



Claudia Langer: In der Internet-Community Utopia.de versammelt sie Verbraucher, die auf umweltfreundliche Produkte, faire Arbeitsbedingungen und Nachhaltigkeit Wert legen.

Wider die Langeweile

Autorin: Bettina Dornberg

Avantgarde, Start und Utopia – Claudia Langer hat in 25 Jahren gleich drei wegweisende Firmen gegründet. Im Gespräch erzählt die Serienunternehmerin, was sie anspricht und wie sie als „unstrategischster Mensch“ trotzdem erfolgreich ist.

Es gibt eine Geschichte über die griechischen Götter: Sie haben sich gelangweilt; also erschufen sie den Menschen. Aber sie langweilten sich immer noch. Da haben sie die Liebe erfunden. Danach war ihnen nicht mehr langweilig. Also beschlossen sie, die Liebe selbst auszuprobieren. Und schließlich haben sie das Lachen erfunden, damit sie die Liebe ertragen konnten.

Claudia Langer hat sich in der Schule gelangweilt; also organisiert sie Events und gründet ihre erste Agentur, Avantgarde – derzeit auf Platz zwei deutscher Agenturen für Live Kommunikation. Aber sie langweilte sich immer noch. Da hat sie Start gegründet, die Kreativagentur, die immer anders war. Danach war ihr nicht mehr langweilig. Nach ersten Schritten zum Social Entrepreneur war ihr wieder langweilig. Und schließlich hat sie die Utopia AG gegründet, um ihrer gesellschaftlichen Utopie eine Heimat zu geben.

Claudia Langer liebt Geschichten und „Menschen, Menschen, Menschen. Ich bin so hungrig nach Menschen, nach Geschichten, nach ‚what makes them tick‘“, sagt die Serienunternehmerin, wie sie auch bezeichnet wird, und erzählt, was sie bewegt – wider die Langeweile.

Claudia Langers Unternehmerinnengeschichte beginnt im Alter von 16 Jahren: Sie stemmt mit Freunden ein zweiwöchiges Kleinkunstfestival in ihrer Heimatstadt München mit bayerischen Größen wie den Biermösl Blosn in einem Zirkuszelt mit ausverkauften 400 Plätzen. Der Erfolg und die Erfahrung, dass sie was kann oder gar nicht anders

kann, treiben sie dazu, während ihrer Abiturzeit 1984 die Eventagentur Avantgarde zu gründen. Der Name ist Programm: Avantgarde nimmt schnell Pionierstellung unter den deutschen Eventagenturen ein und Claudia Langer nimmt Platz im Rundfunkstudio bei Thomas Gottschalk als berühmteste, jüngste Agenturchefin im Alter von 23 Jahren. Die älteste Tochter eines Pfarrers und einer Ehe- und Familienberaterin wird in einem Atemzug mit Anne-Sophie Mutter, Steffi Graf und Sabine Christiansen genannt und rangiert Mitte 1986 in der Zeitgeistzeitschrift „Wiener“ neben Petra Kelly, Jim Rakete und Michael Groß als eine der 39 Menschen unter 40, die Deutschland verändern werden. „Ich habe meinen Namen viel zu früh im Kontext von Leuten gesehen und gelesen, die schon viel weiter waren als ich. Durch die Medien bin ich so schnell hochgejubelt worden“, sagt sie und beschreibt, dass ihre Seele da nicht nachgekommen sei – damals, als sie kaum dem protestantischen Elternhaus entflohen zum Trotz professionell Party machte. „Ich war

»Ich hab' meinen Namen viel zu früh im Kontext von Leuten gelesen, die weiter waren als ich.«

ja ein Shootingstar, aber mit wenig Erdung.“ Sie führt seit Jahren eine erfolgreiche Agentur – in Messezeiten mit über 50 Mitarbeitern, die alle bis zu 15 Jahre älter sind als sie – und „denen musste ich sagen, wo es lang geht, aber ich wusste es ja selber auch nicht“. Um der „Zeit voller Selbstzweifel“ ein Ende zu setzen, macht Claudia Langer gleichzeitig ihren Abschluss als Kommunikationswirtin an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW). „Ich war besessen davon, ich wollte ein Zeugnis“, gesteht sie. Aber das beruhigt sie nicht. Bereits „five years on the road“ als Deutschlands bekannteste ‚Wunderkindagenturchefin‘ unternimmt sie 1989 ein sechs-

