffen sind.

Die Schlafforschung geht zudem inzwischen fest davon aus, dass sich Schlafmangel nicht nur im Gesundheitsstatus des Einzelnen nachzeichnen lässt, sondern sich extrem nachhaltig auf die Wirtschaftskraft eines Landes auswirken kann.



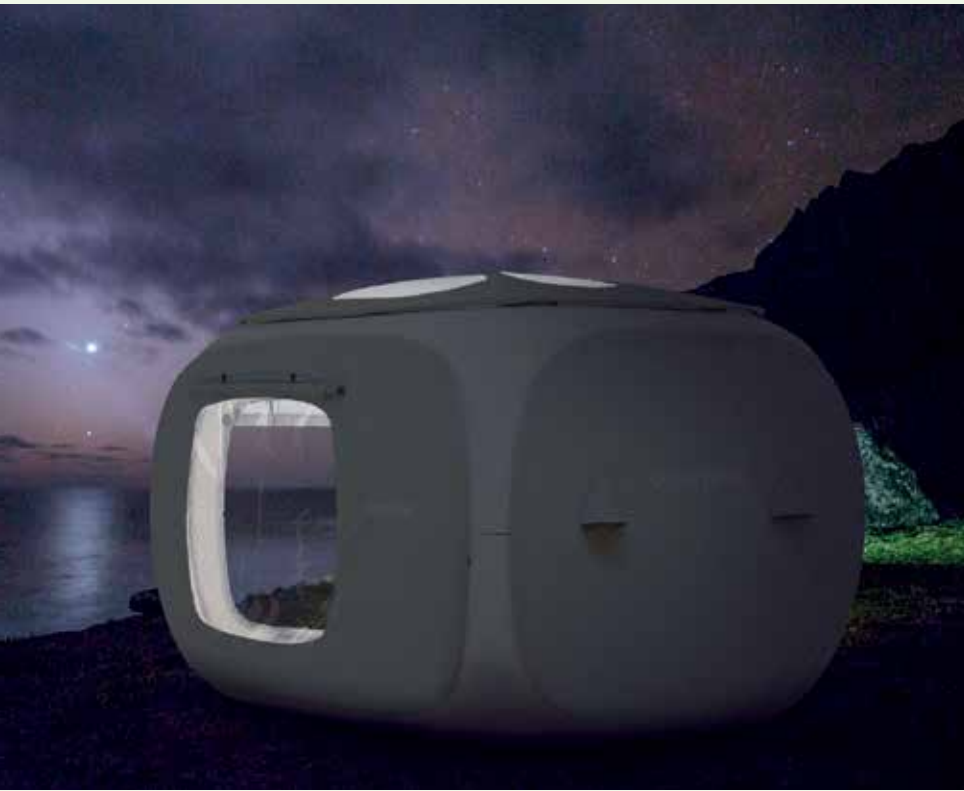


Foto: Sleeperoo

**„1970 schlief ein
Erwachsener
noch zehn
Stunden pro
Nacht. Heute sind
es 7,5 Stunden.“**

Julie Holland, Psychiaterin, in ihrem Buch *Moody Bitches*

One-Night-Out

BEST PRACTICE: SLEEPEROO

Während die einen auf das Wild-Camping schwören, um endlich wieder in Kontakt mit der Natur zu kommen – in Deutschland darf jeder, der mag, die Nacht im Freien verbringen, so lange er dafür kein Zelt aufbaut –, zieht es andere in stylische Schlafwürfel im iPhone-Look, die dort aufgestellt werden, „wo man sonst nicht schlafen kann“. Sleeperoo heißt das Unternehmen hinter diesem Angebot, das Übernachtungen an sogenannten kuratierten Naturspots ermöglichen möchte. Zu diesem geplanten Abenteuer im Freien darf der Gast ohne schweres Reisegepäck und vor allem ohne Zelt und Luftmatratze anreisen. Sleeperoo bietet alles, was man sich von einer Nacht unter freiem Sternenhimmel erwartet: die zeltartige Hülle in schicker Kubusform, hochwertige Sojaölkernmatratzen für gute Erholung, energiesparende LED-Leuchten sowie eine Box gefüllt mit Biosnacks. „Die Nacht, der Ort und du“.

sleeperoo.de



Foto: Memac Ogilvy / Ikea

Multi-Sensorik-Werbung zum Einschlafen

BEST PRACTICE: IKEA UAE & MEMAC OGILVY DUBAI

Ikea hat mit einer Anzeige in dem Magazin Good, das in den Vereinigten Arabischen Emiraten erschienen ist, seine Kompetenz als Schlaf-ausstatter eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Die Kampagne, die sich auf der Rückseite des Lifestyle-Magazins befand, entpuppte sich bei näherem Hinsehen als multisensorische Einschlafhilfe. Mit zwei Schaltern ausgestattet lässt sich zum einen ein Soundchip ansteuern, der sogenannte White-Noise-Töne abspielt, die beim Einschlafen helfen sollen; zum anderen kann der Leser ein verstecktes Aromatherapie-system nutzen, das ebenfalls die Kompetenz des Möbelhändlers als Schlaf-Provider unter Beweis stellt. Und sogar die Tinte, mit der die Anzeige gedruckt ist, duftet nach Lavendel und versetzt automatisch in eine entspannte Grundstimmung. Promotet wird hiermit die Schlafkollektion Sömnig.

ikea.com; memacogilvy.com

Schlummersongs vom DJ

BEST PRACTICE: CALM

Am 15. März 2019 fand bereits zum zwölften Mal der Internationale World Sleep Day statt. Die World Sleep Society nutzt diesen Tag jährlich, um die Bedeutung des erholsamen Schlafes für Gesundheit und Wohlbefinden mit Vorträgen und Aktionen zu betonen. Die Verantwortlichen der Meditations-App Calm nahmen diesen Tag zum Anlass, um exklusiv neue Tracks des US-Musikers Moby zu veröffentlichen. Die sechs Songs dauern jeweils um die 37 Minuten und sind nach Aussage von Moby bestens dazu geeignet, Ruhe zu finden und gut dabei einzuschlafen. Mit Spannung erwarten wir nun Freitag, den 13. März 2020, denn dann findet der 13. World Sleep Day statt. Und hoffen auf weitere Releases.

calm.com, worldsleepsociety.org

Laut der kanadischen Untersuchung der Western University summiert sich das auf eine Summe von jährlich 21 Milliarden US-Dollar alleine in Kanada (vgl. Wild et al. 2018). Für Deutschland ergab eine Studie des US-Center for Disease Control und Prevention aus dem Jahr 2017 ein Minus von bis zu 1,6 Prozent des Bruttoinlandsprodukts durch Schlafmangel, das entspricht 54 Milliarden Euro. 1,65 Millionen Arbeitsstunden gehen demnach verloren, weil die Menschen zu müde zum Arbeiten sind (vgl. Hafner et al. 2017). Selbst Kinder sind heute schon früh im Leben von Schlafmangel betroffen. Dem Präventionsradar aus dem Jahr 2018 zu Folge schlafen Neunt- und Zehntklässler pro Nacht im Schnitt nur rund sieben Stunden, was zu massivem Stress führe (vgl. IFT-Nord/DAK-Gesundheit 2018). Und nach Aussagen des britischen Psychologen Richard Wiseman kostet Kinder schon ein kleines Schlafdefizit auf Dauer rund zwei Entwicklungsjahre – „dadurch haben wir dann schläfrige Sechstklässler, die sich wie Viertklässler benehmen“ (Wiseman 2018).

Natursehnsucht als Gegenteil zum Always on

Hauptverursacher des jugendlichen Schlafmangels sind laut dem Präventionsradar die hohen Bildschirmzeiten; wer vier Stunden oder mehr täglich mit Computer oder Smartphone verbringt, hat kaum noch genug Zeit, um die für diese Altersgruppe empfohlenen neun oder zehn Stunden Schlaf zu bekommen (vgl. IFT-Nord/DAK-Gesundheit 2018). Und doch sind es vor allem technologische Innovationen, die den Menschen dabei helfen sollen, leichter zu entspannen und besser zu schlafen. Dazu wird etwa die auditive Neurostimulation genutzt, sanfte Töne, die in Kombination mit einer App aus einem Kopfkissen dringen und alle Schlafphasen unterstützen sollen (z.B. mit Hilfe des Soundkissens von Aivi).

Das New Yorker Hotel The Benjamin bietet zudem Kopfkissen, in die ultradünne Lautsprecher tief in die hypoallergene Faserfüllung eingebettet wurden und so für ein intimes und beruhigendes Klangerlebnis sorgen, indem sie beim Einschlafen die eigene Lieblingsmusik abspielen (thebenjamin.com). Viele Ruhesuchende setzen darüber hinaus auch ganz einfach auf Naturgeräusche aus Wald und Wasser, die zum

Einschlafen abgespielt werden – Hintergrundgeräusche sind ein Renner auf den einschlägigen Musikportalen. Amazon-Manager Fabrice Rousseau wusste auf der Digitalkonferenz DLD 2018 in München zu berichten, dass auch einer der meistgebrauchten Befehle für den intelligenten Lautsprecher Echo zu dieser neuen Sehnsucht nach Entspannung passt. Er heißt: „Alexa, spiele Regen“ (Heeg 2018).

Schlafmärkte – Optimierung der Regeneration im Fokus

„Sleep is the new status symbol“, titelte die New York Times folgerichtig bereits im April 2017 (Green 2017). Je größer die Sehnsucht nach der nächtlichen Erholung wird, desto größer sind die Umsätze in diesem Marktsegment. Einer aktuellen Prognose zufolge könnte der weltweite Umsatz mit Schlafhilfen bis 2023 auf über 100 Milliarden US-Dollar anwachsen. Schon heute setzt die Schlafgesundheitsindustrie etwa 70 Milliarden US-Dollar weltweit mit Matratzen, Trackern, Atemgeräten und allerhand Medizin um (vgl. P&S Market Research 2018). Schließlich werden zum Zwecke der Schlafoptimierung nicht nur verschreibungspflichtige Pharmazeutika, sondern zudem verschiedene pflanzliche Beruhigungs- und Schlafmittel konsumiert. Ein typischer TV-Werbblock an einem Werktag zwischen 19 und 20 Uhr macht jedenfalls deutlich, dass noch nicht alle Menschen ihrem Ziel nähergekommen sind, ihr Wohlbefinden im Schlaf zu verbessern – kaum ein Thema ist nach Feierabend im Werbefernsehen präsenter, keine Zeitschrift kommt ohne Annonce für Schlafverbesserer aus. Immerhin: „Mit einer Schlafstörung muss sich im 21. Jahrhundert niemand mehr quälen“, macht Ingo Fietze von der Berliner Charité Mut (Fietze 2018). Unter den vielzähligen Hilfsangeboten ist für jeden das richtige dabei.

Tiefschlaf als Premium-Angebot

Andere Unternehmen versuchen nun mit neuen Technologien explizit den Tiefschlaf zu optimieren: Für das Stirnband Dreem etwa wurde ein Rauschen programmiert, dessen Schallschwin-

Guter Schlaf wird zum neuen Statussymbol in einer achtsamen Gesellschaft.

gungen auf den Schädelknochen übertragen werden und so den Tiefschlaf intensivieren sollen; und auch mit dem Kopfband SmartSleep, das der Technikhersteller Philips unlängst auf den Markt gebracht hat, sollen nichts weniger als die Delta-Wellen verstärkt werden, die die Tiefschlafphase kennzeichnen. Sensoren erkennen, wann der Anwender einschläft, sie zeigen an, wann sein Tiefschlaf beginnt, und reagieren dann mit verstärkenden Frequenzen, den sogenannten „Sleep Boosts“, die den Tiefschlaf so noch erholsamer machen sollen (philips.de/smartsleep).

