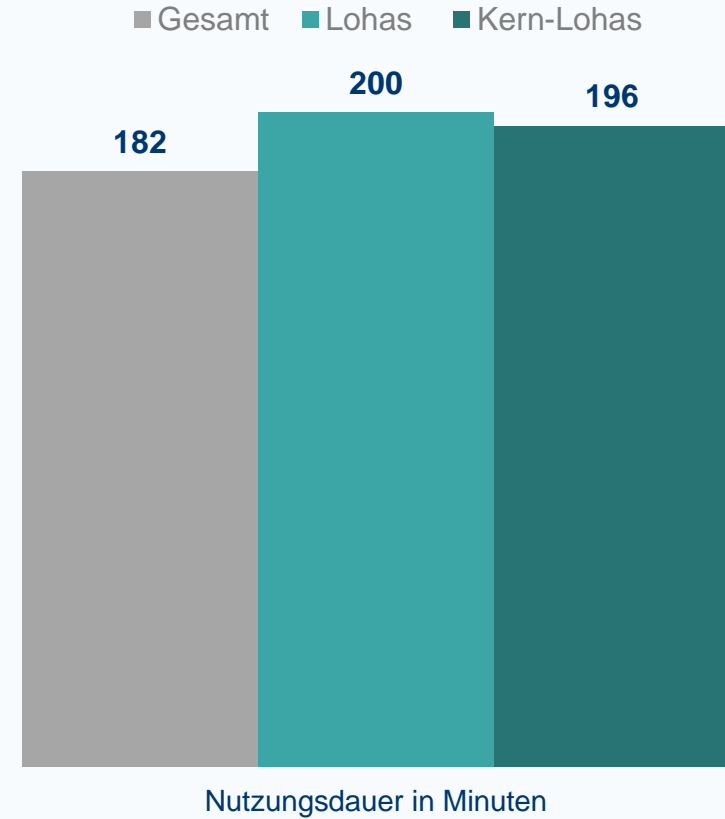
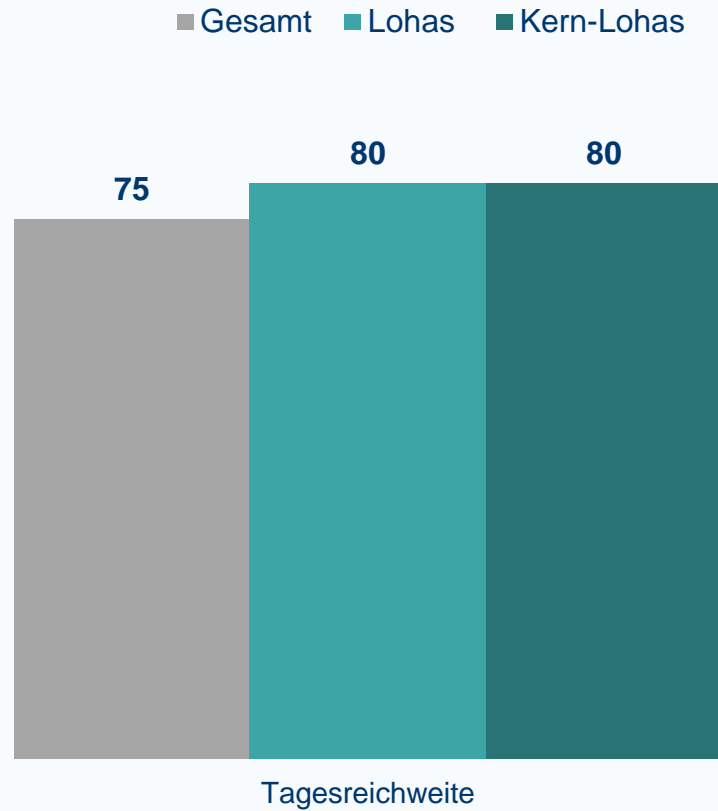




# IN KONTAKT MIT DEN LOHAS

Wie man die Zukunfts-  
Zielgruppe via Audio erreicht

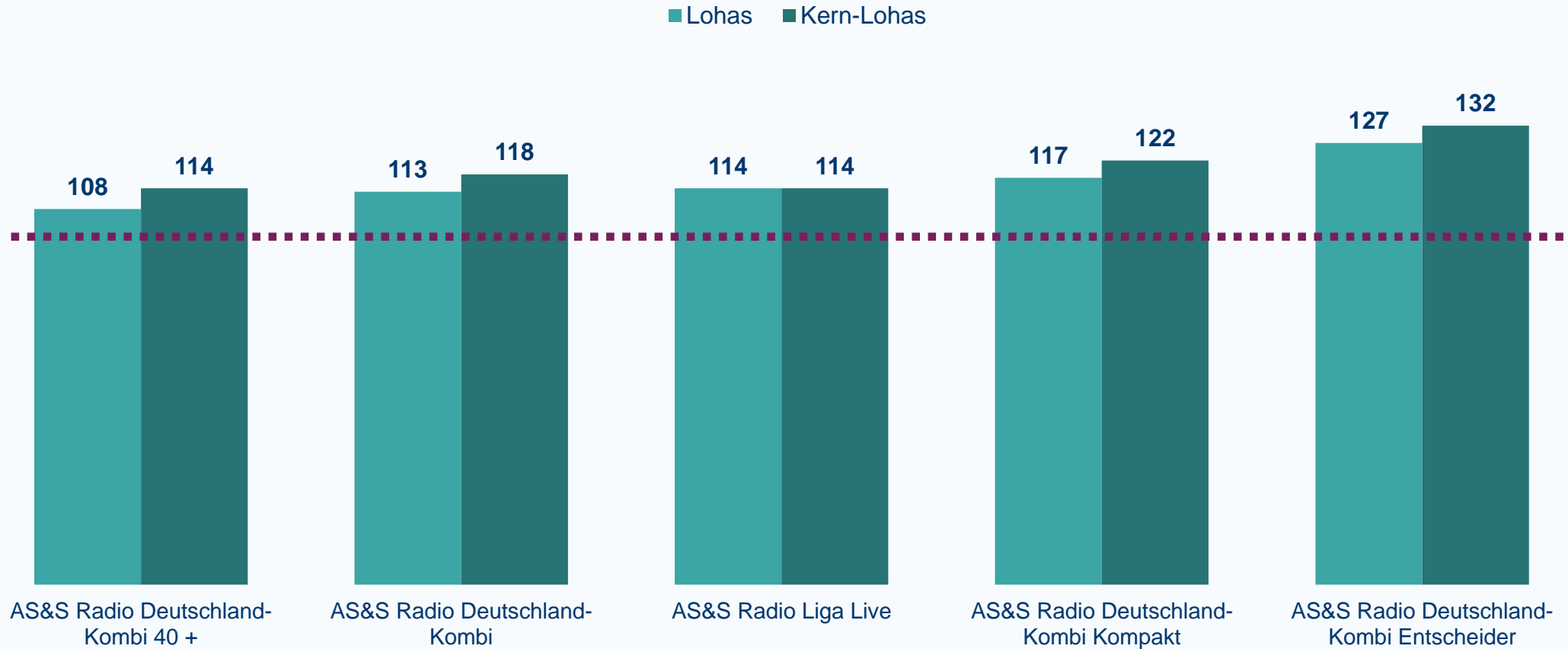
# LoHaS hören Radio



# LoHaS präferieren AS&S Radio-Angebote



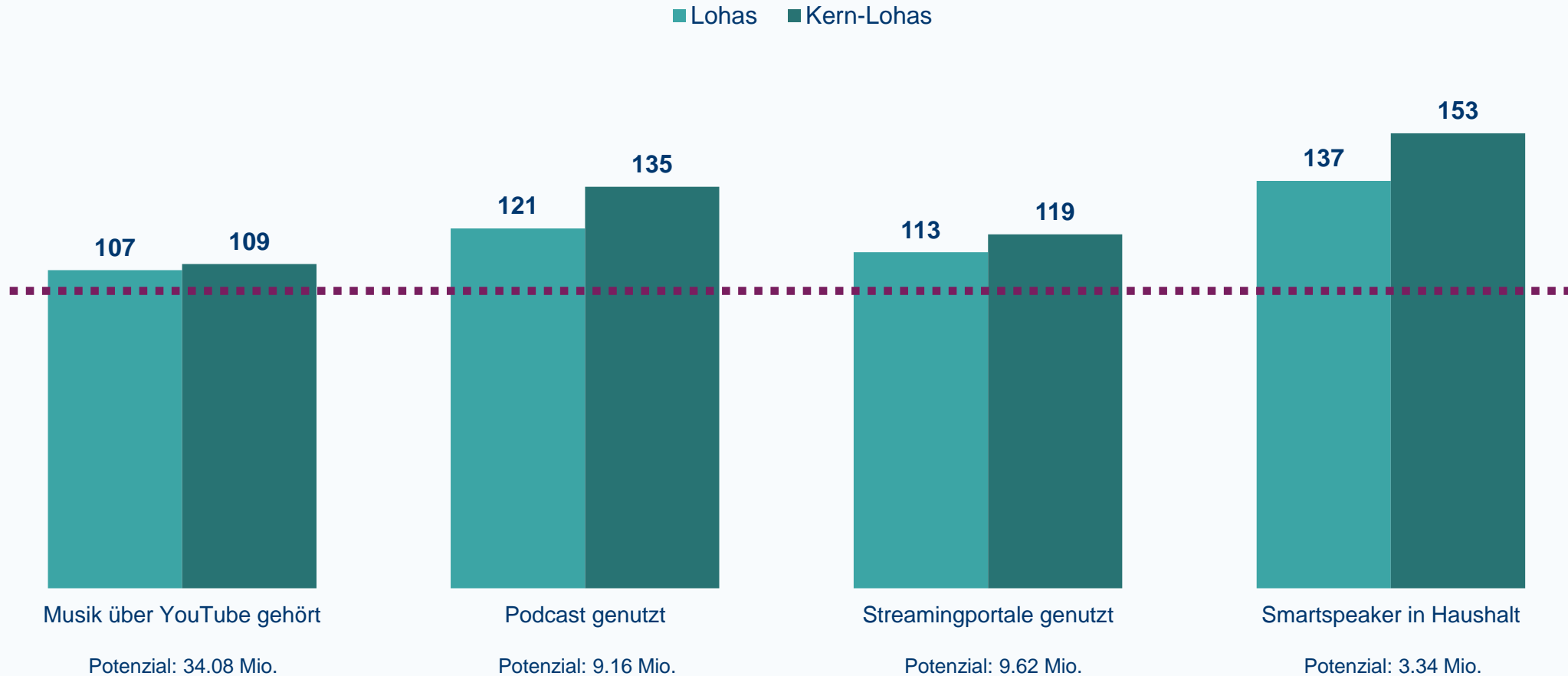
D-Stunde Mo-Fr, Index: Gesamt = 100



# LoHaS gehen neue Audio-Wege



Index: Gesamt = 100



# LoHaS - Definition



- LoHaS ist ein Marketingbegriff ...  
und bezeichnet einen neuen Lebensstil- bzw. Konsumententyp, der sich in seinem Konsumverhalten an Genuss, Gesundheit und Nachhaltigkeit orientiert.
- Einfach gesagt sind damit Leute gemeint, die das Leben genießen und dennoch – im Sinne des Umweltschutzes – ihren Teil dazu beitragen wollen, dass die Lebensgrundlagen für alle erhalten bleiben. Manche sprechen auch von „Neo-Ökos“ oder von „strategischem Konsum“. Damit ist gemeint, dass man durch bewusstes Konsumieren z.B. umweltfreundlicher Produkte den Umweltschutz oder ähnliche übergreifenden Ziele fördern will.

(vgl. wikipedia.org, vgl. utopia.de)

Mo-Fr

# LoHaS - Kurzcharakteristik



LoHaS orientieren sich an den drei Dimensionen:

- Gesundheit
- Nachhaltigkeit und Gewissen
- Zeitgemäßer Genuss

LoHaS wollen:

- durch strategischen Konsum Einfluss nehmen auf Angebote der Unternehmen
- ohne eigenen Verzicht auf Lebensqualität in Kauf nehmen zu müssen

LoHaS wenden diese Maxime in vielen Lebensbereichen an, z.B.:

- Essen & Trinken
- Kleidung & Kosmetik
- Wohnen & Haushalt
- Urlaub & Freizeit
- Mobilität u. v. m.

Mo-Fr

# LoHaS – Im Wandel der Zeit



Konsumverständnis		
1980er Antikonsumist	1990er Yuppie	seit 2005 LoHaS
<p><i>„Ich kaufe, also bin ich ein Schwein.“</i></p> <p>Anti-Konsum</p>	<p><i>„Ich kaufe, also bin ich.“</i></p> <p>Ego-Konsum</p>	<p><i>„Ich kaufe, also bestimme ich, was Unternehmen auf den Markt bringen.“</i></p> <p>Strategischer Konsum</p>

# Einige Charakteristiken der LoHaS



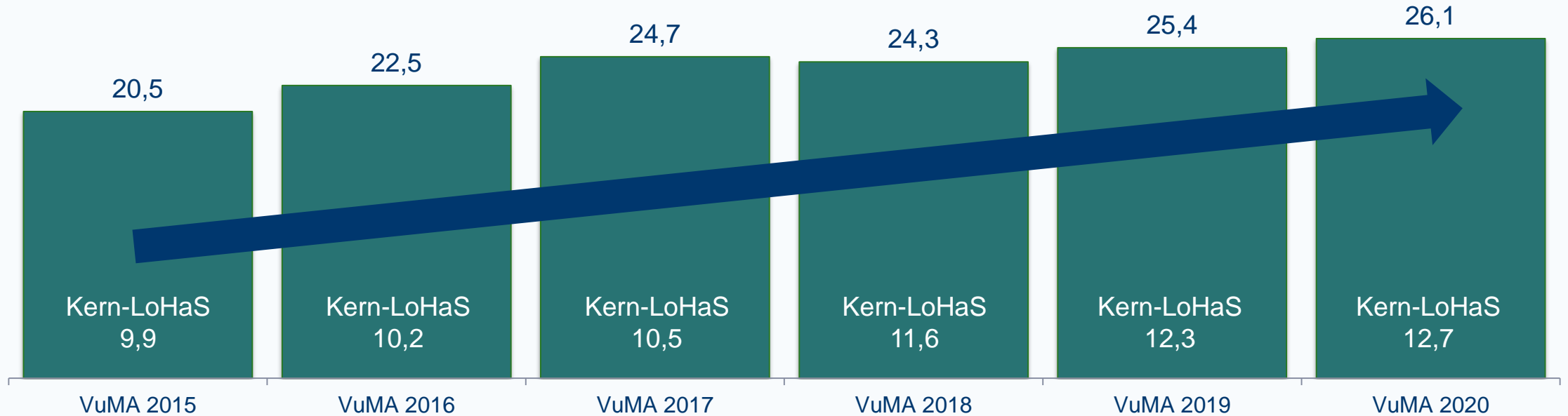
Der Lebensstil der LoHaS könnte als „hybrid“ bzw. als widersprüchlich bezeichnet werden:

- technikaffin und intensiver Naturbezug
- Gesundheit und Genuss
- individuell, aber nicht elitär
- anspruchsvoll, aber kein Statusluxus
- modern und wertebewusst
- selbstbezogen und gemeinsinnorientiert
- Wirklichkeitsbezug und Spiritualität



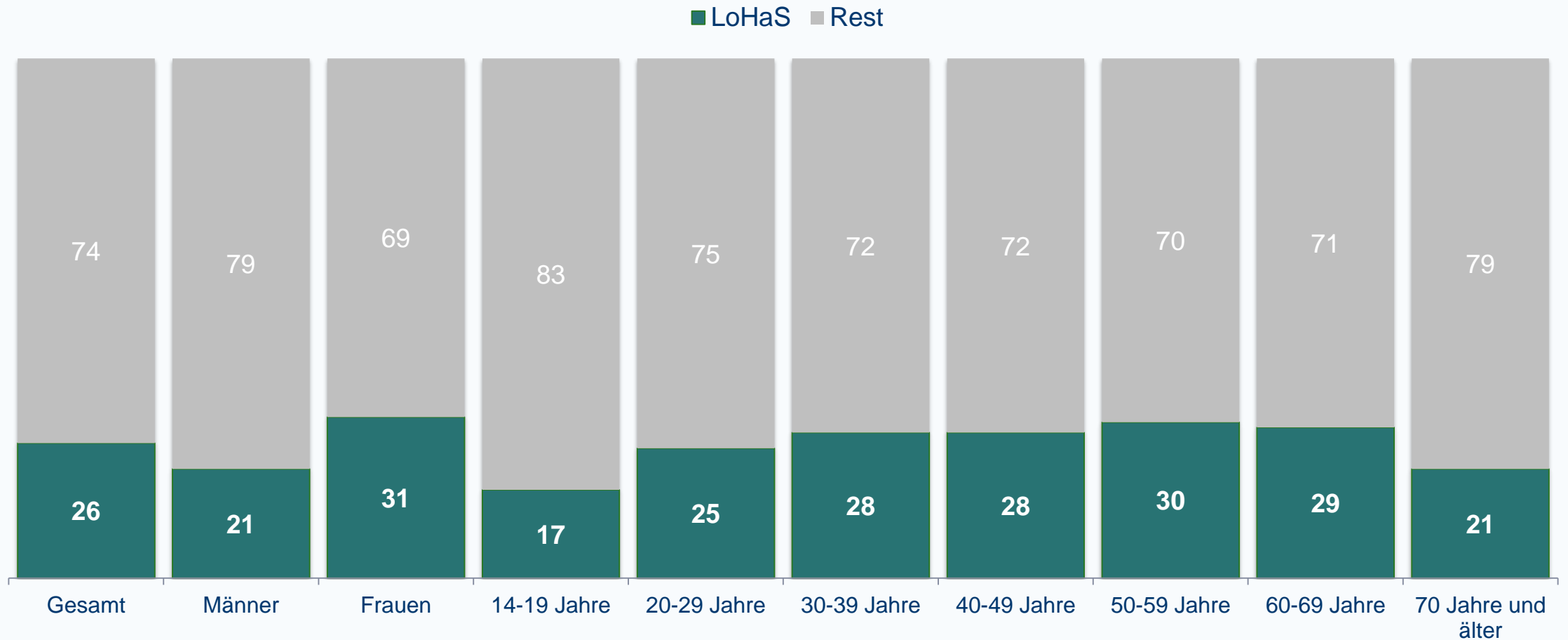
# Jeder Vierte ist ein LoHaS, Anzahl steigend

Anteil in Prozent



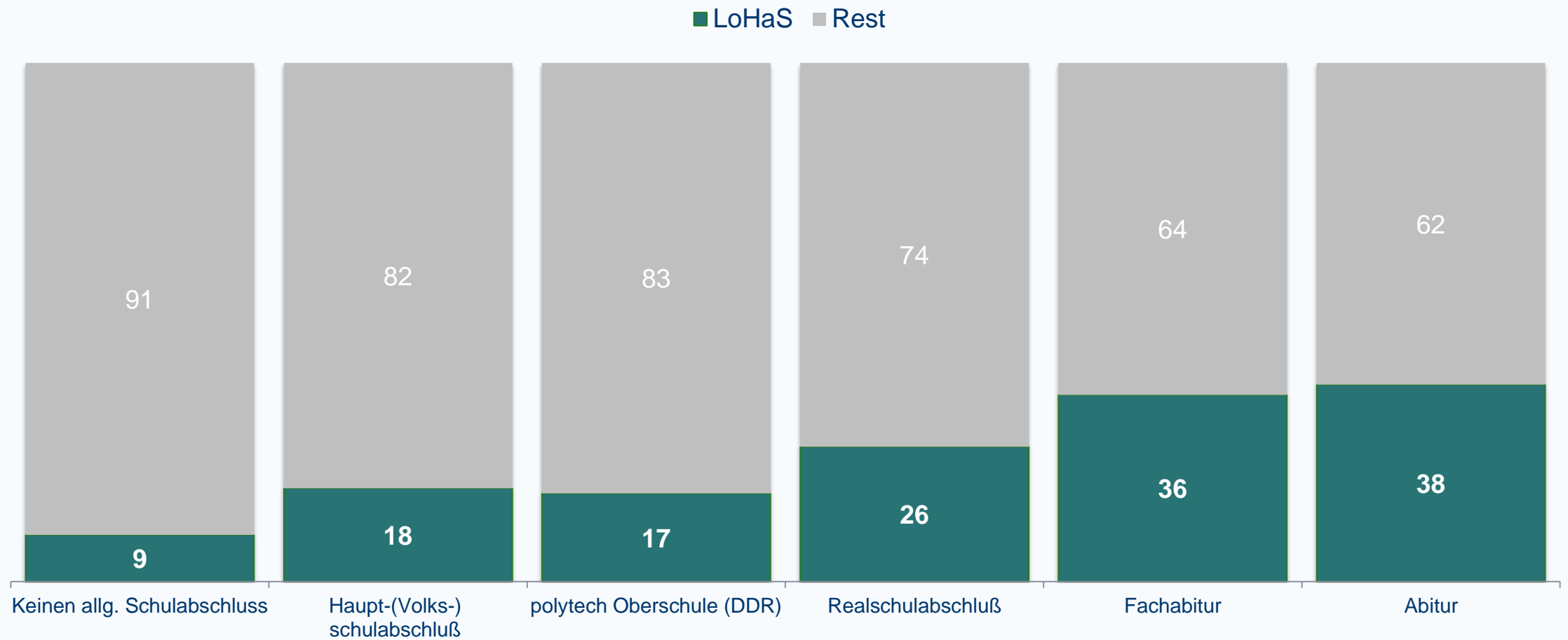
# Mehr LoHaS unter Frauen und über 20-Jährigen

Anteil in Prozent



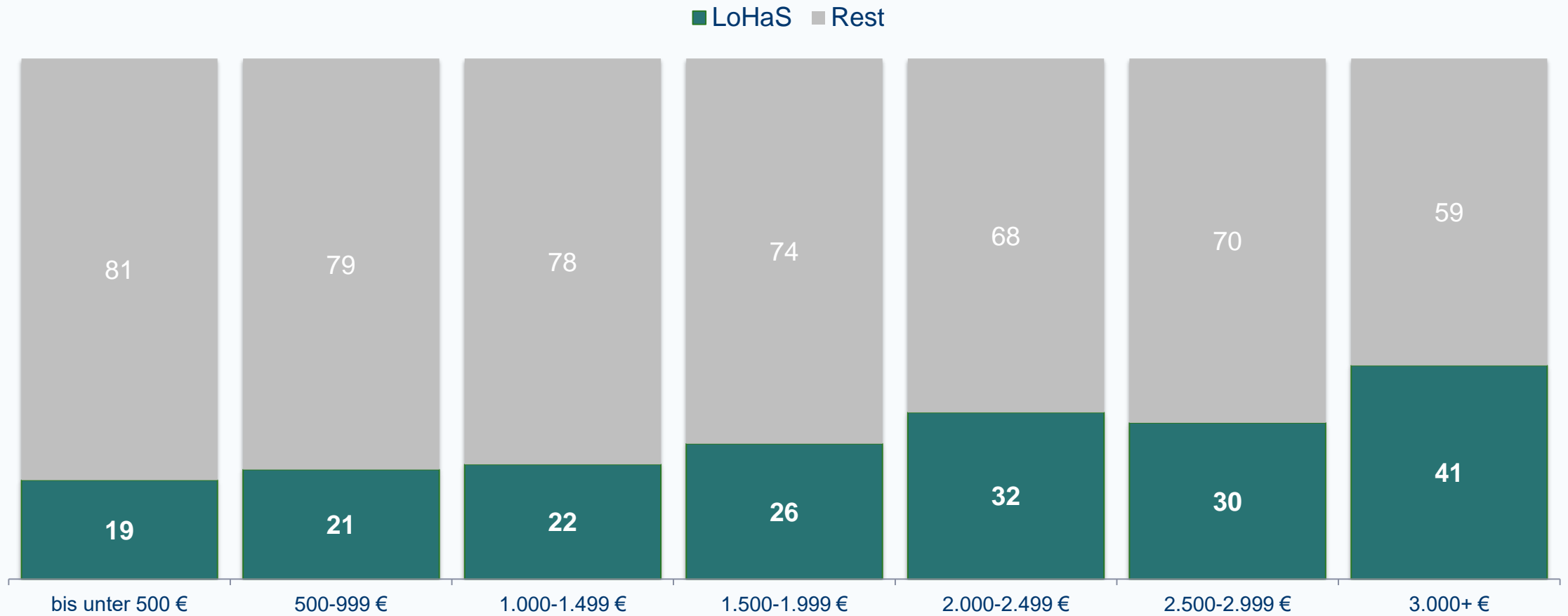
# LoHaS sind gebildet

Anteil in Prozent



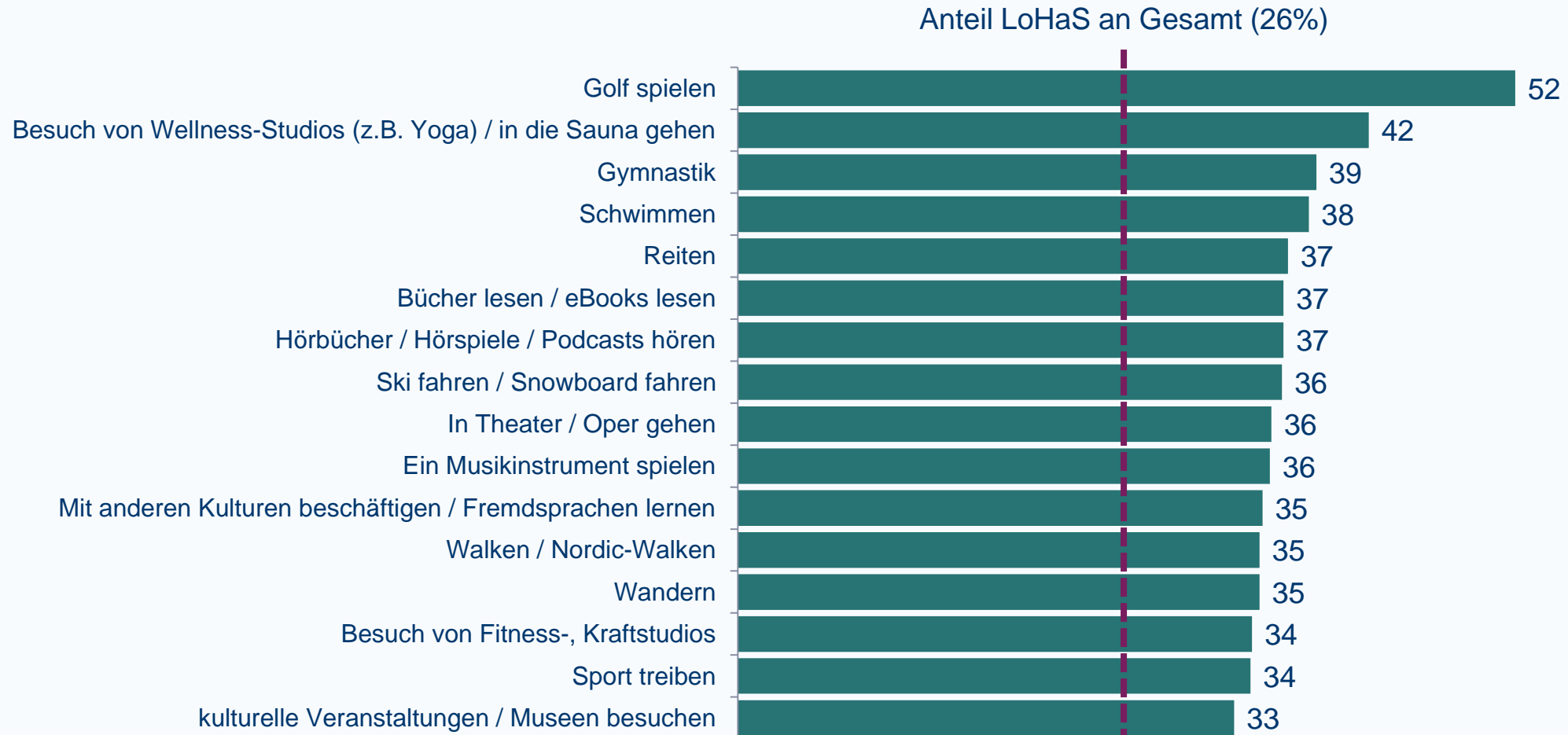
# LoHaS sind einkommensstark

Nettoeinkommen des Befragten, Anteil in Prozent



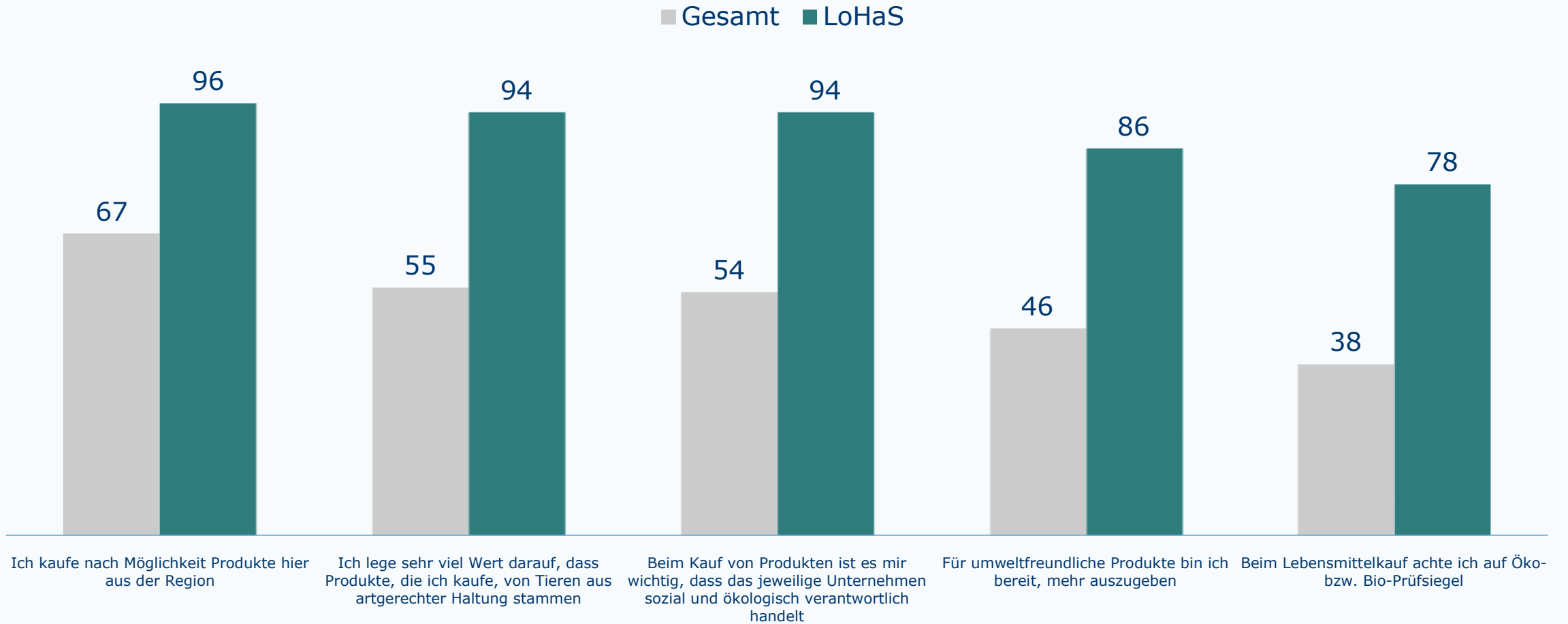
# LoHaS sind offen und aktiv

Freizeitaktivitäten, mehrmals im Monat, Anteil in Prozent



# LoHaS handeln ökologischer

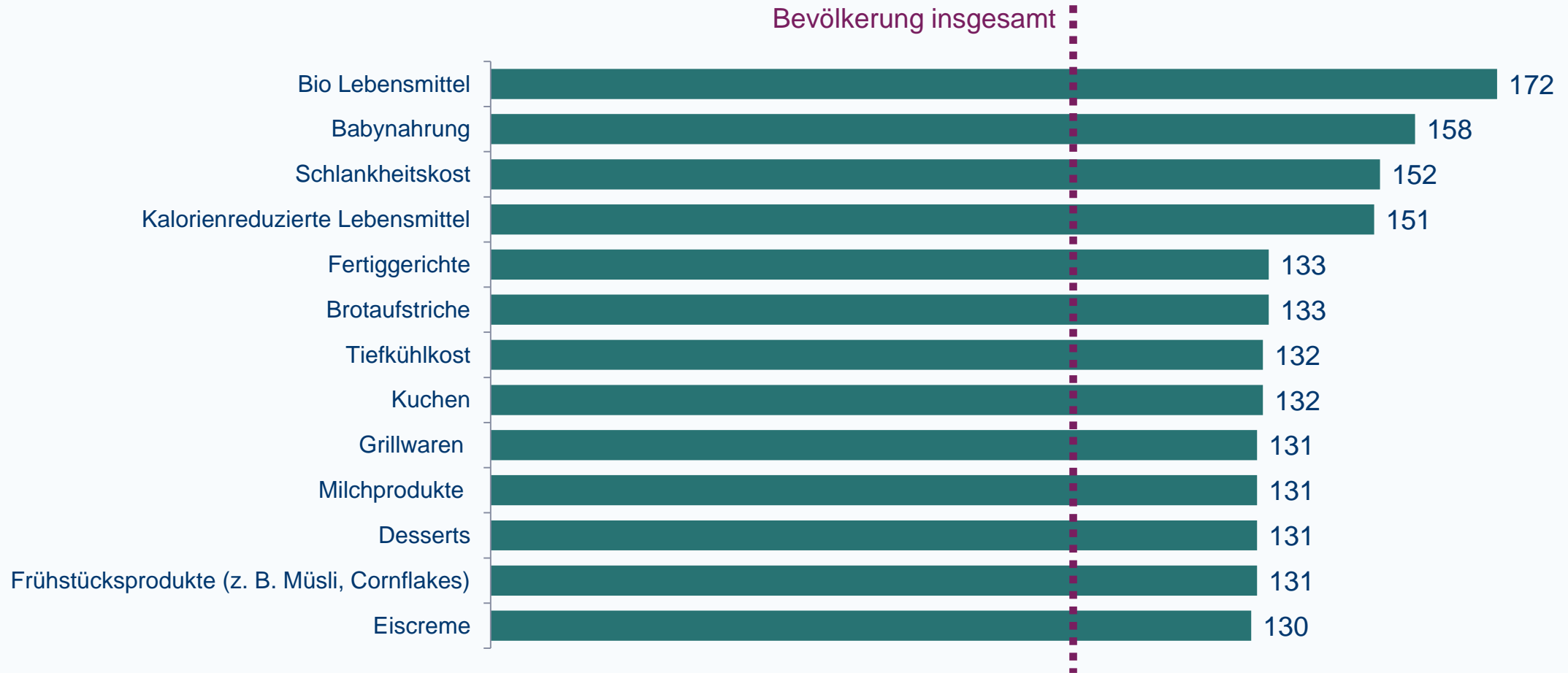
Trifft zu (Note 1+2), Anteil in Prozent



# LoHaS achten auf die Marke

Beispiel  
Food

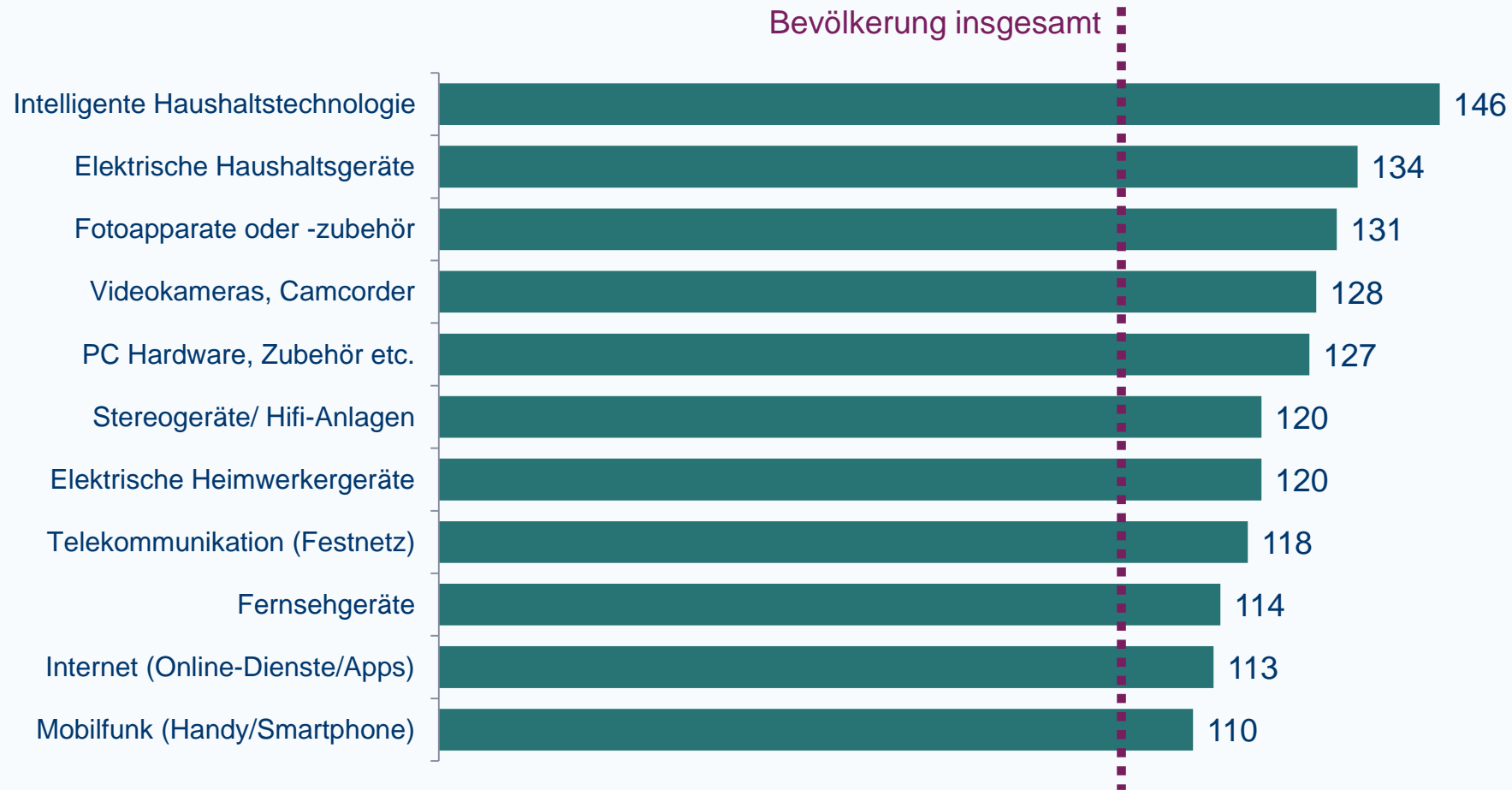
„achte eher auf die Marke“, Index: Gesamt=100



# LoHaS achten auf die Marke

Beispiel  
Technologie

„achte eher auf die Marke“, Index: Gesamt=100





# Marken, die LoHaS mögen

Beispiel  
Käse-Marken

Essen von Käse-Marken (letzte 4 Wochen), Index: Gesamt=100

