

A high-magnification, black and white photograph of a human eye, showing the iris, pupil, and eyelashes in detail. The eye is looking slightly to the right.

INSIDE Minute

Vision als Manifestation der Zukunft

Orientierung ist ein wichtiges Faktum für den unternehmerischen Erfolg. Fehlt diese, so fehlt es zumeist an Klarheit in Ausrichtung und Verhalten. Das gilt nicht nur für die Unternehmensführung, sondern auch für die gesamte Mannschaft. Leider ist die Chef-Orientierung häufig an den rein numerischen Zielen ausgerichtet. Gewinn, Einnahmen und damit der pekuniäre Erfolg überstrahlt zumeist alles. Das zeigt sich auch statistisch. In einer Umfrage im Jahr 2022 strebten 44 % der befragten Unternehmen die Umsatzsteigerung, 38 % die Stabilisierung des Kerngeschäftes, 37 % die Steigerung des Betriebsergebnisses und noch 30 % die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit an. Wir sehen hier folglich eine Aufstellung rein numerischer Zielaspekte als Orientierung im Hinblick auf den Gesamtorganismus. Die Verbesserung der Kundenorientierung beispielsweise taucht in dieser Statistik überhaupt nicht auf. Möglicherweise wird allen anderen Zielaspekten lediglich die Begrifflichkeit eines Umsetzungsmittels zugeordnet. Aber das ist fatal.

In herausfordernden Zeiten ist es bedeutsamer, sich als Verantwortliche darüber klar zu werden, auf welchen Aktivitätssäulen das Unternehmens tatsächlich steht, und wie diese Grundpfeiler des Erfolges in Zukunft aufgestellt sein müssen. Dieser Blick in die Zukunft, das ist die eigentliche Vision. Aus ihr muss für alle Beteiligten die Orientierung für ihr Tun erwachsen. Die Tatsache, dass Visionen Bilder definieren, ermöglicht es Organisationen, ob mittelständisches Unternehmen oder NPO, eine emotionale Identität, ein gemeinsames und einheitliches Selbstverständnis zu bestimmen und so das Denken und Handeln der Mitarbeiter

**„Management heißt,
Ziele zu erreichen;
Führung bedeutet, Ziele
zu setzen.“**

*Bundesverdienstkreuzträger Hans-Jürgen
Quadbeck-Seeger*

im Alltag des Unternehmens auf ein gemeinsames Ziel auszurichten.

Da sich alles verändert, Rahmenbedingungen und Marktgegebenheiten immer wieder einem massiven Wandel unterliegen, ist es wichtig und bedeutsam, regelmäßig, mindestens alle zwei bis vier Jahre, die alte Ausrichtung zu überdenken und eine neue und angepasste Vision aufzustellen.

Was ist zu tun?

Eine Unternehmensvision beschreibt einen in der Zukunft liegenden und dann bereits konkret eingetretenen Zustand. Es geht dabei nicht alleine um nackte Zahlen. Das Konstrukt einer Vision, als ein in der Zukunft liegendes und klar

vorgestelltes Ereignis, sollte Verhalten, Führung, Entscheidungsfindung als wesentliche Unternehmenscharaktereigenschaften berücksichtigen. Schaffen Sie in den Bereichen Innovation, proaktiver Leistungs- und Kundenorientierung, sowie bezogen auf Risikoumstände und Wettbewerbsrahmen eine für sich klare Vorstellung für die Zukunft Ihres Unternehmens. Legen Sie Ziele fest, die olympisch sind, die weit über das Maß des bereits Erlangten hinausgehen. Und bringen Sie viel Fantasie dafür mit.

Alles weitere, das Wie und Womit der Umsetzung lassen Sie bitte außen vor. Das ist Strategie. Das ist ein anderes Mal Thema.

Natürlich hat eine Vision auch ein wenig mit einem Blick in die Glaskugel zu tun. Aber sind wir Menschen nicht alle Zielläufer? Benötigen wir nicht alle eine klare Orientierung und auch Überzeugung im Hinblick auf das Tun und Handeln? Die Beispiele des Lebens zeigen uns, wie es geht. Im Sport beispielsweise muss sich eine Mannschaft erst einmal darüber klar werden, wer sie ist, was sie ausmacht und mit welchem Spielsystem sie spielen will, welches Teamverständnis sie hat und mit welchen Mitteln sie an welchen Wettkämpfen überhaupt teilnehmen will. Erst dann kommt eine konkrete Vorstellung von Spielergebnissen und Tabellenständen. Ist es in einem Unternehmen – egal, ob Mittelständisches Unternehmen oder NPO, nicht genauso?

Ihr Ralf Kaspar Kemmerling
für weniger Risiko und mehr Chancen

| Wieso "INSIDE Minute"?

Ich habe das Gefühl, es wird Zeit für klare Botschaften. Deshalb schreibe ich diese "INSIDE-Minutes". Mögen sie hilfreich sein für alle Leser. „INSIDE-Minutes“ sollen kurz sein, denn Kürze wirkt oftmals länger. Sie rufen ins Gedächtnis, sensibilisieren, geben Orientierung und Hilfestellung bei der Unternehmensführung. Lassen Sie dies zu, unterstützen die „INSIDE-Minutes“ beim Denken und Handeln.

Übrigens ist INSIDE Management & Recht eine Beratungsunternehmung mit der Zielsetzung für Mittelstand und auch für NPO-Unternehmen wesentliche Herausforderungen bei der Unternehmensführung zu lösen. Durch klare Visionen, gestalterische Fantasie, intelligente Strategien und auch Umsetzungsbereitschaft werden umsetzbare Optimierungsmöglichkeiten auf vielen Ebenen und auch Chancen generiert. INSIDE Management & Recht findet für Sie kreativ schnelle, konkrete sowie in Kombination mit Trends- und Tendenzen aus sämtlichen Umfeldbedingungen strategische Chancen. Denken und Handeln. Das wäre wundervoll! Dann wäre unsere Freude am Vordenken und Schreiben noch größer.



Op'n Idenkamp 11
22397 Hamburg
0171 - 784 4217
040 - 603 6205

info@inside-management.de
www.inside-management.de

Ralf Kaspar Kemmerling

