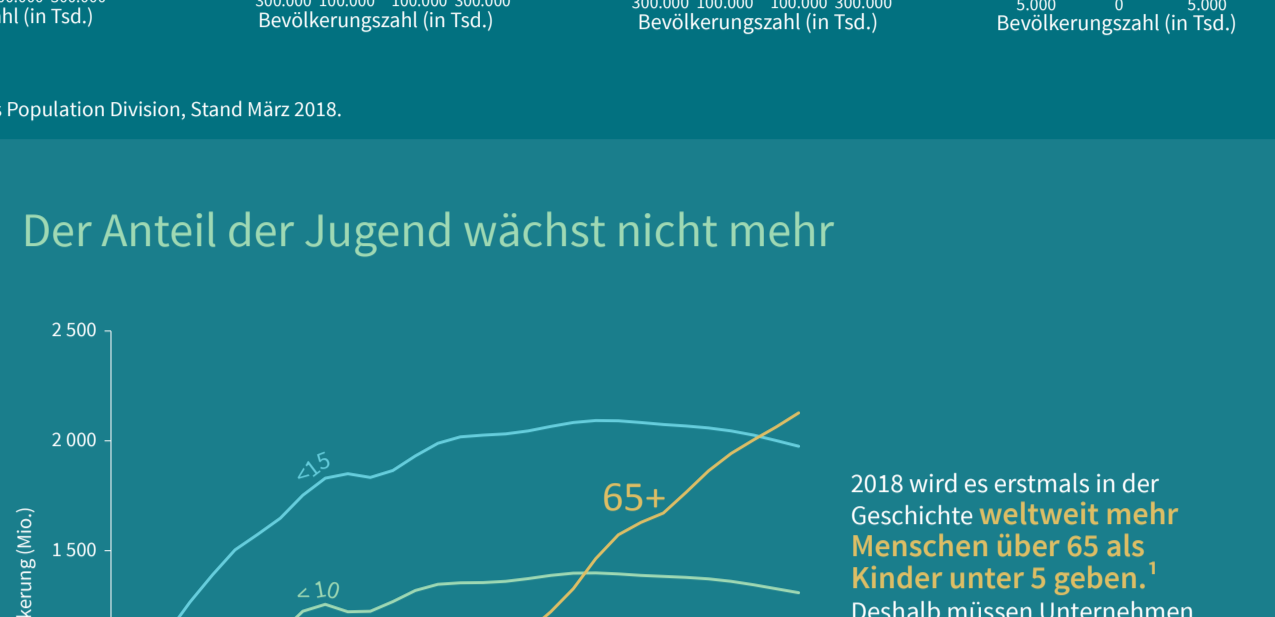
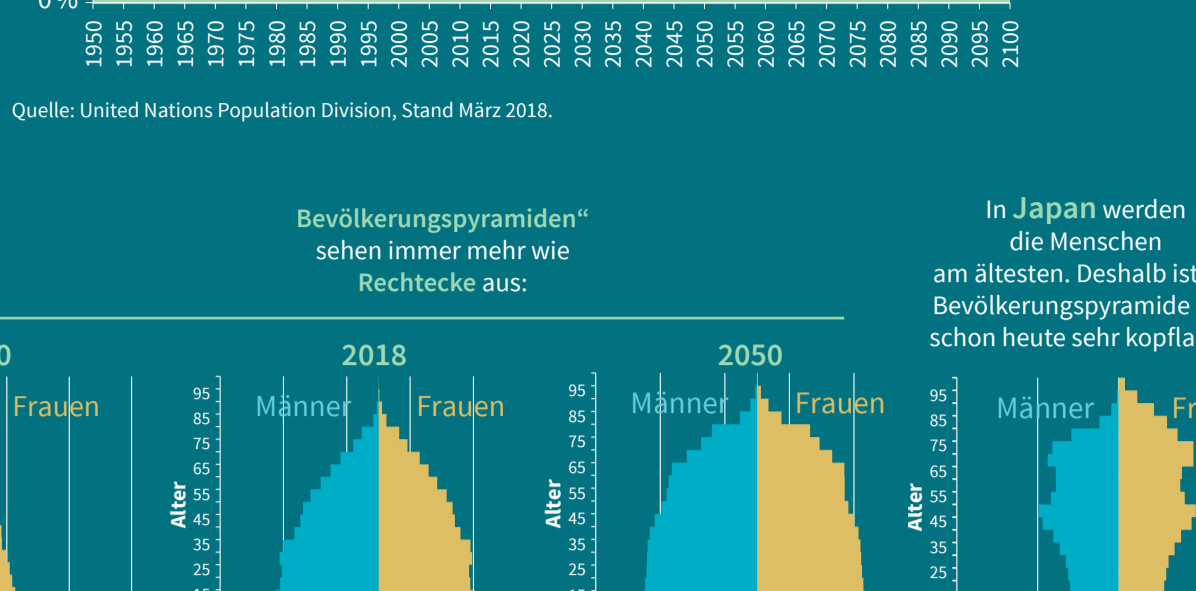


