



Bilder: Hoesch Wellness Guide

Unter der Überschrift „Von Wellness zu Selfness“ hatten wir in SBZ 6/04 bzw. bav 1/04 ein Kapitel aus dem „Trend-Report 2004“ veröffentlicht. Ernüchternde Bilanz: „Wellness“ ist im Verlauf einer Produkt-Inflation zu einem profanen Marketingtrick verkommen. Im Zusammenhang mit der „Wellness-2-Welle“ wurde vom „Trend-Report 2004“ der Megatrend „Selfness“ eingeführt. Inzwischen hat dieser Begriff Furore gemacht, geistert aber als diffuses Stichwort durch die Medien. Der „Zukunftsletter“ hat dieses spannende Thema deshalb noch einmal aufgegriffen*.

Mehr Eigenkompetenz und dauerhaftes Selbst-Wissen

Megatrend „Selfness“

Den Trend „Von Wellness zu Selfness“ haben wir in unserem Trend-Report 2004 definiert. Mittlerweile hat dieser Begriff Furore gemacht und geistert als diffuses Stichwort durch die Medienlandschaft. Teilweise wird es als simples Synonym für „Egoismus“ verwendet, teilweise hemmungslos in PR-Sprüche eingebaut, ohne dass seine Dimensionen auch nur im Entferntesten begriffen werden. Was meinen wir mit diesem schillernden Begriff? Ausgangspunkt war die Inflation des Wellness-Begriffes: Heute ist alles Wellness – die abgenutzte Sauna im Hotelkeller, Socken, Limonaden, ja selbst Gewürzgurken und Schokolade haben sich das Etikett umgehängt. Zwar sind die Motive, die den Wellness-Boom vorantrieben – Stressbelastung, Entwicklung und Entdeckung von Gesundheitspotenzialen – nach wie vor aktiv. Aber offensichtlich lässt sich der Wellness-Begriff sehr billig, passiv und oberflächlich einsetzen. Damit verliert er seine vitale Bedeutung: Wellness wird zu Wellnepp! Im gesellschaftlichen Krisengefühl unserer Tage geht es längst nicht mehr nur um Wohlfühlen. Es geht darum, angesichts einer unruhigen Umwelt mehr Eigenkompetenzen und dauerhaftes Selbst-Wissen zu erlangen.

Drei Bereiche der Selfness

Psychologische Selfness: Die alten Themen der Psychologie kehren zurück: Wie autonom, selbst-bewusst und selbst-verantwortet sind wir? Wie gut können wir Übergänge moderieren (Wandlungsfähigkeit), Krisen abfedern (Resilience) und unsere individuellen Entwicklungspfade entwickeln (Reifungskompetenz)? Diese Themen waren in der industriellen Gesellschaft eher Luxus-Fragestellungen einer kleinen Elite. In der heutigen Unsicherheits-Kultur, mit ihren raschen Auflösungen tradierter Bindungen (Beruf, Religion, Partnerschaft), wird Selbst-Kompetenz zur existenziellen Lebensvoraussetzung.

Soziale Selfness: Jede authentische Individualität hat eine soziale Komponente. Nur wer sich selbst akzeptiert, kann lieben. Und nur wer in sozialen Netzwerken abgesichert und akzeptiert ist, kann sich selbst entdecken und entwickeln. Diese Dualität ist eine Grundbedingung für das richtige Verständnis von Selfness: Es geht nicht um Distanzierung des Selbst, sondern um die Fähigkeit, in Netzwerken geben und nehmen zu können.

Berufliche Selfness: Das Zeitalter der klassischen Aufwärts-Karrieren geht zu Ende. Der „sichere Arbeitsplatz“ und der „garantierte Arbeitgeber“ gehören der Vergangenheit an. Deshalb werden wir alle über kurz oder lang zur Selbst GmbH (auch wenn dieses Wort eine Menge Missverständnisse erzeugt hat). Das Wissen über die eigenen Fähigkeiten, Wünsche und Defizite wird in der kommenden Berufswelt zur Basis jedes Erfolges. Wer nicht „als Selbstständiger“ handeln und denken kann, bleibt in der Teamwelt der Wissensökonomie ein Fossil.

Achtung: Mit dem Lärm der Motivations-Trainer hat der Selfness-Trend nichts zu tun. Selfness braucht Zeit, Geduld, Realismus und Bescheidenheit. Selfness ist nicht „von oben“ herstellbar – und schon gar nicht mit billigen Sprüchen im Kollektiv.

