



RENÉ ALLEMANN

ist Gründer und CEO der Brandingboutique Branders, die Produkte, Services und ganzheitliche Markenerlebnisse kreiert. Er ist zudem Herausgeber des Online-Magazins thebrander.com.

## Schön. Jung. Naiv?

Vor einigen Tagen erhielt ich die Anfrage einer jungen Influencerin. Sie wollte wissen, was ich von ihrem Instagram-Account halte, ob man ihre persönlichen Werte, ihre eigene Welt und sie selber schon als Marke spüre. Und falls nicht: was sie verbessern könne. Sie plane, künftig ihren Lebensunterhalt mit fotografieren zu verdienen, und da sei der Instagram-Auftritt nun mal entscheidend. Problematisch sei nur, dass sich ihre Follower nicht so sehr für die Dinge interessierten, die sie fotografiere, sondern vielmehr für die Bilder, auf denen sie selbst zu sehen sei. Zur Ausgangslage sei ergänzt: Die Berlinerin hat weder Design studiert noch jahrelang als Fotoassistentin Stative herumgetragen, sondern fotografiert wie Millionen andere auch mit ihrem iPhone. Wenn Sie jetzt denken: Aha, typisch Generation Z – selbstbezogen, nicht richtig arbeiten wollen, wenig Talent und dafür umso mehr Einhorn-Gen – dann brauchen Sie gar nicht erst weiterzulesen, ich lasse Sie für heute mit Ihren Vorurteilen allein. Was mich viel mehr bewegt – und Sie vielleicht auch – sind zwei Aspekte, die mich bei der Ausformulierung meiner Antwort geleitet haben.

Erstens: Das klassische Spezialistentum ist schon lange passé, auch in der Fotografie. Längst werden erfolgreiche Werbekampagnen von jungen Instagram-Stars geschootet – in meinen Augen eine gesunde und logische Entwicklung, weil der neue, andere Blick auf ein Thema nicht nur originellere Lösungen erzeugt, sondern gleichzeitig Kreative dazu zwingt, Prozesse zu überdenken und sich von ihren gewohnten Mustern zu entfernen.

Das ist übrigens auch ein Grund, weshalb ich gerne mit Menschen arbeite, die nicht aus der klassischen Werbung oder dem Branding kommen: Weil letztendlich nur das Gespür für den Zeitgeist und dessen kreative Umsetzung zählt. Davon lebt nicht nur unsere Branche: Wer dieses Gespür verliert, verliert viel mehr als nur sich selbst.

Zweitens: In einer Zeit, in der gesellschaftliche Autoritäten und starker Individualismus fast gleichzeitig verschwunden sind, ist es wichtiger denn je, sich mit den eigenen Grenzen auseinanderzusetzen. Darum meine Frage an Sie: Sind Sie sich im Klaren darüber, was Ihnen wirklich heilig ist? Und was Sie keinesfalls tun würden – egal, für wie viel Geld und welche Karriereaussichten? Leben Sie diese Grenzen mit so viel Konsequenz und Sorgfalt, dass Ihre Freundinnen und Freunde Sie dafür belächeln und Ihnen die Smarten unter ihnen Respekt zollen? Bedienen Sie sich bei der Definition der für Sie entscheidenden Themen bei groben Stereotypen oder haben Sie diese wirklich auf sich persönlich zugeschnitten? Dabei rede ich nicht von Moral: Es geht um ein klares Verständnis seiner selbst und damit letztlich ein erfülltes Hier und Jetzt.

Der jungen Fotografin habe ich dasselbe geraten, was ich auch Ihnen ans Herz lege: Haben Sie den Mut, sich selbst zu kennen und Ihre Heiligtümer konsequent zu verteidigen. Definieren Sie Ihr unverwechselbar höheres Ideal. Arbeiten Sie hart. Und das Allerwichtigste: Bringen Sie eine grosse Portion Leidenschaft mit. Die letzten beiden entlarven besonders gut, ob es Ihnen wirklich um die eigene Rolle im Leben geht oder doch nur ums schnelle Geld. ☒