

ZUKUNFTSMUSIK. Gesundheit wird heute zunehmend holistischer und nachhaltiger betrachtet, die Einheit von Körper, Geist, Seele (und Umwelt!) hat für uns hohe Priorität. Im Mittelpunkt stehen dabei Prävention und Selbstfürsorge – das zeigt der aktuelle *Health Report* des *Zukunftsinstituts* für die kommenden Monate. Wir haben nachgefragt: Welche Trends kommen 2023? Ein Überblick.

TEXT *Susanne Lehrner*

TREND- SCHAU 2023

1. Hedonic Healthstyle

Genussreiche Selbstfürsorge – klingt gut? Ist es auch. Gesundheit soll künftig (noch mehr) Lust und Spaß bringen und nicht nur das Gegenteil von Krankheit sein. Wir wollen auch hier aus dem Vollen schöpfen. Durch die aktuellen Stapelkrisen – eine Krise folgt auf die nächste – fehlt vielen Menschen die Sicherheit, die sie vor der Pandemiezeit noch spürten. Durch Lockdowns und Co war man vielleicht das erste Mal richtig auf sich allein gestellt; das hinterlässt natürlich Spuren. Die Bereitschaft, sich selbst um die eigene Gesundheit zu kümmern, ist gestiegen und wird weiter steigen. Vor allem die Bewertung von Gesundheit hat sich verändert: Sie wird holistisch und nachhaltig betrachtet und als Synonym für die Einheit von Körper, Geist und Seele. Außerdem ist sie etwas, das nicht nur Ältere betrifft – vor allem Jüngere fördern den Wertewandel in der Gesundheit. Themen wie Selbstgestaltung, Achtsamkeit, Prävention und ein Holistic Healthstyle stehen im Mittelpunkt, weswegen die junge Generation schon „Gen Well“ genannt wird. Diese Altersgruppe macht sich bereits in jungen Jahren viele Gedanken dazu, ausreichend zu schlafen, sich genügend Ruhephasen einzuräumen und denkt bei Entscheidungen die eigene Gesundheit immer bewusst mit, etwa bei der Work-Life-Balance. Jedenfalls geht der Trend weg von Selbstoptimierung und hin zu Selbstverwirklichung und Selfcare.

FOTOS Pexels/Cottonbro, Gantas Vaičiulėnas, Yaroslav Shuraev

2. Epigenetic Foods

Epigenetische Ernährung ist laut *Zukunftsinstitut* im Kommen. Doch was genau bedeutet Epigenetik? Diese zeigt, dass die Gene, die wir erben, nicht unveränderlich sind. Auch wenn wir unseren eigenen genetischen Code nicht verändern können, so können unser Verhalten, unsere Umwelt, innere und äußere Faktoren die Aktivität unserer Gene beeinflussen. Diese Regulation, also das Aktivieren oder Stummschalten von Genen, nennt man Epigenetik. Einen zentralen Einflussfaktor stellt dabei unsere Ernährung dar: Was wir zu uns nehmen, kann sich auf positive und negative Art und Weise auf unsere Gesundheit auswirken. Diese Erkenntnisse führen

künftig zu einer Verbindung von Gesundheit, Ernährung, Lifestyle-Pharmazie und persönlichem Wohlbefinden – und ergänzen damit den ganzheitlichen Ansatz von Holistic Health. Mit epigenetischer Ernährung kann etwa das Mikrobiom im Darm und auf der Haut positiv beeinflusst werden. Dinge, die sich positiv auf unsere Epigenetik auswirken, sind etwa eine Ernährung, die oxidativen Stress reduziert, eine ausreichende Versorgung mit B-Vitaminen, reduzierter Alkoholkonsum, Kurkuma, grüner Tee, Brokkoli, Knoblauch sowie generell eine darmfreundliche Ernährung und Stressreduktion. Auch das Risiko für Zivilisationskrankheiten soll damit reduziert werden.

