



RENÉ ALLEMANN

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

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

Imagine

Stellen Sie sich vor, Politik wäre wie Jazz. Dieser lebt, wenn ich ihn richtig verstanden habe, von der Improvisation während des Spiels. Und funktioniert nur dann, wenn jeder in einer Combo dem anderen zuhört und exakt darauf reagiert; ohne Verzug und Vorbereitung, sondern spontan und intuitiv. Und vor allem basierend auf dem eben Gehörten. Das erfordert nicht nur viel Empathie, sondern auch die Courage, nach vorne zu treten für ein Solo, wenn der Moment passt und man etwas Sinnstiftendes beizutragen hat. Und dann sollte man gleichermassen wiederum die Bescheidenheit und Disziplin aufbringen, sich einzugestehen, wann der Alleingang im Rampenlicht vorbei ist und jemand anders an der Reihe ist. Im Idealfall ein feines Zusammenspiel aus eigener Virtuosität und Demut.

Das sind nicht unbedingt die beiden ersten Attribute, die einem in Bezug auf Politik in den Sinn kommen. Die Realität sieht definitiv anders aus. Entweder ist Politik frei von Demut, und dann wird's ganz schnell sehr populistisch. Oder aber sie ist alles andere als virtuos und – wie beispielsweise hierzulande – sehr oft ziemlich langweilig. Aber was will man bei so viel Konsens auch erwarten? Zwei Kammern, sieben Bundesräte. Das ist kein System, das Querschläger und Charakterköpfe hervorbringt, deren Arbeit man mit Spannung verfolgt. Aber das ist ja auch nicht nur schlecht. Denn während andernorts die Querschläger und Charakterköpfe die Hälfte ihrer Amtszeit mit Wahlkampf beschäftigt sind, wird hier – hoffentlich – einfach im Stillen gearbeitet.

Sobald etwas zu «politisch» wird, verliere ich das Interesse. Und das nicht nur aus oben erwähnter und mit Bern verbundener Langeweile, sondern weil ich das Wort in seinem alltäglichen Gebrauch immer auch verstehe als «es geht nicht mehr um die Sache». Wird's in Unternehmen politisch, geht's vielmehr um persönliche Befindlichkeiten oder fehlenden Mut als um Tatsächliches. Wenn ein Kunde sagt, «jetzt wird's politisch», ist das gleichzusetzen mit: Niemand will Verantwortung übernehmen, «ich» kann aber nichts dafür. Gute Ideen und innovative Entscheidungen bleiben so oft im mittleren Management stecken.

Leider ist Politik manchmal so mächtig, dass wir selbst privat nicht davor gefeit sind. Erinnern Sie sich, als Sie das erste Mal verliebt waren; wie unbeschwert, wie intensiv, wie spontan es war? Erinnern Sie sich an die Energie? Daran, dass man alles andere völlig vergisst, sich mitreissen lässt, sich frei fühlt und den Mut hat, jemandem blind zu folgen, egal wohin, egal was passiert? Mit jedem Jahr Leben werden wir reicher an Erfahrung, wir lernen Verluste und Niederlagen kennen und akzeptieren. Wir schützen uns, werden rationaler und überlegter. Wir beginnen, zu taktieren und bauen Sicherheitspuffer: Wir handeln politisch.

Stellen Sie sich vor, bei ihrer nächsten Entscheidung handeln Sie wieder genauso unpolitisch wie damals. Am Ende sind es doch die unberechenbaren Variablen im Leben, die zu unvergesslichen Erinnerungen werden. «You may say I'm a dreamer», aber ich verspreche Ihnen, es fühlt sich grossartig an – im Branding wie im richtigen Leben. ■