ÖKO INVEST
INVESTMENT MIT VERANTWORTUNG & ERFOLG.

Inhalt **Seite**

* **Longevity**, Vorschau **2-4**
* Beteiligungen **ADEV Ökowärme AG** 4
* **Shandong Hi-Speed New Energy neu im PPVX** 5
* Update 5-7, 10
* Indices **nx-25 / PPVX** 7
* Öko-Depot, Dispositionen 8/9
* Medienspiegel, Impressum 10/11

Auszug aus dem Öko-Invest-Börsenbrief Ausgabe Nr. 792/26 vom 9.11.2026 mit freundlicher Genehmigung des Verlags max.deml@oeko-invest.net

Nr. 792/26
36. Jahrgang, Nr. 15
Montag, 9. November 2026

Land	Unternehmen/Fonds
S	AcadeMedia AB
CH	ADEV Ökowärme AG
USA	Amalgamated Financial
USA	Anthropic (IPO)
CH	Avea Life AG
CH	Ayun AG
MT	Binance
A	Biocannovea GmbH i.L.
A	BIOGENA Good Vibes AG
DK	Demant A/S
USA	Encompass Health
D	init SE
USA	Intel
A	Lenzing AG
CH	Longevity Investors AG
CN	Shandong Hi-Speed New Energy
J	Shimano
USA	Somnigroup International
USA	Sprouts Farmers Market
USA	The Vita Coco Company
N	Tomra Systems
D	Turn Around Aging gGmbH

P.b.b. Nr. 356260W93E
Verlagspostamt A-1130 Wien

Liebe Leserinnen und Leser,



Foto: Wessel Management GmbH

Longevity: Der Hype ist vorbei. Gut so! Wer heute auf einer Abendeinladung seinen Schlafscore vorträgt, bekommt mehr Aufmerksamkeit als der Gastgeber für seinen Wein. In bestimmten Kreisen ist Longevity Gesprächsthema Nummer eins. Manche können es nicht mehr hören. Ich verstehe das. Und halte es trotzdem für das wichtigste Gesundheitsthema dieses Jahrzehnts. Nur anders, als es verkauft wird.

Denn es geht nicht um 120 Lebensjahre. Es geht um die **Jahre, die wir gesund verbringen**. Im EU-Durchschnitt liegen zwischen Lebenserwartung (gut 81 Jahre) und gesunder Lebenserwartung (63 Jahre) laut Eurostat rund 18 Jahre. Achtzehn Jahre, die wir im Schnitt mit Einschränkungen im Alltag verbringen: Medikamentenplan, Wartezimmer, Verzicht. Wer diese Lücke verkleinert, hat mehr erreicht als jeder Verjüngungsguru.

Was nachweislich hilft, ist ernüchternd unspektakulär: Bewegung, Ernährung, Schlaf, soziale Bindungen, Vorsorge. Was spektakulär vermarktet wird, hilft meist vor allem dem Verkäufer. Dazwischen liegt oft ein Jahrzehnt klinischer Forschung, das in keiner Werbebroschüre vorkommt.

Das eigentliche Problem ist nicht die Wissenschaft, sondern das System. Nur rund drei Prozent der Gesundheitsausgaben in den OECD-Ländern fliessen in Prävention. Mit den übrigen 97 Prozent reparieren wir. Vieles davon wäre vermeidbar gewesen. Wer das ändern will, braucht mehr als die nächste Pille: Versicherer, Arbeitgeber und Ärzte, die am gesunden Menschen verdienen. Die Forschung liefert das Wissen. Ob daraus gesunde Jahre werden, entscheiden die Anreize.

Und hier wird es für Anleger interessant. Nicht bei der Anti-Aging-Kapsel mit Podcast-Werbung, sondern dort, wo **Gesundheit** zum Geschäftsmodell wird: **Diagnostik**, die Risiken Jahre früher erkennt. **Versicherungen**, die Prävention belohnen statt Schäden zu regulieren. **Pflege** und **Wohnen** für Menschen, die mit 80 noch Pläne haben. Wer Nachhaltigkeit nicht nur ökologisch versteht, findet hier vielleicht das grösste soziale Thema der nächsten zwanzig Jahre. Drei Fragen trennen Substanz von Marketing: Gibt es Evidenz oder nur Testimonials? Ist das Angebot bezahlbar oder ein Privileg? Verdient das Unternehmen an Gesundheit oder an Angst? Wer „Longevity" im Firmennamen führt, hat damit noch keine dieser Fragen beantwortet.

Die erste Welle der Euphorie ebbt ab. Gut so. Die interessante Phase beginnt, wenn niemand mehr darüber reden muss. Der Wendepunkt ist erreicht, wenn der Schlafscore auf der Abendeinladung keinen mehr interessiert. Weil gesunde Jahre dann keine Leistung Einzelner mehr sind, sondern eine Selbstverständlichkeit, von der alle profitieren. Auch jene, die früh hingesehen haben.

Quintus Dienst
Mitgründer Turn Around Aging gGmbH

Quintus Dienst