



RENÉ ALLEMANN

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

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

## Aussergewöhnlich

**I**ch mag ihn nicht, den Durchschnitt. Seine Uniformiertheit, die optische wie die gedankliche. Wenn das Individuum und seine persönliche Meinung im Mittelwert untergehen, weil plötzlich alle nur noch tun, was die anderen tun, lesen, was die anderen lesen, und denken, was «man» denkt. Das wirklich Gute am Durchschnitt ist, dass man sich dagegen wehren kann. Mit Bildung, Aktivitäten, Interessen, Taten. Je mehr und je tiefer man sich mit einem Thema auseinandersetzt, ein Talent oder eine Begabung fördert, umso ausgereifter werden die eigene Meinung und die eigenen Fähigkeiten. Faszinieren Sie nicht auch die Menschen, die mit einer stolzen Gelassenheit und vom Mittelwert unbeeindruckt durchs Leben schreiten? Persönlichkeiten, die sich trauen, Mut, Einsicht, Mitgefühl und Einsamkeit zu leben? Mir zumindest sind die Begegnungen die liebsten, bei denen ich merke, dass jemand ganz unverhofft meine Relationen durcheinanderbringt. Mir vielleicht sogar aufzeigt, dass das, was ich zu wissen glaubte, nur ein Bruchteil dessen ist, was es tatsächlich zu einem Thema zu wissen gibt. Das ist inspirierend!

Nicht durchschnittlich sein zu wollen erfordert ein Mehr an Initiative. An Aufwand. An Leidenschaft. Und ich glaube, es ist dieser Aspekt des Durchschnitts, der mir am wenigsten gefällt: Der schleichende Verdacht, dass er etwas mit Bequemlichkeit zu tun hat. In den Medien beispielsweise wird das leider gerade sehr deutlich. Wirkt nicht seit einem Jahr fast alles wie eine müde Kopie von Buzzfeed? Man muss die Welt nicht neu erfinden.

Aber die vorgefundenen Inhalte wenigstens selbst interpretieren, den Mut zu konträren Meinungen haben und diese teilen, statt nur noch energielos am Tisch zu sitzen und Inhalte zu kuratieren. Und im schlimmsten Fall auch noch stolz darauf zu sein.

Aber um sich selber sein zu können – eine Persönlichkeit, die sich vom Durchschnitt differenziert – braucht es den Willen, aus dem Mittelmass auszubrechen. Man muss auch ohne Reflektionen von aussen funktionieren, sich selber aushalten können, fernab der Lebensläufe, die andere leben, und fernab der Vorbilder, die man vorgesetzt bekommt. Sich trauen, ein Leben zu leben weit weg von dem, was der gesellschaftlich geprägte Durchschnitt vorgibt. Natürlich birgt die Masse auch Vorteile: Je homogener sie ist, umso grösser die Energie, die sie freisetzen kann. Aber jede Gemeinschaft macht irgendwie und irgendwann «gemein».

So durchschnittlich der Gedanke, nicht durchschnittlich sein zu wollen, sein mag, möchte ich an dieser Stelle dazu aufrufen, ihn wieder aktiver in die Tat umzusetzen. Wann sind Sie letztmals mit einer Frau in einen Uber gestiegen und spontan nach Nizza gefahren? Haben getan, was Sie wirklich wollten? Gelebt, wie Sie es sich erträumten? Waren ehrlich sich selber gegenüber? Haben Ihr Konzept verteidigt, auch wenn niemand daran glaubte? Stecken Sie andere mit Ihrem Funken der Einzigartigkeit an. Wir können jeden Tag damit beginnen, das zu fördern, was uns differenziert. Egal, ob als Mensch oder Marke: Lassen Sie uns etwas Inspiration verbreiten! Es wird im echten Leben sein wie im Branding: Es wird sich auszahlen. Versprochen. ■