

Kolumne Nachhaltig erfolgreich mit Strategie

14-2017

Wiebke Brüssel

bruessel@strategiebuero-nord.de

Juli 2017

Download:

Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

Der Beitrag erschien im Juli 2017 auf den Exxtra Seiten Bremen (www.exxtraseiten.de).

Sind Sie noch auf Ihrer Mission?

Eine Mission oder ein „Mission Statement“ ist eine feine Sache. Die Mission beschreibt mit möglichst wenigen Worten, was ein Unternehmen im Kern tut und was es damit bewirkt. Darum eignet sie sich als Elevator Pitch, für Websites und Werbemedien, als Inspiration für weitere Angebote. Vor allem in größeren Unternehmen ist es sinnvoll, die Mission regelmäßig zu überdenken. Gerade schnell wachsende Unternehmen verlieren manchmal den Blick auf ihre Kernleistung.

Doch auch kleinere Unternehmen profitieren von einer gelegentlichen Prüfung ihrer Mission. Ich kann hier aus dem Nähkästchen plaudern. Auch wir haben unsere Mission gerade überarbeitet.

Es begann damit, dass unsere Visitenkarten zur Neige gingen. Eine Neubestellung war notwendig. Das ist immer ein guter Zeitpunkt, um sich zu überlegen, ob der Text auf der Karte noch passt. Auf unseren Karten haben wir ein Mission Statement, ergänzt um eine Aufzählung unserer drei wichtigsten Leistungen.

So richtig zufrieden waren wir mit unserer Botschaft nicht mehr. Deshalb war es an der Zeit, selbst zu tun, was wir sonst mit und für unsere Kunden erarbeiten. So machten wir uns also auf die Suche nach dem Kern und dem Nutzen unseres Angebotes.

Bisher haben wir auf Karten, Website und in Sozialen Medien immer das Thema „Strategische Zukunftsplanung“ in den Mittelpunkt gestellt. Unser Mission Statement war „Einfach. Gut. Geplant“ und wurde ergänzt durch die Aufzählung unserer Leistungen: „Zukunftsplanung“, „Lösungsentwicklung“, „Think Tank“.

Falsch war das nicht, denn genau das tun wir. Schließlich sind wir das Strategiebüro. Wir führen unsere Kunden durch eine strategische Zukunftsplanung, entwickeln Lösungen und schreiben über zahlreiche Themen. Aber sind wir mal ehrlich: Diese Worte sagen nichts darüber aus, was eigentlich der Nutzen unserer Leistung ist.

Viel besser tut das unser neues Mission Statement „Strategie spart Zeit und Geld“, denn genau das ist der Vorteil, wenn man Themen strategisch angeht.

Jetzt zur Aufzählung unserer Leistungen. Die sollte grundsätzlich erhalten bleiben – aber die Begriffe passten uns nicht mehr. Also zerlegten wir das, was wir tun, um an den Kern zu kommen. Wir gelangten zu folgender Erkenntnis: Im Rahmen unserer Arbeit moderieren wir sehr häufig Workshops. Es geht dabei um unternehmerische oder organisatorische Themen. Unser Talent besteht darin, Teams in diesen Workshops mit unserer Methodenkompetenz so zu unterstützen, dass die Workshops gute Ergebnisse bringen. Diese Ergebnisse passen auch immer zur Gesamtstrategie unserer Kunden. Unsere Leistung ist also „Strategische Moderation“.

Genau das rückte an die erste Stelle auf unseren neuen Karten und schob die „Zukunftsplanung“ auf den zweiten Platz. Und schließlich haben wir noch einen völlig neuen Aspekt unserer Arbeit ergänzt, nämlich die „Digitalisierung mit Strategie“. Auch in diesem Bereich (Industrie 4.0) sind wir tätig.

Die neuen Karten sind inzwischen da, Website und Soziale Medien wurden angepasst, und wir sind mit unserer Mission zufrieden.

Wie sieht es bei Ihnen aus? Wenn Sie es uns nachtun wollen, stellen Sie sich doch einfach mal folgende Fragen:

- Was genau ist eigentlich meine Kernleistung?
- Was bewirkt meine Leistung?
- Stelle ich diese bei meinen Auftritten – ob persönlich oder im Netz – ausreichend dar?
- Kann ich aus dieser Kernleistung vielleicht sogar weitere Angebote generieren?

Die Antworten liefern Ihnen die Basis für Ihr Mission Statement und Ihre Kernleistung - und für Ideen, was Sie mit Ihren Fähigkeiten noch machen können.

Noch ein Tipp: Wenn Sie mit der englischen Sprache gut klarkommen, werfen Sie mal einen Blick in dieses Video: <https://www.youtube.com/watch?v=LJhG3HZ7b4o> . Es liefert einen guten Einblick, welche Stolpersteine es bei der Entwicklung einer Mission gibt – vor allem, wenn mehrere Menschen dabei mitreden.

Viel Spaß beim Entwickeln oder Überarbeiten Ihrer Mission und noch einen schönen Sommer.

Redaktionelle Hinweise

Über die Autorin

Wiebke Brüssel ist Diplom-Betriebswirtin und Geschäftsführende Gesellschafterin des Strategiebüro Nord.

Das Strategiebüro Nord arbeitet für Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, für Gründer und für Firmen am Anfang ihrer Entwicklung.

Dabei geht es um individuelle Fragestellungen, die sich oft aus den Trends unserer Zeit ergeben. Hierfür entwickeln wir lösungsoffen und teamorientiert strategische Konzepte, die langfristig den Erfolg sichern.

Hinweis zur verwendeten Sprache

In unseren Beiträgen verwenden wir alle Begriffe in einem gesellschaftlich neutralen Kontext. Auch ohne Satz- und Worterweiterungen sind immer alle Geschlechter angesprochen.

Lobbyregister

Das Strategiebüro Nord ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, beim Strategiebüro Nord.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge oder die Bilder jedoch (ganz oder teilweise) für gewerbliche oder hoheitliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.

