

Anja Kirig | Eike Wenzel

LOHAS

Bewusst grün – alles über die neuen Lebenswelten

REDLINE | VERLAG

© des Titels »Lohas« (ISBN 978-3-86881-023-3)
2009 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	17
Die neue Genusselite: Im Burger-Lokal auf der Zeil	18
LOHAS-Lifestyle – die Richtung unserer zukünftigen Sehnsüchte.....	19
„Sehnsucht Grün“ – wie ein Mentalitätswandel unsere Wunschwelten umgestaltet.....	22
Eine neue Lebenskunst – und eine neue Ethik.....	25
1. LOHAS, Neo-Ökos und moralische Hedonisten – Die Geburt einer neuen Lebensform	29
Die Lebensstil-Revolution: Wie wir uns in unserem neuen Leben einrichten	29
Sekt, Selters oder Bionade: Es geht um Ursprünglichkeit	30
Apple: Von der Technik zur Kreativitätstechnik	35
Ende der Dresscodes: Von Freizeit über Outdoor zu Greenstyle	42
Amerikanisches LOHAS-Kino: Julia Roberts – von der Tussie zum Green-Glamour	48
Der grüne Wertewandel verändert unser Leben	54
Die neue Verabredung mit der Natur.....	60
Von Wellness zur Selbstkompetenz in Fragen der Gesundheit	65
2. Acht Aufbrüche in eine neue Genuss-Kultur	73
1. Von der Mangelbeseitigung zum Neuen Luxus	73
2. Wiederverortung im Vertrauten: Regional-Kult und Glamour in der Provinz.....	74
3. Profane Erleuchtung: Vom Glauben zur Spiritualität.....	76
4. Vom Immer-Mehr zum Kult des Weniger: Simplify your Life.....	78
5. Von der Ironiegesellschaft zur Renaissance der Werte	80
6. Von der Talkshow-Demokratie zur Mikropolitik: Es geht um Teilhabe	83
7. Von der Partygesellschaft zur neuen Erfahrungskultur	86
8. Vom Broadcasting zum Narrowcasting: Mediendämmerung, Social Media, Web 2.0	88

3. Der Lebensstil des Sowohl-als-auch	93
Das große „Irgendwie“: Willkommen zum Protest-Pop auf der Nordseeinsel.....	96
Die Welt hinter der Wohlstandswelt: Aus der Wohlstands- in die Wohlfühlgesellschaft	
Wie wir wurden, was wir künftig nicht mehr sein wollen:	
Das magische Quadrat des Wohlstands	101
Die neue Erlebniskultur des UND verändert unsere Lebenskonzepte: Kind UND Karriere, Selbstverwirklichung UND Familie	111
4. Sehnsucht nach dem Echten und Ehrlichen:	
LOHAS transformieren die Food-Märkte	123
Willkommen in der global-lokalen Genusswelt von morgen.....	123
Think global, eat local! Warum Heimat so ganz unverwechselbar gut schmeckt	129
Lebenslust 2.0: Mittendrin statt nur dabei – staunen, schmecken, lernen....	137
5. Der Neue Luxus	147
Warum LOHAS den Neuen Luxus so anziehend finden	147
Flaneure und neue Dandys	154
6. Die Feminisierung unserer Lebenswelt: Frauen sind die Bewusstseinselite von morgen	163
Der weibliche Werte-Cocktail: Individualität mit Verantwortung.....	167
Von der lächelnden Weinkönigin zur erfolgreichen Spitzenwinzerin	171
Wie die grünen Göttinnen einkaufen	175
Nachhilfe in Sachen grüner Lifestyle: Männer ändern sich	178
7. Die neue Sehnsucht nach Gemeinschaft und der lange Abschied von den Massenmedien	183
Weshalb Gerhard Schröder nie ein LOHAS wird.....	184
Wir verabschieden uns vom Fernsehen – neue Medien, neue Sehnsüchte..	187
Die Persönlichkeit des Jahres? Wir!	191
Individualisierte LOHAS-Medien – Technologien „für uns selbst“	194
Meldestelle für Glücksmomente – das lokal-globale Netz.....	199
Digital paradox: Die Wiedergeburt des Realzeit-Stars.....	203
Der paradoxe Triumph des Web 2.0: Leben in der Offline-Welt	205

8. Die Weisheit des Teebeutels: Spiritualität in einer Zeit, in der wir nicht mehr glauben wollen	209
Die moderne Botschaft des Dalai Lama: Ichkultur ohne Egoismus, Gemeinschaft ohne Sektiererei	209
Klosterurlaub: Die Meister der Askese lehren spirituelle Einkehr und Genuss.....	214
Die „andere Ökonomie“ im vermeintlichen Spannungsfeld von Markt und Religion.....	222
Sehnsucht im 21. Jahrhundert: Entwicklung statt Bekenntnis.....	224
Unser Körper als Schnittpunkt von Spiritualität und Sportlichkeit	227
Nachwort: Mit den LOHAS ins nächste Jahrzehnt	229
Über die Autoren	235
Stichwortverzeichnis.....	237