

*Dělení podle spotřebitelského typu LOHAS (zkratka z angličtiny Lifestyle of Health and Sustainability).  
Definice 5 typů životních stylů a zastoupení skupin v americké populaci:*

### 1. LOHAS (16 %) (zkratka z angl. Lifestyles Of Health And Sustainability)

LOHAS jsou lidé s velkým zájmem o udržitelnost. Udržitelnost a šetrnost k životnímu prostředí je jejich životním stylem. Lidé typu LOHAS zohledňují při nakupování dopady na globální ekosystém. Šetrnost a udržitelnost je jejich hlavním kritériem při rozhodování o koupi výrobků. Při nakupování se proto zajímají nejen o kvalitu a zdravotní nezávadnost, ale také o životní cykly výrobků. Ptají se: „Nemá výroba příliš velké dopady na přírodu?“, „Nedošlo při výrobě k porušování lidských práv?“ apod. Za výrobky odpovídající jejich představám jsou ochotni zaplatit vyšší ceny. Svým spotřebitelským chováním provokují a ovlivňují lidi ve svém okolí. Velmi významné je, že vytvářejí tlak na výrobce a dodavatele, aby začali dodržovat principy udržitelného života, šetrný a etický přístup ve všech fázích životního cyklu výrobků.

### 2. Lehce přírodně orientovaní (24 %) (v originále Naturalites)

Naturalité, dalo by se jim říkat „lidé přírodní“ nebo „lidé, kteří mají blízko k přírodě“, jsou lidé, kteří mají zájem žít zdravě a chránit sebe a své blízké před zdravotními riziky ze závadných potravin a výrobků. Zajímají se proto velmi aktivně o vliv různých chemických látek na lidské zdraví. Při nakupování pečlivě kontrolují etikety výrobků, zda se na nich nevyskytují nežádoucí „éčka“. Zdravotní nezávadnost je hlavním kritériem, kterým se řídí při nakupování. Upřednostňují tzv. přírodní produkty nebo výrobky se značkou bio. Často také nakupují na farmářských trzích. Nebo si doma vyrábí přírodní kosmetiku. Mnozí z nich by rádi více podpořili spravedlivý obchod, ale nemohou z finančních důvodů.

### 3. Váhaví (23 %) (v originále Drifters)

Mezitypem jsou lidé, kteří při nakupování někdy zaujmají „zelené“ postoje a jindy ne. Nakupování ekologicky šetrných výrobků je pro ně zajímavé především tehdy, pokud jim osobně přináší nějakou výhodu, především úsporu. Váhaví kupují energeticky úspornou elektroniku a spotřebiče, upřednostní nízkoenergetické bydlení, když mají na výběr, nakupují maso, vejce a mléko z biofarem, pokud není příliš dražší než v supermarketech apod.

#### 4. Konvenční (23 %) (v originále Conventionals)

Konvenční lidé nemají „zelené“ postoje, ale vykazují v jejich komunitě běžné proenvironmentální chování (např. neničí stromy, nevyhazují odpadky z oken, třídí plasty, šetří vodou a energií) a řídí se zákony a společenskými normami dané společnosti. Někteří z nich by pro přírodu rádi něco dělali, ale neví jak. Většina z nich si myslí, že jejich chování (tedy chování jednotlivců) nemůže nic změnit. Stěžují si na nedostatek času (oni nemají čas měnit životní styl ani studovat etikety na výrobcích) a na vyšší cenu šetrných produktů a technologií.

#### 5. Bez zájmu (14 %) (v originále Unconcerneds)

Tito lidé se o udržitelnost ani zdraví (často ani o vlastní) nezajímají. Nemají „zelené“ postoje, nezajímají se o etickou problematiku ani o zdravotní rizika ani o vlastní zdraví. Na životním prostředí jim nezáleží. Nemyslí na budoucnost. Jsou zahlceni každodenními problémy. Nevykazují v jejich komunitě běžné proenvironmentální chování. Někdy se dokonce ani neřídí zákony a společenskými normami. Možná by se jim mělo říkat „Prospěcháři“, protože dělají především to, z čeho mají vlastní prospěch.

Zdroje:

1 Marketing& Media (2010). Jste Lohas ? Dostupné z: <http://www.enviweb.cz/80843>

2 Hospodářské noviny (2010). Jste Lohas ? Dostupné z: <https://ihned.cz/c1-42666630-jste-lohas>

3 Peyron C.(2010). LOHAS – the largest market you’ve never heard of. Dostupné z:

[https://www.lohas.se/wp-content/uploads/2015/07/Superbrands2010LOHAS\\_CarlPeyron.pdf](https://www.lohas.se/wp-content/uploads/2015/07/Superbrands2010LOHAS_CarlPeyron.pdf)

4 Marketing& Media (2010). Jste Lohas ? Dostupné z: <http://www.enviweb.cz/80843>

