

Longevity-Economy

Chancen über Chancen

Der gesellschaftliche Wandel hin zur Konzentration auf eine bessere Gesundheit, längere Lebensspanne und einer gesteigerten Lebensqualität gestalten Märkte und Geschäftsmodelle grundlegend um. Besonders Genossenschaften können profitieren: Ihre regionale Verankerung, wertebasierte Kultur und Nähe zu Kunden ermöglichen maßgeschneiderte Lösungen, die über reine finanzielle Lebensplanung hinausgehen.





Axel Liebetrau

Futurist und Innovator

E-Mail: axel@axel-liebetrau.de

Longevity kann in den kommenden Jahren zu einer Schlüssel- und Querschnittsdisziplin werden, die den Takt vorgibt für die künftige Wirtschaft. Der Markt für Longevity wird voraussichtlich in den kommenden Jahren milliardenschwer werden. Die Longevity-Economy wird damit Realität – und hat ein Potenzial, das für Genossenschaftsbanken in neue Wachstumspfade führen kann.

Das besondere an Longevity: Sie macht nicht an Branchengrenzen halt. Sie verbindet verschiedene Sektoren, Denkweisen und Geschäftsmodelle. Sie beeinflusst zunehmend, wie Unternehmen Produkte entwickeln, Arbeitsumgebungen gestalten oder Innovationen vorantreiben.

Denn wer Longevity als Schlüssel- und Querschnittsdisziplin denkt, erkennt: Es geht nicht nur um das klassische Gesundheitswesen, sondern um einen neuen Blick auf Arbeit, Lebensentwürfe und insgesamt auf gesellschaftliche Veränderungen.

Vom Lifespan zu Healthspan

Der Fokus verschiebt sich von der reinen Lebensverlängerung hin zu mehr gesunden, aktiven Lebensjahren – körperlich, mental und sozial. Longevity bezeichnet somit nicht nur Langlebigkeit (Lifespan), sondern vor allem gesünder und leistungsfähiger (Healthspan) zu leben.

Die Lebenszeit, in der Menschen produktiv sind und Kaufkraft besitzen, wächst weiterhin – wenn auch nicht mehr rasant wie in den vergangenen Dekaden. Laut aktuellen Daten des Statistischen Bundesamts liegt die durchschnittliche Lebenserwartung bei der Geburt für Frauen nun wieder bei etwa 84 Jahren und für Männer bei etwa 79 Jahren (2025 Prognose). Die jüngsten Prognosen sagen bis 2070 einen moderaten weiteren Anstieg auf bis zu 86 Jahre bei Frauen und 83 Jahre bei Männern voraus, wobei gerade soziale Entwicklungen immer mehr an Einfluss gewinnen.

Mehr Lebenszeit eröffnet neue Innovationsfelder und Chancen für nachhaltiges Wirtschaftswachstum, von Healthtech und Präventionsangeboten über altersgerechte Produkte bis zu neu gedachten Finanz- und Versicherungslösungen. Kunden möchten heute nicht nur Vermögen aufbauen, sondern brauchen verlässliche Lösungen, um ein langes, selbstbestimmtes Leben finanziell und gesundheitlich abzusichern. Dabei ändern sich Bedürfnisse rund um Altersvorsorge, Einkommenssicherung und Vermögensstrukturierung grundlegend.

Insgesamt entwickeln sich Banken und Finanzdienstleister weg vom reinen Finanzberater immer mehr zum lebensbegleitenden Partner und bieten flexible Services über alle Lebensphasen hinweg.

Longevity geht nicht nur alte Menschen etwas an

„Was, wenn wir als junger Mensch so leben könnten, dass unser 80-jähriges Ich dankbar zurückblickt?“ Dieses Zitat zeigt, dass Longevity nicht erst im höheren Alter beginnt, sondern mit smarten Entscheidungen bereits in jungen Jahren. Gerade junge Menschen profitieren von einer frühzeitigen Auseinandersetzung mit diesem Thema. Digitale Tools, Biotech, personalisierte Medizin nutzen junge Zielgruppen gern und intensiv, sie setzen damit Trends für ältere Zielgruppen und gestalten aktiv Märkte mit. Junge Menschen können durch gezielte Lebensstiländerungen die gesunden Lebensjahre massiv verlängern.

