

Orientierung, Ziele und Vision

Zielbilder

Die weitaus meisten Dinge von Wert entstehen nicht von heute auf morgen, sondern sind das Resultat langfristiger, zielgerichteter Arbeit. Das gilt selbst für Geniestreiche oder revolutionäre Durchbrüche – üblicherweise geht diesen eine lange Vorbereitungszeit voraus, die von der Allgemeinheit natürlich nicht gesehen wird. Es heißt dann: Er hat aber riesiges Glück gehabt. Der Golfspieler Bernhard Langer entgegnete darauf einmal: „Ja, das habe ich auch schon festgestellt: Je mehr ich übe, desto mehr Glück habe ich.“ Der Forscher Anders K. Ericsson hat herausgefunden, dass für wirkliche Spitzenleistungen 10.000 Stunden Übung erforderlich sind.

Das Problem an Zielen ist nun nicht, dass wir keine Ziele hätten. Die meisten Menschen haben eher viel zu viele Ziele. Das Problem ist, dass wir uns selten bis **nie nur einem einzigen Ziel mit Haut und Haaren verschreiben**. Rechne mal nach: 5 Ziele á 10.000 Stunden Übung... Die Wahrscheinlichkeit, ein wirklich großes Ziel zu erreichen, hängt ganz wesentlich von unserem Commitment ab. Und dazu musst Du dafür sorgen, dass Du ein Ziel findest, von dem Du schon heute weißt, dass Du auch in 10 Jahren noch von diesem Ziel gefesselt sein wirst.

Worum es bei der Zieldefinition hingegen nicht geht, ist eine haarkleine Beschreibung des Wegs. Erstens kannst Du diesen, bei einem Horizont von 10 Jahren und mehr, gar nicht kennen. Zweitens schränkt ein minutiöser Plan Deine notwendige Flexibilität ein. Drittens hält Dich eine zu detaillierte Planung vom Handeln ab. Und viertens geht ein solcher Plan normalerweise von Deinen jetzigen Fähigkeiten und Ressourcen aus. Deine Fähigkeiten und Ressourcen ändern sich aber.

Um sich den Zielen zu nähern, die auch in 10 und mehr Jahren noch Bestand haben dürften, benötigst Du Klarheit über Deine Werte oder besser Grundmotive.

Grundmotive¹

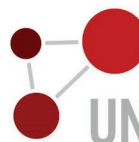
Prinzipiell kannst Du Dich Deinen Motiven auf verschiedene Arten nähern.

Der schnellste (aber sehr instabile!) Weg ist, sich von der folgenden Auswahl² inspirieren zu lassen und daraus die 10 wichtigsten Motive auszusuchen. Das ist deshalb unser erster Schritt.

Nun ist es so, dass unter einem Motiv jeder etwas anderes versteht und ein Motiv nur dann praktische Auswirkungen hat, wenn Du klar festlegst, was Du damit meinst. Dem dienen die Erfüllungskriterien und Verhaltensnormen: Wann genau lebst Du dieses Motiv? Wenn Du z.B. das Motiv Ordnung wählst, dann kannst Du beschreiben: Du lebst gemäß diesem Motiv, wenn jeden Abend der Schreibtisch und das Email-Postfach aufgeräumt sind. Oder bei Fitness könntest Du sagen, dass Du dieses Motiv lebst, wenn Dein Körperfettanteil unter 17 Prozent ist und Du dreimal pro Woche für 1 Stunde Sport treibst etc. Wenn Du dann zu jedem der von Dir gewählten Motive ein klares Bild hast, dann kannst Du sie nach ihrer Wichtigkeit sortieren.

¹ Ich habe den bisherigen Begriff „Werte“ durch „Grundmotive“ ersetzt, da der Begriff Werte mittlerweile viel zu schwammig verwendet wird und mir zu wenig das beschreibt, was ich meine: Es handelt sich um emotionale Grundlagen, die den Dingen und Handlungen Deine Bedeutung geben und an denen sich deswegen die Handlungen automatisch ausrichten. Da der neue Begriff nur das, was auch bisher unter Werten verstanden wurde, anders benennt, behalte ich gelegentlich noch den Begriff Werte bei.

² Achtung: Dabei handelt es sich nur um eine Auswahl. Eine umfassende Auflistung aller Werte oder Grundmotive würde mehr als 3.000 Begriffe beinhalten.