Customer Centricity rund um die Nachtruhe

Ganze 61 Prozent der Deutschen benennen laut Freizeit-Monitor 2019 der Stiftung für Zukunftsfragen das Ausschlafen als eine regelmäßige Freizeitaktivität, obwohl Wissenschaftler immer wieder bestätigen, dass es nicht ausreicht, einmal wöchentlich genug Schlafstunden anzuhäufen, wenn an den anderen Tagen die Kerze von beiden Seiten abgebrannt wird (vgl. Stiftung für Zukunftsfragen 2019). Von diesem neuen Bewusstsein möchten auch die Matratzenhersteller profitieren: Zwar sinken die Umsätze der Matratzenindustrie – laut Statistischem Bundesamt wurden 2018 852 Millionen Euro umgesetzt, das entspricht circa 9 Prozent weniger als im Vorjahr –, doch steigen die Erlöse der Online-Verkäufer (vgl. Duvinage 2019). Diese bieten ein mehrere Monate langes Umtauschrecht und einen kundenfreundlichen Lieferservice und überzeugen zudem mit allerhand Spezial-Positionierun-

gen – mit besonders günstigen Modellen (zum Beispiel das „Bett1“) oder einem Gutschein für Kundenempfehlungen (zum Beispiel „Casper“ in Großbritannien).

Der klassische Retailer Matratzen Concord kontert mit einem Probeschlafen für 400 Tage, einem erstklassigen Service online wie offline durch echte Berater und erweitert nun seinen Experten-Content auf der Webseite. Das Interesse der Menschen am Thema ist schließlich so groß wie nie, und „Schlaf ist das neue Superfood“, wie die Marketingleiterin bei Matratzen Concord, Nives Messing, sagt (ebd.). Und Philip Krim, CEO von Casper, bestätigt in einem Interview, dass Wohlbefinden heute auf drei Pfeilern basiert: Sport, gesundes Essen und Schlafen. Alle drei Bereiche müssten gleichsam in den Tagesablauf integriert werden, und sein Unternehmen wolle zum Nike unter den Matratzenherstellern werden (vgl. Meyersohn 2019).

Raus geht's zum Schlafen

Als Konsequenz werden wir es in den kommenden Jahren erleben, dass der Schlaf immer neue Räume und Zeiten erobert: Aus Japan wird berichtet, dass Kunden von Carsharing-Diensten die Fahrzeuge oftmals gar nicht bewegen, eine halbe Stunde oder länger mieten und dabei an Ort und Stelle stehen bleiben. Genutzt wird dieser private öffentliche Raum dann unter anderem dazu, um zu essen, zu telefonieren oder einfach zu schlafen (vgl. Morita 2019). Aus New





Foto: Felix Grunschloss

Inszenierung der „Müdigkeitsgesellschaft“ im Badischen Staatstheater.

York, der Stadt, die doch angeblich nie schläft, stammt die Idee der Schlafkabinen, kleinen Zellen der Intimität; und Matratzenverkäufer Casper hat hier sein Tages-Schlafcafé The Dreamery eröffnet, nachdem das Start-up zuvor bereits mit einem Napmobile durch mehrere US-amerikanische Großstädte tourte (casper.com). In London ist mit Pop & Rest ein Airbnb für den Powernap an den Start gegangen – private Vermieter bieten Ruheräume für wenige Stunden an, das Start-up selbst wendet sich zudem mit Pop Pods zum Schlafen und Duschen an die Ruhesuchenden im Großstadt-Dschungel (popnrest.com). Aber vielleicht versuchen die Menschen so auch einfach nur ihren vollständig verdrahteten und sensorgesteuerten Schlafzimmern zu entkommen, um in der Anonymität der Öffentlichkeit Ruhe und Entspannung zu finden?

Dazu passend hat bereits vor einigen Jahren der Begriff des Theaterschlafes am Badischen Staatstheater Karlsruhe eine ganz neue Bedeutung bekommen. In Stefan Ottenis Inszenierung der „Müdigkeitsgesellschaft“ verfolgten die Zuschauer das Treiben im Liegen. „It’s okay if you sleep“, stand auf den T-Shirts der Helfer, die den Zuschauern im Verlauf der Aufführung Nackenmassagen, Apfelschnitze und Schokokekse offerierten. Genau diesen Spirit greift jetzt die Work-Life-Sleep-Balance-Kampagne von Ikea auf. „Guter Schlaf macht alles besser“ und „Schlaf ist die beste Medizin“, heißt es in den sehenswerten Werbespots des Möbelgiganten. Und man endet ganz profan mit der Aufforderung: „Ab ins Bett“.

Bonus für ausgeschlafene Mitarbeiter

BEST PRACTICE: CRAZY INC.

In kaum einem anderen Land der Erde war man in der Vergangenheit so stolz darauf, mit wenigen Stunden Schlaf auszukommen, wie in Japan. Hier ist mit Karoshi sogar eine Todesursache amtlich, die mit zu wenig Schlaf vergesellschaftet ist – der Tod durch Überarbeitung. Doch der Trend zur Work-Life-Sleep-Balance verändert nun auch die japanische Gesellschaft. Vorreiter dieser Entwicklung ist zum Beispiel Kazuhiko Moriyama. Der japanische Unternehmer belohnt seit neuestem ausgeschlafene Mitarbeiter. Dazu vergibt der Chef des Hochzeitsveranstalters Crazy Inc. Punkte an seine Angestellten, wenn diese an fünf Tagen in der Woche mindestens sechs Stunden pro Nacht geschlafen haben. Nachweisen lässt sich das über einen Schlafracker, dessen Auswertungen die Angestellten an ihren Chef senden müssen. Die Punkte können dann in der Kantine gegen Essen im Wert von umgerechnet bis zu 535 Euro pro Jahr eingetauscht werden.

crazy.co.jp

FAZIT

- Wir wandeln uns derzeit von einer übernächtigen Always-on- zu einer ruhesuchenden Work-Life-Sleep-Balance-Gesellschaft. Die neue Sehnsucht nach Schlaf steht synonym für das Ausgeschlafensein.
- Wer ausgeruht ist, sprüht vor Energie, ist gesund und munter – also genau mit den Attributen ausgestattet, die die Grundvoraussetzungen für ein Überleben in der Netzwerkökonomie darstellen. Zugleich verspricht der Schlaf sogar noch mehr: Schlankheit, Schönheit und Wohlfühl. Aus diesem Grund scheint sich so manches Investment in die Nachtruhe doppelt und dreifach zu lohnen.
- Und investiert wird in den nächsten Jahren massiv in die Erholung: Wir statten unsere Schlafzimmer und uns selbst so aus, dass wir unsere Schlafstätte zum Mittelpunkt der Wohnung machen können: Hier wird gelesen, geliebt, gesprochen, geschrieben, geguckt, gegessen – und irgendwann dann auch geschlafen.

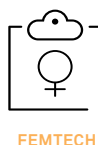
- Die Schlafasketen beherzigen die Tipps der Schlafforschung: möglichst keine Medien ins Bett holen, das Schlafzimmer nicht zum Wohnzimmer machen. Alle anderen, vor allem diejenigen ohne Ein- und Durchschlafprobleme, werden es sich auch in Zukunft immer öfter im Bett gemütlich machen.
- Wer Probleme damit hat, zur Ruhe zu kommen oder acht Stunden am Stück zu schlafen, kann inzwischen aus einem breiten Angebot an Hilfsmitteln auswählen: Neuartige und schlaue Pharmazie und Naturmedizin, Snacks und Getränke, Kosmetik, Betten, Matratzen und allerhand Schlafaccessoires sowie nicht zuletzt smarte Netzwerktechnologie helfen dabei, diese zu überwinden.
- Die größten Zukunftschancen auf satte Gewinne werden diejenigen innerhalb der Schlafgesundheitsindustrie haben, die Produkte und Services, On- und Offline-Angebote kombinieren und dabei so ästhetisch ansprechend sind, dass jeder sie gerne in sein Leben im Ruhezustand integriert.

FemTech

DIE FEMINISIERUNG DER MEDIZINTECHNIK



Foto: Beckenbodentrainer Elvie



FemTech umfasst eine neue Kategorie innerhalb der Medizintechnik-Sparte: Programme und Services, mit denen speziell weibliche Gesundheitsprobleme erkannt, erfasst und bekämpft werden. Der Begriff geht zurück auf Ida Tin, eine dänische Start-up-Unternehmerin aus Berlin, die ihre Menstruations-App Clue auf der Messe TechCrunch Disrupt im Jahr 2016 der Öffentlichkeit vorstellte und dabei dann mit „FemTech“ gleich den Namen für die ganze Kategorie prägte: „Weibliche Technologie wird kommen“, lautete ihr Credo (Tönnemann 2016). Und sie hatte Recht. Inzwischen sind alleine im Bereich von Zyklus-Apps weltweit mehr als hundert verschiedene Programme für das Smartphone verfügbar. FemTech umfasst neben dem Themenfeld „Reproduktionsmedizin“ noch drei weitere Bereiche: „Schwangerschafts- und Neugeborenen-Services“, „Becken- und Uterus-Gesundheit“ sowie „Allgemeine Frauengesundheit und Female Wellness“, worunter auch Produkte und Services zum Thema Sexualität und ganzheitlichem Wohlbefinden gefasst werden. Alles, was speziell Frauen gesund hält oder gesunden lässt und dabei einen Bezug zu den digitalisierten Gesundheitswelten der Zukunft hat, kann somit unter dem Begriff FemTech zusammengefasst werden. Besonders erfolgversprechend sind dabei all jene Angebote, die es schaffen, High Tech und High Touch zu einem ganzheitlichen, nachhaltigen und serviceorientierten Female-Health-Produkt zu verbinden.

Mit FemTech, also Female Technology, wird das jahrzehntealte Ungleichgewicht in der Bewertung von Frauen- und Männergesundheit zumindest ansatzweise ausgeglichen: Zwar waren Frauen von jeher stärker gesundheitsinteressiert als Männer, trotzdem fanden weibliche Gesundheitsprobleme viel weniger Beachtung als männliche. Das fing schon damit an, dass Frauen viele Jahre lang von allen Arzneimitteltests ausgeschlossen wurden – zu gefährlich schien den Forschern der Umstand, dass die Frau jederzeit schwanger werden und das Ungeborene Schaden nehmen könnte; und es setzte sich fort bis zu unerkannten Herz-Kreislauf-Erkrankungen, die bei Frauen mit ganz anderen Symptomen als bei Männern einhergehen. Selbst heute werden Medikamente noch vor allem an männlichen Mäusen getestet, weil die Befürchtung vorherrscht, der weibliche Zyklus könnte Einfluss auf die Testergebnisse haben.

