

Wettbewerb zeichnet seniorenfreundliche Start-ups aus

Neue Ideen für ältere Leute

Die Babyboomer kommen in die Jahre und sind kaufkräftiger als alle älteren Generationen vor ihnen. Dennoch werden sie als Zielgruppe für Innovationen noch wenig wahrgenommen. Dabei können gerade Start-up-Unternehmen mit guten Ideen von der am stärksten wachsenden Bevölkerungsgruppe profitieren. Das ist der Grundgedanke des Gründerwettbewerbs „SENovation-Award“.

Mehr als 20 Prozent der Menschen in Deutschland sind älter als 65 Jahre. Damit gehört die Bundesrepublik zu den „super-aged“ Nationen, gemeinsam mit Japan, Griechenland und Italien. Was bedeutet das? Steuert hierzulande jeder Fünfte auf Krankheit und Senilität zu? Oder bieten die vielen Älteren auch eine Chance für Wirtschaft und Gesellschaft?

„Das Alter hat immer noch ein schlechtes Image – und das im 21. Jahrhundert“, wundert sich Dr. Florian Kohlbacher, Direktor des Economist Corporate Network, North Asia. Dabei können die

über 60-Jährigen pro Kopf rund 17.700 Euro im Jahr ausgeben – bei den unter 30-Jährigen sind es nur etwa 11.500 Euro. Auch in Sachen Fitness und Mobilität stehen sie besser da als oft angenommen. Ist das vielleicht sogar der Grund dafür, dass es so wenige seniorenspezifische Innovationen gibt? „Der Seniorenmarkt ist weit entfernt von homogen“, berichtet Jessica Hohenschon, Beraterin im Care Management Team von Philips Innovation Services, „Im höheren Alter ist unsere Gesellschaft – Gott sei Dank – genauso divers wie in jüngeren Gruppen. Das scheint aber noch nicht wirklich durchgedrungen

zu sein.“ Gut aufgestellt sind die klassischen Marktsegmente Medizintechnik und Pflege. Mit dem Smart-Home-Konzept und Lösungen für ein sicheres Zuhause kommt zusätzlich Bewegung in den Seniorenmarkt. Doch auch die jüngeren und fitten Älteren bieten Marktchancen. Oft sind es nur kleine Einschränkungen wie die nachlassende Sehkraft, die den Bedarf für neue Produkte wecken. „Interessant sind vor allem Innovationen, die für alle einen Nutzen bringen, Älteren und Jüngeren. Man spricht auch von universal design oder transgenerationalen Produkten“, erklärt Kohlbacher.



„Es wird Zeit, die Bedürfnisse und Fähigkeiten von Menschen weniger an ihrem biologischen Alter festzumachen als an ihrer individuellen Situation.“

Erhard Hackler, Deutsche Seniorenliga e.V.

Gesünder als vor 30 Jahren

Zweifellos bringt der natürliche Alterungsprozess Veränderungen mit sich, die zu gesundheitlichen Einschränkungen und nachlassender Mobilität führen. So sind die über 60-Jährigen die Hauptabnehmer von Arzneimitteln, weit mehr als die Hälfte der über 65-Jährigen nimmt täglich mehrere Medikamente ein. Dennoch: Die heutige ältere Generation hat im Vergleich zu ihren Altersgenossen vor 30 Jahren im Schnitt fünf gesunde Lebensjahre hinzugewonnen und fühlt sich zwölf Jahre jünger. Ein heute 65-Jähriger hat hierzulande durchschnittlich noch rund 21 Lebensjahre vor sich. Zwar gibt es immer mehr Pflegebedürftige, weil die alten Menschen zahlreicher werden. Doch 39 Prozent der Altersgruppe der 60- bis 85-Jährigen sind nicht pflegebedürftig.

Altersarmut versus Kaufkraft

Aus wirtschaftlicher Sicht sind Senioren eine der interessantesten, vor allem aber die kaufkräftigste Kundengruppe. Die Hälfte der Menschen 65plus verfügt über ein Nettovermögen von 55.000 Euro. 69 Prozent der 65- bis 69-Jährigen fahren ein eigenes Auto, die meisten Neuwagen werden an diese Altersgruppe verkauft. 55 Prozent der Menschen über 65 haben Wohneigentum. Im Gegensatz dazu reicht bei immer mehr Senioren in Deutschland die Rente nicht aus; durchschnittlich 3 Prozent der über 65-Jährigen nehmen Grundsicherung in Anspruch. Unter diesem Aspekt ist die steigende Zahl der berufstätigen 65- bis 74-Jährigen nicht unbedingt eine gute Nachricht – viele müssen schlichtweg dazuverdienen.

