

Wachsender Präventionsmarkt

# Longevity – Chancen für Patienten und Apotheken



Foto: Daniel/AdobeStock

Prävention gewinnt seit Jahren deutlich an Bedeutung – nicht zuletzt vor dem Hintergrund des Kostendrucks. Politische Initiativen zur Stärkung gesundheitsfördernder Maßnahmen, eine alternde Bevölkerung sowie ein steigendes Gesundheitsbewusstsein führen dazu, dass Patientinnen und Patienten zunehmend versuchen, ihre Gesundheit langfristig zu erhalten bzw. länger und gesünder zu leben – jenseits der klassischen Akutversorgung. In diesem Kontext rückt auch der Begriff „Longevity“ zunehmend in den Fokus. Gemeint ist dabei nicht ein kurzfristiger Anti-Aging-Trend, sondern ein präventiver Ansatz mit dem Ziel, Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Lebensqualität möglichst lange zu erhalten.

Dieser Trend beschreibt somit ein ganzheitliches Präventionskonzept, das biologische, metabolische und lebensstilbezogene Faktoren miteinander verbindet. Im Mittelpunkt stehen Themen wie Zellgesundheit, Stoffwechselregulation, Entzündungsprozesse, Stressmanagement, Schlafqualität und Regeneration.

## Der Weg zu einer „Langlebigkeits-Apotheke“

Für die Apotheke ist Longevity dabei kein grundsätzlich neues Fachgebiet, sondern vielmehr eine neue Klammer über bereits etablierte Beratungsfelder. Der Ansatz, die gesunde Lebensspanne durch präventive Maßnahmen, frühzeitige Diagnostik und personalisierte medizinische Interventionen zu verlängern, Mikronährstoffe, Vitamine und Spurenelemente, Darmgesundheit, Schlafunterstützung oder antioxidative Strategien gehören seit Langem zum apothekerlichen Beratungsalltag. Der Langlebigkeits-Ansatz bietet die Möglichkeit, diese Themen systematischer und langfristiger zu denken und zu erklären. Vor diesem Hintergrund kann man von der Idee einer „Longevity Pharmacy“ sprechen: einer Apotheke, die gesunde Langlebigkeit als Teil einer Primärprävention nicht punktuell, sondern strukturiert und qualitätsgesichert in Beratung, Sortiment und Teamkompetenz integriert. Voraussetzung dafür ist eine klare fachliche Positionierung.

## Marktdaten und Konsumententrends

Ergebnisse des ersten deutschen Marktreports *Longevity 2025+* zeigen, dass sich bereits ein großer Teil der Bevölkerung aktiv mit präventiven Gesundheitsstrategien beschäftigt. Dazu wurden über 1.000 Konsumenten in Deutschland mit einem repräsentativen Online-Panel im Zeitraum Juni bis Juli 2025 befragt. Viele der Teilnehmerinnen und Teilnehmer geben an, regelmäßig Maßnahmen zur langfristigen Gesunderhaltung zu ergreifen, oder planen, dies zu tun (s. Abb. 1).

Besonders relevant für die Apotheken: Ein signifikanter Anteil der Befragten äußert den Wunsch nach persönlicher, qualifizierter Beratung – insbesondere bei Themen wie Mikronährstoffen, Dosierungen, Wechselwirkungen und der Einordnung widersprüchlicher Informationen. Die Apo-

theke wird dabei als besonders vertrauenswürdiger Ort wahrgenommen. Anders als Online-Shops oder soziale Medien beraten in Apotheken Fachkräfte mit naturwissenschaftlichem Hintergrund, um Ursache und Wirkung, Nutzen und Risiko verschiedener Maßnahmen zu bewerten und in einfach verständliche Sprache zu übersetzen. Diese Ergebnisse unterstreichen, dass der Ansatz, ein hohes Lebensalter bei möglichst guter Gesundheit zu erreichen, weniger ein Produkt- oder ein neues Sortimentsthema als vielmehr ein Beratungsmarkt oder eine Beratungsaufgabe ist – mit klarer Anschlussfähigkeit an pharmazeutische Kernkompetenzen.

