

- 01.12. 2008 / **proplanta.de**  
[Agrar-Aktuell - Trendwende bei den Konsumenten](#) - Ca. 200 Trends und Gegentrends bestimmen unser gegenwärtiges Marktgeschehen. Diese wirken sich zum einen auf das Heute aus, gestalten aber zum anderen auch das Morgen. Das heißt: Zukunft wird aus Trends gemacht.«, so begrüßte Heinz Gräfe vom Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie die 200 Teilnehmer der Fachtagung »Lebensmittel im Trend« am 9. Oktober 2008 in Dresden-Pillnitz. Die Qualitätsorientierung nimmt nachhaltig wieder zu. Die LOHAS (lifestyle of health and sustainability) sind auf dem Vormarsch. Ihr Ziel ist ein nachhaltiges und bewusstes Leben.
- 28.11. 2008 / **welt.de**  
[Ökohotels ohne Birkenstock-Faktor](#) - Mit wachsendem Umweltbewusstsein ändern sich auch die Urlaubsziele: Eine Reise zu sich selbst wünschen sich viele Gäste – Entspannung statt Ekstase, Vitalität statt Völlerei. Eine ihrer Urlaubsbasen haben die als städtisch, gebildet und luxurorientiert beschriebenen LOHAS im „Vitalhotel Falkenhof“ in Bad Füssing, sagt Johannes Pfaffenhuemer, Geschäftsführer des Hauses. So seien seine Gäste überdurchschnittlich jung, „70 Prozent sind unter 60 Jahre, sogar 20-Jährige haben wir“ – was für ein Biohotel tatsächlich ungewöhnlich ist. Aber der Falkenhof will ja auch mehr sein, ein Vitalhotel eben, wo die Bioküche den Zusatz Fitness im Namen führt.
- 27.11. 2008 / **spiegel.de**  
[Design Ecology! Neo-grüne Markenstrategien](#) - Die Spielregeln für anspruchsvolles Design haben sich radikal geändert, Ethik und Hedonismus sind längst kein Widerspruch mehr. Zielgruppe solcher Produkte sind nicht mehr nur die trendbeflissenen Lohas ("Lifestyle of Health and Sustainability"), für die Öko-Orientierung im Kielwasser engagierter Stars wie George Clooney oder Julia Roberts vorrangig im Dienst von Wellness und Imageaufwertung steht. Längst haben schwerwiegende Argumente wie die Klimakrise und das Energiedilemma weite Kreise umweltbewusst werden lassen.
- 26.11. 2008 / **horizont.at**  
[Die Lohas - Es ist fünf nach Zwölf](#) - Trendforscher haben ein neues Akronym: die LOHAS. Bisher galten sie als die Avantgarde für gesunden und nachhaltigen Konsum, doch wie ein Flächenbrand bahnt sich dieser Lebensstil seinen Weg hin zum Massenphänomen. Die Wirtschaft hechelt mit den Dollarzeichen in den Augen hinterher. Und plötzlich verfolgen alle das gleiche hehre Ziel: die Erhaltung unserer Welt.
- 21.11. 2008 / **diepresse.com**  
[Die Lohas sind da! Wohnen zwischen Öko & Design](#) - Nach den Bereichen Ernährung und Bekleidung schwappt der Lohas-Lebensstil nun auch auf den Wohnbereich über. Passivbauten und energieeffiziente Technologien entsprechen den Ansprüchen der Vertreter ohnehin, Möbelhersteller und -häuser ziehen nach. Wie in den anderen

Lebensbereichen auch, haben Lohas hohe Ansprüche an Gebäude und ihr Innenleben. Nachhaltig sollen die Produkte sein, und zwar in vielerlei Hinsicht: in Sachen Herstellung und Entsorgung. Kurze Transportwege sind genauso wichtig wie lange Lebensdauer. Und nicht zu vergessen: Design zählt.

