

Überlegen Sie nun: Wo stehen Sie heute, und wo möchten Sie in fünf Jahren sein? Dabei hilft Ihnen die folgende Tabelle:

Ich möchte weg von		Ich will hin zu
	Unternehmer/Führungskraft	
	Markt	
	Unternehmen/Team	
	finanzielle Ergebnisse	
	Mitarbeiter	
	Kunden	

Beispiel-Tabelle:

Ich möchte weg von		Ich will hin zu
„Mädchen für alles“ zu sein und im Tagesgeschäft festzustecken.	Unternehmer/Führungskraft	Freiräume, um das Unternehmen/Team weiterzuentwickeln und mehr zu delegieren.
Reagieren auf die Wettbewerber und ständig Preisnachlässe geben.	Markt	Klarer Positionierung als Spezialist für die Kunden, die Wert auf hohe Lebensqualität legen.
Immer wieder das Rad neu erfinden.	Unternehmen/Team	Mehr Planung und Organisation, klare Strukturen schaffen, die von Mitarbeitern und Kunden akzeptiert werden.
Ständig dem Geld hinterherlaufen und Löcher stopfen.	finanzielle Ergebnisse	Lagerbestände abbauen und eine gesunde Kapitalstruktur aufbauen.
Unselbständigen Mitarbeitern.	Mitarbeiter	Eigenverantwortliche, selbständige Mitarbeiter.
Unausgeglichene Kundenstruktur – vom Pfennigfuchser bis zum Edelakademiker es jedem recht machen zu wollen.	Kunden	Ertragsstarke Kundenstruktur - Kunden die bereit sind, für erstklassige Leistung einen vernünftigen Preis zu bezahlen.

Mit diesen wenigen, aber wichtigen Schritten haben Sie eine gute Grundlage dafür geschaffen, für Ihr Unternehmen erstrebenswerte Visionen und die Leitgedanken zu formulieren. Werten Sie die Liste in Ruhe aus und ergänzen Sie sie. Nun bekommen Sie eine Antwort auf die zwei wichtigsten Fragen:

- Wer sind wir?
- Was wollen wir?

Über diesen Weg kam ein Unternehmen, das die Methode bereits umgesetzt hat, zu folgenden strategischen Zielfeldern:

- Wir werden in den bestehenden Marktsegmenten in unserer Region der Marktführer in den Kundengruppen Profi und Privatkunden.
- In unserer Region werden wir der führende Dienstleister mit der höchsten Kundenzufriedenheit im Vergleich zu unseren direkten Mitbewerbern.
- Wir erzielen mit unseren Mitarbeitern überdurchschnittliche Ergebnisse, das heißt, wir wachsen stärker und erzielen bessere betriebswirtschaftliche Ergebnisse als der Branchendurchschnitt.

Bitte haben Sie Verständnis hierfür, dass wir die Zielfelder hier nur global veröffentlichen. In der Praxis sind sie konkreter zu formulieren (z.B. in welchen Marktsegmenten, welchen Teilmärkten, usw.)

Aus den definierten Zielfeldern wurden mit den Führungskräften mehrere konkrete Jahresziele abgeleitet. Das bedeutet, die Ziele sind positiv formuliert, inhaltlich klar und sauber verfasst, quantifizierbar und kontrollierbar. Denn was nicht gemessen werden kann, wird auch nicht gemacht.

Mobile ist Finalist beim Internationalen Deutschen Trainingspreis

