

Gesund & glücklich

Selbstoptimierung 2.0: Im Fokus stehen ganzheitliche und nachhaltige Konzepte. Der Healthstyle, ein gesunder Lifestyle, ist für viele Menschen die Grundlage ihres Lebens. So gehen Sie auch im Institut auf diesen Trend ein.



Nach Selbstoptimierung kommt auch schon die Selbstoptimierung 2.0. Darunter verstehen wir eine Erweiterung der ursprünglichen Idee. Während es zu Beginn vor allem um „höher-schneller-weiter“ ging und der gesamte Trend sehr stark auf dem Thema Sport basierte, erleben wir heute eine neue Ära eines ganzheitlichen und nachhaltigen Selbstoptimierens. Dieses erreicht immer Branchenn und schließt auch „langsamer-weniger-schöner“ ein.

Wir erleben derzeit, dass es für immer mehr Menschen nicht nur bei einem Bereich der Selbstoptimierung bleibt – viele kümmern sich nicht nur um ihren Sport, sondern auch um ihre Ernährung, die Optimierung ihres Schlafes oder ein Plus an Entspannung. Außerdem werden von diesem Trend auch Menschen gepackt, die bislang mit Healthstyle, also einem gesunden Lifestyle, nur wenig anfangen konnten. Sie suchen sich aus dem breiten Angebot der Selbstoptimierungsmöglichkeiten eben das raus, was ihnen am meisten entgegenkommt.

Deshalb hat Selbstoptimierung sehr viel mit der Kosmetikbranche zu tun – sogar auf zwei Ebenen. Zum einen werden wir in Zukunft erleben, dass die dekorative Kosmetik und die dazu passenden Behandlungen immer bedeutsamer werden. Und auch wird Körperstyling immer professioneller betrieben werden.

Natürlichkeit und Wirksamkeit

Zum anderen gehören Kosmetika für Viele zu ihrem ganz persönlichen Wohlfühlprogramm. Sie selbstoptimieren sich, weil sie sich dabei wunderbar mit sich selbst beschäftigen und entspannen können. Auch für dieses Bedürfnis benötigen wir in den nächsten Jahren neue Kosmetik-Produkte und vor allem Services, die Kunden mit Zeitnot entgegenkommen.

Wenn man diesen Trend also im Kosmetikinstitut nutzen möchte, um Kunden zu

gewinnen bzw. erfolgreicher zu werden, sollte man die Bedürfnisse des Einzelnen sehr ernst nehmen. Dazu muss man sich zunächst folgende Fragen stellen: Welches Motiv steht vorne an? Möchte er oder sie schöner werden? Jünger aussehen? Möchte er oder sie eine Auszeit aus seinem/ihrer Alltag? Dementsprechend müssen das Angebot aber auch die Gestaltung des Instituts sowie die Kommunikation überarbeitet werden. Jeder Inhaber muss für sich ausloten, welche Alleinstellungsmerkmale er anbieten kann, weil sie zu seinen bisherigen Kunden, seinen künftigen Zielkunden – vor allem aber zu dem passen, wofür sie persönlich brennen. Man muss wissen, was sie interessiert und fasziniert, wie sie Healthstyle definieren und leben wollen. Genau das sollte dann so umfassend, professionell und angenehm wie möglich umgesetzt werden. Denn die Zahl der Mitbewerber auf den Märkten wird in den nächsten Jahren sicherlich nicht kleiner. Jedoch eint alle Kunden – heute und in Zukunft – die Hoffnung auf besonders wirksame und zugleich schonende, angenehme Anwendungen. Mit Hochdruck arbeitet die Branche an der Entwicklung neuer Umsetzungs-Innovationen – sei es auf dem Feld der Medizin-nahen oder aber besonders natürlichen Wirkstoffen.

Die Zukunft gehört dem Super-Natürlichen: Natürlichkeit und Wirksamkeit schließen sich nicht mehr aus. Natur bedeutet nicht mehr unbehandelt und ökologisch, sondern – im Gegenteil – wirksam und grün. Eben supernatural.

Blick in die Zukunft

Selbstoptimierung ist eine Weiterentwicklung der bekannten Idee von Individualität. Im Gegensatz zu früher ist damit aber kein Ego-Trip gemeint. Im Gegenteil: Die Menschen betreiben die Selbstoptimierung in den nächsten Jahren auch deshalb, um mit ihrem so gewonnen Wohlfühlkraft für die Bedürfnisse anderer zu gewinnen. Denn: Nur wer sich um sich selbst kümmert und mit sich selbst, seinem Körper, Geist und seiner Seele in Einklang ist, kann sich auch für andere einsetzen.

Achtsamkeit und Nachhaltigkeit sind die Trendbegriffe, die den Beginn dieses neuen Selbstoptimierung 2.0 Zeitalters einläuten. Es geht nicht mehr um das absolut erreichbare Maximum sondern vielmehr um das persönliche Optimum – und das kann im Zweifel auch bedeuten, einfach mal gar nichts zu tun ...



Autorin

CORINNA MÜHLHAUSEN arbeitet seit fast 20 Jahren selbstständig als Trend- und Zukunftsforscherin und Journalistin. Ihr Spezialgebiet als Trendcoach ist der Gesundheitsmarkt, dem sie sich mit umfangreichen Studien und Analysen für unterschiedliche Auftraggeber widmet.

KONTAKT

c.muehlhausen@trendcoach.de

Natürlichkeit und Wirksamkeit schließen sich nicht aus