

Vision – Motor und Antrieb für den Unternehmenserfolg

Jedes Unternehmen startet bewusst oder unbewusst mit einer Vision. Bei einer bewusst gestalteten Vision basieren alle Entscheidungen auf dieser wichtigen Grundlage, die letztendlich die Entwicklung und damit den Erfolg des Unternehmens gezielt steuern.



Bild: Camlog

Andrea Stix, MSc, MBA

Wenn ich in Beratungen nach der Vision der Praxis frage, ernte ich meist erstaunte Blicke. Und selbst wenn sich der Praxisinhaber oder die Praxisinhaberin klare Gedanken zur Vision der Praxis gemacht hat, wird häufig vergessen, diese auch schriftlich festzuhalten. Warum eine klar definierte Vision jedoch von großem Vorteil ist, erläutert dieser Artikel.

Zukunft ist planbar

Mit einer Vision wird häufig etwas Magisches, Mystisches, Großartiges oder Weltverbesserndes verbunden. Eine Vision muss jedoch nicht zwangsläufig altruistisch oder in sozialer bzw. ökologischer Hinsicht wertvoll sein. Ebenso sollten auch monetäre Aspekte nicht zwangsläufig im Zentrum stehen, weil diese systemimmanent sind, also dem Unternehmenszweck entsprechen. Schließlich sollte jedes Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich agieren. Eine Unternehmensvision beschreibt vielmehr

Die Vision:

- Definiert ein realistisches Zukunftsbild der Praxis
- Beschreibt, wofür die Praxis steht
- Fixiert die Vorstellung der langfristigen Zielerreichung
- Legt Werte und Überzeugungen fest
- Wird schriftlich im „Vision-Statement“ definiert
- Wirkt nach außen auf die Patienten
- Wirkt nach innen auf die Mitarbeiter
- Legt die Basis für die Unternehmenskultur
- Prägt das Verhalten der Mitarbeiter
- Fördert die Identifikation mit der Praxis

einen Zustand, der über den Praxisinhaber als Person hinausgeht: Sie skizziert ein realistisches Zukunftsbild. Genau genommen ist eine Vision die klare Beschreibung eines Wunschzustandes der zukünftigen Unternehmensentwicklung – sie formuliert sozusagen einen definierten Idealzustand.

Polarstern und Kompass

Bildlich betrachtet, erfüllt die Unternehmensvision durch die Festlegung dieser zukunftsweisenden Richtung zunächst eine Art „Polarsternfunktion“ für das Unternehmen. Langfristig wirkt sie wie ein Kompass, der diese Richtung beibehält. Eine Vision erzeugt somit ein wünschenswertes und emotionales Bild der Zukunft eines Unternehmens. Sie zeigt eine Vorstellung, wofür das Unternehmen stehen soll, worin sich die Stärken begründen werden, wie das Unternehmen aussehen und wahrgenommen werden könnte.

Eine Vision besteht aus zwei Elementen: Zum einen enthält sie eine konkrete Vorstellung, was in 10, 20 oder 30 Jahren erreicht werden soll. Zum anderen berücksichtigt sie den substanziellen Wesenskern, der ein Unternehmen ausmacht, also die grundlegenden Werte und Überzeugungen. Insbesondere für kleinere bis mittelständische, inhabergeführte Unternehmen wie beispielsweise Zahnarztpraxen ist es deshalb essenziell, dass diese Überzeugungen mit den persönlichen Werten des Unternehmers korrespondieren.

Den Erfolg selbst bestimmen

Visionen werden häufig mit Unternehmenszielen verwechselt. Ziele unterscheiden sich jedoch grundsätzlich von Visionen: Sie sind zeitlich begrenzt und sie sollten in kurz-, mittel- oder langfristig gegliedert sein. Um sie messbar zu machen, ist es wichtig, Ziele konkret zu formulieren. Echte Unternehmensziele

können erst von der Unternehmensstrategie abgeleitet werden. Ziele und die entsprechenden Maßnahmen zur Zielerreichung sind daher flexibel. So entspricht zum Beispiel das Vorhaben, den Praxis-Umsatz in zwei Jahren um zehn Prozent zu steigern, einem klaren Ziel und keiner Vision.

Eine Unternehmensstrategie hingegen kann erst anhand der Vision entwickelt werden. Gute Unternehmensstrategien passen sich den Veränderungen im Marktumfeld an, um Risiken zu minimieren und Chancen zu nutzen. Deshalb müssen Visionen stabil und Strategien flexibel sein.

Visionen sind integraler Bestandteil jeder Unternehmung und zugleich der Grundstein, auf dem sie fußen. Auf dieser wichtigen Grundlage basieren somit alle folgenden Unternehmensentscheidungen. Die Unternehmensvision ist deshalb ein wichtiger Faktor in Bezug auf die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens. Damit ist sie zu großen Teilen auch für dessen Wettbewerbsfähigkeit verantwortlich. Häufig wird die Relevanz einer Unternehmensvision allerdings unterschätzt.

Gerade in kleineren Unternehmen geschieht die Visionsentwicklung häufig intuitiv. In der Folge fehlt dieser richtungsweisende „Polarstern“. Jede Praxis ist intern und extern einer Fülle von Veränderungen unterworfen, wie beispielsweise gesetzlichen Veränderungen, neuen Konkurrenz-Praxen in direkter Nachbarschaft oder dem Ausscheiden des Praxisgründers. Manchmal werden Veränderungen auch selbst vorangetrieben, wie mit einer Erweiterung des Behandlungsspektrums, der Vergrößerung des Ärzteteams oder der Eröffnung einer Filialpraxis. Bei all diesen positiven wie negativen Veränderungen ist es wichtig, sich am Wesenskern des Unternehmens zu orientieren. Dieser bleibt unveränderlich – er hält alles zusammen.

Das entworfene Zielbild wirkt aber auch in das Unternehmen hinein. Es gibt Mitarbeitern Orientierung, zeigt ihnen auf, wofür das Unternehmen steht und begeistert sie für gemeinsame Ziele. Die Vision ist somit auch die essenzielle Basis für die angestrebte Kultur eines Unternehmens und trägt einen entscheidenden Anteil zum Verhalten von Vorgesetzten und Mitarbeitern sowie zur Identifikation mit dem Unternehmen bei. Damit kann eine Vision in einem Unternehmen ungeahnte Kräfte freisetzen.

Die Unternehmensvision wird in einer übergeordneten Leitidee, dem sogenannten Vision-Statement, festgelegt. Das formulierte Selbstverständnis des Unternehmens sollte prägnant, emotional und eindeutig sein. Und es soll vor allem eines: inspirieren. ■

Kontakt:

Andrea Stix, MSc, MBA
Beratung für Strategie, Praxismarketing und Praxiskommunikation
Fon +49 172 1699902