

Executive Summary zu „Der Auftritt der LOHAS – die neue Lifestyle-Avantgarde klopft an unsere Tür“

Unsere Konsummärkte befinden sich in einem beschleunigten Wandel. Verantwortlich dafür sind nicht nur konjunkturelle Einflüsse oder die Investitionslaunen der Menschen. Wir erleben gegenwärtig eine dramatische Umgestaltung unserer Arbeits- und Lebensverhältnisse. Flexibilisierung, Empowerment der Frauen und die Alterung der Gesellschaft verändern unsere Arbeitswelten. Diese Veränderungsprozesse wiederum lassen uns Ausschau halten nach neuen Modellen des Lebens und Zusammenlebens.

Das „Zukunftsinstitut“, Kelkheim, hat im Auftrag von Nokia eine Trendstudie erarbeitet, die die Konsequenzen dieses dramatischen Wandels zu erklären versucht.

In einer repräsentativen Umfrage unter den 25- bis 49-jährigen in Deutschland hat das Zukunftsinstitut Antworten u.a. auf die folgenden Fragen gesucht:

- Welche Bedeutung haben Arbeit und Freizeit, wie sollte Work-Life-Balance in Zukunft funktionieren?
- Welche Bedeutung haben Technik und technologische Innovationen für den eigenen Lebensentwurf?
- Wo liegen die zukünftigen Konsumpräferenzen, welche neuen Trends und Wünsche müssen die Märkte der Zukunft bedienen?

Wichtigstes Ergebnis dabei: Es gibt einen neuen Konsens in der Zielgruppe, demzufolge Arbeit immer stärker mit Selbstverwirklichung und einer ausgewogenen Work-Life-Balance verbunden wird. 63% der Befragten müssen dieser „Selbstverwirklichungsfraktion“ zugeordnet werden. 28% der Befragten verbinden mit Arbeit nach wie vor klassische Werte wie Notwendigkeit und Sicherheit (9% machten keine Angaben).

In einer Typologie haben wir insgesamt acht Typen analysiert, die abbilden, wie die 25- bis 49-jährigen die Bedeutung von Arbeit (und Freizeit) für ihren Lebensentwurf definieren:

Wenn – so das erste Zwischenergebnis – die überwiegende Mehrheit der Menschen zwischen 25 und 49 Jahren mit der täglichen Arbeit immer stärker Werte wie Selbstverwirklichung und Work-Life-Balance verbindet, dann hat sich ein grundlegender Wandel in der DNA unserer Gesellschaft vollzogen.

Die wichtigsten Konsequenzen daraus:

1. Die in der industriellen Gesellschaft des 21. Jahrhunderts noch gebräuchliche Entgegensetzung von **Arbeit und Freizeit** ist hinfällig geworden. Stattdessen gehen beide Bereiche ineinander über und führen zu neuen, hybriden Lebensstilformen.

2. Wenn die tägliche Arbeit für die Mehrzahl der Menschen nicht nur dem Lebensunterhaltung und der Reproduktion dient, dann bekommen auch Begriffe wie **Entspannung, Wertesehnsucht, Vergnügen und Genuss** eine größere Relevanz.

Das Schlüsselkonzept, mit dem dieser Mentalitätswandel seit einiger Zeit in der internationalen Forschung beschrieben wird, ist das des „**Lifestyle of Health and Sustainability**“ (LOHAS). Unabhängige Forschungen zu den LOHAS vertreten die These, dass sich mittelfristig ein Drittel der Menschen in der westlichen Welt (aber auch in Asien) diesem gesundheitsorientierten und auf Nachhaltigkeit bedachten Lebensstil verbunden fühlen.

Aus der Emnid-Umfrage und unter Hinzuziehung internationaler Quellen und Recherchen vertreten wir die Überzeugung, dass der LOHAS-Lifestyle eher noch mehr Menschen in ihren Lebens- und Konsumstilen beeinflussen wird. **Die LOHAS, so unsere Schlussfolgerung daraus, sind die neue Konsum- und Lifestyle-Elite des 21. Jahrhunderts. Und diese muss wie folgt definiert werden:**

- Umweltbewusstsein UND Technikaffinität
- Fokussierung nach innen UND Verantwortungsgefühl für die „Welt da draußen“
- Streben nach gesunder und nachhaltiger Ernährung UND die Ausrichtung auf lustvollen Lebensgenuss

In einem zweiten Schritt liefert die Studie Trendbeweise dafür, dass das LOHAS-Phänomen die Märkte der Zukunft fundamental umgestalten wird. Dafür wurden die folgenden sozioökonomischen Felder untersucht:

- Der LOHAS-Trend und die neuen Konsumbedürfnisse
- LOHAS und Gesundheit
- LOHAS als Global Lifestyle
- LOHAS und Future Tech

Die Erkenntnisse der Untersuchung lassen sich schließlich so zusammenfassen:

- **Ein Drittel der Konsumenten lässt sich schon jetzt als LOHAS identifizieren.** Aber wie wir feststellen konnten, sind es weitaus mehr Menschen, die ihren Lebensentwurf um LOHAS-Qualitäten wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, gesunder Genuss, Selbstverwirklichung oder Selfness ergänzen.
- **Technik = Einfachheit: LOHAS sind keine Technikverächter, ganz im Gegenteil.** Technik bekommt eine zentrale Bedeutung in ihrem Leben – wenn sie es schafft, Lebensknappheiten wie Zeitmangel und Überkomplexität spürbar zu reduzieren.
- **Bastel-Strategien statt Moralapostel: Die LOHAS leben eine postmoderne Ethik des Sowohl-als-Auch.**
- **Wie keine andere Gruppe vorher kombinieren die LOHAS Lifestyle-Attribute, die noch in den 90er Jahren als unvereinbar galten:** Umweltbewusstsein, Technikaffinität, Ich-Zentrierung, Lifestyle-Orientierung.
- **Der Lifestyle of Health and Sustainability ist wahrscheinlich der erste global beobachtbare Lifestyle-Trend überhaupt.**
- **Partizipation und Kreativität sind im Grunde für die LOHAS zwei Seiten einer Medaille.**
- **Die medienskeptischen, aber erkenntnisthungrigen LOHAS sind weder Web-Maniacs noch Online-Verweigerer.**
- **Zeitsouveränität und ein möglichst hohes Budget an Eigenzeit ist den LOHAS wichtiger als Geld und materieller Wohlstand.**

- Die LOHAS sind auch insofern **gesellschaftliche Avantgarde**, als ihnen bewusst ist, dass nur eine **funktionierende Mechanik zwischen Beruf und Zuhause** den eigenen Ansprüchen und der Job-Realität auf Dauer zur Zufriedenheit führt.