3. Clean Meds

„Clean Meds“ bedeutet übersetzt „reine Medikamente“. Zur Erklärung: Sowohl in der Lebensmittelindustrie als auch im Bereich Kosmetik, Beauty oder Nahrungsergänzung wird bereits darauf geachtet, sogenannte „clean“ Produkte herzustellen, sprich: möglichst natürlich, ohne Zusatzstoffe, Geschmacksverstärker, E-Nummern, regional, saisonal etc. In der Pharmazie wird daher angestrebt, dieses Konzept auch auf Medikamente anzuwenden – und zwar in dem Sinne, dass dabei pharmakologische Wirkstoffe weder gemindert noch ersetzt werden. Es geht dabei auch nicht um Naturheilstoffe, sondern um echte Medikamente. Allerdings soll es diese in Zukunft etwa ohne Zusatz von Farbstoffen oder laktose- sowie glutenfrei geben. Ganz clean eben – we like!

4. Terrapy

Die Kombination aus den Wörtern „Terra“, lateinisch für Erde oder Land, und „Therapy“, englisch für Therapie, soll die Wichtigkeit des Zusammenhangs zwischen Umwelt und Mensch hervorheben. Die Gesundheit von Menschen, Tieren und unserem Planeten ist nämlich untrennbar miteinander verbunden und bedingt sich wechselseitig: gesunder Planet, gesunde Menschen – und umgekehrt. In diesen Bereichen wird bereits fleißig geforscht, und je mehr Wissen darüber besteht, auch bei jedem einzelnen Menschen, desto genauer achten wir in unseren (Konsum-)Entscheidungen darauf, der Umwelt damit nicht zu schaden. Auf der anderen Seite hilft es auch der Umwelt, wenn wir Menschen gesund sind und es bleiben wollen. Im Bereich Gesundheit gibt es dafür eine Vielzahl an Möglichkeiten, unser Handeln zu hinterfragen: Wie beeinflusst meine Ernährungsweise die Umwelt, die Tiere? Welche Sportarten möchte ich wann, wie und mit welchem Equipment ausüben? Ist mein Healthstyle generell nachhaltig und gesund? Wir werden in Zukunft immer mehr unseren Blick dafür schärfen, welchen Impact das eigene Verhalten hat – auch bei der gesundheitlichen Vorsorge und Therapie.

5. „Healthies‘ kommen: Mittels Selfie werten Apps den Gesundheitszustand aus.“

Future Pharmacy

Apotheken stehen schon länger unter massivem Druck – Onlineshops und andere digitale Angebote verlangen nach einer Neuausrichtung klassischer Apotheken; und obwohl die Pandemie das Vertrauen in Apotheken wieder gesteigert hat, stehen diese vor einem wichtigen Veränderungsprozess. Andere Megatrends des *Zukunftsinstituts* wie Konnektivität, Individualisierung oder Neoökologie werden das Geschäftsmodell der Apotheken transformieren. Zukunftsideen gibt es viele, hier eine Auswahl: Die Apotheke soll ein Ort der Prävention werden – indem man etwa vor Ort bestimmte Vorsorgeoptionen oder Testkits für zu Hau-

se anbietet. Weiters könnte die Apotheke auch ein Mental-Health-Shop werden, indem im Sinne eines holistischen Ansatzes nicht nur Medikamente ausgegeben werden, sondern Aufgaben wie Coaching, psychosoziale Beratung oder eine Kontaktvermittlungsstelle hinzugefügt werden. Als sogenannter Foodist Pharmacist könnte die Apotheke künftig personalisierte Ernährungsberatung anbieten, auf Unverträglichkeiten testen oder gleich ganze Menüs entsprechend dem individuellen Genotyp zusammenstellen, Kochkurse anbieten oder die passenden Produkte nach Hause liefern lassen; oder gewisse Standorte spezialisie-

GESUNDHEIT IST EIN MEGATREND

Health Report-Autorin und Zukunftsinstitut-Trendforscherin Corinna Mühlhausen im Interview.

— **Wie entwickeln sich Trends?**

Corinna Mühlhausen: Wir beim *Zukunftsinstitut* arbeiten mit den zwölf sogenannten Megatrends, die wir schon seit vielen Jahren beobachten. Diese entwickeln sich über einen langen Zeitraum, sind keine Modeerscheinung. Einer davon ist Gesundheit – deren Ausprägungen sind dann Branchentrends, die kurzlebiger sein können und nicht unbedingt immer in die Tiefe der Gesellschaft gehen.