»Der einzige Grund Werbung zu machen, war das Gefühl: Das könnte Spaß machen, das können wir sicher viel besser. Aber keiner von uns hatte je Werbung gemacht. Das war für die Branche eine ziemliche Provokation.«

Claudia Langer über die Werbeagentur Start, die sie gemeinsam mit ihrem Lebenspartner Gregor Wöltje gründete. Ein Agenturporträt aus absatzwirtschaft 9/2001 finden Sie mit dem Suchbegriff „Claudia Langer“ auf www.absatzwirtschaft.de.

monatiges „Undercover-Praktikum“ bei der TBWA in New York. „Ich wollte mal herausfinden, ob ich mich bewähren könnte, wenn ich ein Niemand bin.“ Claudia Langer taugt nicht lange zum ‚Kellerkind‘ bei der TBWA. Sie schafft es auch dort schnell in die oberen Stockwerke und überwindet den Widerspruch zwischen dem „Würstchen“, wie sie sich selbst fühlt, und dem „Wunderkind“, wie sie in Deutschland gehandelt wird. Zugleich lernt sie mit Avantgarde – „immer am Rande des Untergangs“ – nach außen so zu wirken, „dass du erfolgreich bist, aber deine Zahlen stimmen einfach nicht“.

Die heute 45-jährige Vollblutsozialunternehmerin Claudia Langer lernt im Unterwegssein. Sie hört gerne zu und ist „hemmungslos im Fragen. Ich frage Jeden. Ich lerne durchs Zuhören. Ich war bei allen großen Werbern und hab’ sie ausgefragt, um zu verstehen, was sie erfolgreich macht“, erklärt sie und lacht.

Claudia Langer muss viel gelernt haben: Denn mit Start Advertising startet sie durch. „Das hat schon funktioniert“, sagt sie im Interview mit der absatzwirtschaft schüchtern wie ‚subversiv‘ lächelnd. Was ist passiert? Kurz vor ihrem 27. Geburtstag gründet Claudia Langer gemeinsam mit ihrem Partner und Architekten Gregor Wöltje, den sie Silvester 1989 kennen- und lieben lernt, eine Werbeagentur. Und wer versucht ist, in der deutschen Agenturszene eine zweite ihrer Art zu suchen, wird sie nicht finden. Das Gespann Langer/Wöltje wollte und machte alles anders als andere und dies durchaus erfolgreich unter dem Claim oder „Mantra“, wie Claudia Langer es nennt: „Suchen, was andere nicht suchen – finden, was andere nicht finden.“ Die Gründer sind keine Werber. „Der einzige Grund, Werbung zu machen, war das Gefühl: Das könnte Spaß machen, und wir können es sicher viel besser. Aber keiner von uns hatte je Werbung gemacht. Das war für die Branche eine ziemliche Provokation“, bemerkt Claudia Langer nicht ohne Stolz, „die Chuzpe dazu gehabt zu haben“. Sehr schnell stellen sie ihr Erfolgspotenzial im Anderssein unter Beweis: Ein Jahr nach Gründung belegen sie ihre erste Auszeichnung im Kreativranking des Art Directors Clubs Deutschland e.V. (ADC). Ein weiteres Jahr später avan-

ciert Start Advertising zur Newcomer Agentur des Jahres. Zahlreiche Kreativpreise, immer für Gesprächssprengstoff sorgende Kampagnen und Großkunden folgen, unter ihnen: MTV, Deutsche Bank, EON und Burger King.