# Langlebigkeit Das Wichtigste in Zahlen

Alles, was Anleger über die alternde Bevölkerung wissen sollten – in neun Punkten

## 1 Der Anteil älterer Menschen an der Weltbevölkerung steigt

Wir leben immer länger: Jeder dritte heute geborene Menschen dürfte 100 Jahre alt werden.<sup>1</sup> Zugleich gehen die Geburtenraten weltweit kontinuierlich zurück. 1950 bekamen Frauen im Durchschnitt 5 Kinder, heute sind es 2,5 und bis 2050 werden es vermutlich nur noch 1,8 sein.<sup>2</sup> Deshalb steigt der Anteil der über 60-Jährigen an der Weltbevölkerung:



## 2 Der Anteil der Jugend wächst nicht mehr



2018 wird es erstmals in der Geschichte **weltweit mehr Menschen über 65 als Kinder unter 5 geben.**<sup>1</sup> Deshalb müssen Unternehmen, Regierungen und Privatpersonen rasch auf die Bedürfnisse und Vorlieben dieser schnell wachsenden Verbrauchergruppe reagieren.

## 3 Dieser Wandel findet schneller statt, als man denkt



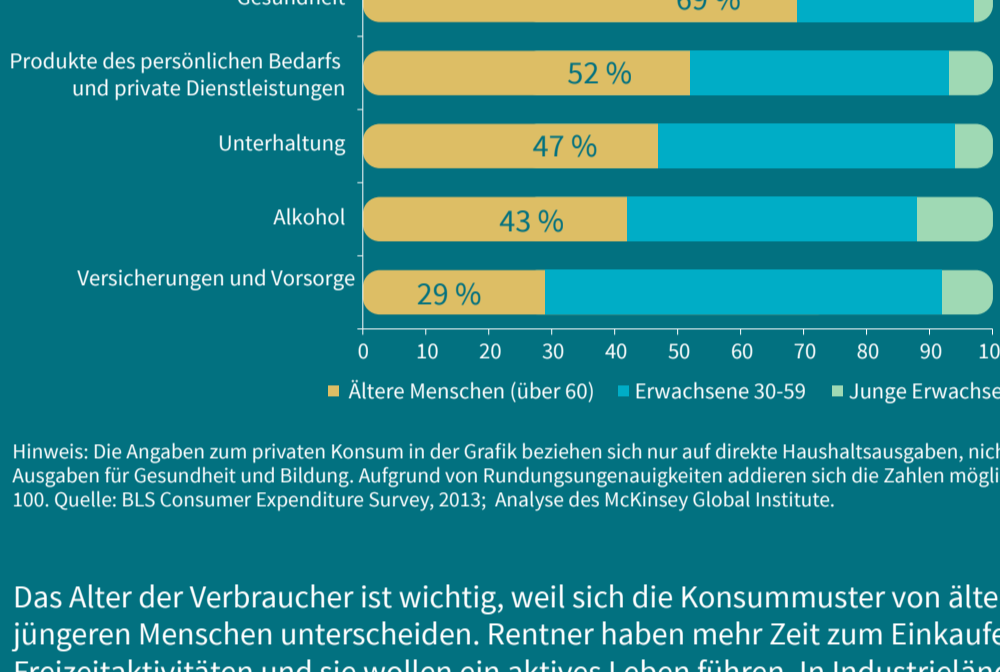
## 4 Die älteren Generationen geben das meiste Geld aus

Viele Menschen, die in den Ruhestand gehen, haben im Arbeitsleben große Vermögen angesammelt. Man schätzt, dass die Kaufkraft vermögiger Senioren von weltweit 8 Billionen US-Dollar im Jahr 2010 auf 15 Billionen im Jahr 2020 steigt.<sup>5</sup> 2015 bis 2030 dürften 55% des weltweiten Konsums in Nordamerika, Westeuropa und Nordasien auf die über 60-Jährigen entfallen:



## 5 Die Ausgaben der älteren Generation verteilen sich auf alle Branchen

Ältere Menschen genießen ihren Ruhestand. In den Industrieländern dürften 40% des Konsumwachstums auf sie entfallen. Das Geld fließt in unterschiedliche Branchen mit Produkten und Dienstleistungen, die das Leben schöner machen – von Schönheitsprodukten bis hin zu Reisen und Unterhaltung:



Das Alter der Verbraucher ist wichtig, weil sich die Konsummuster von älteren und jüngeren Menschen unterscheiden. Rentner haben mehr Zeit zum Einkaufen und für Freizeitaktivitäten und sie wollen ein aktives Leben führen. In Industrieländern entfallen 26% der privaten Ausgaben älterer Menschen auf Restaurantbesuche und Erholung.<sup>6</sup>

## 6 Die Wahl des Wohnsitzes älterer Menschen entspricht ihrem aktiven Lebensstil

Immer mehr aktive ältere Menschen ziehen in die Städte, weil sie dort mehr erleben können:

**Die Nachfrage nach Seniorenwohnungen in den USA dürfte sich verdoppeln**  
(von 2015-2019 bis 2020-2024\*).

Durch die zunehmende Abhängigkeit der schnell wachsenden Gruppe der über 80-Jährigen von ihren erwachsenen Kindern dürfte auch die Nachfrage nach Seniorenwohnungen steigen. Zu ihnen zählen Seniorenwohnanlagen und Pflegeeinrichtungen wie Memory Care, die Plätze für Demenz- und Alzheimerpatienten anbieten.

## 7 Die Menschen werden mehr für ihren längeren Ruhestand zurücklegen müssen

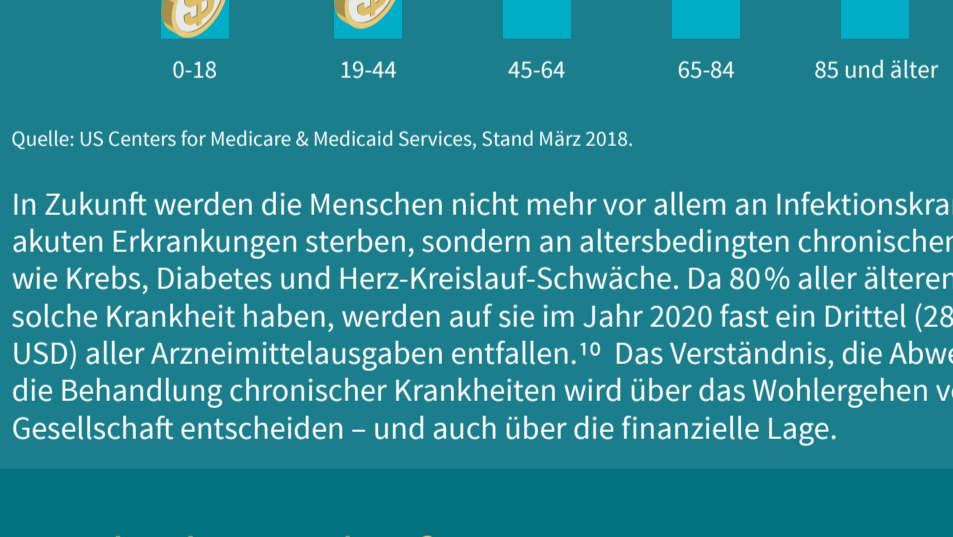
Jeder einzelne wird sich selbst darum kümmern müssen, genug Geld anzusparen, um seinen längeren Ruhestand genießen zu können. Betriebsrenten und staatliche Renten bieten immer weniger Sicherheit. Das bedeutet Chancen für Vermögensmanager in einem noch lange nicht gesättigten Markt. 52% des weltweiten Vermögens gehört den über 50-Jährigen, aber nur 26% aller Rentner haben jemals die Dienste eines Finanzberaters in Anspruch genommen.<sup>8</sup>

Am Ende wird die Versorgungslücke von 2015 bis 2050 jedes Jahr um 5% wachsen. Das entspricht einem zusätzlichen Defizit von 29 Milliarden US-Dollar täglich.



## 8 Ab 65 verdoppeln sich die Gesundheitsausgaben, ab 85 vervierfachen sie sich

Ein längeres Leben führt automatisch zu höheren Gesundheitskosten. Jedes Jahr werden 10.000 Amerikaner 65 Jahre alt. Ab diesem Alter verdoppeln sich die privaten Gesundheitsausgaben.<sup>9</sup> Ab 85 vervierfachen sie sich noch einmal.