## Fokus auf Prävention als Beratungsrahmen

Apotheken können dort punkten, wo Orientierung, Einordnung und Sicherheit gefragt sind – etwa bei der Bewertung von Wirkversprechen, bei möglichen Interaktionen oder bei der realistischen Einschätzung präventiver Maßnahmen. Gerade im Bereich neu beworbener Substanzen wie beispielsweise Spermidin, Astaxanthin oder pflanzlichen Wirkstoffen mit adaptogener Wirkung wie Ashwagandha ist eine fundierte Einordnung entscheidend. Geeignete Tests und Messwerte können in bestimmten Fällen zur Verlaufskontrolle beitragen. Dabei geht es nicht um experimentelle Selbstoptimierung, sondern um die fachlich begleitete Bewertung von Maßnahmen im Rahmen klarer Grenzen der Selbstmedikation. Screening-Parameter und labordiagnostische Werte sollten differenziert betrachtet und bei Auffälligkeiten ärztlich abgeklärt werden. Nicht nur typische Beratungsanlässe wie Müdigkeit, Schlafstörungen, Stressbelastung, nachlassende Leistungsfähigkeit oder Regenerationsprobleme lassen sich von den Apothekenteams sinnvoll in einen präventiven Kontext einordnen. Longevity kann so zu einem wiederkehrenden Gesprächsanlass werden, der über eine einzelne Beratung oder den Einzelverkauf hinausgeht.

## Qualifizierung und neue Rollen für Apothekerinnen und PTA

Eine glaubwürdige Positionierung im Bereich Longevity setzt fundierte fachliche Kompetenz voraus. Neben Kenntnissen zu biochemischen Abläufen, Mikronährstoffen, Bioverfügbarkeit, Dosierungen und Wechselwirkungen gewinnt insbesondere die strukturierte Beratungskom-

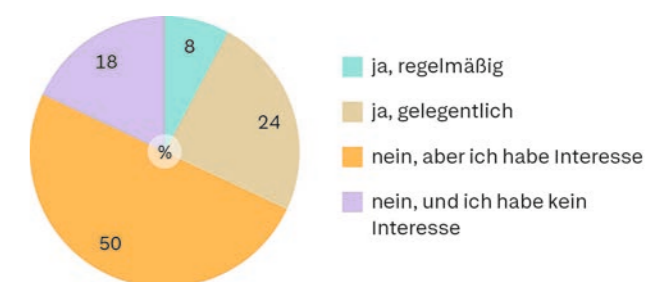


Abb. 1: Haben Sie bereits ein Longevity-Produkt verwendet? [Longevity-Marktreport 2025+ (n = 1.029)]



- Stress und Resilienz (z.B. B-Vitamine, Omega-3-Fettsäuren, Adaptogene),
- Regeneration und Leistungsfähigkeit (Eisen [nach Abklärung], Coenzym Q<sub>10</sub>, Kreatin)
- Zellschutz und gesundes Altern (Vitamin D, Omega-3-Fettsäuren, Polyphenole, Astaxanthin, Spermidin).

Die Auswahl erfolgt im Apothekenteam anhand definierter Kriterien zu Evidenz, Sicherheit und Zielgruppe und unter Berücksichtigung eines Beratungsleitfadens. Innerhalb dieser Cluster werden keine Einzelprodukte beworben, sondern Produktgruppen anhand klarer Kriterien ausgewählt:

- nachvollziehbare Wirkmechanismen
- vorhandene Human-Daten (auch wenn begrenzt)
- regulatorische Einordnung (EU-Health-Claims)
- Interaktionspotenzial
- Eignung für definierte Zielgruppen

So entsteht ein Beratungsrahmen, der Orientierung bietet – für Kundinnen und Kunden ebenso wie für das Team.

