

DIE 5 GEHEIMNISSE IHRER UNTERNEHMENSVISION.



Wie eine erfolgreiche Unternehmensvision gelingt, die

- neue Kunden gewinnt und Interessenten begeistert,
- Ihre Mitarbeiter entzündet und die besten Talente für Ihr Unternehmen anzieht,
- Ihnen die Anerkennung und Bewunderung vieler Menschen und Ihre unternehmerische Zukunft sichert.

EINE KURZE EINLEITUNG

Was zeichnet eigentlich eine gute Unternehmensvision aus? Und was sind Beispiele für schlechte Visionen? Worauf sollten Sie achten, wenn Sie eine Unternehmensvision für Ihr Unternehmen entwickeln?

Brauchen Sie für Ihr Unternehmen überhaupt eine Vision?

Ich glaube ja. Mit einer guten Unternehmensvision können Sie ungeahnte Kräfte freisetzen. Mit einer Vision malen Sie ein großes Bild der Zukunft.

Sie beschreiben, wo es hingehen soll. Eine richtige Vision begeistert Menschen und stellt ein gemeinsames Verständnis her.

Eine Vision gibt den Mitarbeitern Orientierung und bietet Sinn.

Allerdings ist eine Vision nur dann gut, wenn viele diese Vision als wichtig und als bedeutend empfinden.

Dazu kurz ein Blick auf schlechte Unternehmensvisionen: „Als zuverlässiger Partner unserer Kunden setzen wir auf Innovation, Kreativität und konsequente Kundenorientierung sowie Spitzenleistungen in all unseren Bereichen.“

Was für ein Unsinn. Wer glauben Sie, empfindet so eine Pseudo-Vision als wichtig und bedeutend?

Noch ein Beispiel gefällig? „Wir wollen die Nummer 1 in unserer Branche sein und streben für die nächsten drei Jahre ein zweistelliges Umsatz- und Gewinnwachstum an.“

Spannend? Wohl kaum. Das sind vielleicht Ziele, aber doch keine Visionen!

Solche Ziele begeistern Investoren und bestenfalls können Sie damit Ihre Bank überzeugen. Aber für den Rest der Welt und insbesondere für Kunden und Ihre Mitarbeiter hat so eine Aussage keine emotionale Bedeutung. Überhaupt keine.

Solche Statements sind einfach nur langweilig. Oder was meinen Sie, wie inspirierend es Mitarbeiter und Kunden finden, einem Unternehmen einfach nur dabei zu helfen, Geld zu scheffeln?

Das führt zur Frage, was eine Vision denn eigentlich ist. Und wie sie sich von einem Ziel unterscheidet.

Hat ein Unternehmer eine Vision, dann – so könnte man sagen – verfolgt er ein langfristiges Ziel, das über ihn und seine Ego-Befriedigung weit hinausgeht. Ich würde sogar sagen: ein Ziel, das mit seiner Ego-Befriedigung überhaupt nichts zu tun hat.

Ein Unternehmer mit einer echten Unternehmensvision will mit seiner Tätigkeit und mit seinem Unternehmen etwas Positives für die Welt bewegen.

Erfolgreiche Unternehmer wie zum Beispiel Steve Jobs oder Götz Werner leben oder lebten für ihre Vision. Und dabei ging es ihnen nichts in erster Instanz ums Geldverdienen. Diese Unternehmer verfolgten andere, über sie selbst als Person hinausgehende Ziele und Visionen. Häufig sind oder waren das Visionen, die einen Mehrwert in sozialer oder ökologischer Form sogar für den Rest der Menschheit bieten.

Einen Mehrwert also, der sogar noch über den unmittelbaren Kundennutzen hinausreichte.

Hier sind ein paar Beispiele für große Visionen, in einen Slogan gegossen. Die ersten vier werden Sie vielleicht kennen, die letzten beiden stammen aus meiner Feder.

ALNATURA: Sinnvoll für Mensch und Erde

Alzheimer's association: Our vision: A world without Alzheimer's

Bill Gates: Information at your fingertips

Steve Jobs: 1000 songs in your pocket

Atmosmed: Innovationen für ein besseres Leben

Die Kurstadt Bad Säckingen: Bad Säckingen fährt emissionsfrei

Ein tolles Beispiel ist auch die Vision von Wikipedia: „Stell dir eine Welt vor, in der jeder einzelne Mensch freien Anteil an der Gesamtheit des Wissens hat.“

Das sind Beispiele für gute und vor allem für funktionierende Unternehmensvisionen.

Sie funktionieren deshalb so gut, weil sie begeistern.

Verschreibt sich ein Unternehmer einer bedeutenden, einer weltverbessernden Sache, dann begeistert er nämlich andere Menschen.

Und wenn diese Menschen finden, dass seine Vision wichtig und nützlich ist, dann werden sie ihn unterstützen wollen. Ob als Mitarbeiter, als Kunde oder als Lieferant.

