



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.

## Change the game

**S**ie ist seltener geworden, die aufrechte Haltung. Die uns ein Leben mit Stil und Anstand führen lässt und uns anhält, gängige Normen und bekannte Muster zu hinterfragen. Rar sind die Menschen, die mit ihrem Ist-Zustand unzufrieden bleiben und voller Mut und Neugierde den ganz eigenen Lebensplan entwickeln. Die sich nicht von Wohlgefallen und Trägheit einlullen lassen, sondern bewusst ein, zwei Schritte weiterdenken und -gehen. Dabei sind solche Menschen heute begehrter denn je – ob in Unternehmen, in der Politik oder im kreativen Prozess. Wer es sich im Leben immer nur bequem macht, neigt zu den naheliegenden Lösungen. Man reiht sich ein in die Horde Ideenloser, die sogar stolz darauf sind, Bestehendes einfach anders zu sortieren, statt selbst etwas Neues zu entwickeln. Besonders in der Kreativszene sind viele zu Verwalten von Ideen anderer verkommen und trotten gemächlich der langweiligen Masse hinterher – sogar mit ihrem persönlichen Lebensentwurf. Biografien jenseits der Norm, wie sie Anfang des 20. Jahrhunderts von Künstlern, Modeschöpfern und Fotografen gepflegt wurden, sind heute eine Seltenheit.

Nicht nur das Leben, sondern auch das kreative Schaffen hat viel von seinem hohen Anspruch verloren und verkümmert in Genügsamkeit. Ich kann nicht begreifen, wie zufrieden manche mit etwas sein können, das andere geschaffen haben, und im Privaten wie bei der Arbeit bloss Dagewesenes in neuer Form interpretieren. Dabei nennen sie sich auch noch stolz «Kurator» – eine dreiste Verunglimpfung einer eigentlich stolzen Berufsbezeichnung, die zumindest in der Kunstwelt mal für ech-

ten (Mehr-)Wert stand. Echte Kreative und ihre smarten Einfälle braucht es heute dringender denn je, denn die Entwicklung originärer Ideen ist in unserer vernetzten Welt eine Herausforderung geworden. Täglich erreicht uns so viel visuelle Inspiration, dass wir oft selbst nicht mehr sagen können, was wir schon einmal irgendwo gesehen haben und was nicht. Aber seien wir ehrlich: Wahre Kreation basiert nicht auf visueller Inspiration, sondern auf inhaltlichen Ideen – im richtigen Leben wie im Branding, und jedes Markendesign ist nur so gut wie die kreative Idee dahinter. Solche Ideen zu kreieren strengt an und erfordert Präsenz, Selbstbewusstsein und Engagement. All das scheint leider nicht mehr zeitgemäss, stattdessen haben Entspannung, Kompromissbereitschaft und Beliebigkeit Hochkonjunktur. Doch während sich die Masse damit begnügt, schimmert am Horizont bereits der Beginn eines neuen Zeitalters: Junge Menschen wie Greta Thunberg lassen ahnen, wie gefragt wahres Engagement schon heute ist und in Zukunft sein wird.

Manche Menschen glauben, sie hätten ihr Soll bereits erfüllt und könnten sich nun zurücklehnen. Und es gibt diejenigen, die gierig durchs Leben gehen und neugierig bleiben. Die morgen anders sein wollen als heute, letzte Woche oder vor einem Jahr, die auf Veränderung aus sind statt Stillstand. Echte «Game Changer» bleiben Lernende. Lassen Sie uns also wieder lernen, kreativ zu sein, und entwickeln wir neue Ideen, die sich nicht aus anderen ableiten lassen. Mutige Ideen, die aufhorchen lassen, Diskussionen anregen und nicht allen gefallen werden, weil sie nicht allen gefallen wollen. ☒