



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.

Stop. And go. Repeat.

Ich liebe Geschwindigkeit, Tempo und PS. Entscheidungsfreudige Menschen, die ihr Leben aktiv gestalten, statt es einfach an sich vorbeiziehen zu lassen, haben mich schon immer in ihren Bann gezogen. Fremd sind mir die Zauderer, die Unentschlossenen, die nichts wagen und so ihr Leben vertun.

Aber da ist dieser unglaubliche Sommer. Man genießt nicht nur Abende am Wasser, Reisen an die Küsten dieser Welt und erfrischende Bergseen – auch das Postfach ist herrlich licht, und unter der heissen Juli- und Augustsonne regnet es so viele Abwesenheitsnotizen wie nie. Ein schönes Gefühl, dem Nachrichtenstrom in dieser angenehmen Sommerruhe auch einmal entfliehen zu dürfen.

Was tun mit der gewonnenen Zeit? Ich zum Beispiel genieße Dinge, die ich früher nicht im Traum als Luxus empfunden hätte: Noch einmal über etwas zu schlafen, eine Idee auch ein drittes Mal zu verbessern. Auch wenn unter Zeitdruck oft die kreativsten Ideen entstehen: Manch schnellen Einfall merkt man an, dass er mit etwas mehr Müsse erst richtig gut geworden wäre. Im Leben wie im Branding geht es um die richtige Balance zwischen Verlangsamung und Beschleunigung. Die wahre Kunst ist, beides zu beherrschen.

Mein Credo der Stunde lautet darum: Entspannt das Tempo anziehen und dabei im richtigen Moment tief ein- und ausatmen. Steigen Sie eine Station früher aus und gehen Sie mit offenen Augen durchs Leben. Schnuppern Sie den ersten Hauch des Herbstes in der Luft. Schauen Sie die Häuserfassaden hinauf, an denen Sie sonst vor-

beihasten. Lassen Sie Ihre Gedanken schweifen, um dann wieder mit hoher Intensität präsent zu sein. Verfolgen Sie mutig Ihre Ideen – und zwar mit Vollgas.

Branding scheint einer rasanten Geschwindigkeit entgegenzusteuern, weil gute Marken selten innert drei Tagen aus dem Nichts entstehen. Um zu nachhaltiger Stärke zu wachsen, brauchen sie Zeit und viel Pflege. Gleichzeitig verlangt gute Markenführung aber auch jede Menge Tempo, Flexibilität und Entscheidungsfreude. Nur wer die sich stetig verändernden Bedürfnisse seiner Kunden erkennt, auf sie eingeht und dabei mutig und innovativ Konventionen durchbricht, kann wirklich erfolgreich sein.

Dringend nötig wäre das zum Beispiel beim stationären Handel. Die Schockstarre, in der sich auch hierzulande viele Retailer zu befinden scheinen, ist aus Konsumentensicht kaum noch zu begreifen. Veraltet, ideenlos und teils gar bequem geworden, scheint ihnen ein völliges Rätsel, wie man Google-verwöhnte Shopper heute noch begeistern kann. Dabei ist das Potenzial so gross und so greifbar, dass sich mit Mut und Kreativität schon jetzt ein Platz in der Zukunft sichern liesse.

Um das zu ermöglichen, muss man mit wachem Geist bei der Sache sein – genau wie im richtigen Leben. Präsent sein, hier und jetzt. Abbremsen, Gas geben, wieder herunterfahren und dann auf 100 Prozent aufdrehen – das hält fit, erlaubt, stressfrei durchs Leben zu gehen und lässt Raum für Träume. Ich hoffe, Sie hatten einen so schönen Sommer wie ich. Jetzt aber, mit vollem Elan und Tatendrang: zurück an die Arbeit! ☒