**Motivauswahl:**

Abenteuer	Freude	Reichtum
Abwechslung	Freundschaft	Respekt vor anderen
Achtung	Frieden	Selbstbewusstsein
Anziehung	Geduld	Sicherheit
Authentizität	Gelassenheit	Sinnorientierung
Beharrlichkeit	Geldgeschick	Spaß
Bescheidenheit	Gerechtigkeit	Spiritualität
Beständigkeit	Gesundheit	Spitzenleistung
Bindungen	Glück	Treue
Dankbarkeit	Großzügigkeit	Unterstützung
Demut	Harmonie	Veränderungen bewirken
Dienst für andere	Herausforderung	Verantwortung
Disziplin	Hilfsbereitschaft	Vergnügung
Ehrlichkeit	Integrität	Verpflichtung
Einfluss und Macht	Intelligenz	Verständnis
Einfühlungsvermögen	konstant lernen und wachsen	Vertrauen
Energie	Konzentration	Wärme
Enthusiasmus	Kreativität	Wahrhaftigkeit
Entspannung	Leidenschaft	Wettbewerb
Entwicklung	Leistungsorientierung	Wissen
Erfolg	Liebe	Wohlstand
Fairness	Mut	Zufriedenheit
Familie	Nutzen bieten	Zuversicht
Fitness	Offenheit	
Freiheit	Ordnung	

	Motiv	Erfüllungskriterien und Verhaltensnormen
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

[illegible]

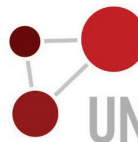
Stärken

Die Bestimmung der eigenen Stärken ist zwiespältig. Bewerte diese nicht zu hoch. Auf der einen Seite ist es natürlich immer wesentlich einfacher, Dinge zu tun, in denen man Stärken hat. Es wäre in Bezug auf kurzfristige Ziele nicht effektiv, in anderen Bereichen tätig zu werden.

Auf der anderen Seite sind Stärken:

1. Kontextabhängig: Im Kontext der Schule warst Du zum Beispiel gut in Mathematik. Im Kontext eines Mathematikstudiums hingegen wärest Du schlecht in Mathematik und im Kontext einer Tätigkeit als z.B. Werbetexter spielt Deine Kompetenz in Mathematik überhaupt keine Rolle. Wenn Du unter Blinden bist, könntest Du Deine Einäugigkeit für eine Stärke halten. Das Problem daran: Die Lebenskontexte ändern sich immer schneller. Deine Selbstzuschreibungen und Deine Vorstellungen davon, was Deine Stärken sind, änderst Du meist nicht oder nur langsam.
2. Denken wir bei der Bestimmung der eigenen Stärken im Hinterkopf meist die eigenen Schwächen mit. Auch diese schreiben wir fest und ändern sie nicht im gleichen Verhältnis, wie sich unsere Kontexte ändern. Damit halten wir uns künstlich am Boden.
3. Haben Menschen heute oft so viele und so differenzierte Stärken, dass man bei einer wirklich detaillierten Auflistung leicht einige hundert Stärken zusammen bekommt. Damit verliert man Orientierung. Wählt man nur die zentralen Stärken aus, übersieht man fast immer die eine entscheidende – und zu Beginn nebensächlich wirkende Stärke.
4. Sind bestimmte Aufgaben mit bestimmten Tätigkeiten verbunden. Wenn Du gewählt hast, Chirurg zu werden, dann hast Du die Stärke einer ruhigen Hand zu entwickeln – ganz egal, ob Du am Anfang glaubst, dass Du das gut oder weniger gut kannst. Oder Du suchst Dir einen anderen Job. Wenn Du also Unternehmer sein willst, dann brauchst Du eben bestimmte Stärken⁵.
5. Und wohl am Allerwichtigsten für Dich als Unternehmer: Du selbst als Person benötigst gar keine Stärken in den Bereichen, in denen Dein Unternehmen tätig ist. Du musst trennen zwischen Deinen Stärken als Person und den Stärken Deines Unternehmens. Du bist nicht als Fachkraft tätig, sondern als Unternehmer. Deine Stärken müssen nicht darin liegen, das beste Schwert zu schmieden, sondern darin, die beste Schwertschmiede aufzubauen! Insofern sind Deine Fachkraftstärken außer für die zeitlich begrenzte Gründungsphase, in der ein Unternehmer oft auch Fachkraftaufgaben erledigt, weitgehend irrelevant.
6. Je länger der Zeithorizont ist, desto unwichtiger werden die Stärken, die Du heute hast. Mit fünf Jahren wusstest Du nicht, was 2+2 ist. 10 Jahre später hast Du Dich mit Wurzelrechnung und Logarithmen beschäftigt. Vergiss also in Bezug auf langfristige Ziele Deine Stärken. In Bezug auf kurzfristige Ziele setze sie geschickt ein. In Bezug auf kurzfristige Ziele ist es also wichtig, seine Stärken zu kennen und regelmäßig zu überprüfen.

⁵ Die sich aus den Aufgaben des Unternehmers (vgl. „Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer“, Stefan Merath) näherungsweise erschließen lassen. Einen direkten und unmittelbaren Zusammenhang gibt es jedoch nicht. So kann z.B. ein Verkäufer durchaus mit der Stärke „Leute zutexten“ zum Erfolg kommen und ein anderer schafft es mit der gegenteiligen Stärke „aufmerksam zuhören können“. Zwischen Stärke und Aufgabe liegt also immer noch die Strategie oder Methode.

