

Hermann H. Wala

# Ich, endlich einzigartig

Authentisch, persönlich, echt –  
wie du zur Marke wirst und im Gedächtnis bleibst

**REDLINE** | VERLAG

© des Titels »Ich, endlich einzigartig« von Hermann H. Wala (978-3-86881-711-9)  
2018 by Redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München  
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

## Vorwort

von Walter Gunz, Unternehmer und  
Mitgründer der Media Markt-Kette

Es freut mich sehr, das Vorwort zum neuen Buch meines ebenso lebenswürdigen wie gescheiterten Freundes Hermann H. Wala schreiben zu dürfen. Schon der Titel ist genial, sind wir doch alle einzigartig! Wir müssen es uns nur bewusst machen. In jedem von uns ist mehr verborgen, als wir vielleicht glauben. Laut der modernen Hirnforschung nutzen wir leider nur einen minimalen Anteil unseres Potenzials. Wir können und müssen dieses Potenzial heben – und dabei kann dieses Buch helfen.

Ich erinnere mich, wie ich vor dreißig Jahren am Flughafen München-Riem zum ersten Mal mit meinem neuen Alcatel-Handy telefonierte – ein regelrechter Knochen von einem Mobiltelefon. Eine ältere Dame blickte zu mir herüber und tippte sich an die Stirn, als sie mich sah. Auch erinnere ich mich an das Pong-Spiel des ersten Atari-Computers, der diese Bezeichnung noch nicht verdient hatte. Heutzutage sind Computer kleiner, handlicher und haben geniale Möglichkeiten. Sie sind relativ intelligent und verbinden uns mit der ganzen Welt. Im Silicon Valley träumt man von grandiosen Möglichkeiten der Zukunft, von Gemüsefarmen auf dem Mars, dem unsterblichen Menschen und der Besiedlung anderer Planeten, von der unter anderem der Amazon-Gründer Jeff Bezos spricht.

Unser Wissen multipliziert sich in einigen Jahren, die Datengrößen sind zu einer wahren Sintflut geworden, die der Einzelne kaum noch bewältigen kann. Ein Gegenpol ist dringend notwendig. Doch was für ein Gegenpol? Es muss ein Gegenpol von Werten sein. Werte wie Liebe, Ehrlichkeit, Authentizität.

Auch sollten wir uns die elementaren Fragen stellen: Wo kommen wir her? Wo gehen wir hin? Und vor allem: Warum sind wir hier? Es geht

nicht ums »Immer weiter und immer mehr«, es geht darum, wie Papst Franziskus es formulierte, »eine bessere Welt zu hinterlassen, als wir vorfinden«<sup>1</sup>. Dabei geht es nicht um das Leben auf Instagram und Co. Es geht auch nicht um Big Data. Es geht um unser geistiges und materielles Erbe, das wir hinterlassen. Das Internet kann ein Diener für das rechte Handeln oder ein Verführer zum Falschen sein. Entscheidend sind wir.

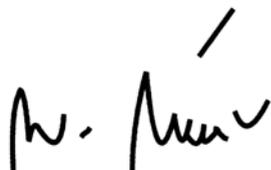
Menschen und Bücher können bei der Orientierung helfen, ein Kompass für unser Handeln sein. Dieses Buch und die darin aufgeführten Beispiele sind ein solcher wertvoller Kompass. Es zeigt dem Leser, dass Einzigartigkeit nicht in der Perfektion liegt. Wir sind alle nicht perfekt – und das ist gut so. Aber wir haben Potenzial. *Ich, endlich einzigartig* soll vor allem jungen Menschen Mut machen, ihre Talente zu erkennen, ihre Visionen zu spüren. Denn Visionen sind mit unserer geistigen DNA verbunden – und folgen wir ihnen, so finden wir zu unserer Bestimmung. Mit Hoffnung und Vertrauen erreichen wir die Herzen anderer. Wir müssen uns nicht klein machen. Die amerikanische Schriftstellerin Marianne Williamson formulierte es in ihrem Bestseller »A Return to Love« folgendermaßen<sup>2</sup>:

*»Es ist unser Licht, nicht unsere Dunkelheit, was wir am meisten fürchten. Wir fragen uns, wer bin ich denn, um von mir zu glauben, dass ich brilliant, großartig, begabt und einzigartig bin? Aber genau darum geht es, warum solltest du es nicht sein? Du bist ein Kind Gottes. Dich klein zu machen nützt der Welt nicht. Es zeugt nicht von Erleuchtung, sich zurückzunehmen, nur damit sich andere Menschen um dich herum nicht verunsichert fühlen. Wir alle sind aufgefordert, wie die Kinder zu strahlen. Wir wurden geboren, um die Herrlichkeit Gottes, die in uns liegt, auf die Welt zu bringen. Sie ist nicht in einigen von uns, sie ist in jedem. Und indem wir unser eigenes Licht scheinen lassen, geben wir anderen Menschen unbewusst die Erlaubnis, das Gleiche zu tun. Wenn wir von unserer eigenen Angst befreit sind, befreit unser Dasein automatisch die anderen.«*

Was Hermann H. Wala hier wissenschaftlich und psychologisch aufarbeitet, skizziert mein Buch *Das Geschenk* auf der philosophischen Ebene. Es könnte eine Ergänzung zu seinem Werk sein. *Ich, endlich einzigartig* ruft die Menschen auf, fantastisch zu sein und ihre Träume zu verwirklichen. Authentizität ist kein Selbstzweck; sie hat etwas mit Ehrlichkeit zu tun. Einzigartigkeit hat nichts mit äußeren Dingen zu tun. Entscheidend ist, dass wir das lieben, was wir tun. Dann strengt es nicht an und wir haben Erfolg. Natürlich ist es auch mit Arbeit verbunden – der Erfolg kommt nicht von alleine. *Ich, endlich einzigartig* ist ein Appell an die Mutigen. Es zeigt in Beispielen, was im Leben wirklich zählt: Ehrlichkeit, Vertrauen und Mut. Das Buch begleitet den Leser auf diesem spannenden Weg.

Als Gründer der Media-Markt- und Saturn-Gruppe habe ich gespürt, wie wichtig Vertrauen, Liebe und Authentizität sind. Wir haben nicht versucht, die Menschen passend zurechtzustutzen, sondern jeden in seiner Einzigartigkeit geschätzt. Nur so konnten wir ohne Kapital aus einem Unternehmen mit zwölf Mitarbeitern die Nummer eins in Europa mit über zwanzig Milliarden Umsatz pro Jahr machen.

Einzigartigkeit bedeutet auch Verantwortung. Wenn wir ehrlich unserer Verantwortung gerecht werden, haben wir den halben Weg zum Erfolg zurückgelegt.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Wala', with a long, sweeping stroke above the second 'W'.

# Das BRAND- BUILDING-MODELL<sup>©</sup>:

Mit acht Tools zur  
einzigartigen Marke

Was zeichnet eine Marke aus? Wie wird man authentisch? Wie entstehen emotionale Beziehungen? Seit nunmehr 25 Jahren stellen mir Menschen genau diese Fragen. Meist sind es Manager, die mit Herzblut an ihrem Unternehmen hängen und erkannt haben, dass erfolgreiche Marken ein Produkt authentisch gelebter Werte sind – und das von der Chefetage bis hin zur Teilzeitkraft. Zunehmend sind es aber auch Privatpersonen, die meinen Rat suchen. Menschen, die sehen, dass Facebook und Co. die einstigen Spielregeln nicht nur verändert, sondern gelöscht haben.

Meine Antwort ist zunächst immer dieselbe: Patentlösungen gibt es nicht. Kann es auch gar nicht geben, schließlich sind Authentizität und Emotionalität eben alles, nur nicht verallgemeinerbar. Jeder Mensch, egal ob Student oder Topentscheider, hat die Chance und Pflicht zugleich, seinen eigenen unverwechselbaren Weg zu gehen. Dazu braucht es Mut, Hoffnung und Vertrauen. Auf der einen Seite war es nie leichter, schließlich geben Facebook und Co. uns allen Plattformen, auf denen wir uns zeigen können. Auf der anderen Seite war es nie schwerer, weil die Betonung auf »uns allen« liegt. Es ist ein schmaler Grat zwischen Einzigartigkeit und Anonymität.

