

Trust the BoomX

Kommunikations-Kompass für die demografische Transformation

Longevity
Lab Edelman

Zusammenfassung

Die Gesellschaft altert. Mit diesem fundamentalen Wandel verschieben sich auch Märkte, Stakeholder-Erwartungen und Anforderungen an Führungskräfte. Über zwei Milliarden Menschen weltweit sind heute über 55 Jahre alt. Diese „BoomX“ Generation, also die Gruppe der Erwachsenen zwischen 55 und 75 Jahren, ist konsumstark, meinungsbildend, technologieoffen und verfügt über große Gestaltungs- und Innovationskraft. Gleichzeitig bröckelt in unserer Gesellschaft der Generationenvertrag. Zwischen Jung und Alt wachsen Misstrauen, Unsicherheit und zunehmend auch Diskrepanzen in den gegenseitigen Erwartungen. Für Unternehmen und Kommunikationsverantwortliche ergeben sich daraus neue Herausforderungen: Wer in einer altersdiversen Welt zukunftsfähig bleiben will, muss Vertrauen über Generationen hinweg aufbauen.

Longevity ist mehr als ein Lifestyle-Trend. In einer Gesellschaft des langen Lebens entstehen neue Dynamiken zwischen den Generationen. Dieses Whitepaper zeigt, wie Kommunikationsverantwortliche den demografischen Wandel als strategische Chance nutzen können, um Vertrauen in Marken und Unternehmen über Generationen hinweg zu vertiefen und Transformationsprozesse menschlich, nachhaltig und relevant zu gestalten.

01 / Der demografische Imperativ

Warum Longevity auch die Unternehmenskommunikation neu definiert

Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Der demografische Wandel ist längst kein Zukunftsszenario mehr, sondern gegenwärtige Realität, die alle Bereiche der Marken- und Unternehmenskommunikation durchdringt. Über zwei Milliarden Menschen weltweit sind heute über 55 Jahre alt. Bis 2050 wird jeder dritte Mensch in Deutschland über 65 sein. Sie sind kaufkräftig, meinungsstark, einflussreich und digital souverän. Diese Entwicklung wirkt sich direkt auf das Konsumverhalten, Stakeholder-Erwartungen, Mitarbeiterbindung und damit einhergehend auf die gesellschaftliche Rolle und Verantwortung von Unternehmen aus.

Drei zentrale Effekte für Unternehmen

Mit Blick auf den **Fachkräftemangel** werden generationenübergreifende Ansätze für Employer Brands, interne Kommunikation und Unternehmenskulturen essenziell. Erfahrungswissen ist auch und vielleicht erst recht im Zeitalter der Digitalisierung und AI-Transformation eine wertvolle Ressource für Unternehmen. Durch den demografischen Wandel ergibt sich zudem ein **Customer Silver Shift**. Das heißt, Marken, die nur auf junge Zielgruppen ausgerichtet sind, verlieren an Relevanz und Reichweite. Nicht zuletzt zeichnet sich eine zunehmende **Stakeholder-Komplexität** ab: Entscheider:innen in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft sind altersdivers. Sie denken und agieren auf der Basis unterschiedlicher Erfahrungen, Einstellungen und Prioritäten. Eine erfolgreiche strategische Unternehmenskommunikation muss das abbilden.

Die Longevity-Gesellschaft in Zahlen:

2 Milliarden

Menschen über 55 Jahre (global)

Jeder 3.

Mensch in Deutschland über 65 bis 2050

Rund 50 %

der weltweiten Konsumausgaben von Generation 55+

4 bis 5

Generationen arbeiten gleichzeitig in Unternehmen

02 / Mythen vs. Realität

Die Superkräfte der BoomX-Generation



Über Jahre hinweg haben Stereotype das Bild der älteren Generation geprägt: technikfern, veränderungsresistent, rückwärtsgewandt. Aktuelle Daten aus dem Edelman Trust Barometer und dem Edelman Longevity Lab zeichnen ein völlig anderes Bild: eine technologieaffine, veränderungsbereite und einflussreiche Generation mit enormem Potenzial für eine zielgruppenrelevante Kommunikation.