Aber auch Langers Unternehmenskultur ist eine andere: Die Agentur, die im Jahr 2000 rund 62 Millionen Euro Kundenetats bewältigt und einen Jahresumsatz von 9,2 Millionen Euro hat, beschäftigt nur 63 Mitarbeiter. „Wir wollten nie eine Großagentur werden wie Jung von Matt oder Springer & Jacoby – Gott hab’ sie selig“, sagt Claudia Langer und erklärt mit Nachdruck: „Uns haben die Regeln des Marktes nicht interessiert. Uns hat nie interessiert, was man macht und das bleibt so“, das treibe sie in den Wahnsinn. Claudia Langer „stürzt“ sich – aus Langeweile am Werbe- und Kampagnentum, was sonst – auf interne Leitbildprozesse, auf den Umbau der Start GmbH in eine Aktiengesellschaft, die Start AG, um ihre Mitarbeiter zu beteiligen. In sich trägt sie „eine große Leidenschaft, Organisationen aufzubauen, die einen Charakter haben“, und ist weiter lernend unterwegs vom intuitiven Social Entrepreneur bis zum berühmtesten Utopia-Social Entrepreneur. „Mit all dem, was wir gemacht haben“, und damit meint sie „den einzigartigen Start-Teamspirit“, gesunde Ernährung – wider die Pizza – der

↘ Utopia AG

Gründung und Firmensitz: 8.11.2007, München

Vorstand: Claudia Langer (Vorsitzende), Dr. Meike Gebhard

Aufsichtsrat: Mathias Plica (Vorsitzender), Martin Kleene, Hubertus von Lobenstein

Mitarbeiter: 14

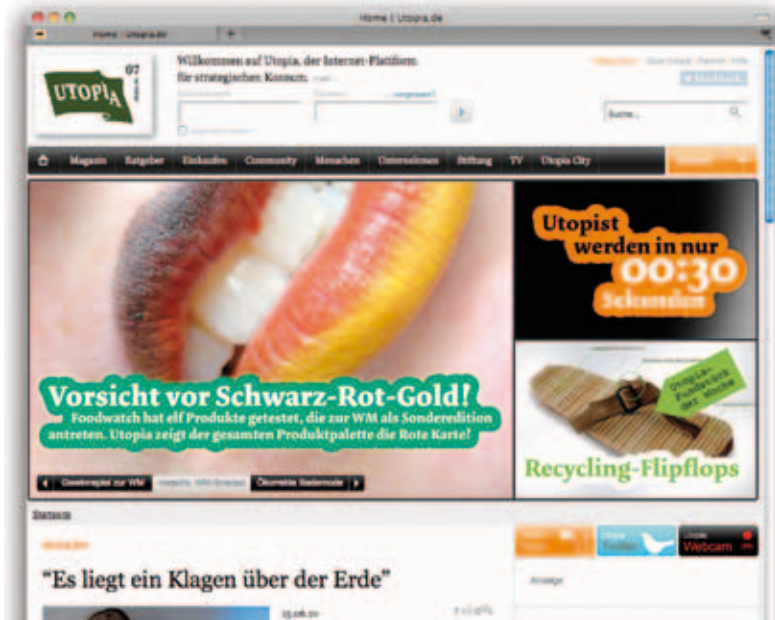
Finanzierung: Sponsorships, Partnerschaften, Werbeschaltungen, öffentliche Förderung

Registrierte Mitglieder auf www.utopia.de: 65000

Unique Users auf www.utopia.de 2009: 1,22 Millionen ←



Burger King für Deutschland: Mit dem Gewinn des Burger King-Etats gründet Start zum Bundestagswahlkampf 1998 die Partei BKD.



Utopia.de: 65000 registrierte Verbraucher tauschen sich hier über nachhaltigen Konsum aus, bewerten Marken und Unternehmen.

Agenturangehörigen durch zwei festangestellte Köche, die „Gewinnbeteiligung aller Mitarbeiter vom Putzmann bis zum Geschäftsführer“ gegen die „Unkultur“ in der Branche, „haben wir trotzdem eine Superrendite gemacht“.

Dann: Ihr „ganz irres Erlebnis“, wie sie verrät: Sie merkt, dass sie nichts mehr lerne und steigt aus.

Die endgültige Ablösung von der Start AG – für Claudia Langer schleichend von 2002 bis zum Verkauf im Jahr 2004 – ist zugleich der unwiderrufliche Abschied von der Werbung. Sie charakterisiert ihn als einen sehr schmerzhaften, aber einzig gangbaren „großen Brückenabriss. Das mussten wir so tun, da wir wussten, dass wir beide auf Entzug kommen“.