Von spezifischen Gesundheitsproblemen, die nur das weibliche Geschlecht betreffen, war hier noch keine Rede. Oder wenn, dann nur in einer überzogenen Form, z.B. weibliche Hysterie. „Egal ob es sich um Menstruation, Schwangerschaft oder Menopause handelt, der weibliche Körper wurde seit Jahrhunderten mit Tabus belegt“, bestätigt etwa Tania Boler, CEO des FemTech-Start-ups Elvie. Die ersten Gründer und Gründerinnen, die mit ihren FemTech-Geschäftsideen auf den Plan traten, mussten nicht nur um Investitionen für ihre Start-ups kämpfen, sondern gleichzeitig auch gegen jede Menge Ressentiments. Doch Boler betont, dass es so viele Teilbereiche von Weiblichkeit gebe, „die mit Hilfe neuer Technologie einfacher und angenehmer gemacht werden können; und es ist so viel Potenzial in diesem Segment“ (Loritz 2019).

Frauengesundheit – ein lange unterschätzter Markt

Dabei liegt das Potenzial von FemTech per se eindeutig auf der Hand: Frauen stellen die Hälfte der Weltbevölkerung. Allein das reicht an sich schon, um zu erklären, warum frauenspezifische Apps einen Zukunftsmarkt bilden, schließlich stehen Frauen Männern in nichts nach, wenn es um die Nutzung von Kommunikationstechnologien geht – im

Gegenteil. Einer Studie des Bundesverbands Digitale Wirtschaft aus dem Jahr 2018 zufolge nutzen junge Onliner und Frauen soziale Netzwerke überdurchschnittlich intensiv (vgl. BVDW 2018).

Das Gesundheitsbewusstsein von Frauen und Männern

Generell pflegen Frauen einen gesünderen Lebenswandel als Männer, heißt es in der Studie „Wie gesund lebt Deutschland?“, die die Deutsche Sporthochschule im Auftrag der Deutschen Krankenversicherung im Jahr 2018 erstellt hat (vgl. Froböse et al. 2018). Vor allem ernähren sie sich bewusster, rauchen weniger und konsumieren seltener Alkohol. Zudem haben Frauen ein stärker ausgeprägtes Interesse an allen Gesundheitsthemen als Männer. So stimmen 70 Prozent der Frauen der Aussage zu, dass es ihnen wichtig ist, etwas für ihre Gesundheit zu tun, unter den männlichen Befragten sind das lediglich 57 Prozent. 39 Prozent der Frauen informieren sich zudem häufig in Medien über Gesundheitsthemen, jedoch nur 27 Prozent der Männer (vgl. GIK 2018). Auch das Aufzeichnen von Vitaldaten, die die eigene Gesundheit betreffen, ist entgegen allen Klischees keine männliche Domäne mehr: Gut 7 Prozent der Männer und Frauen tun dies regelmäßig (vgl. S. 50). Zwar ist Gesundheit noch immer gleichbedeutend mit der Abwesenheit von Krankheit (die Hälfte aller Deutschen sieht das so) – allerdings nimmt dieser Zusammenhang ab. Im Jahr 2016 waren es noch zwei Drittel aller Deutschen, die diesen betonten. Für 65 Prozent aller Frauen in Deutschland ist Gesundheit darüber hinaus ein Synonym für die Balance von Körper, Geist und Seele. Unter den Männern stimmen nur 52 Prozent dieser Aussage zu (alle Daten: eigene Erhebung „Healthstyle“, siehe auch S. 49).

Und zu guter Letzt haben Frauen ein natürliches Interesse an Angeboten, die ihnen bei typisch weiblichen Beschwerden helfen oder einfach mit dazu beitragen, ihren eigenen Körper besser kennenzulernen. „Die Fem Tech-Industrie ist ein wachsendes Business, das tolle Chancen und Möglichkeiten birgt. Neue Technologien und App-gesteuerte Produkte helfen Frauen, den eigenen Körper besser kennen und

„Und wenn die männliche Maus – und zwar die junge männliche Maus – der Prototyp aller Dinge ist, dann heißt das: Wir bilden gerade die Männer zwischen 18 und 35 Jahren in unseren Tiermodellen ab. Und für diese Gruppe entwickeln wir Medikamente, testen wir Medikamentenwirkungen, Nebenwirkungen, Sicherheit.“

Prof. Dr. Vera Regitz-Zagrosek, Leiterin des Instituts für Gendermedizin an der Berliner Charité



Foto: Astimo Limited



Smartes Armband gegen Hitzewallungen

BEST PRACTICE: GRACE

Das smarte Armband Grace wurde entwickelt, um Wechseljahressymptome zu tracken und aufsteigende Hitzewallungen zu lindern. Und das funktioniert so: Bei der Anwendung werden drei im Armband integrierte Sensoren aktiviert, die eine Hitzewallung erkennen, bevor sie auftritt. Das körpereigene thermoregulatorische System beginnt nämlich bereits vor einer Hitzewallung damit, Wärme zu verlieren. Grace kann dieses bei seiner Trägerin ungefähr eine Minute, bevor die Frau diesen Effekt selbst erkennt, spüren. Sofort beginnt das Armband zu kühlen, und durch diese plötzliche Kälte auf dem Handgelenk wird ein Signal an das Gehirn gesendet, das daraufhin im Körper eine entgegengesetzte Reaktion auslöst. Produktdesigner von Grace ist Peter Astbury, ein in London ansässiger Industriedesigner. Das smarte und ästhetische Armband wurde mit dem James Dyson Award 2017 ausgezeichnet und für den Morgan Innovation & Technology Prize 2018 nominiert.

gracecooling.com

„Ich dachte, es ist verrückt, dass wir einen Mann auf den Mond schicken können, aber wir haben kein Werkzeug, das uns hilft, die eigenen Muster unseres Körpers zu verstehen.“

Ida Tin über ihre Entscheidung, die Zyklus-App Clue zu entwickeln (zit. nach European CEO 2018)

verstehen zu lernen“, sagt Lia Grünhage, Geschäftsführerin von Amorelie (Korte 2018). Der 2013 gegründete Online-Shop für Erotik-Lifestyle-Artikel hat es geschafft, Sexspielzeuge für Frauen und Produkte für die Monatshygiene oder Verhütung aus der Tabuzone zu befreien.

Weibliche Gesundheitsbedürfnisse

Das Potenzial der FemTech-Branche zeigt sich auch darin, dass Frauen mit typisch weiblichen Gesundheitsproblemen nach Unterstützung, Hilfe und Heilung suchen. Hier einige Fakten: Rund 10 Prozent der Frauen in den post-industrialisierten Ländern wollen schwanger werden, können es aber aufgrund eines gesundheitlichen Problems nicht (vgl. Frost & Sullivan 2018). Was wiederum vor allem damit zusammenhängt, dass das Alter bei der Geburt des ersten Kindes deutlich gestiegen ist – von Anfang 20 Mitte der 1970er Jahre auf heute 26,8 Jahre in den USA (vgl. Martin et al. 2018) und auf 30 Jahre in Deutschland (vgl. Statistisches Bundesamt 2019). Daneben bestätigen die beiden Ärztinnen

Katrin Schaudig und Anneliese Schwenkhagen, niedergelassene Gynäkologinnen aus Hamburg, in ihrer Serie „Hormonsprechstunde“ in der Zeitschrift „Frauenarzt“, dass circa ein Drittel aller Frauen Probleme mit den Wechseljahren haben (vgl. Schwenkhagen/Schaudig 2013). Von Hitzewallungen sind laut Erkenntnissen von KaNDy Therapeutics, einem Hersteller eines nicht-hormonellen Medikaments gegen Wechseljahresbeschwerden aus Großbritannien, sogar drei Viertel aller Frauen in und nach der Menopause betroffen (kandytherapeutics.com).

Die Research-Abteilung der Health Maintenance Organization Kaiser Permanente belegt zudem in einer Untersuchung, dass rund ein Drittel aller Frauen im Laufe ihres Lebens (nach einer Schwangerschaft oder nach der Menopause) Schwierigkeiten mit ihrem Beckenboden haben (vgl. Kaiser Permanente Division of Research 2008). Und spätestens seit dem mutigen Bekenntnis von US-Schauspielerinnen Lena Dunham, die auf Instagram schonungslos Bilder dazu zeigte, wissen wir auch, dass rund zehn Prozent aller Frauen an Endometriose leiden, einer schmerzhaften, chronisch-entzündlichen

Die App von Clue ermöglicht das Tracking der Periode sowie des allgemeinen Gesundheitsverhaltens. Inzwischen nutzen 10 Millionen Menschen in 190 Ländern diese FemTech-App.



Erkrankung, die zumeist an den Eierstöcken oder am Darm auftritt (vgl. Liu 2017). Neben all den anderen mehr oder weniger milden Formen von hormonell ausgelösten Frauenleiden, wie dem prämenstruellen Syndrom oder Beschwerden während der Menstruation, werden extreme Formen dieser Beschwerden nun endlich als Krankheiten anerkannt: So listet die WHO das prämenstruelle dysphorische Syndrom (PMDS) als Krankheit. Schätzungen gehen davon aus, dass bis zu 8 Prozent der Frauen in den Tagen vor ihrer Regelblutung unter diesen heftigen psychischen Störungen leiden (vgl. Regel 2019). Zudem bieten die Bereiche der Sexual Wellness und der gesundheitlichen Veränderungen während der Schwangerschaft, nach einer Geburt oder beim Stillen einen großen Markt für FemTech-Angebote.

Das „Projekt Kind“ wirkt als Katalysator

Die Akzeptanz und wachsende Beliebtheit von technologischen Angeboten für die Frauengesundheit wird vor allem von den Märkten rund ums Elternwerden und Elternsein

vorangetrieben. In der Zeit nach der Geburt eines Kindes sind Mütter (und Väter) besonders gewillt, sich das neue Leben mit Hilfe von Technologie zu vereinfachen. Allein in Deutschland gaben Konsumentinnen und Konsumenten für die Ausstattung von unter Dreijährigen laut dem Institut für Handelsforschung (IFH Köln) 2,5 Milliarden Euro aus, das entspricht für das Jahr 2017 zwei Prozent mehr als noch 2016 (vgl. BVS Handelsverband Spielwaren 2018).

Standard sind inzwischen Baby-Kameras und sensorgesteuerte Bewegungsmelder am Bett: Sobald das Baby aufwacht oder das Kleinkind das Bett verlässt, senden die Geräte eine Warnung an das elterliche Smartphone. Mit Hilfe von Sensormatten oder smarten Söckchen kann zudem jeder Atemzug überwacht werden, auch Temperaturveränderungen beim Kind oder im Raum werden dabei angezeigt.