#### Kompakter interner Beratungsleitfaden

Ein interner Leitfaden kann sich an folgenden Kernfragen orientieren:

- Welcher plausible Wirkmechanismus wird beschrieben oder ist denkbar? (biochemische Einordnung, Stoffklasse, Metabolisierung)
- Welche Evidenz liegt vor? (Humanstudien? Beobachtungsdaten? In-vitro-/Tiermodelle? Anzahl?)
- Welche Dosierungen sind sinnvoll und sicher? (Health-Claim-Verordnung, Empfehlungen des Bundesinstituts für Risikobewertung)
- Welche Risiken oder Interaktionen sind bekannt?
- Sind geeignete Parameter zur Verlaufskontrolle verfügbar?
- Ist die galenische Form plausibel? (Bioverfügbarkeit, Lipophilie, Stabilität usw.)

Dieser strukturierte Ansatz verhindert sowohl Übertreibungen als auch vorschnelle Ablehnung.

petenz sowie die Unterstützung bei individueller Entscheidungsfindung an Bedeutung. Gerade hier eröffnen sich neue Aufgaben und Rollen im Apothekenteam – für die naturwissenschaftlich ausgebildeten Apothekerinnen und Apotheker und insbesondere für PTA. Durch gezielte Fortbildungen können sie als spezialisierte Ansprechpartnerinnen und -partner für präventive Fragestellungen fungieren, etwa zu Schlaf, Stress, Mikronährstoffen oder Regeneration und bei der Auswahl geeigneter qualitativ hochwertiger Produkte unterstützen. Dieser Schwerpunkt in der Beratung wird damit auch zu einem neuen Identifikations- und Entwicklungsfeld für Mitarbeitende. In Zeiten von Fachkräftemangel und hoher Fluktuation kann dies einen wichtigen Beitrag zur Mitarbeiterbindung leisten: durch inhaltliche Aufwertung der Tätigkeit, klar definierte Verantwortungsbereiche und sichtbare Qualifikationspfade innerhalb der Apotheke werden Arbeitsplätze individueller und attraktiver und tragen auch zur Steigerung des wirtschaftlichen Erfolgs unabhängig von Honorar- und Verhandlungsfragen bei.

#### Praxis: Wie Apotheken starten können

Der Einstieg in das Thema Longevity muss nicht komplex sein. Eine sinnvolle Strukturierung kann über funktionale Cluster erfolgen, zum Beispiel in dieser Art:

- Schlaf und Regeneration (z.B. Magnesium, Melatonin, pflanzliche Sedativa)

Tab.: Screening- und Laborparameter zur strukturierten Präventionsberatung. POCT: Point-of-Care-Tests

Parameter	Setting	Aussagekraft	Eignung im Longevity-Kontext
Blutdruck	Apotheke	gut validierter Risikomarker	Basis-Screening
HbA <sub>1c</sub>	POCT/Labor	langfristige Glucosebelastung	metabolische Prävention
Lipidprofil	POCT/Labor	kardiovaskuläres Risiko	Risikostratifizierung
hs-CRP	Labor	niedriggradige Entzündung	„Inflammaging“-Marker
Vitamin D (25-OH)	Labor	gut etabliert	gezielte Supplementierung
Ferritin	Labor	Eisen-Status	bei Erschöpfung
Leber-/Nierenwerte	Labor	Sicherheitsparameter	bei Supplement-Einnahme

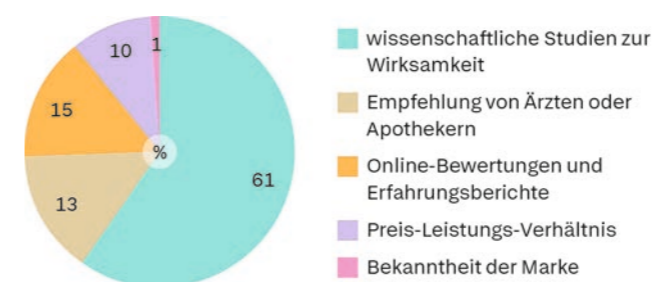


Abb. 2: Welche Faktoren beeinflussen Ihre Kaufentscheidung am meisten? (n = 1.029) [Longevity-Marktreport 2025+]

#### Geeignete Tests und Messmethoden für Bioparameter

Zur Einordnung präventiver Maßnahmen können – abhängig von Zielsetzung und Setting – unterschiedliche Parameter sinnvoll sein. Wichtig ist die Unterscheidung zwischen niedrigschwelligen Screenings und ärztlich/laborgestützter Diagnostik. Die Tabelle zeigt Screening- und Laborparameter zur strukturierten Präventionsberatung. Point-of-Care-Tests (POCT) eignen sich für Screening und eine Verlaufskontrolle, ersetzen jedoch keine labormedizinische Diagnostik. Bei quantitativer Fragestellung sind validierte Labortests mit definierter Sensitivität und Spezifität vorzuziehen.