Fünf zentrale Mythen vs. Realität

Mythos	Realität	Kommunikationsimplikation
Technikfern	83 % besitzen Smartphones, 26 % sind Gamer, sie nutzen AI-Tools	Digitale Kanäle strategisch ausschöpfen
Scheuen Veränderungen	59 % wollen am Arbeitsplatz etwas bewegen	Change-Kommunikation gezielt ausrichten
Ignorieren den Klimawandel	70 % sind bereit zu drastischen Veränderungen im Lebensstil	Strategien für ESG-Kommunikation und Investor Relations überdenken
Freuen sich alle auf Rente	Viele wollen aktiv bleiben, neue Rollen übernehmen	Lebenslanges Lernen kommunikativ begleiten
Rückwärtsgewandt	55 % glauben, ihre besten Jahre liegen vor ihnen	Zukunftsorientierte Narrative entwickeln

Die kommunikativen Superkräfte der BoomX Generation

In der Unternehmenskommunikation sind es vor allem folgende drei Attribute der älteren Generation, die oft unterschätzt werden:

Stabilitätsfaktor

Lebenserfahrung und eine relative ökonomische Sicherheit verleihen der BoomX Generation eine solide Krisenresilienz. Sie wird zu einem wichtigen Stabilitätsfaktor – in der Gesellschaft wie im Unternehmen.

Vertrauensanker

Lebenserfahrung und Gelassenheit machen die BoomX Generation auch zu wichtigen Vertrauensankern in Teams. Bis zu 48 % der Mitarbeitenden in Unternehmen vertrauen ihren Kolleg:innen (darunter vielen Älteren) mehr als dem/der CEO. Die Stimme der "Trusted Peers" und ihre Stimmung zählen besonders in Transformationsprozessen, die mit Verunsicherungen für Mitarbeitende und kulturellem Wandel verbunden sind.

Einfluss

Die BoomX Generation ist nicht nur wirtschaftlich stark (sie tätigt rund 50 % der weltweiten Konsumausgaben), Menschen der BoomX Generation prägen als Entscheider:innen, Meinungsbildner:innen, Berater:innen und in anderen einflussreichen Positionen auch unsere Gesellschaft in Politik, Wirtschaft und Kultur.

03 / Longevity Blind Spots

Warum Transformationsprozesse scheitern können

Trotz eindeutiger Datenlage und demografischer Realität übersehen viele Unternehmen die BoomX Generation vor allem in ihren Transformationsprozessen. Drei zentrale Wahrnehmungsverzerrungen spielen dabei eine Rolle: die Fixierung auf „Digital Natives“, die Annahme begrenzter Veränderungsbereitschaft und das unterschätzte Potenzial altersdiverser Teams.

Die drei Longevity Blind Spots in Transformationsprozessen

Digital-First Bias

Unternehmen fokussieren sich auf „Digital Natives“, obwohl die BoomX Generation sehr wohl technikaffin ist.

Mythos der Veränderungs-Resistenz

Die Annahme, ältere Mitarbeitende seien nicht wandlungsbereit, verhindert die Einbindung.

Unterschätzter Vorteil Team-Diversität

Bis zu 85 % der Arbeitnehmer:innen halten altersdiverse Teams für kreativer und resilienter.

Die Gleichzeitigkeit von vier bis fünf Generationen im Arbeitskontext stellt Kommunikationsverantwortliche vor neue Herausforderungen. Unterschiedliche Kommunikationsstile, Wertevorstellungen und Erwartungen treffen aufeinander. Die Lösung liegt im systematischen Aufbau von Generationenkompetenz bei Führungskräften und Mitarbeitenden. Transformation muss alle Altersgruppen mitdenken, ihre spezifischen Stärken nutzen und Kommunikationsstrategien entsprechend ausrichten. Kollaborative Workshops mit Vertreter:innen unterschiedlicher Generationen, Reverse Mentoring Programme, in denen Mitarbeitende verschiedener Generationen sich gegenseitig unterstützen und CSR-Programme, die innen wie außen einen konstruktiven Dialog der Generationen über Zukunftsfragen fördern, sind wichtige Bausteine einer generationengerechten Kommunikationsstrategie. Nur so entstehen resiliente, zukunftsfähige Organisationen.

04 / Der neue Generationenvertrag

Brücken bauen mit Kommunikation

Im ungeschriebenen aber viel zitierten Generationenvertrag geht es um sehr viel mehr als die soziale Absicherung der Rentnergeneration durch die aktuell erwerbstätigen Kohorten. Es geht um ein grundsätzliches Verständnis wie unsere Gesellschaft mit Blick auf die Zukunft gestaltet wird, so dass alle Generationen darin gut leben können. Die zentrale Grundlage dieses ungeschriebenen Vertrages ist das Vertrauen, dass jede Generation verantwortungsvoll das Richtige tut, um die Zukunft auch für die folgende Generation abzusichern. Dieses Vertrauen kann nicht nur durch Rentenformeln und Parteiprogramme entstehen. Es entsteht durch gemeinsames Handeln und Gestalten der Gegenwart, und es entsteht auch tagtäglich in Unternehmen - im gemeinsamen Arbeiten, Produzieren, Managen und Schaffen von Wert und Wachstum. Der Generationenvertrag wird auch in Unternehmen geschmiedet. Er ist eine wichtige Purpose-Dimension, die in der Unternehmenskommunikation vieler Unternehmen bislang eine Rolle spielt. Hier bietet sich gerade in Zeiten des Wandels ein wichtiger Ansatzpunkt, um für Mitarbeitende, Shareholder, Kunden und weitere Stakeholder durch Dialog, Generationenkompetenz und Thought Leadership Relevanz und Vertrauen zu schaffen.

Die Formel für Zukunftsfähigkeit und ein gelingendes Miteinander der Generationen in Unternehmen lautet:

Generationenkompetenz+Dialogfähigkeit=Corporate Future Literacy

Erstaunliche Ähnlichkeiten in Werten und Erfahrungen

68 % der BoomX Generation und 69 % der Gen Z sorgen sich um die Zukunft. Beide Generationen teilen Werte wie Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit. Das zeigt: Zwischen den Generationen bestehen nicht nur Unterschiede, sondern auch geteilte Haltungen. Das Potenzial generationenübergreifender Kommunikation liegt darin, diese Gemeinsamkeiten sichtbar zu machen und als verbindendes Narrativ zu nutzen. Wenn Kommunikation es schafft, Ältere und Jüngere in einem gemeinsamen Zukunftsnarrativ zu vereinen, entsteht Vertrauen – nach innen wie außen.



Generationenkompetenz

bedeutet die Fähigkeit, Erwartungen und Stärken von vier bis fünf Generationen im Unternehmen zu verstehen und kommunikativ einzubinden.

Dialogfähigkeit

erfordert den Mut, über Altersgrenzen hinweg zuzuhören, Spannungen zu moderieren und gemeinsame Narrative zu schaffen.

Corporate Future Literacy

ist die resultierende Kompetenz, Unternehmen zukunftsfähig zu machen, indem Kommunikation Vertrauen über Generationen hinweg verankert.

05 / Longevity als strategisches Kommunikationsfeld



Longevity-Kommunikation geht weit über Zielgruppen-Marketing hinaus. Sie durchdringt alle Bereiche der strategischen Unternehmenskommunikation und wird zum Differenzierungsfaktor für zukunftsfähige Organisationen. Führungskräfte benötigen heute Generationenkompetenz als Schlüsselqualifikation, denn die Mehrheit der Mitarbeitenden (72%) vertrauen Führungskräften eher, wenn diese generationenübergreifend kommunizieren.

Vier Handlungsfelder für Kommunikator:innen in Unternehmen

Employee Engagement & Experience

- Generationengerechte EVPs entwickeln
- Interne Kommunikationsformate diversifizieren
- Führungskommunikation für alle Altersgruppen optimieren

Corporate Citizenship & Social Responsibility

- Age-Diversity in ESG-Strategien integrieren
- Ageism als gesellschaftliches Thema adressieren
- Intergenerationale CSR-Programme entwickeln

Stakeholder Relations

- Altersinklusive Bildsprache und Tonalität etablieren
- Multi-Channel-Strategien für alle Generationen
- Crisis Communication generationensensibel gestalten

Schulterschluss mit dem Marketing

- Entwicklung generationenbewusster Markenpositionierungen
- Enge Verzahnung von Purpose-, Marken- und Produktkommunikation
- Gemeinsames Monitoring altersdifferenzierter Wirkungsdaten

Vertrauen gewinnt, wer die BoomX Generation versteht

Longevity ist mehr als ein Lifestyle-Trend und Ausdruck des demografischen Wandels. Es ist ein strategischer Hebel für Relevanz, Reputation und Resilienz. Die BoomX Generation ist technologieaffin, veränderungsbereit und gesellschaftlich einflussreich. Wer diese Generation kommunikativ ignoriert, riskiert nicht nur Marktanteile, sondern Glaubwürdigkeit. Wer sie versteht, gewinnt eine der wertvollsten Ressourcen der Gegenwart: generationenübergreifendes Vertrauen.

