

## Karrieresprung: Social Entrepreneurs (3)

# Die ökokorrekte Strategin

Von Birgit Obermeier



Claudia Langer hat die Plattform Utopia.de erfunden

29. März 2008 Utopia liegt mitten in einem Wohngebiet in Münchens Edel-Vorort Solln, in einem futuristischen, mit silbernem Dämmmaterial überzogenen Würfelbau. Die Innenwände sind aus unbehandeltem Holz, die Möbel fröhlich bunt wie die 15 Mitarbeiter, die hier hübsch verpackte Öko-Themen ersinnen. Warum züchten Menschen mitten in New York Gemüse? Welche Klimabilanz hat ein Actionfilm? Und was bitte sind Lebenszykluskosten?

Utopia liefert flott aufbereitete Antworten und gibt konkrete Verbrauchertipps - von der Öko-Windel über die Jeans aus erstklassiger Bio-Baumwolle bis hin zur Umweltaufklärung in punkto Sexspielzeug. Mit klassischen Ökoratgebern hat die Online-Plattform so wenig gemein wie der verzottelte Alt-Müsli mit den neuen, urbanen Wohlfühl-Ökos - von Trendforschern „Lohas“ getauft. Utopia ist bunt, lebensfroh und verspricht: Mach mit und hab Spaß dabei, das Richtige zu tun. Wenige Monate nach dem Start der Plattform haben sich schon über 11.000 Nutzer in der Community registriert.

### Beim Einkauf Zeichen setzen

Claudia Langers Augen beginnen bei dieser Zahl zu flackern. Die Chef-Utopistin fläzt in Jeans und Poloshirt an ihrem Schreibtisch und strahlt ungeschminkte Jugendlichkeit aus. „Viele Leute hoffen noch, daß es in punkto Klimawandel glimpflich abgeht - am besten mit einer Energiesparlampe“, sagt sie und lacht. Weil dem nicht so sein werde, sei nun aktives Mitmachen gefragt: „Wir haben jahrelang das zynische Raushalten gelebt. Aber Harald Schmidt ist vorbei.“ Langer ist überzeugt: „Verbraucher können ein Zeichen setzen, wofür sie ihr Geld ausgeben - und dazu beitragen, daß Unternehmen nachhaltigere Produkte anbieten.“ Eine griffige Formel hat sie dafür auch gefunden: strategischer Konsum.

### Zum Thema

Social Entrepreneurs (2):  
Öko-Schick aus der Jugendstilvilla

Social Entrepreneurs (1):  
Jürgen Tesch, Stattauto München

Die Gründerin weiß, wie man Ideen verkauft. Bereits als Abiturientin stellte sie eine Messe für junge Modedesigner auf die Beine. Anfang der 90er Jahre gründete sie gemeinsam mit ihrem Mann eine Werbeagentur, die freche Kampagnen für Kunden wie MTV und Levi's entwarf. Hart arbeiten und Spaß im Leben haben - Langer lebte den Geist dieser Zeit selbst in vollen Zügen. Dann kamen drei Kinder, der 40. Geburtstag („Bilanzzeit“) und die Frage: Gibt es auf der Welt nichts Sinnvolleres als Werbung?

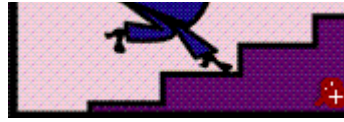
Langer und ihr Mann verkauften ihre Agentur, bauten zwei Ökohäuser - eins für die Familie und daneben eins fürs Geschäft - und gründeten Utopia. Mit tatkräftiger Unterstützung von zahlreichen Bekannten, aber auf eigene Kosten und mit selbst definiertem Auftrag: „Unseren Beitrag zu leisten, die Welt zu retten.“ Geringere Ziele setzt sich Langer, die als Kind Papst oder Bundeskanzlerin werden wollte, erst gar nicht.