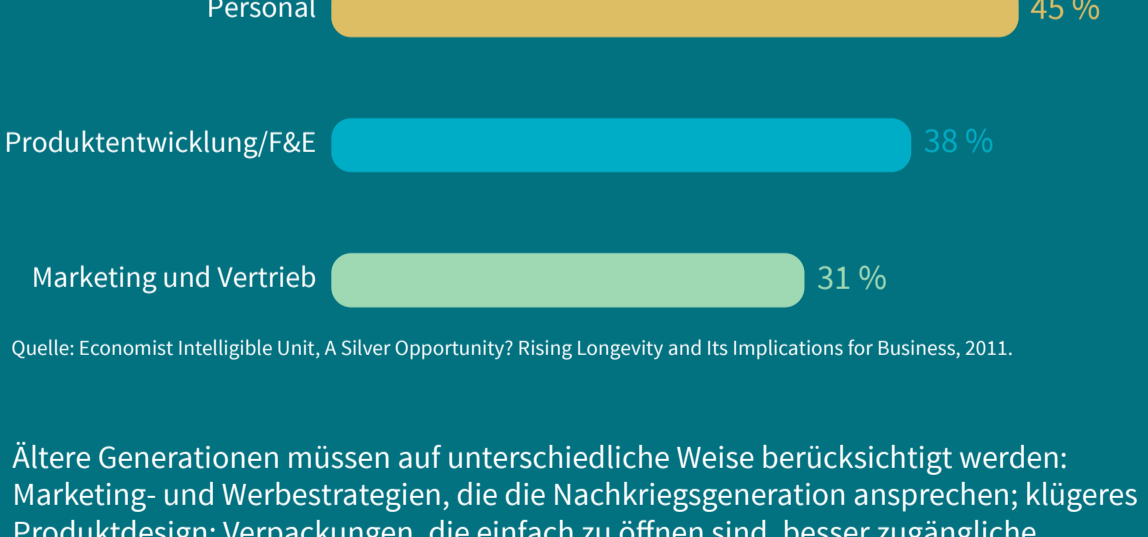


In Zukunft werden die Menschen nicht mehr vor allem an Infektionskrankheiten und akuten Erkrankungen sterben, sondern an altersbedingten chronischen Krankheiten wie Krebs, Diabetes und Herz-Kreislauf-Schwäche. Da 80% aller älteren Menschen eine solche Krankheit haben, werden auf sie im Jahr 2020 fast ein Drittel (28% bzw. 400 Mrd. USD) aller Arzneimittelausgaben entfallen.<sup>10</sup> Das Verständnis, die Anwendung und die Behandlung entscheiden – und auch über die finanzielle Lage.

## Was bedeutet das für Investoren?

## 9 Unternehmen sollten sich an die Bedürfnisse und Interessen einer alternden Bevölkerung anpassen

Bei ihrer Marketingaktivitäten übersehen Unternehmen häufig die ältere Generation – trotz ihrer enormen Kaufkraft:



Ältere Generationen müssen auf unterschiedliche Weise berücksichtigt werden: Marketing- und Werbestrategien, die die Nachkriegsgeneration ansprechen; klügeres Produkt-design; Verpackungen, die einfach zu öffnen sind, besser zugängliche Ladengeschäfte, weil immer mehr ältere Menschen in die Städte ziehen.

*„Die Menschen werden immer älter. Das ist ein unumkehrbarer Trend, der sich auf alle Lebensbereiche auswirkt. Die Unternehmen erkennen schnell, dass ältere Kunden aktiver, abenteuerlustiger und technisch versierter sind, als man ihnen oft nachsagt. Investoren müssen jetzt Unternehmen finden, die mit ihren Produkten und Dienstleistungen ihre Kunden binden können, wenn diese älter werden.“*

Dani Saurymper, Leiter Research für Ageing & Lifestyle

Informationen über Mitarbeiter von AXA Investment Managers dienen lediglich Informationszwecken und sind nicht geschäftsbezogen. Eine Weiterbeschäftigung dieser Mitarbeiter bei AXA Investment Managers wird nicht garantiert.

Quellen:  
1. ONS IM, aktualisiert am 31. März 2018.  
2. UN, aktualisiert am 31. März 2018.  
3. US-Wirtschaftsministerium, aktuellste verfügbare Daten, Stand 31. März 2018.  
4. UN, aktualisiert am 31. März 2018.  
5. Euromonitor, November 2014 (aktuellste verfügbare Daten).  
6. McKinsey Global Institute, Urban World: The Global Consumers to Watch, April 2016.  
7. Senior Housing Analytics, aktuellste verfügbare Daten, Stand 31. März 2018.  
8. HSBC, „Life After Work“ Report 2013 (aktuellste verfügbare Daten)  
9. US Centers for Medicare and Medicaid Services, aktuellste verfügbare Daten, Stand 31. März 2018.  
10. IMS via BAML „The Silver Economy – Global Ageing Primer“ Mai 2016.  
11. AARP, aktualisiert am 31. März 2018.  
12. Adweek, November 2015.  
13. Nielsen Global Ageing Report, Februar 2014.