Kaum verwunderlich, dass sich auch schon in der Zeit vor der Geburt des Kindes Frauen auf vielfältige FemTech-Services verlassen können: Diese helfen den werdenden Müttern dabei, immer mit einem Ohr bei ihrem Kind zu sein



Foto: Popit

Nie wieder die Pille vergessen

BEST PRACTICE: POPIT SENSE

Aus Finnland kommt ein intelligentes Zusatzgerät, das mit einer Pillenpackung verbunden wird und über ein ausgeklügeltes Sensorensystem erkennt, ob und wann z.B. eine Antibabypille entnommen wurde. Im Falle der Nicht-Einnahme einer Tablette wird automatisch eine Warnung versendet. Diese landet in der dazugehörigen App, die zusätzlich über ein smartes Tracking- und Erinnerungssystem zur Pilleneinnahme verfügt. Der Name dieses Warnsystems lautet Popit Sense, als besonderer Service wird die Option angepriesen, dass sich Freunde oder Verwandte auch gegenseitig bei einer vergessenen Einnahme ihrer Medikamente warnen können.

popit.io

Professionelles Frühgeburten-Scanning

BEST PRACTICE: PREGNOLIA

Frühgeburten in der Schwangerschaft gehen mit einem hohen Risiko für das Neugeborene einher, entsprechend liegt das Augenmerk in der Vorsorge darauf, Indikatoren für diese Situation frühzeitig zu erkennen. Bislang wurde diese Untersuchung durch vaginales Abtasten durchgeführt. Das Start-up Pregnolia aus der Schweiz, ein Spin-off der ETH Zürich, hat nun ein Gerät zur Verbesserung der Schwangerschaftsbetreuung entwickelt. Zugrunde lag die Frage, wie sich Veränderungen des Gebärmutterhalses (Zervix) früher und genauer bestimmen lassen. Die Beschaffenheit der Zervix gilt als wichtiger Indikator zur Bestimmung des Risikos für eine Frühgeburt. Das Ergebnis ist Pregnolia, ein FemTech-Analysegerät für den professionellen Einsatz. Niedergelassene Gynäkologen und Gynäkologinnen und Geburtsstationen in den Kliniken können ihr Frühwarnsystem zum Wohle von Mutter und Kind damit deutlich verbessern. In Zukunft werden neue FemTech-Produkte zudem dazu genutzt werden, Kommunikation und Datenaustausch zwischen Mediziner bzw. Medizinerin und Patientin zu optimieren.

pregnolia.com

Tracking Fertility

BEST PRACTICE: NATURAL CYCLES

Zwei der wichtigsten Anwendungsbereiche von FemTech sind die Empfängnisverhütung und Fertilitätskontrolle. Unzählige Anbieter tummeln sich in diesem Segment (einige große Namen sind Flo, Clue, Glow, Maya, Ovia, Prelude Fertility, Rinovum, Celmatrix, Progyny, Unifvy, Conceivable). Der Ansatz dabei ist immer ähnlich: Anstelle von Hormonen und invasiven Testverfahren setzen die Verantwortlichen auf natürliche und nicht-invasive Methoden. So lässt sich über die Kontrolle der Körpertemperatur, eine Verlaufskontrolle und die Einbeziehung der Beschaffenheit des Zervixschleims relativ sicher bestimmen, ob es sich im Laufe des individuellen Zyklus um einen fruchtbaren oder einen nicht fruchtbaren Zeitpunkt handelt. Kritiker sprechen von einem „Eisprung-Orakel in einem idealtypischen Zyklus“ und warnen vor ungewollten Schwangerschaften. Doch das Bedürfnis nach einer natürlichen Kontrolle ist groß und wächst angesichts der Vorbehalte gegen invasive oder hormonelle Methoden. Als erste FemTech-Anwendung auf diesem Gebiet hebt sich nun Natural Cycles von der Konkurrenz ab. Die Kombination aus Thermometer und App entspricht dem üblichen Standard, allerdings hat es das Start-up aus der Schweiz geschafft, eine europäische CE-Zertifizierung für Medizinprodukte zu erhalten und wurde daraufhin von der amerikanischen Food and Drug Administration (FDA) empfohlen. Vertrieben wird es in einem Abo-System.

naturalcycles.com



Foto: Natural Cycles

How to make better babies

BEST PRACTICE: GYFT

„For better babies“ – mit diesem Namen ist das amerikanische Start-up Gyft an den Start gegangen. Das Angebot: Tracking, Coaching und Vitamine. Hinter dieser App verbirgt sich ein umfassendes Analysetool für die Bereiche Bewegung, Ernährung und Trinken, ein Schwangerschaftstagebuch, dessen Einträge mit Familienmitgliedern und Freunden geteilt werden können. Zugleich ist Gyft ein umfassendes Informationstool inklusive Serviceangeboten von Hebammen, Trainern und Doulas (nicht-medizinische Helferinnen), in dem es um alle Bereiche von Gesundheit und Wohlbefühl von Mutter und Baby geht. Gyft bietet außerdem eine eigene Produktpalette für Nahrungsergänzungsmittel. Diese werden individualisiert auf die einzelne Nutzerin in ihrer Schwangerschaft abgestimmt. Gyft positioniert sich damit als Wegbegleiter durch die gesamte Schwangerschaft und Babyzeit und nennt sich selbst einen „Pregnancy Companion for better babies“ – für die moderne Selbstoptimierungs-Mom der Zukunft.

gyftbaby.com



(„Hear my Baby Heartbeat“), Kontakte zu anderen Schwangeren aufzubauen („Totally Pregnant“) oder den Barcode eines Medikaments zu scannen, um zu erfahren, ob es in Schwangerschaft und Stillzeit eingenommen werden darf („MommyMeds“). Aus den USA kommt zudem mit Lia der erste biologisch abbaubare Schwangerschaftstest, der nach dem Gebrauch einfach in der Toilette runtergespült werden kann – der Teststreifen versteckt sich hier unauffällig in einer Art Slipeinlage (meetlia.com).

Vor allem der Markt rund um eine bestmögliche Versorgung in der Schwangerschaft bietet viel Potenzial. Zugleich fehlen in Deutschland Hebammen, die Schwangere vor, während und nach der Geburt vor Ort begleiten können. Hebamme und Start-up-Gründerin Sabine Kroh hat aus diesem Grund ein neues Geschäftsmodell entwickelt. Die Berlinerin hat unter dem Namen „Call a midwife“ einen digitalen Hebammendienst ins Leben gerufen – Rat zur Babypflege, dem Stillen und allen anderen Themen nach der Geburt gibt es telefonisch, per Videochat und via App. Für die Zukunft ist der Ausbau der App zu einem umfassenden Begleitungsdienst in Schwangerschaft und Babyzeit geplant (call-a-midwife.de). Ähnlich ist der Ansatz von Cleo, einer neuen digitalen

Plattform für berufstätige Eltern, die geeignet erscheint, den gesamten Markt der medizinischen Schwangerschafts- und Geburtsbegleitung auf den Kopf zu stellen. Denn Cleo schickt sich an, nichts weniger als ein komplettes „Family Support System“ für junge Familien aufzubauen. Von Arzt und Hebamme über praktische Tipps zum Einschlafen oder Stillen bis hin zur Karriereberatung – alles findet sich übersichtlich in dieser App (hicleo.com).

Selbstoptimierung als Garant ganzheitlicher Gesundheit

Ein solch nachhaltiger und gleichzeitig digital gesteuerter Ansatz rund um Female Healthcare speist sich aus der gewachsenen Bedeutung des Themas Gesundheit insgesamt. So geben heute knapp 60 Prozent aller Deutschen an, dass sie in der einen oder anderen Form eigenverantwortlich versuchen dazu beizutragen, gesund zu sein oder zu bleiben. Das Thema „Selbstoptimierung“ bekommt somit eine neue Konnotation: Immer mehr Menschen verstehen die Optimierung des Selbst als ein Bekenntnis zu den eigenen (Gesundheits-)Bedürfnissen; es wird nicht maximiert im Sinne

Lia ist ein Schwangerschaftstest, der nicht nur unauffällig designt, sondern zudem auch noch biologisch abbaubar ist.

Foto: Lia

eines höher, schneller, weiter, sondern es wird im Gegenteil persönlich optimiert; das kann dann durchaus bedeuten, dass man langsamer, ruhiger, bewusster lebt.

Vor allem Frauen stimmen dieser Neudefinition von Selbstoptimierung deutlich zu, ein Viertel von ihnen arbeitet heute ganz bewusst daran, Fitness, Wohlfühl und Gesundheit zu verbessern, weitere 10 Prozent stehen sogar offen dazu, eine Selbstoptimiererin zu sein (Männer: 24 bzw. 11 Prozent). Diese Zahlen ergab die Umfrage „Healthstyle“, die von den Marktforschern von Dynata im Jahr 2019 repräsentativ durchgeführt wurde. Weitere Ergebnisse dieser Erhebung: Der wichtigste Treiber für alle bei der Beschäftigung mit der eigenen Gesundheit und Fitness ist der Wunsch, gesund zu bleiben – 72 Prozent aller Frauen wünschen sich das. 48 Prozent optimieren, weil es ihnen Ruhe und Zufriedenheit verschafft (Männer: 41 Prozent); 39 Prozent der Frauen möchten fitter werden und ganze 48 Prozent kümmern sich bewusst um Gesundheit und Wohlbefinden (und investieren aus diesem Grund auch Geld), weil sie einfach glücklich sein wollen. Auch bei diesem Motivator überflügeln Frauen die Männer, die diesem Treiber nur zu 37 Prozent zustimmen.

Dieses Bewusstsein für die Notwendigkeit zur Vorsorge sowie das Verständnis, die Gesundheit selbst zu verantworten, ist nun auch Basis für ein neues Geschäftsmodell innerhalb der FemTech-Branche: das Social Freezing. Vor allem in den USA wenden sich Kinderwunsch-Konzerne wie Prelude Fertility an gut ausgebildete junge Frauen, die ihren Kinderwunsch eigenverantwortlich planen möchten und sich aus diesem Grund in jungen Jahren gesunde Eizellen entnehmen und einfrieren lassen. Prelude bietet diesen Service inzwischen sogar als Abo-Modell inklusive App an: Eine Patientin bekommt nun alle Leistungen für 199 Dollar im Monat – vom Einfrieren der Eizellen über die künstliche Befruchtung bis zum Einsetzen des Embryos. Ein Rundum-Service für die eigene Fertilität, wobei die Kosten in einigen Fällen sogar vom Arbeitgeber übernommen werden (preludefertility.com). Bereits heute macht die Fertilitätsindustrie in den USA einen jährlichen Umsatz von circa sechs Milliarden Dollar, der Markt für Eizellspenden und das Einfrieren von Eizellen wächst stark – Schätzungen gehen von 182 Millionen Dollar für das Jahr 2018 aus –, was sicherlich auch neue Angebote im Bereich von FemTech nach sich ziehen wird (vgl. Marketdata 2018).

Female Entrepreneurs – Die Gründerszene wird weiblicher

Trotz des boomenden Fertilitätsmarkts dauerte es hingegen eine ganze Weile, bis das Thema FemTech Fahrt aufnehmen konnte. Wer neue App-basierte Gesundheitsdienste anbieten möchte, benötigt Geld. Kapital, das zumeist von Risikokapitalgebern beigesteuert wird, die sich eine satte Rendite für ihr Investment erhoffen. Bei den neuen FemTechies lag das Hauptproblem darin, dass sie ein rein weibliches Produkt fast ausnahmslos männlichen Investoren anbieten mussten: „Um die Wahrheit zu sagen, ist die absolute Mehrheit aller Investoren, auch im Gesundheitsbereich, männlich“, erzählt Trish Costello, CEO der Venture-Capital-Firma Portfolia. Mit „Portfolia FemTech“ hat das Unternehmen auch einen Spezialfonds passend zum Thema im Angebot. „Einer der Investoren sagte mir frei raus: ‚Ich möchte nicht über Vaginas in meinem Partner-Meeting am Montagmorgen sprechen‘“ (Codinha 2019).

**„Es wird viel über das
Gender Pay Gap
gesprochen, aber
nicht genug über das
Gender Investment
Gap. Der Kuchen ist
groß genug für uns
alle, wir müssen uns
nur ein größeres Stück
abschneiden.“**

Sarah Chen, Co-Gründerin des Fonds „The Billion Dollar Fund for Women“ (zit. nach Salden 2019)

Zwischen 2008 und 2013 flossen so jährlich weltweit nur weniger als 100 Millionen US-Dollar Wagniskapital in die neuen FemTech-Services. Seit dem Jahr 2014 aber hat die Entwicklung einen neuen Schub bekommen: Die Nachfrage nach neuen technologischen Female-Health-Produkten stieg massiv an, die Beraterfirmen prognostizieren stattliche Zuwachsraten, die Berichterstattung überschlug sich förmlich vor Begeisterung für die neuen Apps und ihre Aushängeschilder. 2018 wurden bereits 650 Millionen Dollar Venture Capital in FemTech-Unternehmen gesteckt; und für das Jahr 2019 wird mit einem Investment von einer Milliarde Dollar gerechnet (vgl. Olsen 2018, Clark 2019a und Clark 2019b).