### Volles finanzielles Risiko

Engagiertes Unternehmertum bewies sie bereits als Agenturchefin: Sie teilte Gewinne mit ihren Mitarbeitern, investierte in Ausbildung und pflegte die Firmenkultur. „Jetzt geht es eben einen Schritt weiter“, so Langer. Hin zum Social Entrepreneurship Rendite ist für mich eben



zum Social Entrepreneurship. „Rendite ist für mich eben auch, wenn meine Kinder noch im Mittelmeer baden können“, erläutert die 42-Jährige. Damit riskiert sie freilich einen Teil ihrer finanziellen Absicherung. „Für mich ist das ein lebendiges, freilich oft auch sehr stressiges Moment“, sagt die umtriebige Bayerin. „Es geht wieder um die Wurst.“



Karrieresprung - wöchentlich bei FAZ.NET

Finanzieren soll sich Utopia über Sponsoring und Werbung. Allerdings, so der hehre Vorsatz, ausschließlich von Firmen, die es ernst meinen in punkto Nachhaltigkeit. Wer dazu zählt, hat das Utopia-Team in Form einer Whitelist definiert. Zu den Unterstützern der ersten Stunde zählen die für ihr Öko-Engagement bekannten Firmen Otto Group und Hess Natur. Von bestimmten Energie- oder Automobilkonzernen würde sie gegenwärtig kein Geld nehmen, meint Langer. Und räumt ein: „Grundsätze zu haben und sie einzuhalten, ist schmerzhaft.“

Denn irgendwann soll die Plattform natürlich Gewinn abwerfen, schließlich sind Lohntüten zu füllen und Kindermünder zu stopfen. Bereichern will sich die Gründerin aber nicht: Ein Teil der Erlöse ist für die Utopia-Stiftung vorgesehen, in deren Kuratorium neben Schauspieler Axel Milberg auch namhafte Umwelt-Wissenschaftler sitzen.

### **Seriöse Umweltfachleute an Bord**

Langer meint es ernst und kann das mit ihrer geradlinigen Art vermitteln. Wir wissen, wie man kommuniziert und haben uns intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt - ihr aber habt die Substanz. Mit dieser entwaffnenden Offerte gewann sie das renommierte Freiburger Öko-Institut und den alternativen Verkehrs Club Deutschland (VCD), ihre Expertise in eine durch und durch lifestylige Online-Plattform einzubringen. „Ich war mir anfangs nicht sicher, ob die mir glauben werden, daß wir etwas mit Substanz machen“, gesteht die Ex-Werberin. „Aber das ist jetzt durch.“ Diskussionen, ob ein Beitrag zu oberflächlich sei, gebe es immer wieder mal. Generell aber schätzen es die seriösen Partner, daß Utopia ihre Themen einer ganz neuen Bevölkerungsschicht zugänglich macht.

Während die Vermittlung eines neuen Ökobewusstseins zweifellos gelingt, hakt es bei dessen Operationalisierung noch ein wenig: Als die Plattform zu Jahresbeginn Deutschlands größte Unternehmen zu ihren Klimaschutzmaßnahmen befragte und die Antworten zur Bewertung durch die Community freigab, war das Echo höchst zwiespältig: Einige Mitglieder werteten das „Utopia-Vertrauensbarometer“ als „interessantes Experiment“, andere hielten es für „unglaublich, dass hier nur auf Basis der Texte der Werbeabteilung diskutiert werden soll.“ In der Tat versuchte sich die Online-Plattform auf recht intuitive Weise, wozu Nachhaltigkeits-Analysten seitenweise Umweltkennzahlen analysieren.

„Zugegeben: Das Vertrauensbarometer ist ein Experiment“, sagt Langer. Gelernt hat sie daraus zweierlei: Utopia wird von vielen Unternehmen schon ernst genommen. Und: „Wir müssen politischer werden und uns zu bestimmten Punkten eine Meinung bilden.“ An der „grundpositiven Haltung“ der Plattform soll sich aber nichts ändern. Statt Unternehmen zu attackieren, will Langer sie positiv treiben - „mit dem Versprechen, daß ökokorrekte Produkte letztlich ein gutes Geschäft sind.“

Sie denken pragmatisch, innovativ und langfristig - kurz: unternehmerisch. Dabei wollen sie nicht ausschließlich ihren Gewinn maximieren, sondern einen Beitrag zum gesellschaftlichen Wandel leisten. Die Rede ist von Social Entrepreneurs. Geprägt hat den Begriff die 1980 gegründete Organisation Ashoka, die weltweit soziales Unternehmertum unterstützt. Wie erfolgreich dies