



PRESSEINFORMATION

1 **OWLs Nachhaltigkeitsmesse ProBio für „LOHAS“** 2 **Sa., 18., und So., 19.10.2008: Initiativmesse für den Mittelstand**

3
4 Am Samstag, 18. und Sonntag, 19. Oktober 2008, werden im Alten
5 Güterbahnhof Herford erstmalig auf der Nachhaltigkeitsmesse ProBio
6 die Themenschwerpunkte „Bio“ und „Energieeffizienz kombiniert. Die
7 kaufstarke Besucherzielgruppe, welche nachhaltig konsumiert, gliedert
8 sich in Vertreter der bürgerlichen Mitte und Menschen, die für die
9 Gesamtbevölkerung eine Leitfunktion haben. Seit 2000 in den USA und
10 seit 2007 in Deutschland, wird der gesund und nachhaltig handelnde
11 Konsumtyp und Lebensstil in der Marketingfachwelt unter dem Begriff
12 LOHAS, die Abkürzung für „Lifestyle of Health and Sustainability“,
13 geführt.

14
15 Mit Ostwestfalens Nachhaltigkeitsmesse soll der anspruchsvolle
16 Konsumtypus, der basierend auf den aktuellen LOHAS Studien je nach
17 Definition bis zu 30%¹ der Bevölkerung ausmacht, zielgruppenadäquat
18 angesprochen werden. Marktforschungsergebnisse und Intuition haben
19 die beiden Agenturen SUWA aus Salzkotten und GetPeople aus Bad
20 Salzuflen zu der Entwicklung eines neuen Messeformates bewogen. Die
21 ProBio Messe richtet sich mit seinen Inhalten und Ausstellern
22 gleichermaßen an die Entscheider in den Unternehmen, wie auch an
23 den interessierten Endkonsumenten. Der Verbraucher wird mit einer
24 genussorientierten und informativen Lifestyle- und Einkaufs-Messe
25 angesprochen. Das erste „Nachhaltigkeits Come Together“ am
26 Samstag, 18. Oktober, ab 17 Uhr, hingegen richtet sich mit seinem
27 Angebot ausschließlich an das Fachpublikum.

28
29 In Kooperation mit den Netzwerken Biolokal e.V., Energie Impuls OWL
30 e.V. der DEHOGA und dem Bundesverband mittelständische Wirtschaft
31 wird am Samstag, 18. Oktober, ab 17 Uhr, zum ersten „Nachhaltigkeits
32 Come Together“ eingeladen. „Das dem Fachpublikum ausschließlich
33 vorbehaltene Event dient der Vernetzung der Bio- und Energie-Szene
34 und soll den Know-how-Transfer zu interessierten Unternehmen, die
35 dem Aspekt Nachhaltigkeit eine strategische Bedeutung beimessen,
36 fördern,“ erklären die Initiatoren Markus Tenkhoff, von der Agentur
37 GetPeople und Alfred Bokelmann von SUWA. Um der Zielsetzung einer
38 innovativen Kommunikationsplattform gerecht zu werden, lebt das Event
39 von der Kombination aus professionellem Showkochen in der
40 Showküche von SieMatic Am Adenauerplatz Bielefeld und
41 Impulsreferaten. Als Referenten für die Abendveranstaltung der ProBio
42 Messe konnten Professor Dr. Sietz, Leiter des Institutes für
43 Nachhaltigkeit und Innovation an der Hochschule OWL,
44 Zukunftsforscher Klaus Kofler, Partner des LOHAS Competence
45 Centers in Frankfurt und Bio-Mentor Christoph Reingen, Leiter der
46 Wirtschaftsdienste bei der WestLB in Düsseldorf gewonnen werden. Für
47 die Übertragung der Geschehnisse auf Großbildvideowände und
48 Plasmabildschirmen sorgen drei TV-Kameras des Bielefelder
49 Unternehmens Screen Content.

¹ Greenstyle Report, Hubert burda Media research & development; August 2007; LOHAS Studie von KarmaKonsum und A.C. Nielsen GmbH, 29.5.2008



PRESSEINFORMATION

50
51 Nachhaltigkeit ist in jeglicher Hinsicht der Leitgedanke der Messe. Das
52 restaurierte, 90 Jahre alte Backsteingebäude, Alter Güterbahnhof in
53 Herford, aber auch die Präsenz von Bildungsträgern und Kindergärten
54 unterstreicht die Philosophie unter dem Messe-Motto „für ein besseres
55 Morgen“. ProBio versteht sich als Initiative für sinnvollen Konsum, fairen
56 Handel und ist ein Appell „für die Familie“. Neue Geschäfts- und
57 Tätigkeitsfelder bieten auf Grund des sich abzeichnenden Werte-
58 wandels Chancen, gleichermaßen für die Unternehmer und die junge
59 Generation.

