

Mission ist der Leitstern zu mehr Geschäftserfolg

Die Mehrheit der Unternehmen haben keine oder keine gute Mission. Ihnen fehlt damit der unerlässliche Orientierungspunkt, der Mitarbeitende bindet, Fachkräfte und Neukunden anzieht. Ich zeige, was eine richtig gute Unternehmensmission beinhaltet und gebe Ihnen fünf Checkfragen an die Hand.

Wir haben mit Hunderten Unternehmen Strategien entwickelt. Dabei zeigt sich klar: Die Mission ist eines der am häufigsten falsch verstandenen Instrumente der Unternehmensführung. Die Mission ist etwas ganz anderes als die Vision und hat auch nichts mit Slogans zu tun. Mit der Mission bekommt Ihr Geschäft einen übergeordneten Auftrag, einen Zweck, warum es überhaupt betrieben wird und was die Daseinsberichterstattung ist.

Der Unterschied zwischen Vision und Mission

Vierorts wird in der Praxis Vision und Mission vermischt, verwechselt oder gar gleichgesetzt. Die Denkfehler könnten kaum vielfältiger sein. Während die Vision das Wohin beschreibt, formuliert die Mission das Warum – den Unternehmenszweck. Im Weiteren skizziert die Vision das Idealbild der Zukunft (Soll), die Mission hingegen beschreibt, was man für wen tut (Ist).

Was eine richtig gute Mission beinhaltet

Die Mission beschreibt den übergeordneten Auftrag Ihres Unternehmens und beantwortet die drei Schlüsselfragen:

- Warum gibt es Ihr Unternehmen überhaupt? Was ist der Zweck und die Daseinsberichterstattung?
- Was tut Ihr Unternehmen für wen?
- Was ist der Nutzen davon?

In Strategiearbeit und Tagesgeschäft von grossem Nutzen

Die Mission gibt Ihrem Unternehmen das notwendige Fundament für Ihre Unternehmensstrategie und alle davon abgeleiteten funktionalen Strategien wie Verkauf, Kundendienst, Finanzen etc. Erst auf diesem Fundament können Strategien den Weg zur nachhaltig erfolgreichen Unternehmenszukunft ebnen. Auch im Business ist letztlich (fast) alles immer eine Frage des Warum.

Die Mission gibt Ihnen und Ihren Mitarbeitenden zudem im hektischen Tagesgeschäft eine wichtige Orientierungs- und Entscheidungsgrundlage für Ihr Business. Wenn man vor wichtigen Entscheidungen steht, einen Schritt zurücktritt und sich die Mission vor

Augen führt, dann wird einem schnell klar, was letztlich das Richtige und Wichtige ist.

Fünf Checkfragen für Sie und Ihr Unternehmen

Die Mission bringt aber nichts ausser viel Aufwand und Frustration, wenn sie letztlich nicht verstanden und gelebt wird. Eine gute, hochwirksame Mission bringt es auf den Punkt. Wenn Ihr Unternehmen bereits eine ausformulierte Mission hat, überprüfen Sie sie anhand folgender Fragen:

1. Ist Ihre Mission vollständig und klar? Das heisst, warum es Ihr Unternehmen gibt, was will Ihr Unternehmen sein, was Ihr Unternehmen für wen tut und was der Nutzen davon ist.
2. Ist Ihre Mission spezifisch und konkret?
3. Ist Ihre Mission für Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Kunden motivierend und sinnstiftend?
4. Ist Ihre Mission realistisch und erreichbar?
5. Ist Ihre Mission kurz und einprägsam – in ein bis drei knappen Sätzen formuliert?

Das bringt eine gute Mission: nachhaltig mehr Geschäftserfolg

Eine gute Mission gibt Ihrem Unternehmen und Ihren Mitarbeitenden einen Sinn und Zweck. Sie binden so Ihre Mitarbeitenden automatisch an Ihr Unternehmen und ziehen neue Fachkräfte förmlich an. Fachkräftemangel adé!

Ebenso stark werden Sie mit einer guten Mission Ihre Kunden und Geschäftspartner bin-



«Die Mission leuchtet wie ein Leitstern an Ihrem Businesshimmel – der unerlässliche Orientierungspunkt zu mehr Geschäftserfolg.»

den können. So wird das Akquirieren von Neukunden einfacher denn je. Damit steigern Sie Ihren Geschäftserfolg einfach – und vor allem nachhaltig.

Wissen Sie, was die Mission Ihres Unternehmens wirklich ist? Wie sieht die Mission konkret aus? ●

Der Autor

Raphael Ledergerber ist Betriebsökonom FH und hat über 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen Führung, Strategie, Innovation, Change Management, Marketing und Verkauf. Unter anderem war er bei Hilti im Management und baute in dieser Funktion das Service-Business auf. Heute ist er Inhaber von Ledergerber & Partner und externer Verwaltungsrat verschiedener KMU und Organisationen. Er unterstützt als Sparringspartner, Coach und Berater Firmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien sowie als Führungskoach. Zu seinen Kunden gehören unter anderen MEM-Industrieunternehmen, Ingenieurunternehmen und Architekturbüros.



► www.ledergerber-partner.ch