Die letzten Lebensjahre sind oftmals krankheitsgeprägt. Doch für jetzt 20- bis 40-Jährige besteht eine größere Chance, chronischen Erkrankungen wie Diabetes oder Demenz gezielt vorzubeugen. Bewegung, Ernährung und Stressreduktion senkt nicht nur das Sterberisiko, sondern verbessert vielmehr die Resilienz. Junge Erwachsene profitieren stärker, da Muskelmasse und Stoffwechsel noch flexibel sind.



Wer heute über Banken oder Finanzdienstleister der Zukunft spricht, kommt an der Longevity-Economy als Wachstumsmotor und Innovationstreiber nicht vorbei.



Verschiedene medizinische Studien zeigen einen Zugewinn im Healthspan durch Nichtrauchen, gesunde Ernährung und Aktivität.

Gerade ab dem Rentenbeginn bewegen sich Menschen meist zu wenig. Prävention und regelmäßige Routinen wie Fasten bereits in jungen Jahren kann dies verhindern. Wer früh handelt, kann Risikofaktoren vermeiden, die Lebensqualität maximieren und zufriedener sowie leistungsfähiger älter werden. Ein weiteres Plus: Longevity bedeutet Verantwortung für das eigene Leben und für die Gestaltung einer resilienten Gesellschaft. Wer sich bereits als junger Mensch mit neuen Technologien und Gesundheitswissen beschäftigt, wird Vorbild und Multiplikator für kommende Generationen und legt somit den Grundstein für künftige Märkte.

Bereits heute haben beispielsweise Brauereien oder Winzer mit einem ste-

tig sinkenden Konsum von Alkohol zu kämpfen. Sie positionieren sich daher immer stärker als ein Hersteller eines jahrtausendealten Kulturguts, das Geschichte, Handwerk, Landschaft und Lebensfreude verbindet und immer weniger als ein reiner Genussmittelproduzent.

50plus – die treibende Kraft

Allerdings besitzen Menschen über 50 Jahren heute den größten Teil des privaten Vermögens und ihr Einfluss wächst weiter. Dies ist altbekannt und Finanzdienstleister haben sich entsprechend positioniert. Neu ist, dass sich diese Generation nicht mehr primär im Sparmodus befindet. Sie konsumiert, investiert und lebt bewusster als je zuvor. Der Fokus verschiebt sich von Besitz zu Sinn: Lebensqualität, Gesundheit und Nachhaltigkeit werden zu zentralen Investitionsmotiven.

Das ist der Kern der Longevity-Economy – eines Zukunftsmarkts, der auf

Definition Longevity

Longevity bezeichnet das Konzept eines langen und zugleich gesunden Lebens. Es verbindet Erkenntnisse aus Medizin, Biologie und Lebensstilforschung mit dem Ziel, sowohl die Lebensspanne als auch die gesunde Lebensphase eines Menschen zu verlängern. Etymologisch stammt der Begriff vom Lateinischen longus (lang) und vita (Leben).

Vitalität, Technologie und sozialen Mehrwert setzt. Sie prägen den Trend zu nachhaltigeren und langfristig orientierten Anlageformen – von ESG-Portfolios bis zu Impact Investing. Diese Entwicklung verändert nicht nur die Finanzmärkte, sondern ebenso, wie Beratung, Produkte und Kommunika-

Employer-Branding mit E-Mobilität Smarte Benefits, die begeistern

Weitere Mehrwerte
für die Mobilität
Ihrer Mitarbeiter
finden Sie auf
dgx-mobility.de

Mit dem Gehaltsumwandlungsmodell für E-Fahrzeug-Leasing kombinieren Sie nachhaltige Mobilität mit cleveren Benefits für Ihre Mitarbeiter – und für Ihr Unternehmen! So profitieren Sie gemeinsam von steuerlichen Vorteilen und positionieren sich als attraktiver und innovativer Arbeitgeber.

DG nexolution
Mobility

Gemeinsam vorn.