#### Risiken und Grenzen

Bei aller Chance birgt das Thema Longevity natürlich auch Risiken. Überzogene Gesundheitsversprechen, unkritische Produktkombinationen oder das Ignorieren möglicher Wechselwirkungen können nicht nur die Glaubwürdigkeit des Themas an sich, sondern auch der Apotheke gefährden. Dies trifft umso mehr zu, als es – wie bei vielen Präventionsthemen – wenig hochwertige Evidenz gibt. Gerade vor diesem Hintergrund ist bemerkenswert, dass Verbraucherinnen und Verbraucher genau dies einfordern: Wissenschaftliche Substanz ist für sie mit Abstand das entscheidende Kriterium, wenn es um Longevity geht (Abb. 2). Wo könnten sie diese besser finden als in der Apotheke? Umso wichtiger ist es einmal mehr, gerade auch bei Beschwerden die Grenzen der Selbstmedikation oder -prävention klar zu kommunizieren und bei Bedarf auch zur ärztlichen Abklärung aufzufordern. Eine bewusste Abgrenzung gegenüber vereinfachenden oder kommerziell geprägten Influencer-Narrativen ist dringend notwendig, um die Prävention mithilfe pharmazeutischer Kompetenz sichtbar und erfolgversprechend zu machen und damit auch auf naturwissenschaftlichen Boden zu stellen.

#### „Longevity Pharmacy“ als Zukunftsmodell für Apotheken

Das Bestreben, ein hohes Lebensalter bei möglichst guter Gesundheit zu erreichen, ist kein kurzfristiger Trend, sondern Ausdruck eines veränderten Gesundheitsverständnisses. Für Apotheken eröffnet sich die Chance, ihre präventive

Beratungskompetenz auf der Basis ihrer naturwissenschaftlichen Fachkenntnisse weiter auszubauen und so das Thema speziell um pharmazeutische Aspekte zu ergänzen – fachlich fundiert, qualitativ gesichert und teamorientiert. Als „Longevity Pharmacy“ kann die Apotheke der Zukunft nicht nur neue Kundenerwartungen adressieren, sondern auch attraktive Entwicklungs- und Identifikationsmöglichkeiten für ihre Mitarbeitenden schaffen. Damit wird ein Engagement in diesem Bereich zu einem strategischen Ansatz, der Beratung, Teamentwicklung und Positionierung der Apotheke gleichermaßen stärkt und damit auch zum wirtschaftlichen Erfolg beiträgt. Dies kann jedoch nur gelingen, wenn die Apothekerinnen und Apotheker diesen Trend sowie die Sinnhaftigkeit pharmazeutischer Beratung erkennen und ihn nicht als rein experimentell und unwissenschaftlich abtun. Es wäre bedauerlich, wenn pharmazeutische Expertise bei diesem Präventionsthema nicht aktiv eingebracht würde. •

#### Literatur

Ahlf S. Longevity Marktreport 2025+ – Verbraucherperspektiven: Wie Prävention, personalisierte Medizin & Digitalisierung die Gesundheitsbranche transformieren, Stand: August 2025, <https://common.de/longevity>



Dr. Kerstin Kemnitz, Apothekerin, Lehrbeauftragte, Referentin und Fachautorin, Präsidentin der Apothekerkammer Berlin von 2019 bis 2024



Stephan Ahlf ist Kommunikationsberater mit Schwerpunkt Gesundheitswesen, Pharma und Prävention sowie Herausgeber des Longevity-Marktreports 2025+ – Verbraucherperspektiven. [daz@deutscher-apotheker-verlag.de](mailto:daz@deutscher-apotheker-verlag.de)

