



## VerbraucherAnalyse

### **LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability):**

Da sich der Trend zum nachhaltigen Konsum in den letzten Jahren stetig verstärkt, und die sogenannten LOHAS-Zielgruppen nach Medienberichten immer stärker werden, wurde diese Zielgruppe jetzt auch in der VerbraucherAnalyse fest verortet.

Die Basis für die Beschreibung der LOHAS bilden 10 Statements zum Thema Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung, Gesundheit, Ernährung und Konsum, die in der VA abgefragt wurden.

1. Bei Anschaffungen ist für mich die Nachhaltigkeit von Produkten (Umweltverträglichkeit, Langlebigkeit, etc.) ganz besonders von Bedeutung.
2. Wenn ich mein Geld anlege, möchte ich, dass es erkennbar nach gewissen moralischen Grundsätzen eingesetzt wird.
3. Wenn möglich kaufe ich Produkte, die aus "fairem Handel" stammen.
4. Ich kaufe gezielt Natur- und Bioprodukte, auch wenn sie teurer sind.
5. Ich achte sehr auf meine Gesundheit.
6. Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich auf ökologische Produkte.
7. Ich kaufe möglichst Fleisch aus artgerechter Tierhaltung, auch wenn es etwas teurer ist.
8. Ich verwende bevorzugt umweltschonende Haushaltsreiniger und Waschmittel.
9. Bei der Körperpflege schätze ich Produkte auf natürlicher Basis und ohne chemische Zusätze.
10. Es ist mir wichtig, Körper und Seele in Einklang zu bringen.



## VerbraucherAnalyse

Befragte, die einer bestimmten Anzahl dieser Statements voll und ganz oder zumindest teilweise zustimmen, wurden in drei Gruppen eingeteilt:

- **Die Kern-Zielgruppe LOHAS**, die mindestens 5 dieser 10 Statements voll und ganz zustimmen – das sind 7,3 % bzw. 4,7 Mio. der Befragten.
- **Die Basis-Zielgruppe LOHAS**, die 9 von 10 dieser Statements wenigstens teilweise zustimmen – das sind 17,3% bzw. 11,2 Mio. (incl. der Kernziel-LOHAS), sowie alle, die diese Bedingungen zwar nicht ganz erfüllen, jedoch in der Kernzielgruppe LOHAS sind.
- **Die weite Zielgruppe LOHAS**, die 7 von 10 der Statements wenigstens teilweise zustimmen – 36% der Befragten bzw. 23,4 Mio, sowie alle Befragten aus Kern- und Basis-Zielgruppe.

Mit dieser Definition der LOHAS lässt sich nun eine Vielzahl von mediaplanerischen Aufgaben erfüllen – insbesondere auch durch weitere Spezifizierung der Zielgruppen durch Konsummerkmale.

Falls Sie Fragen haben, oder weitere Informationen zum Zielgruppen-Modell oder zur VerbraucherAnalyse benötigen, nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

Axel Springer AG  
Zentrale Marktforschung  
Andrea Treffenstädt  
andrea.treffenstaedt@axelspringer.de

Die VerbraucherAnalyse (VA) wird von Axel Springer und der Bauer Verlagsgruppe herausgegeben.