**Wie gehst Du vor?**

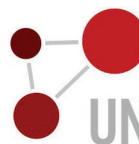
Stelle Dir und 5 Personen, die Du gut kennst, die aber aus völlig unterschiedlichen Zusammenhängen sind (z.B. Beruf, Partnerin, Sport etc.) nachfolgende 5 Fragen. Dabei ist es von entscheidender Bedeutung, andere Menschen aus anderen Lebenszusammenhängen zu befragen, da das Selbstbild oft deutlich vom Fremdbild abweicht. Und mal ist das eine, mal das andere richtiger.

Was fällt Dir leicht?

Was hast Du schon immer gern gemacht?

Was kannst Du gut?

Beschreibe die 5 größten Erfolge Deines Lebens



Welche 5 Stärken hast Du eingesetzt, um diese Erfolge zu erzielen?

Was fällt Dir schwer?

Und nun finde die Gemeinsamkeiten: Wo sind Deine 5 größten Stärken?

1.

2.

3.

4.

5.

Emotionen, die Du auf regelmäßiger Basis erleben willst

Wir kommen nun in die Nähe Deiner langfristigen Ziele. Um Ziele zu erreichen, gibt es nur einen einzigen wirklichen Grund. Wir wollen keinen Porsche, also keinen Haufen Blech vor der Türe. Wir haben die Vermutung, dass wir uns dann anders fühlen, wenn wir diesen Haufen Blech vor der Türe haben. Zum Beispiel, dass wir mehr Anerkennung bekommen. Oder, dass wir die Freude erleben, wenn wir uns einen Kindheitstraum erfüllen. Oder das Gefühl des Rauschs, mit 280 über die Autobahn zu kacheln.

Wir wollen auch keine große Firma einfach so. Was sollen wir auch mit einem Haufen Beton mit irgendwelchen Leuten drin? Wir wollen damit vielleicht reich werden und Reichtum gibt uns das Gefühl von Freiheit oder Sicherheit. Oder wir wollen was ändern und das gibt uns dann das Gefühl von Anerkennung oder Bedeutsamkeit.

Letztlich ist der einzige wirkliche Grund für unsere Ziele, unsere (oft unbewusste und häufig falsche) Vermutung, dass wir uns nach Erreichung anders fühlen. Wenn dem so ist, dann ist die Stärke und Qualität der mit dem Ziel verbundenen Emotionen entscheidend für unsere Konsequenz bei der Zielerreichung.

Und damit wiederum ist klar, dass wir uns zuerst auf unsere Emotionen und dann auf die Ziele konzentrieren müssen⁶. Nun ist es immens wichtig, dass Du einen Satz verstehst, der zu Beginn sicher etwas merkwürdig klingt: „Alles, was Du Dir für die Zukunft ersehnt, hast Du in der Vergangenheit bereits erlebt.“ Manch einer mag einwenden: Ich hatte aber noch nie einen Porsche. Da behaupte ich nicht das Gegenteil. Aber was Du in der Vergangenheit hattest, war das Gefühl, das Du damit verbindest. Vielleicht hast Du ein tolles Fahrrad bekommen, als Du 6 Jahre alt warst. Oder mit 15 ein Mofa. Und da hattest Du vergleichbare Gefühle. Da Du weißt, dass es nicht dieselben Gefühle hervorrufen wird, wenn Du heute ein Kinderfahrrad bekommst, vermutest Du (unbewusst), dass es der Porsche macht. Und vielleicht hast Du Recht! Und deswegen ist es toll, wenn Du auf Deine Ziele-Mindmap schreibst, dass Du einen Porsche möchtest.

Warum erkläre ich das so ausgiebig? Weil Du Ziele, die es wert sind, verfolgt zu werden, nicht in der Zukunft findest! Du findest sie in den positiven Emotionen Deiner Vergangenheit. Erwinnere Dich mal: Würdest Du nicht gerne nochmal das Gefühl des ersten (glücklichen) Verliebt seins erleben? Oder das tolle Gefühl, mit Deiner Sportmannschaft etwas Außergewöhnliches geleistet zu haben? Oder das Gefühl des ersten Auftrags für Deine Firma? Oder eine außergewöhnliche Erkenntnis? Oder ein Abenteuer? Oder ein Abend mit Freunden? Ein Segelausflug? Ein...