06 / Longevity-Readiness-Check

Strategische Standortbestimmung



Die demografische Transformation erfordert eine systematische Neuausrichtung der Kommunikationsstrategie. Dieser Readiness-Check hilft Kommunikationsverantwortlichen, ihre Strategie zu überprüfen:

Strategisches Assessment:

- **Brand Audit:**
Spiegelt die Kommunikation demografische Realitäten wider?
- **Channel Mapping:**
Werden alle Generationen in ihren präferierten Medien erreicht?
- **Message Architecture:**
Funktionieren Kernbotschaften generationenübergreifend?
- **Visual Language:**
Zeigt die Bildsprache authentische Altersdiversität?
- **Leadership Communication:**
Verfügen Führungskräfte über Generationenkompetenz?

Operational Excellence:

- **Employee Value Proposition:**
Spricht das EVP 25-Jährige und 65-Jährige gleichermaßen an?
- **Content Strategy:**
Sind Inhalte und Formate generationsübergreifend attraktiv?
- **Crisis Preparedness:**
Gerüstet für generationenbedingte Konflikte?
- **ESG Integration:**
Ist Anti-Ageism Teil der Diversity-Strategie?
- **Measurement:**
Wird Kommunikationserfolg generationenspezifisch getrackt?

Innovationsfelder:

- **Intergenerational Mentoring:**
Sind bidirektionale Lernformate etabliert?
- **Age-Tech Integration:**
Werden technologische Lösungen generationengerecht kommuniziert?
- **Purpose Alignment:**
Schaffen gemeinsame Ziele generationenübergreifende Verbundenheit?

Wo steht Ihre Organisation beim Thema Longevity?

Viele Unternehmen stehen vor der Herausforderung, die demografische Realität strategisch in ihre Kommunikation zu integrieren. Wir laden Sie gerne zu einer Inspirations-Session ein, in der wir gemeinsam erste Impulse diskutieren, Potenziale identifizieren und Handlungsmöglichkeiten aufzeigen.

Über Edelman Longevity Lab



Das **Edelman Longevity Lab**, das 2024 ins Leben gerufen wurde, ist ein globales Forschungs- und Beratungszentrum, das sich der Longevity Generation – der BoomX-Kohorte, Erwachsene im Alter von 55 bis 75 Jahren – widmet, die zunehmend kulturelle, soziale und wirtschaftliche Trends prägt. Das Edelman Longevity Lab ist aus Expertise von Edelman in der Vertrauensbildung entstanden und ergänzt das erfolgreiche Edelman Gen Z Lab. Es erforscht die Langlebigkeit als generationelle Kraft für den Wandel.

Durch eigene Forschung und strategische Partnerschaften – darunter eine wichtige Zusammenarbeit mit dem britischen National Innovation Centre for Ageing (NICA) – unterstützt das Longevity Lab Marken und Organisationen dabei, authentisch mit der Zielgruppe der über 55-Jährigen in Kontakt zu treten, eine integrativere Kultur zu fördern und altersbedingte Stereotypen zu bekämpfen. Das Edelman Longevity Lab bietet Einblicke und Ansätze, die dazu beitragen, die Erfahrung und den Einfluss dieser Generation erfolgreich für neue Konzepte für Kommunikation und generationenübergreifende Innovationen zu erschließen.

2024 ins Leben gerufen

BoomX-Kohorte

Erwachsene im Alter von 55 bis 75 Jahren

Weitere Informationen

www.edelman.de/portfolio/longevity-lab



Wir freuen uns auf den Austausch.

Bärbel Hestert-Vecoli
Managing Director Corporate Affairs

baerbel.hestert-vecoli@edelman.com
LinkedIn



www.edelman.com/de/de



Quellen:

Edelman Trust Barometer 2025
Edelman Brand Trust Special Report: From We to Me (2025)
Edelman Trust Barometer 2024
Edelman Trust at Work Special Report 2024
Edelman Trust at Work Special Report 2023
Edelman Trust and Climate Change Special Report 2023
Real Resilience. Bridging the Generation Gap in the Workplace. 2023
World Population Prospects 2024, United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division
National Poll on Healthy Aging (NPHA), University of Michigan Institute for Healthcare Policy and Innovation (with AARP and Michigan Medicine)