

Nährwert mit Mehrwert

Die Unternehmerin Marianne Obermüller hatte irgendwann genug von ihrer Firma für Automatisierungstechnik, verkaufte sie und beschloss vor drei Jahren, die Welt mit Hilfe von Schokolade ein kleines bisschen besser zu machen

VON FRANZ KOTTEDEDER

Man sagt der Niederbayerin an sich nicht nach, dass sie ein Hascherl sei. Sie gilt im Gegenteil als patent, resolut und zupackend. Die Niederbayerin hat das Herz auf dem rechten Fleck, redet nicht lange drumherum, und wenn sie sich einmal etwas in den Kopf gesetzt hat, dann rückt sie davon auch so schnell nicht wieder ab. Sagt man.

Marianne Obermüller, 50, ist keine, die ihre niederbayerische Herkunft verleugnet. Wendet man die oben angeführten Kriterien auf sie an, würde sie das ohnehin nicht lange leugnen können, denn alle treffen perfekt auf sie zu. Eine andere Eigenschaft, die man den Niederbayern zuschreibt, passt hingegen weniger. Wortkarg ist Marianne Obermüller eher nicht. Wenn ihr etwas wichtig ist, wird sie recht eloquent und überzeugend. Zum Beispiel, wenn es um Schokolade geht, um ihre Schokolade. Obermüller sagt natürlich, „Schokolad“ dazu, und im vergangenen Jahr hat sie ziemlich viel über ihre Schokolad geredet. Denn schließlich will sie was voranbringen, mit ihrem „social business“.

Es ist nämlich so: Marianne Obermüller ist die Chefin von „Schokolade hilft immer“. Wenn sie ihre Schokolade verkauft, dann ist damit immer ein gewisser Mehrwert für die Gesellschaft verbunden. Denn 25 Prozent der bezahlten Summe gehen an eine gemeinnützige Vereinigung, die sich der Käufer oder der Beschenkte selber aussuchen darf. Er muss dazu nur ins Internet gehen und auf die Homepage www.schokoladehilftimmer.de. Dort kann er sich unter

Ein Viertel des Verkaufspreises geht an eine karitative Organisation

derzeit zehn Projekten eines aussuchen, dem die 25 Prozent zugutekommen sollen. Mittels eines neunstelligen Codes und einer Pin-Nummer, die der Schokoladenpackung beiliegt, kann er das direkt am Bildschirm tun. Das Geld geht an Initiativen aus den Bereichen Bildung, Inklusion, Ökologie und soziale Nothilfe. So kann man beispielsweise für die „Münchner Tafel“ spenden, das „Dorf für Kinder und Tiere“, die Bildungsinitiative „Funkenflug“ oder für Aidsweisen in Swasiland. Noch sind die Umsätze von Schokolade hilft immer überschaubar, die Aktion ist ja erst im Aufbau, aber gerade in der Vorweihnachtszeit rechnet Obermüller doch mit einem starken Schub: „Unsere Schokolade und unsere Pralinen eignen sich natürlich besonders gut für große Firmen, die ihre Kunden beschenken und dabei auch noch etwas Gutes tun wollen.“

Ja, die Sache läuft ganz gut an, sagt sie. Zu den ersten Großkunden zählen etwa die Unternehmensberatung Roland Berger oder die BMW-Stiftung. Auch der Kreis der karitativen Vereinigungen, die mit Spenden bedacht werden, soll noch wachsen, dafür hat sich Marianne Obermüller extra die Expertin Claudia Lamprecht angestellt, die zuvor als Geschäftsführerin der „Horizonte“-Stiftung gearbeitet hat.

Dass viele der bisher unterstützten Organisationen sich um Kinder in Not kümmern, hat aber natürlich schon mit Obermüller zu tun. Sie hat selbst keine Kinder, aber sie wollte früher einmal Kindergärtnerin werden, das war ihr erster Berufswunsch. Es ist aber nie dazu gekommen. „Ich bin aufgewachsen auf einem Bauernhof zwischen Passau und Waldkirchen“, erzählt sie, „mein Vater wollte nicht, dass ich auf eine höhere Schule geh‘ und studiere. Damals hieß es noch, die Madel heiraten und kriegen Kinder.“ Und wie das halt so geht: Unbewusst macht man’s dann



Sie packt gerne an und baut etwas Neues auf: Marianne Obermüller, hier in ihrem Büro am Nymphenburger Schlossrondell, hat das soziale Unternehmertum für sich entdeckt und „Schokolade hilft immer“ auf den Weg gebracht. FOTO: CATHERINA HESS

doch anders, als die Altvorderen sich das so vorstellen – daher vielleicht auch der große Wert, den Marianne Obermüller auf Bildungsprojekte legt. Sie selbst hat eine kaufmännische Ausbildung gemacht und ist dann, sobald das ging, mit 21 Jahren mit ihrem Freund, „der war ein armer Student“, nach München gezogen: „Ich dachte mir immer, ich muss weg von da unten,

in eine große Stadt, und ich baue mir dann selber was auf.“

Der Vater war erst einmal sauer, aber später wird er wohl recht stolz auf seine Marianne gewesen sein. Die sagt, sie hat ihm schon einiges an Werten zu verdanken. „Er hat neben seiner Landwirtschaft auch mit Pferden gehandelt, und da galt ein Handschlag so viel wie ein schriftlicher Vertrag.

