

Expertentipp: Eine Vision für mein Unternehmen? Diese Fragen müssen Sie sich stellen!

Die Bedeutung einer Vision als Grundlage zur Veränderung wird am besten deutlich, wenn man sich die Frage stellt, warum und wodurch sich Menschen oder Unternehmen überhaupt verändern:

Es gibt nur zwei Gründe, warum sich ein Unternehmen maßgeblich verändert, und dies sind erstens die Krise und zweitens die Vision.

Es ist offensichtlich, welche von den beiden Varianten die angenehmere ist. In Zeiten von wirtschaftlichen Krisen und unter dem Druck von sich schnell verändernden Märkten wird deutlich, dass es viele Unternehmen über lange Zeit versäumt haben, sich immer wieder konsequent auf die Zukunft auszurichten.

Damit verbunden ist das Problem, dass Unternehmer zu Beginn eines sich anbahnenden Wandels die Zeichen der Zeit nicht erkennen, weil der Umsatz nur langsam zurückgeht und die Rendite noch ausreichend ist. Unternehmen, die eine weiterführende Vision formuliert haben, stehen dabei wesentlich besser da. Die Vision beschreibt, was das Unternehmen in der Zukunft sein und erreichen will. Sie ist also der Zukunftsentwurf eines Unternehmens als Grundlage der Ausrichtung, Energie, Motivation und Zielformulierung.

Das Wort „Vision“ kommt vom lateinischen „visio“ = Sicht. Sie sehen etwas, das andere nicht sehen: Eine Chance für Ihr Unternehmen oder einen Markt der Zukunft. Daher werden visionäre Unternehmer immer einen Vorsprung haben.

Aber: Noch kein Unternehmen ist allein durch eine Vision erfolgreich gewesen. Sie steht vielmehr am Anfang eines Veränderungsprozesses und muss noch zu einer konkreten Strategie ausgearbeitet werden.

Der nachfolgende Fragenkatalog kann Ihnen eine Hilfe dabei sein, zunächst Ihre eigene Vision zu entwickeln:

Bevor Sie beginnen:

1. Legen Sie den Zeithorizont fest, für den die Vision angelegt sein soll (Üblicherweise ca. sieben Jahre)!
2. Versuchen Sie sich diese Zeit vorzustellen. Gehen Sie dazu einen Zeithorizont in die Vergangenheit, um ein Gefühl für die Zeitdimension zu bekommen!
3. Beantworten Sie die folgenden Fragen aus dieser zukünftigen Sicht!

Fragenkatalog:

1. Welche Produkte und Leistungen, welchen Nutzen bietet unser Unternehmen?
2. Welche Probleme unserer Kunden lösen wir besser als andere – und wie?
3. Welche Träume unserer Kunden erfüllen wir besser als andere – und wie?
4. Was unterscheidet unsere Produkte und Leistungen von denen des Wettbewerbs (Kernkompetenz)?
5. Für welche Kunden sind wir tätig?
6. Welchen Ruf und welche Einzigartigkeit genießt unser Unternehmen?
7. Beruht unser Unternehmen auf wirksamer Führung?
8. In welchen Regionen und Ländern sind wir tätig?
9. Welche Marktposition hat unser Unternehmen?
10. Wenn wir eine Marktführerschaft erreicht haben, welche ist das? (Qualität, Service, Expertentum, Innovation...)
11. Welchen Umsatz haben wir?
12. Welchen Gewinn erwirtschaften wir?

13. Welchen Wert hat das Unternehmen?

14. Wie viele Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen? Was tun wir für Ihr Wohl?

15. Welche Vermögenswerte haben wir im Unternehmen (Grundstücke, Maschinen, Gebäude, Anlagen)? Welches zusätzliche Vermögen haben wir aufgebaut (Reserven, Unternehmensanteile)?

16. Welche Nachteile oder sogar Schäden entstünden, wenn unser Unternehmen nicht mehr bestehen würde?

(Quelle: Cay von Fournier: FührungEnergie, Band 2)

Fragen zum Thema beantwortet Ihnen gerne:

Roland Bauer
Tel. 08031/1879-12,
bauer@bauerundpartner.net

