

Die Utopisten

Hier regiert Angebot und Nach(haltigkeits)frage.

Die Welt der „neuen“ Utopisten sieht stylish aus. Sie macht Spaß, kommt fröhlich daher und wenn sie schmecken könnte, dann wäre sie einfach nur lecker. So wie ein locker-leichtes Soufflé mit kleiner Salatbeilage. Ökorrekt, aber nicht zu schwer verdaulich. Genuss mit gutem Gewissen.

Seit Anfang November hat Claudia Langer ihr jüngstes Unternehmen, die Utopia AG, mit einem eigenen Webportal online geschaltet. Bereits in den ersten fünf Wochen zählt die frühere Chefin der Münchner Werbeagentur *start AG* über eine Million Clicks auf der Website. Frei nach dem selbsternannten Motto „Eine bessere Welt muss keine Utopie sein“ hat Langer mit *utopia.de* eine viel beachtete, unabhängige Konsumenten-Plattform geschaffen. Mit der will sie die Vermarktung ökologisch und ethisch empfehlenswerter Produkte sowie einen nachhaltigen Lebensstil fördern.

Kommunikations-Spezialistin Claudia Langer: „Wir verstehen Utopia als einen Beitrag für eine ökologisch bessere Welt, in der die Verbraucher die Wirtschaft mit strategischem Konsum zum Umdenken bringen. Das große Ziel von Utopia ist es, diesen Prozess anzustoßen

und zu unterstützen, um für uns alle eine lebenswerte Zukunft zu erhalten.“

Das Öko-Institut gehört zu den Partnern und unterstützt *utopia.de* regelmäßig mit Informationen aus seiner Verbraucher-Kampagne *EcoTopTen*. Prominente Gleichgesinnte wie der Schauspieler Axel Milberg oder die TV-Journalistin Sandra Maischberger sorgen für die notwendige öffentliche Aufmerksamkeit. Und die Medien staunen.

Denn der Homepage gelingt, wovon andere zur Zeit noch träumen: Utopia schafft eine wunderschöne, bunte Werbewelt für Nachhaltigkeit. Und so ist *utopia.de* eine durchaus gelungene Mischung aus viel Information und einem alltagsnahen Einkaufs-Führer.

Gleichzeitig setzt die Plattform auf ein Netzwerk von bereits über 7.000 „Utopisten“, so nennen sich die registrierten Nutzer der website, die miteinander diskutieren, praktische Tipps geben sowie nachhaltige Produkte und Unternehmen bewerten. Aus diesen stetig wachsenden Experten- und Userbeiträgen soll perspektivisch ein eigenes News- und Wissensarchiv entstehen.

„Unsere Idee von einem strategischen Konsum, der Konsumentenwünsche nach nachhaltigen Produkten in Richtung Wirtschaft und Industrie adressiert, ist angekommen und durchweg positiv aufgenommen worden“, zieht Claudia Langer eine erste positive Bilanz.

Bleibt zu hoffen, dass die Utopistin auch weiterhin inhaltlich erfüllen kann, was sie bislang verspricht. *cr*

info: www.utopia.de
www.oeko.de/081/kleinwunder