60
61 Neben Fachleuten aus der Wissenschaft, die die Abendveranstaltung für
62 das Fachpublikum gestalten, werden Persönlichkeiten aus den
63 Bereichen Kunst, Kultur und Politik die Messe ProBio unterstützen.
64 MARTa Direktor Jan Hoet, Herfords Bürgermeister Bruno Wollbrink oder
65 der Kabarettist und Moderator Sascha Korf, der aus dem GOP Varieté-
66 Theater bekannt ist, werben mit ihren Programmbeiträgen für
67 Nachhaltigkeit. Die Zukunftsforscher prognostizieren einen mindestens
68 30 Jahre andauernden Trend².

69

70

71 Information zu dem LOHAS

72

73 **LOHAS**, so lautet die Abkürzung für einen Lebensstil oder
74 Konsumententyp, der durch sein Konsumverhalten und gezielte
75 Produktauswahl Gesundheit und Nachhaltigkeit fördern will. Der
76 sogenannte „**Lifestyle of Health and Sustainability**“ wurde in den USA
77 erstmals im Jahr 2000 beschrieben. 2007 wurde der Begriff in
78 Deutschland durch die Studie "Zielgruppe Lohas" des Zukunftsinstitutes
79 in Kelkheim bei Frankfurt populär. Die von AC Nielsen und
80 KarmaKonsum initiierte und auf der zweiten LOHAS-Konferenz² am 30.
81 Mai in Frankfurt veröffentlichte erste empirische Untersuchung lässt die
82 Marketingfachwelt aufhorchen. 30% der deutschen Bevölkerung werden
83 dem gebildeten, kaufstarken und werberesistente Konsumententyp
84 zugeordnet. Mittlerweile wird nicht mehr von einem Trend sondern von
85 einer Bewegung gesprochen. Der jedes Jahr mit zweistelligen
86 Umsatzzuwächsen boomende Bio-Markt sowie alle Unternehmen, die
87 Lösungen für eine höhere Energieeffizienz anbieten, profitieren
88 langfristig. Zukunftsszenarien einer von Ernst & Young 2007
89 veröffentlichten Studie zum LOHAS gehen soweit, dass sich das
90 zukuntorientierte Handeln bis 2020 zum dominierenden Lebensstil in
91 der Deutschen Bevölkerung entwickeln könnte. Die Konsequenz wäre
92 unter anderem ein Anteil von Bioprodukten am Gesamtangebot in Höhe
93 von 30%. Ein Grund für die optimistischen Prognosen zur Entwicklung
94 des Marktes für den LOHAS ist sicherlich die Zielgruppe. Die von der
95 CMA Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft
96 mbH im Jahr 2002 veröffentlichte Studie zum Bio-Konsumenten,
97 unterteilt die öko-affinen Konsumenten in zwei Gruppierungen. Neben
98 Vertretern der bürgerlichen Mitte gehören die sogenannten

² LOHAS Lifestyle of Health and Sustainability, Ernst and Young AG, 2007



PRESSEINFORMATION

99 meinungsbildenden Millieus, denen eine Multiplikator- und Leitfunctons
100 zugeschrieben wird, zu den öko-affinen Zielgruppierungen.

101

102

103

104

105 **ProBio-Termine:**

106

107 Sa., 18. und So., 19.10 2008, 10.00 -18.00 Uhr: „ProBio Messe“

108 Eintritt EUR 4,-; Kinder bis 12 Jahre EUR 2,-, unter 6 Jahre Eintritt frei.

109

110 Sa., 18.10.2008, 17.00 – 21.30 Uhr „Nachhaltigkeits Come Together“

111 Eintritt: EUR 11,- (Veranstaltung für das Fachpublikum)

112

113 **1) Foto Download: Sympathieträgerin:** [http://www.probio-
115 messe.de/index.php?id=1329](http://www.probio-
114 messe.de/index.php?id=1329)

116

117 **2) Foto-Download Link mit den Pressefotos von:**

118

119 A) Jan Hoet; Künstlerischer Direktor MARTa Herford

120 Foto: Hans Schröder/MARTa Herford gmbH

121

122 B) Bruno Wollbrink; Bürgermeister der Stadt Herford

123

124 C) Sascha Korf; Kabarettist, Moderator & Comedy-Star

125

126 [http://www.get-
128 people.de/presse/ProBio/ProBio_Monatsmagazine/foto-download-link](http://www.get-
127 people.de/presse/ProBio/ProBio_Monatsmagazine/foto-download-link)

129

130

131 **3) Foto-Download-Link zu den Referenten des**

132 **« Nachhaltigkeits Come Togethers »**

133

134 [http://www.get-people.de/presse/ProBio/Referenten-des-
136 ProBio-Nachhaltigkeits-Come-Togethers/](http://www.get-people.de/presse/ProBio/Referenten-des-
135 ProBio-Nachhaltigkeits-Come-Togethers/)

137

138

139 **www.probio-messe.de**

140

141

142

143 **Presse-Kontakt**

144 Probio

145 c/o Agentur GetPeople

146 Markus Tenkhoff, mt@get-people.de, 0172 2337337

147 und Katharina Wilhelm, kw@get-people.de

148

149 Petrastr. 10

150 32105 Bad Salzuflen

151 Tel.: 05222 369040; Fax: 05222 36904120



PRESSEINFORMATION

149 www.get-people.de

150