- 20.11. 2008 / **presseportal.de**  
["Entdecke Deine wahre Natur."](#) - Dieser ebenso emotionale wie doppeldeutige Satz wird von nun an in Verbindung mit Garmisch-Partenkirchen häufig zu lesen sein. "In unserem neuen Slogan schwingt viel mit", so Tourismusdirektor Peter Nagel. "Die aktuellen Themen Selfness und nachhaltiger Umgang mit der Natur bieten auf emotionale Weise großes Identifikationspotenzial für jeden." Ganz besonders dürften diese Themen eine Zielgruppe ansprechen, die im Premiumsegment der Tourismusbranche immer stärker umworben wird: die sogenannten LOHAS. Die Abkürzung steht für "Lifestyle of Health and Sustainability". Damit sind Menschen gemeint, denen Gesundheit und Nachhaltigkeit besonders wichtig sind, die Wert auf Qualität und Authentizität legen.
- 18.11. 2008 / **spiegel.de**  
[Lohas aufgepasst!](#) - Wer bewusst lebt, der hilft: Das ist die Kernbotschaft des neuen "Klima-Magazins". Udo Röbel, Ex-"Bild"-Chefredakteur, versucht die Idee zu präzisieren: "Wir wollten Konsens, Einfachheit - ein News- und Lifestyle-Magazin". Röbel bildete mit Dulias so etwas wie die Keimzelle für das "Klima-Magazin".
- 14.11. 2008 / **fair-news.de**  
[splint Magazin](#) - Mit den Geschichten in splint wollen wir überraschen und auf sympathische Art Denkanstöße für einen verantwortungsbewussteren Konsum geben", erklärt Chefredakteur Lars Langhans. "In der neuen Ausgabe haben dabei die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz besonderes Gewicht. Denn in beiden Bereichen leistet Holz auf glaubwürdige Weise einen originär wertvollen Beitrag." Die Charakterisierung des Megatrends LoHaS (Lifestyle of Health and Sustainability) gehört daher ebenso zu splint 4 wie der Beleg für die positiven Auswirkungen von Holz auf die persönliche CO2-Bilanz.
- 03.11. 2008 / **fashionunited.de**  
[Premium setzt auf Jeans und Ethik](#) - Die Berliner Modemesse Premium wird in ihrer kommenden Ausgabe verstärkt die Bereiche Denim und „grüne Mode“ featuren. Themenschwerpunkt der kommenden Premium ist der gesunde, nachhaltige und verantwortungsvolle Lifestyle und die damit einhergehende Öko-Mode. Die Welt stehe vor einem substantiellen Wertewechsel, so die Begründung der Messeveranstalter von der Berliner Premium Exhibitions GmbH. „Die postmoderne Ära der Inhaltslosigkeit und Massenmedien wird abgelöst durch das Bedürfnis nach Gesundheit, Nachhaltigkeit und der Sehnsucht nach verlässlichen Werten“, heißt es auf der Internetseite der Firma.
- 24.10. 2008 / **diepresse.com**  
[Wie die Lohas die Konsumwelt verändern \(sollen\)](#) - Nun haben auch große Unternehmen Anhänger eines nachhaltigen Lebensstils als Zielgruppe entdeckt. Große Firmen entdecken eine wachsende Schar umwelt- und sozialbewusster Konsumenten als riesige Zielgruppe. Die Rede ist von den Lohas. Aber wer sind diese Lohas überhaupt? "Keine herkömmliche Zielgruppe, sondern eine Bewegung mit starkem Einfluss auf das Konsumverhalten", dozierte der Wiener Wissenschaftler Thomas Benesch. "Lohas suchen die Balance zwischen Selbstsorge und der Sorge um die Familie, die Gesellschaft, das Gemeinwesen und unseren Planeten."

