



## Krisenresistente Sektoren mit M&A-Potenzial **Generation 60+**



# Senioren sind eine interessante Zielgruppe mit den höchsten Konsumausgaben aller Altersklassen

## Aktuelle Relevanz

Wir leben in einer alternden Gesellschaft. Die Zahl der Senioren wird sich global bis 2050 auf über zwei Milliarden verdoppeln. Forderungen und Bedürfnisse dieser Konsumentengruppe treten daher vermehrt in den Vordergrund. Das macht sich auch am Markt bemerkbar: Senioren sind in Bezug auf ihren Konsum in vielen Ländern der Welt die am schnellsten wachsende Kundengruppe.

In Deutschland wird der Anteil der über 65-Jährigen bis 2060 auf 34% ansteigen. Heute bereits ist jeder vierte Deutsche mindestens 60 Jahre alt. Für die Mehrheit der Produktanbieter und Dienstleister bedeutet dies eine starke Veränderung ihrer Kundenanteile zu Gunsten der Generation 60+.

Die neuen Best Ager stellen eine Verbrauchergruppe dar, die geistig und körperlich fit ist, das Leben genießen will, Neuem gegenüber aufgeschlossen ist und über die höchste Kaufkraft aller Altersgruppen verfügt. Bereits Anfang der 2000er Jahre erkannte man die hohe Attraktivität dieser Zielgruppe. Dementsprechend wurden verschiedene privatwirtschaftliche Seniorenangebote geschaffen und senioren-gerechte Produkte wie spezielle Computer oder Handys entwickelt, die aber größtenteils gescheitert sind. Senioren wollen nicht als solche angesprochen und behandelt werden. Sie wollen nicht das Gefühl vermittelt bekommen, „normale“ Produkte nicht mehr bedienen zu können.

Die Zielgruppe ist aber durchaus offen für altersgerechte Produkte und Services. In Deutschland und Europa besteht hier noch ein gravierender Nachholbedarf, was sich am direkten Vergleich mit den USA ablesen lässt: die Behandlung und Stellung von Menschen im Alter ist dort grundlegend anders, die Angebote sind der hohen Kaufkraft dieser Zielgruppe angemessen und die Menschen sind offener für neue Technologien. Der Anteil der Nutzer sozialer Medien ist dort doppelt so hoch wie bei uns.

„Man sollte nie vergessen, dass die Lebenszeit zwischen 60 und 90 Jahren genauso lang ist wie die zwischen 30 und 60. Was wäre es für eine Verschwendung, sie nicht zu nutzen“

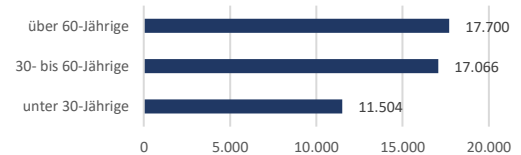
*Greta Silver, Best-Ager-Model, YouTuberin, Podcasterin und Autorin*

Quellen: SeniorResearch, Statistisches Bundesamt, Staista, Initiative „7 Jahre länger“, eigene Recherchen

## Happy-Aging anstatt Anti-Aging

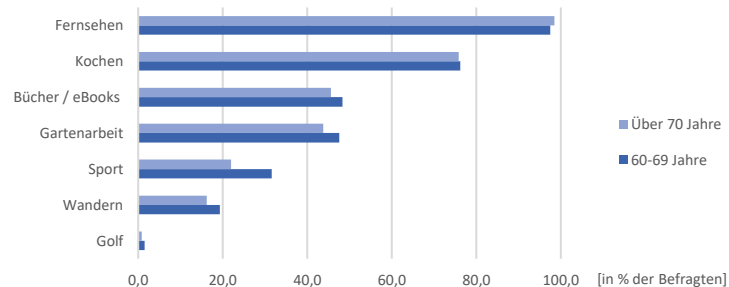
60+ ist die Altersgruppe mit den höchsten Konsumausgaben. Investiert wird vor allem in Wohlfühlprodukte und -dienstleistungen. Daneben entfallen 26% der privaten Ausgaben älterer Menschen auf Restaurantbesuche und Erholung. Frauen über 60 ist zudem ihr Aussehen wichtig: Sie geben doppelt so viel Geld für Schönheitsprodukte aus wie Frauen unter 25. Daneben wird zunehmend in den eigenen Wohnraum investiert. Senioren sind mittlerweile eine wichtige Zielgruppe für Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen für Renovierungen und Umbauten bieten, zum Beispiel um barrierefreies Wohnen zu ermöglichen.

