



Mag. Franz Pichorner,
Geschäftsführer
zederbauer + partner gmbh
franz.pichorner@za-partner.at
www.za-partner.at

Keine Angst vor Visionen

Ein österreichischer Politiker

meinte einmal medienwirksam: „Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen!“ – die Lacher brachte ihm dieser Ausspruch allemal, denn es trifft die österreichische Mentalität mitten ins Schwarze. Von jeher betrachtet der Österreicher alles Neue mit Argwohn und heimische Visionäre sind häufig im Ausland erfolgreich. Darüber schrieb schon Karl Kraus und bis heute hat sich daran nicht viel geändert.

Ich möchte heute gerne eine Lanze für die Vision brechen und diesen Begriff in das Bild des unternehmerischen Handelns einbetten. Mit meinem letzten Kommentar zu den „Zeichen der Zeit“ in der Automobilbranche habe ich das Thema schon eingeleitet. Herbstzeit ist Strategiezeit!

Viele Unternehmen planen aktuell das nächste Geschäftsjahr und werden, wie immer wenn der Markt schwer einschätzbar ist, ordentlich auf die Kostenbremse steigen. Meistens spart man dann bei so „unnötigen“ Dingen, wie Schulung der Mitarbeiter, Instandhaltung oder gar Investitionen – einfach bei allem, was unmittelbar keine Wertschöpfung bringt. Es besteht natürlich die Gefahr, dass diese Maßnahmen schnell von Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden erkannt werden. Und schon kommt die berechtigte Frage: Wie geht es langfristig weiter?

Tja, und da sind sie wieder, die Visionen! Es ist nicht notwendig, auf alles eine Antwort zu haben, auch nicht als Unternehmer. Aber um zu langfristigen Antworten zu kommen, braucht es Überlegungen und ein geeignetes Umfeld. Und das nenne ich Strategiearbeit. Die Strategie schließt die Lücke zwischen der Vision und dem Budget. Während die Vision schwammig und nicht griffig ist – das ist auch in Ordnung, denn sie ist noch weit weg – gibt es für das Budget klare Vorgaben. Entsprechend dem alten Sprichwort „Plane deine Arbeit und arbeite deinen Plan“ ist das Budget die Arbeitseinteilung für ein Geschäftsjahr.

All jene Fragen, die im Rahmen des Budgetierens aufkommen und nicht in das Budget einfließen können, werden gesammelt und für die Strategiearbeit benötigt. Die Strategiearbeit gibt die Rahmenbedingungen für einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren vor. Das kann man sich wie Leitschienen auf der Autobahn vorstellen. Mal kann man eher links oder eher rechts fahren, man kann sogar eine Pause machen oder ein Rad wechseln, aber man bleibt innerhalb der Leitschienen! Eine Planung über einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren gibt kaum Sinn – danach leitet die Vision den Weg.

Die unternehmerische Vision ist für mich wie der Stern von Bethlehem, er zeigt das Ziel in der Ferne und manchmal leuchtet er heller und manchmal nur ganz schwach – aber er leuchtet und gibt Sicherheit! Außerdem haben schon einige Glaubensgemeinschaften erfolgreich gezeigt, dass man mit und von Visionen ganz gut leben kann.