



ILLUSTRATION: NIKOLAI CANAVAN/DAZN21; LIFT: SMARTLIFE/MAKERS; PERSINA; BELAGORIN; TURE; KUTUR; PREIS; KADRE; PANAVCO; COCHER

3000 Euro aufwärts pro Woche. Harisch empfindet zwei Wochen im Jahr. Längst ist aus dem Fastenhotel ein Wellness-Imperium geworden. Rund 30 Ärzte beschäftigen das Unternehmen. 2012 eröffnete das „Lans Medicum“ in Hamburg, 2014 der „Lanserhof Tegernsee“, letzteres übrigens ein eigens gegen Mobilfunkstrahlen abgeschirmtes Gebäude. In London sucht Harisch gerade nach einem geeigneten Standort, auf Sylt hat er ihn schon gefunden. Dort, auf der „perfekten Insel für Allergiker“, soll bis 2020 „das luxuriöseste Hotel Deutschlands“ entstehen. 68 Zimmer sind geplant, rund 100 Millionen Euro will Harisch investieren. Teuer werde vor allem das Reetdach, geplant ist das größte aller Zeiten. „Wir zahlen viel Geld, damit es so aussieht, als gäbe es das Gebäude schon immer.“ Ein Vermögen für die Ursprünglichkeit.

ne Restaurants, man muss komplett auskommen mit dem, was man sich selbst mitbringt – oder andere einem geben. Man ist offline, versteht sich. Das Handy wird lediglich zum Abfotografieren von Facebookprofilen genutzt, damit man sich nach der Reise wiederfindet. Kofler: „Tagsüber ist es affig heiß, nachts saukalt. Und dann ständig Sandstürme. Der Staub ist so fein, dass er sich in jede Pore setzt. Hardcore“, stöhnt der Unternehmer. Nach dieser Woche sei er immer total er-

schöpft, aber auch unglaublich happy. „Meine Assistentin sagte letztes Mal, ‚Sie strahlen so, Herr Kofler, haben Sie einen guten Deal gemacht?‘“ Hat er. Mit ideellem Gewinn: „Du siehst plötzlich die Dinge ganz anders, weil du im Sandsturm verstanden hast, dass es nur miteinander geht. Dadurch nimmst du dich selbst nicht mehr so wichtig.“ Rund 5000 Euro ist ihm dieses Erlebnis wert. Mehr kostet es, wenn man per Privatflugzeug anreist wie Google-Chef Eric

Schmidt. Gerüchten zufolge hilft bei Bewerbungen auf einen Führungsjob in seinem Konzern, Burning-Man-Erfahrung im Lebenslauf aufzistern zu können. Kofler und Schmidt stehen für eine neue Management-Riege. Sport allein reicht nicht mehr, es taucht Meditation und Yoga auf, sagt, gern Yoga. Es gibt sogar „Tantra für Manager“ in Buchform. Auch der Firmenchef muss sich heute um sein Ich kümmern. Oder sollte man sagen: darf?

Robert Gugutzer, 49, hat einen besonderen Blick auf den Menschen: Er ist Leiter der Abteilung Sozialwissenschaften des Sports an der Frankfurter Goethe-Universität – und Verfasser des Standardwerks „Soziologie des Körpers“. Hier erklärt er, warum wir uns heute so intensiv um uns kümmern.

„Körperarbeit ist Identitätsarbeit“

Der Sportsoziologe Robert Gugutzer über die Selbstpflege

WELT AM SONNTAG: Sie sprechen statt von Körperkult lieber vom Kult um das Selbst. Warum?

ROBERT GUGUTZER: Beim Körperkult geht es nur vordergründig um den Körper, tatsächlich aber um das eigene Selbst. Körperarbeit ist Identitätsarbeit. Außerdem dreht sich der Diskurs über den Körperkult um stark um Schönheit, aber das ist eben nur ein Aspekt.

Um was geht's denn dabei noch?
Ich unterscheide zwischen Bodystyling, Bodytuning und Bodycaring. Nur beim Bodystyling geht es um die Ästhetik, das schöne Selbst. Das Bodytuning zielt ab auf die Verbesserung körperlicher Leistungsfähigkeit, also das mächtige Selbst, und Bodycaring meint Praktiken, die der Gesundheit und dem Wohlbefinden zuträglich sind. Im Mittelpunkt steht hier das spürbare, wahre Selbst.

Und? Hat sich da etwas verschoben?
Absolut. Das Bodycaring hat im Zuge der umfassenden Gesundheits- und Wellnessbewegung kultische Ausmaße angenommen. Die Sorge um sich selbst ist eine Sorge um das eigene Wohlbefinden geworden. Und beim Bodycaring geht es mehr denn je um das Empfinden. Also nicht um Gesundheit im Sinne von funktionieren, sondern von sich gut fühlen.

Der Ratgeberautor Jason Wachob propagiert dafür den Begriff „Wellth“, eine Wortkombination aus Wellness und Health. Ein passender Ausdruck, weil der Körper sehr ins Zentrum der Lebensführung gerückt ist. Als die Wellnessbewegung losging, wurde das zunächst naserümpfend als überflüssiger Lu-

kus zur Kenntnis genommen. Heute darf man ohne Weiteres sagen, dass man sich im Urlaub mal verwöhnen lässt.