Kein Angebot – „und da gab es viele“ – kann sie zur Umkehr bewegen und keine Rückkehr als Beraterin kommt für sie in Frage – das ist „der totale Regelbruch“ in der Werbeszene: „Ich weiß nicht, ob Sie die großen Männer der Werbung kennen, die uns immer wieder in Versuchung führen wollten? Wenn Du denen sagst, Geld interessiert uns nicht... die müssen gedacht haben, wir haben eine Granatenklatsche“ – das Ehepaar Langer/Wöltje widmet sich dem ‚Sabbat‘ mit ihren zwei, bald drei Kindern. „Ob Sie das jetzt glauben oder nicht: der radikale Rückzug aus der Öffentlichkeit war der größte Genuss meines Lebens.“

Aus der privaten Nische – vermutlich aus Langeweile und mit der „inhaltsgetriebenen“ Leidenschaft für Firmen als „politisches Gebilde“ – gründet Claudia Langer die Utopia AG am 8. November 2007. Sie schildert die „lange Vorgeschichte“ wie die Arbeit eines Tontechnikers am Mischpult: „Es ist so, als würdest du Start langsam runterregeln und wieder deine Augen und Ohren aufmachen, und dann häufen sich die Themen, für die du auf einmal anfällig bist. Sie fliegen dich an, und dann liest du sehr selektiv über den Klimawandel, über Social Entrepreneurship, und du fragst dich, wie du da mitgestalten und den maximalen Beitrag für Veränderung leisten kannst“, bis sie ihrer Vision von Welt eine Marke verleiht: www.utopia.de, die führende Internetplattform Deutschlands für strategischen und nachhaltigen Konsum, mit derzeit 65000 registrierten Mitgliedern und rund 180000 Portalbesuchern pro Monat.

Alles fängt vermeintlich klein und natürlich anders an: Ohne CI, ohne Visitenkarten, ohne Marketingabteilung – nur mit einem leidenschaftlich engagierten Team von Leuten im Kampf für den Klimawandel, für die Lebenszeit von morgen, für eine Utopie, die Realität werden kann und soll. Und mit einer Handvoll prominenter Überzeugungstäter wie der

Moderatorin Sandra Maischberger, dem Schauspieler Axel Milberg und „wunderbaren, anerkannten Wissenschaftlern“ wie Professor Dr. Peter Henricke.

PR-Strategie mit Testimonials? Keineswegs: Claudia Langer kannte die Prominenten aus Film und Fernsehen bereits und ging auf die Experten, Unternehmer, NGOs zu, und sie hat Fragen gestellt – was sonst – sowie „sustainability gelernt“ auf dem Kurs: „Wie könnten wir in Deutschland den größten Impact haben?“ Und sie ergänzt: „Da war keine Strategie. Ich bin der unstrategischste Mensch, den es gibt. Das wird Ihnen jeder bestätigen – auch jeder Exkunde.“ Sie lacht.



Utopia-Stiftung

Gründung und Form: 23.04.08, Nichtrechtsfähige Treuhandstiftung, München

Stiftungsverwaltung: Stiftung „Stifter für Stifter“, München

Stifter: Claudia Langer und Gregor Wöltje

Stiftungskapital (bei Gründung): 50000 Euro

Finanzierung: Spenden und Zustiftungen

Kuratorium: Dr. J. Daniel Dahm, Dr. Rainer Grieshammer, Randy Hayes, Prof. Dr. Peter Henricke, Martin Kleene, Sandra Maischberger, Axel Milberg, Prof. Dr. Lucia Reisch, Prof. Dr. Wolfgang Sachs, Prof. Gerhard Scherborn, Georg Schweisfurth.

Die Utopia Stiftung ist seit dem 26.5.2008 vom Finanzamt München als gemeinnützig anerkannt.





Co-Branding: Mit der sozial-ökologisch ausgerichteten GLS Bank und Mastercard gibt die Utopia AG eine Kreditkarte heraus.

