

Alle Jahre wieder?

Jetzt ist es wieder soweit. Das alte Jahr ist um, das neue hat begonnen. Die Zeit für die – zumindest persönliche – Bilanz ist für viele gekommen. „Ich hatte mir so viel vorgenommen, nichts habe ich geschafft...“, so bricht es aus einem Kunden heraus bei unserem letzten Treffen. Ich wollte erst lachen, habe aber schnell gesehen, wie ihn das vermeintliche Versagen mitnimmt. Und deshalb bin ich in manchen Bereichen tatsächlich teilweise ein Gegner der traditionellen Jahresplanung. Sicher braucht es ein Budget und einen Plan für Werbung, Aktionen und beispielsweise Urlaub. Aber oft schaffen die hochtrabenden Pläne, gemacht in ruhigen Zeiten, mehr Frust als Erfolg.

Im Beispiel oben war bei genauem Hinsehen die Bilanz im Grunde gut. Einige Chancen übers Jahr wurden kurzfristig ergriffen, dafür anderes Geplantes modifiziert und in einem Fall eine Kooperation nach neuen Erkenntnissen auch abgeblasen.

Viele Berater und Branchenfremde versuchen immer noch, in Konzernen Gelerntes auf die grüne Branche umzumünzen. Das ist oft richtig und dringend notwendig. Aber die langfristige Planung auf Konzernniveau gehört definitiv nicht dazu. Statt in Selbstmitleid durch die nicht abgehakten Punkte zu versinken, sollten wir viel mehr die „Wendigkeit“ der agilen Unternehmer als Chance nutzen und wertschätzen.

Konkret im Beispiel oben: Statt genauer Ziele und vieler To-dos haben wir intensiv über die Vision und Zielsetzung der gesamten Selbstständigkeit gesprochen. Hierzu zählen Grundsätze fürs eigene Leben, Sortimente, Image beim Kunden, Umgang mit Mitarbeitern und Partnern. Wer diese Leitplanken gut

(bestenfalls mit einem Sparringpartner) ausformuliert und festlegt, kann sich in Zukunft viel freier bewegen: Warum ein neues Sortiment im Januar vereinbaren, wenn man im Sommer eine viel bessere Verwendungsmöglichkeit für die Freifläche findet?

Fragen Sie sich doch nach dem Weihnachtsstress einfach: „Wo möchte ich Weihnachten 2018 stehen, auf was zurückblicken?“ Was Ihnen da in den Kopf schießt, das sollten Sie beharrlich verfolgen. Aber nicht mit To-dos, die Sie eilig Silvester zusammenschreiben, sondern schreiben Sie nur diese Vision als Ziel zur Veränderung auf! Und schauen Sie diese regelmäßig jede Woche an. Handeln Sie und fragen Sie sich immer „Ist das jetzt im Einklang mit meinem Ziel, bringt mich das weiter?“ Für alles, was wirklich Vorlauf braucht, wie Werbung, gilt: Hier macht aus Erfahrung ein Plan Sinn, der zum einen immer sofort die Erkenntnisse des letzten Highlights umfasst – also nach Advent die Ideen fürs nächste Jahr –, dann alle drei Monate kurz überprüft und vor allem immer weiter geschrieben wird! Sonst werden die Aktionen, die weiter entfernt liegen, immer nur flüchtig geplant und dementsprechend meist auch nicht besonders gut ausgeführt.

Der oben genannte Kunde war nach objektiver Beurteilung des Jahres dann doch zufrieden, da er seine Eckpunkte gut eingehalten hat! Der Teilabschied von der Detailplanung hat ihm viel Vertrauen in die eigene Intuition gegeben. Also, packen Sie es direkt an, nach der Saison ist vor der Saison!

„Oft schaffen die hochtrabenden Pläne, gemacht in ruhigen Zeiten, mehr Frust als Erfolg.“

Rupert Fey mit der Unternehmensberatung beyond-flora ist Vermarktungsexperte für den grünen Markt. Schwerpunkte sind Vermarktung, Organisation und Strategieentwicklung. Kunden und Projekte kommen aus Gartenbau, Handel und der Zulieferindustrie.

Kontakt: [✉ info@beyond-flora.com](mailto:info@beyond-flora.com) [🌐 www.beyond-flora.com](http://www.beyond-flora.com)



Foto: privat