Das ist mir heute noch wichtig.“ Als sie damals in München ankam, fing sie mit einer Fachwirtausbildung an, „die habe ich dann aber bald wieder geschmissen, weil ich gemerkt hab‘: Ich brauch‘ mehr Praxiserfahrung.“ Sie fing in einer Elektronikfirma an, kümmerte sich um Bauteile und stieg in der Hierarchie schnell höher, bis sie fand, es sei an der Zeit, was Eigenes aufzuziehen.

So begann das mit Dynamic Systems, ihrer eigenen Firma. „Ich war schon immer ein Technikfreak“, sagt sie, und so baute sie Scanner und Identifizierungssysteme, die zum Beispiel in großen Zentrallagern zur Anwendung kommen, Funkchips für Waren, Automatisierungs- und Robotertechnik. Nach 15 Jahren hatte die Welflinger Firma 35 Mitarbeiter, einen Jahresumsatz von zehn Millionen Euro und war Nummer eins auf dem Markt.

So hätte es weitergehen können. Aber 2007 wollte sie nicht mehr und verkaufte die Firma. „Ich hab‘ super Geld verdient, aber das war halt nicht alles.“ Sie war damals auf der Suche nach neuen Herausforderungen, sagt sie, und die fand sie dann bei einem Vortrag über „social business“, bei dem es unter anderem auch um die Mikrokredite des Wirtschaftswissenschaftlers Muhammad Yunus aus Bangladesch ging, der für sein Konzept einer sozial verantwortlichen Wirtschaft 2006 den Friedensnobelpreis erhalten hatte. Da spürte sie sofort: „Das ist was für mich. Ich wollte was Sinnhaftes, das auch etwas bringt für die Gemeinschaft.“ Und weil sie es nicht so hat mit halben Sachen, stieg sie gleich richtig ein, gründete in Berlin das „Genisis In-

Sie weiß schon, wie man den Leuten etwas Sinnvolles schmackhaft macht

stitute“ mit, das unter anderem soziales Unternehmertum fördert, und gründete ihre eigene „Earthrise Society“ mit Sitz am Schloss Nymphenburg. „Earthrise“, das klingt ein wenig esoterisch, so etwas passt eigentlich gar nicht zu ihr. Aber das nimmt sie in Kauf. Der Name kommt von der Erde, die 1968 die Astronauten der Apollo-Mission aufgehen sahen. „Wir sind als Techniker zum Mond“, zitiert Obermüller sie, „und wir kamen als Menschenfreunde zurück.“ Das fand sie, sei kein übles Motto.

Seitdem organisiert sie Leitkongresse für soziales Unternehmertum mit, wie den Berliner „Vision Summit“ mit 1400 Teilnehmern, kümmert sich um Bildungsstifternetzwerke, arbeitet ehrenamtlich als Mentorin und bemüht sich darum, „Brücken zu bauen zwischen der Wirtschaft und sozialen Projekten“. Almosen alleine sind ihr eher ein Gräuel, ihr ist es lieber, wenn ein Geschäft sich rentiert und auch etwas für die Gemeinschaft abwirft.

Bei Schokolade hilft immer ist das noch nicht der Fall, sie sieht das „auch eher als Fundraising tool. Ich brauche da nicht unbedingt Gewinnmaximierung, obwohl ich sehr gern Geld verdiene.“ Draufgekommen ist sie bei einem längeren Krankenhausaufenthalt nach einer missglückten Operation. Sie entwarf da Pralinen, auf denen stehen Worte und Werte wie „Mut“, „Glaube“, „Liebe“ und „Hoffnung“.

So kam die Technikerin also zu ihrer Schokolad. Und die ist von vorne bis hinten beispielhaft für ein „social business“. Der Rohstoff etwa kommt von der Schweizer Firma Fehlin, die den Kakaobauern 50 Prozent des Erlöses garantiert – Fairtrade-Unternehmen zahlen nur elf Prozent. Hergestellt werden Tafeln und Pralinen streng regional, von der Manufaktur Clement in Bernried am Starnberger See. Und die 25 Prozent Spende, das ist natürlich der Clou des hochwertigen Produkts. Sehr viel verlockender kann man sich eine Brücke zwischen der freien Wirtschaft und einem Sozialprojekt wohl kaum vorstellen. Marianne Obermüller weiß schon, wie man den Leuten etwas Sinnvolles schmackhaft macht, und wie man seine Chancen nutzt. Von der Schokolade gibt es jetzt zum Beispiel eine eigene „Wiesn Edition“, passend zur Jahreszeit: „Die müsst’s hernach mal probieren“, sagt sie, „die ist der Hammer!“