- 20.10. 2008 / **frankfurt-live.com**  
[Megatrend LOHAS war das Motto des 21. Journalisten-Stammtisches](#) - Warum regionale Lebensmittel die Discounter erschrecken“. Zu der provokanten These stand Wilfried Schäfer, Geschäftsführer der Marketinggesellschaft „Gutes aus Hessen“ den geladenen Journalisten Rede und Antwort. Neuer Partner der Medien-Veranstaltungsreihe im Kempinski Hotel Gravenbruch Frankfurt ist die Premiummarke AUDI.
- 16.10. 2008 / **autoscout24.de**  
[Hankook Lifestyle Oriented Health and Sustainability](#) - Mit einem neuen Ganzjahresreifen hat Hankook Tire als erster Reifenhersteller auf die Bedürfnisse einer wachsenden Zahl von Verbrauchern reagiert, die auch beim Reifenkauf auf Umweltverträglichkeit achten. Ein Beweis für nachhaltiges Handeln ist die H-Lohas-Philosophie (Hankook Lifestyle Oriented Health and Sustainability). Das ist ein Überbegriff, der neben der Entwicklung nachhaltiger, umweltfreundlicher Produkte wie den neuen mit dem Blauen Engel ausgezeichneten Ganzjahresreifen Optimo 4S auch das verantwortungsvolle Handeln für Gesellschaft und Umwelt beschreibt. Darunter verstehen Hankook unter anderem das Pflanzen von neuen Grünanlagen Hilfsprojekte für Mensch und Natur. Interview autoscout24
- 14.10. 2008 / **glocalist.com**  
[Neuer Mitbewerber zu Utopia: Lohas-Guide](#) - Das neue Portal für nachhaltigen Konsum [www.lohas-guide.de](http://www.lohas-guide.de) startet mit der ersten Ausgabe eines neuen Lohas-Magazins in webbasierter Form. In Rubriken wie gesunde Ernährung, alternative Energie, gesund Wohnen + Bauen, nachhaltig Reisen, Mobilität, Grünes Geld oder ECO Mode + Textilien werden Artikel und Präsentation online gestellt. Firmenprofile, Messebeiträge, Produktneuheiten und Interviews werden demnächst auch in Form von Videobeiträgen publiziert.
- 12.10. 2008 / **finanztreff.de**  
[Wohlstand für die nächste Generation](#) - Nachhaltigkeit zählt mittlerweile zum Standard im Wealth- Management. Gutes Gewissen und gute Rendite schließen sich nicht mehr aus. Tatsächlich gehören viele der auch HNWI's (High Net Worth Individuals) genannten Wohlhabenden zur ebenfalls stark wachsenden Gruppe von gesundheits- und umweltbewussten Menschen, auch LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) genannt. Das Thema Nachhaltigkeit hat die Ökoecke längst verlassen und sich in der High Society etabliert.
- 03.10. 2008 / **stern.de**  
[Grün ist cool. Und das Zauberwort heißt Nachhaltigkeit](#) - Eine wachsende Gruppe von Menschen, genannt Lohas, will korrekt konsumieren. Aber bitte mit Stil! Mit Genuss! So wie die Prominenten, die erzählen, was sie für ihr gutes Gewissen tun. Thomas D: Musiker und Rapper der Fantastischen Vier
- 19.09. 2008 / **magazine-deutschland.de**  
[Deutschland Magazin: „Lohas“ leben ökologisch bewusst](#) - Wer zu dieser Gruppe gehört, konsumiert mit Lust, aber immer ökologisch korrekt, titelt das Magazin Deutschland (Print: elf Sprachausgaben in 180 Ländern). Den Trend zum nachhaltigen Konsum beobachten Soziologen und Marktforscher in Australien wie in den USA, in Asien wie in Europa. Der Wirtschaftswissenschaftler Werner F. Schulz, Professor für Umweltmanagement an der Universität Hohenheim bei Stuttgart, schätzt die Zahl der neuen Ökokonsumenten in Deutschland auf etwa acht Millionen und ihre Kaufkraft auf rund 200 Milliarden Euro. Schulz ist sicher: „Der Megatrend wird weiter andauern.“

- 09.09. 2008 / **swiss-press.com**  
[Coop - Nachhaltigkeitslabel Naturaline](#) - Der green-Lifestyle durchdringt immer mehr Lebensbereiche und die LOHAS-Zielgruppe hat sich aus der Nische zu einem für Coop sehr bedeutenden Segment entwickelt. Sie ist Ausdruck eines fundamentalen Gesellschaftswandels. Die LOHAS handeln nachhaltig und verantwortungsbewusst und leben trotzdem stil-, lust- und genussvoll. Mit Naturaline hat Coop schon vor 13 Jahren eine Pionierrolle wahrgenommen», sagt Jürg Peritz, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung.
  
- 08.09. 2008 / **migrosmagazin.ch**  
[Leben wie Lenny Kravitz](#) - Umweltbewusst leben ohne Komfortverlust — geht das? Stars wie Lenny Kravitz machens vor. Die neuen Grünen kaufen bewusst ein, sorgen sich um Natur und Gesundheit und behalten ihren hohen Lebensstandard trotzdem bei. In Deutschland etwa wurde die Lohas-Philosophie 2007 mit einer Reihe von Internetportalen für gesunde und nachhaltige Konsumgüter bekannt.
  
- 05.09. 2008 / **stern.de**  
[Trend Elektrobikes](#) - Steigende Spritkosten und verstärktes Umweltbewusstsein – was den Autofahrer ärgert, beflügelt die Fahrradbranche. Die elektrisierende neue Art der Fortbewegung funktioniert nach dem Hybrid-Prinzip: das E-Bike. Das Fahrrad spielt als umweltfreundliches Verkehrsmittel eine Schlüsselrolle. Immer mehr Menschen sympatisieren mit der Lohas-Bewegung (Lifestyle of Health and Sustainability), ein Beweis, dass die Zeit nun reif ist für neue Mobilitätskonzepte.
  
- 01.09. 2008 / **presseportal.de**  
[EURONICS International](#) - Europas größte Verbundgruppe im Markt der Consumer Electronics, hat im zurückliegenden Geschäftsjahr einen Rekordumsatz von 12,6 Mrd. Euro erzielt. Hauptgeschäftsfelder der Kooperation nach Umsatzgröße bilden die Bereiche Unterhaltungselektronik, Haustechnik/Großgeräte sowie PC/Multimedia. Für den Handel wird zudem die Zielgruppe der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) immer wichtiger - eine Konsumentengruppe, die ihre Lebensweise auf Gesundheit und Nachhaltigkeit ausrichtet.
  
- 26.08. 2008 / **presstext.com**  
[Verbraucher denkt "grün" - auch beim Geld](#) - Die Marketingexperten haben längst einen Begriff für die neuen ökologisch denkenden Kunden gefunden: Lohas. Damit sind Anhänger des "Lifestyle of Health and Sustainability" gemeint. Lohas kaufen Produkte, die Ressourcen nachhaltig schonen und den schädlichen CO2-Ausstoß vermeiden. Das gilt nicht nur für den Lebensmitteleinkauf, auch beim Thema Geldanlage denken diese Verbraucher "grün".
  
- 05.08. 2008 / **umweltdialog.de**  
[Kommunikationsexperten diskutieren über LOHAS](#) - Dass ca. 380 Teilnehmer im Rahmen des Medienmittwochs ins Museum für Kommunikation, in Frankfurt kamen, zeigt: das Thema Nachhaltigkeit bewegt die Gemüter – und das Marketing. Dass es sich hinter dem Lifestyle of Health and Sustainability (einem nachhaltigen, gesunden Lebensstil) um sehr schwierige Kausalzusammenhänge ökonomischer, ökologischer und sozialer Fragestellungen handelt, die die Kommunikation vor echte Herausforderungen stellt, zeigte u.a. Silke Peters auf. Für Jürgen Schmidt, dem Ökomanager des Jahres 2007, war von Anfang an wichtig, seinen heute 120.000 kritischen Kunden glaubwürdige Informationen zur gesellschaftlichen Rolle und dem gesellschaftlichen Engagement seines Unternehmens zukommen zu lassen. Die Diskussion wird weiter geführt werden müssen, denn sie hat gerade erst begonnen“.

- 30.07. 2008 / **sueddeutsche.de**  
[BURDA: Grün war die Hoffnung](#) - Die Zielgruppe war klar: die so genannten Lohas - großstädtische Neo-Ökos, die viel Geld haben, dieses auch gerne ausgeben und sich für die Umwelt und für Nachhaltigkeit engagieren wollen. Doch jetzt ist das Projekt beerdigt: Burda stellt Ivy ein, Hintergrund ist, dass Burda Probleme im eigentlichen Kerngeschäft mit den konventionellen Magazintiteln hat, die Auflagen bröckeln, die Anzeigen stagnieren oder gehen zurück, der Übergang ins Internet ist meist schwierig. Derzeit muss bei Burda zudem gespart werden.
- 24.07. 2008 / **persoenlich.com**  
[Neue Grüne Lifestyle-Magazine](#) - Während BURDA ihr Magazin IVY-World eingestellt hat, entstehen zeitgleich neue Magazine. Ringier Verlag, Urs Heller, SI-Verlagsdirektor: "Wir finden die Lohas-Bewegung interessant und sie ist mittlerweile so gross, dass wir ihr ein eigenständiges Magazin widmen, das wir mit der SI produzieren". Verlag Profile Publishing mit 'ecoLife' ist auch bereits in den Startlöchern.
- 20.07. 2008 / **beobachter.ch**  
[Grüne Welle - Nachhaltig sündigen](#) - Immer mehr Menschen bekennen sich zu einem umweltbewussten Lebensstil. Im Visier haben die Werber die «Lohas»: Konsumenten, die der Umwelt nicht schaden, aber auf Konsum nicht verzichten wollen. Der Begriff leitet sich ab aus den Anfangsbuchstaben von «Lifestyle of health (Gesundheit) and sustainability (Nachhaltigkeit)». Geprägt haben ihn die beiden US-Sozialforscher Paul Ray und Ruth Anderson. Sie stellten in der Bevölkerung einen Wandel fest, eine Hinwendung zu Werten wie Familie, Lebensfreude und Gesundheit, verbunden mit Engagement für eine nachhaltige Lebensqualität auf der Erde.
- 18.07. 2008 / **Online-Artikel.de**  
[LOHAS-TREND: Plus SELF und KOOPERATION](#) - LOHAS ist innerhalb kürzester Zeit zu einem Begriff geworden. Dabei spielen die Begriffe SELF (besonders Selbstverantwortung) und KOOPERATION eine besondere Rolle. Immer mehr Menschen mögen es, in ihrem Beruf ihre "Berufung" zu finden, sozusagen etwas selbst mitgestalten zu können. Erfreulich innovative Trends in Politik, Gesellschaft und Wirtschaft verbinden sich mit den Begriffen LOHAS – SELF – KOOPERATION, die zunehmend in der Öffentlichkeit auf Interesse und Akzeptanz stoßen.
- 07.07. 2008 / **inar.de**  
[TUI Grüne Reise-Welten](#) - Der Katalog TUI Grüne Welten richtet sich an die markenaffine und wachsende Zielgruppe der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability), die nach aktuellen Studien einen Marktanteil von 25 bis 30 Prozent erreichen kann. In dem grünen Katalog - der logischer-weise papierlos ist und nur in elektronischer Form vorliegt - finden Kunden zum Beispiel Hotels, die unter den TUI Umwelt Champions zu den Top 10 gehören. Dazu werden umweltbewusste Ausflüge angeboten, die gemeinsam mit lokalen Umweltorganisationen speziell dafür entwickelt worden sind.