### Konsumausgaben p.a. (in Euro)



Kulturelle Aktivitäten wie Fernsehen und Lesen bestimmen den Großteil der Freizeit von Senioren. Kochen und Gartenarbeit gehören ebenfalls zu den präferierten Beschäftigungen. Best Ager gehen deutlich häufiger - zwei- bis dreimal jährlich - und länger auf Reisen. Standen früher Tagestouren mit dem Bus im Fokus, so liegt heute die durchschnittliche Reisedauer bei 7 Tagen, verreist wird mit Flugzeug oder Bahn.

### Freizeitaktivitäten der Generation 60+ in Deutschland in 2019



# Zahlreiche Opportunitäten für neue Produkte, Services und Geschäftsmodelle bieten hohe Wachstumspotenziale

## Potenziale für neue Produkte und Dienstleistungen

Die Kombination aus einem stetig zunehmendem Anteil von Senioren an der Gesamtbevölkerung bei gleichzeitig hoher Kaufkraft führt dazu, dass die zukünftige Nachfrage noch stärker durch diese Gruppe geprägt wird. Dabei geht es nicht nur um den klassischen Gesundheits- und Pflegemarkt, sondern auch um neue Produkte und Services, die sich am Freizeit- und Konsumverhalten der Best Ager orientieren.

### Die Hauptnutznießer des Supertrends «Silver Economy»

- Hersteller von Produkten für altersbedingte Erkrankungen, wie Biopharma-, Medizintechnik- und Life-Science-Unternehmen
- Anbieter und Betreiber von Seniorenwohnungen, Dialysekliniken und anderen Pflegeeinrichtungen sowie Managed-Care-Organisationen
- Kranken- und Lebensversicherer sowie private Vermögensberater und Vermögensverwalter
- Konsumunternehmen mit Fokus auf Bedürfnisse der Senioren, wie Tourismusunternehmen, Hersteller von Schönheitsprodukten oder Anbieter von Sehhilfen und Hörgeräten

Wenig überraschend ist, dass Sanitätshäuser, Apotheken, medizinischer Fachhandel und die Hersteller von Produkten aus den Bereichen Medizintechnik und Pharma Trendgewinner sind. Auch die Bereiche Pflege und Wohnen profitieren, wobei hier der Vergleich mit Ländern wie den USA zeigt, dass bei Qualität und Luxus in Deutschland noch viel Luft nach oben besteht.

Eines der am stärksten wachsende Segmente ist der Bereich der Alltagshilfen wie z.B. Rollatoren, E-Mobile, Bad- und Treppenlifte. Um bis ins fortgeschrittene Alter mobil und selbständig zu bleiben, ist eine zunehmend hohe Investitionsbereitschaft vorhanden. Abgesehen davon sind auf die Bedürfnisse von Senioren abgestimmte Produkte dann erfolgreich, wenn sie zwar Vorteile bieten, ohne aber zu direkt nur die ältere Zielgruppe anzusprechen. Im „Universal Design“ liegt der Erfolg. Das gilt für Handys ebenso wie für Faltencremes.

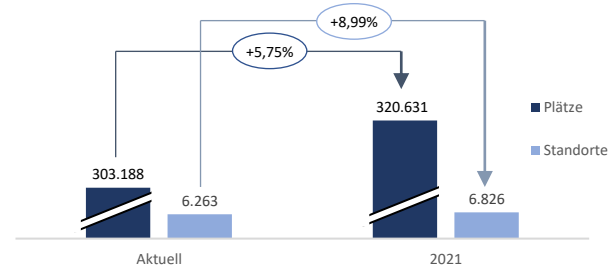
Um zukünftige Trends aufzuspüren und diese für die Entwicklung neuer, zielgruppengerechter Konsumprodukte und Services zu nutzen, empfiehlt sich der Blick auf die Generation der heute 50- bis 60-Jährigen. Diese bringen bereits eine hohe Technikaffinität, ein ausgeprägtes Schönheits- und Modebewusstsein sowie die Bereitschaft, mehr Geld für (Traditions-)Marken und Qualität zu investieren, mit.