Auch FemTech ist ein Personality Business

Zwar ist Zahlen des Zentrums für europäische Wirtschaftsforschung zufolge nur an knapp 13 Prozent aller Hightech-Gründungen in Deutschland eine Frau beteiligt; und gerade mal jedes zwanzigste Unternehmen wird allein von Frauen gegründet (vgl. Michler 2016). Dennoch überzeugen die Gesichter und Storys hinter den FemTech-Start-ups.

Die Schweizerin Lea von Bidder etwa sorgt mit der Fruchtbarkeits-App Ava und dem dazugehörigen Bracelet immer wieder für Aufsehen. Die 29-jährige gilt als das Aushängeschild der Schweizer Start-up-Szene. Ava hat inzwischen 40 Millionen Dollar eingesammelt. Von Bidder war bisher als Marketingchefin vor allem in den USA unterwegs. Ab Januar 2020 übernimmt sie den Chefposten und kehrt zurück nach Zürich. „Ich bin stolz, zu zeigen, dass es als Frau doch auch möglich ist, CEO von einem Start-up zu sein“, betont sie (Scheer 2019). Das Ava-Armband wurde 2016 in den USA eingeführt und ist inzwischen in 36 Ländern verfügbar. Mithilfe von Ava kann der Zeitpunkt der fruchtbaren Tage einer Frau genau festgestellt werden, indem das Bracelet verschiedene physiologische Parameter misst. Laut eigenen Angaben konnten somit bereits 20.000 Schwangerschaften ermöglicht werden. Künftig soll Ava auch zur gezielten Empfängnisverhütung verwendet werden können. Bis heute hat Ava über 40 Millionen Dollar an Risikokapital eingesammelt (avawomen.com).

Kategorien von FemTech

Reproduktions- medizin 	Schwangerschafts- & Neugeborenen-Services 	Becken- und Uterusgesundheit 	Allgemeine Frauenge- sundheit und Wellness 
• Lösungen rund um Fertilität und Kinderwunsch • Zyklus- und Fertilitäts-Tracking • Fertilitäts-Monitoring für zuhause	• Pränataldiagnostik • Schwangerschafts- und Geburtsbegleitung • Schwangerschaftsnachsorge und Wochenbettbetreuung	• Beckenboden-gesundheit • Gebärmuttergesundheit • Urogenitale Gesundheit • Gesundheit rund um Menstruation und den weiblichen Zyklus	• Diagnostische Tests und Screening • Ernährung und Fitness • Mentale Gesundheit • Disease-Management für chronische Erkrankungen • Häusliche Pflege und Altenpflege • Sexuelles Wohlbefinden

Quelle: Frost & Sullivan 2018

Frauen erobern die Männerwelt

Die großen Summen, „the big shit“, wie es Ida Tin vom Berliner Start-up BioWink (das Unternehmen hinter der Menstruations-App Clue) nennt, fließen trotzdem in andere Ausgründungen mit einer klar männlichen Ausrichtung. Ro zum Beispiel, ein Unternehmen, das Medikamente gegen erektile Dysfunktion im Direktvertrieb anbietet, konnte auf einen Schlag 88 Millionen US-Dollar einsammeln (vgl. Lovett 2018); und Hims, ein Anbieter von männlichen Gesundheitsprodukten (von Shampoos gegen dünner werdendes Haar bis hin zu Medikamenten gegen vorzeitige Ejakulation), wurde im Januar 2019 mit einem 100-Millionen-Investment gestärkt – und somit stieg das Start-up in die Liga der Einhörner auf (vgl. Clark 2019c).

Eine Studie aus den USA zeigt, dass Frauen und Männern von Investoren sogar unterschiedliche Fragen bei den einschlägigen Pitch-Veranstaltungen gestellt werden: Gründer werden vor allem nach ihren Wachstumschancen gefragt,

Gründerinnen eher nach möglichen Risiken. Das hat Folgen für die Höhe des investierten Geldes: Wer vor allem über vermeintliche Verluste sprechen muss, erhält im Schnitt nur ein Siebtel des Kapitals (Kanze et al. 2017). Und tatsächlich: Betrachtet man allein das Jahr 2018, so sammelten ausschließlich von Frauen geführte Start-ups gerade einmal 2,88 Milliarden US-Dollar der insgesamt vergebenen 130 Milliarden US-Dollar ein – das entspricht gerade einmal 2,2 Prozent (vgl. Hinchliffe 2019). Das Jahrtausend der Frauen beginnt mit leichter Verspätung. Doch der Megatrend Gender Shift entfaltet zwar langsamer als erhofft, dafür jedoch nachhaltig seine Wirkung. So wird der Trend zu Womanomics auch dem FemTech-Sektor in den kommenden Jahren einen massiven Umsatzboost bescheren. Unter dem Trendbegriff Womanomics wird die weltweit wachsende Rolle von Frauen in der Wirtschaft zusammengefasst. Mutige Frauen treiben die Enttabuisierung des weiblichen Gesundheitsmarkts voran, indem sie ihre Ideen in konkrete Produkte und Services umsetzen – und nicht mehr darauf warten, bis es die traditionellen Healthcare-Player (endlich) tun.

„Das Thema Gesundheit wird für viele Menschen immer relevanter. Gerade bei Frauen liegt hier eine unglaubliche Erfahrungskompetenz. Schließlich haben sie Aufgaben wie Krankenpflege lange umsonst erledigt.“

Prof. Dr. Stephanie Birkner, Juniorprofessorin für Female Entrepreneurship an der Uni Oldenburg



FemTech – (meist) von Frauen für Frauen

Die Wirtschaft wird weiblicher und immer mehr Unternehmen setzen gleichwertig auf Arbeitskraft, Intelligenz und Führungskompetenzen von Frauen – und nehmen zudem ihre Wünsche als Kundinnen ernst. „Es gibt ein neues Bewusstsein für die Käufermacht von Frauen“, sagt etwa Prof. Dr. Stephanie Birkner, die an der Universität Oldenburg an Deutschlands einzigem Lehrstuhl für Female Entrepreneurship forscht und lehrt (Birkner 2018). Und die Analysten von Frost & Sullivan bringen das Thema auf den Punkt:

- 80 Prozent aller Konsumausgaben werden von Frauen getätigt.
- Berufstätige Frauen investieren knapp 30 Prozent mehr in Healthcare-Produkte und -Services als gleichaltrige Männer.
- Die Hälfte der globalen Healthcare-Konsumenten sind

weiblich, und sie kümmern sich meist hauptverantwortlich um die Kinder und die Pflege von Älteren.

- 80 Prozent aller Beschäftigten im Gesundheitswesen sind weiblich, allerdings haben weniger als 40 Prozent von ihnen eine leitende Position inne.
- Heute sind erst 4 Prozent aller Geschäftsführer und 21 Prozent der Vorstände in den laut Fortune-Liste weltweit 500 umsatzstärksten Unternehmen Frauen, wobei diese Zahlen in den nächsten Jahren deutlich steigen werden.

Die beiden Hauptargumente für die gigantischen Marktchancen für FemTech lauten allerdings:

- Zwei Drittel der weiblichen Internetnutzer suchen online auch nach Healthcare-Informationen.
- 75 Prozent der Frauen sind stärker an der Nutzung von Digitaltools im Healthcare-Bereich interessiert als Männer.

Alles in allem ergibt sich daraus ein prognostiziertes Marktpotenzial von 50 Milliarden US-Dollar Umsatz für FemTech bis 2025 (vgl. Frost & Sullivan 2018).



Foto: Elvie

Die Milchpumpe von Elvie wird ganz einfach im BH getragen, somit hat Frau die Hände für andere Dinge frei. Zudem ist das Gerät leise und kaum sichtbar – kann also auch unterwegs zum Einsatz kommen.

Die Pharmaindustrie erwacht

„Der FemTech-Markt ist vor allem deshalb so interessant, weil endlich das wahre Potenzial für gender-spezifische Gesundheitslösungen weltweit erkannt wird“, analysiert Shruthi Parakkal, Senior Research Analyst bei Frost & Sullivans Gesundheitssparte (Magistretti 2018). Ein weiterer Indikator für diese Entwicklung ist das neu erwachte Engagement der Pharmariesen. Merck etwa steckt in den kommenden Jahren ein Investment von 500 Millionen Dollar in die Initiative „Merck for Mothers“, die sich auf Medizin für schwangere Frauen und Neugeborene fokussiert. Und auch Novartis konzentriert sich auf gender-spezifische Arzneimittel und weitet hier vor allem die Zahl der klinischen Studien in den nächsten Jahren deutlich aus.

Bislang geht dieses Engagement am Bewusstsein der potenziellen Zielkundinnen allerdings vorbei: 70 Prozent der US-Amerikanerinnen geben in einer Umfrage der Marktforscher von AYTM zu Protokoll, dass die Produkte im weiblichen

Healthcare-Segment im Look and Feel sowie in der Tonalität der Ansprache ihren Bedürfnissen bislang noch nicht entsprechen; ein Drittel hat zudem die Erfahrung gemacht, dass technologische Lösungen an den weiblichen Wünschen vorbei entwickelt werden. Ein positives Gegenbeispiel bildet das britische Start-up Elvie von Tania Boler, das neben einem Beckenbodentrainer und zugehöriger App vor allem mit seiner lautlosen, hypermodernen Brustpumpe von sich reden macht (vgl. Magistretti 2019).

Fem High Tech mit High Touch-Plus

Die Elvie-Pumpe hat ein gutes Dutzend an Preisen gewinnen können, darunter den 2018er International Design Award. Den Geldgebern war das bislang rund 50 Millionen US-Dollar wert, die Umsätze wuchsen in den vergangenen Monaten dreistellig, was allerdings auch an den stattlichen Verkaufspreisen liegen dürfte: Während eine manuelle Milchpumpe mit circa 30 Euro zu Buche schlägt und eine elektrische

(etwa von Medela) knapp 200 Euro kostet, muss einem die nahezu lautlose und formschöne Elvie-Pumpe schon knapp 500 Euro wert sein. Dafür gibt es diese aber in drei verschiedenen Designs (entsprechend der eigenen Brustform) und in Kombination mit einer App, mit der sich die Milchmenge, der Zeitpunkt des Abpumpens und vieles mehr aufzeichnen lässt. Derzeit ist das smarte Gerät zum unauffälligen Pumpen übrigens ausverkauft, Interessentinnen können sich aber auf einer Warteliste für den nächsten Verkaufsstart vormerken lassen (elvie.com).

Let's talk about ...

