

Ein Tag im Leben von ...



RENÉ ALLEMANN

Stellen Sie sich mal Folgendes vor. Sie, als Unikat, das Sie sind, befinden sich an der Bahnhofstrasse. Es ist ein wunderschöner Tag. Sie fühlen sich gut, einzigartig, und das merkt man. Die Leute drehen sich nach Ihnen um. Manche bleiben sogar stehen, um Sie genauer anzusehen. Das lassen Sie sich aber nicht anmerken, selbst als es offensichtlich wird, dass die zusammengesteckten Köpfe über Sie tuscheln und die ausgestreckten Finger direkt auf Sie zeigen. Und Ihnen ist klar: Alle wollen Sie, aber nur ganz wenige bekommen Sie. Dies spiegelt sich in Ihrem Auftreten, und die Reaktionen darauf sind entsprechend: Die eine oder andere mutige Hand streicht über Sie und beginnt vielleicht sogar vor Euphorie zu zittern. Sogar ein paar vereinzelte Nasen trauen sich ganz nah an Sie heran. Sie versetzen Ihr Umfeld in Entzücken. «Ohs», «Ahs» und Staunen überall – es ist ein regelrechter Rausch, den Sie auslösen!

Sie belächeln die Imitate, die kläglich versuchen, Sie nachzuahmen. Sie wehren sich erst gar nicht dagegen, denn der Unterschied zu Ihnen ist offensichtlich. Sie spielen in einer ganz anderen Liga. Qualität, Klasse, Stil – Sie sagen etwas aus. Sollen die anderen doch versuchen, Ihnen das Wasser zu reichen. Sie wünschen allen viel Spass dabei, derweil Sie sich mit Gisele Bündchen, Jennifer Lopez und Uma Thurman vergnügen und sich von Annie Leibovitz oder Steven Meisel fotografieren lassen. Um sich gegen Wettbewerb zu wehren, tragen Sie ausserdem Ihr unverkennbares Monogram-Muster, das Ihre Mutter Ihnen herausgesucht hat, um Sie als einzigartig

zu markieren. Um Ihre Exklusivität brauchen Sie sich nicht wirklich zu sorgen.

Doch was müssen Sie feststellen? Die Massnahme des Monograms scheint den unerwünschten Effekt mit sich zu bringen, dass das Muster, das Produkte wie Sie als Statussymbol definiert, mit jedem Tag intensiver gefälscht wird. Seit Mitte des 20. Jahrhunderts muss sich Ihre Mutter vermehrt gegen Plagiate aus dem asiatischen Raum oder Russland wehren. Und unter den weltweit gefälschten Markennamen nimmt der Ihre den Spitzenplatz ein. Ihre Mutter tut, was sie kann: Eine eigene Abteilung spürt weltweit Produktionsstätten von Fälscherware auf und bekämpft diese mit rechtlichen Mitteln. Doch nicht nur die immer besseren Nachahmer kratzen an Ihrem Image der Exklusivität. Es wurde unlängst so viel über Sie geschrieben, so oft wurden Sie in szenigen Blogs junger Fashionistas gezeigt, dass Sie plötzlich nicht mehr nur für die gehobenen Augen einen Schmaus darstellen, der besessen werden will. Nein, plötzlich haben auch die Jungen Augen für Sie. Und, so unerklärlich Ihnen das scheint, offensichtlich auch die finanziellen Mittel, Sie sich umzuhängen. Ihre Mutter freut Ihre Wandlung weg von der Exklusivität zum Mainstream, sie sorgt munter für mehr Nachkommen und steckt Geld ins Familienkässeli. Das an sich stört Sie eigentlich gar nicht so sehr. Aber dass Sie nun an der Bahnhofstrasse nur noch müde belächelt werden, weil vor Ihnen schon 19 andere Sies durch die Gassen flanierten, das tut schon ein bisschen weh.

Mit dem Branding ist es wie mit dem richtigen Leben: Alles hat ein Ende. ■

René Allemann ist Gründer und CEO des Beratungsunternehmens Branders, das sich auf Markenberatung spezialisiert hat. Er ist zudem Herausgeber des Online-Magazins thebrander.com.