Claudia Langer kenne den Verbraucher und will ihm mit dem Portal Orientierung und Stimme geben; Claudia Langer kenne „CEOs“, Geschäftsführer, Vorstände, Generaldirektoren und will sie „in die Haftung“ nehmen. Auf ihrem „Grünen 2.0 Portal“, wie sie utopia.de auch charakterisiert, treffen Unternehmen auf eine umweltbewusste oder partizipative Online-Community und treten in einen offenen Dialog. „Du kannst nicht im open space abtauchen“, sagt sie und weiß um die „Angst vor Kontrollverlust in Unternehmen“, die sie als „Hebel für Veränderung“ nutzt.

Claudia Langer ist es leidenschaftlich ernst. Das Begehren ihrer Mutter, sich zu engagieren, ist ihr in „Fleisch und Blut“ übergegangen. Eine ihrer Benchmarks heißt Bill Drayton, ehemaliger McKinsey-Berater, Social Entrepreneur, Gründer und Vorsitzender von Ashoka, der ersten und größten internationalen Non-Profit-Organisation zur Förderung von Social Entrepreneurs.

»Eigentlich ist das eine Utopie, dass ein so großer Konzern ein Manifest unterschreibt.«

Sie fühlt sich „mandatiert“ als politische Akteurin der Zivilgesellschaft. Utopia.de, die sich durch Werbeschaltungen, Sponsorships und Partnerschaften mittlerweile finanziell trägt, werde in Medien, Politik und Wirtschaft als Sprachrohr wahrgenommen.

1,22 Millionen Unique Users online geben ihr Recht. Unterstützt von Kuratorium und anderen Mitstreitern wirkt sie aber nicht nur in der virtuellen Welt, sondern auch offline: Mit Aktivitäten wie der jährlichen Utopia Konferenz, des Utopia Awards, des Utopia City Guides mischt sie mit und mischt sich ein. Trotz Prominenz an ihrer Seite steht vor allem Claudia Langer erneut im Rampenlicht der medialen



Telekom-CEO René Obermann: Als erster Chef eines DAX-Unternehmens unterschrieb er das Changemaker-Manifest von Utopia.

Öffentlichkeit: „Es war für mich total unvorhersehbar, dass sich das wieder an mir aufhängt“, sagt sie glaubhaft und sitzt wieder in den Rundfunkstudios – diesmal der politischen Fernseh-Talkshows.

War gestern noch CSR in aller Unternehmensmunde und Aufgabe des Marketings, so ist es heute die Nachhaltigkeit. Corporate Sustainability wird zunehmend zur Chefsache und Wettbewerbsfaktor der Zukunft. Und genau so ein Chef ist René Obermann, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG – mit rund 260000 Mitarbeitern eines der führenden Telekommunikationsunternehmen weltweit. Nach Bionade, Entega, Frosta, GLS Bank, Memo, Otto, Spacenet, Tegut und Utopia unterzeichnet René Obermann für den ersten börsendotierten multinationalen Konzern das so genannte Utopia Changemaker Manifest. In dieser freiwilligen 16-seitigen Selbstverpflichtung erklärt die Telekom am 22.4.2010 unter anderem, mit ihren Sozialstandards deutlich die branchenüblichen und gesetzlich vorgeschriebenen zu übertreffen. Doppelseitige Anzeigen in „Die Zeit“ und „Die Süddeutsche“ geben Zeugnis davon. „Eigentlich ist das eine Utopie, dass ein so großer Konzern ein Manifest unterschreibt“, umschreibt sie diese einzigartige Kooperation und den Chef des DAX-Unternehmens als „einen Menschen, der mir Hoffnung macht und von dem man noch viel hören wird. Und zwar Gutes“.

...und ab wann wird es wieder langweilig? Nicht abzusehen, sagt sie, „weil ich hier so viel gestalten kann. Mit Utopia gibt es noch viele unerfüllte Ideen“. Im Dezember dieses Jahres geht es erst einmal um unumstößliche Fakten: Die Unterzeichner des Changemaker Manifests geben ihren ersten Zwischenbericht ab – transparent für alle. Beim so genannten ersten Loop überprüft die Utopia Online Community, also denkbar mehr als 65000 Utopisten, die so genannte „Neue Deutschland AG“ auf ihrem Weg zu einer „wahrhaftigen“ Nachhaltigkeit.

Wie auch immer die Geschichte der Götter – sorry, der Claudia Langer – weitergeht: Es wird eine – wider die Langeweile. ←