Der wahre Luxus ist doch ein Aufenthalt in Detoressorts. Klar, es geht ja immer auch um Distinktion. Da der normale Wellnessbesuch demokratisiert worden ist, also das gemeine Volk hingehört, braucht es die Luxusvariante. Und so kann man sich heute auf 1500 Meter Höhe – wie etwa im „Hotel Graeek“ in Garmsch-Partenkirchen – Fett absaugen lassen. Das ging natürlich auch im Tal, aber es ist die wahrhaft gehobene Variante.

Warum ist der Körper so wichtig geworden? Menschen haben ein Sinnbedürfnis. Dafür gab es traditionell die Religion. Deren lebensweltliche Bedeutung ist in unserer säkularisierten Gesellschaft aber sehr stark geschwunden.

Also „Liebe deinen Körper“ statt „Liebe deinen Nächsten“?
Sozusagen. Der eigene Körper ist für jeden das Aller nächste und einem näher als jeder andere Körper. Früher schleppte man seinen Körper mit sich herum, heute kümmert man sich um ihn. Beim Joggen oder Sich-auf-die-Sonnenbank-Liegen ist man handlungsmächtig. Und man sieht und spürt die Erfolge, für die es

zum Teil viel Disziplin braucht. Dieser Wert ist keineswegs verschwunden. Wenn man sich Shows wie „The Swan“ oder „Biggest Loser“ anschaut oder die Körper von Hip-Hop-Künstlern – das ist nah am Hochleistungs-sport, und dafür kriegen die Leute Anerkennung.

Gegen diese Form von Aufrüstung gibt es Widerstand, besonders von Gegnern des Neoliberalismus. Ihr Argument: Wir müssten uns um unsere Gesundheit kümmern, um wettbewerbsfähig zu sein.

Das mag stimmen. Der Körperkult lässt sich aber nicht darauf reduzieren. Außerdem: Warum soll es weniger wertvoll sein, wenn Menschen ihren Körper optimieren, statt sich intellektuell zu beschäftigen?

Ist der Kult ums Selbst nicht bloß eine Reaktion auf neue Technik? Und der Stress, der daher rührt?

Das klingt etwas monokausal. Ja, es gibt den Burn-out-Diskurs ungefähr, seit es Mobiltelefone zum Aufhängen gibt. Aber das ist viel kleiner, man habe ein Burn-out, das fasst zur Leistungsdeologie unserer Gesellschaft. Ich glaube, die Arbeitswelt hat sich in den letzten zehn Jahren nicht so gravierend verändert, als dass das den Selbstkult allein erklärt. Der Körper spielt generell eine eher größere Rolle. Denken Sie nur an die Nacktheit und Gewalt im Fernsehen oder die körperlichen Selbstzensuren auf Instagram und in Facebook.

Auch in der Mode wird der Körper immer wichtiger. Was sagt die Sportsoziologie zum Athleisure-Trend?
Es fällt auf, dass Mode durch die Sportifizierung der Gesellschaft an Bedeutung verliert. Früher galt: Kleider machen Leute. Heute gilt: Körper machen Leute oder – wie es ein Kollege mal sagte – Häute machen Leute. st10



Robert Gugutzer
VON DETTMAR

Was die neue Selbstpflege im Berufsleben bedeutet, lässt sich derzeit im Kino betrachten, im Film „Lalaland“. Obwohl eine Hommage an alte Musicals, erzählt das Werk eine hochmoderne Geschichte, nämlich die von einem Mann und einer Frau, denen es nur um eines geht: ihre Träume zu verwirklichen. Sie ihre Schauspielkarriere, er seine Idee vom Jazzclub. Wahre Liebe heißt hier, sich gegenseitig bei der Selbstfindung zu unterstützen – selbst wenn dabei die Bemühung draufgeht. Romantik lebt der moderne Mensch mit sich selbst aus, er verzehrt sich nicht nach dem anderen, sondern dem eigenen Glück.

Der Selbstkult nutzt auch in diesem Film den Körper als Vehikel. Natürlich tanzen die beiden ständig, wie es sich für ein Musical gehört. In fast jedem Interview zum Film durften Held Ryan Gosling und Heldin Emma Stone erklären, wie sie steppen üben.

So verschiebt sich also auch in Hollywood gerade etwas. Weg vom guten Aussehen um jeden Preis hin zu Schönheit, die von innen kommt – manchmal sogar aus dem Verdauungstrakt. „Younger Skin Starts in the Gut“, zu Deutsch: „Jüngere Haut beginnt im Darm“, heißt das 2016 erschienene Buch der Naturheilkundlerin Nigma Talib, das ihr viele prominente Kundenschaft einbrachte. Auf ihrer Seite healthydog.com wetteifern Penelope Cruz, Sienna Miller und Kate Bosworth mit Werbesprüchen wie „Wenn Ihnen Ihre Gesundheit und Wohlbefinden am Herzen liegen, dann wird Nigmas Plan Ihr Leben ändern.“ Nigma Talibs Plan: keinen Zucker, keine Laktose, keinen Wein, kein Gluten. All das sei schlecht für die Verdauung.