[nach oben](#)

- 26.06. 2008 / **boulevard.ARD.de**  
[Grüner Lifestyle erobert Deutschland](#) - "Lohas" kaufen nur fair gehandelte Waren und Bioprodukte und achten durch wertvolle Ernährung sowie Entspannung und Meditation auf einen gesunden Lebensstil für Körper, Geist und Seele. Im Gegensatz

zu den Ökos der 1980er Jahre lehnen sie Technik nicht ab, sondern nutzen umweltschonende und energiesparende Modelle.

- 21.06. 2008 / **Kwick.de**  
[LOHAS: Neue Ökos auf dem Vormarsch](#) - Sie kaufen mit Begeisterung in Bio-Läden, lieben frische und lose Produkte, trinken im Bistro am liebsten Bionade - und können sich ihr Verhalten vor allem spielend leisten: LOHAS. Konsumenten, die einen Lebensstil zwischen Gesundheit und Nachhaltigkeit pflegen („Lifestyle of Health and Sustainability“), als ökologisch orientiert, kritisch, meinungsbildend und kaufkräftig gelten. Ihre Gruppe nimmt inzwischen derart zu, dass Marketing-Fachleute die „Neuen Ökos“ inzwischen als Zielgruppe entdecken und gar von einem neuen Trend sprechen.
- 07.06. 2008 / **Zitty Berlin**  
[Revolution der Ökomode](#) - Nach dem Biolebensmittelboom setzt nun auch die Modebranche verstärkt auf Nachhaltigkeit, Fairness und verantwortungsbewussten Konsum. Immer mehr Labels entwerfen Linien, die sie als ökologisch und sozial korrekt vermarkten. Öko-Labels wie Kuyichi, Edun, Terra Plana, Stewart and Brown, Slomo oder Armed Angels haben sich vom Jutesack-Image der 90er befreit und beweisen, dass ethisch korrekte Mode sexy sein kann. Die Ökobranche wächst und kann dennoch den Anspruch auf hundert Prozent korrekte Kleidung noch nicht erfüllen.
- 02.06. 2008 / **glocalist.com**  
[LOHAS Konferenz in Berlin + Frankfurt](#) - Es geht um eine Transformation der Lebensweisen und der Wirtschaft in Richtung Nachhaltigkeit und das spüren immer mehr Menschen, egal ob sie nun LOHAS sind oder nicht. Da geht es um ein bisschen mehr als nur um Marketingkategorien, dahinter gibt es eine gespürte Vision und Wunsch, eben um ein Transformationsphänomen. Tatsächlich wird es darum gehen, die Wertschöpfungsketten glaubwürdig zu schließen und wechselseitige win-win Situationen herzustellen wie ein theoretisches Fundament zu legen.
- 26.05. 2008 / **derstandard.at**  
[Big Business mit Öko](#) - Ökologie wird zum Wachstumsfaktor, die Märkte begannen bereits in den letzten Jahren massiv, sich auf diesen Trend einzustellen. Hervorgerufen durch die Klimadebatte und einen neuen Lebensstil in den USA, den so genannten Lohas (Lifestyle of Health and Sustainability), ist die Neo-Ökologie der Megatrend der Zukunft. Ökologische Lebensweise werde immer mehr alle Bereiche erfassen: von "grünen" Technologien über erneuerbare Energie, gesunde Ernährung, Öko-Mode, Naturreisen oder Wellness-Urlaube bis hin zum ethischen Investment oder dem "umweltschonenden" Automobil sei Lohas ungebrems im Vormarsch.
- 19.05. 2008 / **openpr.de**  
[Zunft\[tag\] - Tag der Nachhaltigkeit](#) - Impulsvorträge hochkarätiger Experten zu Themen der Regionalisierung, zu Zukunftstrends, zu Vernetzungs- und Bündelungsansätzen für Innovationen wie auch für gute regionale Produkte und Dienstleistungen, wertorientierten Entwicklungsperspektiven und Kooperationsmodellen. Impulse kommen beispielsweise aus den Bereichen Trend- und Zukunftsforschung, Glücksforschung, Gastro-Coaching, Lebensart, LOHAS, Web 2.0- und Wikinomics sowie Marketing für kleine und mittlere Unternehmen.
- 14.05. 2008 / **bequeen.de**  
[Öko-Lifestyle](#) - Grün leben ist cool – weg mit dem muffigen Öko-Image und handgestrickten Socken! LOHAS stellen die modernen Ökos dar, die ihren Alltag

nachhaltig und mit wirtschaftlich, gesundheitlich und ökologisch sinnvollen Produkten und Dienstleistungen gestalten wollen.

