



RENÉ ALLEMANN

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

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

## 20 Minuten

**S**o viel Zeit geben wir uns im Durchschnitt, um News und Nahrungsmittel zu konsumieren. 20 Minuten, um die Welt zu verstehen, zu kommentieren und mit anderen zu teilen. 20 Minuten, um unseren Hunger zu stillen und unsere Grundbedürfnisse zu decken. 20 Minuten. Mehr geht nicht. Mehr wollen wir nicht. Mehr können wir nicht. Für aufwändig gekochte Gerichte, für nachhaltig recherchierte Nachrichten fehlt uns die Zeit. Dafür verbreiten sich Mahlzeiten und News aus der Konserve, die schon längst weitergezwitchert sind, bevor sich jemand hat fragen können, von wem sie produziert wurden und wie viel Substanz und Nährwert sie enthalten. Und so kann sich eine Handvoll mazedonischer Jugendlicher ein paar tausend Dollar verdienen und dabei mal eben so das Weltgeschehen beeinflussen. Anscheinend ist es für uns zur Herausforderung geworden, sich schnell und dabei qualitativ hochwertig zu ernähren – und zwar mit Nachrichten wie mit Nahrungsmitteln.

Verstehen Sie mich richtig: Nicht alles, was schnell ist und schnell geht, ist schlecht. Bei guten Geschichten wissen wir immer noch, von welchem Journalisten sie stammen. Und bei gutem Essen wissen wir es auch. Trotzdem ist unsere Esskultur zum Teil genauso leicht verdaulich geworden wie unsere Kommunikations- und Informationskultur. Nach Convenience Food kam Superfood und dann Conscious Food. Aber was passiert mit Real Quality Food? Erfreulicherweise kann man beobachten, dass Spitzenköche, die statt Kochbüchern edle Coffee Table Books publizieren, in denen mit grossfor-

matigen Bildern der Genuss zelebriert wird, zu den neuen Rockstars werden. Fantastisch, wie ich finde, denn so wird diesem wichtigen und sinnlichen Thema endlich mehr Bedeutung geschenkt. Und wenn Starkoch Michael Hoffmann mit Mineral- statt mit Leitungswasser kocht – weil «mit Mineralwasser Gemüse frischer, mineralischer schmeckt und der Eigengeschmack besser zur Geltung kommt» –, empfinde ich das nicht als dekadent, sondern nur konsequent. Einen solch kompromisslosen Qualitätsanspruch wünschte ich mir in viel mehr Aspekten des Lebens. Stellen Sie sich vor, diese Vision würde ein ganzes Land ergreifen – zum Beispiel die Schweiz. Durch ihre (gefühlte) geschlossenen Kreisläufe wäre sie geradezu dafür prädestiniert, das Land der konsequent nachhaltigen und biologischen Landwirtschaft zu werden, mit Städten und Einwohnern, die ausschliesslich qualitativ hochwertige Produkte akzeptieren, die mit Sorgfalt zubereitet sind. Und dieser starke Wunsch nach Sorgfalt im Alltag wäre nur der Vorbote, der durch den Magen geht, und uns in allen Lebensfragen anstecken würde – und zwar im Branding wie im richtigen Leben.

Wäre es nicht grossartig, wenn wir auch wieder in anderen, scheinbar alltäglichen Bereichen unseres Lebens mehr Kompromisslosigkeit in der Qualität zelebrieren würden – ob das nun bei Lebensmitteln, Kleidung oder Stil im Allgemeinen ist? Lassen Sie nicht nur die schnelle Sättigung unseren Weg in die Zukunft prägen, sondern auch den unstillbaren Hunger nach mehr Sorgfalt. Ganz in diesem Sinne: ein besonders genussvolles und sorgfältig zelebriertes Weihnachtsfest! ■