

**Ansprechpartner:**

Richard Häusler

**Datum:**

03.11.2008

**Kontakt:**

stratum® GmbH  
Boxhagener Str. 16  
Alte Pianofabrik  
10245 Berlin

Fon 030.223 25 270

Fax 030.223 25 271

info@stratum-consult.de

www.stratum-consult.de

### **Marktforschungsstudie zerstört Illusionen Die neuen Ökos sind Normalos**

In der Deutschen Bundesstiftung Umwelt wird über die Konsequenzen nachgedacht

Eine strategische Studie, die die Berliner Unternehmensberatung stratum® im Auftrag der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) veranlasst hat, legt ernüchternde Ergebnisse über den Ökokonsumenten vor. Die Menschen, die in Deutschland Nachhaltigkeit zur Leitlinie ihres Konsumverhaltens machen, sind eher unpolitisch, harmoniebedürftig, konservativ und ichbezogen. Auf diese Weise werden Öko-Themen zwar zu Ego-Themen und gewinnen eine größere gesellschaftliche Breite, aber gleichzeitig werden die Zielgruppen resistent gegen zu viel Aufklärung und Lifestyle-Marketing, wie stratum®-Geschäftsführer Richard Häusler heute in Berlin erklärte. Am 6. November wird die Studie auf der Konferenz „Die Marke ‚Nachhaltigkeit‘“ bei der Deutschen Bundesstiftung in Osnabrück vorgestellt.

Seit dem Beginn des Biobooms in Deutschland spekulieren Markt- und Trendforscher über den neuen grünen Lebensstil, der im 21. Jahrhundert in unsere Gesellschaft Einzug hält. Anders als die Ökobewegung der 80er- und 90er-Jahre definiert sich der neue Trend des „LOHAS“ nicht mehr durch Verzicht und Protest, sondern durch die Verbindung von ökologischer Orientierung und Konsum. Dem „Lifestyle of health and sustainability“, der der Zielgruppe der „LOHAS“ ihren Namen gegeben hat, werden hohe Kaufkraft und eine starke Sogwirkung zugeschrieben. Über 12 Millionen Konsumenten in Deutschland sollen auf dem Weg zum „LOHAS“ sein, sagen Konsumforscher voraus.

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt interessiert die Frage, wie diese Konsumentengruppen durch Kommunikation und Marketing noch mehr für einen nachhaltigen Lebensstil gewonnen werden können, der dann auch auf andere Gruppen in der Gesellschaft ausstrahlt. Die von stratum® vorgelegte Studie soll als Grundlage für die Ausarbeitung einer Kommunikationsstrategie verwendet werden. In einem Projekt, das zahlreiche Partner aus Bildung, Naturschutz, Tourismus,

Medien, Handel und Verbraucherberatung integriert, werden Kampagnen erprobt, die die neuen Ökos als das nehmen, was sie sind – Normalos. Zu den beteiligten Partnern gehören unter anderen der Naturpark Nordeifel, das Ministerium für Umwelt des Saarlandes, die Berliner Stiftung Naturschutz, das Flower Label Programm und die Zunft AG, eine Organisation zur Entwicklung von leerstehenden Industrieflächen. Auf der Osnabrücker Tagung werden Vertreter dieser Einrichtungen mit Experten diskutieren, zu denen der Autor der „LOHAS“-Studie, Stefan Siemer von der Hamburger Agentur &EQUITY ebenso zählt wie der Werbeprofi Philipp Riediger von der Münchner Agentur COMBERA oder die Konsumwissenschaftlerin Christa Liedtke vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie.

Die Studie ist unter dem Titel „LOHAS – Mythos und Wirklichkeit“ in einer Kurzfassung erschienen und ab sofort unter [www.stratum-consult.de](http://www.stratum-consult.de) erhältlich. Unter derselben Adresse kann man sich auch noch für die Konferenzteilnahme in Osnabrück anmelden.