Professor Dr. Cornelius Herstatt vom Institut für Technologie und Innovationsmanagement der TU Hamburg weiß, dass viele ältere

Menschen bereit sind, für hochwertige Produkte, die auf ihre Bedürfnisse und Interessen zugeschnitten sind, Geld auszuge-

ben. „Damit die Produkte und Dienstleistungen auch angenommen werden, sollten sie einem „Alterstauglichkeitscheck“ un-

terzogen werden. Das betrifft die Kernfunktionalitäten, aber auch die Präsentation. Ältere Kunden wollen gute seniorentaugliche Produkte zwar nutzen, doch sollten diese nicht als ‚Alte-Leute-Produkte‘ beworben werden.“

Gleichwohl steckt gerade in solchen Ideen großes Potenzial, die das Leben im fortgeschrittenen Alter oder bei gesundheitlichen Einschränkungen leichter machen. Der Wunsch, möglichst lange und möglichst selbstständig in der gewohnten Umgebung bleiben zu können, hat bei den meisten Senioren höchste Priorität. Sicherheit eröffnet eine Fülle von Innovationsmöglichkeiten, seien es intelligente Beleuchtungssysteme, Handy-Apps zum leichteren Management des Diabetes oder smarte Medikamentenboxen.

Trotzdem wird dieser Zukunftsmarkt noch viel zu wenig bedient. Die Initiatoren des Gründerwettbewerbs SENovation-Award, die SIGNAL IDUNA Gruppe und die Deutsche Seniorenliga, wollen dies ändern und Start-ups ermuntern, das Potenzial des vielschichtigen so genannten Silbermarktes für sich zu

SENovation-Award

Der SENovation-Award ist der erste Gründerwettbewerb in Deutschland, der sich an Start-ups richtet, die Produkte und Dienstleistungen für Ältere entwickelt haben oder entwickeln wollen.

Teilnahmeberechtigt sind alle volljährigen Bewerber, die

1. bereits ein Startup in Deutschland gegründet haben, das Angebote speziell für ältere Menschen entwickelt oder altersunabhängige Lösungen mit einer bewussten Ansprache von Älteren verbindet, und das am Ende der Bewerbungsphase maximal seit zwei Jahren besteht.
2. ein schlüssiges Konzept für ein altersgerechtes Produkt oder einen Service einreichen, aber noch keine Firma gegründet haben.

Eine Expertenjury wählt aus jeder der beiden Kategorien 3 Gründer/-teams aus, die ihr bestehendes oder geplantes Konzept kurz vorstellen. Im Anschluss entscheidet die Jury über die/den Gewinner in jeder Kategorie. Die beiden Gewinner erhalten jeweils einen Geldpreis in Höhe von 5000 Euro sowie individuelle Coaching-Maßnahmen. Der Bewerbungsphase endet am 30. Juni 2018.

Weitere Informationen: www.senovation-award.de

entdecken. „Wir möchten mit dem SENovation-Award ein gründungsfreundliches Klima in der Zielgruppe Senioren etablieren“, erklärt Erhard Hackler von der Deutschen Seniorenliga. Der Wettbewerb richtet sich an junge, maximal zwei Jahre alte Start-ups, die Angebote speziell für ältere Menschen entwickelt

haben oder Ältere gezielt mit einer generationenübergreifenden Lösung ansprechen. Auch Unternehmen in der Gründungsphase können sich mit einem schlüssigen Konzept bewerben.

Ausführliche Informationen zum Wettbewerb finden Sie im Internet: www.senovation-award.de



Viele Startups überzeugen mit gut durchdachten Konzepten und bringen echte Innovationen auf den Markt. Doch sie tun sich in der Regel leichter damit, Produkte und Dienstleistungen für ihresgleichen zu entwickeln als für ältere Menschen. Jetzt gilt es, die beiden Bereiche zusammenzubringen. Und genau das tut der SENovation-Award: Er zeichnet kreative Köpfe aus, die kluge Konzepte für eine älter werdende Gesellschaft erarbeiten. Komfort schafft Sicherheit und zwar für jede Generation und ohne stigmatisierenden Stempel. Ich begrüße diesen Wettbewerb und wünsche mir in diesem Sinne viele spannende Konzepte, die älteren Menschen ein selbstbestimmtes Leben ermöglichen und erleichtern.

Prof. Dr. Andreas Pinkwart, Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen