



RENÉ ALLEMANN

ist Gründer und CEO des Beratungsunternehmens Branders, das sich auf Markenberatung spezialisiert hat.

Er ist zudem Herausgeber des Online-Magazins thebrander.com.

## Der Sommer weiss Rat

**N**ie grassierte das oberflächliche Bescheidwissen so stark wie dieser Tage. Die Gratisblätter flattern uns im öffentlichen Verkehr entgegen, die seichten «customized interest»-Newshappen werden in Kurzform in den Newsfeed des Smartphones gepusht. Man wird mit immensen Informationsladungen konfrontiert und konsumiert alles mit nur halb offenen Sinnesorganen, redet mit und erzählt weiter. Der Bedarf des Menschen an Geschichten ist so unerschöpflich, dass wir sogar lieber irgendwelche inhaltslosen Stories aufsaugen als gar keine. Und zu allem Elend steht nun auch noch die Sommerflaute vor der Tür.

So richtig angekurbelt hat diese Entwicklung die Digitalisierung. Sie geht einher mit bisher nicht gekannten Möglichkeiten der öffentlichen Meinungsbildung, der Selbstdarstellung und der Realitätsoptimierung. Alles passiert schneller, öffentlicher und oberflächlicher. Dies gilt für Marken genauso wie für Menschen. Während «Youtuber» (ja das ist ein Beruf) Tyler Oakley ins Weisse Haus geladen wird, zählt Felix Kjellberg 36 Million Subscribers. Ist die mediale Oberflächlichkeit also einfach die neue Realität? Oder wird sich irgendwann doch Überdross bemerkbar machen? Was braucht es, dass sich der Einzelne wieder für Inhalt interessiert? Eines Tages muss es doch vorbei sein, dieses eingeschläfernte Interesse an der täglichen Irrelevanz.

Irgendwann wurde «die Leserschaft» mit diesem lahmen Konsumverhalten zur Zielgruppe, die nur noch unterhalten und «bespasst» werden möchte. Ein bisschen wie ein gelangweilter Lieb-

haber, dem alles geboten werden muss, weil er einem sonst abspringt. Und die Medien? Sie wären in dieser traurigen Liaison diejenigen, die auf Biegen und Brechen alles versuchen, den Abtrünnigen noch eine Weile bei sich zu halten. Alles wird nach ihm gerichtet: Schriftgrösse, Bilderdichte, Illustration, Inhalt. Sonst springt er uns ab, der Leser, das zarte Geschöpf. Es ist wie in einer aussichtslosen Liebschaft, wo man schon weiss, dass man verloren hat und dann alles daran setzt, das unvermeidliche Ende hinauszuzögern. Aber was raten wir im richtigen Leben den verzweifelt Liebenden? Lass es bleiben! Verbieg dich nicht. Sei, wie du bist. Und wenn es den anderen interessiert, dann kommt er. Und wenn nicht, dann eben nicht. Es wäre schön, wenn sich die Medien auch wieder so verhalten würden, statt diesen Eiertanz mitzumachen. Sie sind so abhängig vom gelangweilten Gegenüber, dass sie selber immer langweiliger werden.

Vergeuden Sie ihn also nicht, Ihren Sommer! Meine drei Tipps für die schönsten Monate im Jahr: 1. Kürzen Sie in Ihren Emails und WhatsApp-Nachrichten nicht mehr das wirklich Gute! Diesen Sommer nicht mehr «glg», sondern richtig souverän «Ganz liebe Grüsse» (bei «wtf» bleiben Sie besser bei der Abkürzung). Sie werden über die Reaktionen staunen. 2. Lesen Sie ein paar neue Indie-Magazine (eine gute Auswahl auf [loremnotipsum.com](http://loremnotipsum.com) oder diesen Sommer bei [PrintMatters!](http://PrintMatters!)) und 3. «Mitternacht im Pera Palace» von Charles King lässt Sie in die spannende Historie der neuen Trendstadt Istanbul eintauchen. In diesem Sinne: eine gehaltvolle Sommerpause! ■