Kurz zusammengefasst

- **Longevity wird zum Gamechanger**
Mehr gesunde Lebensjahre treiben neue Märkte an und verändern Branchen schneller, als viele Unternehmen es derzeit wahrnehmen.
- **Genossenschaftsbanken können punkten**
Mit ihrer Kundennähe und Wertebasis haben genossenschaftliche Kreditinstitute beste Voraussetzungen, Finanz, Vorsorge und Gesundheitsangebote intelligent zu verknüpfen.
- **50+ setzt Trends, Jüngere gestalten vor**
Die vermögensstarke Generation 50plus bestimmt Nachfrage und Investitionen, während jüngere Menschen mit digitaler Prävention den Ton für künftige Gesundheits- und Finanzmärkte angeben.

tion im Finanzsektor gestaltet werden sollten. Gerade nachhaltige Investments sind bei der Generation 50plus entscheidend. Sie erwarten von nachhaltigen Anlagen nicht nur marktübliche Renditen, sie wollen ökologische und soziale Wirkung, allerdings ohne Verzicht auf eigenen Konsum.

Das Kapital dieser Generation kann Wirtschaft und Gesellschaft klimafreundlicher, stabiler und zukunftsfähiger machen. Die Generation 50plus ist also kein Auslaufmodell. Sie ist vielmehr eine wichtige treibende Kraft einer neuen finanziellen und gesellschaftlichen Ära.

Longevity transformiert (auch) den Arbeitsmarkt

Die klassische Karriere mit Einstieg, Aufstieg und Renteneintritt ist ein Auslaufmodell. Der überwiegende Teil der 50- bis 65-Jährigen werden und müssen länger arbeiten – oft in flexiblen Phasen wie beispielsweise in fünf Jahren Vollzeit, drei Jahren Sabbatical und zehn Jahren Teilzeit.

Die Politik und Rentenexperten fordern, das Erwerbsleben bis zum Lebensalter von 70 Jahren auszudehnen, um das gesetzliche Rentensystem längerfristig zu sichern. Gerade in Zeiten einer schwachen Konjunktur haben Arbeitssuchende ab 50 Jahren allerdings spürbar größere Schwierigkei-

ten, einen passenden Job zu finden. Diese Diskrepanz zeigt, wie dringend nachhaltige Lösungen für den demografischen Wandel und die Wertschätzung von Erfahrung benötigt werden.

Wer bis ins hohe Alter arbeiten soll, braucht faire Chancen am Arbeitsmarkt. Altersdiversität ist eine zunehmende Herausforderung in den Unternehmen. Zentrale Fragen dabei: Wie kann Erfahrungswissen aktiv genutzt? Oder wie können wir die verschiedenen Generationen gewinnbringend miteinander verbinden?

Lebenslanges Lernen bleibt trotz künstlicher Intelligenz wichtig und notwendig. Der Bedarf an Ausbildungs- und Schulungsplätze für die Umschulung von Arbeitnehmern (sogenannte Reskilling-Plätze) in neue Berufsfelder steigt spürbar an, um dem Fachkräftemangel und der Arbeitslosigkeit gleichzeitig entgegenwirken zu können. Umschulung und Weiterbildung werden dabei kein Privileg der Jungen mehr sein.

Unternehmen müssen in die digitale Fitness und neue Kompetenzen ihrer erfahrenen Mitarbeiter investieren. Wer heute 55 Jahre alt ist, hat oft noch 10 bis 15 produktive Berufsjahre vor sich. Hier schlummert ein riesiger Wissensschatz, der durch gezieltes Lernen zukunftssicher gemacht werden muss.

Zudem wird es in Unternehmen immer mehr – ganz automatisch – generationenübergreifende Teams geben. Die produktivsten Teams sind dabei oft diejenigen, in denen Erfahrung (Mentoring) auf neue Impulse (Reverse Mentoring) treffen. Altersgemischte Teams können sich zu Innovationsmotoren entwickeln, da sie unterschiedliche Perspektiven und Problemlösungsansätze vereinen.

Genossenschaftliche Institute finanzieren und gestalten diesen Wandel als Begleiter der Unternehmen und Menschen mit: „Karriere-Boost-Kredite“ werden aus neuem, künftigen Einkommen getilgt, Bildungssparpläne erhalten einen Zinsbonus inklusive einer staatlichen Förderung, Umkehrhypotheken (Reverse Mortgage oder Immobilienrente) und so manches mehr werden die Produktpalette der Banken erweitern – oder tun es bereits.