Quellen: Credit Suisse, eigene Recherchen

## Neue Wohnformen

Das Betreute Wohnen ist eine Wohnform „für ältere Menschen, die nicht zwangsläufig einen ausgeprägten Betreuungsbedarf haben, jedoch in einer Wohnanlage leben wollen, die neben barrierefreiem Wohnraum eine Reihe von Grundleistungen im Bereich der Sicherheit, allgemeiner Betreuung und niedrigschwelliger Unterstützungsleistungen bietet.“ Mit rund 340 aktuellen Bauprojekten in Deutschland handelt es sich um einen attraktiven und stark wachsenden Markt.

### Entwicklung Betreuter Wohnanlagen in Deutschland



Betreutes Wohnen wird bei uns als Teil des Pflegemarktes verstanden, was sich auch dadurch reflektiert, dass die Anbieter typischerweise parallel ambulante oder stationäre Pflegeeinrichtungen betreiben. Dies erklärt zugleich die Hürde für viele Senioren, nicht freiwillig in solche Wohneinheiten einzuziehen.

Ganz anders stellt sich beispielsweise die Situation in den USA dar, wo aufwendige Gated Communities für Rentner geschaffen wurden, die vom Nachmittags-Tanztee über diverse Freizeit- und Sportmöglichkeiten bis zur perfekten Krankenversorgung jeden Luxus für Rentner bieten. Ruhe eingeschlossen – Kinder sind nur auf Besuch in den Sommerferien erlaubt. Solche Communities liegen zumeist in sonnigen und warmen Regionen und erreichen die Dimension von Großstädten. In „The Villages“ in Florida leben über 120.000 Menschen, ausnahmslos über 55 Jahre alt. Ein Paradies für Rentner und eine Goldgrube für Immobilienentwickler sowie Dienstleister. Und eine mögliche Inspiration für Investoren in Deutschland!

Quellen: Wikipedia, pflegemarkt.com, eigene Recherchen

# Herausragende Chancen für Investoren

## Zunehmende Digitalisierung

Die „neuen Senioren“ sind deutlich technikaffiner als frühere Rentnergenerationen. Zwei Drittel von ihnen nutzt regelmäßig das Internet, und zwar sowohl zur Kommunikation (86% der Internetnutzer), als auch zur Informationsbeschaffung (85%), zum Online Shopping (69%), zur digitalen Urlaubsplanung (46%) und zum Online Banking (44%). Die Vorteile insbesondere für Menschen mit eingeschränkter Mobilität liegen auf der Hand.

Lediglich bei der Nutzung sozialer Netzwerke sind Senioren in Deutschland noch sehr zurückhaltend. Dabei liegen gerade hier zusätzliche (Geschäfts-)Chancen wie z.B. die Einführung von Nachbarschafts-Facebook-Gruppen, eSports und Videokonferenzen, um ältere Menschen an den Aktivitäten jüngerer Generationen teilhaben zu lassen. Ähnliche Chancen bietet Online Bildung, die aktuell nur 3% der über 65-Jährigen nutzen. Durchschnittlich gerade einmal zwei Minuten verbringen diese pro Tag mit Lernen, und dies obwohl bewiesen ist, dass eine aktive Gehirnförderung lebensverlängernd wirkt.

Ein wesentlicher Markttreiber sind neue Angebote wie digitale Gesundheitskonsultation sowie Überwachung von Patienten und deren Wohnumfeld. Für viele ältere Menschen wird dank der Möglichkeiten der Digitalisierung die häusliche Pflege überhaupt erst möglich. e-Health-Konzepte bringen zusätzliche Wachstumspotenziale für Onlinehändler und -apotheken, Sanitätshäuser und Pflegedienste ebenso wie für Hersteller von Medizintechnik und zunehmend mit Internet und mobilen Applikationen vernetzten Alltagshilfen.