Die nächste Aufgabe ist ganz einfach: Geh an einen Ort, von dem Du weißt, dass Du Dich gut an schöne Dinge aus der Vergangenheit erinnern kannst. Genieße die Geräusche der Natur oder höre Dir Deine Lieblingsmusik an. Und dann geh eine halbe Stunde oder Stunde zurück und schwelge in positiven Erinnerungen und Gefühlen. Mach das möglichst bildhaft und die Bilder möglichst lebendig. Schreib dann im Anschluss alle Bilder und Gefühle, die in Dir entstanden sind auf. Möchtest Du diese Gefühle wieder erleben? Ja? Wie stark? Wenn es Dir nicht stark genug ist, dann mach es wann anders nochmal.

Dieser Aufschrieb ist nun die Grundlage für Deine langfristigen Ziele.

⁶ Mehr dazu im Buch „Dein Wille geschehe – Führung für Unternehmer“ von Stefan Merath. Ausführlich findest Du das im DVD-Set „Entfessele Deinen Unternehmiergeist“ auf <https://www.unternehmercoach.com/shop/dvd-set-entfessele-deinen-unternehmiergeist> oder natürlich auch im Seminar „Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer“.

Langfristige Ziele (10 Jahre und mehr)

Durch die Beschäftigung mit Deinen Grundmotiven und Stärken und den Emotionen, die Du regelmäßig erleben willst, bist Du gut vorbereitet, Deine Ziele aufzuschreiben. Langfristige Ziele sollten wir zu allen 8 Lebensbereichen (siehe unten) haben. Wir machen das jedoch nicht so, wie es in allen anderen Erfolgsbüchern steht. Da macht man nun einfach eine Mindmap oder Liste und visualisiert anschließend ein bisschen. Das hat zur Folge, dass manche Ziele sehr intensiv verfolgt werden und andere gar nicht. Eben weil manche mit starken Emotionen verbunden sind und andere nicht.

Aus diesem Grund arbeiten wir umgekehrt: Wir beginnen bei den starken Emotionen und finden dazu passende Ziele. Dazu Beispiele. Angenommen, bei den starken Emotionen war tatsächlich Dein erstes Fahrrad dabei und Du hast Dich an das Gefühl des Stolzes gegenüber Deinen Freunden erinnert. Dann stell Dir die Frage, was heute gegeben sein müsste, um dasselbe Gefühl wieder zu erleben. Das könnte in der Tat der Porsche sein. Der käme dann in den Bereich Finanzen & Materielles. Aber es könnte auch eine neue Maschine in Deiner Firma oder eine Auszeichnung zum Unternehmer des Jahres sein, das denselben Stolz hervorruft. Das käme dann in den Bereich Unternehmen & Unternehmer sein. Schließlich könntest Du Deinem sechsjährigen Sohn auch ein tolles Fahrrad schenken und ihm bei den ersten Fahrversuchen helfen und mit ihm gemeinsam denselben Stolz nochmals erleben. Das käme dann in den Bereich Partnerschaft & Familie.

Oder Du erinnerst Dich an das Erfolgserlebnis als Du den ersten Auftrag mit Deiner eigenen Firma erfolgreich abgeschlossen hast. Gibt es einen Großauftrag, der zurzeit noch völlig außerhalb Deiner Reichweite zu sein scheint? Könntest Du eine neue Firma gründen? Oder für einen Gründer den Mentor spielen und es so nochmals erleben? Was für ein Ziel würde bei Dir dieselben Gefühle hervorrufen wie damals?

Nun beginnst Du also nicht mit den Zielen, sondern mit Deiner zuvor erstellten Liste von Gefühlen. Geh jedes einzelne Gefühl nacheinander durch und überlege Dir mindestens drei Möglichkeiten, wie Du genau dieses Gefühl wieder erleben kannst. Wenn es Möglichkeiten sind, die Du mit Deinen Stärken erreichen kannst und die Deinem Grundmotiv entsprechen, umso besser. Du beginnst also nicht mit „Mein Haus, mein Auto, mein Boot, mein Pferd und meine Pferdepflegerin“, sondern bei Deinen Emotionen. Damit ist die Wahrscheinlichkeit viel höher, dass Du wirklich **DEINE** Ziele aufschreibst und nicht die Ziele, die uns die gesellschaftlichen Konventionen anbieten.

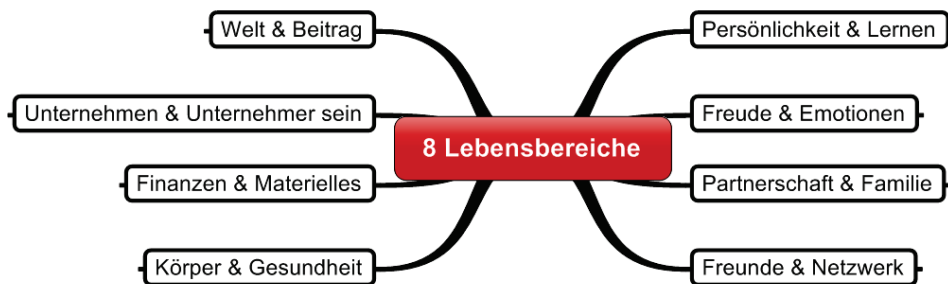
Beachte, dass es oft nur von den eigenen Fähigkeiten und dem eigenen Selbstbewusstsein abhängt, ob ein Ziel realistisch erscheint oder nicht. Und auf eine so lange Zeit bezogen, werden sich sowohl Deine Fähigkeiten als auch Dein Selbstbewusstsein ändern. Was Dir jetzt unrealistisch erscheinen mag, muss es in zwei oder fünf Jahren nicht mehr sein.