- 10.05. 2008 / **life-pr.com**  
[Der Garten zum Leben](#) - Millionen Gartenstüchtige wollen diesen Sommer wieder Dauerurlaub im eigenen Gartenparadies, ihrem Garten Eden machen. Laut einer Studie sind 14,4 Prozent der Deutschen bekennd "Süchtig nach Grün". Mit den Lohas im Trend: Mit einer solchen Gartenvorstellung liegt man längst im Trend, Trendforscher rechnen bereits ein Drittel der Bevölkerung der westlichen Welt zur Gruppe der sogenannten LOHAS, die einen "Lifestyle of Health and Sustainability", pflegen.
- 07.05. 2008 / **M&C**  
[Lohas: Die Biohème auf dem Vormarsch](#) - Lohas schwören auf Bioprodukte, aber bitte nicht auf Kosten des Geschmacks! Sie sehnen sich nach Einklang mit der Natur, wollen dafür aber nicht auf Luxus verzichten. Sie denken an die Zukunft ihrer Kinder, halten Selbstlosigkeit jedoch für übertrieben. Das klingt bigott? Von wegen: Das klingt modern. Längst zieht der deutsche Markt nach, und [www.lohas.de](http://www.lohas.de), das hiesige Schwesterportal, berichtet.
- 02.05. 2008 / **frankfurt-live.com**  
[Nachhaltigkeit bei Konsumgütern](#) - Wenn heute von Nachhaltigkeit die Rede ist, fühlen sich längst nicht mehr nur Birkenstockträger in Leinenhosen oder selbstgestrickten Norwegerpullovern angesprochen. Die Grünen von heute werden „LOHAS“ genannt: Nachhaltigkeit ist vom alternativen Nischenphänomen zum Schlüsselthema der globalisierten Wirtschaft herangewachsen. Es ging dabei um die Schonung von Umwelt und Ressourcen, um Gesundheit, fairen Handel, ethisch-sozialverträgliche Arbeitsbedingungen und energiesparende Logistikkonzepte.  
Decorate Life
- 02.05. 2008 / **taz.de**  
[Grüner wirds nicht!](#) - Die Medien haben eine schicke Zielgruppe entdeckt: konsumfreudige und umweltbewusste Lohas. Promis kommen immer gut. Sie setzen Trends in Mode, Ernährung und allem, was gemeinhin als Lifestyle bezeichnet wird. Seit Leonardo DiCaprio sich für den Umweltschutz engagiert und Al Gore der Welt die Polarschmelze erklärt, ist ein ökologisches und soziales Gewissen nicht länger nur Müsli essenden Jutebeutelträgern vorbehalten. Das Klischee weicht einem trendigen Bewusstsein für Natur und Nachhaltigkeit.
- 22.04. 2008 / **bild.de**  
[„Lohas“ – die neuen Ökos](#) - Mode und Kosmetik im grünen Bereich. Öko ist trendy! Stars wie Madonna, Julia Roberts und George Clooney machen es vor, immer mehr Normalos folgen: Der „Lifestyle of Health and Sustainability“ („Lohas“) findet auch bei uns immer mehr Anhänger. Dahinter verbirgt sich ein Konsumverhalten, das Gesundheit und Umweltschutz fördert.
- 16.04. 2008 / **wuv.de**  
[Neue Macht der Moralisten](#) – Hedonismus und verantwortungsvoller Konsum schließen sich nicht mehr aus“, sagt Birgit Czinkota, Projektleiterin LOHAS bei den Marktforschern von AC Nielsen. Sie wollen ihre Macht als Konsumenten strategisch einsetzen, um die Konzerne zu verantwortungsvoller Produktion und nachhaltigem, umweltverträglichen Wirtschaften zu zwingen. **Das zentrale Medium** der neuen Ökobewegung ist das Netz.

