



«Wer das Ziel nicht kennt, kann den Weg nicht finden.»

**Pascal von Gunten**  
von Gunten Executive Partner AG  
Partner für Unternehmensentwicklung  
Keynote Speaker | Business Trainer | Private Coach

## Die Erfolgreichen von morgen sind die Andersdenkenden von heute

**Immer wieder wurde ich gefragt, wozu man eigentlich eine Vision benötigt.** Die weit verbreitete Meinung lautete, zumindest bis vor Kurzem: «Die letzten Jahre lief es eigentlich ganz o.k. und so wird es auch die nächsten Jahre weiterlaufen.» Doch ist «eigentlich ganz o.k.» ein erstrebenswerter Zustand? Oder ist es gar gefährlich, so zu denken? Zu was diese Einstellung führen kann, wird uns derzeit in zahlreichen Branchen plastisch vor Augen geführt. «Ganz o.k.» und Entwicklungsstillstand können einem wortwörtlich das Genick brechen.

Dabei hätten wir es selbst in der Hand. Wir vergessen zusehends, dass wir unsere Zukunft permanent selbst gestalten. Aus Gedanken werden Worte und Worte werden zu Taten. Und so legt jeder Mensch durch seine Worte und Taten ständig den Ursprung dafür, was in seiner Zukunft geschieht. Er setzt quasi den Samen für den künftigen Apfelbaum oder eben das ungewollte Unkraut. Wir haben es selbst in der Hand.

Welchen Titel soll das Buch meines Lebens tragen? Dies ist die Frage, die sich Unternehmer

und Mitarbeitende gleichermaßen stellen sollten. Wenn ich am Ende meiner Tage auf dem Totenbett liege - zurückschaue - und dabei eine Überschrift für mein Leben vergeben müsste, welche wäre das? Wohl kaum jemand möchte sich Titel vergeben wie «der gelangweilte Mitarbeitende», «der Vater/die Mutter ohne Zeit», «Süchtig nach Handy, Social Media und Computerspielen» oder «das ziellose Durchschnittsunternehmen».

«Wer das Ziel nicht kennt, kann den Weg nicht finden.» Dieses Zitat stammt von Christian Morgenstern. Die Kraft dieser Aussage müsste in der heutigen Zeit für jeden erkennbar werden. Die Gewinner werden jene sein, die das Heute nutzen, um sich neu zu orientieren, und jetzt damit beginnen, ambitionöse, zukunftssträchtige Ziele zu setzen. Wer seine Vision entstehen lässt, sollte dies auf der grünen Wiese tun. Als Ausgangslage dient dabei die Frage: «Wo sehe ich mich (und mein Unternehmen) in fünf Jahren, wenn ich auf nichts und niemanden Rücksicht nehmen müsste

und sämtliche Möglichkeiten offenstünden?» Erst wenn diese Frage einwandfrei und mit einem guten Bauchgefühl beantwortet werden kann, beginnt man mit der Umsetzung.

Die Zeit, in der wir unsere Wünsche und Vorstellungen basierend auf den Erfahrungen der Vergangenheit definierten, neigt sich dem Ende zu. Die unnötige Selbstbeschränkung durch diese Denkhaltung zeigt ihre Folgen in der heutigen Wirtschaft. Erfahrung, Wissen und Fähigkeiten bleiben essenziell, wirken aber nur, wenn sie zielgerichtet auf die Zukunft ausgerichtet werden.

Noch nie war die Zeit so günstig wie jetzt. Setzen Sie sich neue, hochstehende Ziele. Die Welt gehört denjenigen, die heute anders denken. Die heutigen gut laufenden Geschäfte sind keine Garantie mehr für eine rosige Zukunft. Was wir brauchen, sind krisenresistente Geschäftsmodelle, eine zeitgemäße Organisation und eine zukunftsorientierte Unternehmenskultur. ■

## Penser autrement aujourd'hui pour réussir demain

«Celui qui ne connaît pas le but ne trouve pas son chemin.»

**On m'a souvent interrogé sur la nécessité d'avoir une vision.** L'opinion largement répandue, en tout cas jusque récemment, était : « Tout se passe très bien depuis plusieurs années et cela va continuer de la sorte dans les années futures. » Mais est-il si souhaitable que « tout se passe très bien » ? Ou est-ce dangereux de penser ainsi ? Nombreux sont les secteurs où nous pouvons actuellement voir concrètement ce à quoi une telle conception peut mener. Un arrêt dans l'évolution lorsque « tout se passe très bien » peut véritablement casser les reins de quelqu'un.

Pourtant, la situation est entre nos mains. Nous avons tendance à oublier que c'est à nous de modérer au jour le jour notre propre avenir, de traduire nos pensées en mots et de convertir nos mots en actes. En effet, par ses mots et ses actes,

chacun détermine en permanence ce que sera son avenir et ce qu'il sème pour demain : un pommier ou de mauvaises herbes indésirables. Notre avenir est entre nos mains.

Quel pourrait être le titre du livre de ma vie ? Tant les entrepreneurs que les collaborateurs devraient se poser la question. Si, au crépuscule de ma vie, je devais faire un bilan rétrospectif et donner un titre à mon existence, quel serait-il ? Peu de personnes aimeraient résumer leur vie par des titres comme : « Le collaborateur qui s'ennuyait », « Le père/la mère qui n'avait pas le temps », « Accroc au smartphone, aux réseaux sociaux et aux jeux sur ordinateur » ou encore « Une entreprise moyenne sans objectif ».

Celui qui ne connaît pas le but ne trouve pas son chemin. Cette

citation est de Christian Morgenstern. À l'époque actuelle, chacun devrait percevoir la force de ce message. Les gagnants de demain sont ceux qui utilisent la situation actuelle pour se réorienter et qui commencent dès à présent à définir des objectifs ambitieux et prometteurs. Pour laisser sa vision émerger, mieux vaut partir d'une page blanche en commençant par se poser la question suivante : « Si je pouvais ne tenir compte de rien ni de personne et que toutes les possibilités m'étaient offertes, quelle serait ma situation personnelle et celle de mon entreprise dans 5 ans ? » Concrétiser sa vision implique d'abord de répondre parfaitement à cette question et de se fier à son intuition.

L'époque au cours de laquelle nous définissons nos souhaits et idées

sur la base des expériences du passé tend à disparaître. Les limites que l'on s'impose inutilement à soi-même avec un tel état d'esprit montrent leurs effets sur l'économie d'aujourd'hui. L'expérience, les connaissances et les capacités demeurent essentielles, mais elles ne sont utiles que si elles sont axées de manière ciblée vers l'avenir.

L'époque n'a jamais été aussi propice aux objectifs nouveaux et ambitieux. Le monde appartient à ceux qui pensent autrement aujourd'hui. Des activités actuellement prospères ne constituent plus la garantie d'un avenir rose. Nous avons besoin de modèles économiques capables de résister aux crises, d'une organisation contemporaine et d'une culture d'entreprise tournée vers l'avenir. ■