Der Mut der Gründerinnen zeigt sich bei Elvie auch beim Marketing, das augenzwinkernd das Thema Stillen – ein Thema, über das in der Öffentlichkeit nur selten laut gesprochen wird – in den Mittelpunkt stellt. Das werbliche Engagement beinhaltet zum Beispiel einen Werbespot mit zwischen Kühen tanzenden und singenden Müttern und der Textzeile: „In case you had not noticed, these are not udders, they're my boobs. I've been milking all along, and you didn't even know.“ Zum Muttertag verteilte das Unternehmen zudem gigantische aufblasbare Brüste im Londoner Stadtgebiet. Unter dem Hashtag #FreetheFeed nahm man sich damit der Vorbehalte gegen das Stillen in der Öffentlichkeit an. Für die Zukunft ist geplant, FemTech-Produkte für alle Lebensphasen anzubieten – von der Menstruation über Schwangerschaft, Geburt und Stillzeit bis hin zur Menopause.

FemTech bietet somit nicht nur Lösungen für typisch weibliche Gesundheitsbedürfnisse, sondern ist ein Sprachrohr und eine Plattform, um diese einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen. Über Frauengesundheit muss in der Gesellschaft gesprochen werden, FemTech trägt einen wichtigen Beitrag dazu bei. Bisher sind es vor allem junge Entrepreneurinnen und nicht die großen Konzerne der Gesundheitsbranche, die diesen Wandel unausweichlich vorantreiben.

Sexual Wellness

BEST PRACTICE: FERLY, OMGYES

Ferly ist ein britisches Start-up, das 2018 mit dem Ziel gegründet wurde, die Konversationen rund um den Sex zu normalisieren und die Bedeutung weiblicher Lust für das individuelle Wohlbefinden und die Gesundheit zu fördern. Ferly erkundet damit einen gänzlich neuen Bereich, der nach #metoo großes Interesse geweckt hat. Der Slogan hinter dieser App: „Your audio guide to feeling confident, healthy and sexually empowered“. Einen ganz ähnlichen Ansatz verfolgt man auch bei OMGYes, allerdings handelt es sich hierbei nicht um eine App, sondern um eine Website mit bezahlten Inhalten. Im Mittelpunkt steht aber auch hier das Wissen und der Austausch über die weibliche Sexualität. Wem diese Insights 45 Euro wert sind, der kann sich in der ersten Staffel über 62 Kurzvideos sowie elf Touch-Simulationen freuen. An der zweiten Staffel wird bereits gearbeitet, Zielgruppe des Ganzen sind Frauen, Männer und Paare, die sich für die Lust der Frauen interessieren und dazu die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse erfahren wollen.

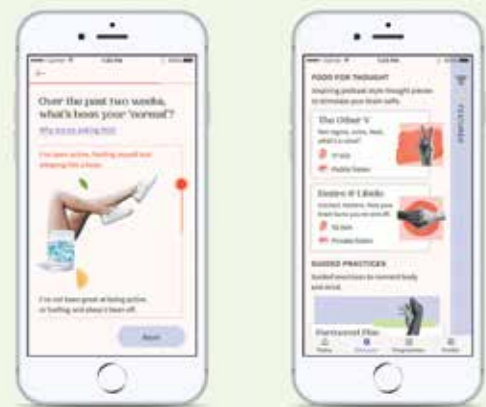


Foto: Ferly

weareferly.com, omgyes.com

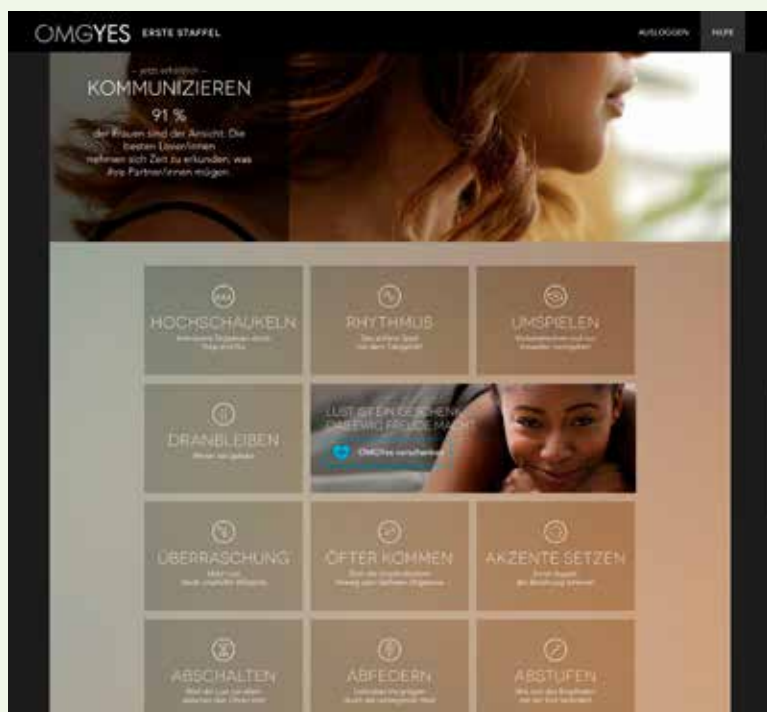


Foto: OMGYes.com

Menstruations-Diagnose

BEST PRACTICE: QURASENSE

Das amerikanische Start-up Qura-sense hat mit seinem Q-pad eine smarte Slipeinlage entwickelt, die zu Diagnosezwecken eingesetzt werden kann. Der eingearbeitete intelligente Teststreifen in der Mitte der Einlage erfüllt mehrere Funktionen auf einmal: Die darüber gesammelten Informationen lassen sich speichern und in einer App zusammenführen; neben Zyklusdaten können weitere gesundheitliche Parameter der Frau hinterlegt werden. Außerdem kann der Teststreifen an ein Vertragslabor geschickt werden, das dann das Monatsblut auf eine vorhandene Krankheit untersucht. Qurasense arbeitet mit der Stanford University School of Medicine zusammen, um künftig auch Marker auf HPV (humane Papillomviren), Zervixkarzinome sowie den individuellen Status von Hormonen, Vitaminen und Mineralstoffen bestimmen zu können.

qurasense.com

Intelligenter Tampon

BEST PRACTICE: NEXTGEN JANE

Eine Blutuntersuchung ging bislang immer mit einem invasiven Verfahren einher – unnötig, befanden nun die Gründer von NextGen Jane, schließlich verlieren Frauen Monat für Monat Blut bei ihrer Menstruation, das nun für diagnostische Zwecke genutzt werden soll. Das Start-up hat einen smarten Tampon entwickelt, der nach einer Tragezeit von rund zwei Stunden zuhause in ein Test-Kit gelegt wird und so Auskunft über allernächst gesundheitliche Probleme oder Dispositionen für selbige geben soll. Die ersten Tests zur Diagnostizierung von Endometriose verliefen vielversprechend, in den nächsten Jahren soll NextGen Jane auch zur Diagnose von Gebärmutterhalskrebs und anderen Erkrankungen eingesetzt werden können. Den Investoren auf den internationalen Finanzmärkten war das Geschäftsmodell bislang 11,3 Millionen US-Dollar wert.

nextgenjane.com

FAZIT

- FemTech bildet die Verbindung aus Technologie und ästhetisch ansprechenden sowie smarten Gesundheitslösungen für Frauen.
- FemTech vereinigt dabei High Tech und High Touch: Apps, smarte Produkte und schlaue Online-Services in den Bereichen Schwangerschaft und Babys, Beckenboden und Uterus, Reproduktion und Verhütung sowie ganz generell Frauengesundheit, -Wellness und -Sexualität.
- Hinter diesem Trend verbirgt sich ein Markt mit gigantischen Potenzialen für die Zukunft – Frauen interessieren sich für, informieren sich über und investieren in die Gesundheit von Körper, Geist und Seele; bereits in der Vergangenheit stärker als Männer und in Zukunft mit noch mehr Wirtschaftskraft.

- Internationale Investmentfirmen werden in den nächsten Jahren noch tiefer in dieses Geschäftsfeld einsteigen und der Branche somit neue Impulse geben.
- Mutige und tatkräftige Start-up-Gründerinnen und -Gründer befreien die Frauengesundheit im Ergebnis aus ihrer Nischenposition, in der sie nie hätte landen dürfen.
- FemTech treibt die Enttabuisierung von typisch weiblichen Gesundheitsproblemen voran, stellt die Bedürfnisse und Wünsche der Frauen in den Mittelpunkt und trägt zu einer neuen Gender-Gerechtigkeit bei.

Literaturverzeichnis

- 7 Jahre länger (2016): Senioren sind so aktiv wie noch nie. In: 7jahrelaenger.de
- ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V. (2019): Die Apotheke. Zahlen – Daten – Fakten 2019. Berlin
- Antão, Esther-Maria/Wagner-Ahlfs, Christian (2018): Antibiotikaresistenz. Eine gesellschaftliche Herausforderung. In: Bundesgesundheitsblatt 2018(61), S.499–506. doi.org/10.1007/s00103-018-2726-y
- Asklepios (2015): Patientensicherheit – worauf es Patienten ankommt. Hamburg
- Bartens, Werner (2016): Wie Japan Smartphones keimfrei bekommen will. In: sueddeutsche.de, 27.12.2016
- Bartens, Werner (2018): Älter werden und siegen lernen. In: Süddeutsche Zeitung, 22.1.2018
- Bartens, Werner (2019): Ausschlafen? Lieber nicht. In: Süddeutsche Zeitung, 2.3.2019
- BASPO – Bundesamt für Sport (2009) (Hg.): Gesundheitswirksame Bewegung. Grundlagendokument. In: hepa.ch
- Bäuerle, Anne (2018): 33.000 Tote pro Jahr durch resistente Keime. In: aerztezeitung.de, 6.11.2018
- Best in Biz Awards (2017): 2017 winners: Company categories. In: bestinbizawards.com
- Birkner, Stephanie (2018): Tampons in Digital. In: Brigitte 10/2018
- Bitkom (2019): E-Health sichert die medizinische Versorgung der Zukunft. In: bitkom.org, Pressemitteilung vom 8.5.2019
- BMW (2018): Sportwirtschaft. Fakten & Zahlen, Ausgabe 2018. Berlin
- Brigham and Women's Hospital (2019): Inactive Ingredients in Pills and Capsules May Cause Allergic, Adverse Reactions. In: brighamandwomens.org, Pressemitteilung vom 12.3.2019
- Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie (2018): Pharma-Daten 2018. Berlin
- Busse, Caspar (2018): Wenn Bakterien zertrümmert werden. In: sueddeutsche.de, 5.6.2018
- BVA – Bundesversicherungsamt (2016): Tätigkeitsbericht 2015. Bonn
- BVDW (2018): Digitale Nutzung in Deutschland 2018. Abbildung der aktuellen digitalen Mediennutzung in Deutschland und Darstellung möglicher Trends, sowie Analyse des grundsätzlichen Verständnisses von Digitalisierung. München
- BVS Handelsverband Spielwaren (2018): Deutsche beim Nachwuchs spendabel. Handel mit Kinderausstattung profitiert vom Babyboom. In: bvspielwaren.de, 6.9.2018
- Byberg, Liisa/Melhus, Håkan/Gedeborg, Rolf et al. (2009): Total mortality after changes in leisure time physical activity in 50 year old men: 35 year follow-up of population based cohort. In: BMJ 2009;338:b688, doi.org/10.1136/bmj.b688
- Cappuccio, Francesco P./Miller, Michelle A./Lockley, Steven W./Rajaratnam, Shantha M. W. (2018): Sleep, Health, and Society. From Aetiology to Public Health. Oxford
- Cassini, Alessandro/Diaz Högberg, Liselotte/Plachouras, Diamantis et al. (2019): Attributable deaths and disability-adjusted life-years caused by infections with antibiotic-resistant bacteria in the EU and the European Economic Area in 2015: a population-level modelling analysis. In: Lancet Infectious Diseases, 19(1), S. 56–66. doi.org/10.1016/S1473-3099(18)30605-4
- CB Insights (2017): The Femtech Market Map: 45+ Startups focused on women's healthcare & sexual wellness. In: cbinsights.com, 26.1.2017
- Clark, Kate (2019a): It's a new era for fertility tech. In: techcrunch.com, 28.2.2019
- Clark, Kate (2019b): Femtech's billion-dollar year. In: techcrunch.com, 3.4.2019
- Clark, Kate (2019c): Wellness startup Hims enters the unicorn club with \$100M. In: techcrunch.com, 29.1.2019