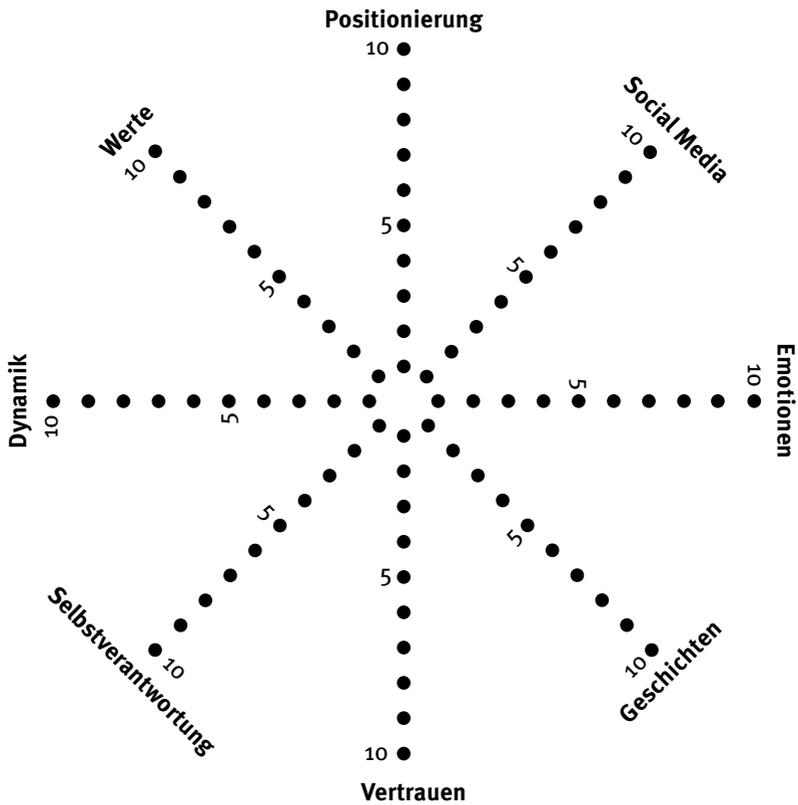
In der digitalen Welt ticken die Uhren anders und vor allem schneller. Häufig bemerke ich, dass diese Hektik der neuen Zeit den eigenen Blick trüben kann. Es klingt paradox, aber je tiefer sie in die Informationsflut abtauchen, desto blinder werden die Suchenden und desto austauschbarer werden die, die gehört werden wollen. Was wir jedoch brauchen, sind Menschen, die nicht in der grauen Masse untergehen, sondern unser aller Leben bunter machen. In der Hektik und Ungewissheit sind es nämlich genau diese Menschen, die uns dazu inspirieren, unseren eigenen Weg zu gehen.

Ich bin der festen Überzeugung, dass jeder Mensch einzigartig sein kann. Wir alle tragen besondere Fähigkeiten in uns. Doch wir müssen sie im ersten Schritt erkennen und im zweiten Schritt auch der Welt zeigen. Darum geht es mir in diesem Buch. Es geht nicht um starre Vor-

gaben, sondern darum, dass du deine eigenen Antworten findest. Deshalb wird dich das Buch an einigen Stellen fordern. Ich habe Übungen für dich vorbereitet und konkrete Tipps aus der Praxis von Menschen, die bereits heute eine erfolgreiche und vor allem authentische Persönlichkeitsmarke sind: Wladimir Klitschko schildert seinen Werdegang. Professor Claus Hipp erklärt, wieso hinter »Dafür stehe ich mit meinem Namen« viel mehr steckt als ein Werbeslogan, und Social-Media-Größe Louis Darcis zeigt, warum es auf Instagram und Co. um mehr gehen sollte als um Likes. Ich freue mich, dass ich so inspirierende Gespräche mit acht charismatischen Menschen führen durfte und dir die Learnings in diesem Buch weitergeben kann. Vielleicht fragst du dich jetzt, wieso es ausgerechnet acht Experten sind. Ganz einfach, weil ich in meinen 25 Jahren Berufserfahrung erkannt habe, dass es genau acht Eigenschaften sind, die all diese Menschen verbinden. In meinem ersten Buch, *Meine Marke*, waren es noch sieben Tools, die meine Grundlage für die Schaffung einer authentischen Unternehmensmarke waren. Heute, sieben Jahre nach der Erstveröffentlichung, schlage ich die Brücke zum Bereich Personal Branding und fokussiere in diesem Zusammenhang unter anderem das Thema Social Media. Ich werde dir die Erfolgsrezepte großer Persönlichkeiten näher bringen und zeigen, wie du diese für dich umsetzen kannst. Auch Unternehmensgeschichten liefern wichtigen Input, denn wenn ich in meiner 25-jährigen Berufserfahrung eine Sache gelernt habe, dann ist es die Tatsache, dass die Basis erfolgreicher Marken – ob Personen oder Konzerne – aus denselben Zutaten besteht: Authentizität, Emotionen und das gewisse Etwas – genau das werden wir gemeinsam aus dir herauskitzeln.