- 07.04. 2008 / **uni-protokolle.de**  
[Sigmar Gabriel diskutiert auf dem ZEIT FORUM](#) – Bundesumweltminister Sigmar Gabriel ist zu Gast beim 29. ZEIT FORUM WISSENSCHAFT, das sich diesmal mit den Hintergründen und Herausforderungen der neuen Öko-Welle beschäftigt. Immer mehr Bürger treffen Kauf- und Konsumententscheidungen nach ethischen und ökologischen Kriterien. Sie wollen sich nicht einschränken, aber dennoch Verantwortung übernehmen. Ist dieser Trend, der auch mit dem Begriff "LOHAS" (Lifestyle of Health and Sustainability) definiert wird, ein Hype oder ein Symptom für einen grundlegenden nachhaltigen gesellschaftlichen Wandel?
- 20.03. 2008 / **healthcaremarketing.eu**  
[Zahl kritischer Konsumenten steigt](#) – Studien besagen, dass etwa ein Drittel bereits zu den so genannten Lohas gehört. Damit steigt der Beratungsbedarf auf Seiten der werbungstreibenden Unternehmen, diese Zielgruppe richtig anzusprechen. Ziel ist es, das Lohas-spezifische Fachknow-how zunächst deutschlandweit und später international zu bündeln. Initiatoren des Lohas-Netzwerkes sind Peter Parwan, Betreiber von [www.lohas.de](#), und Martina Hoffhaus, Inhaberin der Frankfurter PR-Agentur messagepool.
- 17.03. 2008 / **glocalist.com**  
[LOHAS vernetzt](#) – gegründet wurde jetzt das erste LOHAS- Kompetenz- und Beratungsnetzwerk. Fach-Know-how soll gebündelt werden, zunächst in Deutschland und später international. Zur Erinnerung: LOHAS sind Menschen, die sich dem Gedanken des „Lifestyle of Health and Sustainability“ verbunden fühlen – Mitglieder der stetig wachsenden Gemeinde von kritischen VerbraucherInnen, die auf Nachhaltigkeit Wert legen und am liebsten nur noch Produkte kaufen, die ethisch, sozial, fair und bio hergestellt werden.
- 14. 03. 2008 / **pr-professional.de**  
[PR für Marken mit Gewissen](#) - Ethisch, Sozial, Fair, Öko und Bio – Nachhaltigkeit in der Kommunikation.  
 LOHAS bedeutet "Lifestyle of Health and Sustainability", übersetzt etwa "gesunder und nachhaltiger Lebensstil". Der Begriff stammt von den US-Soziologen Paul Ray und Ruth Anderson. Die LOHAS sind eine stetig wachsende Gruppe von kritischen Konsumenten, die heute in ihren Einkaufswagen Produkte legen möchte, die ethisch, sozial, fair, öko, bio - eben nachhaltig – produziert und vertrieben werden.
- 04. 03. 2008 / süddeutsche / **jetzt.de**  
[Zählst du zu den Lohas?](#) - Zum Start des neuen Ressorts "grün" auf jetzt.de gab es eine große Debatte: Wie wichtig sind die Lohas, die den "Lifestyle of Health and Sustainability" pflegen, wirklich? Zähle ich womöglich dazu? Der jetzt.de-Psychotest schafft Abhilfe. Die Themensortierung von jetzt.de wird fortan um ein Ressort erweitert, das den Titel „grün“ trägt. Hier werden wir uns all den Fragen widmen, die sich ergeben, wenn man sein Leben nachhaltig und trotzdem lustvoll gestalten möchte.
- 25. 02. 2008 / **lifestyle.t-online.de**  
[Lohas oder noch Öko?](#) - Lohas beim Einkauf: In die Tüte kommt nur, was gesund und umweltfreundlich ist. Der gute alte "Otto Normalverbraucher" hat ausgedient. Er wurde abgelöst von "Lohas", "Dinkys" oder "Woopies". Diese Typen sind keine Comicfiguren, sondern ganz normale Menschen. Die meisten von ihnen haben gut gefüllte Konten, sind mittleren Alters und für die Werbefachleute besonders interessant.

