

Ziele finden oder planlos in das neue Jahr?

Artikel von Dagmar und Ralf Strehlau

Das Jahresende bietet immer die Gelegenheit, in die Planung für das nächste Jahr einzusteigen und einmal das vergangene zu überdenken. Sind Sie gerüstet für das kommende Jahr? Wissen Sie was Sie wollen – für sich selbst und für Ihr Unternehmen? Ein großes Thema ist die Digitalisierung, viele sind über die Diskussion verunsichert, aber es ist ein Themenbereich, an dem kein Unternehmen vorbei kommt und mit dem man sich auseinandersetzen muss.

Die Auseinandersetzung mit dem Thema „Digitalisierung“ beinhaltet einen starken Veränderungsprozess für ein Unternehmen. Ablaufprozesse, Firmenauftritt, Kommunikationsprozesse und vieles mehr müssen überdacht und neu aufgestellt werden. Das Unternehmen muss sich auf diese Neuerungen einstellen und auch offen dafür sein, diesen großen Veränderungsprozess zu tragen. Wie geht man an eine solche Umwälzung heran? Und wie schafft man es, alle ins Boot zu holen? Idealerweise, indem man möglichst breit ein Projektteam aufstellt und so eine starke Beteiligung aller Bereiche möglich macht.

Die Geschäftsführung gibt die Richtung vor, vielleicht nimmt man noch einen externen Fachmann mit hinzu, ansonsten, lässt man die Projektgruppe Ideen und Ansätze sammeln, nimmt bestimmte Punkte auf und verwirft vielleicht auch den einen oder anderen wieder. Bis man zu der Lösung kommt, die zu dem Unternehmen passt und auf die es zurechtgeschnitten ist. Digitalisierung ist ein großes Wort und nicht alles, was es beinhaltet, ist für jedes Unternehmen attraktiv und notwendig. Die Kernfaktoren zu finden und zu identifizieren und umsetzbare Lösungen zu finden, ist hier das Ziel.

Dieses Vorgehen passt auf viele der strategischen Ziele und Vorhaben, die ein Unternehmen sich stellt. Ein wichtiges Element ist hier, dass es zu dem Unternehmen passen muss und zu der Wertekultur, die es ausmacht.

Neben diesen Zielen, die sich Unternehmen stellen, gibt es aber auch diejenigen, die jeder für sich selbst vornimmt. Wie sieht es mit Ihnen aus? Wissen Sie, was Sie wollen? Haben Sie sich die Ziele für das nächste oder die folgenden Jahre schon gesetzt?

Wie gehen Sie hier vor? Die Projektgruppe besteht hier im Regelfall nur aus Ihnen selbst oder einem Coach oder einer anderen vertrauten Person. Wie schafft man es, mehr oder weniger alleine die Richtigen zu finden und auf der anderen Seite nicht nur im Teich mit den Standardzielen zu fischen, sondern wirklich ansprechende zusammenzustellen? Dahinter steht die Frage, was passt zu mir und

wo sehe ich auch den Zweck dahinter, die Ziele wirklich zu erreichen. Im Grunde genommen geht es darum, welche Ziele machen für Sie Sinn und welche bringen Sie in Ihrem Leben wirklich weiter.

Hier unterscheiden sich Unternehmen und Einzelpersonen nur gering, Ziele sind nur dann umsetzbar, wenn sie gefühlt für den Beteiligten Sinn machen und zu seinem „Lebenszweck“ oder zu seiner Kultur passen – sonst landen die Konzepte in der Schreibtischschublade und das persönliche Ziel in der permanenten Wiedervorlage für die nächsten Jahre.

Wie schaffe ich es, Ziele zu setzen, die für mich Sinn machen? Craig & Snook (Harvard Business Manager, 09 2014, S. 94) schlagen hierzu folgenden Weg vor:

1. Ein Bestimmungsstatement formulieren:

Ein Statement zu einem großen Thema, das Sie immer schon bewegt hat. Dies muss nicht beruflicher Natur sein, sondern kann auch privater Natur sein. Ziel ist es hier den Kern Ihrer selbst zu finden, was sind Ihre angeborenen Stärken, Werte und was gibt Ihnen Kraft und Energie? Ein Beispiel-Statement wäre: „Auf jeden Fels vorbereitet zu sein, um den Gipfel zu erreichen“

2. Erklärung formulieren:

Kurze präzise Beschreibung zu diesem Statement und die Motivation, die Sie daraus für sich selbst ziehen. Im Beispiel hier jemand der gern klettert: Den Gipfel kann man nur dann erreichen, wenn man sich bewusst ist, dass der Berg die ein oder andere Überraschung parat hält und es wichtig ist, in einer Gruppe zu klettern, die Tipps und Hinweise gibt und im Fall des Sturzes einen auffängt.

3. Langfristige Ziele setzen (3 - 5 Jahre)

Wie kann man diesem Statement auch durch Taten gerecht werden? Wie kann man dieses Ziel auch im Hinblick auf eine Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erreichen. Wichtigster Faktor ist immer die Umsetzbarkeit und die Passung auf die eigene Persönlichkeit. Beispiel hier wäre „Dafür bekannt zu sein, gemeinsam die höchsten Gipfel zu erklimmen – übersetzt in die reale Situation: ein erfolgreicher Manager zu sein mit einem bestausgebildeten Team, dass das Unternehmen erfolgreich am Markt positioniert.“ Eine mögliche Vorgehensweise wäre z.B. sukzessive eine Vertrauenskultur im Team aufzubauen, die hilft, auch in brenzligen Situationen Ruhe zu bewahren oder darauf zu achten, eine Kultur im Team zuzulassen, die Raum für Kreativität und neue Ideen gibt. Im privaten Bereich sich vorzunehmen, eine gemeinsame Aktion in der Familie als festen Bestandteil zu implementieren.