— **Gesundheit – kann man da überhaupt von einem Trend sprechen?**

Ja, von einem Megatrend, und auch dieser verändert sich mit der Zeit. Ich mag den Begriff „Healthstyle“, weil er den Begriff Healthy Lifestyle aufwertet. Er beinhaltet, dass man mit allem, was man tut oder

auch bewusst sein lässt, gesunde Entscheidungen treffen kann – oder eben nicht. Zu jedem Trend gibt es immer einen Gegentrend.

— **Was ist uns in Zeiten von multiplen Krisen besonders wichtig?**

Wir fragen in unseren Screenings regelmäßig: Was bedeutet Gesundheit für dich? Während 2019 59 Prozent dem Satz „Gesundheit ist ein Synonym für die Einheit aus Körper, Geist und Seele“ zugestimmt haben, sind es aktuell 67 Prozent – das ist ein großer Anstieg! Gesundheit wird holistischer betrachtet, die Bereitschaft zur Eigenverantwortung steigt.

— **Welche Health-Trends erwarten uns in weiterer Zukunft?**

Die Bereitschaft, die eigene Gesundheit mitzufinanzieren, wird nochmals steigen. Die „Patientenreise“ wird viel individueller werden, inklusive Ausbau digitaler Angebote. Sogenannte „Healthies“ werden kommen, wo man ein Selfie macht und eine App automatisch auswertet, wie der aktuelle individuelle Gesundheitszustand ist.

ren sich etwa auf die Themen Schlaf (Ein- und Durchschlafprobleme sind in der Gesellschaft allgegenwärtig!), Entspannung, Reisemedizin oder als Eltern-Kind-Apotheke. Bei Letzterer könnte die Ausrichtung etwa schon bei reproduktionsmedizinischen Fragen beginnen und neben Hebammen und KinderärztInnen ebenfalls mit Rat und Tat Familien zur Seite stehen. Interessant wären auch Age- und Gender-Apotheken, die sich auf unterschiedliche Altersgruppen und Gender-Differenzen spezialisieren. Denkbar sind auch Apotheken mit Schwerpunktthemen wie etwa jenem der chronischen Krankheiten. Klingt spannend!

6. Period Positivity

Der weibliche Zyklus und die Menstruation werden entmystifiziert! Werbung für Periodenprodukte zeigt endlich rote statt blauer Flüssigkeit, Leistungssportlerinnen machen darauf aufmerksam, dass sie während ihrer Monatsblutung weniger fit sind. Generell setzt sich die Erkenntnis durch, dass Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Wohlfühlgefühl zyklischen Schwankungen unterworfen sind – und dass das eine gendergesundheitliche Selbstverständlichkeit darstellen sollte. Menstruationsforscherin Chella Quint ist Gründerin der Period-Positivity-Bewegung und möchte zeigen, dass Menstruation und Zyklus keine Tabus sind. Unter dem Hashtag *#periodpositive* findet man viele Infos, die alle zum Ziel haben, dass sich eine positive Einstellung zur Periode durchsetzt – diese steigere das eigene Wohlbefinden und beeinflusse den Umgang mit dem eigenen Körper. Immerhin menstruieren täglich etwa 300 Millionen Menschen auf der Erde. Solch eine positive Einstellung beginnt damit, sich klar zu werden: Ohne Menstruation gäbe es uns natürlich alle nicht, weshalb man das Thema auch nicht nur den Menstruierenden „umhängen“ kann – über das Thema Menstruation sollte die ganze Gesellschaft Bescheid wissen. In Zukunft wird sich in diesem Bereich jedenfalls noch viel mehr tun, etwa in Form von unterschiedlichen nachhaltigen Periodenprodukten, die weiterhin auf den Markt kommen werden, oder viel mehr Informationen über das Thema allgemein, aber auch im ersten und zweiten Gesundheitsmarkt – wenn es etwa um Erkrankungen rund um den Zyklus wie Endometriose geht.