Lifespan und Healthspan als neue Währung

Das ist die Philosophie und der Denkansatz der Longevity Economy: Gesunde Lebensjahre werden wertvoller als Geld, weil sie unwiederbringlich sind. Geld kann man verdienen, Zeit aber nicht zurückgewinnen.

Wird dieser Ansatz für eine Genossenschaftsbank weitergedacht, so ergeben sich beispielhafte Ideen für neue Produkte und Dienstleistungen rund um Longevity:

- Entwicklung von Investmentfonds, die gezielt in Unternehmen und Sektoren investieren, die von Longevity-Trends profitieren,
- Beratung und Produkte zur flexiblen Altersvorsorge, Entnahmepläne und speziell zugeschnittene Rententlösungen für längere Lebensphasen, mit Fokus auf nachhaltiger Einkommenssicherung sowie Entsparen statt nur Vermögensaufbau,
- Aufbau individueller Vermögensverwaltungs- und Finanzpläne

nungsservices, die die Lebensphasen und die Bedürfnisse nicht nur älterer Menschen aktiv berücksichtigen (etwa Beratung zu Immobilien, Gesundheits- und Pflegelösungen, Mehrgenerationenwohnungen),

- Initiativen/Kooperationen für nachhaltige und gesunde Lebensführung, etwa Beratung zu Investitionen in gesunde Ernährung, innovative Gesundheitsdienstleistungen, Healthtech oder Präventivmaßnahmen,
- Kooperationen mit Start-ups aus dem Longevity-Sektor wie Biotech-Unternehmen ermöglichen innovative Produkte und Dienstleistungen für eine gesunde, lange Lebensphase und
- Nutzung von digitalen Zwillingen, Big Data und KI, um individuelle Angebote passgenau für verschiedene Lebensabschnitte zu erstellen.

Durch diese und weitere Ansätze können genossenschaftliche Banken ihre Rolle als strategischer Lebensbegleiter in der Longevity-Economy ausbauen und schaffen langfristigen Mehrwert für ihre Kunden.

Immer wichtiger für Banken

Kurzum: Wer heute über Banken oder Finanzdienstleister der Zukunft spricht, kommt an der Longevity Economy als Wachstumsmotor und Innovationstreiber nicht vorbei. Longevity wird für Banken einfach immer wichtiger, weil die steigende Lebenserwartung und der Wunsch nach mehr lebenswerten Jahren zentrale Auswirkungen auf alle Bereiche der Finanzindustrie haben.

Kunden möchten heute nicht nur Vermögen aufbauen, sondern brauchen verlässliche Lösungen, um ein langes, selbstbestimmtes Leben – und dies nicht nur finanziell – abzusichern. Dabei ändern sich Bedürfnisse rund um Altersvorsorge, Einkommenssicherung und Vermögensstrukturierung grundlegend. Banken, die zeitgemäß agieren, entwickeln sich dabei immer mehr vom Produkthanbieter hin zum lebensbegleitenden Partner und bieten flexible Services über alle Lebensphasen hinweg an.

Wie bereits die Entwicklungen im Bereich ESG zeigen, wollen Kunden immer stärker Mehrwert und Sinn beim Einsatz ihres Kapitals. Die reine Geldvermehrung oder Absicherung ohne

Sinnggebung reicht nicht mehr aus. Gerade die grundlegenden Werte und die geschäftspolitische Ausrichtung von genossenschaftlichen Instituten passen dazu perfekt. Dies ist ein Vorteil, aber noch lange kein Erfolgsgarant. Hier zeigt der Markt für nachhaltige Finanzprodukte, dass andere Banken, die nicht diese Wettbewerbsvorteile der genossenschaftlichen Idee aufweisen, mit einer konsequenten Trendausrichtung Kunden und Marktanteile gewinnen können.

Genossenschaftsbanken sollten mithilfe des Rückenwinds ihres Geschäftsmodells den Longevity-Trend nutzen und den bereits eingeschlagenen Weg des Lebensbegleiters konsequent weitergehen. Wichtigstes Ziel ist es, den Kunden einen Mehrwert in Form einer Verlängerung des Lifespan und Healthspan zu liefern und damit im vielversprechenden Markt der Longevity-Economy eine erfolgreiche Rolle zu spielen.