4. Mittelfristige Ziele definieren (2 Jahresziele)

Den Klettersteig mit dem schwierigsten Grad bewältigen: Hier treffen die weiten Ziele, die in der

Zukunft liegen und die Gegenwart aufeinander. Welche neuen Aufgaben wollen Sie übernehmen, was müssen Sie tun, um auch langfristig auf die Zukunft vorbereitet zu sein. In diesem Beispiel wäre es z. B. ein neues Marketingkonzept zu konzipieren und einzuführen, das den Auftritt am Markt neu definiert. Hierzu z. B. Sorge zu tragen, dass die Teammitglieder die neuen Entwicklungen im Marketing nachverfolgen können und entsprechend geschult sind oder die IT-Ausstattung einer neuen Orientierung auch entspricht. Im privaten wäre es den Kindern das Klettern beizubringen.

5. Kurzfristige Ziele (1-Jahres-Ziele):

Den Steig auswählen: Marketingkonzept implementieren. Vielleicht auch schon mit kleineren Projekten, die ersten Dinge ins Rollen bringen, wie z. B. neue Social Media Kanäle testen. Dafür Sorge tragen, dass andere Bereiche die Weiterentwicklung mit unterstützen. Im privaten Bereich wäre es ein gemeinsamer Urlaub in den Dolomiten.

6. Entscheidende nächsten Schritte konzipieren (Hier und jetzt)

Den Steig beginnen. Das Konzept wirklich ins Rollen bringen. Die Grundlagen für die Positionierung auf den Social Media Kanälen definieren, die neue Homepage freischalten. Hier muss genau festgelegt werden, was soll in den nächsten sechs Monaten, was in den nächsten drei Monaten und in den nächsten 30 Tagen geschehen. Für das Privatleben vielleicht festlegen, mit den Kindern zweimal im Monat in den Kletterpark zu gehen.

7. Schlüsselpersonen definieren

Auch wenn die Ziele Sie als Person betreffen, so geht man diesen Weg nicht alleine, sondern braucht sowohl beruflich als auch privat Personen, die Sie unterstützen und weiterhelfen.

Vom Statement bis zur Zieldefinition braucht man Menschen, die als Diskussionspartner und Ansprechpartner zur Verfügung stehen. Welches Statement passt zu mir? Fällt Ihnen hier gleich etwas ein oder müssen Sie suchen. Und wenn Sie eines haben, spiegelt es Sie wirklich wider?

An dieser Stelle ist es gut, mit einem Sparringspartner dies zu diskutieren und das Statement auf eine wirkliche Aussage, die auf Sie zutrifft, herunter zu brechen.

Ziele müssen sinnvoll und wirklich zielführend definiert werden. Idealerweise plant man langfristig und arbeitet sich gezielt vor. Berufliche und private Ziele sollten Sie nicht immer trennen, sondern gemeinsam planen. Keine Zeit sich damit aktiv auseinanderzusetzen? Gönnen Sie sich die Zeit, denn es hilft Ihnen an anderer Stelle kostbare Zeit zu sparen, die in nicht erreichbare Zielsetzungen geflossen ist.

Zu viel im Kopf, um zielführend zu denken? Dann versuchen Sie einmal Kraft zu schöpfen, indem Sie sich „Leere im Kopf“ schaffen. Danach ist Ihr Gehirn auch wieder bereit, neue Ideen zu konzipieren. Birbauer (Wirtschaftspsychologie aktuell 2016) schlägt dazu 4 Vorgehensweisen vor:

1. Gleichschritt. Im Gleichschritt laufen oder wandern bewirkt, dass Hirnströme gleich getaktet werden. Dies hilft den Denkprozess „runterzuschalten“
2. Entspannung. Klassische Entspannungstechniken wie autogenes Training oder Meditation, bei der man sich auf die bewusste Wahrnehmung des Atems konzentriert oder innerlich ein einziges Wort wiederholt, sind ebenfalls probate Hilfsmittel zur „Entleerung des Gehirns“..
3. Musik. Musik regt gleichzeitig viele Bereiche im Gehirn an. Durch sie stimmen sich diese Bereiche aufeinander ab und so wird problembezogenes Denken gestoppt. Funktioniert sowohl mit Popmusik als auch mit klassischer Musik.
4. Floaten. Eine Methode, die etwas aufwendiger ist und auch bestimmte Räumlichkeiten erfordert. Beim Floaten steigt man in ein abgedunkeltes Becken mit konzentriertem Salzwasser und lässt sich treiben. Durch den hohen Salzwassergehalt gerät man in eine gefühlte Schwerelosigkeit und dies erleichtert dem Gehirn abzuschweifen und loszulassen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der „Entleerung des Kopfes“ und der Definition neuer sinnvoller Ziele und wünschen Ihnen nun – sowohl für die Ziele im Unternehmen als auch Ihre ganz persönlichen - ein erfolgreiches neues Jahr!

Haben Sie Fragen dazu? Wir helfen Ihnen gerne weiter! Sie erreichen uns per Mail unter dagmar.strehlau@anxo-consulting.com oder unter Telefon 06192 40 269 0.

ANXO. Wir verändern Ihre Welt.

Quellen:

Craig, N. & Snook, S.: Vom Sinn zur Wirkung. Harvard Business Manager, September 2014, S. 87-95.

Birbaumer, N.: Völlige Leere im Kopf. Wirtschaftspsychologie aktuell. 31.10.2016.

<http://www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de/lernen/lernen-20161031-lernen-von-niels-birbaumer-voellige-leere-im-kopf.html>