Setze Dir also möglichst hohe und große Ziele. Wenn Du Zweifel verspürst, ist das richtig. Wenn Du das Ziel lieber ein bisschen reduzieren willst, dann vergrößere es! Du **musst** Dich am Anfang unwohl fühlen: Woher sollte sonst die Motivation kommen, sich selbst zu ändern?

Achte beim Aufschreiben Deiner Ziele auch darauf, nicht nur Ziele aufzuschreiben, die Du gerne **haben** willst. Letztlich ist die einzige Motivation irgendetwas anzustreben, dass Du Dich anders **fühlen** möchtest. Und ein anderes Gefühl ist bestimmt durch das, was Du hast, durch das, was Du tust, durch das, wie Du selbst bist und Dich siehst und durch das, was Du gibst.

Am besten sammelst Du in der folgenden Mindmap ([Ziele Mindmap.pdf](#)) alle Ideen und nutzt für die Aspekte Sein, Tun, Haben und Geben 4 unterschiedliche Farben.

Langfristige Träume, Ziele und Visionen



haben
tun
sein
geben

Sammle so viele Ziele wie möglich. Mindestens jedoch 100.

Wenn Du dies getan hast, dann überprüfe jedes einzelne Ziel, ob es mit Deinem zentralen Grundmotiv oder wenigstens einem der drei wichtigsten Werte korreliert. Tut es das nicht, dann streiche dieses Ziel. Es ist offensichtlich nicht wichtig für Dich.

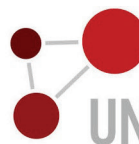
Bei den verbleibenden Zielen überprüfe bei jedem einzelnen Ziel, ob es messbar und mit einem Datum versehen ist. Könnte also, so wie das Ziel beschrieben ist, zum entsprechenden Zeitpunkt eine unbeteiligte dritte Person mit einer Checkliste abhaken: Ziel erreicht oder Ziel nicht erreicht? Wo dies nicht der Fall ist, formuliere um.

Mach nun am besten mindestens für 1 Stunde eine Pause, geh Essen oder mach etwas anderes. Denk nicht weiter drüber nach. Das macht Dein Unterbewusstsein für Dich.

Nach der Pause wählst Du innerhalb maximal einer Minute aus jedem der 8 Lebensbereiche das Ziel aus, das Dir am wichtigsten erscheint. Damit arbeiten wir weiter.

Natürlich dauert es wesentlich länger, wirklich langfristig belastbare Ziele zu erarbeiten. Am besten geht das so: Du zeichnest die Mindmap auf ein großes DIN A0 oder A1-Blatt und hängst sie an einer Stelle auf, an der Du mehrfach am Tag vorbeikommst. Darunter liegen 4 verschiedenfarbige Stifte. Und jedes Mal, wenn Du vorbeiläufst, änderst Du das, was Dir nicht gefällt und fügst etwas hinzu, wenn Dir etwas fehlt. Um den Platz zu füllen, kannst Du auch Fotos (z.B. aus dem Internet) aufkleben. Ein Bild sagt manchmal mehr als 1.000 Worte. Nach spätestens einem halben Jahr kristallisiert sich ein glasklares Zielbild heraus, das für viele Jahre belastbar ist.

Was hast Du damit gewonnen? Nun, Du irrst die nächsten Jahre nicht wie eine Fliege an der Scheibe umher und beginnst mal dies und mal das.

**Wichtigste Ziele aus den 8 Lebensbereichen:**

1. Persönlichkeit & Lernen:

2. Freude & Emotionen:

3. Partnerschaft & Familie:

4. Freunde & Netzwerk:

5. Körper & Gesundheit:

6. Finanzen & Materielles:

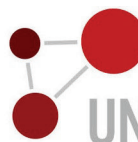
7. Unternehmen & Unternehmer sein:

8. Welt & Beitrag:

Zugehörigkeit/ Liebe

Es gibt Menschen oder Gruppen von Menschen, für die macht man gerne etwas. Am nächstliegenden sind hier natürlich Familie, eigene Kinder, ein Verein zu nennen. Diese Sympathie oder Verbindung oder Liebe ergibt sich oft, aber nicht nur, aus gemeinsamen Grundmotiven. Diesen Gruppen fühlst Du Dich zugehörig und verbunden.