Das Resultat dieser acht Tools bildet das BRAND-BUILDING-MODELL® – der Kern dieses Buchs. Ich habe dieses Modell konzipiert, weil ich etwas schaffen wollte, was über das Buch hinausgeht. Ich kenne es selbst nur zu gut: Wir vergessen schnell das, was wir noch vor zehn Minuten gelesen haben, auch wenn wir es irgendwie einleuchtend fanden. Das BRAND-BUILDING-MODELL® ist dein ständiger Begleiter auf deinem Weg zur authentischen Persönlichkeitsmarke, denn es bringt alle acht Tools zusammen, die du auf deinem Weg brauchst, und dient als Ge-

dankenstütze: Wo komme ich her, wo stehe ich jetzt und wohin will ich eigentlich? Es zeigt dir auch auf, wo deine Stärken liegen und worin du dich noch verbessern kannst. Ich helfe dir dabei, dich in jedem der acht Bereiche des BRAND-BUILDING-MODELLS® weiterzuentwickeln. Die Selbsteinschätzungen der interviewten Experten dienen dabei als Benchmark. Doch vorab möchte ich dir das Modell genauer vorstellen und dir zeigen, was dich erwartet.



Das Brand-Building-Modell

In jedem Bereich kannst du dir einen bis zehn Punkte geben. Zehn Punkte entsprechen dabei den unten dargestellten Idealvorstellungen. Lies die folgende Kurzbeschreibung für jeden Bereich, gib deine erste Selbsteinschätzung ab und fülle so nach und nach dein BRAND-BUILDING-MODELL® aus. Wiederhole dieses Prozedere mit einer anderen Farbe, nachdem du das Buch durchgelesen hast und hoffentlich einige Dinge für dich mitnehmen konntest. Viel Spaß wünsche ich dir dabei!

Auf meiner Homepage **www.ich-endlich-einzigartig.com** biete ich dir einen kostenlosen Selbsttest an, der dir zeigt, welcher Markentyp du bist. Im Anschluss daran erhältst du eine Analyse mit wertvollen Tipps, wie du dein Profil weiter schärfen kannst.

Ein überaus effektives Hilfetool beim Personal Branding ist zudem das folgende BRAND-BUILDING-MODELL® als interaktives Poster. Durch spezielle Key-Performance-Indicators (kurz: KPIs) kannst du systematisch am Aufbau deiner Persönlichkeitsmarke arbeiten und kommst dadurch schneller ans Ziel: Endlich einzigartig!



<https://m-vg.de/link/einzigartig>

[www.ich-endlich-einzigartig.com](http://www.ich-endlich-einzigartig.com) mit Selbsttest und Brand-Building-Poster

## Werte

Deine Werte sind die Basis deines Ichs, deiner Marke. Werte sind nicht verhandelbar, sie spiegeln das wider, wofür du stehst und woran du glaubst – immer und überall. Erfolgreiche Menschen definieren deshalb klare Werte für sich und kommunizieren diese unmissverständlich nach außen. In der Hektik im digitalen Zeitalter spielen Werte eine besonders wichtige Rolle, weil sie uns Halt geben. In Zeiten, in denen nichts außer dem Wandel sicher ist, sind Werte die Eckpfeiler unserer Zeit.

Wofür willst du stehen? Was ist dir wichtig? Ich helfe dir bei der Beantwortung dieser Fragen. Mit dabei ist Professor Claus Hipp, denn niemand weiß besser, was es heißt, mit seinem Namen für etwas Wichtiges zu bürgen, in seinem Fall für die Gesundheit unserer Kinder. Er verkörpert alles, was meiner Idealvorstellung des Tools »Werte« entspricht:

**Ich habe klare moralische und ethische Grundsätze sowie fachliche Ansprüche an mich selbst, die ich stets verkörpere und die nicht zur Debatte stehen.**

## Emotionen

Weniger Ratio, mehr Herz. Wir Menschen sind emotionale Wesen und sollten dazu stehen, statt es zu unterdrücken. Es sind die besonderen Momente in unserem Leben, die besonders starke Gefühle in uns auslösen und genau deshalb im Gedächtnis bleiben. Sei es die erste Liebe, der erste Kuss, aber auch ein tragischer Todesfall – es sind Erinnerungen, die uns ein Leben lang prägen. Erfolgreiche Persönlichkeitsmarken sind sich dessen bewusst. Mehr noch, sie sind Meister darin, genau solche starken Emotionen bei ihren Mitmenschen auszulösen.