Anteil der  
über 65-Jährigen in  
DE, die ein Mobil-  
telefon besitzen:

85%

Anteil der  
über 65-Jährigen in  
DE, die das Internet  
nutzen:

67%

Anteil der  
über 65-Jährigen in  
DE, die soziale  
Netzwerke nutzen:

19%

Quellen: Statistisches Bundesamt, eigene Recherchen

## M&A-Trends

Produkte und Services für die Generation 60+ bieten hohes Potenzial für Investoren, sei es als Start-up im Segment der digitalen Angebote, als Investor im Bereich der Konsumprodukte oder als Immobilienentwickler und -investor für entsprechend Wohnformen. Nachstehende Beispiele stehen stellvertretend für die vielfältigen Möglichkeiten für Buy-and-build-Strategien.

**Gesundheit, Pflege, Wohnen:** Einen der größten Deals in 2019 schloss die Alloheim-Gruppe mit der Übernahme von Pro Talis ab. Die Pro Talis Gruppe betreibt 14 Seniorenzentren mit über 1.100 Pflegebetten, einem ambulanten Dienst, und jeweils zwei Einrichtungen für Tagespflege und Betreutes Wohnen. Mit dieser Übernahme stärkte die Alloheim Gruppe ihren zweiten Platz unter Pflegeheimbetreibern.

Ende 2018 investierte der Finanzinvestor Gimv in Medi-Markt, einem führenden Händler von Inkontinenzhilfen. Im Mai 2019 wurden ADL Anti Dekubitus Lagerungssysteme und HOZ Medi ebenfalls Teil der jetzt unter HOZ 24 firmierenden Gruppe.

**Digitalisierung und Konsum:** Der Wachstumsfinanzierer yabeo schafft in 2019 durch Fusion von Prosenio (Senioren-eCommerce) mit CommitMed (Marktführer im Versand von Pflegehilfsmitteln) den führenden Elderly-Care- und Pflege-Anbieter ProSenio-24. Dieser wird als Plattform in den strategischen Segmenten Seniorenversorgung sowie Sanitätshäuser tätig sein und die Positionierung als Produkt- und Servicepartner für Pflegedienste ausbauen.

## Why to Invest

- **Marktsektor mit viel Kapital und hoher Kaufkraft**
- **Dynamisches Marktwachstum in den kommenden Jahren, unabhängig von konjunkturellen Einflüssen**
- **Interessante Chancen im Bereich der Digitalisierung**
- **Potenzial für Konsolidierung, attraktive Targets als Plattformen für Buy-and-Build-Strategien vorhanden**
- **Gute Exit-Perspektiven**



Dr. Michael Thiele  
michael.thiele@thiele.ag



Dr. Nadine Ulrich  
nadine.ulrich@thiele.ag

## **Thiele & Associates** Beratung und Beteiligungen AG

*Member of Pandion Partners International Mergers & Acquisitions*

- **Pandion Partners International Mergers & Acquisitions:**  
Gegründet in 2000 mit dem Ziel, mittelständischen Klienten die Services einer internationalen Investmentbank anzubieten – auf Basis persönlicher Beziehungen in einem globalen Umfeld
- **Internationalität:**  
Weltweite Abdeckung aller M&A-relevanten Regionen mit aktuell 25 rechtlich selbständigen Partner-Offices
- **Fokus:**  
M&A-Beratung mit langjähriger Expertise in den Bereichen Nachfolgeregelungen, Private Equity, Distressed und Insolvenz sowie Konzerntransaktionen (sowohl Zu- als auch Verkäufe)
- **Track Record:**  
Seit 2015 haben Mitglieder von Pandion Partners 166 nationale und internationale Transaktionen mit einem Gesamtwert von 3,2 Mrd. Euro abgeschlossen

*Büro München:*  
Südliche Münchner Str. 55  
82031 Grünwald

*Büro Stuttgart:*  
Friedrichstr. 15  
70174 Stuttgart

[www.pandionpartners.com](http://www.pandionpartners.com)  
[www.thiele.ag](http://www.thiele.ag)