Natürlich kann man ein Unternehmen aus den unterschiedlichsten Motiven betreiben: Wut gegen einengende Strukturen im vorherigen Angestelltenverhältnis, Begeisterung für eine Erfindung, Lust, mit einem Geschäftspartner gemeinsam etwas auf die Beine zu stellen oder sonstige Motive. Unabhängig von Deinen Motiven dient ein Unternehmen aber dazu, die Bedürfnisse von Kunden zu erfüllen. Und langfristig ist hierbei das Gefühl der Zugehörigkeit oder Liebe zur eigenen Zielgruppe am tragfähigsten.



Welche Personen oder Menschengruppen magst Du am meisten?

In der Nähe von welchen Menschen fühlst Du Dich wohl?

Mit welchen Personen oder Menschengruppen umgibst Du Dich jetzt?

Welche Personen oder Menschengruppen hast Du bei Deinen Geben-Zielen im Abschnitt „Langfristige Ziele“ genannt?

Welche 20 Prozent Deiner Kunden magst Du am meisten?

Was ist das Gemeinsame dieser Gruppen?

Vision

Wenn Du ein Unternehmen aufbauen oder vergrößern willst, dann ist das Wichtigste, dass Du Dich nicht verzettelst und zielstrebig in eine Richtung handelst. Zugleich muss diese Richtung so flexibel sein, dass Du Dich unterschiedlichen Entwicklungen in der Zukunft anpassen kannst.

Du benötigst eine Vision. Und zwar **eine einzige** Vision, an der Du mindestens die nächsten 10 Jahre festhalten und der Du Dich mit Haut und Haaren verschreiben kannst. Damit eine Vision eine Bedeutung bekommen kann, muss sie auch attraktiv für andere sein können. Du willst ja, dass andere Dich darin unterstützen, Deine Vision zu verwirklichen. Deshalb ist eines ganz gewiss keine Vision: Alles, was ausschließlich den eigenen individuellen Zielen dient. Wenn Deine Vision wäre, in 10 Jahren eine Firma aufzubauen, die 100 Mio. Euro wert ist, warum sollte jemand anderes Dich dabei unterstützen?

- Eine gute Vision **reißt mit**. Für Unternehmer heißt das: Eine gute Vision zieht unsere Kunden, Mitarbeiter, Geldgeber und Nachfolger an.
- Eine gute Vision gibt auch bei Schwierigkeiten **Energie**. Für Unternehmer heißt das: Es gibt immer Schwierigkeiten und wir benötigen so viel Energie, dass wir an der Bewältigung Spaß haben.
- Eine gute Vision gibt eine **Richtung** vor. Für Unternehmer heißt das: Wir haben oft viel zu viele Möglichkeiten und verzetteln uns zu schnell. Eine Vision hält uns von der Verzettelung ab.
- Eine gute Vision macht **effektiver**. Für Unternehmer heißt das: Je anziehender eine Vision für Deine Mitarbeiter ist, desto initiativreicher wirst Du. Und desto weniger musst Du Dich mit Details und Kontrolle beschäftigen.

Eine gute, belastbare Vision zu entwickeln, ist harte Arbeit. Die vorigen Abschnitte haben dazu gedient, die Voraussetzungen dafür zu klären. Du kennst nun Deine Grundmotive, Deine Stärken, Deine Ziele und Deine Zugehörigkeit. Mache nun Folgendes⁷: Schließe Deine Augen, atme ruhig und tief, während Du Dich nur auf Deinen Atem konzentrierst. Nach etwa 2 bis 3 Minuten versuche Dir bildlich vorzustellen, wie die Welt in 30 (oder mehr!) Jahren aussehen wird. Wie kleiden sich die Menschen? Was tun sie? Wie arbeiten sie? Wie lieben sie? Wie gehen sie miteinander um? Versuche Dir dies möglichst bildlich und konkret vorzustellen.

Stelle Dir auch vor, mit welchen Problemen sich die Menschen dann herumschlagen werden. Welche Wünsche und Träume sie dann haben werden. Und beantworte dann folgende Frage: *Warum wird es die Welt bereichern, ja sogar entscheidend sein, wenn Dein zentrales Unternehmensmotiv (Dein Grundmotiv) in 30 Jahren eine entscheidende Rolle spielt?*⁸

Versuche auch, Dir dies bildlich auszumalen. Wenn Du ein klares Bild hast, konzentriere Dich wieder auf Deinen Atem und beende langsam die Meditation. Öffne nun die Augen und schreibe das Bild(!) möglichst genau und detailliert auf:

⁷ Zur Unterstützung kannst Du auch die Unternehmercoach-Meditationen nehmen, die Dich durch die Bilder hindurch führen: <https://www.unternehmercoach.com/coach-unternehmer-coaching-unternehmercoach-meditationen-1-entscheidung-vision-zielgruppen.htm>

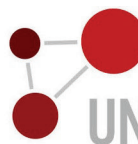
⁸ Wenn Deine Antwort ist, dass die Leistungen von anderen genauso gut erbracht werden können, dann kannst Du Dir sicher sein, dass die Leistungen dann von anderen – und nicht von Dir – erbracht werden. Vermutlich musst Du darauf nicht 30 Jahre warten.