In Zeiten von Vergleichsportalen und Kundenrezensionen im Internet reicht eine formschöne Hochglanz-Werbebrochure oder ein reines Produktversprechen schon lange nicht mehr aus. Erst wer bei seinem

Gegenüber etwas im Herzen auslösen kann, bleibt auch im Kopf. Menschen, die einen Porsche kaufen, tun das nicht nur wegen der Motorleistung. Fußballfans wollen von ihrer Mannschaft mehr sehen als nur Tore; sie wollen Leidenschaft und Zusammenhalt spüren. Der Slogan des BVB lautet daher nicht umsonst »Echte Liebe«. Marketingchef Carsten Cramer liefert dazu tiefere Einblicke.

Für dich lautet die Idealvorstellung:

**Ich habe eine tiefe Verbindung zu meiner Zielgruppe und löse in ihr Gefühle aus.**

## Selbstverantwortung

Der Luxus unserer Zeit hat uns faul gemacht – leider. Wir müssen deshalb aus der Illusion aufwachen, wir müssten uns nicht mehr anstrengen, um wirklich Großartiges zu erreichen! Google kann zwar viele unserer Suchanfragen blitzschnell beantworten, macht uns aber nicht unbedingt schlauer. Facebook gibt uns zwar eine Plattform, um mit Menschen auf der anderen Seite der Welt zu kommunizieren, bringt uns jedoch sicher keine Fremdsprache bei. Und ein Spitzname auf Instagram befreit uns nicht von unseren guten Sitten und der Pflicht zur Nächstenliebe.

Wir haben nicht das Recht, faul zu sein, sondern die Pflicht, unsere Potenziale zu erkennen und zu nutzen – und zwar am besten für Gutes auf der Welt. Dafür braucht es Mut und eine gehörige Portion Selbstverantwortung. Denn nur wer sein Handeln hinterfragt, bleibt bei sich selbst. Instagram-Star Louis Darcis weiß, was es bedeutet, seinen eigenen unkonventionellen Weg zu gehen. Er spricht darüber, wie gerade junge Menschen den Mut finden können, ihren Träumen nachzugehen, und liefert einen tiefen Einblick, wie das Leben als eigenverantwortliche Social-Media-Bekanntheit wirklich ist.

Wie sehr trifft die folgende Idealvorstellung auf dich zu?

**Ich übernehme Verantwortung für mein Handeln – immer und überall.**

## Geschichten

Schon unsere Urahnen wussten: Geschichten bleiben im Kopf, Zahlen und Fakten eher weniger. Das bedeutet nicht, dass sie nicht wichtig wären, aber deine Abiturnote wird sicher schneller vergessen sein als dein Auftritt bei der ersten Betriebsfeier. Warum? Ganz einfach: Geschichten schaffen Identifikationsflächen, sie verbinden uns. Und wir lieben es, gute Geschichten zu hören und welche zu erzählen. Manche sind sogar so gut, dass wir sie uns auf jedem Klassentreffen erneut erzählen – und langweilig werden sie dennoch nie.

Was ist deine Geschichte? Welche Geschichte erzählen Menschen von dir, wenn du nicht im Raum bist? Jeder Mensch hat einen unverwechselbaren Weg, auf dem er sich befindet. Ich möchte dir dabei helfen, diesen in seiner Einzigartigkeit zu erkennen. Als Unterstützung habe ich mit Wladimir Klitschko über seinen Werdegang gesprochen. Offen und ehrlich blickt er zurück, schaut aber auch in die Zukunft und gibt dir damit die Inspiration, dass du auch bald dort bist, wo er schon ist – bei meiner Idealvorstellung im Bereich Geschichten:

**Meine spannende Geschichte bleibt im Gedächtnis meiner Mitmenschen. Sie ist unverwechselbar mit mir verknüpft.**

## Vertrauen

Die Welt in einer Vertrauenskrise? So oder so ähnlich sehen es zumindest viele Experten. Argumente gibt es dafür zur Genüge, die Skepsis ist allgegenwärtig. Sei es gegenüber der Presse oder Großkonzernen

aus dem Silicon Valley. Das Vertrauen wird derzeit auf eine harte Probe gestellt. Das spürt auch die Fernsehmoderatorin Carolin Henseler und sagt deshalb: Umso wichtiger und kostbarer ist Vertrauen. Es verschafft in unserer Überflussgesellschaft einen entscheidenden Vorteil. Denn Menschen, die einander vertrauen, vergleichen sich weniger. Stellen sich nicht pausenlos auf die Probe. Vertrauen vereinfacht die Dinge – und in einer chaotischen Welt ist das ein Geschenk. Doch es kommt nicht schön verpackt frei Haus, du musst es dir schon erarbeiten. Das beginnt bei dir selbst – vertraust du deinen eigenen Fähigkeiten? – und endet bei deinem Gegenüber.