- Codinha, Cotton (2019): What Is Femtech, and Is It the New Pink Tax? In: *allure.com*, 22.4.2019
- Cohen, Ronnie (2014): Even dentists differ on the best tooth-brushing method. In: *reuters.com*, 15.8.2014
- Deinzer, Renate/Schmidt, René/Harnacke, Daniela et al. (2017): Finding an upper limit of what might be achievable by patients: oral cleanliness in dental professionals after self-performed manual oral hygiene. In: *Clinical Oral Investigations*. 22(2), S. 839–846
- Department of Health/Ipsos MRBI (2018): Healthy Ireland Survey 2018. Dublin
- Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V. (2019): Jahrbuch Sucht 2019. Hamm
- Deutsches Ärzteblatt/rme (2018): Warum das US-Gesundheitssystem so teuer ist. In: *aerzteblatt.de*, 15.3.2018
- DHU – Deutsche Homöopathie Union (2018): Studie zur Einstellung der Deutschen zu medizinischen Therapieformen und Arzneimitteln. München
- DiNubile, Nicholas (o.J.): What is Boomeritis? In: *drnick.com*
- dpa (2017a): Händedesinfektion lässt Kassen klingeln. In: *apotheke-adhoc.de*, 17.8.2017
- dpa (2017b): Einzigartige Langzeit-Studie: Zehn Jahre jünger durch Sport. In: *sueddeutsche.de*, 13.9.2019
- dpa (2018): 33.000 Tote durch multiresistente Keime jährlich in Europa. In: *focus.de*, 6.11.18
- DSSV e.V./Deloitte/DHfPG (2019): Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2019
- Duvinage, Belinda (2019): Das aufgeweckte Geschäft mit dem Schlaf. In: *wuv.de*, 7.1.2019
- Elkins, Lucy (2010): Who REALLY needs more sleep – men or women? One of Britain's leading sleep experts says he has the answer. In: *dailymail.co.uk*, 26.1.2010
- Esche, Benjamin (2018): „DKV-Report 2018: Die Deutschen leben ungesünder.“ Interview mit Ingo Froböse. In: *www.ergo.com*, 2.8.2018
- European CEO (2018): Ida Tin leads the femtech revolution with health app Clue. In: *europanceo.com*, 26.7.2018
- Fietze, Ingo (2018): Schlechter Schlaf ist eine Krankheit. Podcast: Zeit Online Arbeit. Frisch an die Arbeit. 18.9.2018
- Ford, Anna (2019): How 'Dry January' is the secret to better sleep, saving money and losing weight. In: *sussex.ac.uk*, 2.1.2019
- Froböse, Ingo/Biallas, Bianca/Wallmann-Sperlich, Birgit (2018): Der DKV-Report 2018. Wie gesund lebt Deutschland? Düsseldorf
- Frost & Sullivan (2018): Femtech – Digital Revolution in the Women's Health Market. In: *ww2.frost.com*
- Genexa (2016): Interview with David Johnson, Genexa CEO & Co-Founder. In: *genexa.com*, 19.12.2016
- Gibson, Caitlin (2019): Mothers are drinking more than ever. But the sober-curious movement challenges "wine-mom" culture. In: *washingtonpost.com*, 7.7.2019
- GIK (2018): Best for Planning Analysetool
- GKV-Spitzenverband (Hg.) (2018): Leitfaden Prävention. Handlungsfelder und Kriterien nach § 20 Abs. 2 SGB V (2018). Berlin
- Grand View Research (2018): Personalized Retail Nutrition and Wellness Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Dietary Supplements & Nutraceuticals, Functional Foods), And Segment Forecasts, 2018 – 2025. In: *grandviewresearch.com*
- Green, Penelope (2017): Sleep Is the New Status Symbol. In: *nytimes.com*, 8.4.2017
- Hafner, Marco/Stepanek, Martin/Taylor, Jirka et al. (2017): Why Sleep Matters – The Economic Costs of Insufficient Sleep. A Cross-Country Comparative Analysis. In: *Rand Health Quarterly*. 6(4), S. 11
- Hamprecht, Axel/Rohde, Anna M./Behnke, Michael et al. (2016): Colonization with third-generation cephalosporin-resistant Enterobacteriaceae on hospital admission: prevalence and risk factors, *Journal of*

- Antimicrobial Chemotherapy, 71(10), October 2016, S. 2.957–2.963, doi.org/10.1093/jac/dkw216
- Heeg, Thiemo (2018): Der Roboter in meinem Bett. In: faz.net, 2.9.2018
- Hinchliffe, Emma (2019): Funding For Female Founders Stalled at 2.2% of VC Dollars in 2018. In: fortune.com, 28.1.2019
- Holland, Julie (2017): Moody Bitches. Die Wahrheit über die Pillen, die wir nehmen, den Schlaf, der uns fehlt, den Sex, den wir vermissen, und was uns wirklich verrückt macht. München
- IARC Monographs Vol 124 group (2019): Carcinogenicity of night shift work. In: The Lancet, 20(8), S. 1.058–1.059. doi.org/10.1016/S1470–2045(19)30455–3
- IFT-Nord und DAK-Gesundheit (2018): Präventionsradar. Kinder- und Jugendgesundheit in Schulen. Erhebung Schuljahr 17/18. In: dak.de
- InnoFact AG/Fitness First (2017): Der große Fitness First Motivationscheck. In: fitnessfirst.de, Pressemitteilung vom 15.11.2017
- IWSR (2019): As ‘Dry January’ Increasingly Extends Year-Round, Opportunities Broaden. In: theiwsr.com, Pressemitteilung vom 7.2.2019
- Kaiser Permanente Division of Research (2008): One In Three Women Has Pelvic Floor Disorder. In: ScienceDaily, 5.3.2008
- Kanze, Dana/Huang, Laura/Conley, Mark A./Higgins, E. Tory (2017): Male and female entrepreneurs get asked different questions by VCs – and it affects how much funding they get. In: hbr.org, 27.6.2017
- Klein, Elli Y./Van Boeckel, Thomas P./Martinez, Elena M. et al. (2018): Global increase and geographic convergence in antibiotic consumption between 2000 and 2015. In: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 115(15). doi.org/10.1073/pnas.1717295115
- Korte, Christine (2018): Fem-Tech revolutioniert den Umgang mit der eigenen Weiblichkeit. In: harpersbazaar.de, 16.7.2018
- Kressig, Reto W. (2012): Lebensqualität im Alter – Muskelmasse und Muskelkraft im Fokus. In: Schweizer Zeitschrift für Ernährungsmedizin. 2/2012, S. 25
- Kutsche, Katharina (2019): Endlich besser schlafen. In: sueddeutsche.de, 5.8.2019
- Langen, U. /Schmitz, R./Steppuhn, H. (2013): Häufigkeit allergischer Erkrankungen in Deutschland. In: Bundesgesundheitsblatt 2013(56), S. 698–706. doi.org/10.1007/s00103–012–1652–7
- L Brands (2019): L Brands reports fourth quarter and full-year 2018 earnings. In: lb.com, Pressemitteilung vom 27.2.2019
- Levy, Andrea G./Scherer, Aaron M./Zikmund-Fischer, Brian J. et al. (2018): Prevalence of and Factors Associated with Patient Nondisclosure of Medically Relevant Information to Clinicians. In: JAMA Network Open. 1(7)/2018, S. 1. doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2018.5293
- Liu, James H. (2017): Endometriose. In: msdmanuals.com, Januar 2017
- Loritz, Mary (2019): London-based women’s health startup Elvie raises € 37.5 million in the largest femtech round to date. In: eu-startups.com, 2.4.2019
- Lovett, Laura (2019) Ro lands \$88M, expands services beyond erectile dysfunction to smoking cessation. In: mobihealthnews.com, 24.9.2018
- Magistretti, Bérénice (2018): Frost & Sullivan: Femtech could become a \$50 billion market by 2025. In: venturebeat.com, 8.3.2018
- Magistretti, Bérénice (2019): FemBeat: Elvie Raises \$42 Million For Its Smart Kegel Tracker And Silent Breast Pump. In: forbes.com, 2.4.2019
- Mandal, Ananya (2019): Most pills contain common allergens, warn experts. In: news-medical.net, 20.3.2019
- Marketdata (2018): U.S. Fertility Clinics & Infertility Services: An Industry Analysis. In: marketresearch.com, November 2018
- Martin, J.A./Hamilton, B.E./Osterman, M.J.K. et al. (2018): Births: Final data for 2017. National Vital Statistics Reports. 67(8). Hyattsville
- Matei, Adrienne (2019): The rise of the sober curious: having it all, without alcohol. In: theguardian.com, 1.7.2019

