

LOVOS auf dem Vormarsch!?



LOVOS (Lifestyle of Voluntary Simplicity) sind Anhänger der Philosophie von F. Popcorn. Das Status- und Prestigestreben sind in dieser Zielgruppe nur schwach ausgeprägt, im Mittelpunkt steht die Sinnhaftigkeit.

Credit: Michaeler & Partner
Fotograf: Michaeler & Partner

Vahn (TP/OTS) - Schenkt man Experten und aktuellen Schlagzeilen Glauben, so kommt man in Versuchung anzunehmen, dass die Welt gleich untergeht. Die Wirtschaftskrise zieht alles in den Abgrund: Umwelt, Finanzwelt und die veraltete westliche Unternehmerwelt.

Wenn es um die Umwelt geht, dann werden wohl bei manch einem Schuldgefühle erweckt und demzufolge demonstrative Opfer begehrt. Zu diesen Opfern wird der Konsumverzicht gezählt. Die Trendforscherin Faith Popcorn spricht von der Lebensphilosophie "Cashing Out" im "Age of Less" (im Zeitalter des Weniger). Diesen Trend beobachtet sie am ausgeprägtesten in der Mittelschicht der Gesellschaft, die das Schuftentum und Konsumieren satt hat. Das heißt soviel wie: Aus dem westlichen Leistungskult ausbrechen und neue Lebensqualität erzielen - einfacher leben - Verzicht wird zur Tugend. Ebenso der Zukunftsforscher Matthias Horx sieht einen neuen Sehnsuchtsmarkt nach Authentizität, Sinnhaftigkeit u.ä. im Tourismus.

LOVOS (Lifestyle of Voluntary Simplicity) sind Anhänger der Philosophie von F. Popcorn. Das Status- und Prestigestreben sind in dieser Zielgruppe nur schwach ausgeprägt, im Mittelpunkt steht die Sinnhaftigkeit. Es geht um neue, weniger aufwendige Lebens-, Produktions- und Konsummodelle bis hin zum Konsumverzicht. Voluntary Simplicity, die freiwillige Einfachheit darf dabei auf keinen Fall mit der Mentalität "Geiz-ist-geil" verwechselt werden, LOVOS konsumieren durchaus im höheren Preissegment, nur eben gezielt. Sie suchen nicht das Schnäppchen, sondern sind sensibel für Themen wie Eigenproduktion, Energiesparen, Religion/Esoterik und Umweltbewusstsein im Allgemeinen.

Der Unterschied zu den LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability)

Die LOHAS sind, eine Zielgruppe, die versucht Konsum und Nachhaltigkeit unter Berücksichtigung des Gesundheitsaspektes zu verbinden, wobei sie sich dies gerne etwas mehr kosten lassen, nach dem Motto: "Weil ich es mir leisten kann ...". LOHAS finden sich hauptsächlich im sogenannten kulturell-kreativen Milieu und sprechen besonders auf Wellness, alternative Medizin und grüne Anliegen im Allgemeinen an. In der Regel verdienen LOHAS überdurchschnittlich und geben ihr Geld auch gerne aus. LOHAS sind also konsumorientiert. (Angeblich sollen 15% der deutschen Bevölkerung den LOHAS zugerechnet werden, in den USA sollen es 30% sein - fundierte Zahlen zu eruieren ist jedoch schwierig).

LOVOS sind auch an Gesundheit und Nachhaltigkeit orientiert. Sie befürworten gesunde Ernährung und ökologisch produzierte Lebensmittel. Entgegengesetzt den LOHAS verzichten sie (mehr oder weniger!) auf deren konsumorientierte Welt. Auch wenn LOVOS sich jenseits von Materialismus bewegen, sind sie aber ebenfalls den Kulturell-Kreativen zuzurechnen. LOVOS kritisieren die Überbewertung des Materiellen ebenso wie die Schnelllebigkeit und stellen den Menschen ins Zentrum.

Krisen, ob es sich dabei um persönliche oder gesellschaftliche bzw. wirtschaftliche handelt, schaffen keine LOHAS, sondern LOVOS. Anhänger der Voluntary Simplicity nennen vorwiegend Lebenskrise, Arbeitsplatzverlust oder Überschuldung als Auslöser zur Entscheidung für diesen Lebensweg. Neuordnung und Sinn jenseits des Konsums stehen als Priorität auf der Wunschliste des neuen Lebensabschnittes.

Wenn die Wirtschaft boomt, dann spricht man von der LOHAS-Zeit, denn gesellschaftlicher Aufstieg will gezeigt werden. In Zeiten wie diesen, in denen es um Vertrauensdefizit und Unsicherheit geht, werden LOVOS dominieren, auch dank zur Schau gestellter Bescheidenheit.

Bei all den "Schwarzmalern" in diesen Krisenzeiten braucht es nun auch in der Hotellerie neue "Buntstifte"; Menschen die Hoffnung und Glauben in die Zukunft zurückgeben, die Tradition und Authentizität leben und nicht nur leere Worthülsen in Marketingaktionen verwenden. Rückbesinnung auf das Regionale und echte Werte schaffen neues Vertrauen und werden den Erwartungen der neuen Marktsegmentierung, den LOVOS gerecht.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at> .

Rückfragehinweis:

Michaeler & Partner
Dr. Iris Costazza
Eisackstr. 1
I-39040 Vahrn (Südtirol)
Tel.: +39 0472 978180
Fax: +39 0472 978141
<mailto:iris.costazza@michaeler-partner.com>
<http://www.michaeler-partner.com>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0002 2009-06-23/08:30

230830 Jun 09

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20090623_TPT0002