[illegible]

Im nächsten Schritt bearbeitest Du Deine Vision. Damit eine Vision wirkliche Wirkung entfalten kann, muss sie bestimmten Kriterien genügen. Gehe dabei unbedingt schrittweise vor und arbeite die Kriterien einzeln und nacheinander ab! Überprüfe im Einzelnen, ob

- Deine Vision **anderen nutzt**. Rein egoistische Träume werden niemanden anziehen. Gandhi hätte nicht Indien befreit, wäre sein Ziel gewesen: ‚*Ich* will frei sein‘. Henry Ford wäre nicht erfolgreich geworden, wäre sein Ziel gewesen: ‚*Ich* will ein tolles Auto fahren‘. Ist dieser Nutzen für andere nicht offensichtlich, dann formuliere Deine Vision jetzt so um, dass der Nutzen für andere im Vordergrund steht.
- Deine Vision **emotional** ist. Niemand folgt einem Buchhalter in den Kampf. Tauchen in der Vision Deine Werte oder Deine Zuneigung zu der Gruppe, zu der Du Dich zugehörig fühlst, auf? Ist sie bildhaft, so dass andere angesprochen werden? Kannst Du Geschichten dazu erzählen, die mitreißen? Kannst Du dies nicht, dann formuliere Deine Vision entsprechend um.
- Deine Vision **fokussiert** genug ist. Heißt Deine Vision: „Wir fliegen im Weltall so weit, wie wir kommen“ oder heißt Deine Vision „Wir fliegen zum Mond“? Mit anderen Worten: Kannst Du einem Dritten eine Checkliste geben, mit der dieser Dritte dann in 30 Jahren überprüfen kann, ob Du Deine Vision erfüllt hast? Falls nicht, dann benenne nun diese Kriterien für die Checkliste.
- Deine Vision **groß** genug ist und die Phantasie anregt. Die Vision Kennedys, bis Ende der 60er Jahre einen Menschen auf den Mond zu schicken, reißt mit. Die Vision, gemeinsam bis ans Ende der Straße zu laufen, nicht. Also, unabhängig davon, wie groß Deine Vision jetzt ist: verzehnfache sie jetzt! Und wenn Du Dich unwohl damit fühlst, dann machst Du es eben zweimal nacheinander ;))
- Deine Vision **einfach** ist. Es gibt gute Ideen, die keiner versteht. Deswegen werden daraus nie gute Realitäten. Selbst in ihrer Umsetzung hochgradig komplexe Aufgaben können jedoch einfach formuliert werden, wie Kennedy gezeigt hat: ‚Vor dem Ende dieses Jahrzehnts betritt ein Amerikaner den Mond‘.

Kannst Du Deine Vision in drei Sätzen beschreiben?



Kannst Du Deine Vision in einem Satz beschreiben?

Kannst Du Deine Vision in 7 Worten beschreiben?⁹

Jetzt ist sie einfach :-)

- Deine Vision Deinen **Leidenschaften und Stärken** entspricht. Dann gehst Du den Weg praktisch von alleine. Falls Deine Vision nicht völlig Deinen Leidenschaften entspricht: Wie kannst Du die Vision ändern, damit das der Fall ist?
- Deine Vision **konsistent** ist. Das ist vielleicht das Schwierigste von allem. Hinter der Vision verbergen sich Werte. Um die Vision zu verwirklichen, sind Handlungen erforderlich, die ebenfalls Werte zum Ausdruck bringen. Diese Werte müssen identisch sein. Zum Beispiel: Wenn Dein Ziel den Wert Gerechtigkeit beinhaltet und Deine Handlungen dorthin ungerecht sind, wird es nicht funktionieren. Oder wenn Dein Ziel beinhaltet, sich zur Elite zu zählen und Du Dich auf dem Weg dorthin in der Masse versteckst, wird es ebenfalls nicht funktionieren. Decken sich also die Werte Deines Weges mit den Werten Deiner Vision?¹⁰ Falls nein: Gibt es einen anderen Weg dorthin?

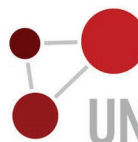
Nun schreibe Deine Vision nochmals auf:

Ein einziges Kriterium

Diese sieben Kriterien helfen Dir, die Vision zu erstellen und zu überarbeiten. Letztlich gibt es aber nur ein einziges Kriterium für eine herausragende Vision: „*Eine herausragende Vision ist, wenn man sie einmal hört und sein ganzes Leben nicht mehr vergisst.*“

⁹ Extrem wichtiger Hinweis: Wenn Deine Vision in 7 Worten eine Ansammlung von Schlagworten ist und die Emotion darin fehlt, dann beginne nochmals von vorne oder nutze die Vision in einem oder in drei Sätzen. Emotionalität ist wichtiger als Kürze!!!