- Max-Planck-Gesellschaft (2015): Touchless – statt Touchscreen. In: mpg.de, 24.9.2015
- Meads, Manson/Harris, H. William/Finland, Maxwell (1945): The Treatment of Bacterial Endocarditis with Penicillin – Experiences at the Boston City Hospital during 1944. In: The New England Journal of Medicine. 232, S. 463–474
- Mehta, Gautam/Macdonald, Stewart/Cronberg, Alexandra et al. (2018): Short-term abstinence from alcohol and changes in cardiovascular risk factors, liver function tests and cancer-related growth factors: a prospective observational study. In: BMJ Open 2018(8). doi.org/10.1136/bmjopen-2017-020673
- Meisinger, Dominik (2019): Top 30 KI-Start-ups aus der DACH-Region. In: forbesdach.com, 24.4.2019
- Meyersohn, Nathaniel (2019): Casper's new strategy: Move beyond mattresses. In: edition.cnn.com, 28.3.2019
- Michler, Inga (2016): Deutschlands Start-ups fehlen die Frauen. In: welt.de, 20.3.2016
- Montgomery, Frank Ulrich/Parsa-Parsi, Ramin Walter/Wiesing, Urban (2018): Das Genfer Gelöbnis des Weltärztebunds. Revidiert unter Leitung der Bundesärztekammer. In: Ethik in der Medizin. 1/2018. S. 67–69
- Morita, Takesho (2019): Growing number of car-sharing users don't rent cars for driving. In: asahi.com, 4.7.2019
- Moser, Maximilian (2019): Besser schlafen im Zirbenbett. Podcast Deutschlandfunk Kultur vom 16.5.2019
- Mountainside (2019): Sober Curious: The Trend That is Here to Stay. In: mountainside.com, 3.7.2019
- Müller-Peters, Horst/Wagner, Fred (2017): Geschäft oder Gewissen? Vom Auszug der Versicherung aus der Solidargemeinschaft. Goslar
- Murphy-Witt, Monika/Bändel, Miriam (2017): Schlaf endlich! In: Emotion, 7/2017, S. 38–42
- Naomi (2019): Naomi Campbell's Airport Routine | Come Fly With Me. In: youtube.com, 11.7.2019
- Needleman, Ian /Ashley, Paul/Petrie, Aviva et al. (2013): Oral health and impact on performance of athletes participating in the London 2012 Olympic Games: a cross-sectional study. In: British Journal of Sports Medicine. 47(16), S. 1054–58
- NHLBI – National Heart, Lung and Blood Institute (2019): Study: Weekend “catch-up” sleep linked to weight gain. In: nhlbi.nih.gov, 23.2.2019
- Olsen, Dana (2019): This year is setting records for femtech funding. In: pitchbook.com, 31.10.2018
- Orth, Boris/Merkel, Christina (2019): Der Alkoholkonsum Jugendlicher und junger Erwachsener in Deutschland. Ergebnisse des Alkoholsurveys 2018 und Trends. BZgA-Forschungsbericht. Köln. doi.org/10.17623/BZGA:225-ALKSY18-ALK-DE-1.0
- P&S Market Research (2018): Sleeping Aids Market Overview. In: psmarketresearch.com, 28.5.2018
- Pennington, Bill (2006): Baby Boomers Stay Active, and So Do Their Doctors. In: nytimes.com, 16.4.2006
- Phillips, Andrew J. K./Vidafar, Parisa/Burns, Angus C. et al. (2019): High sensitivity and interindividual variability in the response of the human circadian system to evening light. In: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. 116(24), S. 12.019–12.024, doi.org/10.1073/pnas.1901824116
- PKV (2019): Verdopplung in drei Jahren: Betriebliche Krankenversicherung wächst rasant. In: pkv.de, Pressemitteilung vom 13.6.2019
- Plag, Celina (2018): Augen zu und durch. In: Frankfurter Allgemeine Magazin. Schönheit Spezial April 2018, S.32–34
- Prescott, Susan L./Pawankar, Ruby/Allen, Katrina J. et al. (2013): A global survey of changing patterns of food allergy burden in children. In: The World Allergy Organization journal, 6(1), 21, doi.org/10.1186/1939-4551-6-21
- Procter & Gamble (2019): Oral-B GENIUS X mit Künstlicher Intelligenz – das revolutionäre Zahnpflegesystem von Oral-B. In: pgnewsroom.de, Pressemitteilung vom 18.7.2019
- Pschak, Evelyn (2019): In dieser Bar gibt es keinen Tropfen Alkohol. In: sueddeutsche.de, 31.7.2019
- Raphael, Rina (2019): Are “clean meds” the next big wellness frontier? In: fastcompany.com, 4.5.2019

- Regel, Nadine (2019): Wenn der Zyklus zur Hölle wird. In: sueddeutsche.de, 5.6.2019
- Regitz-Zagrosek, Vera: Frauen sind zäher als Männer. Interview. In: Podcast Deutschlandfunk Kultur, 11.9.2019
- Reker, Daniel/Blum, Steven M./Steiger, Christoph et al. (2019): "Inactive" ingredients in oral medications. In: Science Translational Medicine, 11(483). doi. org/10.1126/scitranslmed.aau6753
- Ruchalla, Elke (2013): Pharmakotherapie – Compliance abhängig von Farbe und Form der Tabletten? In: Pneumologie, 67(08), S. 432. doi. org/10.1055/s-0033-1353780
- Salden, Simone (2018): 'The Most Successful Teams Are Diverse Teams.' In: spiegel.de, 4.1.2019
- Scheer, Olga (2019): Diese Schweizerin ist Herrin über den Kinderwunsch. In: nzz.ch, 3.6.2019
- Schlingensiepen, Ilse (2019): Generali lässt von strittigem PKV-Modell ab. In: aerztezeitung.de, 5.9.2019
- Schwenkhagen, Anneliese/Schaudig, Katrin (2013): Hormonsprechstunde: Libidoverlust in den Wechseljahren. In: Frauenarzt, 10/2013, S. 986–989
- seca (2019): fibo 2019 – Medizinische BIA von seca setzt neue Maßstäbe im Medical Fitness Sektor. In: seca.com, Pressemitteilung vom 16.5.2019
- Seiser, Michaela (2019): Schneller gesund dank Künstlicher Intelligenz. In: faz.net, 11.9.2019
- Splendid Research GmbH (2018): Warum treiben die Deutschen Sport und welche Motive halten sie davon ab? In: splendid-research.com, 11.9.2019
- Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2018): Tabellen, Beschäftigte nach Berufen (KldB 2010) (Quartalszahlen). Nürnberg
- Statistisches Bundesamt (2019): Daten zum durchschnittlichen Alter der Mutter bei Geburt nach der Geburtenfolge für 1. Kind, 2. Kind, 3. Kind und insgesamt 2018. In: destatis.de, 3.9.2019
- Stiftung für Zukunftsfragen (2019): Freizeit-Monitor 2019. Befragung durch die Gesellschaft für Konsumforschung. In: freizeitmonitor.de
- Storm, Andreas (Hg.) (2017): Gesundheitsreport 2017. Analyse der Arbeitsunfähigkeitsdaten. Update: Schlafstörungen. Beiträge zur Gesundheitsökonomie und Versorgungsforschung (Band 16). Hamburg
- Stuff, Britta/Sußebach, Henning (2019): „Ich verschiebe den Zeitpunkt, aber nicht das Ereignis als solches.“ Interview mit Michael Hallek. In: Zeitmagazin 22/2019
- Tomasi, David/Gates, Sheri/Reyns, Emily (2019): Positive Patient Response to a Structured Exercise Program Delivered. In: Inpatient Psychiatry. Global Advances in Health and Medicine. doi. org/10.1177/2164956119848657
- Tönnemann, Jens (2016): Regel messen, Regeln brechen. In: zeit.de, 15.12.2016
- Trafton, Anne (2019): "Inactive" ingredients may not be, study finds. In: news.mit.edu, 13.3.2019
- University of Vermont (2019): Exercise: Psych patients' new natural prescription. In: sciencedaily.com, 21.5.2019
- Verbraucherzentrale NRW (2015): Bonusprogramme der gesetzlichen Krankenkassen. Anreiz für gesundheitsbewusstes Verhalten oder Prämienzahlung für Gesunde? Düsseldorf
- Wachter, Denise/Snieguole (2019): Nüchtern ist das neue Cool. In: stern.de, 6.6.2019
- Wainwright, John/Sheiham, Aubrey (2014): An analysis of methods of toothbrushing recommended by dental associations, toothpaste and toothbrush companies and in dental texts. In: British Dental Journal. 217(3)
- Walch, Olivia J./Cochran, Amy/Forger, Daniel B. (2016): A global quantification of "normal" sleep schedules using smartphone data. In: Science Advances. 2(5). doi.org/10.1126/sciadv.1501705
- Warrington, Ruby (2018): Sober Curious. The Blissful Sleep, Greater Focus, Limitless Presence, and Deep Connection Awaiting Us All on the Other Side of Alcohol. New York
- Weeß, Dr. Hans-Günter (2018): Schlaf wirkt Wunder. München
- Wengler, Annelene/Nimptsch, Ulrike/Mansky, Thomas (2014): Hip and Knee Replacement in Germany and the USA. Analysis of Individual Inpatient Data from German and US Hospitals for the Years 2005 to 2011. In: Deutsches Ärzteblatt International

- 2014, 111(23–24), S. 407–416, doi.org/10.3238/arztebl.2014.0407
- Werner, Christian M./Hecksteden, Anne/Morsch, Arne et al. (2019): Differential effects of endurance, interval, and resistance training on telomerase activity and telomere length in a randomized, controlled study. In: *European Heart Journal* 14(1). S. 34–46. doi.org/10.1093/eurheartj/ehy585
- WHO (2017): Global Priority List of Antibiotic-Resistant Bacteria to Guide Research, Discovery, and Development of New Antibiotics. In: who.int
- WHO (2018): Ireland. Alcohol Consumption: Levels and Patterns. In: euro.who.int
- Wild, Conor J./Nichols, Emily S./Battista, Michael E. et al. (2018): Dissociable effects of self-reported daily sleep duration on high-level cognitive abilities. In: *Sleep*. 41(12), doi.org/10.1093/sleep/zsy182
- Wippermann, Peter/Krüger, Jens (2018): Werte Index 2018. dfv-fachbuch. Frankfurt am Main
- Wiseman, Richard (2018): Was unsere Träume bedeuten – und wie wir sie steuern können. In: *Cord* Nr. 4, online unter stern.de, 24.5.2018
- Woll, Alexander/Bös, Klaus (2015): Gesundheit zum Mitmachen. Herausgegeben vom Institut für Sport und Sportwissenschaft des KIT. Bad Schorndorf. In: gesundheits-zum-mitmachen.de
- Yousefi, Hanie/Ali, M. Monsur/Su, Hsuan-Ming et al. (2018): Sentinel Wraps: Real-Time Monitoring of Food Contamination by Printing DNAzyme Probes on Food Packaging. In: *ACS Nano* 2018 12(4), S.3.287–3.294, doi.org/10.1021/acsnano.7b08010
- Zukunftsinstitut (Hg.) (2016): Health Trends. Gesundes Leben in der Zukunft. Frankfurt am Main

Über das Zukunftsinstitut

Das Zukunftsinstitut wurde 1998 gegründet und hat die Trend- und Zukunftsforschung von Anfang an maßgeblich geprägt. Heute gilt das Unternehmen als international führender Ansprechpartner bei Fragen zur Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft.

UNSER AUFTRAG

Wir treten mit dem Auftrag an, den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel in seinen Mustern zu erkennen und zu beschreiben. Unsere Analysen und Erkenntnisse teilen wir in unseren Publikationen, Vorträgen und Events. Strategische Entscheider begleiten wir mit unseren Beratungsformaten.

UNSER ZIEL

Ziel unserer Arbeit ist es, die Orientierung und Business-Intelligenz unserer Kunden zu schärfen. Das schafft Raum für neue, zukunftsweisende Strategien, wirtschaftliche Transformation und Innovation. Wir verstehen uns als Sparringspartner, der einen differenzierten Blick auf Zukunftsfragen mitbringt, um neues Denken zu ermöglichen.

UNSERE GRUNDSÄTZE

Als Netzwerk aus Experten und Forschern unterschiedlicher Disziplinen arbeiten wir mit fundierten Methoden und verfügen über umfassende strategische Insights. Bei all dem liegt uns besonders am Herzen: Wir sind kritische Zukunftsoptimisten und überzeugt, dass die Zukunft ein Gestaltungsraum ist – unsere Chance.

UNSER PRODUKTPORTFOLIO

Beratung

- Future Room – der strategische Beratungsansatz des Zukunftsinstituts
- Trend- & Innovationsberatung – Inhalte, Tools und Methoden für die besten Entwicklungsprozesse

Publikationen

- Trendstudien, Branchen-Reports, Praxis-guides, Workbooks, Lebensstile- und Megatrend-Dokumentation
- Individuelle Auftragsstudien, Trend-Dossiers, Trend-Guides

Expert Publishing

- Maßgeschneiderte Publikationen mit größtmöglicher Wirksamkeit – für Unternehmer und Unternehmen

Events, Trainings und Vorträge

- Future Day – Zukunftskongresse für Entscheider, Trainings, Managed Events, Redner

Mitgliedschaft

- Future Circle – ganz vorn sein mit exklusivem Zugang zu allen Publikationen, multimedialen und interaktiven Inhalten, spezifischem Know-how und einzigartigen Veranstaltungen

zukunftsinstitut.de/unser-angebot