Und jetzt meine Frage an Sie: Wie lautet Ihre Unternehmensvision?

Diese Frage zu beantworten fällt vielen Unternehmern und den meisten Führungskräften schwer. Es ist ja auch nicht einfach, darauf eine Antwort zu geben. Insbesondere dann, wenn man sich über seine Vision noch niemals wirklich Gedanken gemacht hat.

Aber auch, wenn Sie häufig über Ihre Vision nachdenken: Es ist ganz und gar nicht einfach, eine gute Vision zu formulieren. Da stellt sich die Frage: Was macht denn eine gute Vision aus?

Was sind die Kennzeichen einer guten Vision?

Wenn ich von einer Vision spreche, dann spreche ich von einem Leitstern. Etwas, das ein wenig vage ist aber dafür sehr emotional.

Eine Vision beschreibt ein sehr positives Bild von der Zukunft. Es ist etwas, an das Menschen ankoppeln können, das sie inspiriert und begeistert.

Aus meiner Sicht zeichnet sich eine gute Unternehmensvision durch fünf charakteristische Punkte aus. Diese 5 Punkte sind zugleich die Geheimnisse, die eine Vision – und damit das Unternehmen, das diese Vision formuliert – unglaublich erfolgreich machen kann.

Und hier sind sie, die

DIE 5 GEHEIMNISSE IHRER UNTERNEHMENSVISION.

1. Geheimnis:

Eine Unternehmensvision muss emotional aufgeladen sein.

Sie muss begeistern. Zumindest muss sie einen bestimmten Typ von Menschen ansprechen – und zwar genau den, den Sie damit abholen wollen. Indem Ihre Vision emotional aufgeladen ist, verleiht sie Energie, gibt also Energie ab.

Von einer solchen Vision wollen die Menschen ein Teil werden, wollen dabei sein. Eine solche Vision wollen Menschen unterstützen. Und zwar egal, ob der Absender Wikipedia oder Steve Jobs heißt oder ob es Ihr Unternehmen ist.



2. Geheimnis

Eine Unternehmensvision gibt eine Richtung vor aber sie enthüllt keine Details.

Sie sagt also nicht, wie genau ihre Realisierung gehen kann. Und tatsächlich liegt hier auch ihr Reiz. Weil das so ist, gibt es übrigens auch immer viele Kritiker, die der Überzeugung sind (und alles daran setzen), dass eine solch kühne Vision niemals Wirklichkeit werden kann.

Lassen Sie sich nicht beirren.

3. Geheimnis

Eine Unternehmensvision malt ein positives Bild von der Zukunft.

Sicher erinnern Sie sich an die berühmte Rede von Martin Luther King: „I have a dream...“ Martin Luther King sagte nicht: „Ich habe einen Plan“, nein, er hatte einen Traum!

Obwohl seine Vision keine Details offenbarte, also nicht sagte „wie“ sein Traum Wirklichkeit werden würde, war sie absolut unverwechselbar.

Im Gegensatz dazu sind Pseudo-Visionen wie beispielsweise die die posaunen, sie lieferten „beste Qualität bei niedrigsten Preisen“ absolut austauschbar.

Aber nicht nur das. Solche Pseudo-Visionen erklären nicht das „Warum“. Aber genau dieses so wichtige „Warum“ sollte in dem positiven Bild von der Zukunft unbedingt mit enthalten sein.

4. Geheimnis

Eine Unternehmensvision ist zeitlich nicht fixiert!

Sie hat also keinen Endpunkt, keine Deadline. Einen Termin gibt es nicht. Sonst wäre die Vision bloß ein (austauschbares) Ziel.



5. Geheimnis

Eine Unternehmensvision drückt einen klaren Kundennutzen aus.

Sie beschreibt eine wünschenswerte Verbesserung der jetzigen Situation. Im besten Fall stellt sie einen Mehrwert für die Gesellschaft in Aussicht. Damit ist eine wirklich gute Unternehmensvision erstrebenswert. Und zwar für eine Vielzahl von Menschen. Und diese Menschen können dann an diese Unternehmensvision anknüpfen, sich mit ihr verbinden, sie unterstützen. Und genau das ist das Ziel Ihrer Unternehmensvision!

Schlusswort

Wenn Sie nun also Ihre Unternehmensvision entwickeln, dann prüfen Sie sie unbedingt, ob sie die genannten fünf Geheimnisse erfüllt.

Ich wünsche ihnen von Herzen alles Gute. Und natürlich viel Erfolg beim Entwickeln Ihrer erfolgreichen Unternehmensvision.



Herzlichst



Ihre Angela Imdahl



IMDAHLINSTITUT | Hochturmstraße 17 | D-78628 Rottweil

Telefon +49 (0) 741-1755534 | info@imdahl-institut.de | www.imdahl-institut.de