10 Punkte erreichst du deshalb, wenn folgende Idealvorstellung zu 100 Prozent auf dich zutrifft:

**Ich habe großes Vertrauen in meine eigenen Fähigkeiten und genieße großes Vertrauen meiner Mitmenschen.**

## Dynamik

Ich werde in diesem Buch häufig auf die Veränderungen dieser Welt und die Folgen, die dadurch entstehen, zu sprechen kommen. Niemals zuvor kam der Wandel schneller. Technische Innovationen sind keine Frage von Generationen mehr, sondern von Minuten. Alles ist schneller und immer schneller. Wer nicht mithält, bleibt auf der Strecke. Wer sich selbst auf dem Weg verliert, rennt in die falsche Richtung. Was zählt, ist die richtige Balance aus Innovation und Tradition – aus dem Willen, sich weiterzuentwickeln, und dem Mut, das zu wahren, wofür einen andere lieben. Detlef D! Soost unterstreicht das: Er ist ein Dauerläufer, nie satt, stets bei sich selbst und deshalb die Idealbesetzung. Seine Einstellung entspricht meiner Idealvorstellung:

**Ich verstecke mich nicht vor Veränderungen und versuche mich immer weiterzuentwickeln, ohne dabei meine Grundsätze zu verlieren.**

## Social Web

In meinen Gesprächen mit den Experten wurde eine Sache deutlich: Social Media halten alle erfolgreichen Persönlichkeitsmarken für enorm wichtig. Doch wirklich gerne beschäftigen sich die meisten nicht damit. Wieso? Weil Social Media mehr Arbeit abverlangen, als es auf den ersten Blick den Anschein hat. Das Internet hält nahezu grenzenlose Möglichkeiten bereit, doch in letzter Instanz müssen wir diese auch wahrnehmen. Glücklicherweise gibt es viele Menschen, die wissen, wie das funktioniert. In Kapitel *Social Web: work smart, not hard* gebe ich dir daher einen Einblick in den Facebook-Algorithmus. Ibrahim Evsan, erfolgreicher Digitalunternehmer und eine absolute Koryphäe im Bereich Social Media, ergänzt diesen mit wertvollen Tipps. In meiner Idealvorstellung sind Aktivitäten in den sozialen Medien nämlich keine lästige Arbeit mehr, sondern längst Normalität. Das führt zu folgender Idealvorstellung:

**Ich nutze das Internet und die sozialen Medien aktiv, um in Kontakt mit meiner Zielgruppe zu bleiben, und pflege meine Onlinepräsenz stetig.**

## Positionierung

Hier schließt sich der Kreis: Erfolgreiche Persönlichkeitsmarken zeichnen sich dadurch aus, dass sie all die Fähigkeiten und Qualitäten, die sie in den einzelnen Bereichen besitzen, auch authentisch nach außen tragen. Sich zu positionieren bedeutet deshalb auch immer Fokussierung und Vereinfachung. Ich möchte dir dabei helfen, dich selbst besser kennenzulernen. Finde heraus, für welche Kompetenzen, Werte und Ideen du in letzter Instanz wirklich stehen willst, und lerne, wie du sie ehrlich vertrittst. Hierzu warten einige Übungen und hilfreiche Tipps auf dich, die du sofort umsetzen kannst. Als besonderes Schmankerl erzählt Sterne-Koch und TV-Größe Ali Güngörmüs von seinem Weg an die Spitze der deutschen Fernsehköche. Sein Geheimrezept: Klare Worte, klare

Kante und eine gehörige Portion Lebensfreude. Für mich ist dieses Tool von besonderer Bedeutung, denn nichts ist verschenkter als immense Qualität, die nicht gehört wird. Du sollst gehört werden, denn du bist *endlich einzigartig*.

Meine Idealvorstellung einer gelungenen Positionierung lautet:

**Ich kenne meine Stärken und Schwächen, habe ein klares Profil und kenne meine Zielgruppe.**