Die wichtigsten Selfness-Indikatoren

Biografie-Boom: Knapp die Hälfte der erfolgreichsten Sachbücher in England, Schweiz und Deutschland, so berichtete es neulich die „Neue Zürcher Zeitung“, sind Biografien. Das ist zwar nicht neu (auch in der ersten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts gab es schon einen Biografie-Boom), es deutet indes auf ein ungeheures Interesse hin, aus der Individualität anderer, aus ihrem Werden (oder Scheitern) zu lernen. „Verglei-

DER UNTERSCHIED ZWISCHEN „WELLNESS“ UND „SELFNESS“ IN DER ÜBERSICHT

Wellness	Selfness
passiv, affirmativ	aktiv, herausfordernd
lässt sich mit Konsum/Produkten assoziieren	ist immer an Menschen/Interaktionen gebunden
erlebnis-orientiert	kompetenzen-orientiert
eher Körper-zentriert	eher psychologisch-mental
Suche nach Verwöhnung	Suche nach Überwindung von Widerständen
Ziel: Balance, Entspannung	Ziel: Selbst-Veränderung, Aufbruch
spielt sich überwiegend in der Freizeit ab	das ganze Leben betreffend
„Das tut mir gut“	„Das bringt mich weiter“
Gefahr der Profanisierung	Gefahr der Übersteigerung („Selbsthilfe-Wahn“)
von Moden geprägt	nur für den Einzelnen sinnvoll zu definieren
Kompensation von Krisen	Entwicklung der Potenziale

che Dich – erkenne wer Du bist“, so lautete schon eine Empfehlung Goethes.

Ratgeber-Boom: Das zweite publizistische Wachstumsfeld: die Ratgeber. Dabei rücken jenseits der Themen Ernährung, Liebe, Gesundheit zunehmend die Kernbereiche der Selfness in den Vordergrund: Glaube und Glück, Angstüberwindung und Persönlichkeitsentwicklung

Simplify – die neue Massenbewegung: Aus Werner Tiki Küstenmachers „Simplify“-Ratgeber wurde inzwischen eine regelrechte Bewegung zur Lebensvereinfachung. Dabei geht es immer weniger nur um Entrümpelung und Entstressung. Im Mittelpunkt steht zunehmend der Begriff der Entschuldung und Ent-Opferung – im allegorischen Sinn. Damit wir uns selbst finden und leben können, müssen wir uns konsequent von schlechtem Gewissen und Außen-Steuerungen befreien, die uns das Leben schwer machen. Dazu kann eine Vereinfachung, ein Verzicht gehören, aber genauso gut das Beharren auf der eigenen Lust und dem „Egoismus“, den man sich bislang versagt hat. Es geht darum, mit dem Opfer-Spiel aufzuhören, nach dem wir alle Verantwortung immer nur delegieren – und „die Verhältnisse“ für unser Unglück verantwortlich machen.

Glücks-Beratung, Life Management: Wie die Pilze schießen derzeit Berater und Coaching-Agenturen im Umfeld der Selfness aus dem Boden. www.glueckstraining.at vermittelt Kurse zur persönlichen Glückssteige-

rung. Bei www.lebensreise Fuehrer.de bekommt man Biografie-Beratung. www.lebensberatung.at vermittelt einen Diskurs um die neue Branche. Unter dem Stichwort „Life Coaching“ verzeichnet Google inzwischen mehr als 2,6 Millionen Einträge.

Garten-Boom: Ein weiteres Indiz ist der von uns bereits seit Jahren prognostizierte und begleitete Boom im Bereich Outdoor/Gardening – eine Branche, die gegen den Trend im Einzelhandel rapide wächst. In der Naturerfahrung suchen Menschen nach einer neuen Beziehung zur natürlichen Umwelt und einer klareren Sicht auf sich selbst.

Positive Psychologie: Nicht zuletzt ist der Selfness-Trend auch eine Gegenreaktion auf den mentalen Volkssport der Deutschen: Selbstzerfleischung. Wer „Selfness“ hat, der verabschiedet sich innerlich von jenem depressiven Jammern und Klagen, mit dem hierzulande jeder Wandel verunmöglicht wird. Nach der neuesten psychologischen Forschung spielen Dankbarkeit und Vergeben die entscheidende Rolle für jeden Selfness-Prozess . . .

* Der abgedruckte Text ist eine leicht gekürzte Version des Beitrags „Der Selfness Trend“, der im Zukunftsletter, Juni 2004, S. 2+3, erschienen ist (Chefredakteur: Matthias Horx; Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, 53177 Bonn). Infos/Bestellung: www.zukunftsletter.de oder www.zukunftsinstitut.de