¹⁰ Diese Frage wirst Du Dir immer wieder stellen müssen, wenn Du Deinen Weg flexibel an die Gegebenheiten anpassen wirst.



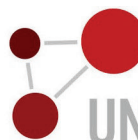
Dein Nachfolger

Die eine zentrale Aufgabe eines Unternehmers ist, ein Unternehmen aufzubauen, das seinem Nachfolger (also dem Kunden des Unternehmers) einen möglichst großen Nutzen bietet¹¹. Dies kannst Du umso besser, je klarer Dein Bild davon ist, wer dieser Nachfolger sein wird. Zur Klärung beantworte folgende Fragen:

Wer brennt darauf, diese Vision fortzuführen, wenn Du nicht mehr da bist?

Hast Du einen Wunschnachfolger? Falls ja: Was kannst Du tun, damit dessen Werte stärker in Deinem Unternehmen zum Tragen kommen?

¹¹ Genauer hierzu im Buch „Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer“.



Geburtstagsreden

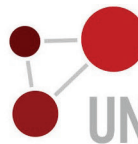
Nun fassen wir alles zusammen. Ein altes und erprobtes Mittel hierzu sind die Geburtstagsreden (im Original Beerdigungsreden). Stelle Dir vor, es sei Dein neunzigster Geburtstag. Du hattest ein erfülltes Leben und hast noch ein paar Jahre vor, aber die meisten hinter Dir. Alle Menschen, die Dir im Laufe Deines Lebens wichtig waren, sind eingeladen. Vier dieser Personen aus unterschiedlichen Lebensbereichen halten eine Geburtstagsrede. Benenne diese Personen und schreibe die Reden auf. Was wünschst Du Dir, dass diese wichtigsten Personen nahe an Deinem Lebensende über Dich sagen? Der Punkt ist, dass Du Dich bei einer solchen Rede nur noch auf das absolut Wesentliche konzentrieren wirst. Überprüfe, ob Deine Vision und Deine Ziele in diesen Reden enthalten sind. Falls nicht, dann streiche die Ziele oder erarbeite eine Vision, die Dich mehr ergreift.

Name Person 1: _____

Rede Person 1

Name Person 2: _____

Rede Person 2



Name Person 3: _____

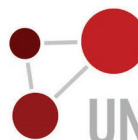
Rede Person 3

[illegible]

Name Person 4: _____

Rede Person 4

[illegible]



Identität

Versuche nun, das Gemeinsame der Zuschreibungen zu entdecken. Wirst Du in den Reden durchgängig als liebevoller Mensch oder als neugieriger oder als humorvoller oder als verlässlicher Mensch bezeichnet? Was ist die wichtigste Zuschreibung? Es ist nicht so, dass eine davon besser wäre als eine andere. Und wenn Du eine Zuschreibung als die Wichtigste charakterisierst, dann schließe die anderen nicht aus.

Die Frage ist aber, ob DU bei dem, was Du dann als Deine Identität beschreibst, einen Bezug zu Deinen wichtigsten Motiven und Deiner Vision herstellen kannst.

Welches ist die wichtigste Zuschreibung? Was würdest Du als Deine Identität bezeichnen?

Ergänzung 1: Wie will ich, dass andere mich wahrnehmen?

1. _____
2. _____
3. _____

Ergänzung 2: Was ist meine wichtigste Absicht im Umgang mit anderen Menschen?

Mein Vorbild

Manche haben mit dem Begriff des Vorbilds Schwierigkeiten. Ich auch ;-). Dennoch lernt der Mensch am besten durch Imitation und das gilt auch für die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit. Die meisten Dinge, die wir heute kennen, haben wir durch Nachmachen gelernt: Laufen, sprechen usw. Auch die meisten Regeln in unserem Kopf haben wir imitiert. Wenn dieser Mechanismus¹² so gut funktioniert, dann wäre es dumm, ihn nicht zu nutzen.

Wenn Du Deine Vision, Dein Umfeld und Deine Identität beschrieben hast: Wer kommt dem, wo Du hin möchtest, am nächsten? Ob das nun ein Onkel, der Nachbar, Jesus oder Richard Branson ist, ist egal. Du solltest Dich nur ausgiebig mit dieser Person beschäftigen und Dich in sie reinversetzen.

¹² Mehr dazu unter „Die Macht der Vorbilder“ <https://www.unternehmercoach.com/coach-unternehmer-coaching-macht-der-Vorbilder.htm>