- 18. 02. 2008 / **handelsblatt.com**  
[Genuss ohne Reue liegt im Trend](#) - Immer mehr Menschen in Deutschland kaufen gesunde Lebensmittel, ohne dabei auf die angenehmen Seiten des Lebens zu verzichten. Durch ihren Konsum wollen die so genannten „Lohas“, kurz für „Lifestyle of Health and Sustainability“, umweltfreundliche Unternehmen und faire Arbeitsbedingungen unterstützen. Chancen und Grenzen einer neuen Öko-Generation.
- 18. 02. 2008 / **Berliner Morgenpost**  
[Gorilla Bio Fast Food](#) - Matthias Rischau gründete mit Gorilla Berlins erste Restaurant-Kette für Schnellgerichte aus Öko-Zutaten. Die Kundschaft: junge, wohlhabende Singles und Paare - sogenannte Lohas. Das Wort kommt vom englischen "Lifestyle of Health and Sustainability" - ein Begriff für meist junge, erfolgreiche Verbraucher, die auf Nachhaltigkeit achten, ohne sich dem Konsum zu verweigern. Spätestens seit Hollywood-Schönheit Julia Roberts sich mit Baumwoll-Beuteln zeigt und George Clooney mit einem Hybrid-Toyota vorfährt, ist der neue Lifestyle auch in Europa schick.
- 13. 02. 2008 / **fruchtportal.de**  
[LOHAS und Alles wird grün](#) - „LOHAS ist der erste Lebensstilentwurf, bei dem Genuss und Gesundheit, Vergnügen und Verantwortung zusammenfinden. Selbst Unternehmen wissen jetzt, dass Ökonomie nicht mehr ohne Ökologie gedacht werden kann, Business und Moral eng zusammengehören. Die Bio-Branche hat den Trend gesetzt. Für die Zukunft lautet die Botschaft der Zukunftsforscher „Alles wird grün“. Dr. Wenzel / Zukunftsinstitut: „Ökologie und Nachhaltigkeit sind die Schlüsselthemen der nächsten Jahre.“
- Feb. 2008 / **oekolandbau.de**  
[Weltleitmesse Biofach](#) - Ein umfangreiches Kongressprogramm begleitet die BioFach und Vivanes im CCN Ost im Messezentrum Nürnberg vom 21. bis 24. Februar 2008. Mit rund 120 Veranstaltungen, darunter Fachvorträge, Workshops und Podiumsdiskussionen. Programmhilights: Lifestyle of Health and Sustainability (LOHAS). Welches Potential der LOHAS Lifestyle für den Öko- bzw. Naturkosmetikmarkt bietet, welche Rückschlüsse für das Marketing von Ökoprodukten zu ziehen sind, behandelt ein Vortrag von Dr. Eike Wenzel, Zukunftsinstitut.
- Feb. 2008 / **frankenpost.de**  
[Kölner Möbelmesse](#) - Als Zielgruppe für „Mosspink“ hat das Unternehmen Brühl und Sippold jene Kunden im Visier, die das Leben genießen und sich ökologisch verhalten wollen = LOHAS genannt.
- 16. Jan. 2008 / **aquis magazine**  
[Was sind Lohas?](#) - Ethik ist zum Wohlfühlfaktor geworden. Das belegt eine aktuelle, weltweit durchgeführte Erhebung der PR-Firma Edelman. Danach sind 86 Prozent der Verbraucher bereit, Konsum- und Markenpräferenz zu verändern, wenn sie damit helfen, die Welt zu verbessern.
- 11. Jan. 2008 / **Kölner Stadt Anzeiger**  
[Bio zum Wohnen](#) - Kölner Möbelmesse. Ökomöbel werden immer stärker nachgefragt. Im Zuge der Globalisierung haben die Menschen eine größere Sensibilität für umweltfreundlich produzierte Möbel entwickelt. Den so genannten Lohas (Lifestyles of health & sustainability) sei dabei auch wichtig, dass die Möbel nicht nur gesund und nachhaltig hergestellt, sondern auch schön und stylish sind.

- 04. Jan. 2008 / **lifepr.de**  
[Alles wird grün](#) - Bio-Boomjahr 2008. Ökologie und Nachhaltigkeit sind die Schlüsselthemen der nächsten Jahre. Wichtig ist jetzt, dass die Branche bei ihren Qualitätsmaßstäben bleibt, damit steht und fällt das Bio-Business der Zukunft. Gut möglich, dass wir in zehn Jahren gar nicht mehr von Bio respektive organic reden, weil alles Bio ist."
- 03. Jan. 2008 / **sueddeutsche.de**  
[Protest heißt Reklamation](#) - Für die sogenannten "Lohas", jene Menschen, die sich einem nachhaltigen "Lifestyle of Health and Sustainability" verschrieben haben, ist das Konsumieren selbst zum politischen Akt geworden. Sie verstehen jeden Geldschein als Wahlschein, jede Kaufentscheidung als Bekenntnis.
- 29. Dez. 07 / **M&C**  
[Die grüne Welle](#) - Auf der deutschen Lohas-Homepage stehen kostenfrei zahlreiche Artikel rund um die Themen Nachhaltigkeit und Gesundheit zur Verfügung. Es geht um sauberes Wasser, nachwachsende Rohstoffe oder die Entwicklung von Ökoautos. Auch die Werte der Kunden von morgen werden diskutiert. Hier wird mit- und nachgedacht.

LOHAS Lifestyle  
Peter Parwan  
Raiffeisenstr. 31a  
85296 Rohrbach  
Bayern  
Deutschland

E-Mail: [info@lohas.de](mailto:info@lohas.de)  
Telefon: 0171-9258976