

Vision – Stellenwert in einer schnelllebigen Zeit

Vermehrt werde ich mit der Frage konfrontiert, wozu es in einer so schnelllebigen Zeit noch eine Vision benötigt. Die Aussagen reichen von: „Das brauche ich nicht. Es lief die letzten 20 Jahre plus/minus eigentlich immer gut und wird auch die nächsten 20 Jahre so laufen“ bis hin zu „Ers-tens kommt es anders und zweitens als man denkt“. Ich kann zwar diese Gedankengänge nachvoll-ziehen, bin aber der Meinung, dass es in einer schnelllebigen Zeit umso mehr einer glasklaren Vi-sion bedarf.

1 Vision versus Mission versus Strategie

Stöbert man durchs Internet, findet man unzählige ähnliche und trotzdem unterschiedliche Defini-tionen, was den Begriff „Vision“ in Zusammenhang mit Unternehmen angeht. Worin sich die Ge-lehrten zumindest einig zu sein scheinen, ist die Tatsache, dass die Vision nicht gleich Mission oder Strategie ist. Sowohl die Vision als auch die Mission sind essentielle Bestandteile einer schlagkräfti-gen Strategie. Die Vision beantwortet dabei die Frage nach der Unternehmensentwicklung oder kurz, nach dem „wohin“. Die Mission zeigt hingegen die „Nutzenstiftung für die Kunden“ oder kurz, das „was“, auf.

2 Wo stehe ich in den nächsten 5 – 10 Jahren

Kurztest: Nehmen Sie ein Blatt Papier und schreiben Sie innerhalb von 2 Minuten auf, wo Sie oder Ihr Unternehmen in 5 Jahren stehen werden: Umsatz, Anzahl Mitarbeiter, Marktanteil, geografische Ausdehnung, etc. Schwierig? Wahrscheinlich stellen Sie fest, dass Sie einige Ideen im Kopf haben, diese jedoch noch nie vertieft geprüft haben und schon gar nicht aktiv angegangen sind. Dabei sind es genau diese Aktivitäten, die ein Unternehmen vom passiven Reagieren auf Marktverände-rungen zum aktiven Bewegen im Markt bringen. An dieser Stelle sei festgehalten, dass es ausführ-liche Studien gibt, welche belegen, dass

1. durch eine klare Vision die Erfolgchancen im Markt um ein Vielfaches erhöht werden
2. die heutigen Spitzenunternehmen, vom Weltmarktführer bis zum hoch erfolgreichen KMU über eine Vision verfügen, obwohl auch sie sich in einem unglaublich schnell verändernden Umfeld bewegen.

3 Was bewirkt eine Vision?

Die Vision sorgt dafür, dass sämtliche Energien und Aktivitäten auf ein zentrales Ziel ausgerichtet werden (Seitenkommentar: Dies gilt für Unternehmen genauso, wie für Privatpersonen). Die Zieler-reichung wird allerdings kaum auf kürzestem Weg dorthin verlaufen. Der Grund dafür liegt in den sich stetig verändernden Rahmenbedingungen. Wichtig ist, dass man verbissen an der Vision fest-hält und alles daransetzt, sie zu erreichen. Manchmal fällt es leicht, manchmal etwas schwerer, aber verloren hat erst, wer aufhört, es zu versuchen. Dabei lohnt es sich auch, zwischendurch inne zu halten, um auf das bereits Erreichte zurückzublicken. Was wirklich erfüllt, ist nämlich nicht nur die Erfüllung des gesteckten Zieles, sondern jeder einzelne, erzielte Fortschritt. Dabei ist es erstaun-lich, wie schnell solche Fortschritte zu erzielen sind. So wird sich eine Vision relativ schnell durch folgende Konsequenzen bemerkbar machen:

- Einkehr professioneller Ruhe im Unternehmen

- Erhöhte Identifikation bei den Mitarbeitern mit dem Unternehmen
- Verbesserte Orientierung der Mitarbeiter und somit Förderung der Selbständigkeit und Eigeninitiative.

4 Wie komme ich zu einer glasklaren Vision?

Wer davon ausgeht, dass sich eine Vision in einer 5-Minuten-Aktion auf Papier bringen lässt, liegt leider weit daneben. Die Erarbeitung einer Vision ist ein Prozess, vergleichbar mit einem Trichter, der mit einer Analyse des gesamten Umfeldes des Unternehmens beginnt, Markt, Trends, Mitbewerber, Kunden, Lieferanten, etc. und sich dann über verschiedene Instrumente zu einer Art Konzentrat verdichtet. Als Ergebnis wird diejenige Zielsituation resultieren, die dem Unternehmen unter Berücksichtigung sämtlicher Einflussfaktoren die grösstmögliche Zukunftschance bietet. Aus der Zielsituation lässt sich dann die Vision ableiten. Je klarer, umso besser. Dabei darf sie ruhig ambitionös formuliert sein. Mit den richtigen Massnahmen in genügender Anzahl wird man sie erreichen.

5 Wie kann ich Sie dabei unterstützen?

Einer der wichtigsten Schritte bei der Erarbeitung der Vision ist die rigorose Akzeptanz der Realität. Dazu bedarf es einer Auslegeordnung sämtlicher Grundlagen und Fakten und zwar unabhängig davon, ob sie einem genehm sind oder nicht. Die Inputs kommen aus verschiedenen Quellen und können in 3 sich überschneidenden Kreisen dargestellt werden:

- Objektive Fakten und Informationen des Marktes
- Erfahrung, Branchenkenntnisse und Ideen der Geschäftsleitung
- Wissen und Methodik von Spitzenunternehmen und Marktführern

Die von Gunten Executive Partner AG bringt nebst der zielführenden Herleitung mittels geeigneter Instrumente v.a. auch ihr Wissen im 3. Punkt mit ein. Schliesslich gibt es klare Gründe, welche den Unterschied von einem guten Durchschnittsbetrieb zu einem Spitzenunternehmen ausmachen. Bei der Etablierung dieser Faktoren in Ihrem Unternehmen unterstütze ich Sie gerne.

von Gunten Executive Partner AG
Böhlstrasse 17
9300 Wittenbach

www.vongunten-partner.ch
info@vongunten-partner.ch
+41 79 755 28 54