Um die in Gang zu bringen, empfiehlt Talib auch ihre probiotischen „Healthy Flora“-Kapseln, die sie unter anderem über den Luxus-Fashionshop Net-a-Porter vertreibt. 30 Stück für 56 Euro. Talib findet das nicht teuer. „Was kostet bei Ihnen ein Cappuccino?“, fragt die in London lebende Heilkundlerin, „Kaffee macht doch nur kurz wach. Aber wenn Ihr Darm gesund ist, können Sie dauerhaft besser schlafen, denken, arbeiten. Und besser aussehen tun Sie auch noch.“

Von dem deutschen Bestseller „Darm mit Charme“ hat sie noch nie gehört, aber sie findet es seltsam, dass es so lange dauerte, bis die Allgemeinheit das Thema entdeckte. „Ich rede seit 17 Jahren darüber, dass der Darm der Schlüssel für das Wohlbefinden ist, weil dort das Immunsystem sitzt.“ Talib hat auch Cremes im Sortiment, 50 Milliliter für 140 Euro.

Früher ging man zum Arzt, wenn man sich krank fühlte, ins Restaurant, wenn man hungrig war und zur Kosmetikerin, wenn die Haut schöner werden sollte. Heute verschwimmen die Grenzen zwischen den verschiedenen Feel-good-Branchen. So hat etwa der britische Elektroingenieur und Medizintechniker Christofer Toumazou unter dem Label Geneu vor ein paar Jahren eine Gesichtspflege entwickelt, die auf die DNA der Kunden und Künsten abgestimmt ist, auf die spezielle Fähigkeit jedes für Einzelnen, Antioxidantien und Collagen zu produzieren. Die Idee mit dem Erbgut liegt im Trend, individueller geht es kaum. Etlische Firmen, darunter GoGep und Genetic Lab, haben sich auf DNA-Stoffwechselanalysen und Ernährungsberatung spezialisiert, einen Bereich, den Talib für die Zukunft hält. „Essen ist Medizin. Und es ist entscheidend zu wissen, wie man das dosiert.“

So vielfältig die neue Ich-Welt, so klar ist schon jetzt: Das Geschäft ist längst nicht ausgeschöpft, die Konsumenten sind angefixt wie jemand, der nach der ersten Tätowierung immer weitermachen muss. Der Wellness-Trend ist mittlerweile nicht nur mehr etwas für Wohlhabende, sondern wird auf allen Preisniveaus angeboten. Wellness bietet heute jedes Hotel, das etwas auf sich hält. Nagel- und Waxing-Studios boomen, das Fitnessgeschäft erht recht.

„Schauen Sie nach Amerika, dann wissen Sie, was da noch kommt“, sagt der Sportstudienorientierter Rainer Schaller. 20 Prozent aller US-Bürger seien Mitglied eines Fitnessstudios, in Deutschland sind es erst zwölf Prozent. Der 48-Jährige ist Chef der Discount-Kette McFit, der „Nummer eins auf dem europäischen Fitnessmarkt“, wie er sagt, 3500 Mitarbeiter hat er. Und das, obwohl im 2010 die Loveparade, an der er bis heute die Rechte besitzt, tragischen Ruhm bescherte.

Der McFit-Hauptstift liegt in Berlin, auf einem Fabrikgelände. Dort führt Schaller vor, wie man das Bedürfnis nach Wohlfühlgefühl massentauglich und günstig befriedigt. Auf dem Areal zeigt er sein jüngstes Konzept, ein Studio namens „John Reed“. „Hier sieht es ein bisschen aus wie in meinem Wohnzimmer“, erklärt der Weitegerste, der sich immer gern etwas aus der Welt mitbringt. Da kuscheln indische Antiquitäten mit Streetart, Bücher liegen auf Regalen neben Pfefferstangen. Wohnzimmeratmosphäre mit einem Hauch Klub-Feeling, ab 20 Euro im Monat.

Schaller begann ganz banal 1997 mit einem Studio in Würzburg. Da wurden nur Gewichte gestemmt. Saunen fand Schaller Schnick Schnack. In den vergangenen 20 Jahren erlebte er, wie neben den klassischen Bodybuildern eine ganz neue Klientel erstarkte. „Die Bodybuilder leben, um zu trainieren. Dann kamen die Menschen, die trainieren, um zu leben.“ Menschen, denen Schaller die Arbeit am Selbst nun in seinen John-Reed-Studios etwas gemühtlicher machen will. Außerdem bastelt er gerade an einem neuen Gym-Konzept nur für Frauen. „Bei uns gibt's dazu erstmal einen Whirlpool.“ Auch der Firmen-Slogan von McFit könnte mal ein Makeover übertragen. „Einfach besser aussehen“ heißt er seit 2007. „Einfach besser fühlen“ klingt mehr nach 2017.

*Name von der Redaktion geändert